



บทที่ 5

เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์

รายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ทั้ง 29 รายการ (210 ตอน) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น เป็นรายการที่มีเนื้อหาหลายประเภท ได้แก่ ประเภทสังคม สุขภาพอนามัย ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเชิดชูสถาบันกษัตริย์ (เทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว) ความรู้ทั่วไป เช่น ความรู้เกี่ยวกับสัตว์เลื้อย การตกแต่งที่อยู่อาศัย การเสริมบุคลิกภาพ และอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพ และมีกลวิธีนำเสนอที่หลากหลายลักษณะ เนื่องจากองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ทั้งที่เป็นผู้สนับสนุนรายการและผู้ผลิตรายการ ได้ใช้รายการสารคดีสั้นสื่อสารไปยังผู้ชมตามจุดมุ่งหมายของตนเอง ซึ่งแตกต่างกันไป ฉะนั้นจึงมีการคัดสรรเนื้อหาและเลือก กำหนดวิธีการนำเสนอต่างๆ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมายดังกล่าว

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เรียงลำดับไปที่ละรายการ โดยจะนำจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของแต่ละรายการที่วิเคราะห์แล้วในบทที่ 4 มาแสดงไว้ก่อน เพื่อความสะดวกในการติดตาม

1. รายการ “คู่คิดประชาชน”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการเตือนภัย เรื่องยาเสพติดแก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป รวมทั้งต้องการสร้างภาพลักษณ์ด้วยการ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่โครงการและแสดงผลงานของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

เนื้อหา เนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน เป็นการชูประเด็นเรื่องยาเสพติดเป็นประเด็นหลักและเน้นการป้องกันพร้อมทั้งการโน้มน้าวจากประชาชนในการต่อต้านยาเสพติด ลักษณะเนื้อหาจึงเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวตระหนักถึงภัยและปัญหาของยาเสพติด

สำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร จึงเป็นผู้วางกรอบและ กำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร และในฐานะที่เป็นองค์กรของรัฐที่จะต้อง ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ลักษณะเนื้อหาของรายการจึงเน้นว่ามาตรการต่อต้านยาเสพติดเป็นนโยบายของรัฐบาล ที่กล่าวไว้ว่า

พล.ต.ต.พงศ์พิศ “ท่านผู้ชมครับ การป้องกันและปราบปรามยาเสพติดนั้นเป็นนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การปราบปรามจับกุมคงจะต้องดำเนินการอย่างเข้มงวดและจริงจัง”

กลุ่มเป้าหมายของรายการ ได้แก่ ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเยาวชน ทั้งนี้เพื่อต้องการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมให้ห่างไกลยาเสพติด ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “โครงการเยาวชนต้านยาเสพติด - 2”

เกษิณี (เยาวชนค่ายเพื่อนรักเพื่อน) “หนูเข้ามาเรียนรู้อันนี้จะเอาไปให้เพื่อนๆ ได้รับรู้เหมือนกัน ก็เหมือนกับหนูมาเป็นตัวแทนเพื่อเผยแพร่ให้เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ภายนอกฟังว่าการเข้าค่ายในครั้งนี้ทำให้เรารู้ถึงโทษของยาเสพติด เช่น กัญชา เฮโรอีน บุหรี่ หรือประเภทต่างๆ ที่เรายังไม่รู้อีกมากมาย”

ปาณิสสา “หลัก ถ้ารู้ว่ามันตรงไหนควรจะหลีกเลี่ยงไปให้พ้นมากที่สุด ไม่ควรจะไปเผชิญหน้ากับมัน บางทีเราอาจจะใจไม่แข็งพอ หลงไหลไปกับสิ่งเหล่านี้ สิ่งเสพติดแพร่หลายคนก็กำลังจะโตขึ้นโตขึ้น เพื่อพัฒนาประเทศชาติ เมื่อสิ่งเสพติดและเยาวชนคู่กัน ประเทศชาติก็ไม่เจริญ”

เสียงบรรยาย “ด้วยหลักการที่ว่า “ป้องกันนำหน้าการปราบปราม” การให้ความรู้เยาวชนตลอด 7 วันของการเข้าค่าย จึงเป็นอีกหนทางหนึ่งในการสร้างรั้วที่แข็งแกร่ง มิให้ยาเสพติดเข้ามาแผ้วพานเยาวชนของเราได้”

พล.ต.ต.พงศ์พิศ “ท่านผู้ชมครับ โครงการเพื่อนรักเพื่อนถือเป็นกิจกรรมสำคัญป้องกันไม่ให้ประชาชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับปัญหาเสพติด ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตครับ”

ในขณะเดียวกัน สำนักงานตำรวจแห่งชาติต้องการประชาสัมพันธ์ด้วยการเผยแพร่โครงการขององค์กรด้วย รายการ “คู่มือประชาชน” จึงนำเสนอลักษณะเนื้อหาที่แสดงถึงการเผยแพร่โครงการและกิจกรรมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ดังจะพบได้จากตัวอย่างเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “โครงการต่อต้านยาเสพติด ในกลุ่มเยาวชน ที่อ.สามโคก จ.ปทุมธานี”

เสียงบรรยาย “สถานีตำรวจภูธรอำเภอสามโคก จ.ปทุมธานี เป็นสถานีตำรวจที่ได้รับรางวัลตำรวจชุดมวลชนสัมพันธ์ดีเด่นของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตำรวจชุดมวลชนสัมพันธ์ที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติจัดตั้งขึ้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตำรวจและประชาชนสามารถที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน อีกทั้งแลกเปลี่ยนข่าวสารต่อกันทั้งในทางบวกและทางลบโดยปราศจากข้อครหา เพื่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย กิจกรรมดีเด่นกิจกรรมหนึ่งของสถานีตำรวจ อำเภอสามโคกก็คือ โครงการต่อต้านยาเสพติดในกลุ่มเยาวชน”

พ.ต.อ.กมล “สถานีตำรวจอำเภอสามโคกของเรา มีนโยบายในการป้องกันยาเสพติด ตาม

นโยบายของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยการจัดให้เยาวชนในพื้นที่ใช้เวลารว่างให้เป็นประโยชน์ในการเล่นกีฬา มีการจัดการแข่งขันฟุตบอล และตะกร้อ”

วิธีการนำเสนอ สำหรับวิธีการนำเสนอในรายการ “คูคิดประชาชน” นั้นมีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการสลับกับเสียงบรรยาย และมีการแทรกด้วยบทสัมภาษณ์ การนำพิธีกรที่เป็นโฆษกตำรวจมาดำเนินรายการ เป็นการนำเสนอโดยใช้นุเคราะห์ภายในองค์กรเป็นข้าราชการประจำที่เป็นตำรวจและมีตำแหน่งโฆษกตำรวจ กล่าวเตือนภัย เชิญชวนบรรณรักษ์ต่อต้านยาเสพติด จึงมีความสอดคล้องได้ดีกับเนื้อหาของรายการ และยังเป็น การเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาของรายการอีกด้วย นอกจากนี้ ยังใช้การนำเสนอด้วยวิธีการอ้างอิง (Testimonial) ในลักษณะสัมภาษณ์ โดยใช้กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนและกลุ่มเยาวชน รวมทั้งมีการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งถือเสมือนเป็นตัวแทนของผู้ชมและผู้ต้องการทำการสื่อสาร มีการสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมุมมองใหม่ให้กับผู้ชม นอกจากนี้การใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบบรรยายเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจพร้อมด้วยภาพประกอบที่สอดคล้องกันกับเนื้อหา ทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาของรายการ

2. รายการ “ไขปัญหาภาษีอากร”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ อธิบายขั้นตอนการเสียภาษี ต้องการเตือนและเร่งรัดให้ประชาชนเสียภาษีรวมทั้งให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการป้องกันการโกงภาษี

เนื้อหา เนื้อหาของรายการ จากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ส่วนใหญ่เป็นการชูประเด็นขั้นตอนการเสียภาษีและข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายภาษีอากรแก่ประชาชนผู้เสียภาษี เช่น การใช้บัตรประจำตัวผู้เสียภาษี การหักลดหย่อนดอกเบี้ยเงินกู้ในการซื้อที่อยู่อาศัย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับนักแสดง เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงพบว่า กรมสรรพากรมีวัตถุประสงค์ให้ความรู้กฎหมายและอธิบายขั้นตอนการเสียภาษีแก่ประชาชนผู้มีเงินได้ ให้ปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง กรมสรรพากรจึงเป็นผู้กำหนดเนื้อหา โดยนำปัญหาหรือข้อสงสัยของผู้เสียภาษีสื่อสารผ่านรายการ “ไขปัญหาภาษีอากร” เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะสร้างความเข้าใจระเบียบการเสียภาษีของผู้มีรายได้เป็นประเด็นหลัก เนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจะ

ตอบปัญหาข้อสงสัยของผู้เสียภาษีในการปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง เช่น เนื้อหาตอน "การฝากแบบภ.พ.30พร้อมเช็ค"

เสียงบรรยาย "โดยเช็คที่ฝากชำระภาษีต้องมีลักษณะถูกต้องตามระเบียบกรมสรรพากร ซึ่งผู้เสียภาษีจะได้ใบเสร็จรับเงินเพื่อเป็นหลักฐานว่าได้ฝากแบบพร้อมเช็คไปแล้ว แต่จะมีผลเป็นใบเสร็จรับเงินเมื่อถึงกำหนดวันส่งจ่ายในเช็ค และได้เรียกเก็บเงินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สำหรับการฝากแบบพร้อมเช็คนั้น

เพียงทำนำแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ภ.พ.30 ที่กรอรายการครบถ้วนและคำนวณภาษีถูกต้องแล้ว พร้อมกับเช็คส่งจ่ายลงวันที่ 15 ของเดือน ถัดจากเดือนภาษีไปยื่นต่อเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานสรรพากรเขตหรือสำนักงานสรรพากรอำเภอท้องที่ ที่สถานประกอบการตั้งอยู่ ได้ตั้งแต่วันที่ 1-13 ของทุกเดือน"

และเนื้อหาที่เน้นเดือนและเร่งรัดให้ประชาชนไปเสียภาษีได้ทันตามกำหนดเวลาจากเนื้อหาตอน "ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของดารานักแสดง"

นารากร "ในช่วงนี้แหละค่ะ เป็นช่วงที่นักแสดงทุกคนจะต้องยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภงด.90 กันแล้วนะคะ"

พร้อมทั้งลักษณะเนื้อหาที่เป็นการขอความร่วมมือจากประชาชนแจ้งเบาะแสการโกงภาษี เนื้อหาจะพบได้ในตอน "ร่วมด้วยช่วยกัน ป้องกันการโกงภาษี"

เสียงบรรยาย "จึงขอความร่วมมือจากประชาชนและผู้เสียภาษีทุกคนช่วยกันเรียกใบกำกับภาษีทุกครั้งจากผู้ขาย ทุกครั้งที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ แม้จะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรง แต่ท่านมีส่วนป้องกันความเสียหายอันจะเกิดขึ้นกับประเทศของเราไว้ได้"

วิธีการนำเสนอ รายการ "ไขปัญหาภาษีอากร" มีวิธีการนำเสนอรายการในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการสลับกับเสียงบรรยาย การใช้พิธีกรดำเนินรายการเป็นกลยุทธ์ในการใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง ที่มีภาพลักษณ์เป็นผู้ประกาศข่าวเป็นผู้เกริ่นนำและสรุปเนื้อหาในตอนท้ายรายการ เพื่อเตือนและเร่งรัดให้ประชาชนเสียภาษีซึ่งมีความสอดคล้องได้ดีกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายของรายการ และการใช้ภาพประชาชนแสดงขั้นตอนการเสียภาษีประกอบพร้อมกับเสียงบรรยายอย่างเป็นขั้นตอน สร้างความเข้าใจให้กับผู้ชมที่ติดตามรายการได้เป็นอย่างดี

3. รายการ “รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการเผยแพร่ความรู้เรื่องสารเสพติดแก่เยาวชน

เนื้อหา เนื้อหาของรายการ “รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด” เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดทุกประเภทแก่เยาวชน เช่น ยาบ้า หรือเมทแอมเฟตามีน ยาแก้ไอผสมโคเคอิน ยาอียาเคหรือเคตามีน เป็นต้น และลักษณะการออกฤทธิ์ของยาเสพติด ได้แก่ การออกฤทธิ์กระตุ้นและกดประสาทส่วนกลาง โดยเน้นอันตรายของยาเสพติดที่ส่งผลต่อทางร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ เนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน มีลักษณะการย้ำเตือนให้เยาวชนหลีกเลี่ยงยาเสพติด

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นผู้กำหนดเนื้อหาของรายการ ได้เลือกปัญหาสังคม คือปัญหายาเสพติดสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้น เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมายที่มีวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ให้กลุ่มเป้าหมาย คือเยาวชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลีกเลี่ยงยาเสพติด ลักษณะเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอนที่น่าสนใจ เป็นการบ่งบอกถึงอันตรายของยาเสพติด ให้ความรู้เรื่องยาเสพติดทุกประเภทด้วยข้อมูลเชิงวิชาการให้กลุ่มเยาวชนได้รู้ถึงภัยอันตรายและความรุนแรงของสารเสพติด พร้อมทั้งเนื้อหาช่วงท้ายของรายการทุกตอนเป็นการกล่าวเตือนให้เยาวชนหลีกเลี่ยงยาเสพติด ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “ยาบ้า...อันตราย”

เสียงบรรยาย “ยาบ้า หรือเมทแอมเฟตามีน จัดเป็นยาเสพติดชนิดให้โทษร้ายแรง มีลักษณะเป็นเม็ดเล็ก กลมแบน มีสีต่างๆ เช่น สีน้ำตาล เขียว ม่วง สามารถเสพได้โดยวิธีกิน สูดควัน และฉีดเข้าเส้นเลือด ซึ่งผู้เสพยาเสพติดนั้นมากกว่า เพราะยาบ้าจะเข้าสู่สมองเร็วที่สุด มีกระแษามากในกลุ่มผู้ใช้แรงงานครับ”

เสียงบรรยาย “ผลต่อระบบประสาทระยะแรกจะออกฤทธิ์กระตุ้นประสาท ทำให้ประสาทตึงเครียด หากใช้ติดต่อกันนานๆจะทำให้สมองเสื่อม หรือถ้าใช้ปริมาณมากจะไปกดระบบประสาทและระบบหายใจ ทำหมดสติและถึงแก่ความตายได้”

วิธีการนำเสนอ รายการ “รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด” มีเนื้อหาสาระความรู้เชิงวิชาการ ผู้ผลิตจึงใช้วิธีการสร้างสรรค์โดยเลือกใช้วิธีการดำเนินรายการที่เป็นกราฟฟิก (Graphic)

การดำเนินงานเป็นผู้นำเข้าสู่รายการเพื่อตอบสนองของกลุ่มเยาวชนเป้าหมายให้ติดตามรายการอย่างต่อเนื่องให้สนุกสนานเพลิดเพลิน และการใช้กราฟฟิคการ์ตูนเป็นผู้ให้แง่คิดคติสอนใจ นอกจากนี้จะเป็นการดึงดูดเยาวชนแล้วยังทำให้เยาวชนรู้สึกว่ามีใช้การถูกอบรมสั่งสอนจึงไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย การใช้วิธีการนำเสนอสลับเสียงบรรยายให้ข้อมูลพร้อมกับภาพประกอบ โดยใช้ภาพวัยรุ่นชายหญิงกำลังเสพยาบ้าในสภาพที่ขาดสติก็สอดคล้องได้ดีกับเนื้อหาของรายการ

4. รายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและต้องการรณรงค์เรื่องการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

เนื้อหา เนื้อหาของรายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการส่งเสริมรณรงค์เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการแก้ไขและรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ต้องการให้ประชาชนช่วยกันแยกขยะ ส่งเสริมให้ประชาชนใช้พลังงานจากไบโอดีเซลซึ่งเป็นพลังงานที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม การหลีกเลี่ยงการใช้ยาฆ่าแมลงที่มีสารเอพีเอส การร่วมมือกันเลิกใช้สารเคมี ได้แก่ สารเคมีกำจัดศัตรูพืช การใช้ตะกร้าแทนถุงพลาสติก การเพิ่มพื้นที่สีเขียวของชุมชน กระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่และวิธีการจัดสรรทรัพยากรน้ำของเกษตรกรในช่วงฤดูแล้ง เป็นต้น

ผู้ต้องการทำการสื่อสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารผ่านรายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” เพื่อรณรงค์แก้ไขปัญหามลพิษ และยังเป็นผู้กำหนดเนื้อหา โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนไทยทั่วไป จึงนำเสนอด้วยเนื้อหาเพื่อสนับสนุนเจตนารมณ์ดังกล่าว ลักษณะเนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและกระชับในประเด็นเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นปัญหาใกล้ตัวที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนชาวไทย บอกวิธีการแก้ไขปัญหามาให้คำแนะนำการ รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกระตุ้นให้คนไทยเกิดจิตสำนึกและตระหนักถึงภัยของมลพิษ ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “ขยะไทยเทค”

เสียงบรรยาย “ปัจจุบันจึงส่งเสริมให้ประชาชนหันมาแยกขยะพิษออก เพื่อการจัดเก็บและกำจัดได้ง่าย เรื่องนี้จึงเป็นเรื่องที่เราต้องช่วยกันเพื่อคนไทย เพื่อสิ่งแวดล้อมไทย”

วิธีการนำเสนอ ด้วยเนื้อหาที่มีระยะเวลาการนำเสนอเพียง 1 นาที รายการ "มองสิ่งแวดล้อมไทย" จึงมีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบตั้งแต่ต้นจนจบรายการ บรรยายรายละเอียดของเรื่องที่น่าสนใจและมีภาพประกอบแสดงการแยกขยะประเภทต่างๆ ท่อระบายน้ำ พลังงานจากการใช้น้ำมัน โรงงานน้ำมัน สารเคมีปนเปื้อนในแม่น้ำลำคลอง และการปลูกผักปลอดสารพิษ โดยภาพที่ใช้ประกอบนั้นเป็นการลำดับเหตุการณ์เพื่อทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจ

5. รายการ "ชีวิตสดใส"

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ รมรณรงค์ให้คนไทยรักษาสุขภาพและประชาสัมพันธ์โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าหรือโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค

เนื้อหา เนื้อหาของรายการ "ชีวิตสดใส" ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า เนื้อหาของรายการต้องการชูประเด็นเรื่องการสร้างความเข้าใจและให้ประชาชนรับรู้ในการดำเนินงานตามนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าหรือ 30 บาท รักษาทุกโรค ซึ่งเป็นนโยบายของกระทรวงลักษณะเนื้อหาจึงเป็นไปตามเจตนารมณ์ที่ตอบสนองนโยบายของรัฐ ดังจะเห็นได้ในเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน "ใกล้บ้านใกล้ใจ"

เสียงบรรยาย "กระทรวงสาธารณสุขได้ตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันควบคุมโรคติดต่อในท้องถิ่น ด้วยการเฝ้าระวังป้องกันสิ่งแวดล้อมที่จะต้องดำเนินการควบคุมป้องกันอย่างเป็นรูปธรรมนอกจากการให้บริการตามโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรคแล้ว การให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากโรคติดต่อก็เป็นอีกบริการหนึ่งที่ช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง โรคภัยไข้เจ็บก็จะลดลงด้วย"

และเพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการของกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวง ลักษณะเนื้อหาจึงเน้นถึงการแสดงผลงานที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรให้ประชาชนได้รับรู้ พบได้ในเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน "ก้าวพัฒนาองค์กรเภสัชกรรม"

พิธีกร "เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา มีข่าวดีเกี่ยวกับผู้ป่วยโรคเอดส์ค่ะ นั่นก็คือองค์การเภสัชกรรมได้ประสบความสำเร็จในการผลิตยาต้านไวรัส HIV GPO เวียร์ ที่มียาต้านไวรัส 3 ชนิดรวมกันในเม็ดเดียวค่ะ"

องค์กรผู้สนับสนุนรายการ ได้ทำการสื่อสารผ่านรายการ "ชีวิตสดใส" เป็นการนำเสนอภารกิจของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาให้เป็นไปในทิศทางที่กำหนด

วิธีการนำเสนอ รายการ "ชีวิตสดใส" มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรและเสียงบรรยาย พร้อมทั้งใช้การสัมภาษณ์เพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในเนื้อหาของรายการ จึงใช้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา คือ ผู้บริหารองค์กร พูดเกี่ยวกับโครงการขององค์กรและเสนอแนะมุมมองใหม่ให้กับผู้ชม ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน "ใกล้บ้าน ใกล้ใจ"

วินัย วิรยกิจจา (ปลัดกระทรวงสาธารณสุข) "การบริการ 30 บาท นั้น ก็ส่งผลให้เห็นว่าสถานีนอนามัยจะต้องดีขึ้นกว่าเดิม มีทั้งเครื่องมือ ทั้งแพทย์ลงไปดูแล ก็เชื่อมั่นว่าเราจะสามารถดูแลชาวบ้านได้ดีขึ้นกว่าเดิม แต่ก่อนสถานีนอนามัยยังไม่มีแพทย์ มีเครื่องมือถึงขนาดนี้ หลังจากนั้นเราจะประเมินผลของการให้บริการ อยากจะให้ชาวบ้านมีความเชื่อมั่นนะครับ ไปตามลำดับขั้น เราจะบริการอย่างเต็มกำลัง แต่ถ้าไปผิดขั้นอาจจะชุลคุชลักบ้าง ขอให้ไปใกล้บ้านของท่านก่อนปรึกษาหารืออะไรขัดข้องก็ช่วยให้เขาติดตามให้ จะทำให้ลดค่าใช้จ่าย การเสียเวลาของชาวบ้านส่วนหนึ่ง รวมทั้งการสูญเสียงบประมาณอื่นๆ นะครับ"

6. รายการ "ออมสินของปวงชน"

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ เผยแพร่การดำเนินงานด้านการบริการสังคมและชุมชนของธนาคาร และโครงการที่ธนาคารได้จัดขึ้นรวมทั้งต้องการแสดงให้เห็นว่าธนาคารไม่ใช่องค์กรที่ทำธุรกิจหาประโยชน์จากสังคม แต่ธนาคารเน้นความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ด้วยกิจกรรมของธนาคารที่ส่งเสริมสังคม

เนื้อหา เนื้อหาของรายการ "ออมสินของปวงชน" ชูประเด็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของธนาคารในด้านการให้บริการสังคมและชุมชน ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาของบทโทรทัศน์ตอน "สินเชื่อเพื่อการเกษตร" เป็นการช่วยเหลือประชาชนให้มีเงินทุนหมุนเวียนด้วยการให้บริการด้านสินเชื่อ

เสียงบรรยาย “วันนี้ จรัญ และเพื่อนๆ ซึ่งรวมตัวเป็นกลุ่มพริก ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากธนาคาร ออมสิน มาปลูกพริกที่ฟ้าส่งจำหน่าย ได้กำไรเลี้ยงปากเลี้ยงท้องอย่างสบายทั้งหมู่บ้าน”

แต่ด้วยสถานะที่เป็นสถาบันการเงิน ธนาคารต้องการสร้างความน่าเชื่อถือและ ประทับใจให้ประชาชนหันมาใช้บริการของธนาคาร ทั้งนี้เพื่อหวังผลกำไรในฐานะเป็นองค์กร รัฐวิสาหกิจ จึงต้องประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรและโครงการ ที่ส่งเสริมสังคม เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร ลักษณะเนื้อหาขูประเด็นการเผยแพร่ให้ เห็นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อความสำเร็จของธนาคาร จากบทโทรทัศน์ตอน “คุณภาพบุคลากร คุณภาพของออมสิน”

เสียงบรรยาย “คุณภาพของบุคลากรในทุกระดับชั้นของธนาคารบนพื้นฐานความสุจริต มั่นคงใน ความรู้แลหลักการแห่งวิชาชีพ ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบและได้รับการพัฒนาศักยภาพ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อปรับตัวระบบการบริหารและการบริการให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยน ไป จริงใจต่อตนเอง ต่อองค์กร”

การที่ธนาคารออมสินมีเจตนารมณ์ต้องการรักษาภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชน จึงต้องนำเสนอด้วยเนื้อหาที่แสดงลักษณะการมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ให้สังคม ดังจะ เห็นได้จากเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “ทุนการศึกษา ธนาคารออมสิน”

เสียงบรรยาย “ธนาคารออมสินมีนโยบายทางการศึกษาของเยาวชนของผู้ที่มีผลการเรียนและ ประพฤติดี แต่ขาดทุนทรัพย์ นักเรียนที่เป็นเจ้าหน้าที่และลูกค้าของธนาคาร โรงเรียน บุตร ธิดาของชาว บ้านในพื้นที่ที่มีธนาคารชุมชนตั้งอยู่และของสมาชิกโครงการสินเชื่อเพื่อสมาคมของธนาคาร รวมทั้งการ มอบเงินทุนแก่โรงเรียน เพื่อเป็นประโยชน์กับนักเรียน อาทิ ทุนอาหารกลางวัน การมอบทุนการศึกษาเด็ก ในกิจกรรมต่างๆ นับเป็นความภาคภูมิใจของธนาคารออมสินที่มีส่วนสร้างสรรค์ผู้ที่จะกำหนดและโอบอุ้ม อนาคตของประเทศไทยในวันข้างหน้า”

ลักษณะเนื้อหาของรายการ “ออมสินของปวงชน” ตามที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น จะเห็น ได้ว่าเนื้อหาที่นำเสนอเพื่อสนับสนุนจุดมุ่งหมายขององค์กร ธนาคารจึงเป็นผู้กำหนดเนื้อหา ของรายการ ผู้ผลิตรายการเป็นเพียงผู้วางแผนกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามความต้องการ ขององค์กร

วิธีการนำเสนอ นำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบและใช้วิธีการอ้างพยาน (Testimonial) ในลักษณะการสัมภาษณ์ โดยใช้กลุ่มเป้าหมาย คือประชาชนตั้งแต่ระดับกลางจนถึงระดับล่างที่ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการและเพื่อความน่าสนใจของรายการ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละเรื่อง กล่าวคือ หากเนื้อหานำเสนอเกี่ยวกับการให้บริการสังคมและชุมชนจะสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่ได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารออมสินเพื่อเป็นการยืนยันข้อเท็จจริง ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างบทสัมภาษณ์จากบทโทรทัศน์ตอน “สินเชื่อเพื่อเกษตรกร”

จรัญ เส็งแดง (ประธานกลุ่มพริกบ้านห้วยน้ำเย็น) “ก่อนรู้สึกแย่ในการลงทุนมาในระยะหลังๆ ก็ได้กู้จากโครงการของธนาคารออมสิน รู้สึกมีชีวิตที่ดีมากขึ้นครับ”

และหากนำเสนอเนื้อหาที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือการจัดกิจกรรมพิเศษขององค์กร บทสัมภาษณ์ก็จะใช้ผู้บริหารองค์กรที่มีบทบาทความรับผิดชอบโดยตรงเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในรายการ ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “จี เอส บี สมาร์ทตี้ เกิร์ล”

นายยงยุทธ ตะริโย (ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโสธนาคารออมสิน) “จี เอส บี สมาร์ทตี้ เกิร์ล ทุกคนจะได้รับการเตรียมพร้อมอย่างดีทุกด้านทั้งในเรื่องเทคนิคการขาย ตัวสินค้า รวมทั้งการส่งเสริมบุคลิกภาพส่วนตัว และยังได้รับประสบการณ์จากงานจริงที่ต้องเจอผู้คนมากมายซึ่งเน้นเรื่องที่ทำนายความสามารถ”

7. รายการ “เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ เผยแพร่และพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับกลุ่มคนทำงานและกลุ่มแม่บ้าน และประชาสัมพันธ์โครงการ “ทัวร์ครอบครัวสุขสันต์”

เนื้อหา ลักษณะเนื้อหาเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น กิจกรรมการขี่จักรยานรับลมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล จังหวัดชลบุรี โครงการบ้านความฝัน จังหวัดตราด บีเคการ์เดน วิลล์แอนดรีสอร์ท จังหวัดระยอง ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัตนาลัย จังหวัดสุโขทัย และศูนย์การสุนันทนาการจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น นอกจากนี้ยังเผยแพร่โครงการของทางท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น โครงการทัวร์

ครอบครัวสุขสันต์กระชับสายใยความผูกพันของคนในครอบครัว นอกจากนี้เนื้อหาของรายการที่เกี่ยวกับการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีลักษณะเชิญชวนประชาชนท่องเที่ยวในเมืองไทย

เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นภารกิจที่สอดคล้องกับองค์กร โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคนทำงานและกลุ่มแม่บ้าน เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาด้วยลักษณะเนื้อหาที่เป็นการเชิญชวนให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนทัศนคติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศตามนโยบาย “เที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน” ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ซีจรรย์านที่เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา”

เสียงบรรยาย “ประสบการณ์ดีๆจากการซีจรรย์านรอให้ท่านมาสัมผัสได้ทั้งปี เที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนครับ”

และเพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ที่ให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว จึงนำเสนอด้วยเนื้อหาที่มีลักษณะเชิญชวนให้ครอบครัวได้ทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน ตามโครงการครอบครัวสุขสันต์ ดังจะเห็นได้จากบทโทรทัศน์ตอน “ครอบครัวสุขสันต์”

เสียงบรรยาย “ขอเชิญครอบครัวไทยไปร่วมมหกรรมความสนุกสุขสันต์ สร้างรอยยิ้มให้บ้านแฉ่งกันทุกครอบครัวนะครับ เที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนครับ”

วิธีการนำเสนอ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวและเผยแพร่นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่ด้วยระยะเวลาการนำเสนอเพียง 1 นาที จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบ ผู้บรรยายได้ใช้ศิลปะในการบรรยายด้วยการเน้นระดับเสียงสูงต่ำ พร้อมกับนำเสนอภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้พบอีกว่าเพื่อแสดงการเชิญชวนและเผยแพร่โครงการที่องค์กรได้จัดขึ้นเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยว จึงใช้การซ่อนตัวหนังสือ เช่น “เชิญเที่ยวงานฟอรัค แสปปี แฟมิลี่แรลลี่ กรุงเทพ-เขาใหญ่วันที่ 17 – 18 ส.ค.45” และ สนใจร่วมทัวร์ครอบครัวสุขสันต์ “ลูกพาแม่เที่ยว” กาญจนบุรี จันทบุรี ชลบุรี นครราชสีมา” เป็นต้น

8. รายการ “ลัดเลี้ยวเที่ยวไป”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ เผยแพร่งานเทศกาลและประเพณีของทุกจังหวัดในประเทศไทยที่จัดขึ้นทุกเดือนแก่ประชาชนทั่วไปและกลุ่มนักศึกษา

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย และเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวในแต่ละช่วงฤดูกาล เช่น เดือนเมษายน เชิญชวนนักท่องเที่ยวไปเที่ยวทะเลไทย เดือนพฤษภาคมฤดูกาลแห่งผลไม้ไทยลักษณะของเนื้อหาได้เน้นให้เห็นถึงความน่าลิ้มชิมลองของผลไม้ไทยนานาชนิด กิจกรรมท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมที่ชุมชนสามแพ่ง เป็นต้น เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้ไปแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารผ่านรายการ “ลัดเลี้ยวเที่ยวไป” เพื่อต้องการเผยแพร่งานเทศกาลและประเพณีของทุกจังหวัดในประเทศไทยที่จัดขึ้นในแต่ละเดือนให้แก่กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปและกลุ่มนักศึกษา และเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเป็นผู้กำหนดเนื้อหา ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาทั้ง 8 ตอนตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเป็นไปตามบทบาทความรับผิดชอบขององค์กร เนื้อหาของรายการจึงสรุปประเด็นเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว งานเทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัด ลักษณะของเนื้อหาเน้นการแนะนำ เชิญชวนและกระตุ้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดจิตสำนึกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “อวยทุกสวน”

เสียงบรรยาย “เมื่อเข้าสู่เดือนพฤษภาคม ผลไม้ทุกชนิดต่างทยอยกันออกผล ให้รับประทานกันอย่างจุใจ ยิ่งตามเส้นทางชลบุรี ระยอง จันทบุรี ด้วยแล้ว ยิ่งเป็นที่รู้ของคนทั่วไปว่า ช่วงนี้เป็นช่วงแห่งความอวยที่หลายๆ ท่านรอคอยกันมานาน”

เสียงบรรยาย “สวนสุภัทราแลนด์ อีกแห่งหนึ่งเป็นสวนผลไม้ที่เปิดบริการให้นักท่องเที่ยว ได้เข้าชมและชิมผลไม้มานานานานกันอย่างจุใจ”

เสียงบรรยาย “โปรแกรมดีๆ อย่างนี้ไม่ได้มีให้คุณได้สัมผัสกันมานานนักนะคะ เพราะใน 1 ปี มีเพียงเดือนเดียวที่คุณจะได้เอร็ดอวยกันได้อย่างนี้ รู้แล้วก็อย่ารอช้าหาเวลาไปเที่ยวสวน เที่ยวไร่กันดีกว่าคะ”

วิธีการนำเสนอ ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ สร้างความรู้สึกต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียง

บรรยายประกอบบรรยายรายละเอียดของเรื่องที่น่าเสนอพร้อมกับภาพความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของผลไม้ไทยนานาชนิดที่สอดคล้องกันสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และเพื่อประชาสัมพันธ์งานเทศกาลและเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวจึงใช้วิธีการนำเสนอด้วยการช้อนตัวหนังสือใช้ถ้อยคำเชิญชวนผู้ชมเข้าร่วมกิจกรรมกับทางรายการ เช่น “ขอเชิญร่วมส่งภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมเขียนบรรยายถึงความประทับใจ” เป็นต้น

9. รายการ “สยามมีดี”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ เผยแพร่งานเทศกาลและประเพณีของทุกจังหวัด และประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่แสดงให้เห็นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อความสำเร็จขององค์กร

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานเทศกาล ประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวมากมายของจังหวัดต่างๆในประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ประสานงานกับจังหวัดต่างๆ จัดงานเทศกาลเพื่อต้อนรับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน เช่น ททท.ร่วมกับจังหวัดชลบุรี จัดงานเทศกาลผลไม้และอาหารทะเลที่เมืองพัทยา ททท.ร่วมกับจังหวัดจันทบุรี จัดงานของดีเมืองจันทน์ วันผลไม้ ททท.ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ จัดทัวร์เกษตรใน 9 เส้นทาง ที่กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในช่วงฤดูกาลแห่งความอร่อย จากผลไม้ นานาชนิด ททท.ร่วมกับเทศบาลเมืองพนัสนิคม จัดงานบุญกลางบ้าน และเผยแพร่เครื่องจักสาน ททท.ร่วมกับ สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 4 พิษณุโลก กรมประชาสัมพันธ์ ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ร่วมจัดโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและศึกษาผลสำเร็จของโครงการ ตามโครงการพระราชดำริ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีจุดมุ่งหมายทำการสื่อสารผ่านรายการ “สยามมีดี” เพื่อเผยแพร่งานเทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัดภายใต้การประสานงานของสำนักงาน ททท.ในแต่ละจังหวัดพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์องค์กรด้วย และเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนดเนื้อหาของรายการ จึงนำเสนอเนื้อหาของรายการเพื่อมาสนับสนุนเจตนารมณ์ดังกล่าว ลักษณะของเนื้อหาจึงเป็นการกระตุ้นและเชิญชวนให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและร่วมกิจกรรมงานเทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัดที่จัดขึ้น ดังจะเห็นได้เนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “งานบุญกลางบ้าน”

พิธีกร “บุญกลางบ้าน ประเพณีเก่าแก่ที่ได้รับการฟื้นฟู เครื่องจักสาน งานหัตถกรรมที่ได้รับการส่งเสริม ชาวพณีสนิคมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ประเพณีการทำบุญกลางบ้านครั้งที่ 10 ในปีหน้า จะมีท่านมาร่วมเป็นเกียรติด้วยนะครับ”

หรือเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “อร่อยสุดๆที่พัทยา”

พิธีกร “อย่าลืมนะครับ 25 – 27 พฤษภาคมนี้ งานเทศกาลผลไม้และอาหารทะเลเมืองพัทยานะครับ บนถนนเลียบชายหาด พัทยาเหนือแห่งนี้รับรองได้ครับว่าอ่อมอร่อยกันถ้วนหน้า”

ด้วยจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์องค์กร จึงเผยแพร่การดำเนินงานตามนโยบายขององค์กร ด้วยเนื้อหาที่ชูประเด็นเรื่องภาพยนตร์โฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยพบลักษณะเนื้อหาดังกล่าวจากบทโทรทัศน์ตอน “สวรรค์บนดิน” และ “แดนดินถิ่นไทย” และขอยกตัวอย่างเนื้อหาของตอน “แดนดินถิ่นไทย”

พิธีกร “ทะเลดาวและเก็บเมืองไทยให้สวยงาม คือ ภาพยนตร์โฆษณาที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนไทยทุกคนตระหนักถึงการท่องเที่ยวในประเทศไทย จุดประกายให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหลงใหล และรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในบ้านเราครับ”

วิธีการนำเสนอ เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานเทศกาล ประเพณี และกระตุ้นและเชิญชวนให้ผู้ชมหันมาสนับสนุนโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนพร้อมทั้งเกิดจิตสำนึกนิยมท่องเที่ยวในประเทศ รายการ “ลัดเลี้ยวเที่ยวไป” จึงมีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการสลับกับเสียงบรรยาย และเพื่อโน้มน้าวใจของผู้ชมจึงได้นำพิธีกรที่เป็นดาราที่มีชื่อเสียงและมีบุคลิกภาพกระตือรือร้นต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเป็นผู้นำเสนอประเด็นหลักของเรื่อง นอกจากนี้ การแสดงให้เห็นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อความสำเร็จขององค์กร นำเสนอด้วยการแทรกบทสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการ และเพื่อเป็นการเชิญชวนจึงนำเสนอด้วยการใช้ดาราที่มีชื่อเสียงเป็นจุดวัดมธรรมและการท่องเที่ยวเป็นผู้กล่าวคำเชิญชวน ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “อร่อยสุดๆที่พัทยา”

มานิตย์ บุญฉิม (ผู้อำนวยการสำนักงานททท.ภาคกลางเขต 3) “อยากจะเชิญชวนทุกท่านมาร่วมงานเทศกาลผลไม้และอาหารทะเลที่เมืองพัทยาของเรา เป็นวันหยุด 3 วัน เพื่อที่จะมาชิมผลไม้ อาหาร

ทะเล ซึ่งเมืองพัทยาก็เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย มีกิจกรรมหลากหลาย ก็มาสนุกสนาน มาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาเป็นเมืองชายทะเลที่ไม่ใกล้ไม่ไกลกรุงเทพฯนัก"

และจากบทโทรทัศน์ตอน "สวรรค์บนดิน" และ"แดนดินถิ่นไทย"

พรศิริ มโนหาญ (ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารการตลาดททท.) "เรื่องแรกเรื่องทะเลดาว เป็นการแสดงให้เห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย ถ่ายที่ภูกระดึง เห็นภูเขา เห็นท้องน้ำ เห็นชีวิตชาวเขา ความเป็นมิตรไมตรี แล้วก็ชุดที่ 2 คือ เก็บเมืองไทยให้สวยงามเป็นหนังที่มีแนวคิดเชิงอนุรักษ์ เพื่อต้องการเก็บเมืองไทยให้สวยงาม เพื่อให้รุ่นลูกรุ่นหลานเราดูนะคะ ดูแลบ้านเมืองเราให้เรียบร้อยค่ะ"

เจริญภรณ์ ผลดี (ชุดวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว) "สำหรับแหล่งท่องเที่ยว ปกติผมเป็นคนชอบเที่ยวไทย และถ้าถามว่าชอบเที่ยวที่ไหนมากที่สุด ก็คงจะตอบยากเหมือนกัน เขาเป็นว่าผมชอบทุกที่ที่ผมไป เพราะว่าแต่ละที่เขามีเสน่ห์แตกต่างกัน เสน่ห์ของเขาแบบว่าแล้วแต่เราจะเลือกไปแบบไหน สำหรับผมชอบสไตล์ camping ชอบแบบลำบากๆ ลุยๆ หน่อยครับ"

10. รายการ "เส้นทางสีรุ้ง"

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว และสร้างภาพพจน์ให้องค์กรด้วยการใส่ใจผู้ด้อยโอกาสในสังคม

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ ลักษณะของเนื้อหาจึงเป็นรูปแบบของการเชิญชวน และพาผู้พิการไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ท็อปแลนด์ฟาร์มแอนด์คันทรีโฮม รีสอร์ท สวนสนุกดรีมเวิร์ล สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล และเมืองพัทยา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ ได้แก่ พิพิธภัณฑลิลลี่ อัลคาซา โรงแรม Hard Rock เมืองจำลอง และสวนช้าง สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการสำหรับผู้พิการ

เพื่อเป็นการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการและกระตุ้นให้สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้พิการ ซึ่งเป็นเจตนารมณ์หนึ่งในนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ให้ความสำคัญและใส่ใจต่อผู้ด้อยโอกาส การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาของรายการจากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอนที่ได้ถ่ายทอดผ่านตัวละครบอกเล่าเรื่องราวต่างๆสู่ผู้ชมล้วนชูประเด็นแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ยกตัวอย่างเนื้อหา

จากบทโทรทัศน์ตอน “คนพิการกับการเที่ยวสวนสนุก”

เพชรน้ำหนึ่ง “อัย พี่น่าจะอยากมาตั้งนานแล้วเหมือนกัน แต่พี่ไม่รู้ว่าจะคนพิการมาได้หรือเปล่าซี”
พี่แพร์ “มาได้ซี ทางนี้เขาบริการฟรีสำหรับคนพิการอยู่แล้ว เพียงแค่โทรบอกเขาก่อน ส่วนถ้ามาเป็นหมู่คณะให้ทำหนังสือแจ้งความจำนงจากหน่วยงานหรือบริษัทเขาก็จะให้เข้าฟรีอยู่แล้ว”

หรือเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “พิทยาเมืองท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ(ตอนที่2)”

เจฟฟรี “ที่นี่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำ ห้องพัก เราไปดูทางด้านโน้นกันดีกว่า”

เจฟฟรี “ห้องเขาก็ทำไว้เฉพาะสำหรับคนที่มาพักที่เป็นผู้พิการ มีตัววางเสื้อผ้า ทำไว้ชั้นล่าง โต๊ะเก้าอี้ ตู้เย็น มีไว้สะดวกสบาย”

และลักษณะเนื้อหาที่เน้นประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้พิการโดยเฉพาะให้ท่องเที่ยว พบได้ในเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “พิทยาเมืองท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ(ตอนที่ 3)”

พรพนา (เจ้าหน้าที่เมืองจำลอง) “เมืองจำลองของเราก็ยินดีต้อนรับคนพิการทุกท่านนะคะ ตลอดจนคนพิการที่นั่งรถ wheel chair ก็มาเที่ยวได้ เพราะเส้นทางการชมของเราเป็นทางลาด สามารถเข้าชมได้ตลอดนะคะ ส่วนที่เป็นบันไดก็จะมีทางลาดสำหรับคนพิการที่นั่งรถ wheel chair คอยบริการคนพิการแล้วห้องน้ำของเราก็ทำไว้สำหรับคนพิการโดยเฉพาะ เมืองจำลองก็มีคนพิการมาท่องเที่ยวมากมายพอสมควรคะ”

วิธีการนำเสนอ ผู้วิจัยพบว่ารายการ “เส้นทางสี่รุ้ง” ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาทั้ง 8 ตอน นั้น มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการ 4 ตอน และรูปแบบละครสั้น 4 ตอน เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง ผู้ผลิตจึงเลือกใช้ตัวละครหลักและพิธีกรผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พิการจริงมาเป็นผู้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และยังใช้วิธีการนำเสนอแทรกช่วงสัมภาษณ์ เพื่อกระตุ้นและโน้มน้าวใจผู้พิการ โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มาเป็นผู้กล่าวคำเชิญชวน

11. รายการ “พักร้อน @เมืองไทย”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้กับประชาชนทั่วไป

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ความรู้และข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ทุกจังหวัด ในประเทศไทย ที่มีชื่อเสียง มีความสวยงาม และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ ใน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งได้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารผ่านรายการพักร้อน @ เมืองไทยเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทุกจังหวัดในประเทศไทยแก่ ประชาชนทั่วไป เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้ กำหนดเนื้อหาของรายการตามจุดมุ่งหมายดังกล่าว เนื้อหาของรายการพักร้อน @เมืองไทย ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน มีเนื้อหาที่ตรงกับภารกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งสิ้น ลักษณะของเนื้อหาจึงให้ข้อมูล คำแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมทั้งคำเชิญชวนประชาชนทั่วไปให้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ผู้วิจัยขอยก ตัวอย่างเนื้อหาที่แสดงการให้ข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวจากบทโทรทัศน์ตอน “ล่องแก่ง ตะนะ”

เสียงบรรยาย “นักท่องเที่ยวต้องลัดเลาะมาขึ้นเรือที่ทำเรือของอุทยาน ซึ่งมีเรือชาวบ้านมาเป็น ประจำ ราคาเพียงคนละ 60 บาท ไม่แพงเลยใช่ไหมครับ เราเริ่มต้นกันที่เรือล่องย้อนแล้วมาที่แก่งตะนะ แล้วล่องกลับไปตามการไหลของร่องน้ำสัมผัสชีวิตของชาวริมมูลกันแบบนี้แหละครับ”

และเนื้อหาที่มีลักษณะใช้คำเชิญชวนประชาชนทั่วไปให้เดินทางท่องเที่ยว ดังจะเห็น ได้จากเนื้อหาในตอน “เทียนพรรษา อุบลราชธานี”

เสียงบรรยาย “ต้นเทียนที่ได้รับการตกแต่งอย่างวิจิตรตระการตานะครับ จะเคลื่อนขบวนออกมา ประพาดกัน พร้อมกับการจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมืองระหว่างวันที่ 24-25 กรกฎาคมนี้นะครับ ซึ่ง ถือเป็นงานแห่เทียนพรรษาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทยเลย พลาดก็บอกได้คำเดียวว่าเสียใจ”

วิธีการนำเสนอ รายการ “พักร้อน @เมืองไทย” มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียง บรรยายประกอบบรรยายรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวและลำดับเหตุการณ์ด้วยภาพให้ ผู้ชมเข้าใจและเพลิดเพลินไปกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้มีการใช้ศิลปะในการบรรยายด้วยการเน้นน้ำเสียงที่มีลีลาเร้าใจเหมาะกับเนื้อหาที่นำเสนอ และใช้วิธีการอ่าพยาน

(Testimonial) ในลักษณะการสัมภาษณ์ เลือกสัมภาษณ์ตัวแทนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นผู้บอกกล่าวความประทับใจพร้อมทั้งกล่าวคำเชิญชวนให้นม น้ำใจผู้ชมและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน

“เทียนพรรษา อุบลราชธานี”

นักท่องเที่ยว “มาไหว้พระวัดป่าใหญ่ เห็นเขาทำต้นเทียนก็เลยมาลองทำดู ก็ลองทำดู ก็ไม่ยากไม่
ง่าย ลองเข้ามาสัมผัสก็จะได้รู้ประเพณีของชาวอุบลเป็นยังไงครับ”

หัวหน้าช่างศิลป์ “สำหรับนักท่องเที่ยวถ้าอยากลองมาสัมผัส ลองทำดู จะมาศึกษา ทางคณะช่าง
ทุกคนยินดีให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือ อยากให้มาดูจริงๆ ปีนี้รู้สึกว่าการจะเยอะมาก
ต้นเทียนแต่ละวัดที่ทำสวยงามจริงๆครับ”

12. รายการ “คลังสมองส่องไทย”

**จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการสะท้อนให้
เห็นว่าโรงพยาบาลมีความห่วงใยสังคม**

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ข้อมูลที่เป็นการสะท้อนสภาพสังคมไทย ที่ได้
เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น เช่น ปัญหาเด็ก และคนชรา ปัญหาครอบครัวอันนำไปสู่ปัญหา
เสพติด ปัญหาภัยจากคนใกล้ชิดที่ล่องละเมิดทางเพศ ปัญหาด้านสุขภาพจิต ปัญหาค่านิยม
ของวัยรุ่นเกี่ยวกับการอดอาหาร และปัญหาข้างเรื้อรังที่ทำให้เกิดปัญหาการจลาจลก็เป็น
ปัญหาที่สะท้อนสังคมไทยปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

จุดมุ่งหมายของโรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล ต้องการนำเสนอปัญหาสังคมไทย
พร้อมทั้งขอความร่วมมือจากประชาชนแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย
ดังกล่าว องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์และวางกรอบของเนื้อ
หา และได้ทำการถ่ายทอดผ่านรายการ “คลังสมองส่องไทย” จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหา
ของรายการทั้ง 8 ตอน พบว่าเนื้อหาของรายการทั้ง 6 ตอนใน 8 ตอน สะท้อนให้เห็นถึง
ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทย จึงมีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับภารกิจของโรงพยาบาล ดังจะเห็น
ได้จากเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “ครอบครัวคือรากฐานการแก้ปัญหาเสพติด” ลักษณะ
เนื้อหาชี้ให้เห็นภัยร้ายแรงของยาเสพติดที่แพร่ระบาดในกลุ่มวัยรุ่น จึงขอความร่วมมือให้ผู้
ปกครองช่วยกันดูแลบุตรหลานเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น

พล.ต.ต. พงศพัทธ์ พงษ์เจริญ “จากการสอบถามเด็ก และเยาวชนที่ตกเป็นทาสยาเสพติดก็ตามนั้น
พบอยู่เสมอครับว่า สาเหตุมาจากปัญหาครอบครัวที่ไม่อบอุ่น เด็กก็อยากไปหาเพื่อนโดยเฉพาะเพื่อนที่
เสพยาเสพติดอยู่แล้วก็ชักชวนกันไป ซึ่งตรงนี้ถ้าเกิดเราหันกลับมาให้ความสนใจกับเด็กและเยาวชนมาก
ขึ้น สร้างความอบอุ่นของครอบครัวให้มากขึ้น สร้างความสัมพันธ์ต่างๆให้ใกล้ชิดมากขึ้นนั้น ก็จะเป็นองค์

ประกอบสำคัญที่ทำให้เด็กและเยาวชนนั้นไม่ตกเป็นทาสหรือไม่หลงไปในกลุ่มของเพื่อนฝูงที่ติดยาเสพติด”

หรือเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “ข้างเร่ร่อน” ที่มีลักษณะเนื้อหาถ่ายทอดสภาพความน่าเวทนาที่นำข้างมาหาอาหารกินอย่างระหกระเหินในใจกลางเมืองหลวง สามารถสะท้อนให้ผู้ชมเห็นถึงสภาพสังคมไทยที่ควรได้รับการแก้ไข

พิธีกร “ข้างราตรียังเป็นปัญหาจรรยา ทำให้รถที่แล่นไปมาตามท้องถนน ติดขัดอีกด้วย ทั้งหมดเกิดจากการนำข้างมาเร่ร่อนในเมืองใหญ่ เป็นภาพที่คนส่วนใหญ่รับรู้มานาน และเป็นเหตุผลที่คนทั่วไปไม่เห็นด้วยกับการนำข้างมาทอราตรีแบบนี้ หลายคนเห็นว่าควรนำข้างไปอยู่ถิ่นกำเนิดจะดีกว่า ความเป็นจริงแล้วทางออกเรื่องนี้ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด”

อย่างไรก็ตามโรงพยาบาลเปาโลก็ได้ตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่ต้องห่วงใยดูแลสุขภาพแก่ประชาชนทั่วไป จึงได้นำเสนอเจตนารมณ์นี้ผ่านเนื้อหาตอน “จิตซึ่มเศร้า” และ ตอน “วัยรุ่นกับการอดอาหาร” ที่มีลักษณะเนื้อหาให้ข้อคิดและมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญของโรงพยาบาลเป็นผู้กล่าวคำแนะนำแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว

(บทโทรทัศน์ตอน “จิตซึ่มเศร้า”)

พ.ญ.มณีรัตน์ (ผู้เชี่ยวชาญทางจิตเวชโรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล) “การรักษาโดยทั่วไประบายก่อน ถ้าไม่ไหวจริงๆ ก็ไม่ตกก็ควรหาจิตแพทย์เพราะเป็นผู้มีความรู้และแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง เป็นจิตบำบัดชนิดหนึ่ง ถ้าหาจิตแพทย์แล้วนอกจากได้ระบายแล้ว เรายังจัดสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับตัวเขายกตัวอย่างเช่น เขากำลังพบความแตกแยกของครอบครัวก็อาจจะเรียกครอบครัวเขามา compromise คุยกัน บางทีก็ครั้งเดียวหายก็มี”

วิธีการนำเสนอ รายการ “คลังสมองสองไทย” มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการและใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ในรายการ โดยพิธีกรเป็นผู้เกริ่นนำด้วยคำพูดเชิญชวนต่อต้านปัญหาสังคมและให้ข้อมูลพร้อมภาพประกอบคำบรรยายที่สอดคล้องกับเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง และเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับรายการและให้ผู้ชมเกิดการยอมรับรวมทั้งแสดงให้เห็นว่าแพทย์ของโรงพยาบาลมีความเชี่ยวชาญ ได้ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญของโรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียลมาให้ข้อเสนอแนะไว้ในเนื้อหาของรายการ และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนรับผิดชอบในเรื่องที่นำเสนอในแต่ละตอนมาเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น จากบทโทรทัศน์ตอน “ข้างเร่ร่อน” ได้นำคุณสุรพล ดวงแขตำแหน่งเลขาธิการมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชในพระบรมราชินูปถัมภ์มาสัมภาษณ์

สุรพล “ข้างเป็นสัตว์ที่เรียนรู้และปรับตัวได้พอสมควรนะครับ แต่การที่ข้างถูกฝึกให้เดิน ให้รู้จักผู้คนที่ไม่มีปัญหาเท่าไร และที่สำคัญความข้างซึ่งปกติน่าจะเป็นคนที่อยู่กับข้างตลอด ต้องรู้จักข้างดีว่าพอใจหรือไม่พอใจอย่างไร แต่ว่าถ้าคนที่มากับข้างเป็นคนที่รับข้างมา ความรัก ความผูกพันไม่มี ข้างก็จะไม่ไว้ใจ คนเหล่านั้นอาจจะบังคับให้ข้างทำในสิ่งที่ข้างไม่ชอบ ข้างอาจขัดขึ้น ขัดขึ้นก็อาจจะถูกตี ในที่สุดแล้วข้างก็เจ็บปวดหรือได้รับแรงกดดัน ทนไม่ไหว ก็จะเกิดปัญหาอย่างที่เกิดขึ้น ก็อาจจะวิ่งหนี ตกใจง่าย อันนี้ก็อันตรายสำหรับคนที่ไม่รู้เรื่องหรือประชาชนทั่วไป เพราะฉะนั้นการที่พบข้างเร่ร่อนมากก็ไม่ควรที่จะไปไล่ชัตนั๊ก”

13. รายการ “เรื่องของคุณ ปี 4”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาล

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ อากาศ และโรคที่ไม่รุนแรงและพบบ่อยครั้ง ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพ ตลอดจนการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะและร่างกาย เป็นต้น ลักษณะของเนื้อหากล่าวถึงสาเหตุ ลักษณะอาการ รวมทั้งวิธีการแก้ไข การย้าเตือนให้ประชาชนรักษาสุขภาพโดยปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์

โรงพยาบาลธนบุรีมีจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับโรควัยไข้เจ็บต่างๆพร้อมทั้งเสนอแนวทางป้องกันและรักษาอย่างถูกวิธีตามหน้าที่ความรับผิดชอบของโรงพยาบาล จึงทำการสื่อสารตามจุดมุ่งหมายดังกล่าวผ่านรายการ “เรื่องของคุณ ปี 4” ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน เนื้อหาเป็นการชูประเด็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ อากาศ โรคที่ไม่รุนแรงแต่พบบ่อยครั้งซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพ ลักษณะของเนื้อหาจึงเกริ่นนำด้วยสาเหตุและลักษณะอาการของโรค พร้อมทั้งให้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญของโรงพยาบาลธนบุรีมาให้ความรู้กล่าวย้าเตือนให้ประชาชนดูแลสุขภาพ ให้คำแนะนำวิธีป้องกันโรคต่างๆเนื้อหาที่นำเสนอทั้งหมดเป็นลักษณะเนื้อหาที่เน้นหนักไปในทางการแพทย์ โรงพยาบาลจึงเป็นแหล่งข้อมูลและวางกรอบของเนื้อหาให้กับผู้ผลิตรายการ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “ตะคริว”

พญ.มนัสสวาสดี “ถ้าเป็นตะคริวขณะออกกำลังกายหรือหลังออกกำลังกาย สาเหตุมาจากการดึงของกรดแลคติกจากการออกกำลังกายของกล้ามเนื้ออย่างหนักมาก อาจมาจากภาวะการขาดน้ำจากการเสียเหงื่อมาก อย่างเช่น คนที่ออกกำลังกายกลางแจ้งที่ร้อนจัดก็เกิดภาวะการขาดน้ำ ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดตะคริว นอกจากนี้ตะคริวอาจเป็นสัญญาณเตือนว่าร่างกายอาจขาดแคลเซียม”

จรียา “เป็นตะคริวที่นี้ แหม! มันปวด ที่นี้พอเป็นปีบจะบรรเทาอาการอย่างไรให้หายโดยเร็วคะ”

พญ.มนัสสวาสดี “ถ้าคนที่มีอาการอย่างที่คุณแหม่มท่านะคะ ก็คือปวดแล้วยึดกล้ามเนื้อบริเวณนั้นจนกว่ากล้ามเนื้อจะผ่อนคลาย การดื่มน้ำที่มีเกลือแร่ก็ช่วยได้ในรายที่สูญเสียน้ำ ส่วนวิธีป้องกันที่สำคัญที่สุดก็เรื่องดื่มน้ำอีกเหมือนกัน ก่อนออกกำลังกาย ระหว่างออกกำลังกายและหลังออกกำลังกาย ควรดื่มน้ำเป็นระยะแต่ไม่ใช่ดื่มน้ำมากเกินไป เพื่อทดแทนน้ำที่เราสูญเสียไป โดยเฉพาะเวลาที่เรารุนแรงกีฬา กลางแจ้ง อากาศร้อนมากจะทำให้เสียเหงื่อมาก เกิดภาวะขาดน้ำ”

และเนื้อหาที่มีลักษณะการเผยแพร่ข้อมูลด้านการแพทย์ที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณชน ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “บริจาคอวัยวะ (ต่อชีวิตใหม่)”

พญ.มนัสสวาสดี “โดยทั่วไปทั้งชายและหญิงที่มีสุขภาพแข็งแรง ต้องไม่มีโรคเรื้อรัง อย่างเช่น โรคเบาหวาน โรคตับ โรคไต อายุไม่เกิน 60 ปี ไม่มีโรคติดเชื้อหรือโรคมะเร็งที่สามารถถ่ายทอดได้ทางเลือด หรือว่าติดไปกับอวัยวะที่บริจาคได้ ก็สามารถบริจาคได้ทั้งนั้นนะคะ ที่สำคัญอวัยวะที่เราให้บริจาคต้องอยู่ในสภาพดีหรือทำงานได้ดี ไม่ใช่อย่างบางคนกินเหล้าทุกวันๆ แล้วจะบริจาคตับก็อาจจะไม่ได้ เพราะฉะนั้นถ้าใครสนใจอยากจะทำบริจาคอวัยวะ สามารถติดต่อได้ที่ศูนย์บริจาคอวัยวะสภากาชาดไทย ที่ตึกกองอาสา ชั้น 2 ถนนราชดำริ หรือสามารถโทรศัพท์ได้ตามเบอร์ที่ปรากฏอยู่นะคะ คนที่ไม่สามารถบริจาคอวัยวะได้ ก็สามารถบริจากร่างกายเพื่อเป็นการศึกษาสำหรับนักเรียนแพทย์ได้ สามารถติดต่อได้ที่โรงพยาบาลทุกแห่ง ที่เป็นโรงเรียนแพทย์นะคะ”

จรียา “เป็นเรื่องดีอีกเรื่องหนึ่งที่เราสามารถทำประโยชน์ให้กับสังคมได้นะคะ และเมื่อตัดสินใจจะบริจาคอวัยวะแล้วก็อย่าลืมดูแลสุขภาพตัวเองให้แข็งแรงด้วย อวัยวะจะได้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์แก่การบริจาคที่ได้ประโยชน์อย่างเต็มที่คะ”

วิธีการนำเสนอ รายการ “เรื่องของคุณ ปี 4” มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรร่วมดำเนินรายการ โดยใช้พิธีกรที่มีชื่อเสียงกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญประจำโรงพยาบาลธนบุรีมาเป็นผู้ดำเนินรายการ เนื่องจากเนื้อหาเป็นเรื่องเฉพาะทางด้านทางการแพทย์จำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญมาดำเนินรายการ โดยพิธีกรเป็นผู้ถามคำถามและพิธีกรร่วมที่เป็นแพทย์เป็นผู้ให้คำตอบในปัญหาโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ พร้อมนำเสนอภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหาเพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น การใช้แพทย์มาเป็นพิธีกรร่วมเป็นการยืนยันข้อมูลที่เป็นจริงและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาของรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พิธีกรร่วมเป็นแพทย์ประจำโรงพยาบาลธนบุรี เพื่อแสดงให้เห็นว่า แพทย์ของโรงพยาบาลธนบุรีเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ และเพื่อสนองจุดมุ่งหมายเชิงธุรกิจที่ต้องการหวังผลให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาล จึงตอกย้ำด้วยคุณสมบัติที่ดีของโรงพยาบาลด้วยสโลแกนไว้ตอน

ท้ายของรายการทุกตอนว่า “โรงพยาบาลธนบุรี เพื่อมาตรฐานที่ดีของชีวิต”

14. รายการ “ห่วงคุณห่วงสุขภาพ”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ประชาสัมพันธ์
ตราสินค้าและให้รายละเอียดเกี่ยวกับการบริการของโรงพยาบาลเพื่อหวังผลให้ประชาชนมา
ใช้บริการของโรงพยาบาล

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ การใช้
เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทำให้การรักษามีประสิทธิภาพ เช่น อุปกรณ์ช่วยเพิ่มออกซิเจน
เป็นต้น ตลอดจนวิธีการทำให้มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์และแข็งแรง

โรงพยาบาลกรุงเทพเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์และวางกรอบของเนื้อหาให้เป็นไป
ตามภารกิจของโรงพยาบาล จึงได้ใช้รูปแบบของรายการสารคดีสั้นเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ
การบำบัดรักษาโรคอย่างมีประสิทธิภาพโดยการใช้อุปกรณ์ช่วยเพิ่มออกซิเจน ลักษณะเนื้อ
หาของรายการเป็นเนื้อหาเชิงวิชาการที่กระชับและสั้น เป็นการแนะนำให้ผู้ชมรู้จักการใช้
เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย และจากตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “การรักษา
โรคด้วยออกซิเจนความกดดันสูง”

เสียงบรรยาย “การบำบัดเบื้องต้น คือ ใช้อุปกรณ์ช่วยเพิ่มออกซิเจนหรือเครื่องช่วยหายใจ เสริม
ปริมาณให้เพียงพอในสภาพอากาศทั่วไป โรคบางชนิดยังจำเป็นต้องรักษาด้วยออกซิเจนบริสุทธิ์ 100%
ภายใต้บรรยากาศความกดดันมากกว่าระดับน้ำทะเล ส่วนใหญ่ใช้กับผู้ป่วยมีแผลเรื้อรัง โรคติดเชื้อ เสีย
เลือดมาก รวมทั้งการปลูกเนื้อเยื่อหรืออวัยวะที่มีเส้นเลือดน้อยมาก เพิ่มโอกาสหาย ลดเวลารักษาและค่า
ใช้จ่าย”

วิธีการนำเสนอ ด้วยระยะเวลาการนำเสนอเพียง 1 นาที เมื่อถูกจำกัดด้วยเวลาการ
นำเสนอจึงใช้วิธีนำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบ พร้อมกับภาพประกอบที่สอดคล้อง
กันเพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจในเนื้อหาของรายการได้ง่ายขึ้น ด้วยจุดมุ่งหมายที่
ต้องการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าและให้รายละเอียดเกี่ยวกับการบริการของโรงพยาบาลด้วย
การเผยแพร่ผลงานความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีของโรงพยาบาลแก่ประชาชนทั่วไป
เพื่อหวังผลให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาล ผู้วิจัยพบว่า รายการ “ห่วงคุณห่วง
สุขภาพ” จึงนำเสนอด้วยสไลด์แกนเพื่อเป็นการตอกย้ำคุณสมบัติที่ดีในตอนท้ายของรายการที่
กล่าวว่า “โรงพยาบาลกรุงเทพศูนย์แพทย์เชี่ยวชาญครบวงจร”

15. รายการ “เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือต้องการสร้างความประทับใจในกลุ่มผู้ชมว่า บริษัทเห็นคุณค่าและรักความเป็นไทย พร้อมทั้งร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยอันนำไปสู่ความนิยมชมชอบและการใช้บริการขององค์กร

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาของคนไทย คือ เครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน เป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงในภาคอีสานและเป็นภูมิปัญญาของคนไทย

ด้วยจุดมุ่งหมายที่ต้องการสร้างความประทับใจในกลุ่มผู้ชมว่า บริษัทเห็นคุณค่าและรักความเป็นไทย พร้อมทั้งร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยอันนำไปสู่ความนิยมชมชอบและการใช้บริการขององค์กร องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา และให้บริษัทผู้ผลิตรายการผลิตให้ตรงตามวัตถุประสงค์ เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะเนื้อหาที่สั้นและได้ใจความให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาของคนไทย คือ เครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน

เสียงบรรยาย “บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงหนึ่งในภาคอีสาน เครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียนมีลักษณะพิเศษ เนื้อแกร่ง สีสันแตกต่างตามระดับอุณหภูมิ มันวาวโดยไม่ต้องเคลือบ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้มีเหล็กออกไซด์เป็นวัตถุดิบปะปนอยู่ ดินดำ และดินขาวผสมกัน นวดขึ้นรูปตามขนาดและสัดส่วนที่ต้องการ อุณหภูมิเผาสูงก่อนตกแต่งลวดลายด้วยการขีด ขีด ฉลุหรือแปะเผาที่อุณหภูมิ 1,000-1,300 องศาเซลเซียส”

วิธีการนำเสนอ ด้วยระยะเวลาการนำเสนอเพียง 1 นาที รายการ “เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย” จึงต้องมีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบ บรรยายเนื้อหาตั้งแต่ต้นจนจบรายการพร้อมกับภาพประกอบที่สัมพันธ์กับเนื้อหา และใช้เสียงบรรยายที่มีโทนเสียงเหมาะสมกับเรื่องที่น่าเสนอด้วยสำเนียงภาษาไทยที่ชัดถ้อยชัดคำ เป็นการแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน

16. รายการ “ด้วยพระบารมี”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์ ทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

เนื้อหา เพื่อเป็นการเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่เป็นประโยชน์ต่อพสกนิกรชาวไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ด้อยโอกาส และเพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรด้วยการแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารตามเจตนารมณ์ดังกล่าว จึงเป็นทั้งผู้ผลิตรายการและกำหนดเนื้อหาโดยได้รับความช่วยเหลือด้านแหล่งข้อมูลจากสำนักงานประสานงานตามโครงการพระราชดำริ (กปร.) เนื้อหาของรายการตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาล้วนมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายแต่ไม่ได้สอดคล้องกับองค์กร ลักษณะของเนื้อหาเป็นการเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสให้ได้รับข้อมูลการดำเนินงานของโครงการ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “ขยายผลธนาคารอาหารชุมชนที่บ้านรวมไทย”

เสียงบรรยาย “การดำเนินงานธนาคารอาหารชุมชนตามพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเมื่อปี 2543 ที่ตำบลหะมาแจแป จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นโครงการนำร่องผลิตอาหารให้พอเพียงในชุมชนและเป็นแหล่งสะสมอาหารธรรมชาติที่หลากหลายนับว่าเป็นความสำเร็จอีกประการหนึ่งในการแก้ปัญหาการขาดแคลนอาหารในพื้นที่สูง ให้คนในชุมชนมีอาหารรับประทานอย่างเพียงพอ”

เสียงบรรยาย “การขยายผลธนาคารอาหารชุมชนไปสู่หมู่บ้านต่างๆในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ชาวบ้านมีแหล่งสะสมอาหารเพิ่มขึ้น โครงการนี้ขยายผลสู่อำเภอต่างๆทั่วประเทศให้ประเทศไทยเป็นแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ในยุคประชากรไทยและประชากรโลกได้สมดังพระราชปณิธานของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถอย่างแท้จริง”

นอกจากนั้น การนำเสนอด้วยลักษณะเนื้อหาที่แสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์สามารถสนองเจตนารมณ์ที่ต้องการรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในสายตาประชาชน ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากรายการทั้ง 8 ตอน พบว่าล้วนสื่อด้วยถ้อยคำ “ร่วมเกิดพระเกียรติโดยบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด”

วิธีการนำเสนอ ด้วยเนื้อหาของรายการ “ด้วยพระบารมี” เป็นการเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารต้องการให้ผู้ชมเห็นถึงประโยชน์ของโครง

การเหล่านี้ จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีเสียงบรรยายประกอบ และเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาจึงนำเสนอด้วยการบรรยายลำดับเหตุการณ์อย่างต่อเนื่องพร้อมภาพประกอบที่สอดคล้องกัน และเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับรายการจึงใช้วิธีการอ้างพยาน (Testimonial) ด้วยบทสัมภาษณ์บุคคล โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นตัวแทนผู้ที่เคยได้รับประโยชน์จากโครงการนั้นๆ มายืนยันข้อเท็จจริง และมีบทสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนรับผิดชอบในโครงการมาสอบถามความคิดเห็น ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างบทสัมภาษณ์จากบทโทรทัศน์ตอน “ขยายผลธนาคารอาหารชุมชนที่บ้านรวมไทย”

นายประดิษฐ์ พึ่งจาบ (ผู้ช่วยเกษตรกรจังหวัดแม่ฮ่องสอน) “เราก็ขยายผลไปอีก 3 จุด ที่บ้านห้วยมะเขือส้ม บ้านลมไทย อีกส่วนหนึ่งก็ขยายไปที่อำเภอแม่ลาน้อย ก็จะขยายผลในรูปแบบเดียวกันนี้ และคงจะขยายไปสู่จังหวัดอื่นๆ อีกเป็นนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้วย”

นายปาละ (เกษตรกรหมู่บ้านรวมไทย) “สมัยก่อนอยู่ที่นี้ก็ทุกข์มากไม่มีอะไรเลย ข้าวก็ไม่มีกิน เกษตรกรก็มาช่วยปลูกต้นไม้ต่างๆ ประมงก็มาช่วยให้ความรู้ ทุกอย่างดีขึ้นทันตาเห็น”

17. รายการ “พบหมอศิริราช”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการแสดงความห่วงใยสุขภาพอนามัยและชีวิตของประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าวบริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด เป็นผู้ผลิตรายการและได้รับความร่วมมือจากฝ่ายประชาสัมพันธ์คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลศิริราชเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อนำมาเป็นเนื้อหาของรายการ

เนื้อหา ลักษณะของเนื้อหาทั้ง 8 ตอน ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจึงเป็นการให้ความรู้เรื่องโรคภัยไข้เจ็บกล่าวถึงสาเหตุ อาการและแนะนำวิธีการรักษา ซึ่งหากเป็นโรคหรืออาการที่ไม่ร้ายแรงผู้ป่วยสามารถแก้ไขได้ด้วยตนเองหรือปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์ ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “เส้นเลือดขาดในหญิง”

ผศ. นพ.เจนียน เรื่องเศรษฐกิจ (ภาควิชาศัลยศาสตร์) “เส้นเลือดขาดเกิดจากสาเหตุหลายประการ อาทิ โครงสร้างผนังหลอดเลือดดำอ่อนแอ หรือพันธุกรรมก็ได้”

ผศ. นพ.เจนียน “การดูแลตัวเองของผู้ป่วยเส้นเลือดขาด สามารถทำได้ด้วยการใส่ถุงเท้าพิเศษ การออกกำลังกาย การยกขาสูงในบางโอกาสซึ่งจะช่วยลดอาการของผู้ป่วย ซึ่งสามารถทำให้ผู้ป่วยเส้น

เลือดขอตนเองได้”

ผศ. นพ. ประยุทธ์ ตันสุริยวงษ์ “สำหรับโรคเส้นเลือดขอตนั้น เป็นโรคที่คุณผู้หญิงไม่ต้องกังวลมากมายนะครับ โดยเฉพาะถ้ายังไม่เกิดภาวะแทรกซ้อนขึ้นถ้าหากคุณคำนึงถึงความสวยงามก็ควรจะไปปรึกษาแพทย์นะครับ”

วิธีการนำเสนอ การเผยแพร่ความรู้เรื่องการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานในลักษณะการให้ความรู้ที่เป็นวิชาการทางแพทย์ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในเนื้อหารายการและเป็นการยืนยันข้อมูลที่เป็นจริง รายการ “พบหมอศิริราช” จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรเป็นแพทย์ประจำคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชมาดำเนินรายการ และมีบทสัมภาษณ์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะโรคจากโรงพยาบาลศิริราชเป็นผู้อธิบายและให้ข้อมูลกับผู้ชม แสดงให้เห็นว่าแพทย์ของโรงพยาบาลเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ และด้วยลักษณะเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานจึงมีส่วนเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับผู้ชม เป็นเนื้อหาที่ต้องนำไปสู่การหาคำตอบเพื่อให้ผู้ชมนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน จึงเป็นรายการที่สามารถจูงใจผู้ชมให้ติดตามรายการได้อย่างต่อเนื่อง

18. รายการ “จอมชนกับคนรักแมว”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ให้ความรู้แก่ผู้เลี้ยงแมวและบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์วิสกัส

เนื้อหา เป็นการแนะนำวิธีการเลี้ยงแมวโดยทั่วไปอย่างถูกต้อง และลักษณะเนื้อหาบางตอน เช่น ตอน “การให้อาหารลูกแมว” และ “อาหารลูกแมวเหมียว” เป็นต้น ยังเป็นการแนะนำวิธีการให้อาหารลูกแมวว่า ควรเป็นอาหารชนิดเม็ด พร้อมทั้งบอกสรรพคุณของอาหารเม็ดชนิดนี้

ด้วยจุดมุ่งหมายที่ต้องการโฆษณาผลิตภัณฑ์วิสกัสพร้อมกับการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์วิสกัสซึ่งเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ได้แก่ แมว บริษัทเอฟเฟมฟูด ประเทศไทย จำกัด เป็นองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร จึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาและให้ข้อมูลเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตรายการ เพื่อเป็นการตอบสนองจุดมุ่งหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์วิสกัส ลักษณะของเนื้อหาจึงเป็นการจูงใจโดยเลือกสรรพูดแต่สิ่งที่ดีและคุณประโยชน์ของสินค้า ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “อาหารลูกแมวเหมียว”

คำว่า “อาหารที่ให้ลูกแมวจึงต้องมีสารอาหารครบถ้วน รวมทั้งสารต้านอนุมูลอิสระตามธรรมชาติ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของลูกแมวในช่วงที่ยังอ่อนวัยและบอบบาง”

และการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะการให้คำแนะนำแก่ผู้เลี้ยงแมวอย่างถูกวิธี ยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “สัมผัสแห่งรัก”

คำว่า “เพื่อเป็นการแสดงความรักและกระตุ้นการไหลเวียนเลือดให้ดีขึ้น เขาจะรู้สึกผ่อนคลาย กล้ามเนื้อ เราควรนวดแขนและขาไปในทางเดียวกันซ้ำๆและเป็นจังหวะ นวดเท่าก่อน แล้วค่อยเลื่อนมาที่ ตัวและหัวของเขาจ๊ะ”

วิธีการนำเสนอ เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาสาระและความบันเทิงของเรื่องราว จึงมีวิธีการนำเสนอในรูปแบบละคร มีการสมมุติเหตุการณ์และตัวละคร โดยถ่ายทอดเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอผ่านตัวละคร ซึ่งการใช้วิธีการนำเสนอในรูปแบบนี้ทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น และได้รับความเพลิดเพลิน และเพื่อการโฆษณาสินค้ายังนำเสนอโดยใช้สินค้าเป็นจุดขาย ด้วยการใช้องค์กรที่วิสัฏสวางเป็นจุดเด่นประกอบฉากเพื่อต้องการเน้นคุณสมบัติของสินค้า โดยเฉพาะ พร้อมทั้งมีการระบุผู้โฆษณาและใช้สโลแกนของผลิตภัณฑ์ “วิสัฏสร้อยเดียวที่เหมือนวิตดีใจ” หรือ “วิสัฏสคุณค่าความอร่อยที่เหมือนวิตดีใจ” ไว้ในช่วงท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน เพื่อตอกย้ำผู้บริโภค

19. รายการ “หนูน้อยสมองใส สุขภาพดี”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ให้ความรู้และบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สโนว์แบรנד

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์นมสโนว์แบรนด์ ด้วยการให้ข้อมูลที่เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการโภชนาการของเด็ก โดยเฉพาะเรื่องปัญหาการขับถ่ายของเด็กซึ่งส่วนใหญ่แล้วสาเหตุมาจากการรับประทานนมผสม หรือไม่ได้ทานนมที่มีสารอาหารใกล้เคียงกับนมแม่

บริษัทสโนว์แบรนด์สยาม ประเทศไทย จำกัด องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “หนูน้อยสมองใสสุขภาพดี” มีจุดมุ่งหมายต้องการบอกสรรพคุณของสินค้าพร้อมกับการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของเด็กเล็ก เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายดังกล่าว องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตราย

การเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต เนื้อหาจึงเป็นการใช้เหตุผลในการจูงใจ ด้วยการนำคุณสมบัติเด่นของสินค้าบางประการ เช่น เป็นนมที่มีสารอาหารใกล้เคียงกับนมแม่มาเป็นรากฐานในการจูงใจ เป็นต้น จากการทำวิจัยได้ทำการศึกษาจากเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน มี 4 ตอน ที่อาศัยเหตุผลในการจูงใจ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “ทำอะไรให้ลูกถ่ายเอง”

ผศ. นพ. สรายุทธ สุภาพรณชาติ (แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านทารกแรกเกิดโรงพยาบาลรามาริบัติ) “อาการท้องผูกจะเกิดกับเด็กที่ทานนมผสม จึงให้ลูกดื่มน้ำมากๆ หรือเปลี่ยนมาใช้นมผงที่มีสารอาหารใกล้เคียงกับนมแม่มากที่สุดก็จะดีนะครับ”

และเพื่อต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของเด็กเล็ก ลักษณะเนื้อหาจึงเป็นการแนะนำวิธีการแก้ปัญหาทางโภชนาการที่เกิดขึ้นกับเด็กเล็ก ยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ ตอน “ลูกถ่ายเหลวจะทำอย่างไรดี”

ศาสตราจารย์เกียรติคุณวันดี วราวิทย์ (อาจารย์พิเศษ ภาควิชากุมารเวชศาสตร์โรงพยาบาลรามาริบัติ) “คุณพ่อ คุณแม่ ควรสังเกตพฤติกรรมของลูกว่า ลูกกินได้ไหม เล่นได้รึเปล่า และน้ำหนักขึ้นดีหรือไม่ และต้องสังเกตอุจจาระด้วยว่ามีมูกเลือดปนและมีกลิ่นเหม็นคาวไหม แสดงว่าผิดปกติ รีบไปปรึกษาแพทย์สาเหตุที่พบบ่อยคือเด็กอาจรับประทานอาหารที่ไม่ย่อยและดูดซึมไม่ได้ค่ะ”

วิธีการนำเสนอ ด้วยลักษณะเนื้อหาที่เป็นการใช้เหตุผลในการจูงใจด้วยการนำคุณสมบัติของสินค้ามาเป็นรากฐานในการจูงใจและการให้ความรู้เกี่ยวกับการโภชนาการของเด็กเล็ก จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการที่มีภาพลักษณ์เป็นมารดา ซึ่งสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ เป็นผู้เกริ่นนำเนื้อหาในตอนต้นของรายการและสรุปเนื้อหาตอนท้ายรายการ และยังใช้การนำเสนอด้วยวิธีการอ้างพยาน (Testimonial) ในลักษณะสัมภาษณ์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านทารกแรกเกิดและอาจารย์พิเศษภาควิชากุมารเวชศาสตร์ เพื่อเป็นการรับรองสินค้า นอกจากนี้จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่ามีการตอกย้ำผู้บริโภคด้วยการระบุผู้โฆษณาไว้ตอนท้ายของรายการพร้อมกับใช้สโลแกนของผลิตภัณฑ์ “สโนว์แบร์นดีร์รี่ซึ่งถึงก้าวแรกที่สำคัญ”

20. รายการ “ห้องที่สวยที่สุด”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ **ให้ความรู้และแนะนำเครื่องสุขภัณฑ์** เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้สุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด

เนื้อหา เนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลที่เป็นการแนะนำวิธีการตกแต่งห้องน้ำในสไตล์ต่างๆ ด้วยสุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด เป็นการให้คำแนะนำโดยมีขั้นตอนการในการตกแต่งห้องน้ำในสไตล์ต่างๆ เช่น การตกแต่งห้องน้ำสไตล์โรแมนติก การตกแต่งห้องน้ำสไตล์ธรรมชาติ การตกแต่งห้องน้ำสไตล์กราฟิก เป็นต้นตลอดจนวิธีการดูแลรักษาสุขภัณฑ์

เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคหันมาใช้สุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด บริษัทอเมริกันสแตนดาร์ด จำกัดมหาชน เป็นองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาและให้ข้อมูลแก่ผู้ผลิตรายการ เพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ เนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาล้วนมีลักษณะจูงใจให้ผู้ชมคล้อยตามด้วยการแนะนำจุดเด่นบางประการของสุขภัณฑ์นี้ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “การดูแลสุขภัณฑ์ให้ห้องโปรด”

คุณวรรณา บุลสุข (มัณฑนากร) “ถ้าคุณเลือกสุขภัณฑ์แบบหรูแต่สไตล์เรียบง่ายจะทำความสะอาดได้ง่าย การเลือกอ่างอาบน้ำและการเลือกอ่างล้างหน้าคล้ายๆ กับการเลือกโถสุขภัณฑ์ถ้าลึกและมีขอบกันการกระเซ็นจะง่ายต่อการรักษาละ”

ประกาศิต “ยิ่งเป็นห้องน้ำที่มีแสงและช่องระบายอากาศด้วยแล้ว ยิ่งดูแลสุขภัณฑ์ได้ง่ายเพราะสุขภัณฑ์จะแห้งเอง เหมาะกับคนที่รักห้องน้ำแต่ไม่รักการทำทำความสะอาดเลย”

วิธีการนำเสนอ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ชมคล้อยตามและให้หันมาใช้เครื่องสุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด รายการ “ห้องที่สวยที่สุด” จึงมีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการเป็นผู้เกริ่นนำและกล่าวปิดท้ายรายการ และเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือใช้วิธีการสัมภาษณ์มัณฑนากรเป็นผู้ให้ข้อมูลกับผู้ชม นอกจากนี้ยังนำเสนอด้วยภาพสุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ดในสภาพเป็นจริง เพื่อให้เห็นว่าสุขภัณฑ์นั้นๆ ทำให้ห้องน้ำสวยขึ้น ใช้งานได้ดีขึ้น รวมทั้งเห็นความหลากหลายในการใช้ผลิตภัณฑ์และมีการระบุชื่อผู้โฆษณาไว้ในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน เพื่อตอกย้ำผู้บริโภค

21. รายการ “เคล็ดลับเพื่อผ้าสวย”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ให้ความรู้และแนะนำให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์

เนื้อหา เนื้อหาของรายการให้ข้อมูลที่เป็นการแนะนำวิธีการขจัดคราบสกปรกบนผ้าทั้งผ้าที่มีสีขาวและผ้าสี รวมทั้งแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์

บริษัทคาโอคอมเมอเซียลประเทศไทย จำกัด มีจุดมุ่งหมายเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์ผ่านรายการสารคดีสั้น “เคล็ดลับเพื่อผ้าสวย” ด้วยการแนะนำการทำความสะอาดผ้าแต่ละชนิดอย่างถูกวิธีโดยใช้ผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์ องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้กำหนดเนื้อหาและข้อมูลเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตโดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปและกลุ่มแม่บ้าน ลักษณะเนื้อหาทั้ง 8 ตอนเป็นการยกปัญหาการขจัดคราบสกปรกบนผ้าทุกชนิด และเสนอวิธีการแก้ปัญหาด้วยการชี้แนะว่าแก้ได้ด้วยผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์ ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาบทโทรทัศน์ตอน “ลบคราบโคลบนชุดสวย”

ขวัญฤดี “ไม่ได้ใช้ผงซักขจัดคราบอย่างที่ขวัญบอกใช้ใหม่ จำเอาไว้ละหนึ่ง ผ้าสีเวลาซักผ้าต้องใช้ผงซักขจัดคราบร่วมกับผงซักฟอก แล้วก็ใส่ลงไปในห้องผงซักฟอก ตั้งโปรแกรมซักตามปกติ คราบต่างๆ ก็จะหายไป แล้วเสื้อก็จะสะอาดน่าใส่กว่านี้รู้มั๊ย”

วิธีการนำเสนอ ผู้ผลิตตั้งใจให้ผู้บริโภคให้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์ ด้วยการใช่วิธีการนำเสนอในรูปแบบละครสั้นเพื่อเอาใจกลุ่มแม่บ้าน ได้นำดารามีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์แม่บ้านเพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์มาแสดงนำด้วยการสาธิต (Demonstration) วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ประกอบคำอธิบายของตัวละคร และเพื่อให้ผู้ชมติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง จึงใช้คำกล่าวเชิญชวนผู้ชมทางบ้านด้วยเสียงบรรยายให้ส่งเคล็ดลับการดูแลรักษาผ้าเพื่อรับของรางวัลจากทางรายการ พร้อมทั้งระบุชื่อผู้โฆษณาไว้ท้ายรายการทั้ง 8 ตอน เพื่อตอกย้ำผู้บริโภค

22. รายการ “อัศจรรย์บันทึกลงโลก”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ให้ความรู้และจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้กล้องโซนี่ แชนดิแคมด้วยการบอกสรรพคุณของกล้องชนิดนี้

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่การใช้งานและคุณลักษณะพิเศษของกล้องชนิดนี้ แชนดิแคม เช่น ฟังก์ชัน แบล็ก โมเสส over lap night shot ปุ่มที่ใช้สำหรับตั้งวัตถุใกล้และไกล การบันทึกภาพลงในแผ่น memory stick การซูมภาพทั้งแบบ digital และ optical เป็นต้น รวมทั้งอุปกรณ์เสริมที่ใช้คู่กับกล้องชนิดนี้ เช่น filter ที่ช่วยกรองแสง เลนส์ไวต์ และเลนส์เทเลช่วยตั้งวัตถุใกล้และไกลให้มีความคมชัด เป็นต้น

บริษัทโซนี่ประเทศไทย จำกัด เป็นผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้น "อัจฉริยะบันทึกโลก" มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการบอกสรรพคุณของกล้องชนิดนี้ แชนดิแคม ผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาให้ผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์รายการให้ เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย เนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์กล้องชนิดนี้ แชนดิแคม ลักษณะเนื้อหาของรายการจึงเป็นการจูงใจด้วยการ เลือกกกล่าวถึงจุดดี จุดเด่นและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์กล้องชนิดนี้ แชนดิแคม ยกตัวอย่าง เนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน "ระบบการซูมภาพ"

ธีรพงศ์ เหลียววงศ์ "ถ้าคุณต้องการถ่ายภาพระยะไกลๆให้ดูใกล้ขึ้นคุณผู้ชมสามารถใช้การซูมภาพที่มีอยู่ในกล้องวิดีโอได้อย่างง่ายดายนะครับ เพียงแค่สัมผัสปุ่ม t ที่ตั้งวัตถุไกลๆให้เข้ามาใกล้ๆ และสัมผัสปุ่ม w ที่ต้องการให้วัตถุใกล้ๆไปไกลๆ ในขณะที่ซูมภาพควรทำอย่างช้าๆนะครับ เพื่อให้ภาพดูนุ่มนวลและไม่พรวดพราดเกินไป แต่ก็ไม่ควรดึงซูมบ่อยเกินไป เพราะจะทำให้ภาพนั้นไม่มีจุดเน้นที่แน่นอน การซูมภาพในขณะที่ใช้กล้องวิดีโอจะช่วยให้คุณใช้กล้องวิดีโอได้สนุกและน่าสนใจมากขึ้น ไม่ใช่ลองดูสิครับ"

วิธีการนำเสนอ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในรายการและเพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการ โดยการใช้ช่วงภาพที่มีชื่อเสียงเชี่ยวชาญด้านการถ่ายภาพมาเป็นผู้อธิบายหรือกล่าวสนับสนุนผลิตภัณฑ์ และใช้วิธีการสาธิต (Demonstration) แนะนำวิธีการใช้กล้องกับผู้ชมอย่างถูกวิธี ให้ผู้ชมเกิดความมั่นใจในการใช้กล้องอย่างมืออาชีพ พร้อมทั้งการระบุชื่อผู้โฆษณาไว้ตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน เพื่อต่อยกย่องผู้บริโภค

23. รายการ "คลินิกผิวสวย"

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพผิวพรรณแล้ว ยังเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ยูเชอรินด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการแนะนำวิธีการดูแลผิวด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ยูเซอริน เช่น ครีมกันแดด รวมทั้งประโยชน์ของสารประกอบในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชนิดนี้ เช่น เรตินอล และ Follicle เป็นต้น นอกจากนี้เนื้อหาของรายการยังกล่าวถึงสรรพคุณและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชนิดนี้ ได้แก่ เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้มีแนวโน้มเป็นสิวง่าย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากความมัน เร่งการผลิตเปลี่ยนเซลล์ช่วยลดเชื้อแบคทีเรียในรูขุมขน ได้ให้ความชุ่มชื้นกับผิว และชะลอริ้วรอย

เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ยูเซอรินและเพื่อต้องการให้มีความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผิว บริษัทไบเออร์สตอฟ ประเทศไทย จำกัด เป็นผู้ต้องการทำการสื่อสารถึงจุดมุ่งหมายดังกล่าวผ่านรายการ "คลินิกผิวสวย" ผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาและให้ข้อมูลแก่ผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์รายการเพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้หญิงทุกวัย เพื่อเป็นการตอบสนองจุดมุ่งหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยูเซอริน ลักษณะของเนื้อหาจึงเป็นการอาศัยเหตุผลในการจูงใจ โดยเอาคุณสมบัติบางประการของสินค้ามากล่าวถึงเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมาย เช่น สารเรตินอลเป็นวิตามินเอบริสุทธิ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อลดริ้วรอยลึกแห่งวัย เป็นต้น ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน "เรตินอล อ่อนโยนต่อผิว"

ดวงใจ หทัยกาญจน์ "พูดถึงอายุที่มากขึ้น ริ้วรอยต่างๆก็ตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การดูแลรักษาผิวพรรณจึงเป็นเรื่องที่ต้องใส่ใจ เพราะเมื่อผิวมีอายุเพิ่มขึ้น มันก็จะอ่อนแอด้วย โดยทั่วไปจะดูแลผิวโดย... (ตอบตามจริง) และที่ลืมไม่ได้ก็คือ ต้องบำรุงผิวหน้าด้วยผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ที่มีส่วนผสมของเรตินอล เพราะว่าใช้แล้วได้ผลดี ไม่แพ้ รู้สึกถึงผิวหน้าที่กระชับกว่าเมื่อก่อนและริ้วรอยก็จางลงด้วย"

และการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะการให้ความรู้พร้อมกับคำแนะนำเรื่องสุขภาพผิวแก่ผู้ชม ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาในตอน "ริ้วรอยแห่งวัยเกิดขึ้นได้อย่างไร"

พญ.เพ็ญพรรณ วัฒนไกร (แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง) "โดยปกติผิวหนังจะมีเส้นใยที่สำคัญ 2 ชนิด คือ เส้นใยอิลาสตินและเส้นใยคอลลาเจน จะทำให้ผิวเราเรียบ เต่งตึงและมีความยืดหยุ่นดี เมื่ออายุมากขึ้น มากกว่า 35 ปีขึ้นไป การสร้างเส้นใยทั้ง 2 จะลดลง นอกจากนี้ยังถูกทำลายไปจากสาเหตุภายนอกเช่น แสงแดด เราจะป้องกันได้อย่างไร อันดับแรกคือหลีกเลี่ยงแสงแดด ทานอาหารที่มีประโยชน์ พวกผักหรือผลไม้ ช่วยสร้างคอลลาเจน เส้นใยอิลาสติน ลดริ้วรอยได้ค่ะ"

วิธีการนำเสนอ เพื่อต้องการโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้วยการแนะนำวิธีการดูแลสุขภาพผิวแก่ผู้หญิงทุกวัย รายการ “คลินิกผิวสวย” จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรเป็นดาราที่มีชื่อเสียงและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เป็นผู้เกริ่นนำเข้าสู่เรื่องที่น่าเสนอและกล่าวสรุปตอนท้ายของรายการ และใช้วิธีการอ้างอิง (Testimonial) ด้วยการสัมภาษณ์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังและการใช้ดาราหญิงที่มีชื่อเสียงทุกวัยที่ใช้สินค้าแล้วมาเป็นผู้กล่าวรับรองสินค้าพร้อมกับภาพสาธิต (Demonstration) วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ประกอบคำบรรยาย ยกตัวอย่างบทสัมภาษณ์จากตอน “สิ่ว ใครว่าน่ากลัว”

คลอเดีย และซอณาผู้หญิงปีบผลิตภัณฑ์ลงบนฝ่ามือ ทาลงบนใบหน้า คลอเดีย “แต่ตอนนี้หมดห่วงแล้วเหมือนมีคนรู้ใจว่าเรามีผิวแพ้ง่าย มีผลิตภัณฑ์ช่วยคนที่มีความไวเป็นสิ่วง่าย หายเป็นสิ่ว และล้างหน้าได้อย่างหมดจดขึ้นคะ”

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า รายการ “คลินิกผิวสวย” ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษามีการระบุชื่อผู้โฆษณาและใช้สโลแกน “เพื่อผิวสวยของผู้หญิงทุกวัยโดยยูเซอริน” iva ทั้ง 8 ตอน เพื่อเป็นการตอกย้ำผู้บริโภค

24. รายการ “เพิ่มเสน่ห์ผ้า แต้มเสน่ห์คุณ”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ให้ความรู้และสนใจผู้บริโภคให้หันมาใช้ผงซักฟอกเป่าด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการแนะนำเรื่องการแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของผู้หญิง และการเลือกใช้ผ้าแต่ละชนิด ได้แก่ การแนะนำผ้าพันคอมาเป็นเครื่องประดับ และยังแนะนำวิธีการซักผ้าแต่ละชนิด รวมทั้งการจัดรอยเปื้อน เช่น รอยเปื้อนจากเลือดกำเดา และน้ำยาเปลี่ยนสีผม เป็นต้น

ผู้ต้องการทำการสื่อสารได้แสดงจุดมุ่งหมาย คือ ต้องการให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์เป่าและให้ความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงบริษัทสหพัฒน์พินูล จำกัด เป็นผู้กำหนดจุดมุ่งหมายจึงได้ให้ข้อมูลแก่ผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มแม่บ้านและประชาชนทั่วไป เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะแนะนำสุขภาพสตรีเรื่องการแต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ผู้วิจัยของยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “ผ้าพันคอ”

พิธีกร “คุณผู้ชมทราบไหมคะว่า ผ้าพันคอก็เป็นเครื่องประดับอย่างหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มสีสัน ทำให้การแต่งตัวของคุณดูเท่และก็ทันสมัยมากขึ้นค่ะ โดยส่วนใหญ่เราก็มักนำมาผูกคอ หรือว่าโพกศีรษะ หรือว่านำมาคาดเอวแทนเข็มขัดได้ด้วยนะคะ”

และเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาล้วนสอดแทรกการจูงใจผู้ชมให้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์เปา ด้วยการแนะนำวิธีการทำความสะอาดผ้าและกล่าวถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผ้าชนิดนี้ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ในตอน “ผ้าพันคอ”

พิธีกร “ผ้าพันคอส่วนใหญ่มักทำมาจากผ้าฝ้ายนะคะ เพราะฉะนั้นวิธีดูแลผ้าชนิดนี้ค่ะ ให้คุณซักด้วยมือ ถ้ามีรอยเปื้อนก็ให้นำมาแช่ในผงซักฟอกที่มีส่วนผสมของน้ำยาปรับผ้านุ่ม แช่ไว้สัก 5 นาทีค่ะ แล้วค่อยซักต่อไป”

วิธีการนำเสนอ เพื่อแนะนำวิธีการการแต่งกายสำหรับสุภาพสตรีและเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่จูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์เปา เพื่อกล่าวสนับสนุนผลิตภัณฑ์และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ชมรายการ “เพิ่มเสน่ห์ผ้า แต่งเสน่ห์คุณ” จึงใช้พิธีกรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้า (Designer) คุณกัลยา ภูธนกิจ และคุณจิตติมา วรรัตนะสิน เป็นผู้ดำเนินรายการ และนำเสนอด้วยการใช้สินค้าเป็นจุดขายโดยการนำผลิตภัณฑ์เปามาวางเป็นอุปกรณ์ประกอบฉากพร้อมกับผ้าแต่ละชนิดในเนื้อหาที่มีการกล่าวถึงวิธีการทำความสะอาดผ้าเพื่อต้องการเน้นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะพร้อมกับภาพแสดงการสาธิต (Demonstration) ประกอบคำอธิบาย ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “เลือดกำเดาเปื้อนเสื้อ” ที่แสดงภาพการโรยผงซักฟอกลงบนเสื้อสีขาว จากนั้นเป็นภาพเสื้อสีขาวถูกซักและแช่ไว้ในน้ำ พร้อมกับเสียงบรรยายว่า “เพียงแค่วีโรยผงซักฟอกลงบนรอยเปื้อนนะคะ แล้วขยี้ลงในผงซักฟอกที่มีประสิทธิภาพในการขจัดคราบ ทั้งใช้ประมาณ 1-2 ชั่วโมงและซักตามปกติ แค่นี้คราบเลือดกำเดาก็หมดไปแล้วละคะ”

และเพื่อต่อยังผู้บริโภค มีการนำเสนอด้วยการระบุผู้อุปถัมภ์หรือผู้สนับสนุนไว้ในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน

25. รายการ “เรื่อนำรู้ คู่สุขภาพ”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการให้ความรู้และจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้ข้อมูลที่เป็นการแนะนำวิธีการดูแลปกป้องผิว ด้วยครีมถนอมผิว sebamed เป็นครีมกันแดดที่สามารถกันน้ำได้ มีค่า SPF ตั้งแต่ระดับ 20 ขึ้นไป เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิว ทำให้ผิวเนียนเรียบนุ่มชุ่มชื้น นอกจากนี้ลักษณะของเนื้อหายังเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ครีมถนอมผิว sebamed ที่มีค่า PH 5.5 และการแนะนำวิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุกับเด็กเล็ก เช่น อาการหัวโน ด้วยการบอกวิธีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Reparil –Gel เป็นยาทาภายนอกที่ใช้แก้อาการบวมและฟกช้ำ

บริษัทอุยเฮงอิมพอร์ต จำกัด มีจุดมุ่งหมายต้องการโฆษณาครีมบำรุงผิว sebamed และยาทาภายนอก Reparil – Gel พร้อมกับแนะนำการดูแลสุขภาพผิวพรรณพร้อมทั้งแนะนำแนวทางในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุกับเด็กเล็กโดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้หญิงที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพอนามัย เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว ผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหาและให้ข้อมูลแก่ผู้ผลิตรายการเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะแนะนำวิธีการดูแลผิวพรรณสำหรับทุกคนในครอบครัวและผิวอ่อนโยนของทารกด้วยผลิตภัณฑ์ sebamed ยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “ถนอมผิวก่อนออกแดด”

พิธีกร “วันนี้เราลองมาฟังเคล็ดลับการดูแลผิวของคุณตัก บริบูรณ์ จันทร์เรือง ในวันที่เขาต้องเล่นกีฬาทางน้ำค่ะ”

ตัก “ผมจะทำ sun cream ก่อนลงเล่นครึ่งชั่วโมง เพื่อที่จะให้เนื้อครีมซึมซาบเข้าสู่ผิวก่อนจะเจอกับแสงแดดแรงๆ และครีมกันแดดที่ผมใช้ก็จะเป็นครีมกันน้ำได้ด้วย”

และจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน พบว่า ลักษณะเนื้อหาของลักษณะจูงใจผู้ชมโดยอาศัยเหตุผลในการจูงใจด้วยการบอกสรรพคุณหรือเน้นคุณสมบัติบางประการของสินค้ามาเป็นรากฐานในการจูงใจ คือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่มีค่า PH 5.5 ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “ถนอมผิวก่อนออกแดด”

พิธีกร “ป้องกันผิวก่อนออกแดดด้วยครีมกันแดดที่มีค่า PH5.5 เพื่อผิวคุณจะได้ไม่หมองคล้ำค่ะ”

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ผู้ต้องการทำการสื่อสารต้องการสื่อให้ผู้ชมรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผิวอ่อนโยนของทารกอีกด้วย เนื้อหาของรายการจึงมีลักษณะแนะนำวิธีการดูแลผิวแก่กลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะพร้อมทั้งอาศัยเหตุผลในการจูงใจด้วยการเน้นคุณสมบัติ

คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีค่า PH 5.5 มาเป็นรากฐานในการจูงใจ ยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “ผืนผ้าอ้อม”

พิธีกร “วันนี้คุณส้ม ชนากานต์ ก็มีเคล็ดลับบรรเทาอาการผื่นลูกน้อยมาฝากให้ด้วยค่ะ”

ชนากานต์ “เวลาที่ผ้าอ้อมเปียกขึ้นนะคะ ถ้าปล่อยให้ไว้นานๆก็จะเป็นผื่นที่ขาได้ ส้มก็ต้องพาไปอาบน้ำด้วยสบู่อ่อนๆ แล้วก็เช็ดตัวเขาให้แห้งแล้วใช้ครีมลดอาการระคายเคืองทำให้เขานะคะ แล้วก็เปลี่ยนผ้าอ้อมใหม่ให้ แค่นี้เขาก็จะรู้สึกสบายตัวแล้วก็อารมณ์ดีค่ะ”

พิธีกร “ดูแลทำความสะอาดผิวลูกน้อยด้วยผลิตภัณฑ์สูตรอ่อนละมุนที่มีค่า PH 5.5 ที่ปราศจากสารสเตรอยด์เพื่อผิวบอบบางของลูกน้อยนะคะ”

และเพื่อต้องการจูงใจให้ผู้ชมหันมาใช้ยาทาภายนอก Reparil – Gel ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุกับเด็กเล็กในบ้าน ผู้วิจัยยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “เมื่อลูกน้อยหัวโน” และ ตอน “การปฐมพยาบาลเบื้องต้นอาการหัวโน”

(บทโทรทัศน์ตอน “เมื่อลูกน้อยหัวโน”)

ม.ล.สรลาลี “เมื่อน้องหัวโนนะคะ น้ำผึ้งก็จะรีบปฐมพยาบาล โดยที่เอาผ้าเย็นมาประคบบริเวณที่หัวโน แล้วใช้ยาทาภายนอกชนิดเจลทา ก็จะช่วยลดอาการฟกช้ำของลูกได้ค่ะ”

(บทโทรทัศน์ตอน “การปฐมพยาบาลเบื้องต้นอาการหัวโน”)

พญ.เปรมฤดี โปตะวณิช (กุมารแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพ) “อาการหัวโน เป็นอาการที่พบบ่อยในเด็ก เราจะใช้วิธีการรักษาเบื้องต้นโดยใช้ความเย็นประคบ อาจใช้ผ้าเย็นหรือน้ำแข็งห่อผ้าประคบบริเวณนั้นเพื่อลดอาการอักเสบและเป็นการห้ามเลือด หลังจากนั้นแล้วให้ใช้ยาทาภายนอกเพื่อลดการอักเสบและลดการฟกช้ำ ดำเขียว ทาวันละ 2 ครั้ง เช้า เย็น อาการหัวโนก็จะค่อยๆดีขึ้น”

วิธีการนำเสนอ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ชมหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จึงแนะนำวิธีการดูแลผิวพรรณและแนะนำวิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น รายการ “เรื่องน่ารู้ คู่สุขภาพ” มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรเป็นดาราหญิงที่มีชื่อเสียงและผิวพรรณสวย คุณมยุรา เสวตศิลา มาดำเนินรายการ และเนื่องจากเป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพผิวพรรณจึงใช้การนำเสนอด้วยการอ้างพยาน (Testimonail) ใช้การสัมภาษณ์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังและกุมารแพทย์รวมทั้งดาราที่ใช้ผลิตภัณฑ์มาพูดรับรองสินค้าและยืนยันคุณภาพพร้อมทั้งภาพการสาธิต (Demonstration) ประกอบคำอธิบาย และเพื่อให้ผู้ชมเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้ามีการ

นำเสนอด้วยการระบุผู้อุปถัมภ์หรือผู้สนับสนุนไว้ในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน เพื่อต่อยก
 ย่าผู้บริโภค

26. รายการ “พ่อแม่มือใหม่ ปี 2”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการให้ความรู้
 และบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์รวมทั้งแนะนำให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์นมผงตราหมี ฟรีไบ
 โอวัน

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการแนะนำเรื่องปัญหาสุขภาพของเด็กวัย 1 –3 ขวบ
 ให้แก่พ่อแม่ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการของเด็ก เช่น พัฒนาการด้านอารมณ์
 สมอง และกระบวนการเรียนรู้ เป็นต้น เนื้อหาของรายการยังได้ชี้แนะการแก้ไขปัญหาสุขภาพ
 ของเด็กวัย 1-3 ขวบ ด้วยการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์นมผงตราหมี ฟรีไบโอวัน เป็นนมที่มี
 ส่วนผสมของน้ำผึ้งแท้จากธรรมชาติ และมีส่วนผสมของสารฟรีไบโอติก อะลิโคฟรุกโตส ซึ่ง
 เป็นส่วนผสมของใยอาหารจากธรรมชาติ ทำให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น ช่วยแก้อาการเจ็บคอและ
 ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติอร่อย

บริษัทเนสเล่ ประเทศไทย จำกัด ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “พ่อแม่มือ
 ใหม่ ปี 2” มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการบอกสรรพคุณและแนะนำให้ผู้บริโภคหันมาใช้นมผงตรา
 หมี ฟรีไบโอวัน เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายดังกล่าว ผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้
 วางกรอบของเนื้อหาและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตรายการเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต
 เนื้อหาของรายการตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาทั้ง 8 ตอน มีลักษณะเป็นการจูงใจด้วยการแนะนำให้
 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พ่อ แม่ที่มีลูกวัย 1 – 3 ขวบ ให้บริโภคนมตราหมี ฟรีไบโอวันเป็นประจำ
 โดยอาศัยเหตุผลในการจูงใจในลักษณะการนำประโยชน์ของน้ำผึ้งซึ่งเป็นส่วนประกอบในนม
 ชนิดนี้มาเป็นรากฐานในการจูงใจ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “สมอง
 แจ่มใสได้ด้วยน้ำผึ้ง”

ทรงวิทย์ “น้องเบนซ์เป็นเด็กที่เลี้ยงง่ายนะครับและร่าเริง แต่ก็จะมีข้อเสียหน่อย เพราะฉะนั้นก็
 จะให้น้องเบนซ์ดื่มน้ำแล้วก็ผสมน้ำผึ้ง หรือถ้าเป็นนมก็จะผสมน้ำผึ้งนิดหน่อย เพราะน้ำผึ้งมีสารอาหาร
 มากมายและมีคุณค่าต่อร่างกายโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อสมองทำให้เด็กฉลาด และขณะเดียวกันน้องเบนซ์ก็
 จะร่าเริงแจ่มใสทั้งวัน”

พิธีกร “ในน้ำผึ้งมีสารอาหารที่มีประโยชน์มากมายนะคะ ดังนั้นการที่ให้ลูกดื่มนมผสมน้ำผึ้ง

สม่ำเสมอ จะช่วยทำให้สมองของลูกแจ่มใสและมีพัฒนาการที่ดีด้วยนะคะ”

วิธีการนำเสนอ ด้วยลักษณะเนื้อหาที่เป็นการจูงใจให้พ่อและแม่ที่มีลูกวัย 1 – 3 ขวบบริโภคนมตราหมี พร๊อบโอวันเป็นประจำ จึงใช้วิธีการนำเสนอด้วยพิธีกรที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์เป็นมารดาสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ม.ล.สราลี จิราธิวัฒน์ เป็นผู้เกริ่นนำเนื้อหาในตอนต้นของรายการและสรุปเนื้อหาตอนท้ายรายการ และใช้วิธีการอ้างอิง (Testimonial) โดยการสัมภาษณ์ครอบครัวดาราดาราและพ่อ แม่ที่มีลูกวัย 1 – 3 ขวบมาพูดรับรองสินค้า และตามที่มีผู้วิจัยได้ศึกษารายการทั้ง 8 ตอน พบว่า มี 6 ตอนที่ใช้วิธีการสาธิต (Demonstration) ด้วยภาพการผสมนมผงตราหมี พร๊อบโอวัน ประกอบคำอธิบาย นอกจากนี้ เพื่อเป็นการต่อยอดจากผู้ชมรายการ จึงนำเสนอด้วยการระบุผู้อุปถัมภ์หรือผู้สนับสนุนไว้ในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน และใช้สโลแกน “นมผงตราหมี พร๊อบโอวัน รสน้ำผึ้งจากเนสเล่ นมที่คุณแม่ทั่วโลกวางใจ”

27. รายการ “ครอบครัวแห่งรัก”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการสะท้อนความดีของบริษัทในฐานะผู้ห่วงใยสังคมเพื่อลดความรู้สึกในเชิงลบ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาประชาชน

เนื้อหา เป็นการเผยแพร่ความสำคัญของสถาบันครอบครัว โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว พ่อ แม่ ลูก กิจกรรมภายในครอบครัว การอบรมเลี้ยงดู รวมทั้งลักษณะเนื้อหาที่เน้นการให้ข้อคิดแก่เยาวชนให้เห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว และการทำความดีเพื่อพ่อและแม่ เนื้อหาเหล่านี้ถ่ายทอดผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม รวมทั้งคนในครอบครัวเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนทั่วไป

บริษัทรีเจนท์ บริษัทไทย จำกัด ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “ครอบครัวแห่งรัก” มีจุดมุ่งหมายให้สารคดีสั้นนี้สนับสนุนนโยบายของบริษัทในด้านการส่งเสริมสังคม เพื่อให้เห็นว่าผู้ต้องการทำการสื่อสารใส่ใจและห่วงใยสังคม ต้องการสร้างจิตสำนึกให้เห็นเรื่องความสำคัญของสถาบันครอบครัว ในขณะเดียวกันเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร องค์กร ผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้วางกรอบเนื้อหาให้เป็นไปตามนโยบายขององค์กร และผู้ผลิตรายการเป็นผู้ดำเนินการในเรื่องกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามแนวเจตนารมณ์ขององค์กร ผู้ต้องการทำการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมให้กลุ่มเป้าหมาย คือ เยาวชนและ

ประชาชนทั่วไปหันมาเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว เนื้อหาของรายการจึงชูประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวที่ทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งมีลักษณะเนื้อหาที่เน้นการให้ข้อคิดแก่เยาวชนในเรื่องสถาบันครอบครัว ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า เนื้อหาได้มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์แต่ประการใด แต่เนื้อหาในแต่ละตอนกลับสะท้อนถึงเจตนารมณ์ของผู้ต้องการทำการสื่อสารที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ต่อสาธารณชนว่ามีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “ครอบครัวคุณจีรนนท์ มโนแจ่ม” และตอน “ครอบครัวคุณนันทวัฒน์ อาศิรพจนกุล”

จีรนนท์ “ผู้ย่อยากจะฝากน้องๆ เยาวชน และท่านผู้ชมนะคะ ให้หันมาเอาใจใส่ให้ความรักกับครอบครัว เพราะผู้คิดว่า ความรัก ความเข้าใจในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะทุกวันนี้ที่ผู้ยังมีกำลังใจ และใช้ชีวิตอย่างมีความสุขก็เพราะความรัก ความเข้าใจกันและความเอาใจใส่กันในครอบครัวคะ”

นันทวัฒน์ “ดังนั้นผมคิดว่าอยากจะให้เยาวชนลองหันมาสนใจครอบครัวของตนเองเยอะๆนะครับ เราก็สามารถเป็นผู้ให้ได้โดยการตั้งใจเรียน และก็เชื่อฟังท่านนะครับ”

วิธีการนำเสนอ เพื่อให้ข้อคิดและเสนอแนะมุมมองใหม่แก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป รายการ “ครอบครัวแห่งรัก” มีวิธีการนำเสนอในลักษณะการสัมภาษณ์ เป็นการถ่ายทอดเนื้อหาผ่านดาราที่มีชื่อเสียงและสมาชิกในครอบครัวมาเป็นแบบอย่างเพื่อให้ผู้ชมยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติตน ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ครอบครัวคุณแม่ย์ เฟื่องอารมณ์”

คุณแม่แม่ย์ “อยากจะฝากถึงเยาวชนนะคะ ในปัจจุบันนี้คุณพ่อ คุณแม่ทั้งหลายช่วยกันดูแลครอบครัวให้ดีนะคะ ให้ความอบอุ่นให้มาก ช่วยกันดูแลเด็กๆให้รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์”

นอกจากนี้ ใช้ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นกิจกรรมของครอบครัวของดาราที่สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ และเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ที่ต้องการตอกย้ำความดีของบริษัทสู่สายตาประชาชน จึงนำเสนอด้วยการใช้สโลแกน “ครอบครัวอบอุ่น ลดปัญหาสังคมไทย ด้วยสำนึกดี สังคมดี บริษัทรีเจนซี่ บรันดีไทย จำกัด” ในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน

28. รายการ “ด้วยสำนึกดี ปี 3” (ชุดคุณค่าความเป็นไทย)

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการสะท้อนความดีของบริษัทในฐานะร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย เพื่อลดความรู้สึกในเชิงลบ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาประชาชน

เนื้อหา เป็นการเผยแพร่เรื่องการทำความดีให้กับสังคม และการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีไทย เช่น การใช้ภาษาไทย การใช้สินค้าไทย การเที่ยวเมืองไทย และการเล่นดนตรีไทย เป็นต้น

บริษัทรีเจนซี่ บรันดีไทย จำกัด นำเสนอสารคดีสั้น “ด้วยสำนึกดี ปี 3” (ชุดคุณค่าความเป็นไทย) เพื่อต้องการเผยแพร่นโยบายขององค์กร ต้องการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนชาวไทยและเยาวชนไทยเกิดจิตสำนึกที่ดี และหันมานิยมใช้ของไทยรวมทั้งการร่วมมือกันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ในขณะเดียวกันบริษัทรีเจนซี่ บรันดีไทย จำกัด ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรว่ามีความห่วงใยและใส่ใจสังคม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม องค์กรจึงเป็นผู้วางกรอบของเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่า เนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอนมิได้มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรแต่ประการใด แต่เป็นเนื้อหาที่มาสสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งมีลักษณะเนื้อหาที่ชูประเด็นเกี่ยวกับการเผยแพร่เรื่องราวการทำความดีให้กับสังคม เป็นการส่งเสริมและกระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปเกิดจิตสำนึกที่ดี และการร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทย รวมทั้งการให้ข้อคิดแก่ผู้ชม ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากตอน “คุณสุจิตรา อรุณพิพัฒน์” ที่เป็นการเผยแพร่เรื่องการทำความดีให้สังคมพร้อมทั้งการให้ข้อคิดแก่ผู้ชม

สุจิตรา “จากวันนั้น นุ้ยได้ไปร่วมทำบุญที่เก็ดน้ำท่วมที่เพชรบูรณ์ ตอนนั้นใบหน้าทุกคนแสดงถึงความโศกเศร้า ไม่มีบ้าน ไม่มีที่อยู่ แต่พอเขาเห็นเราได้แสดงน้ำใจของคนไทยด้วยกันเองที่จะมอบให้กับเขา ก็มีรอยยิ้มขึ้นมาบนรอยคราบน้ำตา ทำให้รู้สึกดีใจและดีใจที่คนไทยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ถ้าเกิดเรามีอะไรเล็กๆน้อยๆแบ่งปันให้กับผู้ที่เขาไม่มีบ้าง นุ้ยเชื่อว่ารอยยิ้มและคำขอบคุณนั้นแหละที่จะส่งกลับมาให้กับเรา ถึงแม้จะเป็นสิ่งเล็กน้อยแต่มันก็มีค่าสำหรับจิตใจเราแน่นอนค่ะ”

และลักษณะเนื้อหาที่เป็นการเชิญชวนให้เยาวชนและประชาชนร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีไทย ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเนื้อหาจากบทโทรทัศน์ตอน “คุณภัทรพล ศิลปาจารย์”

ภทพรพล “การใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องนะครับ ไม่ว่าจะป็นคำควบกล้ำ ร ล ทั้งหลาย ก็ค่อยๆฝึกไป ละกันครับ ทีละเล็กทีละน้อยให้มันค่อยๆดีขึ้น ฝากเพื่อนๆทุกคนช่วยดูแลรักษาภาษาไทยไว้ เพราะถ้าคนไทยอย่างเราไม่รักษาแล้วใครจะมารักษา อันนี้ก็ฝากด้วยละกันครับ”

วิธีการนำเสนอ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาที่ให้อธิบายและเชิญชวนเยาวชนและประชาชนทั่วไปให้เกิดจิตสำนึกที่ดี และร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีไทย จึงใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะการสัมภาษณ์ เพื่อให้เป็นแบบอย่างที่ดีและให้ผู้ชมเลียนแบบจึงได้ถ่ายทอดเนื้อหาผ่านดาราที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ถึงกิจกรรมที่ตนเองยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ พร้อมภาพประกอบที่สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ และในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน ยังนำเสนอด้วยสไลด์แกนที่สนับสนุนเจตนารมณ์ที่ต้องการต่อยอดความดีของบริษัทสู่สายตาประชาชน ด้วยสไลด์แกนว่า “สำนึกในคุณค่าความเป็นไทย สำนึกดี สังคมดี บริษัทที่เจเนซี บริษัทไทย จำกัด”

29. รายการ “หนึ่งในใจคุณ”

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ ต้องการสะท้อนความดีขององค์กรด้วยการเผยแพร่ข้อคิดเชิงส่งเสริมสังคม สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรได้

เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นการให้อธิบายเชิงส่งเสริมสังคมของบุคคลซึ่งเป็นที่ยอมรับจากสังคม เช่น ข้อคิดจาก ดร.ณนทชัย ทิวไผ่งาม เป็นต้น ลักษณะเนื้อหาได้เน้นข้อคิดในการดำเนินชีวิต และข้อคิดที่ส่งเสริมให้คนในสังคมร่วมกันปฏิบัติ

บริษัทอายิโนะโมะโต๊ะ เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการสะท้อนความดีของบริษัทเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับสินค้าและองค์กรได้ เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว ผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้กำหนดวงกรอบของเนื้อหาตามจุดมุ่งหมายให้ผู้ผลิตรายการเป็นผู้รับผิดชอบในกระบวนการผลิต เนื้อหาของรายการจึงมิได้มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรแต่ประการใด ลักษณะเนื้อหา (จากบทโทรทัศน์ตอน “ข้อคิดจากดร.ณนทชัย ทิวไผ่งาม”) จึงเป็นการให้อธิบายเชิงส่งเสริมสังคมเรื่องสถาบันครอบครัวจากบุคคลที่เป็นที่ยอมรับจากสังคมมาให้สัมภาษณ์เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต

ดร.ณนทชัย “ครอบครัวเป็นสถาบันหลักที่เป็นองค์กรที่เล็กที่สุดในสังคม ถ้าเริ่มจากครอบครัวที่ดีได้จะเป็นลูกโซ่ต่อกันมากระทบถึงภาพรวมของสังคม สร้างครอบครัวให้เข้มแข็ง ความรัก ความเข้าใจ แสดงความคิดเห็นโดยเคารพกันซึ่งเหตุผล คนทุกคนเกิดมาจากครอบครัว ถ้าสร้างความเชื่อมโยงของครอบครัวได้ นั่นคือ สร้างพลังของชาติ”

วิธีการนำเสนอ รายการ “หนึ่งในใจคุณ” มีวิธีการนำเสนอในลักษณะมีพิธีกรดำเนินรายการ โดยพิธีกรจะเป็นผู้เกริ่นนำเนื้อหาและกล่าวสรุปในตอนท้ายรายการ และใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ เพื่อให้ข้อคิด เสนอแนะมุมมองใหม่แก่ผู้ชม และเป็นแนวทางให้ผู้ชมรายการได้ยึดถือเป็นแบบอย่าง จึงสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม ทุกอาชีพมาเป็นผู้ให้ข้อคิดพร้อมแทรกภาพประกอบที่สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ และมีการระบุผู้โฆษณาหรือผู้อุปถัมภ์ไว้ตอนท้ายของรายการ เพื่อตอกย้ำผู้บริโภค

**ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกผู้ต้องการทำการสื่อสาร จุดมุ่งหมายที่แท้จริงและเนื้อหาของ
รายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์**

รายการ	ผู้ต้องการทำการสื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร	เนื้อหา
1. คู่มือประชาชน	สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	1. ต้องการเตือนภัยเรื่องสิ่งเสพติดรวมทั้งการป้องกันและปราบปรามที่สนองนโยบายของรัฐบาล 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชน	ชูประเด็นเรื่องยาเสพติดและเผยแพร่โครงการหรือผลงานของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
2. ไขปัญหาภาษีอากร	กรมสรรพากร	1. ให้ความรู้เรื่องกฎหมายใหม่แก่ประชาชน 2. เตือนและเร่งรัดให้ประชาชนเสียภาษีรวมทั้งให้ประชาชนมีส่วนร่วมป้องกันการโกงภาษี	อธิบายเรื่องภาษีและขั้นตอนการเสียภาษี กฎหมายภาษีอากรรวมทั้งแสดงให้เห็นการปฏิบัติงานขององค์กร
3. ู้ภัยห่างไกลยาเสพติด	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	เผยแพร่ความรู้เรื่องสารเสพติดแก่เยาวชนและเตือนให้เยาวชนหลีกเลี่ยงยาเสพติด	เน้นอันตรายที่มีผลต่อร่างกายและจิตใจของผู้เสพ
4. มองสิ่งแวดล้อมไทย	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	ให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและรณรงค์แก้ไขปัญหารวมทั้งสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนไทยมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาสีงแวดล้อม
5. ชีวิตสดใส	กระทรวงสาธารณสุข	1. ประชาสัมพันธ์โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 2. ต้องการให้ประชาชน	การดำเนินงานตามนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมทั้งโครงการและกิจกรรมของ

รายการ	ผู้ต้องการทำการสื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร	เนื้อหา
6. ออมสินของปวงชน	ธนาคารออมสิน	รักษาสุขภาพ 1. ต้องการให้บริการด้านสังคมและชุมชน 2. สร้างภาพลักษณ์ให้กับธนาคาร	กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานภายใต้สังกัด กิจกรรมของธนาคารที่มีบทบาทส่งเสริมสังคม และการปฏิบัติงานของธนาคาร
7. เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที	ททท.	1. เผยแพร่และพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประจำแหล่งท่องเที่ยวให้กลุ่มคนทำงานและกลุ่มแม่บ้าน 2. ประชาสัมพันธ์องค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว พร้อมทั้งเชิญชวนประชาชนให้ท่องเที่ยวในประเทศ เชิญชวนให้ครอบครัวร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวตามนโยบาย "ทัวร์ครอบครัวสุขสันต์"
8. ลัดเลี้ยวเที่ยวไป	ททท.	เผยแพร่งานเทศกาลและประเพณีของทุกจังหวัดในประเทศไทยที่จัดขึ้นในแต่ละเดือนให้แก่ประชาชนทั่วไปและกลุ่มนักศึกษา	ให้ข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิญชวนและกระตุ้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดจิตสำนึกท่องเที่ยวในประเทศ
9. สยามมีดี	ททท.	1. เผยแพร่งานเทศกาลและประเพณีของทุกจังหวัดในประเทศไทย การประสานงานของสำนักงานททท. ในแต่ละจังหวัดภายใต้ นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. ประชาสัมพันธ์การปฏิบัติ	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานเทศกาล ประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวทุกจังหวัดในประเทศไทย พร้อมทั้งกระตุ้นและเชิญชวนให้ประชาชนท่องเที่ยวในประเทศไทย เผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณา

รายการ	ผู้ต้องการทำการสื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร	เนื้อหา
10. เส้นทางสีรุ้ง	ททท.	งานขององค์กร 1. เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ 2. สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร	ให้ข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ และเชิญชวนผู้พิการให้ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว
11. พักผ่อน@เมืองไทย	ททท.	เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้กับประชาชนทั่วไป	ให้ข้อมูล คำแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว และเชิญชวนให้ท่องเที่ยว
12. คลังสมองส่องไทย	ร.พ. เปาโลเมโมเรียล	ต้องการสะท้อนให้เห็นว่าโรงพยาบาลมีความห่วงใยสังคม	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาปัญหาสังคมไทยที่ควรได้รับการแก้ไข เช่น ปัญหาครอบครัว ปัญหาเด็กและช้างแร้ง
13. เรื่องของคุณ ปี 4	ร.พ. ธนบุรี	1. ให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและอาการผิดปกติที่เกิดขึ้นกับร่างกายพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันรักษาอย่างถูกวิธี 2. ให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาล	ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการแพทย์เพื่อประโยชน์แก่สาธารณชน
14. ห่วงคุณห่วงสุขภาพ	ร.พ. กรุงเทพ	ประชาสัมพันธ์ตราสินค้าและให้รายละเอียดเกี่ยวกับการบริการของโรงพยาบาล	การดูแลรักษาสุขภาพและอุปกรณ์ทางการแพทย์อันทันสมัยที่โรงพยาบาลมีไว้บริการ
15. เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย	การบินไทย	อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ร่วมเป็นส่วน	เสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญา

รายการ	ผู้ต้องการทำการสื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร	เนื้อหา
16. ด้วยพระบารมี	ไทยประกันชีวิต	<p>หนึ่งของสังคมไทยนำไปสู่ความนิยมชมชอบและใช้บริการขององค์กร</p> <p>เผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทุกโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน เพื่อต้องการแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์</p>	<p>ไทย</p> <p>เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่มีประโยชน์และช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ด้อยโอกาส</p>
17. พบหมอศิริราช	ไทยประกันชีวิต	<p>1. ให้ความรู้เกี่ยวกับการสาธารณสุขขั้นพื้นฐาน</p> <p>2. องค์กรห่วงใยสุขภาพและชีวิตของประชาชน ทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร</p>	<p>เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ และแนะนำวิธีการดูแลรักษาสุขภาพแก่ประชาชน</p>
18. จอมชนกับคนรักแมว	วิสกัส (บริษัท เอฟเฟม ฟู้ด ประเทศไทย จำกัด)	<p>ให้ความรู้เกี่ยวกับแมวและบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์วิสกัส</p>	<p>ให้ข้อมูลที่เป็นคำแนะนำวิธีการเลี้ยงแมวอย่างถูกวิธี และเลือกสรรฟูดแต่สิ่งที่ดีของผลิตภัณฑ์</p>
19. หนูน้อยสมองใสสุขภาพดี	สโนว์แบรอนด์ (บริษัท สโนว์แบรอนด์สยาม ประเทศไทย จำกัด)	<p>ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของเด็กเล็กและบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สโนว์แบรอนด์</p>	<p>แนะนำเกี่ยวกับการโภชนาการของเด็กเล็กและจูงใจให้พ่อแม่หันมาใช้นมสโนว์แบรอนด์ด้วยการนำคุณสมบัติเด่นบางประการของสินค้าเช่น เป็นนมที่มีสารอาหารใกล้เคียงกับนมแม่มาเสนอในรายการ</p>

รายการ	ผู้ต้องการทำการสื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร	เนื้อหา
20. ห้องที่สวยงามที่สุด	อเมริกันสแตนดาร์ด (บริษัท อเมริกันสแตนดาร์ด จำกัดมหาชน)	แนะนำให้ผู้บริโภคหันมาใช้สุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด	แนะนำการตกแต่งห้องน้ำในสไตล์ต่างๆด้วยเครื่องสุขภัณฑ์อเมริกัน สแตนดาร์ด
21. เคล็ดลับเพื่อผิวสวย	ไฮเตอร์ (บริษัทคาโอคอมเมอเซียล ประเทศไทย จำกัด)	แนะนำวิธีการทำความสะอาดผ้าด้วยผลิตภัณฑ์ไฮเตอร์	วิธีการขจัดคราบสกปรกบนผ้าขาวและผ้าสี
22. อัจฉริยะบ้านทั่วโลก	บริษัทไซนี่ ประเทศไทย จำกัด	ให้ความรู้เกี่ยวกับกล่องไซนี่ พร้อมทั้งบอกสรรพคุณของกล่องไซนี่	แนะนำให้ใช้กล่องชนิดนี้ โดยการจุดใจด้วยการเลือกกล่าวถึงจุดดี จุดเด่นและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์
23. คลินิกผิวสวย	ยูเซอริน(บริษัทไบเออร์สตอฟ ประเทศไทย จำกัด)	1. ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผิว 2. บอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์และจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์	ให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลผิว และคำแนะนำการดูแลสุขภาพผิวด้วยผลิตภัณฑ์ โดยเอาคุณสมบัติบางประการของสินค้ามากล่าวเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมาย
24. เพิ่มเส้นผมผ้า แต้มเส้นผมคุณ	เป่า (บริษัท สหพัฒน์ - พิบูล จำกัด)	ให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกเสื้อผ้าของผู้หญิงและให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผงซักฟอกเป่าและบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์	แนะนำเรื่องการแต่งกายให้เหมาะกับบุคลิกภาพ และแนะนำการจัดรอยเปื้อนบนผ้าด้วยผงซักฟอกเป่า
25. เรื่องน่ารู้คู่สุขภาพ	sebamed และ Reparil – Gel (บริษัท อูยเฮงอิมปอร์ต จำกัด)	ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผิว การปฐมพยาบาลเบื้องต้นและบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์	แนะนำการดูแลผิวพรรณ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้นด้วย sebamed และ Reparil – Gel และเนื้อหาที่เน้นคุณสมบัติของสินค้าคือ มีค่าPH 5.5 และยาทา

รายการ	ผู้ต้องการทำการสื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงในการสื่อสาร	เนื้อหา
26. พ่อแม่มือใหม่ ปี 2	นมตราหมีฟรีไบโอวัน (บริษัท เนสเล่ ประเทศไทย จำกัด)	ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพเด็กวัย1-3ขวบและบอกสรรพคุณรวมทั้งแนะนำให้ผู้บริโภคใช้นมผงตราหมีฟรีไบโอวัน	ภายนอกแก้อาการบวมฟกช้ำ Reparil – Gel แนะนำปัญหาสุขภาพของเด็กวัย1-3ขวบแก่พ่อและแม่และให้เด็กบริโภคนมตราหมี ฟรีไบโอวันเป็นประจำ เนื่องจากเป็นนมที่มีสารที่มีประโยชน์เช่นน้ำผึ้งซึ่งเป็นส่วนประกอบในนมชนิดนี้มาเป็นรากฐานในการดูแลสุขภาพ
27. ครอบครัวแห่งรัก	บริษัท รีเจนท์ บรันดี้ ประเทศไทย จำกัด	สะท้อนความดีบริษัทในฐานะผู้ห่วงใยสังคมเพื่อลดความรู้สึกเชิงลบ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาประชาชน	ชูประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวที่ทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งมีลักษณะเนื้อหาที่เน้นการให้ข้อคิดแก่เยาวชน
28. ด้วยสำนึกดี ปี 3	บริษัท รีเจนท์ บรันดี้ ประเทศไทย จำกัด	สะท้อนความดีบริษัทในฐานะร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยเพื่อลดความรู้สึกเชิงลบ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาประชาชน	ชูประเด็นเกี่ยวกับการทำความดีให้กับสังคม เป็น การส่งเสริมและกระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปเกิดจิตสำนึกที่ดี และการร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทย รวมทั้งการให้ข้อคิดแก่ผู้ชม
29. หนึ่งในใจคุณ	เบอร์ดี้ (บริษัท อายิโนะโมไตะ เซลล์ ประเทศไทย จำกัด)	ต้องการสะท้อนความดีขององค์กรด้วยการเผยแพร่ข้อคิดเชิงส่งเสริมสังคม	การให้ข้อคิดเชิงส่งเสริมสังคมเรื่องสถาบันครอบครัวจากบุคคลที่เป็นที่ยอมรับ

รายการ	ผู้ต้องการทำการ สื่อสาร	จุดมุ่งหมายที่แท้จริงใน การสื่อสาร	เนื้อหา
		สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ ดีให้กับองค์กรได้	รับจากสังคม เพื่อเป็นแบบ อย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต