

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว” นี้ได้อาศัยหลักแนวคิดและทฤษฎี เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์
3. แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว
5. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์
6. แนวคิดเรื่องรูปแบบรายการโทรทัศน์ (Program Format)
7. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (Television Production)
8. แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม

ฮาร์โรลด์ ดี ลาสเวลล์ (H.D. Lasswell, 1948) ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการ คือ

1.หน้าที่ในการพิทักษ์ไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) ได้แก่ หน้าที่ในด้านการสังเกต และติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์หรือ เรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม เท่ากับทำหน้าที่เก็บเกี่ยว รวบรวม และรายงานข่าว (News Reporting) หรือ การแจ้งข่าวสาร (Informing) ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคมเพื่อให้ตระหนักถึงภัยอันตรายและมองเห็นโอกาสหรือช่องทางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม

2.หน้าที่ในการประสานสัมพันธ์ส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society) หมายถึง บทบาทหน้าที่ที่การสื่อสารเข้ามาช่วยปรับให้สมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมได้มีความเข้าอกเข้าใจซึ่งกันและกันและอยู่ร่วมกันในสังคมเดียวกันได้อย่างสงบเรียบร้อย

3.หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม (*Transmission of social inheritance*) ได้แก่ หน้าที่ในการสืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมของสมาชิกจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง เป็นการอบรมให้สมาชิกในสังคมได้เรียนรู้บทบาทและสถานภาพทางสังคม เป็นหน้าที่ด้านการให้การศึกษา (*Educational Function*) ของสื่อมวลชน

นอกจากนี้ใน “*Many Voices, One World*” ซึ่งเป็นรายงานการศึกษาปัญหาการสื่อสารของโลก คณะกรรมการในนาม *McBride Commission* ได้ประมวลบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้ 8 ประการ คือ

1.การให้ข่าวสาร (*Information*) หมายถึง การเก็บ การรวบรวม การประมวล และการเผยแพร่ข่าว ข้อมูล รูปภาพ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็น เพื่อจะยังผลให้เกิดความเข้าใจและมีปฏิกริยาอย่างถูกต้องตามภาวะของบุคคล สภาพแวดล้อม นำมาซึ่งการตัดสินใจที่เหมาะสม

2.การสังคมประกิต หรือสังคมกรณ์ (*Socialization*) ได้แก่ การนำมาซึ่งความรู้ ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคลดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในฐานะสมาชิกของสังคมช่วยให้เกิดความสำนึกในการอยู่ร่วมสังคมกับบุคคลอื่น ทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

3.การชักจูงใจ (*Motivation*) ได้แก่ บทบาทของการสื่อสารในการช่วยกระตุ้นให้บุคคลเกิดความมานะพยายาม และตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายของสังคม

4.การออกเสียงอภิปราย (*Debate and Discussion*) คือการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในสังคมเพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลดีต่อส่วนรวม รวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากระตุ้นให้สาธารณชนสนใจ และให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวมในทุกระดับ

5.การให้การศึกษา (*Education*) การสื่อสารมีบทบาทในการถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญา อุปนิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของบุคคล

6.การส่งเสริมวัฒนธรรม (*Cultural Promotion*) หมายถึงการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นมรดกจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของปัจเจกชน รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในเชิงสุนทรียภาพ

7.การให้ความบันเทิง (*Entertainment*) คือ การถ่ายทอดผลงานการแสดง และศิลปะต่าง ๆ โดยอาศัยเครื่องหมายสัญลักษณ์ เสียงและภาพ ทั้งนี้เพื่อความสนุกสนานรื่นเริง และการพักผ่อนหย่อนใจ

8.การประสานสามัคคี (*Integration*) คือการให้บุคคล กลุ่ม หรือ ประชาชาติได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้ และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิต ทัศนคติ และความใฝ่ฝันทะเยอทะยาน

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ สามารถจัดลำดับได้เป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก

1.1สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ การประเมินความเข้มแข็ง (*จุดแข็ง : Strength*) และความอ่อนแอ (*จุดอ่อน : Weakness*) ขององค์กร โดยต้องดูว่าจุดแข็งขององค์กรที่มีอยู่คืออะไร บุคลากรที่มีอยู่และทรัพยากรอื่น ๆ มีมากน้อย และมีคุณภาพอย่างไร กลยุทธ์ที่ดีเยี่ยมจะต้องสร้างขึ้นจากการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่องค์กรมีอยู่ และต้องสามารถลดขนาดของปัญหาที่เป็นจุดอ่อนให้เหลือน้อยที่สุด

1.2สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสและภาวะคุกคามหรืออุปสรรค (*Opportunities and Threats*) เป็นการตรวจสอบให้ทราบถึงโอกาสและภาวะคุกคามที่องค์กรประสบอยู่ โดยการตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่ครอบคลุมทุกเรื่อง นับตั้งแต่ต้นนโยบายขององค์กร สถานะการแข่งขัน จากนั้นจะต้องมีการประมาณการขนาดของการเสี่ยงของสิ่งที่เป็นโอกาสและภาวะคุกคามด้วยพร้อมกัน โดยจะต้องคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งประเมินถึงผลกระทบของสิ่งที่จะเกิดขึ้นดังกล่าวด้วย ถ้าหากเหตุการณ์ใดคาดหมายว่ามีทางเกิดขึ้นได้มากแต่จะกระทบองค์กรเพียงเล็กน้อยก็จะทำให้การเสี่ยงหรือภาวะคุกคามขององค์กรมีไม่มากนัก ในทางตรงกันข้ามถ้าเหตุการณ์ใดมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากพอประมาณ แต่จะมีผลกระทบต่อองค์กรได้มากก็จะทำให้ระดับการเสี่ยงหรือภาวะคุกคามขององค์กรอยู่ในระดับสูงไปด้วย

2.การพัฒนาทางเลือกของกลยุทธ์ คือ การรวมเอาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและภาวะคุกคามของสภาพแวดล้อมขององค์กรมาพิจารณาร่วมกับข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีอยู่ โดยวิธี

การจับคู่เงื่อนไขระหว่างโอกาสและความสามารถหรือจุดแข็งที่มีอยู่เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์ข้อดีหรือผลดีต่อการทำงานขององค์กรมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้การทำงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้โดยมีระดับการเสี่ยงน้อยที่สุด

ในปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่ต่างต้องทำการปรับหรือเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนตลอดเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ ๆ ขึ้นมาใช้ในการปรับเปลี่ยนแผนงานหรือการทำงานด้านต่าง ๆ ต่อไป

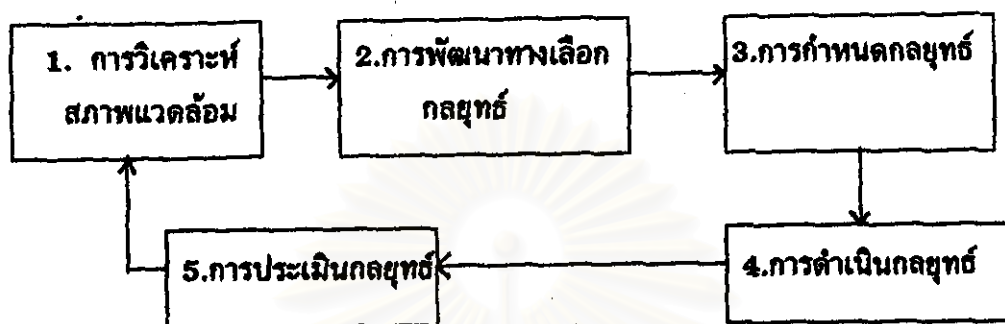
กระบวนการในขั้นตอนการพัฒนากลยุทธ์นี้เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งต้องอาศัยความคิดที่มีทัศนวิสัยที่กว้าง มีการมองการณ์ไกลที่จะสามารถมองเห็นสิ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับองค์กรด้วย

3.การกำหนดกลยุทธ์หลัก เป็นกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ในขั้นตอนที่ทำได้ยากและต้องใช้ดุลพินิจอย่างสูง ทั้งนี้เพราะการที่ผู้บริหารองค์กรยังไม่สามารถมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างชัดเจนตลอดจนการไม่สามารถมีข้อมูลที่สมบูรณ์ ยังผลให้การตัดสินใจว่าระดับความเสี่ยงที่จะยอมรับได้ควรอยู่ในระดับใดนั้นจึงเป็นเรื่องที่กำหนดได้ยาก

4.การดำเนินการตามกลยุทธ์ คือ ขั้นตอนการนำเอากลยุทธ์ที่ได้พัฒนาแล้วมาดำเนินการ โดยการพัฒนาแผนงานต่าง ๆ ขึ้น เพื่อนำเอาไปปฏิบัติให้เกิดผลตามกลยุทธ์ที่วางไว้

5.การประเมินกลยุทธ์ เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องกระทำตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้กลยุทธ์ที่ใช้อยู่ล้าสมัยไม่เข้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ นอกจากนี้การจัดให้มีการพิจารณาทบทวนกลยุทธ์ที่ใช้อยู่เสมอจะช่วยให้สามารถมองเห็นถึงจุดอ่อนที่พึงแก้ไขได้ตลอดเวลา และสามารถปรับกลยุทธ์ได้แต่เนิ่น ๆ อีกด้วย โดยเครื่องมือที่สำคัญในการประเมินกลยุทธ์ ได้แก่ เป้าหมายขององค์กรนั่นเอง

กระบวนการพิจารณาจัดวางแผนกลยุทธ์



แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา

เอฟเวอร์เรต เอ็ม โรเจอร์ (Everett M. Roger) นักวิชาการด้านการสื่อสารและการพัฒนา กล่าวว่า กลยุทธ์หนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจ และมีแนวโน้มที่จะเป็นกลยุทธ์หลักของการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ กลยุทธ์เอดูเทนเมนต์ (Edutainment)

ซิงห์ และ โรเจอร์ (Singhal & Rogers อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ สโรบล, 2541 : 38) ได้ให้ทัศนะว่า เอดูเทนเมนต์ คือ กลยุทธ์ในการผสมผสานข้อมูลข่าวสารและความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนา อาทิ การวางแผนครอบครัว การป้องกันโรคเอดส์ การรู้หนังสือ สิทธิสตรี การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ เข้ากับความบันเทิงโดยเจตนา มีเป้าหมายชัดเจน และนำเสนอผ่านทางสื่อบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ให้บุคคลได้รับความรู้ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ของสังคม และในขณะเดียวกัน ก็ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายไปกับการบริโภคข่าวสารดังกล่าว

แนวคิดเรื่อง “เอดูเทนเมนต์” เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนในยุคโลกาภิวัตน์มาใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนา และในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจ โดยการหยิบยืมมาใช้เป็นกลยุทธ์หลักของการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้สืบเนื่องจากหลักการและความเชื่อที่ว่า กลยุทธ์ “เอดูเทนเมนต์” สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลไปในทิศทางสังคมที่พึงประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมโดยรวม

จุดเด่นของการสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ คือ การนำเอาทฤษฎีต่าง ๆ ทางสังคมศาสตร์และนิเทศศาสตร์มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ,การนำเสนอเนื้อหาสาระของเอดูเทนเมนต์ออกสู่สาธารณชนและการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของสังคม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2541) ซึ่งทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ทฤษฎีการเล่น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และทฤษฎีการโน้มน้าวใจ

1.ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

ชัยพร วิชชาวุธ (อ้างถึงใน นิตยา ปิ่นชาญชัยยุทธ, 2528 : 16 - 18) ได้สรุปว่าแนวความคิดของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ของอัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) ประกอบด้วย

1.สิ่งที่เรียนรู้ สิ่งที่มีมนุษย์เรียนรู้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ มนุษย์เรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์กับเหตุการณ์ และเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับผลที่เกิดจากพฤติกรรม ความรู้ที่มีมนุษย์เรียนรู้เหล่านี้ก็กลายเป็นความเชื่อที่มีผลในการควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ เมื่อประสบเหตุการณ์หนึ่งมนุษย์ก็มีความคาดหวัง (Expectancy) เกี่ยวกับอีกเหตุการณ์หนึ่งได้ ทำให้เกิดความตั้งใจ ความวิตกกังวล และความกลัวขึ้นล่วงหน้า ในทำนองเดียวกันเมื่อเรียนรู้เงื่อนไขความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหนึ่ง กับผลกรรมหนึ่ง มนุษย์ก็สามารถคาดหวังเกี่ยวกับการเกิดผลกรรมหนึ่งเมื่อได้กระทำพฤติกรรมหนึ่งได้ ความคาดหวังนี้ ทำให้มนุษย์ตัดสินใจทำหรือไม่ทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลตามที่ตนปรารถนา

2.วิธีเรียนรู้ การเรียนรู้ของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดจากประสบการณ์ตรงของตนเองและส่วนหนึ่งเกิดจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่นและผลกรรมที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น การเรียนรู้ด้วยการสังเกตมีความสำคัญมาก ผู้ที่ช่างสังเกตและช่างคิดจะมีโอกาสเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้มาก และลึกซึ้งกว่าผู้ที่ไม่ชอบสังเกตและไม่ชอบคิด ในขณะที่เดียวกันผู้เรียนที่ประสบตัวแบบที่แตกต่างกัน ก็จะเกิดการเรียนรู้ที่แตกต่างกันด้วย

3.ความเชื่อ ผลของการเรียนรู้อยู่ในรูปของความเชื่อมั่นว่าจะอะไรสัมพันธ์กับอะไร อย่างไร ความเชื่อว่าจะอะไรสัมพันธ์กับอะไรไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเป็นจริง ทั้งนี้เพราะความสามารถในการสังเกตและการคิดของมนุษย์ยังมีข้อบกพร่องอยู่มาก และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับผลกรรมที่เกิดขึ้นจริงก็มีความซับซ้อน

4.การควบคุมพฤติกรรมด้วยความคิด มนุษย์มีความคิดและสามารถใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเรียนรู้ ดังนั้นมนุษย์จึงสามารถนำสัญลักษณ์ต่าง ๆ เหล่านี้มาคิดไตร่ตรอง ทำให้สามารถมองเห็นวิธีการที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ที่ตนปรารถนา และมองเห็นวิธีการที่จะหลีกเลี่ยงผลกระทบที่เลวร้ายต่าง ๆ มนุษย์สามารถคิดในเชิงประเมินว่าพฤติกรรมหนึ่ง ๆ จะทำให้เกิดผลกระทบอะไรบ้าง และผลกระทบต่าง ๆ มีความน่าปรารถนามากน้อยเพียงใด การคิดในเชิงประเมินเช่นนี้นำไปสู่การตัดสินใจที่จะทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง และนำไปสู่การบังคับตนเองให้ประพฤติปฏิบัติตามที่ตนตั้งใจไว้

5.จริยธรรม หมายถึง “กฎ” สำหรับประเมินพฤติกรรม กฎเหล่านี้จะเกิดจากการเรียนรู้ ทำให้บุคคลสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับความถูกต้องของการกระทำตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนคิดว่าถูกต้อง

6.การบังคับตนเอง การเรียนรู้กฎเกณฑ์ในการประเมินพฤติกรรม ไม่เพียงแต่ทำให้บุคคลรู้จักประเมินพฤติกรรมของผู้อื่น แต่ยังใช้กฎเกณฑ์ดังกล่าวประเมินพฤติกรรมของตนเอง และจะบังคับตนเองให้ ประพฤติปฏิบัติตามมาตรฐานที่ตนตั้งใจไว้ได้อีกด้วย

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ของ อัลเบิร์ต เบนดูรา (Albert Bandura) ยังได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎีแม่แบบว่า บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมใหม่ โดยสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ ผ่านประสบการณ์ตรง หรือเรียนรู้ผ่านแม่แบบที่ปรากฏในสื่อมวลชน โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลในการเรียนรู้และเลียนแบบ ได้แก่ การกระตุ้นด้วยการเสริมแรงทั้งในเชิงบวกและในเชิงลบ หรือการให้รางวัลเมื่อบุคคลมีพฤติกรรมที่เหมาะสม และการลงโทษเมื่อบุคคลมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม

แม่แบบสำหรับการเรียนรู้โดยการสังเกต แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.แม่แบบจริง หมายถึง แม่แบบที่แสดงพฤติกรรมจริงให้ผู้สังเกตได้เห็น โดยทั่วไปแม่แบบจริงจะมีอิทธิพลต่อผู้สังเกตมากที่สุด

2.แม่แบบสัญลักษณ์ หมายถึง แม่แบบที่เป็นคนหรือกลุ่มคนในภาพยนตร์ โทรทัศน์ หรือสื่อรูปภาพอื่น ๆ การใช้แม่แบบภาพยนตร์ (Film Modeling) เป็นกลวิธีหนึ่งที่จะดึงดูดความสนใจของผู้สังเกตได้มาก เนื่องจากภาพยนตร์และเสียงเป็นสิ่งที่ช่วยในการดึงดูดความสนใจ

3. คำบอกเล่าหรือสารบันทึก หมายถึง แม่แบบที่แสดงการกระทำพฤติกรรมให้ผู้สังเกต โดยการบอกเล่าด้วยคำพูดหรือการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การใช้แม่แบบในนวนิยาย เรื่องสั้นต่าง ๆ เป็นต้น

อิทธิพลของแม่แบบที่มีต่อผู้สังเกต (หรือผู้รับสาร) พอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การสร้างพฤติกรรมใหม่ แม่แบบสามารถช่วยให้ผู้สังเกตสร้างพฤติกรรมใหม่ โดยผู้สังเกตจะรวบรวมแบบแผนการกระทำที่เห็นหรือได้ยินมา แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำ ซึ่งแม่แบบสามารถเป็นได้ทั้งตัวแบบในชีวิตจริงของเรา หรือจะเป็นแม่แบบในสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร นวนิยาย เป็นต้น

2. การสร้างกฎเกณฑ์ใหม่ ในสภาพการณ์ที่ผู้สังเกตได้สังเกตเห็นจากการกระทำของแม่แบบ แม่แบบจะช่วยให้ผู้สังเกตสามารถสร้างกฎเกณฑ์ใหม่ขึ้นมาได้ เช่น ในการเรียนรู้ทางภาษา ผู้สังเกตสามารถสร้างหลักในการเข้าประโยคจากการได้ยินแม่แบบพูดได้ นอกจากนี้ภาษาแสดงในปัจจุบันมักมีต้นกำเนิดมาจากสื่อมวลชน

3. การสอนพฤติกรรมสร้างสรรค์ แม่แบบจะช่วยพัฒนาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ขึ้นมาได้ ทั้งนี้เนื่องจากการได้เห็นพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งจากแม่แบบ มนุษย์สามารถนำประสบการณ์ที่ตนมีอยู่ประกอบกับการกระทำของแม่แบบมาพัฒนาเป็นพฤติกรรมใหม่ ๆ ได้

4. การยับยั้งการกระทำและการทวนเกรงที่จะกระทำ แม่แบบมีอิทธิพลต่อการยับยั้งหรือความทวนเกรงที่จะกระทำพฤติกรรม กล่าวคือ ถ้าผู้สังเกตได้เห็นแม่แบบถูกลงโทษโดยเฉพาะแม่แบบในสื่อมวลชน จะทำให้ผู้สังเกตมีแนวโน้มที่จะไม่กระทำตามแม่แบบนั้น และในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้สังเกตเห็นแม่แบบกระทำพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องและถูกห้ามปรามแล้วไม่มีผลกรรมใด ๆ ตามมา ผู้สังเกตก็จะมีแนวโน้มที่จะกระทำตามตัวแบบนั้น

5. การส่งเสริมการกระทำ แม่แบบมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการกระทำทั้งทางบวกและทางลบ ถ้าผู้สังเกตเห็นแม่แบบกระทำพฤติกรรมใดแล้วได้รับการเสริมแรง ก็จะมีแนวโน้มในการกระทำตามมากยิ่งขึ้น และในทำนองเดียวกัน ถ้าผู้สังเกตเห็นแม่แบบที่แสดงความก้าวร้าว และได้รับการยกย่องว่าเป็นสิ่งดี ผู้สังเกตก็จะมีแนวโน้มที่จะกระทำตามมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

6. ด้านอารมณ์ นอกจากแม่แบบจะมีอิทธิพลต่อผู้สังเกต ในการกระทำตามแม่แบบดังกล่าวมาแล้ว แม่แบบยังมีอิทธิพลต่ออารมณ์ของผู้สังเกตอีกด้วย แม่แบบจะกระตุ้นให้ผู้สังเกต

เกิดแนวคิดและรู้สึกคล้ายตามแม่แบบ ลักษณะเช่นนี้เห็นได้ชัดในสื่อมวลชน ผู้รับสารที่เป็นผู้สังเกตการกระทำของแม่แบบมักจะมีความรู้สึกคล้ายตาม เห็นอกเห็นใจแม่แบบที่ตนเห็นในสื่อมวลชน

7.การเผยแพร่แนวคิดและการกระทำ การกระทำของแม่แบบจะมีอิทธิพลต่อการเผยแพร่แนวคิดและการกระทำต่าง ๆ ให้บุคคลในสังคม นอกจากนี้แม่แบบยังสามารถเผยแพร่แนวคิดและการกระทำดังกล่าวนี้จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งได้ด้วย กระบวนการเผยแพร่พฤติกรรมทางสังคมใหม่ ๆ ดังกล่าวนี มี 2 กระบวนการ คือ การเรียนรู้โดยตรง เป็นการเรียนรู้จากแม่แบบแล้วนำมากระทำ และอีกกระบวนการหนึ่ง ได้แก่ การคัดแปลงประสบการณ์ที่ได้รับจากการสังเกตแม่แบบแล้วแสดงออกมา เป็นการเรียนรู้จากการเลียนแบบ นอกจากนี้ผู้สังเกตจะเกิดการเปลี่ยนแปลงภายในตนเองแล้ว ยังมีผลทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงอีกด้วย

2.ทฤษฎีการเล่น (Play Theory)

ทฤษฎีการเล่นให้ความสำคัญต่อบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นเครื่องเล่นของประชาชน การบริโภคสื่อบันเทิงก่อให้เกิดความสนุกสนาน ความทุกข์ ตลอดจนความพึงพอใจ ฯลฯ และกิจกรรมดังกล่าวจะนำไปสู่การพัฒนาตนเองต่อไป ในขณะที่การสื่อสารในลักษณะ “บังคับ” ให้บุคคลรับทราบข้อมูลข่าวสารจะทำให้ผู้เข้าร่วม “เล่น” กิจกรรมเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายและหมดความสนใจ

สเตเฟนสัน (Stephenson, 1967) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการหาความบันเทิงว่า สื่อมวลชนควรมีบทบาทในการเป็นสถาบันที่หล่อหลอมจัดรูปแบบทางวัฒนธรรมในการสร้างความบันเทิง เพื่อวัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการแรกเป็นการกำหนดประเด็นเรื่องราวให้แก่ประชาชน ให้ประชาชนมีเรื่องราวติดต่อสัมพันธ์กัน และเป็นการถ่ายทอดเรียนรู้ทางสังคมซึ่งกันและกัน การสื่อสารมวลชนมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในด้านการหาความบันเทิง และจุดนี้อาจเรียกได้ว่า เป็นการสร้างบรรทัดฐานให้แก่มนุษยชาติ (normalize manners) วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อและสถานภาพของคนในสังคม

ไรท์ (Wright, 1959) ได้กล่าวถึง บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนว่า การสื่อสารมวลชนมีหน้าที่ในการสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้รับสาร และเป็นเครื่องหย่อนใจของประชาชนทุกคน รวมทั้งเป็นการสร้างความรู้สึกผ่อนคลายและเป็นการพักผ่อนให้แก่ประชาชนและสังคม โดยเฉพาะโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญมาก และมีผลต่อการสร้างความบันเทิงที่แพร่หลายเป็นที่นิยมของคนทั่วไปจนกลายเป็นสถาบันที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง

มิทเชลล์ และเมสัน (Mitchell and Mason อ้างถึงใน คีริพงษ์ สุทธิโยธิน, 2535) ได้กล่าวไว้ใน "The Theory of Play" ว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการความบันเทิง มนุษย์คือเครื่องหมายแห่งกิจกรรมการสร้างสรรค์ กิจกรรมนั้นเป็นความต้องการพื้นฐานในชีวิต การละเล่นเป็นการปฏิบัติหน้าที่อย่างหนึ่งซึ่งเป็นบทเรียนสำหรับชีวิตจริง

เซลเดน (Selden, 1969) ยังได้กล่าวว่า สาเหตุที่คนเราชอบแสวงหาความเพลิดเพลินให้แก่ตนเองนั้น ก็เพื่อจะหลีกเลี่ยงจากสภาพปัญหาและความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน ซึ่งก็หมายถึงการแสวงหาความบันเทิง (Entertainment) นั่นเอง และถ้าจะอธิบายให้ลึกซึ้งลงไปอีกว่า ความบันเทิงคืออะไร คำตอบก็คือ การสร้างความเบิกบานใจหรือความเร้าใจ (Stimulation) หรือกล่าวง่าย ๆ ก็คือเป็นเรื่องของความตื่นเต้น (Excitement) ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนที่ปรารถนาจะได้รับ

สื่อมวลชนซึ่งเป็นเครื่องเล่นของประชาชน สามารถมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม ความเชื่อ มาตรฐานการดำเนินชีวิต และการแสดงออกของบุคคล ทฤษฎีการเล่นให้แง่คิดแก่ผู้ผลิตรายการ "เอดูเทนเมนต์" ว่า สื่อมวลชนสามารถนำความเพลิดเพลินมาใช้ในการให้ความรู้แก่ผู้ชมในประเด็นต่าง ๆ ดังนั้นหากผู้ชมมีอิสระในการเลือกที่จะสนใจเนื้อหาของเอดูเทนเมนต์ ผู้ชมจะเกิดความเพลิดเพลินจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

เอลิฮู แคทซ์ (Elihu Katz อ้างถึงใน สุกัญญา เพียรธุรกิจ, 2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดหน้าที่สื่อมวลชนในการให้บริการแก่กลุ่มผู้รับ เขาได้ชี้ให้เห็นว่า การวิจัยเพื่อตอบคำถามว่า "What do the media do to people ?" กำลังเสื่อมความนิยมจึงควรหันไปศึกษาเพื่อตอบคำถาม "What do people do with media ?" ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงผลของการสื่อสารมวลชนในแง่ผู้รับบ้าง

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนตั้งอยู่บนความเชื่อว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ดังนั้นพฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการ (Needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อ

มวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง ตัวอย่างเช่น ความต้องการข่าวสารข้อมูลหรือการเปิดรับสื่อมวลชนอาจเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการชดเชยบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น เช่น ความต้องการการมีการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้น การบริโภคสื่อจึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่จะช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่ระบบสมดุลและทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิภณิยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนอยู่ได้อย่างปกติ

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ ทำให้มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้นผู้รับสาร คือตัวจักรที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก (ชอุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528 : 32) ซึ่ง แคทซ์ (Katz, 1973) ได้สรุปว่า ในการศึกษาตามแนวทฤษฎีนี้ มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า

1. มนุษย์จงใจแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกขจัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

แคทซ์ (Katz, 1974) ได้สรุปแบบแผนของการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ ดังนี้ “การศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างในการใช้สื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน”

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เข้าใจถึงพื้นฐานทางจิตวิทยาและสังคมด้านความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะมีความคาดหวังต่อสื่อมวลชนและแหล่งความบันเทิงต่าง ๆ ยังผลให้เกิดการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป เช่น การเลือกเปิดรับ

สื่อ เลือกรับรู้ จัดจำ และระลึกได้ และนำไปสู่ความพึงพอใจ ทฤษฎีนี้นำมาใช้ใน รายการเอดูเทมเมนต์ ทำให้ผู้ผลิตรายการตระหนักถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในอันที่จะแสวงหาความต้องการด้านต่าง ๆ อย่างกระตือรือร้น ความคาดหวังและการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ตนพอใจและผลิตรายการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารหรือผู้ชมรายการ

4.ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasion Theory)

มิลเลอร์ และเบอร์กูม (Miller and Burgoon, 1973) ให้คำอธิบายว่า การโน้มน้าวใจใช้เมื่อผู้โน้มน้าวใจตั้งใจจะมีอิทธิพลเหนือผู้ใด รับการโน้มน้าวใจ

แบรมเบค และ ไฮเวลล์ (Brambeck and Howell) ได้ให้คำจำกัดความว่า การโน้มน้าวใจ หมายถึง ความตั้งใจในการสื่อสารที่จะมีอิทธิพลเหนือทางเลือก

ไซมอนส์ (Simons, 1976) สรุปความหมายของการโน้มน้าวใจว่า หมายถึงการสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่นโดยเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติ

คัทลิป และ เซนเตอร์ (Cutlip and Center, 1964) ได้เสนอความคิดเห็นว่า การโน้มน้าวใจด้านประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลง (Change) ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน หรือทำให้ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นสลายไป (Neutralize) เพื่อก่อเกิด (Crystallize) ความคิดเห็นทางที่เป็นประโยชน์ต่อเราหรือต่อหน่วยงานของเราหรือเพื่อรักษา (Conserve) ความคิดเห็นที่ดีอยู่แล้วนั้นให้คงอยู่ตลอดไป

การโน้มน้าวใจมีลักษณะดังนี้

- 1.ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
- 2.โดยปกติ ผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่ง และผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ
- 3.สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการ คือ การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้าง หรือ การดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่น ๆ อันได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

ทฤษฎีการโน้มน้าวใจบุคคล ให้ข้อคิดเกี่ยวกับความบันเทิงว่า สื่อบันเทิงสามารถทำหน้าที่ในการเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อบันเทิงอาจทำหน้าที่ใน

ฐานะเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักข่าวสาร และความรู้ จดจำ และระลึกได้ และกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมตามที่เนื้อหาข่าวสารต้องการ

สำหรับแนวคิดกลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ ในกรอบแนวคิดเป็นแนวทางในการศึกษากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวทั้ง 3 รายการ ว่าผู้ผลิตได้ผลิตรายการตามกรอบทฤษฎีต่าง ๆ ชำต้นหรือไม่อย่างไร โดยที่กรอบแนวคิดเอดูเทนเมนต์นั้นจะเป็นแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อให้ได้รับความสนใจจากผู้ชม สามารถโน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม ทำให้ผู้ชมรายการเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว และก่อให้เกิดการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว

จรรยา สุวรรณทัต (2523 : 54-55) ได้สรุปถึงปัจจัยที่มีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวไว้ดังนี้

1.สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในครอบครัว กล่าวคือ ครอบครัวใดมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ไม่ขัดสน ย่อมนำมาซึ่งความสงบสุขในครอบครัว เกิดความกลมเกลียวสมัคสมานกัน ในครอบครัว

2.การรู้จักบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนสามารถปฏิบัติภารกิจให้สอดคล้องกับบทบาทและหน้าที่ของตนทั้งบิดา มารดาและบุตร บิดามารดามีหน้าที่ในการอบรมสั่งสอนบุตร ก็ควรกระทำโดยมีรากฐานจากเหตุและผล ไม่กระทำด้วยอารมณ์

3.การรู้จักลักษณะธรรมชาติและความต้องการมูลฐานของบุตร บิดามารดาที่พยายามเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของการเจริญเติบโต และมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือบุตรเมื่อเกิดปัญหา ย่อมมีส่วนช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี

4.ความคงเส้นคงวาของบิดามารดาในการวางระเบียบวินัย ปัจจัยนี้นับว่ามีอิทธิพลมากต่อบรรยากาศในครอบครัว โดยเฉพาะวัยรุ่นซึ่งไม่ค่อยมีความอดทนต่อความไม่คงเส้นคงวาของบิดามารดา ซึ่งเป็นต้นเหตุให้เกิดความคลอนแคลนในการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างบิดามารดาและบุตร

ศรีสว่าง พัววงศ์แพทย์ (2537 : 36) กล่าวถึงแนวทางในการเสริมสร้างครอบครัวด้วยตนเอง 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย สุขภาพอนามัย จิตใจ มีความรู้เพียงพอที่จะประกอบอาชีพ มีวุฒิภาวะ มีความรู้พอที่จะเลี้ยงดูเด็กและเยาวชนให้มีพัฒนาการรอบด้าน ถ้ายังไม่พร้อมก็อย่าเพิ่งแต่งงานและถ้าแต่งงานแล้วไม่พร้อมก็ควรชะลอการมีบุตร

2. ต้องมีความเป็นหนึ่งเดียวในความสัมพันธ์ทั้งร่างกาย ความคิด จิตวิญญาณในระหว่างสมาชิกในครอบครัว เพื่อให้เกิดพลังร่วมกันที่จะจัดการกับปัญหาของตนเองได้

3. ต้องมีขราวาธรรม 4 หรือธรรมะของผู้ครองเรือน คือ สัจจะ ทมะ ชั้นดี จาคะ

4. ต้องมีเวลาทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน

5. ต้องมีการสื่อสาร และสนทนาระหว่างกันเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน การไม่พูดกันในครอบครัวก็เป็นความรุนแรง

6. ต้องปรับบทบาทของชายหญิงให้เป็นผู้คิดตัดสินใจ เพื่อเป็นการเพิ่มพลังให้แก่สตรี เพื่อให้มีโลกทัศน์ที่กว้างขวาง มีความรู้ทักษะกว้างขวางเพื่อให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งครอบครัวจะมีพลังเข้มแข็งขึ้น

ชานาญ นิสารัตน์ (2533 : 17-18) ได้ให้แนวคิดในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยเน้นการส่งเสริมสุขภาพจิตในครอบครัวด้วยการทำให้บ้านเป็นวิมานของเรา ซึ่งลักษณะของบ้านและครอบครัวที่ดีพอสรุปได้ดังนี้

1. หัวหน้าครอบครัวจะต้องมีความสามัคคีปรองดองกัน โดยเฉพาะบิดามารดาหากมีการปรับตัวที่ดีย่อมเป็นตัวอย่างในการปรับตัวสำหรับเด็ก ถ้าบิดามารดาไม่รู้จัดการปรับตัวเข้าหากันและมีข้อขัดแย้งกันอยู่เสมอโดยไม่มีเหตุผล ย่อมสร้างนิสัยให้เด็กคล้อยตามไปด้วย เด็กอาจจะมีอารมณ์ขุ่นมัว เศร้าหมอง ขาดเหตุผล เข้ากับคนอื่นได้ยาก

2. สร้างบรรยากาศในบ้านให้มีบรรยากาศแห่งความรัก ความเป็นมิตร ความปรารถนาดีต่อกัน มีความสนิทสนมเป็นกันเอง สอดคล้องเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ทำให้เกิดบรรยากาศที่อบอุ่น ปลอดภัย มีความมั่นคงทางจิตใจ มีความเมตตาโอบอ้อมอารี

3.สร้างบรรยากาศในบ้านให้ความสามัคคี ปราศจากความขัดแย้ง เป็นประชาธิปไตย ในแต่ละครอบครัวมีสมาชิกหลายคน แต่ละคนย่อมมีความคิดเห็นแตกต่างกันเป็นธรรมดา ครอบครัวที่ดีย่อมสามารถปรองดองกันได้โดยใช้หลักเหตุผลและหลักธรรม รับฟังความคิดเห็นของทุกคนในครอบครัว บิดามารดาควรให้สิทธิแก่เด็กภายในขอบเขตที่เหมาะสม รู้จักเคารพสิทธิส่วนบุคคล

4.สอนให้มีระเบียบวินัยที่มั่นคงและสม่ำเสมอ การปลูกฝังลักษณะนิสัยให้แก่เด็กควรประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

4.1เหมาะสมกับวัยและความสามารถของเด็ก ไม่ควรเชื่อเชื่องเด็กในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไป หรือเรียกร้องในสิ่งที่เด็กยังไม่มีความสามารถที่จะกระทำได้

4.2บิดามารดาและผู้ใหญ่ที่มีส่วนในการอบรมเลี้ยงดูบุตรหลานควรมีความเห็นคล้าย ๆ กัน ไม่ใช่อีกคนหนึ่งห้ามอีกคนหนึ่งอนุญาต การขัดแย้งกันในเรื่องการอบรมเด็กและเยาวชนจะทำให้เด็กสับสน บางครั้งจะเลือกเชื่อฟังผู้ใหญ่ที่เข้าข้างตน ความรู้สึกผิดชอบชั่วดีจึงอาจเกิดขึ้นได้ยาก

4.3การอบรมควรจะสม่ำเสมอ ผู้ใหญ่ไม่ควรใช้อารมณ์หรืออำนาจบังคับ แต่ควรชี้แจงเหตุผลให้เด็กเข้าใจว่าพฤติกรรมใดควรละเว้น เพราะอะไร การอบรมควรมุ่งให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นจริง

นิโคลัส (Nicholas, 1983 : 27-28) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะครอบครัวที่ทุกคนต้องการโดยกำหนดคุณสมบัติครอบครัวที่มีคุณภาพไว้ 6 ประการ ดังนี้

1.การชื่นชมคุณค่าของคนในครอบครัว คุณสมบัติประการแรกที่มีความสำคัญมากที่สุด และเป็นการค้นพบการวิจัยอย่างคาดไม่ถึง เป็นสิ่งที่กระทำได้ง่ายที่สุด แต่หลายคนมักจะมองข้ามไปได้ง่าย ๆ เช่นกัน ความพึงพอใจ ความชื่นชม และเห็นคุณค่าของกันและกันในครอบครัวควรจะได้มีการแสดงออกอย่างชัดแจ้ง พ่อเห็นคุณค่าของแม่และลูก แสดงความชื่นชมพอใจในตัวแม่และลูก ขณะเดียวกันลูกก็แสดงความรู้สึกที่ดีต่อพ่อแม่เช่นกัน โดยปกติคนทุกคนมีส่วนอยู่ในตัวมากมาย เมื่อคนในครอบครัวแสดงความรู้สึก แสดงการกระทำว่ามีความพึงพอใจในคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมครอบครัวด้วยกัน ตระหนักในคุณค่าซึ่งกันและกัน คุณสมบัติประการนี้เปรียบเสมือนพื้นฐานของความอบอุ่นและมั่นคงในครอบครัว ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นการหล่อหลอมสมาชิกของสังคมให้มีทัศนคติมองสังคมส่วนรวมในแง่ดีด้วย

2. การมีเวลาอยู่ร่วมกัน ได้แก่ การที่สมาชิกในครอบครัวได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างร่วมกัน และเป็นกิจกรรมที่ทุกคนพอใจที่จะกระทำร่วมกัน มิใช่เพราะการบังคับหรือโดยบังเอิญ กิจกรรมดังกล่าวได้แก่ การรับประทานอาหารโดยพร้อมเพรียงกัน การสนุกสนานรื่นเริงร่วมกัน และการทำงานร่วมกัน บางครอบครัวอาจมีกิจกรรมกลางแจ้งร่วมกันเช่น เดินหรือวิ่งออกกำลังกายร่วมกัน ทักทาย ไปค่ายพักแรม หรือเล่นเกมกลางแจ้งด้วยกัน เป็นต้น

3. การมีพันธะต่อความสุขและสวัสดิภาพของครอบครัวร่วมกัน คนในครอบครัวรู้สึกเป็นพันธะที่ต้องส่งเสริมให้สมาชิกคนอื่นในครอบครัวได้รับความสุขและมีสวัสดิภาพที่ดี เป็นการห่วงใยกันและกันอย่างแท้จริง ชีวิตปัจจุบันเรามักไม่ค่อยมีเวลาว่าง ทุกคนครุ่นวายกับการทำงานหรือการเรียนของแต่ละคน ครอบครัวที่มีคุณภาพก็ประสบกับปัญหานี้ด้วย แต่ทุกคนในครอบครัวก็จะมานั่งลงพร้อมหน้ากันและเล่าให้คนทั้งครอบครัวฟังว่ากิจกรรมที่วุ่นวายของแต่ละคนนั้นมีอะไรบ้างและเป็นอย่างไร ด้วยวิธีนี้แสดงให้เห็นว่าโดยแท้จริงแล้วเวลาไม่ได้เป็นอุปสรรคของการห่วงใยสวัสดิภาพของกันและกันภายในครอบครัว

4. การติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นอย่างดี ครอบครัวที่มีคุณภาพจะมีวิธีการในการติดต่อสื่อสารที่ดีมาก ครอบครัวทั่วไปที่มักประสบปัญหาคือไม่มีเวลาพูดคุยกัน บางครอบครัวพอรู้เรื่องราวของลูกโดยผ่านบุคคลที่ 3 หรือบุคคลภายนอกครอบครัว แต่สำหรับครอบครัวที่มีคุณภาพจะติดต่อกันโดยตรง มีเวลาพูดคุยกันเสมอ สมาชิกในครอบครัวก็มักจะเป็นผู้ฟังที่ดีและมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เมื่อมีความขัดแย้งก็จะนำความขัดแย้งมาพูดคุยกัน ไม่ปกปิด ไม่เก็บไว้ในใจ แต่พยายามที่จะร่วมกันรับรู้ความรู้สึกของกันและกันและพยายามหาทางเลือก ทางแก้ไขที่ดีที่สุดสำหรับทุกคน

5. การมีศรัทธาต่อศาสนาอย่างแรงกล้า พบว่าในครอบครัวที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะนับถือศาสนาใด คนในครอบครัวจะมีความศรัทธาต่อศาสนานั้นในระดับสูง มักจะมีกิจกรรมทางศาสนา ร่วมกัน เช่น ไปเข้าโบสถ์ทุกวันอาทิตย์ หรือเข้าวัดฟังเทศน์ร่วมกัน ในหลายครอบครัวอาจมีส่วนจัดตั้งองค์การทางศาสนา เช่น สร้างวัดหรือเป็นธุระให้กับกิจกรรมของศาสนา เป็นต้น การที่คนในครอบครัวมีศรัทธาต่อศาสนาทำให้มีสติ มีความอดทนต่อกัน มีการให้อภัยต่อผู้อื่นสูง ระวังความโกรธได้เร็ว และรู้จักที่จะช่วยเหลือผู้อื่นในสังคมซึ่งเป็นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมโดยส่วนรวม

6. การมีสมรรถนะจัดการกับวิกฤติการณ์ในครอบครัวได้เป็นอย่างดี เป็นการสกัดกั้นและป้องกันปัญหาสังคมได้อย่างดี กล่าวคือครอบครัวที่มีคุณภาพมักมีวิธีการที่ดีในการแก้ไขปัญหาหรือกู้สถานการณ์ที่วิกฤตินั้นให้กลับคืนสู่สภาพดีได้ดังเดิม แม้ว่าการประสบปัญหาความทุกข์ยาก

จะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ แต่ครอบครัวที่มีคุณภาพจะจัดการได้ดีแม้ในความยากลำบากที่สุดก็ตาม คนในครอบครัวจะมีความมั่นใจ และไว้วางใจต่อกัน จะร่วมกันต่อสู้กับปัญหาแทนที่จะทอดทิ้งหรือแตกแยกไปคนละทิศละทาง และจะให้กำลังใจซึ่งกันและกันร่วมคลี่คลายปัญหาได้ในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวนี้ ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในศึกษาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาว่ามีการนำเสนอเรื่องราวหรือประเด็นใดบ้างที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว

แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

“การวางแผน” เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลหรือองค์กรทำการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับงานบางอย่างที่จะทำในอนาคต กระบวนการดังกล่าวจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่เป็นชุดกิจกรรมที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งบางขั้นตอนอาจจะเป็นเรื่องที่ต้องทำทันทีเพื่อที่จะให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการได้ หากองค์กรสนใจที่จะทำการวางแผนและสามารถกระทำได้อย่างถูกต้องจะเป็น สิ่งที่มีคุณค่ายิ่งสำหรับองค์กรในอันที่จะช่วยให้การดำเนินงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

การวางแผนจึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ไม่ควรละเลยสำหรับทุกองค์การการผลิต โดยการวางแผนนั้นจะเกี่ยวข้องอยู่กับขั้นตอนกระบวนการบริหารอื่น ๆ เช่น การจัดการองค์กร การตัดสินใจ หรือการควบคุม ฯลฯ ทุกกระบวนการจะต้องอาศัยการวางแผนในการดำเนินงานทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่า การวางแผนเป็นกระบวนการคงที่ (Constant Process) ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการบริหารอื่น ๆ ซึ่งจะไม่สามารถดำเนินการได้หากปราศจากการวางแผนเป็นแม่แบบหรือต้นแบบในการดำเนินงาน การวางแผนจะเป็นตัวที่กำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ทั้งหมดของหน่วยงาน พร้อมกันนั้นก็เป็นตัวชี้นำ หรือ แผนงาน (Work Map) ในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยให้มีการใช้ทรัพยากรคน เงิน และเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ทุกชนิดอย่างเกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ถือเป็นงานที่จำเป็นจะต้องมีการวางแผนเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากต้องอาศัยการกระทำชุดกิจกรรมที่มีความต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการการทำงานโดยไม่มีวางแผนอาจทำให้กระบวนการสร้างสรรค์มีความล่าช้า และอาจส่งผลกระทบต่อในด้านงบประมาณหรือปัจจัยในการผลิตรายการอีกด้วย

การวางแผนการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ หมายถึง การกำหนดสิ่งที่เป็นแนว
ดำเนินการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ อันเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ การ
กำหนดดังกล่าวเกิดจากการคิดล่วงหน้า เป็นการเตรียมการล่วงหน้า หรือสมมติล่วงหน้าว่าอยาก
จะผลิต แล้วจึงลงมือปฏิบัติตามนั้น ส่วนสิ่งที่เป็นแนวดำเนินการผลิตรายการ ได้แก่ ภารกิจต่าง
ๆ ที่จะต้องปฏิบัติในกระบวนการผลิตรายการเพื่อให้รายการนั้น ๆ เกิดสัมฤทธิ์ผลตามที่มุ่งหวัง
นั่นเอง

ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ การวางแผนจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะผู้บริหารจะ
ต้องให้ความสำคัญในด้านการวางแผนกลยุทธ์ ซึ่งจะต้องมีการไตร่ตรองและตัดสินใจอย่าง
รอบคอบก่อนที่จะเริ่มผลิตรายการ นอกจากนี้การสร้างสรรค์ผลิตรายการโทรทัศน์ยังเป็นการที่
ต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย และเป็นงานที่มีความละเอียดอ่อน ต้องใช้ศิลปะใน
การสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะบุคคล การที่จะสร้างสรรค์งานให้ได้ตามความต้องการ
หรือการได้งานที่มีคุณภาพก็ขึ้นอยู่กับการบริหารและการจัดการให้บุคลากรทุกคนได้ปฏิบัติตาม
แผนงานที่กำหนดไว้ของผู้บริหาร

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อเป็นกรอบในการ
ศึกษากระบวนการวางแผนการสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวทั้ง 3
รายการที่เลือกเป็นตัวอย่างในการศึกษาว่ามีกระบวนการในการวางแผนอย่างไรเพื่อการทำงาน
บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของรายการโทรทัศน์ (Program Format)

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เกิดขึ้นภายหลังสื่อวิทยุ ดังนั้นรูปแบบรายการต่าง ๆ จึงมีมาจาก
วิทยุ สถานีโทรทัศน์ และผู้ผลิตรายการต่างพยายามสร้างสรรค์รายการรูปแบบต่าง ๆ และมีความ
แปลกใหม่ มาเสนอให้ผู้ชมรับชมเสมอ คำว่า รูปแบบ (Formats) ในที่นี้ หมายถึงลักษณะทั่ว ๆ
ไปซึ่งจัดไว้สำหรับรายการแต่ละอย่าง

คำว่า รูปแบบ (Format) ที่ใช้ทางวิทยุและโทรทัศน์ หมายถึงรายละเอียดเกี่ยวกับ
รายการซึ่งออกอากาศเหมือนแนวที่เขียนไว้ทุกอาทิตย์ รูปแบบรายการ จึงอาจหมายถึง “โครง
สร้างมาตรฐานซึ่งรายการสดของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งดำเนินการตามแบบที่วางไว้” หรือ รูป
แบบ คือ ร่างคร่าว ๆ (Outline) ของรายการว่า วิธินำเสนอนั้นจะประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง
ๆ อะไรบ้าง แม้ว่าเนื้อหาของรายการจะเปลี่ยนไป แต่ลักษณะรายการจากอาทิตย์หนึ่งไปอีก
อาทิตย์หนึ่งก็ยังคงรูปแบบโดยส่วนใหญ่ไว้ (อรนุช เลิศจรรรยาลักษณ์, เอกสารประกอบการ

บรรยายวิชา การผลิตรายการโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษารายการโทรทัศน์ 2 รูปแบบซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.รายการปกิณกะบันเทิง (Variety)

รายการปกิณกะบันเทิง หรือ Variety ได้พัฒนามาจากการแสดงบนเวที (Stage Show) โดยเดิมเป็นการแสดงบนเวทีโรงละคร โรงภาพยนตร์ หรือห้องโถงเต้นรำ ซึ่งมีผู้ชมเข้าไปชมการแสดงตั้งแต่ละครเพลง อุปรากร และต่อมาได้มีการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ทางโทรทัศน์มาถ่ายทอดการแสดงเหล่านั้นจากการแสดงจริง และต่อมาได้จัดให้มีการแสดงดังกล่าวในห้องส่งของสถานีโทรทัศน์ และพัฒนาทั้งด้านรูปแบบ เนื้อหาและเทคนิคขึ้นมา

รายการปกิณกะบันเทิง หรือ Variety เป็นรายการที่รวบรวมเอาความบันเทิงต่าง ๆ หลายแขนงเข้ามาไว้ด้วยกัน เช่น ละคร เพลง อุปรากร หรือโชว์ต่าง ๆ ด้วยแนวคิดในอดีตที่ว่า มีผู้ชมเป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละคนแต่ละกลุ่มก็มีความชอบ ความบันเทิงสนุกสนานในรูปแบบที่แตกต่างกัน ประกอบกับในสมัยก่อนไม่ได้มีการแยกแยะว่า รายการประเภทใดเหมาะกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายใด รายการปกิณกะบันเทิงในอดีตจึงเป็นเหมือนศูนย์รวมความบันเทิงในรายการโทรทัศน์แทบทุกรูปแบบที่มีสิ่งละอันพันละน้อยเกี่ยวกับความบันเทิงที่ให้ความเพลิดเพลิน และความสุขสนุกสนานแก่ผู้ชมในวงกว้าง

เมื่อวันที่ 17 เมษายน ค.ศ. 1927 ได้มีการทดลองออกอากาศรายการวาไรตี้ เป็นครั้งแรกของโลกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการถ่ายทอดสดการแสดงตลกสั้น ๆ ของยอดนักแสดงตลกชาวอเมริกัน ชื่อ เอ. โดแลน (A. Dolan) สลับกับการร้องเพลงและการแสดงดนตรีจากรัฐนิวเจอร์ซีย์ (New Jersey) ไปยังกรุงนิวยอร์ก (New York) นับเป็นครั้งแรกที่เป็นการทดลองการสาธิตการออกอากาศรายการโทรทัศน์ต่อสาธารณชนในสหรัฐอเมริกา และยิ่งไปกว่านั้นยังนับได้ว่าเป็นครั้งแรกของโลกที่ใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงอีกด้วย

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา วงการโทรทัศน์ในเมืองไทยมีรายการวาไรตี้ที่มีชื่อเสียงอยู่หลายรายการด้วยกัน อาทิ รายการนาฬิกาทราย รายการประตูดวง รายการแชมป์ชิงแชมป์ รายการสตาร์คอนเทสต์ ฯลฯ ภายหลังจากที่ได้เลื่อมความนิยมลงและเลิกผลิตไปในที่สุด

ปัจจุบัน รายการวาไรตี้ได้หวนกลับคืนสู่วงการโทรทัศน์ไทยอีกครั้งหนึ่ง พร้อมกับการพัฒนา รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอรายการที่ดัดแปลงใหม่ ทำให้เกิดการแข่งขันกับพัฒนาคุณภาพรายการ เพื่อดึงดูดผู้ชมให้คอยติดตามชมรายการของตนตลอดไป รายการวาไรตี้ที่มีให้ชมและได้รับความนิยมในปัจจุบัน เช่น รายการไวโลโก้โชว์, รายการจันทร์กระจิบ, รายการดีสิบ, รายการโลกใบเล็ก และ รายการบ้านเลขที่ ๕

ในการจัดรายการวาไรตี้ ผู้ผลิตรายการต้องรู้จักจัดโครงสร้าง เนื้อหาของรายการให้น่าสนใจ และน่าติดตาม ซึ่งเทคนิคในการจัดโครงสร้างนี้ขึ้นอยู่กับลีลา และเหตุผลของผู้ผลิตรายการแต่ละคน ส่วนแนวปฏิบัติทั่วไป ในการจัดโครงสร้าง และเนื้อหาของรายการที่ผู้ผลิตควรคำนึงถึง คือ

1. การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วงเปิดจนถึงปิดรายการจะต้องมีความต่อเนื่องกลมกลืนกัน ในทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นดนตรี ร้องเพลง ลีลาการเดินประกอบ แนวเรื่องสั้นสำหรับละคร ตกบุคลิกภาพของผู้แสดงและพิธีกร บทสนทนา การแต่งกาย สภาพทางเทคนิค และศิลปกรรมในฉาก เป็นต้น

2. การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมีจังหวะจะโคน และให้อารมณ์ที่ถูกต้องสอดคล้องกับเนื้อหาในช่วงนั้น ๆ

3. การดำเนินรายการในแต่ละช่วงจะต้องกระชับ และความยาวของรายการในแต่ละช่วงจะต้องไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

4. การวางตำแหน่งของรายการบนเทปแต่ละประเภทจะต้องอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยยึดเอาความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ

2. รายการเกมโชว์ (Game Show)

เป็นความรู้สึกพอใจของผู้ชมที่ได้ชมการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬา หรือเชาวน์ปัญญา เป็นความบันเทิงขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรมบันเทิงตั้งแต่ครั้งสมัยโรมัน รายการหลายรายการซึ่งไม่ได้จัดเข้าอยู่ในรายการประเภทใดเลย มักจะจัดขึ้นตามความสามารถของคนที่จะบ่งบอกถึงความสามารถของตัวเองด้วยการแข่งขันเพื่อจะได้รู้สึกว่าได้เล่นเกมส้อยู่ในบ้านกับคนในท้องถิ่น

ในขณะที่ความหลากหลายในรายการมีมากมายนับไม่ถ้วน รายการประเภทนี้มีแนวโน้มที่จะสร้างอยู่บนกลุ่มผู้รอบรู้หรือไม่ก็กลุ่มผู้ชอบการแข่งขัน

รายการเกมส์โชว์ ยังสามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.รายการประเภทกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel of expert) ได้แก่ รายการสัมภาษณ์นักสืบ รายการนี้ผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นผู้ทนายปัญหาจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่าง ๆ ซึ่งล้วนเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับว่ามีเขาวานปัญญา รอบรู้ มีเสน่ห์ ฉลาด และคิดได้รวดเร็ว เป็นผู้ที่ทำให้รายการมีความสนุกสนานจากทักษะในการทนาย สำหรับรายการประเภทนี้ ได้แก่ รายการสืบสะเด็ด รายการแสบคุณสอง รายการรุ่นแล้วรวย และรายการเกมแก้จน

2.รายการประเภทผู้ชมมีส่วนร่วมในการแข่งขัน (Audience - Contestant) รายการประเภทนี้เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้าร่วมการแข่งขันโดยจะคัดเลือกจากจดหมายที่ส่งเข้ามาร่วมรายการหรือวิธีอื่น ข้อสำคัญคือ การคัดเลือกผู้เข้าร่วมแข่งขันต้องกำหนดคุณสมบัติและเลือกคนที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการเข้ามาในรายการ จึงจะได้ผู้เข้าแข่งขันที่มีคุณภาพ เช่น ผู้ชำนาญด้านหนึ่งด้านใดโดยเฉพาะ กระตือรือร้น ตัดสินใจเร็ว พูดได้อย่างรวดเร็ว ผู้เข้าร่วมแข่งขันอาจเอาชนะกันด้วยการเลือกสิ่งที่ถูกต้อง เช่น ทายราคาสินค้า ทายใจ หรือการแลกเปลี่ยนบางอย่าง ถ้าพลาดก็ไม่ได้อะไรเลย บรรยากาศเหล่านี้ทำให้รายการสนุก ตื่นเต้น รูปแบบเนื้อหาที่จะในรายการประเภทนี้มีความหลากหลาย เกมส์โชว์ที่จัดอยู่ในประเภทนี้ เป็นเกมส์โชว์ที่ผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่นิยมผลิต

3.รายการที่มีผู้เข้าร่วมสนทนา (Audience - Participation) ผู้ดำเนินรายการจะเลือกเชิญผู้ที่จะเข้าร่วมรายการขึ้นมาบนเวทีเพื่อรับรางวัล ผู้ที่มารับรางวัลจะเป็นบุคคลที่ทำคุณงามความดีแก่สังคม เป็นผู้เสียสละทั้งอดีตและปัจจุบัน หรืออื่น ๆ ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้บอกคุณสมบัติและสาเหตุที่เลือกผู้นั้น

4.การตั้งปัญหาให้ผู้แข่งขันตอบ (Quizzes) เป็นการแข่งขันตอบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับกลวิธีของผู้ผลิตว่าจะทำอย่างไรให้รายการน่าติดตาม สนุก ตื่นเต้นและได้ลุ้นไปกับผู้แข่งขันไปจนตลอดรายการ

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของรายการโทรทัศน์นี้ ผู้วิจัยจะนำมาใช้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษารูปแบบของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวที่เลือกมาเป็นกรณีศึกษา ว่า

แต่ละรายการมีรูปแบบอย่างไรและมีกลวิธีการในการสอดแทรกเนื้อหาสาระของการส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้สอดคล้องกับรูปแบบของรายการได้อย่างไร

แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องระหว่างการใช้เครื่องมือที่มีความซับซ้อนทางเทคนิค กับความคิดสร้างสรรค์อันละเอียดอ่อน ผสมผสานออกมาเป็นตัวรายการ งานผลิตรายการจึงเป็นเรื่องของการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์อย่างสอดคล้องกลมกลืนกัน

คอนเนอร์ (Connor, 1989) กล่าวว่า ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของโทรทัศน์ คือ การส่งผ่าน (Relay) ข่าวสารโดยมิได้ถ่ายทอดความเป็นจริงโดยตรง (reality direct) ตามเวลาที่เกิดขึ้นจริง ทั้งนี้รายการที่นำออกอากาศเกือบทุกรายการจะใช้ระบบการผลิตรายการ และการตัดต่อรายการไว้ล่วงหน้า แล้วจึงนำเทปมาออกอากาศ นอกจากนี้เนื้อหาที่นำเสนอ นั้น แม้จะเป็นความจริงที่เกิดขึ้น แต่ความจริงนั้นได้ถูกกลั่นกรองจากผู้ผลิตก่อนแล้ว จึงผลิตเป็นรายการออกมา

ระวีวรรณ ประกอบผล (2520) กล่าวถึง การผลิตรายการโทรทัศน์ว่า การพิจารณาผลิตรายการโทรทัศน์รายการใดรายการหนึ่งออกอากาศนั้น เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงของผู้ดำเนินการผลิต (Producer) นั่นคือ เมื่อผู้ผลิตรายการมีความคิด หรือได้รับความคิดที่จะผลิตรายการเสนอผู้ชม สิ่งที่จะต้องทำ คือ การนำความคิดสำหรับรายการใหม่นั้นมาพิจารณา ดังนี้

1. พิจารณาว่าความคิดในเรื่องนั้น ๆ เป็นความคิดที่ใหม่ และมีคุณค่าพอจะนำมาจัดทำรายการหรือไม่ เพราะเหตุใด และหากไม่มีคุณค่าพอ จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงสิ่งใดเพื่อให้ความคิดนั้นดีขึ้นได้หรือไม่

2. พิจารณาว่ารายการที่จะผลิตขึ้นเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมในด้านใดบ้าง การพิจารณาประโยชน์ของรายการที่จะผลิตขึ้นเสนอต่อผู้ชม จะทำให้ผู้ผลิตรายการได้คำนึงถึงการกำหนดเป้าหมายของรายการว่าจะผลิตขึ้นโดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์อย่างใดบ้าง เป็นการช่วยให้ผู้ผลิตรายการ วางขอบเขตของการผลิตรายการได้อย่างแน่นอนชัดเจนขึ้น

3. พิจารณาว่าความคิดที่จะนำมาเป็นรายการโทรทัศน์นั้น มีข้อจำกัดในแง่การผลิตรายการอย่างไรหรือไม่ ในบางครั้งความคิดบางอย่างอาจจะมีคุณค่าน่าสนใจแต่ไม่เหมาะกับการ

นำมาเสนอเป็นรายการโทรทัศน์ หรืออาจไม่สามารถหาวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะต้องใช้ในรายการได้

ในส่วนเนื้อหาของรายการ (Program content) ควรจะเป็นเนื้อหาที่สามารถถ่ายทอดความคิดริเริ่มในการผลิตรายการไปสู่ผู้ชมได้ เนื้อหาจะต้องมีความต่อเนื่องและสอดคล้องกับความคิดริเริ่มแรกในการทำรายการ และต้องเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมอยากชมรายการ ซึ่งเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องไปถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (Target Audience) เวลานำเสนอรายการ (Timing) และวิธีนำเสนอรายการ (Method of Presentation) (รวีวรรณ ประกอบผล , 2520)

โดยทั่วไปแล้ว การผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทใด ๆ ก็ตาม จะมีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน แต่ในส่วนวิธีการปฏิบัตินั้นจะมีการปรับประยุกต์ไปตามความเหมาะสมและความพอใจของผู้ผลิตรายการ งานวิจัยชิ้นนี้จะใช้แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นแนวทางในการอธิบายกระบวนการในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวทั้ง 3 รายการที่นำมาเป็นกรณีศึกษา

แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์

แมคควอล (McQuial อ้างถึงใน ชาลีสา มากแผ่นทอง, 2538) กล่าวว่า กิจกรรมหลักของสถาบันสื่อมวลชน จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ การผลิต (Production) การผลิตซ้ำทดแทนใหม่ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) นอกจากนี้เขายังได้ชี้ให้เห็นถึงนัยสำคัญระหว่างสถาบันสื่อสารมวลชนกับสถาบันต่าง ๆ ในสังคม สื่อมวลชนจะหยิบยกเรื่องใดมาเสนอต่อผู้รับสารนั้นย่อมจะไม่พ้นไปจากเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารและสังคมที่อาศัยอยู่ ลึกซึ้งมาอีกระดับหนึ่งเราจะพบว่า เรื่องที่จะนำเสนอต่อผู้รับสารในบางโอกาสจะถูกปิดกั้นหรือห้ามมิให้นำเสนอ จนเกิดภาวะการวิพากษ์วิจารณ์ถึงเสรีภาพของสื่อมวลชน ในประเด็นนี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนเองต้องตั้งตนให้อยู่ในกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สังคมพอใจ กฎเกณฑ์เหล่านั้นมาจากข้อเรียกร้องของสถาบันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเมือง สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันทางเศรษฐกิจ หรือแม้กระทั่งสถาบันสื่อมวลชนด้วยกันเอง ดังนั้นการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ

เมื่อผ่านพ้นเรื่องการผลิตจนได้ออกเป็นผลงานสื่อมวลชนแล้ว สิ่งที่ต้องคิดต่อไป คือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ผลงานที่สร้างขึ้นได้มีโอกาสเผยแพร่ (Distribution) ออกสู่การรับรู้ของประชาชน ในความเป็นจริง ช่องทางการสื่อสารนี้จะต้องมีการวางแผนมาอย่างดีก่อนที่จะลงทุนผลิตรายการ แต่ก็มีไม่น้อยเช่นกันที่สื่อมวลชนบางกลุ่มจะต้องเผชิญกับภาวะการหา ช่องทาง

เผยแพร่สารไม่ได้อย่างกระทันหัน เช่น กรณีถูกสั่งปิดรายการ การให้งดออกอากาศ หรือที่เรียกว่า “หลุดผังรายการ” ซึ่งในแต่ละปีเมื่อมีการปรับปรุงผังรายการโทรทัศน์ จะมีกลุ่มผู้ผลิตรายการไม่น้อยที่ต้องถูกกดดัน ความกดดันเหล่านี้เกี่ยวเนื่องมาจากหลายสาเหตุ และส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากสถาบันต่าง ๆ ในสังคมนั่นเอง

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ในประเด็นที่ว่า ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น ภาวะทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และผู้รับสาร เพื่อให้รายการที่ผลิตขึ้นสามารถอยู่รอดได้ในทางธุรกิจ คือ ได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการและได้รับการสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์รายการ ขณะเดียวกันผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เป็นผลมาจากสภาพภายในองค์กรผู้ผลิต เพื่อปรับปรุงปัจจัยดังกล่าวให้อยู่ในภาวะเสริมความพร้อมในการผลิตงานที่มีคุณภาพมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพงษ์ สุทธิไชอิน (2535) ได้ศึกษา เรื่อง “กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง พ.ศ.2532 - 2535” เพื่อทราบถึงลักษณะของรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง และกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ โดยศึกษาจากรายการโทรทัศน์ 3 รายการ คือ รายการสี่ทุ่มสแควร์ รายการจันทร์กระจิบ และรายการทไวไลท์โชว์

ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิงมีลักษณะเป็นรายการที่มีความหลากหลายในเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ โดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมเป็นหลัก และมักจะให้ความสำคัญกับวิธีการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาสาระ ส่วนกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการในด้านเนื้อหาพบว่า รายการทั้ง 3 มีแนวเรื่องและขอบเขตของเนื้อหาสาระคล้ายกัน คือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตและผลงานของบุคคลที่มีชื่อเสียง ดนตรี และเพลง เรื่องตลก ศิลปการแสดงและเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวทางสังคม

จิตรลดา ดิษยันทน์ (2538) ได้ศึกษา เรื่อง กลยุทธ์ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของบริษัทกันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของบริษัทกันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยเงื่อนไขและสภาพการณ์แวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์

ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทกันตนามีสภาพโอกาสที่เป็นข้อได้เปรียบ คือ 1.ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของบริษัท 2.การมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ 3.บทประพันธ์คือวัตถุดิบที่มีค่า 4.การเป็นผู้นำด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคนิคที่ทันสมัย 5.ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก ส่วนภาวะคุกคาม คือ 1.สภาพการแข่งขัน 2.ระบบการบริหารแบบครอบครัว

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ทางเลือกของกลยุทธ์ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตละครโทรทัศน์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ในการพึ่งตนเอง กลยุทธ์ในการประณีประนอม และกลยุทธ์ในการหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้ง อย่างไรก็ตามนัยสำคัญของการตัดสินใจทางกลยุทธ์ดังกล่าวขึ้นอยู่กับกลยุทธ์หลักขององค์กร คือ “กลยุทธ์ที่เน้นการรักษาเสถียรภาพ”

อรนุช สุดประเสริฐ (2537) ศึกษา เรื่อง “การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์” เพื่อทราบถึงประเภท และเนื้อหาของรายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์ รวมทั้งความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการ โดยศึกษาจากรายการเกมโชว์และรายการแข่งขันตอบปัญหา จำนวน 8 รายการ ที่ออกอากาศระหว่างเดือนกันยายน - เดือนธันวาคม 2537 ทางสถานีโทรทัศน์ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 4 สถานี

ผลการวิจัยพบว่า รายการแข่งขันชิงรางวัลสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ รายการประเภทที่เน้นสาระ ความรู้เป็นหลัก, รายการประเภทที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก และรายการประเภทที่เน้นทั้งสาระความรู้ และความบันเทิง ในส่วนของความนิยมจากผู้ชมนั้นพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะชมรายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิง ผสมผสานอยู่ในรายการเดียวกัน

ทิปวิท พงศ์ใหญ่อยู่ (2534) ได้ศึกษาเรื่อง “พัฒนาการของผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์” เพื่อทราบถึงประวัติความเป็นมา พัฒนาการและสภาพการดำเนินงานธุรกิจบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนศึกษาถึงปัจจัยเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์นี้มีพัฒนาการจากกลุ่มผู้จัดรายการโทรทัศน์อิสระไปสู่การดำเนินงานแบบองค์กร ที่มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน และพบว่าบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้ระบบสังคมโดยรวม ดังนั้นจึงไม่สามารถดำเนินงานได้โดยอิสระด้วยตัวขององค์กรเอง แต่จะมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

พัฒนาการของธุรกิจโทรทัศน์นี้ เกิดจากปัจจัยเสริม 2 ลักษณะ คือ ปัจจัยเสริมที่เป็นผลมาจากสภาพภายในองค์กรเองและปัจจัยส่งเสริมที่มาจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้จะสัมพันธ์และเป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกันและเคลื่อนไหวไปตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในช่วงเวลานั้น ๆ ส่งผลให้องค์กรบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเพื่อรักษาคุณภาพโดยรวมขององค์กรไว้

วีระ สุภะ (2537) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทยใน พ.ศ.2536” เพื่อทราบถึงกระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7 และ 9

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นการวางแผน 2.ขั้นเตรียมการ 3.ขั้นการถ่ายทำ และ 4.ขั้นการประเมินผล

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ ประกอบด้วย 10 ปัจจัย คือ 1.บุคลากร 2.นโยบาย 3.งบ/เงินทุน 4.ผู้ชม 5.ผู้อุปถัมภ์รายการ 6.เวลา 7.สถานที่ 8.เทคโนโลยี 9.สภาพสังคมปัจจุบัน และ 10.สภาพการแข่งขัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย