

บทที่ 4

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ สารคดีสั้นทางโทรทัศน์

การวิเคราะห์ข้อมูลรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมและทำการศึกษาทั้ง 29 รายการ (210 ตอน) นั้น ผู้วิจัยแบ่งองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มองค์กรราชการ กลุ่มรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มเอกชน

กลุ่มองค์กรราชการ ได้แก่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมสรรพากร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข และกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

กลุ่มรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ธนาคารออมสิน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล โรงพยาบาลธนบุรี โรงพยาบาลกรุงเทพ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด บริษัท รีเจนซี่ บรันดีไทย จำกัด บริษัท สโนว์แบรנדสยาม ประเทศไทย จำกัด(สโนว์แบรนด์) บริษัท ไบเออร์สตอฟ จำกัด(ยูเซอริน) บริษัท อุษงอิมพอร์ต จำกัด(sebamed) และ (Reparil – Gel) บริษัท เนสเล่ ประเทศไทย จำกัด (นมตราหมี พรี่ไปโอวัน) บริษัท เอฟเฟมฟู้ด ประเทศไทย จำกัด(วิสกัสม) บริษัท อเมริกันสแตนดาร์ด จำกัด(มหาชน) บริษัท โซนี่ ประเทศไทย (จำกัด) บริษัท คาโคมเมอเซียล ประเทศไทย จำกัด(ไฮเตอร์) บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด(ผงซักฟอกเปา) และบริษัท อายิโนะโมไต้ะเซลล์ ประเทศไทย จำกัด(เบอร์ดี้)

การวิเคราะห์ในบทนี้ ผู้วิจัยได้สอบถามผู้ให้ข้อมูลหลักของรายการสารคดีสั้นที่ศึกษาทั้ง 29 รายการ เพื่อทราบถึงจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร แล้วตรวจสอบบทโทรทัศน์และดูเทปโทรทัศน์รายการนั้นๆ เพื่อตรวจสอบว่า เมื่อผลิตออกมาเป็นรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์แล้ว ได้ชี้ให้เห็นจุดมุ่งหมายที่แท้จริงตรงกับที่ผู้ให้ข้อมูลหลักชี้แจงหรือไม่

1. กลุ่มองค์กรราชการ

1.1 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “คูคิดประชาชน” บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “คูคิดประชาชน” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยมีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ดังนี้ เพื่อ “ต้องการเตือนภัยกับประชาชนคนไทยโดยเฉพาะภัยอาชญากรรมทุกรูปแบบที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การโจรกรรมก็ดี หรือภัยจากสิ่งเสพติดอันก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา ฯลฯ เป็นต้น ปัญหาอาชญากรรมเหล่านี้ ทางสำนักงานตำรวจแห่งชาติถือเป็นภารกิจเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาเพื่อป้องกันและปราบปรามภัยอาชญากรรม แต่ปัญหาอาชญากรรมไม่สามารถแก้ไขได้โดยตำรวจเพียงฝ่ายเดียว ต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนและชุมชนด้วย ทางสำนักงานตำรวจแห่งชาติจัดทำรายการสารคดีหลายรายการเพื่อต้องการสื่อสารไปยังประชาชน ยกตัวอย่างเช่น รายการ ตำรวจของประชาชน เป็นต้น และนำเสนอในรูปแบบสารคดีสั้น ได้แก่รายการ “คูคิดประชาชน” โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนคนไทยทุกคน โดยได้รับความร่วมมือทางด้านงบประมาณจากคุรุสภา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ผลิตตำราแบบเรียนแก่เยาวชน จึงเห็นความสำคัญในการป้องกันภัยจากสิ่งเสพติดที่แพร่ระบาดในหมู่เยาวชนไทย” (พล.ต.ต. ดร.พงศพัศ พงษ์เจริญ.รองผู้บัญชาการสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง โฆษกสำนักงานตำรวจแห่งชาติและนายตำรวจราชสำนักเวรรับราชการสนองพระเดชพระคุณในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ.สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2545)

จุดมุ่งหมายในทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้น “คูคิดประชาชน” ที่ผู้ต้องการทำการสื่อสารได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า เมื่อวิเคราะห์จุดมุ่งหมายเทียบเคียงกับเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยพบว่า จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ผู้ต้องการทำการสื่อสารได้ใช้บทบาทของรายการสารคดีสั้นสื่อสารอย่างมีจุดมุ่งหมายตรงกับที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้กับผู้วิจัย ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์เพื่อสนับสนุนคำสัมภาษณ์ ตอน “เยาวชนกับยาเสพติด” ที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า สำนักงานตำรวจแห่งชาติมีจุดมุ่งหมายต้องการเตือนภัยยาเสพติดแก่ประชาชน

พล.ต.ต.พงศพัศ พงษ์เจริญ “ท่านผู้ชมครับจากการสำรวจดังกล่าวนี้ ทำให้เราทราบว่าการแพร่ระบาดของยาเสพติดนั้นกำลังคืบคลานเข้ามาใกล้เราทุกขณะ อย่างไรก็ตามสถาบันครอบครัวยังเป็นสถาบัน

หลักที่ช่วยหยุดยั้งการแพร่ระบาดดังกล่าวและช่วยให้เด็กและเยาวชน ตลอดจนสังคมโดยทั่วไปนั้น ปลอดภัยเสพติดอย่างแท้จริงครับ”

และจากตอน “ตามรอยเบื้องพระยุคลบาท”

พล.ต.ต.พงศพัศ “ท่านผู้ชมครับ รักในหลวง ห่วงลูกหลาน ช่วยกันด้านยาเสพติด ทั้งนี้เพื่อชีวิตที่ดีกว่าของเยาวชน ตลอดจนพี่น้องประชาชนโดยทั่วไป”

หรือจากตอน “อันตรายของบุหรี่” ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเตือนภัยแก่ประชาชนทั่วไป

เสียงบรรยาย “คาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า จะมีผู้เสียชีวิตจากบุหรี่ปีละ 10 ล้านคน บุหรี่ก่อความสูญเสียทางเศรษฐกิจแก่ประชากรโลกถึงปีละ 2 แสนล้านดอลลาร์ ความสูญเสียเหล่านี้สามารถป้องกันได้ หากมีการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่เข้มแข็ง”

พล.ต.ต.พงศพัศ “เห็นใจคนรอบข้าง สร้างอากาศให้สดใส เพื่อให้เกิดความปลอดภัยควันบุหรี่”

จุดมุ่งหมายที่ได้กล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์ที่ว่า “การป้องกันและปราบปรามยาเสพติดนั้น ต้องการขอความร่วมมือจากประชาชนและชุมชน” นำเสนอด้วยตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ออกกำลังกายสร้างพลัง ช่วยหยุดยั้งยาเสพติด”

พล.ต.ต.พงศพัศ พงษ์เจริญ “หากมีข้อมูลใดๆ ที่เป็นการเพิ่มเติม หรือเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดแล้ว ขอความกรุณาส่งมาได้ที่ตู้ ปณ.1234 ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติครับ”

การที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติมีจุดมุ่งหมายเตือนภัยเรื่องยาเสพติด เนื่องจากการรับเอานโยบายของรัฐบาลมาปฏิบัติให้สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กร นำเสนอด้วยเนื้อหาบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน มีถึง 4 ตอน คือ ตอน “เยาวชนกับยาเสพติด” “โครงการเยาวชนด้านยาเสพติด 1” “โครงการเยาวชนด้านยาเสพติด 2” และ “ออกกำลังกายสร้างพลัง ช่วยหยุดยั้งยาเสพติด” ที่ได้เน้นว่า “การป้องกันและปราบปรามยาเสพติดนั้นเป็นมาตรการสำคัญของรัฐบาลและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่จะเร่งรัดดำเนินการในเรื่องนี้ปรากฏผลเป็นรูปธรรม”

นอกจากจุดมุ่งหมายตามที่กล่าวมาแล้วสำนักงานตำรวจชาติยังต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชนด้วยการนำเสนอผลงานขององค์กร ตามที่ผู้วิจัยพบจากตัวอย่างบท

โทรทัศน์ตอน “โครงการต่อต้านยาเสพติดในกลุ่มเยาวชนที่อ.สามโคก จ.ปทุมธานี”

เสียงบรรยาย “สถานีตำรวจภูธรอำเภอสามโคก จ.ปทุมธานี เป็นสถานีตำรวจที่ได้รับรางวัลตำรวจชุดมวลชนสัมพันธ์ดีเด่นของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตำรวจชุดมวลชนสัมพันธ์ที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติจัดตั้งขึ้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตำรวจและประชาชนสามารถที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน อีกทั้งแลกเปลี่ยนข่าวสารต่อกันทั้งในทางบวกและทางลบ โดยปราศจากข้อครหา เพื่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย กิจกรรมดีเด่นกิจกรรมหนึ่งของสถานีตำรวจ อำเภอสามโคกก็คือ โครงการต่อต้านยาเสพติดในกลุ่มเยาวชน

1.2 กรมสรรพากร ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “ไขปัญหาภาษีอากร” บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ไขปัญหาภาษีอากร” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยมีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อให้ความรู้เรื่องข้อกฎหมายใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงแก่ประชาชนได้รับทราบ โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคล และผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษี ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล และประชาชนผู้เสียภาษีทั่วไป ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์จึงต้องการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้น” (กิตติพล สิงห์หน. นักประชาสัมพันธ์ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กรมสรรพากร สำนักงานเลขานุการกรม.สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2545)

เมื่อวิเคราะห์บทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน แล้ว พบว่ามีการให้ความรู้เรื่องข้อกฎหมายใหม่ตามที่ผู้ให้ข้อมูลหลักให้สัมภาษณ์ไว้ค่อนข้างน้อยมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการอธิบายขั้นตอนการเสียภาษี รวมทั้งการกระตุ้นเตือนให้ชำระภาษี ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน “เดือนนิติบุคคลยื่นเสียภาษี”

เอ็นดู ศิลศร “ตามกฎหมายประมวลรัษฎากร ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาครึ่งปี งด.94 คือผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (5) (6) (7) (8) ได้แก่ผู้มีเงินได้โดยให้เช่าทรัพย์สิน เช่น บ้านเช่า ผู้มีที่ดินให้เช่า ได้เงินได้จากการประกอบอาชีพอิสระ เช่น เปิดคลินิกรักษาโรค รับทำบัญชี สถาปนิก วิศวกร เงินได้จากการรับเหมาก่อสร้างต่างๆ เงินได้จากการประกอบธุรกิจพาณิชย์ เช่น ซื้อมา ขายไป ร้านขายอาหาร ร้านซักอบรีด ร้านขายของชำ การขนส่ง การเกษตร ศิลปิน ดารา นักร้อง เป็นต้น”

และจุดมุ่งหมายขอความร่วมมือจากประชาชนในการเสียภาษีให้ทันตามกำหนด

เอ็นดู ศิลศร "ขณะนี้กรมสรรพากรได้ส่งแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาครึ่งปี ภงด. 94 ไปทางไปรษณีย์แล้ว ขอให้ท่านตรวจความถูกต้องของชื่อ นามสกุล ที่อยู่และเลขประจำตัวผู้เสียภาษี และยื่นแบบภายใน 30 กย. นี้ นะคะ"

แต่ทั้งนี้ในรายการตอน "การให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมสรรพากร" พิธีกรได้อธิบายว่าเป็นภารกิจของกรมสรรพากรอยู่แล้ว ซึ่งมีได้รวมอยู่ในคำให้สัมภาษณ์

นารากร ตียายน "การให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ นั้นนะคะ กรมสรรพากรถือเป็นภารกิจหลักที่สำคัญค่ะที่จะต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้เสียภาษีได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และรวดเร็วเพื่อจะได้ไปปฏิบัติหน้าที่เสียภาษีได้อย่างถูกต้องต่อไปคะ"

นอกจากนั้น ยังพบว่า รายการ "ไขปัญหาภาษีอากร" พยายามสนับสนุนผู้ชมให้มีบทบาทในการช่วยป้องกันประกอบธุรกิจการค้าหลีกเลี่ยงภาษี ดังจะเห็นได้จากบทโทรทัศน์ตอน "ร่วมด้วยช่วยกัน ป้องกันการโกงภาษี"

เสียงบรรยาย "จึงขอความร่วมมือจากประชาชนและผู้เสียภาษีทุกคนช่วยกันเรียกใบกำกับภาษีทุกครั้งจากผู้ขายทุกครั้งที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ แม้จะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรง แต่ท่านมีส่วนป้องกันความเสียหายอันจะเกิดขึ้นกับประเทศของเราไว้ได้"

ในตอนท้ายของรายการทั้ง 8 ตอน จะมีการซ่อนตัวหนังสือว่า "กรมสรรพากร เต็มที่ เต็มใจรับใช้ประชาชน" ซึ่งเห็นได้ว่า มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้กรมสรรพากรอยู่ในฐานะผู้รับใช้ประชาชน ทั้งนี้เพื่อหักล้างความรู้สึกของประชาชนที่อาจจะมองกรมสรรพากรว่าเป็นผู้ที่คอยเก็บเงินทองเงินประชาชน

1.3 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ "รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด" บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ "รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด" ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ "ต้องการเผยแพร่ความรู้เรื่องสารเสพติดให้แก่เยาวชน เนื่องจากทาง (อย.) เห็นว่าสารเสพติดหลายประเภทกำลังแพร่ระบาดในหมู่เยาวชนไทยและอาจก่อให้เกิดปัญหาสังคมอื่นๆ" (จิรวัดน์ ภู่นรินทร์. ผู้จัดการทั่วไปและผู้ควบคุมรายการ

บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2545)

จากจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด”ตามคำสัมภาษณ์ “ต้องการเผยแพร่ความรู้เรื่องสารเสพติดให้แก่เยาวชน” เมื่อวิเคราะห์จากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอนที่อยู่ วิจัยได้ทำการศึกษาแล้ว พบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ คือ ต้องการให้ความรู้เรื่องสารเสพติดแก่กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเยาวชน จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ ตอน“ยาเสพติดกับวัยรุ่น”

เสียงบรรยาย “สารที่อยู่ในยาอิมัลชันคล้ายกับสารที่อยู่ในยาบ้าที่กำลังระบาดอยู่ในขณะนี้ครับ ซึ่งเมื่อเสพเข้าไปแล้วจะออกฤทธิ์กระตุ้นประสาทเหมือนยาบ้า แต่มีฤทธิ์กระตุ้นประสาทในระยะเวลาสั้น ๆ หลังจากนั้นจะออกฤทธิ์หลอนประสาทอย่างรุนแรง”

จุดมุ่งหมายเพื่อเตือนเยาวชนให้หลีกเลี่ยงยาเสพติด จากบทโทรทัศน์ตอน “มฤตยูดำ... ทำลายสุขภาพ”

พิธีกร “ปัญหาการใช้น้ำแก้อาเจียนในทางที่ผิด ไม่รุนแรงเหมือนยาบ้า ไม่คร่าสุขภาพเหมือนเฮโรอีน แต่เหมือนเป็นบันไดขั้นต้นที่นำไปสู่ปัญหาเสพติดที่รุนแรงขึ้น ดังนั้นเมื่อรู้อันตราย หลีกเลี่ยงยาเสพติดนะครับ”

และจุดมุ่งหมายในการขอความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหายาเสพติด จากบทโทรทัศน์ตอน “พฤติกรรมยาเสพติด”

พิธีกร “ดังนั้นช่วยกันสังเกตบุคคลในครอบครัว หากมีพฤติกรรมน่าสงสัยจะได้แก้ไขก่อนจะสายเกินไปนะครับ”

จากจุดมุ่งหมายทั้งหมดที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าลักษณะจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “รู้ภัยห่างไกลยาเสพติด” ตรงกับภารกิจการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยตรง ซึ่งมีหน้าที่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค จึงต้องทำการประชาสัมพันธ์ด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่กลุ่มเป้าหมาย

1.4 กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและต้องการรณรงค์เรื่องการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทรัพยากรน้ำ มีกลุ่มเกษตรกรบางกลุ่ม ได้รับผลกระทบจากการขาดแคลนน้ำ พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนคนไทยทุกคน มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม” (จิรวัดมนี ภูณรินทร์.ผู้จัดการทั่วไปและผู้ควบคุมรายการบริษัท โปรอิมเมจจำกัด.สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2545)

จากจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” ตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์จากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอนและผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแล้วพบว่า มีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้

จุดมุ่งหมายที่แสดงให้เห็นถึงการให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมนำเสนอด้วยตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ขยะไฮเทค”

เสียงบรรยาย “เมื่ออุปกรณ์เหล่านี้หมดอายุการใช้งานแล้ว เป็นธรรมดาที่มันจะกลายเป็นขยะที่ปะปนรวมกับขยะทั่วไป เราต่างลืมนครเคมีและโลหะหนักที่ประกอบในเทคโนโลยีเหล่านั้น เมื่อหลุดปลอมปนไปอยู่ในสภาพธรรมชาติแล้ว ส่งผลเสียทำลายธรรมชาติ”

และจากตัวอย่างบทโทรทัศน์ในตอนเดียวกันนี้ ที่สนับสนุนจุดมุ่งหมายเพื่อขอความร่วมมืออันนำไปสู่การรณรงค์การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

เสียงบรรยาย “ปัจจุบันจึงส่งเสริมให้ประชาชนหันมาแยกขยะพิษออก เพื่อการจัดเก็บและกำจัดได้ง่าย เรื่องนี้จึงเป็นเรื่องที่เราต้องช่วยกันเพื่อคนไทย เพื่อสิ่งแวดล้อมไทย”

นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายในการเตือนเพื่อสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม พบได้จากบทโทรทัศน์ตอน “การเลือกใช้น้ำยาล้างจาน”

เสียงบรรยาย “เราทุกคนก็ควรหลีกเลี่ยงการใช้น้ำยาล้างจานที่ผสมสารชนิดนี้ เพื่อเป็นการช่วยรักษา

สภาพแวดล้อมอีกวิธีหนึ่ง สิ่งเล็กๆ น้อยๆ เพียงเท่านี้สิ่งแวดล้อมไทยก็จะดีขึ้น เพื่อคนไทย เพื่อสิ่งแวดล้อมไทย”

จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้น มีลักษณะตรงกับภารกิจการดำเนินงานขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร คือ การรักษาและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้แสดงเจตนารมณ์ตามภารกิจหน้าที่ด้วยการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นรายการ “มองสิ่งแวดล้อมไทย” จึงมีบทบาทเสมือนเป็นตัวแทนขององค์กรที่ถ่ายทอดเจตนารมณ์หรือจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์ขององค์กรด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร

1.5 กระทรวงสาธารณสุข ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “ชีวิตสดใส”

บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ชีวิตสดใส” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อส่งเสริมโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า เนื่องจากปี 2545 เป็นปีแห่งการรณรงค์เสริมสร้างสุขภาพ จึงต้องการรณรงค์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการรักษาสุขภาพร่างกาย รวมทั้งการรณรงค์ให้ประชาชนชาวไทยรวมพลังสร้างสุขภาพ ซึ่งโครงการนี้เป็นนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ ยังต้องการเผยแพร่กิจกรรมที่กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้จัดขึ้น และให้บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการให้” (จิรวัดณ์ ภูณรินทร์.ผู้จัดการทั่วไปและผู้จัดการควบคุมรายการ.สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2545)

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน พบว่า องค์กรผู้ต้องการสื่อสารได้แสดงจุดมุ่งหมายไว้เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ คือ จุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของกระทรวง จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “เพื่อสุขภาพและส่วนรวม”

เสียงบรรยาย “ภายใต้นโยบายประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยมีเครือข่ายการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่อ ในท้องถิ่นชุมชนที่เข้มแข็ง มีองค์กรท้องถิ่นที่มีศักยภาพเฝ้าระวัง ควบคุมปัญหาโรคติดต่อในท้องถิ่น โดยมีเป้าประสงค์เพื่อลดโรคติดต่อที่สำคัญและพัฒนาการป้องกัน และควบคุมโรคติดต่อของประเทศให้มีความเข้มแข็ง”

สำหรับจุดมุ่งหมายการรณรงค์ให้คนไทยใส่ใจเสริมสร้างสุขภาพ พบในบทโทรทัศน์ตอน

“ความฉลาดทางอารมณ์”

เสียงบรรยาย “เพื่อเป็นการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั้งประเทศ ทุกกลุ่มอายุ ทุกอาชีพ ทุกพื้นที่ รู้และตระหนักใส่ใจในการสร้างเสริมสุขภาพ ซึ่งการบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย พิษ การออกกำลังกายอย่างถูกต้อง และสม่ำเสมอเหมาะสมตามวัย รวมทั้งการมี EQ ที่ดีด้วย”

จุดมุ่งหมายที่ต้องการเผยแพร่กิจกรรมที่กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานในสังกัดได้จัดขึ้น พบในบทโทรทัศน์ตอน “นวดเพื่อสุขภาพ”

เสียงบรรยาย “ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพของไทยเป็นอีกกิจกรรมหนึ่ง ภายใต้กองทุนสนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิการแพทย์พัฒนาสถาบันการแพทย์ของไทยภายใต้กระทรวงสาธารณสุข ได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2542 ดำเนินการฝึกอบรมการนวดไทยหลักสูตรต่างๆ ให้กับผู้ปฏิบัติงาน และพัฒนาแรงงานไทยไปสู่ต่างประเทศ ตลอดจนช่วยให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเอง ด้วยการดูแลสุขภาพด้วยการนวดไทย”

จุดมุ่งหมายที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ เมื่อวิเคราะห์จากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน มีเพียง 2 ตอน ที่ได้กล่าวถึงการรักษาสุขภาพ ได้แก่ ตอน “ความฉลาดทางอารมณ์” และ ตอน “เพื่อสุขภาพและส่วนรวม” อีก 6 ตอนที่เหลือเน้นแสดงจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หรือ 30 บาทรักษาทุกโรคเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล

กลุ่มที่ 1 องค์กรราชการ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดมุ่งหมายขององค์กรราชการเทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการทั้ง 5 รายการ (40 ตอน) สรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์จากผู้กำหนดนโยบายและจุดมุ่งหมาย และตัวแทนจากกลุ่มผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ กล่าวคือ องค์กรราชการทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นด้วยการเผยแพร่ความรู้ และข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กร และต้องการตอบสนองนโยบายของรัฐบาล เนื่องจากเป็นองค์กรของรัฐ ต้องการให้ประชาชนเกิดการรับรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างองค์กรกับประชาชน และขอความร่วมมือให้ประชาชนปฏิบัติตามเจตนารมณ์ที่ได้วางไว้ นอกจากนี้องค์กรราชการได้แสดงเจตนารมณ์ต้องการประชาสัมพันธ์เผยแพร่โครงการขององค์กรด้วย

2. กลุ่มรัฐวิสาหกิจ

2.1 ธนาคารออมสิน ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ

“ออมสินของปวงชน”

บริษัทไอเดีย เวิร์ล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ออมสินของปวงชน” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อเผยแพร่การดำเนินงานด้านการให้บริการสังคมและชุมชน รวมทั้งกิจกรรมที่ธนาคารได้จัดขึ้น ด้วยเหตุนี้ บทบาทหน้าที่ของธนาคารออมสิน ในการดำเนินงานเพื่อประชาชนและชุมชนต่างๆ ทั่วภูมิภาคคือการให้บริการแก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ประชาชนระดับกลางจนถึงประชาชนระดับกลางให้พึ่งตนเองได้เพื่อประโยชน์ของชุมชน ส่วนการดำเนินงานเพื่อสังคมของธนาคารออมสิน คือ ให้บริการแก่สังคมโดยทำหน้าที่บริการให้กับภาครัฐวิสาหกิจ เอกชน และธุรกิจบริการเชิงพาณิชย์ทั้งหลาย ตลอดจนทั้งการร่วมแก้ไขปัญหาควิกฤตของประเทศที่เกิดขึ้น การที่จะทำให้ประชาชนระดับกลางและระดับล่างเข้าใจภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการสังคม และชุมชนของธนาคารออมสินนั้น ธนาคารออมสินจึงต้องประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้น 2 นาที ได้แก่ รายการออมสินของปวงชน โดยธนาคารออมสินเป็นผู้นำข้อมูลที่เป็นเนื้อหาของรายการ ตรวจสอบเนื้อหาและเป็นผู้เผยแพร่รายการ” (นางนุช ม่วงเจริญ. พนักงานปฏิบัติการ 7 ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่). สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2545)

จากจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “ออมสินของปวงชน” ตามที่ผู้กำหนดนโยบายและจุดมุ่งหมายในการสื่อสารได้ให้สัมภาษณ์ไว้ นั้น เมื่อนำมาเทียบเคียงกับเนื้อหาบทโทรทัศน์รายการทั้ง 8 ตอนแล้ว ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายของการเผยแพร่รายการเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ธนาคารนี้...ที่รวมใจของชุมชน” ที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานของธนาคารด้านการให้บริการแก่ชุมชน

เสียงบรรยาย “ธนาคารชุมชน อีกหนึ่งในบริการเพื่อชุมชนของธนาคารออมสิน ซึ่งคนในชุมชนมีส่วนร่วมทั้งในฐานะลูกค้าและเจ้าของธนาคาร โดยธนาคารออมสินจะเข้าไปเปิดสำนักงานของธนาคาร ชุมชนในพื้นที่ซึ่งไม่มีสถาบันการเงินตั้งอยู่ตามคำร้องขอของชุมชน ซึ่งมีความพร้อมด้านสถานที่ตั้งและบุคลากรที่จะดำเนินงาน”

จุดมุ่งหมายเผยแพร่การดำเนินงานเพื่อประชาชนและชุมชนต่างๆ ทั่วภูมิภาค โดยมีกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ประชาชนระดับกลางจนถึงระดับกลางให้พึ่งตนเองได้

เสียงบรรยาย "สมศรี เรื่องประณีป และ ณรงค์ เจริญศิลป์ สองพี่น้องชาวไร่ยาสูบ จ.สุโขทัย คือ ประจักษ์พยานที่ชัดเจน ทราบว่าพวกเขาได้รับการอนุมัติสินเชื่อจากธนาคารออมสิน ที่ทำให้มีเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อซื้อปัจจัยการผลิตต่างๆ เป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มทุนรายได้ให้แก่ครอบครัว"

จุดมุ่งหมายการเผยแพร่กิจกรรมที่ธนาคารได้จัดขึ้นเพื่อให้บริการกับภาครัฐวิสาหกิจ เอกชน และธุรกิจบริการเชิงพาณิชย์ทั้งหลาย จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน "จี เอส บี สมาร์ทตี้ เกิร์ล"

เสียงบรรยาย "นับแต่ต้นปี 2545 ถือเป็นมิติใหม่ เมื่อมีการคัดเลือกพนักงานสาวสวยของธนาคารออมสินถึง 54 คน เพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายธุรกิจของธนาคาร ติดต่oprสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และเป็นตัวแทนของธนาคารในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ"

จุดมุ่งหมายในด้านการประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการให้บริการของธนาคาร ตอน "คุณภาพบุคลากร คุณภาพของออมสิน"

เสียงบรรยาย "บุคลากรของธนาคารออมสินทุกคนจึงเปี่ยมล้นด้วยจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อประชาชน และสังคมส่วนรวมอย่างจริงจัง มั่นคง จริงใจ รับผิดชอบต่อสังคม"

นอกจากจุดมุ่งหมายตามที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ ผู้วิจัยยังได้พบจุดมุ่งหมายการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ด้วยการช่วยเหลือกิจกรรมส่งเสริมสังคม จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน "สายใย เอื้ออาทร สู่ออมสิน"

พ.ต.ท.คัมภีร์ "งบประมาณในส่วนหนึ่งของกรมตำรวจค่อนข้างมีจำกัด อุปกรณ์ต่างๆ ไม่ค่อยเพียงพอต่อปริมาณการจราจร จุดนี้ได้รับความเอื้ออาทรจากธนาคารออมสิน เกี่ยวกับอุปกรณ์โดยเฉพาะเสื้อสะท้อนแสง ธนาคารออมสินได้มอบให้กับจราจร สน.บางชื่อของเขา จะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์กับประชาชน"

จากการศึกษารายการ "ออมสินของปวงชน" ทั้ง 8 ตอน จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ กล่าวคือ ธนาคารออมสินได้ใช้บทบาทของรายการสารคดีสั้นเป็นสื่อกลางเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการดำเนินงานที่สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ของธนาคาร โดยมีชุมชนและประชาชนเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นที่พึ่งของสังคม ไม่ใช่เป็นองค์กรที่อยู่ต่างหากและทำธุรกิจหาผลประโยชน์จากสังคม

2.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที” รายการ“ลัดเลี้ยวเที่ยวไป” รายการ“สยามมีดี” รายการ“เส้นทางสี่รัฐ” และรายการ“พักร้อน @ เมืองไทย”

รายการ“เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที”

บริษัทวิสต้า เฟรม จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ“เพื่อเผยแพร่ และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประจำแหล่งท่องเที่ยวให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มแม่บ้านในแต่ละเดือน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบายแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น เดือนกรกฎาคม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีนโยบายการประชาสัมพันธ์เรื่อง “ทัวร์ครอบครัวสุขสันต์” เป็นนโยบายเพื่อสานสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสมาชิกในครอบครัว โดยลดค่าใช้จ่ายในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวทั้งครอบครัว นโยบายครอบครัวสุขสันต์นี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องการให้ประชาชนเห็นความสำคัญของครอบครัว”

“จากรายการสารคดีสั้นที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเผยแพร่ก็สามารถแบ่งจุดมุ่งหมายออกเป็น 2 ประเภท คือ ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรม เทศกาล ประเพณีต่างๆที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ประชาชนได้รับทราบและกระตุ้นให้ประชาชนได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองไทยให้มากขึ้น ประชาสัมพันธ์องค์กรตัวองค์กรเองด้วย โดยใช้รายการสารคดีสั้นเป็นรูปแบบในการสื่อสารไปสู่ประชาชน”

“รายการสารคดีสั้นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นมีขั้นตอนการดำเนินงาน ได้ใช้นโยบายทางการตลาดและงบประมาณในแต่ละปีมารองรับ เมื่อได้นโยบายแล้วบุคลากรทุกฝ่ายในองค์กรจะร่วมเสนอความคิดเห็น จากนั้นจึงแบ่งงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ พร้อมทั้งแบ่งกลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการ และจัดจ้างบริษัทผลิตรายการดำเนินการในขั้นตอนการผลิตรายการ ฉะนั้นในแต่ละปีนั้นมีจำนวนรายการสารคดีสั้นมากขึ้นน้อยแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับงบประมาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นสำคัญ”

(พิชิต สุขไผ่ตา. หัวหน้างานจัดรายการโทรทัศน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2545)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการสื่อสารถึงจุดมุ่งหมายผ่านรายการสารคดีสั้น “เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที” สะท้อนจุดมุ่งหมายการเผยแพร่และพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับกลุ่มคนทำงานและกลุ่มแม่บ้าน จากจุดมุ่งหมายเมื่อนำมาเทียบเคียงกับ

เนื้อหาของรายการแล้ว ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ได้สัมภาษณ์ไว้ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“ซีจรรย์านที่เขานิหญ่”

เสียงบรรยาย “เริ่มจากด้านเก็บเงิน อาจพบวิวซีจรรย์าน จะพบวิวทั้งทางป่าทึบ บางครั้งอาจพบกวางน้อย มายืนอวดโฉม เหนือยนักกัฟักที่จุดชมวิว ชมความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่าที่ครอบคลุม 3 จังหวัด ถัดไปเป็นน้ำตกกอกแก้ว แล้วเมื่อถึงที่ทำการอุทยาน อย่าลืมแวะพิพิธภัณฑลัศตวปีาสมบูรณ์แบบ ประสบบการณดี ๆ จากการซีจรรย์าน รอให้ท่านมาสัมผัสได้ทั้งปี”

และจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยการเผยแพร่นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ ทวีรครอบครวสุขสันต์ เพื่อต้องการให้ประชาชนเห็นความสำคัญองครอบครว จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“ครอบครวสุขสันต์”

เสียงบรรยาย “ตลอดเดือนสิงหาคม เดือนแห่งครอบครวสุขสันต์ ททท. มีโปรแกรมท่องเที่ยวเด็ดๆ มาเอาใจสมาชิกทุกคนในครอบครว อย่างทวิรลูๆ พาแม่เที่ยวตลอดทั้งเดือน”

รายการ“ลัดเลียวเที่ยวไป”

บริษัทโซวีแอนด่ว้อยซ์ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ลัดเลียวเที่ยวไป” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์มา คือ “เพื่อเผยแพร่งานเทศกาล และประเพณีองทุกจังหวัดในประเทศไทยที่จัดขึ้นในแต่ละเดือน ให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ประชาชนทั่วไป และกลุ่มนักศึกษา” (พิชิต สุขไผ่ตา. หัวหน้างานจัดรายการโทรทัศน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์,12 มิถุนายน 2545)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการสื่อสารถึงจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่งานเทศกาล และประเพณีองทุกจังหวัดในประเทศไทยที่จัดขึ้นในแต่ละเดือนให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ประชาชนทั่วไป และกลุ่มนักศึกษา เมื่อวิเคราะห์จุดมุ่งหมายตามบทสัมภาษณ์เทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน แล้ว ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “หวานแบบโคราช”

เสียงบรรยาย “โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเดือน พ.ค. ที่แทบจะเรียกว่า เทศกาลผลไม้เลยก็ว่าได้ อย่างเช่นวันนี้เราจะพาไปทวิรออีกหนึ่งเส้นทางแห่งความอร่อย ที่รู้จักกันดีในชื่อ ประตุสู่อีสาน จ.นครราชสีมา ผลไม้ที่โดดเด่นและขึ้นชื่อในเส้นทางนี้ ก็คือ องุ่นน้เองคะ”

รายการ “สยามมีดี”

บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “สยามมีดี” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อเผยแพร่งานเทศกาล และประเพณีของทุกจังหวัดในประเทศไทย รวมทั้งกิจกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ประสานงานกับสำนักงาน ททท. ในแต่ละจังหวัด เพื่อตอบรับโครงการต่างๆ ภายใต้นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ยกตัวอย่างเช่น โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน เป็นต้น ในขั้นตอนการผลิตรายการนั้น ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดจ้างบริษัทผลิตรายการเป็นผู้ดำเนินการ (พิชิต สุขไผ่ตา. หัวหน้างานจัดรายการโทรทัศน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2545)

สำหรับจุดมุ่งหมายการเผยแพร่งานเทศกาลและประเพณีของแต่ละจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังแสดงให้เห็นการประสานงานของสำนักงานททท. ในแต่ละจังหวัดภายใต้ นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากจุดมุ่งหมายเมื่อนำมาเทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการแล้ว ผู้วิจัยได้พบจุดมุ่งหมายที่เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “อร่อยสุดๆที่พัทยา”

พิธีกร “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนง.ภาคกลางเขต 3 นะครับ ร่วมกับจังหวัดชลบุรี เมืองพัทยา ได้กำหนดจัดงานเทศกาลผลไม้และอาหารทะเลขึ้นใหม่ที่เมืองพัทยา เพื่อต้อนรับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน ในเดือนนี้ครับ”

นอกจากจุดมุ่งหมายดังกล่าวแล้ว เมื่อวิเคราะห์จากรายการทั้ง 8 ตอน ยังพบจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยการเผยแพร่การดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายขององค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจกับกลุ่มประชาชน จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “สวรรค์บนดิน”

เสียงบรรยาย “ภาพยนตร์โฆษณาเชิญชวนคนไทยเที่ยวเมืองไทยทั้ง 2 ชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนโครงการเที่ยวทั่วไทย ไปได้ทุกเดือน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มุ่งเน้นการชี้ให้คนไทยเห็นว่า มีสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่น่าท่องเที่ยว ลดการท่องเที่ยวในต่างประเทศครับ”

รายการ“เส้นทางสีรุ้ง”

บริษัท Positive Creation จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เส้นทางสีรุ้ง” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อต้องการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ พร้อมทั้งกระตุ้นให้สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้พิการ เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีปรัชญาเกี่ยวกับผู้พิการว่าผู้พิการสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เหมือนบุคคลทั่วไป หากได้รับการช่วยเหลือที่ดี กล่าวคือ ต้องมีสิ่งรองรับอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่ในพื้นที่คอยให้ความช่วยเหลือและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้พิการ พร้อมทั้งกระตุ้นให้ประชาชนที่อยู่ ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นช่วยเหลือผู้พิการด้วย รายการเส้นทางสีรุ้งเป็นรายการใหม่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้รับงบประมาณจากหน่วยงานราชการ กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลผู้พิการ สำนักงานประกันสังคม มีนโยบายเกี่ยวกับการประกันลูกจ้างที่ได้รับอุบัติเหตุจากการทำงาน และกรมพัฒนาฝีมือแรงงานก็มีนโยบายส่งเสริมโครงการฝึกอาชีพคนพิการร่วมกับคนไม่พิการ รายการเส้นทางสีรุ้งเริ่มออกอากาศวันที่ 3 พฤษภาคม 2545 โดยในขั้นตอนการดำเนินการผลิตนั้น ได้จัดจ้างบริษัทผลิตรายการเป็นผู้ดำเนินการ” (พิชิต สุขไผ่ตา. หัวหน้างานจัดรายการโทรทัศน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2545)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายเกี่ยวกับผู้พิการว่า ผู้พิการสามารถเดินทางท่องเที่ยวเสมือนคนปกติทั่วไป จึงต้องการสื่อสารถึงจุดมุ่งหมายดังกล่าวผ่านรายการ “เส้นทางสีรุ้ง” จากจุดมุ่งหมายตามคำสัมภาษณ์เมื่อวิเคราะห์จากรายการทั้ง 8 ตอนแล้ว พบว่าเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ท่องเที่ยวฟาร์มเลี้ยงกวางกับคนพิการ”

เพชรน้ำหนึ่ง “แล้วคนพิการก็ยังสามารถได้อีกนะ เนี่ยะ แต่ต้องลุยหน่อยนะ แล้วจะสนุกมากเลย แล้วถ้าเกิดมากับครอบครัวจะสบายใหญ่เลย”

หรือจากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “พืชมืองท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ(ตอนที่1)”

ปรัชญา “ลูกค้าของอัลคาซาก็มีคนพิการค่อนข้างเยอะพอสมควร ถ้ามีเก้าอี้ wheel chair เราก็จะมีพนักงานต้อนรับหา wheel chair ให้ 4 คนต่อ 1 wheel chair แล้วก็จัดที่นั่งด้านหลังให้กับคนพิการโดยเฉพาะ พอโชว์เล็กก็จะมีพนักงานนำ wheel chair กลับไปอีกครับ”

รายการ“พักร้อน @เมืองไทย”

บริษัททริป แอนด์ ไมล์ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “พักร้อน@เมืองไทย” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์เพื่อ“เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้กับประชาชนทั่วไป รายการพักร้อน@เมืองไทย เป็นอีกหนึ่งในรายการใหม่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยเริ่มออกอากาศในเดือนกรกฎาคม 2545 และในขั้นตอนการดำเนินการผลิตนั้นทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดจ้างบริษัทผลิตรายการเป็นผู้ดำเนินการ” (พิชิต สุขไผ่ตา. หัวหน้างานจัดรายการโทรทัศน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.สัมภาษณ์,12 มิถุนายน 2545)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สื่อสารถึงจุดมุ่งหมายการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้กับประชาชนทั่วไป ในรายการ“พักร้อน @เมืองไทย” เมื่อผู้วิจัยได้นำคำสัมภาษณ์มาเทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอนแล้ว พบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“เทียนพรรษา อุบลราชธานี”

เสียงบรรยาย“ที่จังหวัดอุบลราชธานี สัมผัสอารยธรรมถิ่นอีสาน ที่สืบสานงานพระพุทธศาสนาของชาวเมืองอุบลกันครับ ในช่วงเทศกาลอาสาฬหบูชาและเข้าพรรษาของทุกปี ไม่ว่าคุณจะเดินไปในชุมชนวัดไหนๆ นะครับนักท่องเที่ยวจะพลาดไม่ได้ที่พบกับบรรยากาศของช่างชาวอุบลฯ ร่วมใจกันเตรียมตกแต่งต้นเทียนเรียกว่าเตรียมตัวกันอย่างเต็มที่เลย”

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาทั้ง 5 รายการ ซึ่งได้นำมาเป็นแนววิเคราะห์ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงจุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ขององค์กรได้อย่างชัดเจน และยังได้พบจุดมุ่งหมายการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรด้วยการเผยแพร่รายการที่ใส่ใจต่อผู้ดูโดยโอกาสในสังคม ได้แก่ กลุ่มคนพิการ ดังเช่น รายการ “เส้นทางสีรุ้ง” และให้ประชาชนเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัวด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสมาชิกในครอบครัวตามนโยบาย “ครอบครัวสุขสันต์” ดังเช่น รายการ “เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที” และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานขององค์กรต่อสาธารณชน ดังเช่น รายการ “สยามมีดี”

กลุ่มที่ 2 องค์กรรัฐวิสาหกิจ จากการที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดมุ่งหมายการเผยแพร่รายการสารคดีสั้นทั้ง 6 รายการของผู้ต้องการทำการสื่อสารกลุ่มรัฐวิสาหกิจ พบว่า นอกจากผู้ต้องการทำการสื่อสารในกลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามภารกิจหน้าที่ขององค์กรแล้ว ยังพบ

ว่า มีจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรเอง ด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร แสดงให้เห็นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อความสำเร็จขององค์กร

3. กลุ่มเอกชน

3.1 โรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “คลังสมองส่องไทย” บริษัทโปรอิมเมจ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “คลังสมองส่องไทย” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “ต้องการนำเสนอเรื่องราวโดยเฉพาะเรื่องปัญหาสังคมที่ประชาชนในสังคมกำลังให้ความสนใจ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสภาพของสังคมไทย ยกตัวอย่างเช่น ปัญหายาเสพติด ฯลฯ เป็นต้น และให้ประชาชนทุกคนร่วมมือกันแก้ไข” (จิววัฒน์ ภูรินทร์. ผู้จัดการทั่วไปและผู้ควบคุมรายการ. สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2545)

จากการศึกษาจุดมุ่งหมายตามที่ได้วิจัยได้สัมภาษณ์โดยเทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการ ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่าผู้ต้องการทำการสื่อสารมีจุดมุ่งหมายต้องการสะท้อนปัญหาสังคม เช่น ปัญหาเด็กอ่อนถูกทอดทิ้ง ปัญหาครอบครัว ปัญหาข้างแรมร้อน เป็นต้น ผู้วิจัยยกตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “เด็กถูกทอดทิ้ง”

เสียงพิธีกร “ทารกบางคนอ้างว่าต้องโยกตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อกล่อมให้ตัวเองหลับเด็กอ่อนในสถานสงเคราะห์ญาไทแห่งนี้ มีพัฒนาการช้ากว่าเด็กทั่วไป เด็กจะหัดพูดได้ช้ากว่ากำหนด และคำแรกที่เด็กหัดเรียกก็ไม่ใช่คำว่า แม่ หรือพ่อ หนูน้อยที่ไม่รู้จักสัมผัสความอบอุ่น เด็กบางคนแทบไม่ถูกอุ้มเลย”

นอกจากนี้ ยังมีจุดมุ่งหมายสะท้อนปัญหาที่พบในวัยรุ่น ซึ่งเป็นปัญหาที่สังคมกำลังให้ความสนใจ เช่น ปัญหายาเสพติด จากบทโทรทัศน์ตอน “ครอบครัวคือรากฐานการแก้ปัญหา ยาเสพติด”

เสียงพิธีกร “ปัญหา ยาเสพติด จะรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ และยากที่จะหยุดยั้ง ที่กำลังแพร่ระบาดในขณะนี้ คือ ยาอี และยาบ้า ที่นิยมเสพกันในหมู่วัยรุ่น”

และจุดมุ่งหมายการสะท้อนปัญหาสังคม จากบทโทรทัศน์ตอน “ข้างเร่ร้อน”

เสียงพิธีกร “ข้างสัดวิคู้บ้านคูเมืองของคนไทย ชีวิตต้องมาระทระเหินเข้ามาเป็นข้างราตรีในเมืองกรุง โดยความข้างจะพาตระเวนหาอาหารไปเรื่อยๆ ถ้าวันไหนขายอาหารได้มากข้างก็อิ่ม แต่ถ้าวันไหนขายอาหารไม่ได้ข้างก็อด เป็นชีวิตสัตว์ที่น่าเวทนาอย่างยิ่ง”

และยังพบจุดมุ่งหมายต้องการสะท้อนปัญหาสุขภาพจิต ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ของโรงพยาบาล จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “วัยรุ่นกับการอดอาหาร” และตอน “จิตซีมเศร้า” ผู้วิจัยของยกตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “วัยรุ่นกับการอดอาหาร”

นายแพทย์วิศิษฐ์ “คนเราในวัยศึกษาเล่าเรียนควรต้องการ การโภชนาการที่ถูกต้อง ต้องการสารอาหารไปหล่อเลี้ยงสมอง ร่างกาย ให้เจริญเติบโต ถ้าเราไปอดอาหารบางกลุ่มบางอย่าง ก็ทำให้ขาดสารอาหารบางชนิดไป การเติบโตของร่างกายก็ไม่เต็มที่ รวมทั้งสมองด้วย เป็นผลเสียของร่างกายทำให้ไม่แข็งแรง ในอนาคตอาจเป็นโรคขาดสารอาหารบางชนิด ซึ่งเป็นอันตรายร้ายแรงได้ครับ”

จากจุดมุ่งหมายทั้งหมดที่ได้กล่าวมานี้ เมื่อวิเคราะห์บทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ และเป็นที่น่าสนใจว่า โรงพยาบาลมีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพแต่โรงพยาบาลได้ให้ความสำคัญกับเรื่องปัญหาสังคม สะท้อนให้เห็นว่าโรงพยาบาลมีความห่วงใยสังคม

3.2 โรงพยาบาลธนบุรี ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “เรื่อง ของคุณ ปี 4” บริษัทเจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เรื่อง ของคุณ ปี 4” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เพื่อต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับโรค และอาการผิดปกติ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย โรคแต่ละชนิดเป็นโรคที่ไม่ร้ายแรง และเป็นอาการที่พบบ่อยและเกิดขึ้นได้กับทุกคน ในขณะเดียวกันเป็นโรคที่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป พร้อมทั้งเสนอแนวทางการป้องกัน และรักษาอย่างถูกวิธีโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ” (นนทวรรณ ดิษฐ์แย้ม. ผู้จัดการโครงการสารคดี บริษัทเจเอสแอล จำกัด. สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จุดมุ่งหมายในการสื่อสารผ่านรายการ “เรื่องของคุณ ปี 4” คือ ต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและอาการผิดปกติที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างบทโทรทัศน์ที่สนับสนุนคำสัมภาษณ์ ตอน “ลมพิษ”

พญ. มนัสสวาสดี “สาเหตุของลมพิษมีอยู่หลายอย่าง แบ่งง่าย ๆ เป็น 3 ข้อ ข้อแรก จากสารเคมี ได้แก่ ยาและอาหาร ซึ่งปัจจุบันมีสารเคมีที่อาจปนเปื้อนมากับอาหารได้ เช่น ยาปฏิชีวนะในเนื้อสัตว์ ข้อถัดมา จากเชื้อโรค การติดเชื้อไวรัส แบคทีเรีย รวมทั้งเชื้อราและพยาธิข้อสุดท้าย จากสภาวะทางฟิสิกส์ เช่น แสงแดด ความร้อน ความเย็น การดูแลรักษา ควรพบแพทย์เพื่อตรวจหาสาเหตุและแก้ไขได้ถูกต้อง เพื่อป้องกันการเกิดซ้ำขึ้นอีก”

และจุดมุ่งหมายที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “พร้อมทั้งเสนอแนวทางรักษาป้องกันอย่างถูกวิธีโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญของโรงพยาบาลธนบุรี”

พญ. มนัสสวาสดี “ข้อแรก ก็ต้องพยายามหลีกเลี่ยงสาเหตุที่ทำให้เกิดลมพิษ เช่น บางคนพอโดนฝุ่นหรืออากาศร้อนจัดนาน ๆ ก็มีลมพิษขึ้น ก็ต้องพยายามเลี่ยงใส่เสื้อผ้าที่โปร่งสบาย อากาศถ่ายเทได้สะดวกและรีบอาบน้ำทันที”

และจุดมุ่งหมายต้องการประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลธนบุรีด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการแพทย์เพื่อประโยชน์แก่สาธารณชน จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ปรึกษาอวัยวะ (ต่อชีวิตใหม่...)”

พญ. มนัสสวาสดี “โดยทั่วไปทั้งชายและหญิงที่มีสุขภาพแข็งแรง ต้องไม่มีโรคเรื้อรัง อย่างเช่น โรคเบาหวาน โรคตับ โรคไต อายุไม่เกิน 60 ปี ไม่มีโรคติดเชื้อหรือโรคมะเร็งที่สามารถถ่ายทอดได้ทางเลือด หรือว่าติดไปกับอวัยวะที่บริจาคได้ ก็สามารถบริจาคได้ทั้งนั้นนะคะ ที่สำคัญอวัยวะที่เราให้บริจาคต้องอยู่ในสภาพดีหรือทำงานได้ดี”

จากจุดมุ่งหมายทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากเนื้อหาของรายการทั้ง 8 ตอน พบว่า ทุกตอนเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ และคำกล่าว “โรงพยาบาลธนบุรี เพื่อมาตรฐานที่ดีของชีวิต” ที่พบในท้ายรายการทุกตอน เป็นการระบุชื่อผู้สนับสนุนเพื่อต่อยอดคุณสมบัติที่ดีของโรงพยาบาล สะท้อนให้เห็นจุดมุ่งหมายที่แท้จริง คือ ต้องการให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาลอีกด้วย

3.3 โรงพยาบาลกรุงเทพ ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “ห่วงคุณห่วงสุขภาพ” บริษัททริโลออนส์ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ห่วงคุณห่วงสุขภาพ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “เผยแพร่วิธีการดูแลรักษาสุขภาพ ด้วยเทคโนโลยีทางการแพทย์อันทันสมัยและมีประสิทธิภาพของโรงพยาบาลกรุงเทพ รวมทั้งการทำให้สุขภาพพลานามัยสมบูรณ์ แข็งแรง” (อลงค์กร จุฬารัตน์. ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตบริษัท ทริโลออนส์ จำกัด. สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2545)

จากจุดมุ่งหมายที่ได้สัมภาษณ์ คือ เผยแพร่วิธีการดูแลรักษาสุขภาพ ด้วยเทคโนโลยีทางการแพทย์อันทันสมัยและมีประสิทธิภาพของโรงพยาบาลกรุงเทพ เมื่อวิเคราะห์จากบทโทรทัศน์ ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “การรักษาโรคด้วยออกซิเจนความกดดันสูง”

เสียงบรรยาย “ขณะที่การบาดเจ็บหรือป่วยด้วยโรคหลายชนิด สาเหตุเกิดภาวะพร่องออกซิเจน การบำบัดเบื้องต้น คือ ใช้อุปกรณ์ช่วยเพิ่มออกซิเจน หรือเครื่องช่วยหายใจ เสริมปริมาณให้เพียงพอในสภาพอากาศทั่วไป โรคบางชนิดยังจำเป็นต้องรักษาด้วยออกซิเจนบริสุทธิ์ 100%”

ผู้วิจัยพบว่าจุดมุ่งหมายตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้นสัมพันธ์กับภารกิจหน้าที่ของโรงพยาบาล แต่การที่ผู้ต้องการทำการสื่อสารใช้บทบาทของรายการสารคดีสั้นนี้เป็นสื่อกลางเพื่อประชาสัมพันธ์ตราสินค้าและให้รายละเอียดเกี่ยวกับการบริการของโรงพยาบาลแก่ประชาชนทั่วไป และจากคำกล่าว “โรงพยาบาลกรุงเทพศูนย์แพทย์เชี่ยวชาญครบวงจร” ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ผู้ต้องการทำการสื่อสารยังได้สะท้อนจุดมุ่งหมายที่แท้จริงเพื่อหวังผลให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาล

3.4 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่าน รายการ “เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย” บริษัททริโลออนส์ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “ต้องการเผยแพร่ และอนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรมที่เป็น

ภูมิปัญญาของคนไทยในจังหวัดต่างๆ ให้ประชาชนไทยทุกคนได้เห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทย” (อลงกรณ์ จุฬารัตน์. ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตบริษัท ทรีเลออันส์ จำกัด. สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2545)

จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย” ที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์บทโทรทัศน์แล้ว ผู้วิจัยพบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ คือ ต้องการเผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรมที่เป็นภูมิปัญญาของคนไทย จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“เครื่องปั้นดินเผาบ้านด่านเกวียน”

เสียงบรรยาย“บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงหนึ่งในภาคอีสาน”

จากจุดมุ่งหมายตามที่กล่าวมานั้น พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ และเป็นที่น่าสังเกตว่า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ทำธุรกิจด้านการบินพาณิชย์แต่กลับมาเสนอรายการด้านอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาไทยแก่ประชาชน ซึ่งน่าจะทำให้เห็นว่า จุดมุ่งหมายที่แท้จริงก็เพื่อสร้างความประทับใจในกลุ่มผู้ชมว่า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) รักประเทศไทย รักความเป็นไทยและเป็นบริษัทของคนไทย รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย อันจะนำไปสู่ความนิยมชมชอบและการใช้บริการต่อไป

3.5 บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด

ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“ด้วยพระบารมี” และรายการ
“พบหมอศิริราช”

บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ“ด้วยพระบารมี”

รายการ “ด้วยพระบารมี” มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ“เพื่อเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทุกโครงการ ที่เป็นประโยชน์ต่อพสกนิกรชาวไทยทุกคนและโดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือ และเพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ และพระบรมราชวงศ์ เนื่องมาจากปีพ.ศ. 2539 เป็นปีที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองราชย์สมบัติครบ 50 ปี ทานทรงงานด้วยพระวิริยะ

อุตสาหกรรมเพื่อประชาชนอย่างต่อเนื่อง งานตามโครงการตามพระราชดำริทุกโครงการ ทรงคำนึงถึง การที่จะบรรเทาทุกข์บำรุงสุขแก่พสกนิกรชาวไทยเป็นสำคัญ เพื่อที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตของ ประชาชนทุกคนให้ดีขึ้นการปรับปรุงคุณภาพชีวิต ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านสังคมสงเคราะห์ และด้านการศึกษา การปรับปรุงคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพอนามัย เพื่อให้ประชาชนชาวไทยทุกคน มีสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกาย และจิตใจ ด้านสังคมสงเคราะห์ พระองค์ท่านทรงให้ความช่วยเหลือ ประชาชนผู้ด้อยโอกาสที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังได้ให้ความสำคัญกับทุกอาชีพ โดยเฉพาะผู้มีอาชีพด้านการเกษตรที่อยู่ในชนบท พระองค์ได้ช่วยเหลือในเรื่องของปัจจัยการผลิต ต่างๆ ที่จะให้ประชาชนมีปัจจัยการผลิตเพื่อนำไปเพิ่มผลผลิตได้ ยกตัวอย่างเช่น โครงการเก็บกัก น้ำ โครงการปลูกหญ้าแฝกฯ เป็นต้น ด้านการศึกษา พระองค์ท่านได้ให้ความสำคัญกับการ ศึกษาทุกระดับ ทรงพระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์จัดและมอบหมายให้หน่วยงาน ที่มีหน้าที่ ความรับผิดชอบเป็นผู้ดำเนินการในการจัดสร้างโรงเรียนให้กับผู้ด้อยโอกาส ดังนั้น จะเห็นได้ว่า โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ส่งผลให้เกิดประโยชน์มากมายแก่พสกนิกร ชาวไทย และได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด เห็นความสำคัญของโครงการอัน เนื่องมาจากพระราชดำริ จึงได้ประสานงานกับสำนักงานประสานงานตามโครงการพระราชดำริ (กปร.) ซึ่งหน่วยงานเองก็ต้องการเผยแพร่โครงการตามพระราชดำริ และพิจารณาว่าเป็นโครง การที่ให้ประโยชน์แก่ประชาชนและให้ประชาชนได้ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ” (ดวงเดือน คงคาสวัสดิ์, ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายสารนิเทศ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด.สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2545)

รายการด้วยพระบารมี ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดเกี่ยวกับการออกอากาศโดยเริ่มออกอากาศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน ดังนี้

ปี 2539 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ผลิตรายการรวมทั้งสิ้น 91 ตอน

ปี 2540 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ผลิตรายการรวมทั้งสิ้น 96 ตอน

ปี 2541 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ผลิตรายการรวมทั้งสิ้น 56 ตอน

ปี 2542 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ผลิตรายการรวมทั้งสิ้น 52 ตอน

ปี 2543 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11กรมประชาสัมพันธ์ ผลิตรายการรวมทั้งสิ้น 92 ตอน

ปี 2544 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ผลิตรายการรวมทั้งสิ้น 104 ตอน (เอกสารจากฝ่ายสารนิเทศ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด)

จากจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “ด้วยพระบารมี” ตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์จุดมุ่งหมายเทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทั้ง 8 ตอน พบว่า มีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ โดยจะเห็นได้จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “พระมหากษัตริย์คุณต่อชาวนาทุ่ง” ที่แสดงให้เห็นจุดมุ่งหมายการเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่เป็นประโยชน์ต่อพสกนิกรชาวไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ด้อยโอกาส

เสียงบรรยาย “โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จังหวัดนครศรีธรรมราช นั้น ได้ดำเนินการก่อสร้างประตูระบายน้ำ อุทกวิทยาสถาปัตยกรรม และเสร็จเมื่อปีพ.ศ.2542 เพื่อเก็บกักน้ำจืดให้เพียงพอ สำหรับอุปโภค บริโภค ของชาวลุ่มน้ำปากพนัง สามารถป้องกันการรุกน้ำเค็มที่การเกษตรของน้ำเค็มเป็นผลสำเร็จ”

เสียงบรรยาย “การขุดลอกคลองธรรมชาติในพื้นที่น้ำเค็ม นอกจากจะลดปัญหาน้ำท่วมขัง ในฤดูมรสุมให้แก่เกษตรกรนาทุ่ง ในพื้นที่น้ำเค็มแล้ว ยังช่วยให้ชาวนาทุ่งมีน้ำเค็มคุณภาพดี ให้ชาวนาทุ่งเลี้ยงกุ้งอีกด้วย”

และจุดมุ่งหมายเพื่อเทิดพระเกียรติแด่สถาบันกษัตริย์ ซึ่งพบในทุกตอนของรายการที่มีการกล่าวถึง “ร่วมเทิดพระเกียรติโดยบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด”

จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “ด้วยพระบารมี” เมื่อวิเคราะห์บทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ การที่องค์กรได้ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน สะท้อนจุดมุ่งหมายที่แท้จริงเพื่อต้องการแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันกษัตริย์

รายการ “พบหมอศิริราช”

รายการ “พบหมอศิริราช” เป็นรายการที่มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ “ต้องการให้ความรู้เรื่องการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานไปสู่ประชาชนไทย เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ในขณะที่เดียวบริษัทไทยประกันชีวิตมีความสัมพันธ์ที่ดีกับโรงพยาบาลศิริราชและคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลศิริราชก็ต้องการเผยแพร่เรื่องสุขภาพอนามัยไปสู่ประชาชน ทั้งสองหน่วยงานจึงร่วมมือผลิตรายการเผยแพร่ความรู้เรื่องการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานผ่านรายการสารคดีสั้นพบหมอศิริราช โดยฝ่ายสารนิเทศ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด เป็นผู้ดำเนินการในขั้นตอนการผลิตและใช้ข้อมูลจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์

โรงพยาบาลศิริราช นำมาเป็นเนื้อหาของรายการ รายการพบบมอศิริราชนี้เป็นรายการที่ออกอากาศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 จนถึงปัจจุบันนี้ นับเป็นระยะเวลาจนถึง 16 ปี " (ดวงเดือน คงคา สวัสดิ์. ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายสารนิเทศ บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด.สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2545)

จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“พบบมอศิริราช” ตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ ต้องการให้ความรู้เรื่องการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานไปสู่ประชาชนไทย” จุดมุ่งหมายดังกล่าวเมื่อวิเคราะห์บทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า มีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ได้สัมภาษณ์ไว้ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“กลากน้านม”

รศ.นพ.ป่วน“กลากน้านมความจริงก็คือ โรคมุมิแพ้ของผิวหนังอย่างหนึ่ง เป็นพันธุกรรมที่จะเป็นมีแนวโน้มทางพันธุกรรมผิวหนัง ถ้าเจอสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสม เช่น อากาศร้อนไป แห้งเป็นผื่นขาวๆ ตามหน้าหรือตามแขนขา ก็จะเริ่มจากเป็นขุยขาวๆ ดวงเล็กและขยายวงออก บางครั้งก็มีผื่นแดงๆ ร่วมด้วยได้เนอะครับ”

และจากจุดมุ่งหมายที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า“เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน” ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ในตอนเดียวกัน

รศ.นพ.ป่วน “การดูแลรักษาต้องใช้ครีมมอยซ์เจอร์โรเซอร์ต่าง ๆ เคลือบผิวและร่างกายจะซ่อมแซมเอง ทำให้หายเป็นปกติ ขณะเดียวกัน ถ้าการอักเสบเป็นมาก จนแดงหมดจะให้น้ำครีมสตีรอยด์ทา เพื่อรักษาการอักเสบของผิวหนังทำให้หายเร็วขึ้นเนอะครับ”

จากจุดมุ่งหมายตามที่ได้กล่าวมานั้น เมื่อนำมาเทียบเคียงกับบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ การที่องค์กรได้ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ และการที่องค์กรทำธุรกิจประกันชีวิต แต่มาส่งเสริมเรื่องสุขภาพอนามัย ก็สะท้อนจุดมุ่งหมายแฝงในอีกระดับหนึ่งว่า เพื่อให้ผู้ชมมองว่าเป็นบริษัทที่ห่วงใยสุขภาพอนามัยและชีวิตของผู้คนจริงๆ ไม่ใช่แต่เพียงแค่ต้องการขายประกันแล้วคอยเก็บเบี้ยประกัน

3.6 บริษัท เอฟเฟมฟูด ประเทศไทย จำกัด (วิสกัส) ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “จอมชนกับคนรักแมว”
บริษัทเจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “จอมชนกับคนรักแมว” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผู้สนับสนุนรายการคือ ผลิตภัณฑ์ วิสกัส (บริษัท เอฟเฟมฟู้ด ประเทศไทย จำกัด) มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ “เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์วิสกัสซึ่งเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ได้แก่ แมว โดยให้ความรู้เรื่องวิธีการเลี้ยงแมวอย่างถูกวิธี และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ วิสกัส แก่ผู้เลี้ยงแมว” (นันทวรรณ ดิษฐ์รัมย์, ผู้จัดการโครงการสารคดี บริษัทเจเอสแอล จำกัด, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จากจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์วิสกัสซึ่งเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ได้แก่ แมว เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน พบว่ามีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “บ้านของแมวเหมียว” แสดงจุดมุ่งหมายขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับแมว

คำว่า “เพราะแมวเป็นสัตว์ที่รักอิสระจะ สำหรับที่นอนของเขาก็ควรเป็นที่โปร่งสบาย มีกระบะทราย ชามอาหาร แล้วก็ชามน้ำ เขาจะได้หลับสบาย ไม่มีใครมากวนยังงี้ละจ๊ะ แล้วที่สำคัญต้องสะอาดอยู่เสมอด้วยรู้ไหม”

และจากบทโทรทัศน์ตอน “อาหารลูกแมวเหมียว” แสดงจุดมุ่งหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์วิสกัส

คำว่า “ควรจะเป็นอาหารเม็ดสำหรับลูกแมวโดยเฉพาะ ลูกแมวก็น่าเหมือนกับเด็กทารก ซึ่งต้องการสารอาหารที่มีความจำเป็นพิเศษ เพื่อพัฒนาที่ดีที่สุดตั้งแต่ก้าวแรก อาหารที่ให้ลูกแมวจึงต้องมีสารอาหารครบถ้วน รวมทั้งสารต้านอนุมูลอิสระตามธรรมชาติ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านทานของลูกแมวในขวบที่ยังอ่อนวัยและบอบบาง”

จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ วิเคราะห์ได้ว่า นอกจากจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนรายการ และตอกย้ำผู้ชมด้วยถ้อยคำ “วิสกัสอร่อยเดียวที่เหมียวติดใจ”

3.7 บริษัท สโนว์แบรนต์สยาม ประเทศไทย จำกัด ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “หนูน้อยสมองใส สุขภาพดี” บริษัทเจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “หนูน้อยสมองใส สุขภาพดี” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก

ช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ“เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สโนว์แบรนต์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการสำหรับเด็กเล็ก ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการที่ดีของเด็กเล็ก” (นนทวรรณ ดิษฐ์รัมย์.ผู้จัดการโครงการสารคดี บริษัทเจเอสแอล จำกัด.สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จากจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ ต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สโนว์แบรนต์ เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน พบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“ทำไมลูกน้อยสะอึก” แสดงจุดมุ่งหมายขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของเด็กเล็ก

นพ.สรายุทธ“ไม่ครับ อาการสะอึกในเด็กทารก 2-3 เดือน เป็นเรื่องที่พบบ่อย ปกติ และไม่มีอันตรายอะไร พอเขาอายุมากขึ้นอาการเหล่านี้จะหายไปเอง ที่ลูกของคุณสะอึกบ่อยๆ เพราะตามธรรมชาติของทารกนั้น ระบบการทำงานในร่างกายยังพัฒนาไม่เต็มที่ ซึ่งถ้าลูกของคุณสะอึก เวลาทานนมก็ควรหยุดพักสักนิดนะครับ แล้วค่อยทานนมต่อ”

และจากบทโทรทัศน์ตอน“ทำอย่างไรให้ลูกถ่ายเอง” แสดงจุดมุ่งหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์สโนว์แบรนต์

นพ.สรายุทธ“อาการท้องผูกจะเกิดกับเด็กที่ทานนมผสม จึงให้ลูกดื่มน้ำมากๆ หรือเปลี่ยนมาใช้นมผงที่มีสารอาหารใกล้เคียงกับนมแม่มากที่สุดก็จะดีนะครับ”

จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ วิเคราะห์ได้ว่า นอกจากจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนรายการ และตอกย้ำผู้บริโภคด้วยถ้อยคำ “สโนว์แบรนต์ รู้ซึ่งถึงก้าวแรกที่สำคัญ”

3.8 บริษัทอเมริกันสแตนดาร์ด จำกัด มหาชน ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“ห้องที่สวยที่สุด”

บริษัทเจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ห้องที่สวยที่สุด” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์จากผู้ผลิตรายการ คือ“เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับ

เครื่องสุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด เกี่ยวกับการตกแต่งห้องน้ำในลักษณะต่างๆและการเลือกใช้เครื่องสุขภัณฑ์” (นนทวรรณ ดิษฐไย้ม,ผู้จัดการโครงการสารคดี บริษัทเจเอสแอล จำกัด. สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จากจุดมุ่งหมายตามคำสัมภาษณ์ เมื่อนำมาเทียบเคียงกับเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“ห้องที่สวยงามที่สุด” เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการได้ให้สัมภาษณ์ไว้ คือ”เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับเครื่องสุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน“การดูแลสุขภัณฑ์ให้ห้องโปรด”

วันดา”ถ้าคุณเลือกสุขภัณฑ์แบบหรู แต่สไตล์เรียบง่าย จะทำความสะอาดได้ง่าย การเลือกอ่างอาบน้ำ และการเลือกอ่างล้างหน้าคล้ายๆ กับการเลือกโถสุขภัณฑ์ ถ้าลึกและมีขอบกันการกระเซ็น จะง่ายต่อการรักษาอะ”

จากการศึกษาตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ วิเคราะห์ได้ว่า นอกจากจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการแนะนำวิธีการตกแต่งห้องน้ำ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้สุขภัณฑ์อเมริกันสแตนดาร์ด

3.9 บริษัท คาโคมเมอเซียล ประเทศไทย จำกัด ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“เคล็ดลับเพื่อผ้าสวย”

บริษัทเจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เคล็ดลับเพื่อผ้าสวย” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ”เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำความสะอาดผ้าไฮเตอร์ และแนะนำวิธีการทำความสะอาดผ้าแต่ละชนิดอย่างถูกวิธี ด้วยการใช้องค์ประกอบไฮเตอร์แก่ประชาชนทั่วไป และกลุ่มแม่บ้าน” (นนทวรรณ ดิษฐไย้ม,ผู้จัดการโครงการสารคดี บริษัท เจเอสแอล จำกัด.สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จากจุดมุ่งหมายตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“เคล็ดลับเพื่อผ้าสวย” เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการได้ให้สัมภาษณ์ไว้ คือ เพื่อต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ

การทำความสะดวกผ้าไฮเตอร์ และแนะนำวิธีการทำความสะอาดผ้าแต่ละชนิดอย่างถูกวิธี ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน“คราบอาหารบนผ้าปูโต๊ะ”

ดวงใจ“เวลาจะซักผ้าขาวเนี่ยนะ เราแค่ผสมน้ำยาซักผ้าขาวกับผงซักฟอก แล้วนำผ้าลงแช่ประมาณ 15 นาทีก็พอ จากนั้นซักตามปกติ แค่นี้ผ้าปูโต๊ะก็ขาวสะอาดน่าใช้เหมือนเดิมแล้ว”

จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ วิเคราะห์ได้ว่า นอกจากจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการทำให้ข้อมูลด้วยการแนะนำวิธีการทำความสะอาดผ้า เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ และตอกย้ำผู้บริโภคด้วยถ้อยคำ “ไฮเตอร์เพื่อผ้าขาวสะอาด และไวต์ไฮเตอร์เพื่อผ้าสีที่สดใส”

3.10 บริษัท โซนี่ประเทศไทย จำกัด ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “อัจฉริยะบันทึกโลก”

บริษัท เจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “อัจฉริยะบันทึกโลก” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ“เพื่อให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์กล้องโซนี่ แอนดิแคม การถ่ายภาพด้วยกล้องชนิดนี้และคุณลักษณะพิเศษของกล้อง” (นันทวรรณ ดิษฐ์แย้ม, ผู้จัดการโครงการสารคดี บริษัท เจเอสแอล จำกัด.สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จุดมุ่งหมายตามที่ได้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“อัจฉริยะบันทึกโลก” เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้ คือ เพื่อให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์กล้องโซนี่ แอนดิแคม การถ่ายภาพด้วยกล้องชนิดนี้และคุณลักษณะพิเศษของกล้อง ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน“ระบบการซูมภาพ”

คุณธีรพงศ์“การถ่ายภาพระยะใกล้ให้สวยงามคมชัด ทำได้ไม่ยากเลยนะครับ เพียงแค่มีก้องวิดีโอ ดิจิตอล ตัวนี้อยู่ในมือคุณ”

จากการศึกษาตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ วิเคราะห์ได้ว่า นอกจากจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้กล้องโซนี่ แอนดิแคม ด้วยการบอกสรรพคุณของกล้องชนิดนี้

3.11 บริษัท ไบเออร์สตอฟ ประเทศไทย จำกัด (ยูเซอริน) ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“คลินิกผิวสวย”

บริษัทเจเอสแอล จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “คลินิกผิวสวย” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ“เพื่อให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ยูเซอริน เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นเรื่องการดูแลสุขภาพผิวพรรณ ของผู้หญิงทุกเพศ ทุกวัย และสารที่มีประโยชน์ต่อการบำรุงผิว ที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้” (นนทวรรณ ดิษฐ์แย้ม,ผู้จัดการโครงการสารคดีบริษัทเจเอสแอล จำกัด.สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2545)

จากจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์ คือ ต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ยูเซอริน เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน พบว่าจุดมุ่งหมายเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“ริ้วรอยแห่งวัยเกิดขึ้นได้อย่างไร” แสดงจุดมุ่งหมายขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารที่ต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผิว

พญ.เพ็ญพรรณ“ โดยปกติผิวหนังจะมีเส้นใยที่สำคัญ 2 ชนิด คือ เส้นใยอีลาสติน และเส้นใยคอลลาเจน จะทำให้ผิวเราเรียบ เต่งตึง และมีความยืดหยุ่นดี เมื่ออายุมากขึ้น มากกว่า 35 ปีขึ้นไป การสร้างเส้นใยทั้ง 2 จะลดลง นอกจากนี้ ยังถูกทำลายไปจากสาเหตุภายนอกเช่น แสงแดด เราจะป้องกันได้อย่างไร อันดับแรก คือหลีกเลี่ยงแสงแดด ทานอาหารที่มีประโยชน์ พวกผักหรือผลไม้ ช่วยสร้างคอลลาเจน เส้นใยอีลาสติน ลดริ้วรอยได้ค่ะ”

และจากบทโทรทัศน์ตอน“เรตินอลอ่อนโยนต่อผิว” แสดงจุดมุ่งหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยูเซอริน

ดวงใจ“และที่ลืมไม่ได้ก็คือ ต้องบำรุงผิวหน้าด้วยผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ที่มีส่วนผสมของเรตินอล เพราะที่ใช้แล้วได้ผลดี ไม่แพ้ รู้สึกถึงผิวหน้าที่กระชับกว่าเดิม และ ริ้วรอยก็จางด้วย”

จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ นอกจากการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพผิวพรรณแล้ว ยังเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ยูเซอรินด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ และทุกตอนมีการตอกย้ำผู้บริโภคด้วยถ้อยคำ “เพื่อผิวสวยของผู้หญิงทุกวัยโดยยูเซอริน”

3.12 บริษัทสหพัฒน์พิบูล จำกัด (ผงซักฟอกเปา) ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“เพิ่มเส้นหญ้า แต้มเส้นหญ้าคุณ”

บริษัทกันตนากรูป จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เพิ่มเส้นหญ้า แต้มเส้นหญ้าคุณ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ“เพื่อให้ความรู้ที่อิงกับผงซักฟอกเปาและแนวทางสำหรับผู้หญิงในเรื่อง การเลือกเครื่องใช้เส้นหญ้าแพรรณให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงทันสมัย พร้อมทั้งบอกวิธีการดูแลรักษาผ้าและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลทำความสะอาดที่เหมาะสมกับกลุ่มแม่บ้านและประชาชนทั่วไป” (อุษณา จันทราสทวงค์.ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดี บริษัท กันตนากรูป จำกัด.สัมภาษณ์,13 พฤษภาคม 2545)

“รายการเพิ่มเส้นหญ้า แต้มเส้นหญ้าคุณ มีหลักการและเหตุผลที่ว่า “ผ้า” เป็นแพรรณแห่งสีสันและลวดลาย ที่มีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์เราทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะกับคุณสุภาพสตรีและผู้นิยมความงามและความทันสมัย แต่ปัญหาที่เกิดจากการใช้ผ้าก็มีอยู่มากมาย ยกตัวอย่างเช่น ปัญหาเรื่องคราบสกปรกต่างๆ บนเนื้อผ้า ปัญหาเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดให้เหมาะกับเนื้อผ้า การเลือกเส้นหญ้าที่เหมาะสมและการดูแลรักษาให้สวยงาม สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ ช่วยเสริมสร้างเสน่ห์ให้กับมนุษย์เราได้ การดูแลรักษาผ้าและทำความสะอาดผ้าด้วยผงซักฟอกเปานั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นและตอกย้ำให้แม่บ้านและผู้หญิงทันสมัยนึกถึงผลิตภัณฑ์เปา และมีความมั่นใจในการเลือกใช้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์เปาด้วย” (เอกสารจากผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดี บริษัท กันตนากรูป จำกัด)

จากจุดมุ่งหมายตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ“เพิ่มเส้นหญ้า แต้มเส้นหญ้าคุณ” เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ ที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้ คือ เพื่อต้องการให้ความรู้ที่อิงกับผงซักฟอกเปาและแนวทางสำหรับผู้หญิงในเรื่องการเลือกเครื่องใช้เส้นหญ้าแพรรณให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงทันสมัย พร้อมทั้งบอกวิธีการดูแลรักษาผ้า ยกตัวอย่างจากบทโทรทัศน์ตอน“เลือดกำเดาเปื้อนเสื้อ”

พิธีกร“เพียงแค่วีรผงซักฟอกลงบนรอยเปื้อนนั้นคะ แล้วขยี้ลงในผงซักฟอกที่มีประสิทธิภาพ ในการขจัดคราบทิ้งไว้ประมาณ 1-2 ชั่วโมง แล้วซักตามปกติ แค่นี้คราบเลือดกำเดาก็จะหมดไปแล้วละคะ”

จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบว่า เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ นอกจากให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการจูงใจผู้บริโภคให้หันมาใช้ผงซักฟอกเปาด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้

3.13 บริษัท อูยเฮงอิมพอร์ต จำกัด (sebamed และ Reparil – Gel) ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“เรื่องน่ารู้ คู่สุขภาพ” บริษัทกันตนากรุป จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “เรื่องน่ารู้ คู่สุขภาพ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์จากผู้ผลิตรายการ คือ “เพื่อให้ความรู้ที่อิงกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผิวพรรณ ได้แก่ ผิวหน้า ผิวกาย ด้วยผลิตภัณฑ์บำรุงผิว sebamed รวมทั้งการดูแลเส้นผมตลอดจนการดูแลผิวอ่อนโยนของทารกและคนในครอบครัว นอกจากนี้ ต้องการนำเสนอแนวทางในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เมื่อเกิดอุบัติเหตุเล็กน้อยภายในบ้านด้วยซึ่งกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้หญิงที่ให้ความใส่ใจในสุขภาพอนามัยของตัวเอง สามารถนำไปใช้ได้จริง” (อุษณา จันทรา สกาวงค์.ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดีบริษัทกันตนา กรุป จำกัด.สัมภาษณ์,13 พฤษภาคม 2545)

จุดมุ่งหมายตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “เรื่องน่ารู้ คู่สุขภาพ” เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ ที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้ คือ เพื่อให้ความรู้ที่อิงกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผิวพรรณ ได้แก่ ผิวหน้า ผิวกายด้วยผลิตภัณฑ์บำรุงผิว sebamed จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“การเลือกใช้ครีมกันแดด”

พญ.ปริยา “คือ เป็นที่ทราบว่ แสงอัลตราไวโอเล็ตที่ประกอบด้วย UVA และ UVB เป็นอันตรายต่อผิว เพราะฉะนั้นถ้าคุณมีความจำเป็นต้องออกแสงแดด คุณควรใช้สารป้องกันแสงแดด ส่วนวิธีที่เลือกใช้ควรขึ้นอยู่กับ SPF หรือประสิทธิภาพของสารนั้น ถ้าปกติก็ประมาณ 15-20 ส่วนการเลือกใช้ก็ควรเลือกใช้นี้เหมาะกับผิวของคุณด้วย ถ้าผิวของคุณมันไปหรือแห้งไปก็ควรดูว่าครีมนี้ เหมาะกับผิวคุณไหม และควรเป็นครีมที่ไม่ระคายเคืองต่อผิวด้วยค่ะ”

พิธีกร “ที่สำคัญนะค่ะ ก่อนออกแดดอย่าลืมทาครีมกันแดดที่มีค่า Ph.5.5 อย่าปล่อยให้แสงแดดมาทำลายผิวคุณเลยค่ะ”

จุดมุ่งหมายแนะนำวิธีการดูแลผิวอ่อนโยนของทารก จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “ผืนผ้าอ้อม”

ชนากานต์ “เวลาที่ผ้าอ้อมเปียกขึ้นนะค่ะ ถ้าปล่อยให้ทิ้งไว้นานๆ ก็จะเป็นผื่นที่ขาได้ สัมก็ต้องพาไปอาบน้ำด้วยสบู่อ่อนๆ แล้วก็เช็ดตัวเขาให้แห้ง แล้วใช้ครีมลดอาการระคายเคืองทำให้เขานะค่ะ แล้วก็เปลี่ยนผ้าอ้อมใหม่ให้ แค่นี้เขาก็จะรู้สึกสบายตัวแล้วก็อารมณ์ดีค่ะ”

พิธีกร “คุณเล่าความสะอาดผิวลูกน้อยด้วยผลิตภัณฑ์สูตรอ่อนละมุนที่มีค่า Ph.5.5 ที่ปราศจากสารสเตียรอยด์ เพื่อผิวบอบบางของลูกน้อยนะคะ”

และจุดมุ่งหมายต้องการนำเสนอแนวทางการปฐมพยาบาลเบื้องต้น จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “เมื่อลูกน้อยหัวโน”

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

พิธีกร “หลังจากเกิดอุบัติเหตุหัวโนในเด็กเล็ก ควรรีบปฐมพยาบาลโดยใช้ยาทาภายนอก ที่ช่วยลดอาการฟกช้ำ บวม ทาทันทีนะคะจะช่วยบรรเทาอาการได้ค่ะ”

จากการที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน และหยิบยกตัวอย่างบทโทรทัศน์ 3 ตอน เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างนั้น พบว่ามีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ นอกจากนี้เป็นการให้ความรู้แล้ว ยังเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ ด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนในรายการ

3.14 บริษัทเนสเล่ ประเทศไทย จำกัด (นมผงตราหมี พรไปโอวัน)

ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ“พ่อแม่มือใหม่ ปี 2”

บริษัทก้นตนากรู๊ป จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “พ่อแม่มือใหม่ ปี 2” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ“เพื่อให้มีความรู้ที่อิงกับผลิตภัณฑ์ นมผงตราหมี พรไปโอวัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าด้านโภชนาการที่ถูกต้อง มีสารอาหารต่างๆที่เหมาะสมกับเด็ก รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับสารพรไปโอติก ฟรุคโตส แก่คุณพ่อคุณแม่ที่มีลูกวัย 1 – 3 ขวบ และประชาชนทั่วไป” (อุษณา จันทราสทวงศ์,ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดี บริษัท ก้นตนากรู๊ป จำกัด.สัมภาษณ์,13 พฤษภาคม 2545)

“รายการพ่อแม่ มือใหม่ ปี 2 มีหลักการ และเหตุผลที่ว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดของผู้เป็นพ่อและแม่ คือการเลี้ยงลูกให้มีสุขภาพแข็งแรง ซึ่งเป็นพื้นฐานนำไปสู่พัฒนาการที่สมวัย ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เด็กจึงจะเจริญเติบโตขึ้นอย่างมีคุณภาพ และเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติต่อไป ดังนั้นคุณพ่อและคุณแม่จึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจและได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการคิดรูปแบบรายการนี้ขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางให้กับคุณพ่อและคุณแม่ได้เข้าใจถึงวิธีการเลี้ยงลูก วัย 1-3 ขวบที่ถูกต้อง รวมไปถึงการโภชนาการที่เหมาะสม และพัฒนาการด้าน

ต่างๆ ของลูก โดยสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง นอกจากนี้เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนมผงตราหมี ฟรีไบโอวัน ว่าเป็นผู้ที่มีความห่วงใยในสุขภาพและช่วยเสริมสร้างการเจริญเติบโตสำหรับเด็กวัย 1-3 ขวบ เพื่อเป็นการกระตุ้นและตอกย้ำให้คุณพ่อคุณแม่ นึกถึงคุณประโยชน์ และมีความมั่นใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นมผงตราหมี ฟรีไบโอวัน” (เอกสารจากผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดี บริษัท กันตนากรุ๊ป จำกัด)

จุดมุ่งหมายตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “พ่อแม่มือใหม่ปี 2” เป็นไปตามคำสัมภาษณ์ ที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้ คือ เพื่อให้มีความรู้ที่อิงกับผลิตภัณฑ์นมผงตราหมี ฟรีไบโอวัน มีคุณค่าด้านโภชนาการที่ถูกต้อง มีสารอาหารต่างๆที่เหมาะสมกับเด็ก รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับสารฟรีไบโอติก ฟรุคโตส แก่คุณพ่อคุณแม่ที่มีลูกวัย 1 – 3 ขวบ และประชาชนทั่วไป จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “โยอาหารจากธรรมชาติแก้อาการท้องผูกของลูก”

วรรณภา “น้องปริมมีปัญหาเรื่องระบบขับถ่าย เพราะไม่ชอบทานผัก และชอบเปียกขี้ก้าง จึงได้รับคำแนะนำจากเพื่อนๆ ว่า น้องปริมควรเปลี่ยนมาใช้นมที่มีส่วนผสมของ ฟรีไบโอติก โอลิโกฟรุคโตส ซึ่งมีส่วนผสมของโยอาหารธรรมชาติ จะช่วยเรื่องระบบขับถ่ายได้อย่างมากค่ะ ส่วนเรื่องรสชาติ แป้งยกให้รสน้ำผึ้งแท้จากธรรมชาติค่ะ เพราะหวาน หอม อร่อย และมีประโยชน์ด้วยตอนนี้ น้องปริมไม่มีปัญหาเรื่องระบบขับถ่ายใดๆ แล้ว แป้งยกให้นมนี้เป็นนมของน้องปริมค่ะ”

และจากบทโทรทัศน์ทั้ง 8 ตอน ผู้วิจัยพบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวอ้างไว้ นอกจากให้ความรู้แล้วยังเป็นการแนะนำให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์นมผงตราหมี ฟรีไบโอวัน และต้องการตอกย้ำผู้บริโภคด้วยถ้อยคำ “นมที่คุณแม่ทั่วโลกวางใจ”

3.15 บริษัท รีเจนซี บรันดิไทย จำกัด

ผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการ “ครอบครัวแห่งรัก” และรายการ “ด้วยสำนึกดีปี 3”

บริษัทกันตนากรุ๊ป จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “ครอบครัวแห่งรัก”

รายการ “ครอบครัวแห่งรัก” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ “เพื่อเป็นตัวช่วยให้เยาวชนไทย อายุ

ระหว่าง 10 – 20 ปี (วัยรุ่น) และประชาชนทั่วไป ได้เห็นถึงความสำคัญของคำว่า “สถาบันครอบครัว” เป็นการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อการอยู่ร่วมกันในครอบครัว การให้ความรัก ความอบอุ่น และยึดถือเป็นแนวทางให้สมาชิกทุกคนในครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข” “ลักษณะเนื้อหาของรายการได้แสดงการส่งเสริมสังคม อันเป็นนโยบายของ บริษัทรีเจนท์ บริษัทไทย จำกัด ที่มีนโยบายการสร้างจิตสำนึกให้เห็นถึงความสำคัญของครอบครัว” (อุษณา จันทราสกาวงศ์. ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดีบริษัท กันตนากรุ๊ป จำกัด. สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2545)

“สารคดีสั้นครอบครัวแห่งรัก” มีหลักการและเหตุผลที่ว่า สถาบันครอบครัวเป็นสถาบันพื้นฐานที่มีความสำคัญมากต่อสังคมไทย เพราะเป็นสถาบันแรกที่จะเป็นที่อบรม สั่งสอนให้บุคคลเติบโตขึ้นมาเป็นเยาวชนที่ดีและเป็นบุคคล ที่มีคุณภาพของสังคมต่อไป แต่เนื่องจากเยาวชนบางกลุ่มมองข้ามความสำคัญของสถาบันครอบครัวไป โดยหันไปให้ความสำคัญกับเพื่อนมากกว่า และปล่อยให้คุณพ่อ คุณแม่ ญาติผู้ใหญ่บางท่านต้องอยู่เพียงลำพัง ดังนั้น จึงได้มีการคิดรูปแบบรายการ “ครอบครัวแห่งรัก” นี้ขึ้นมา เพื่อให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนและปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัวรวมทั้งให้ความใส่ใจกับสมาชิกในครอบครัวของตนเองให้มากขึ้น รวมทั้งเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า” (เอกสารจากผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดี บริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด)

จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “ครอบครัวแห่งรัก” ตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทั้ง 8 ตอน พบว่า มีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้ โดยจะเห็นได้จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน “คุณจิรนนท์ มโนแจ่ม” ที่แสดงให้เห็นจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นตัวอย่างให้เยาวชนเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว และปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อการอยู่ร่วมกันในครอบครัว การให้ความรัก ความอบอุ่นและยึดถือเป็นแนวทางให้สมาชิกทุกคนในครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

จิรนนท์ “ผู้ย่อยยากจะฝากน้องๆ เยาวชน และท่านผู้ชมคะ ให้หันมาเอาใจใส่ ให้ความรักกับครอบครัว เพราะผู้คิดว่า ความรัก ความเข้าใจในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะทุกวันนี้ที่ผู้ยังมีกำลังใจ และใช้ชีวิตอย่างมีความสุขก็เพราะความรัก ความเข้าใจกัน และความเอาใจใส่กันในครอบครัวคะ”

รายการ “ด้วยสำนึกดี ปี 3” (ชุดคุณค่าความเป็นไทย)

รายการ “ด้วยสำนึกดี ปี 3” (ชุดคุณค่าแห่งความเป็นไทย) ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีจุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ “ส่งเสริมสังคม เป็นนโยบายของบริษัทรีเจนท์และเพื่อเป็นการชักชวนให้เยาวชนวัยรุ่น จนกระทั่งถึงวัย

ทำงานเกิดจิตสำนึกที่ดี หันมานิยมไทย ทั้งเรื่องการกิน การใช้สินค้าไทย รวมทั้งการเที่ยวเมืองไทย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย” (อุษณา จันทราสทวาศ์.ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดีบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด.สัมภาษณ์,13 พฤษภาคม 2545)

“รายการด้วยสำนึกดี ปี 3” (ชุดคุณค่าความเป็นไทย) มีหลักการและเหตุผลที่ว่า ในปัจจุบันค่านิยมตะวันตก มีอิทธิพลต่อเยาวชนและประชาชนคนไทยอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มักจะตอบสนองกระแสแฟชั่นอย่างทันท่วงที โดยขาดการไตร่ตรองว่าสิ่งเหล่านั้นมีความจำเป็นกับชีวิตประจำวันมากน้อยแค่ไหน ส่งผลให้มีการใช้จ่ายกันอย่างฟุ่มเฟือย เกินความพอดี เกิดค่านิยมที่ฟุ้งเฟ้อ และยังมีวัยรุ่นบางกลุ่ม ต้องการเงิน เพื่อไปใช้จ่ายกับสิ่งที่ฟุ่มเฟือยเหล่านั้น จึงใช้วิธีหาเงินโดยการประกอบอาชีพที่ไม่สุจริต ทำให้กลายเป็นปัญหาสังคม นอกจากนี้วัยรุ่นยังมองข้าม และหลงลืมศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติ ดังนั้น จึงได้มีการคิดรูปแบบรายการนี้ขึ้นมา เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เยาวชน รวมทั้งประชาชนไทย เกิดความสำนึกที่ดีในการหันมานิยมการใช้ของไทย และ ร่วมกันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย หันมาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นฝีมือคนไทย เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมไทยต่อไปในอนาคต และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท รีเจเนซี่ บรันดีไทย จำกัดอีกด้วย ที่ให้ความสนใจและห่วงใยสังคม”(เอกสารจากผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตสารคดี บริษัท กันตนากรุ๊ป จำกัด)

จุดมุ่งหมายในการเผยแพร่รายการ “ด้วยสำนึกดีปี 3”ตามคำสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์รายการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทั้ง 8 ตอน พบว่า มีจุดมุ่งหมายเป็นไปตามที่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์ไว้ โดยจะเห็นได้จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“คุณวรรณะ กำรทพิพ”ที่แสดงให้เห็นเยาวชนและประชาชนเกิดจิตสำนึกที่ดี

วรรณะ “ฝากผู้ชมที่บ้านในฐานะเป็นคนไทยด้วยกัน ก็ควรแบ่งปันสำนึกด้วยกัน มีสิ่งของอะไรที่คิดว่าไม่ได้ใช้แล้ว ถ้าคิดว่าเป็นประโยชน์สำหรับคนอื่น ก็บริจาคนะครับ เพราะทุกวันนี้เข้าใจหายากเหลือเกิน ฝากท่าน ผู้ชมด้วยนะครับ”

จุดมุ่งหมายกระตุ้นและชักชวนให้เยาวชนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทยใช้สินค้าไทย จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ตอน“คุณนาคปภา นาคประสิทธิ์” “คุณสาววิภา กาญจนมาศ” และ “คุณอารยา เอ ฮาร์เก็ต”

มะหมี“ดีใจมากที่ได้ใส่ผ้าไทย และทอผ้าใหม่ในสิ่งที่มะหมีชอบ มะหมีคิดว่าสิ่งเหล่านี้มีคุณค่ามากเลยคะ เวลาจะหาซื้อหรือไปที่ๆ คนไทยทำเอง มะหมีจะให้การสนับสนุน รู้สึกภูมิใจแทนคนที่ทำ แล้วก็ดีใจที่ได้ใส่

ผ้าไหมไทยค่ะ”

สาววิภา “ดวงจิ่งอยากฝากน้องๆ หรือทุกคน ถ้ามีเวลาว่างอยากให้ลองมองดูกิจกรรมที่น่าสนใจของ วัฒนธรรมไทย เช่น ดนตรีไทย หรือรำไทย และสิ่งสำคัญที่สุดคือ เรายังช่วยอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมของ ไทยที่ดีงามต่อไปด้วยนะคะ”

อารยา “สถานที่ต่างๆ ในไทยน่าไปเที่ยวมาก จะมีทั้งสถานที่โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ ซึ่งโบราณสถานก็บ่งบอกเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เราเป็นคนไทยก็ควรเป็นเรื่องที่ควรรู้ ควรศึกษาเอาไว้หรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ฝรั่งเศสก็ยังมาเที่ยวบ้านเราเลยนะคะ ฉะนั้นเราคนไทย แท้ๆ ก็มาเที่ยวเมืองไทยกันเถอะค่ะ”

สรุปรายการสารคดีสั้นที่สนับสนุนโดยบริษัท ตรีเจเนซี บรันดีไทย จำกัด ทั้ง 2 รายการมีจุด มุ่งหมายตรงกับที่ผู้ให้ข้อมูลหลักชี้แจงไว้ คือ ต้องการให้ความสำคัญของสถาบันครอบครัว เน้นความรักความอบอุ่นในครอบครัว และกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีในความเป็นไทย รวมทั้ง อนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการตอกย้ำด้วยสโลแกนท้ายรายการ “ครอบครัวแห่งรัก” ทุกตอนว่า “ครอบครัวอบอุ่น ลดปัญหาสังคมไทย ด้วยสำนึกดี สังคมดี บริษัท ตรีเจเนซี บรันดีไทย จำกัด” และสโลแกนท้ายรายการ “ด้วยสำนึกดีปี 3” ทุกตอนว่า “สำนึกในคุณค่า ความเป็นไทย ด้วยสำนึกดี สังคมดี บริษัทตรีเจเนซี บรันดีไทย จำกัด”

เป็นที่น่าสังเกตว่า ธุรกิจของบริษัทตรีเจเนซี บรันดีไทย จำกัด ก็คือ การขายสุรา แต่บริษัทฯ กลับให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ น่าจะสะท้อนให้เห็นจุดมุ่งหมายที่แท้จริงคือ ต้องการลบล้างภาพลักษณ์ในแง่ลบ เพราะโดยทั่วไปแล้ว สังคมมองว่าสุราเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิด ปัญหาต่างๆ มากมายรวมทั้งปัญหาในครอบครัวด้วย

3.16 บริษัท อายิโนะโมไตะ เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด (เบอร์ดี) ผู้ต้องการ ทำการสื่อสารผ่านรายการ“หนึ่งในใจคุณ” บริษัทตรีโลออนส์ จำกัด ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการ

รายการ “หนึ่งในใจคุณ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มี จุดมุ่งหมายตามที่ได้สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตรายการ คือ “ต้องการให้ข้อคิด ที่เป็นข้อคิดในการส่งเสริมสังคมและคิดในการดำเนินชีวิตเพื่อเป็นแบบอย่างแก่คนในสังคมโดยถ่ายทอดเนื้อหาผ่าน บุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคม” (อลงกรณ์ จุฬารัตน์, ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตบริษัท ตรีโลออนส์ จำกัด, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2545)

จุดมุ่งหมายในการสื่อสารผ่านรายการ "หนึ่งในใจคุณ"ตามคำสัมภาษณ์ เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากตัวอย่างบทโทรทัศน์ พบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปตามคำสัมภาษณ์ คือ ต้องการให้ข้อคิด ที่เป็นข้อคิดในการส่งเสริมสังคมและคติในการดำเนินชีวิตเพื่อเป็นแบบอย่างแก่คนในสังคม จากตัวอย่างบทโทรทัศน์ ตอน"ข้อคิดจาก ดร.ณนทชัย ทิวไผ่งาม"

ดร.ณนทชัย "ถ้าเริ่มจากครอบครัวที่ดีได้ จะเป็นลูกโซ่ต่อกันมากระทบถึงภาพรวมของสังคม สร้างครอบครัวให้เข้มแข็ง ความรัก ความเข้าใจ แสดงความคิดเห็นโดยเคารพกันซึ่งเหตุผล คนทุกคนเกิดมาจากครอบครัว ถ้าสร้างความเชื่อมโยงของครอบครัวได้ นั่นคือ สร้างพลังของชาติ"

จุดมุ่งหมายในการทำการสื่อสารผ่านรายการ "หนึ่งในใจคุณ" วิเคราะห์ได้ว่า การที่องค์กรเผยแพร่ข้อคิดเชิงส่งเสริมสังคม เป็นการสะท้อนความดีขององค์กร สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้

กลุ่มที่ 3 กลุ่มองค์กรเอกชน จากการที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดมุ่งหมายของผู้ต้องการทำการสื่อสารกลุ่มองค์กรเอกชน ที่ประกอบด้วยโรงพยาบาลและองค์กรเอกชนต่างๆ พบว่า จุดมุ่งหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ กลุ่มโรงพยาบาลแสดงจุดมุ่งหมายให้ความรู้เรื่องโรคร้ายไข้เจ็บตามภารกิจความรับผิดชอบของโรงพยาบาลและเพื่อหวังผลให้ประชาชนหันมาใช้บริการของโรงพยาบาลพร้อมกับแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาประชาชน สำหรับองค์กรเอกชนต่างๆ ก็แสดงจุดมุ่งหมายต้องการให้ความรู้ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ สะท้อนให้เห็นจุดมุ่งหมายที่แท้จริง คือ การโฆษณาสินค้าโดยตรงและการโฆษณาสินค้าแต่แฝงความรู้ผ่านรายการสารคดีสั้น และองค์กรเอกชนที่มีจุดมุ่งหมายไม่สอดคล้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แต่ประการใด สะท้อนให้เห็นจุดมุ่งหมายที่แท้จริง คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรักและความชื่นชมในตัวองค์กร เป็นการสร้างภาพลักษณ์และการเพิ่มคุณค่า (added value) ให้กับองค์กรและสินค้า