

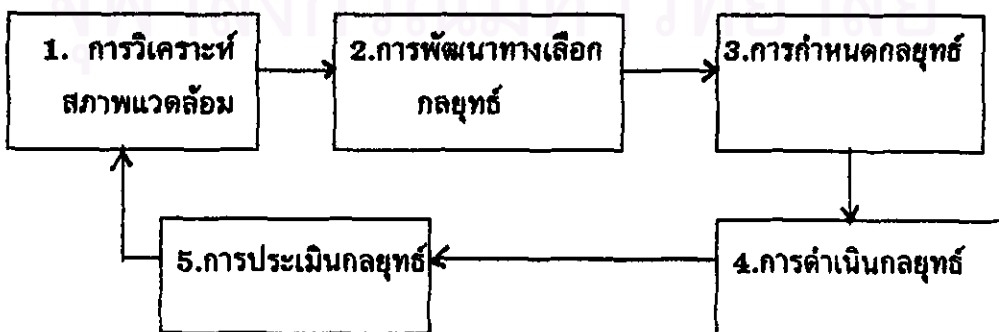
บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์และกลวิธีในการสร้างสรรครายการ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานั้นจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์ในการรณรงค์ส่งเสริมให้เห็นคุณค่า ของสถาบันครอบครัว

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการสร้างสรรครายการจากมุมมองของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์กลุ่มหนึ่งซึ่งมีเจตนากรณีในการใช้สื่อเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยเหตุที่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ค่อนข้างทรงอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมหรือสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นภายในครอบครัวของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดนั้นจำเป็นอย่างไรที่ผู้ผลิตจะต้องมีการวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิผล จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา 3 รายการ คือ รายการโลกใบเล็ก, เทียงวันกันเอง และบ้านเลขที่ ๕ ได้มีการวางแผนก่อนการผลิตรายการ โดยมีการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นสถานะแวดล้อมของการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว และพบความเป็นไปได้ที่ว่าการส่งเสริมหรือสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวผ่านสื่อโทรทัศน์น่าจะมีความเป็นไปได้ในระดับหนึ่ง ทีมงานผู้ผลิตจึงได้ทำการสร้างสรรครายการทั้ง 3 รายการดังกล่าว ซึ่งกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว มีลำดับขั้นตอนดังนี้

กระบวนการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว



1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งได้แก่ การพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นการพิจารณาถึง โอกาสและภาวะคุกคามหรืออุปสรรค ของการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ซึ่ง จากการศึกษา สามารถสรุป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริม สถาบันครอบครัว ได้ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
สภาพ แวดล้อม ภายใน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นสื่อที่เข้าใจง่ายและสร้าง การจดจำได้อย่างรวดเร็ว 2. เป็นสื่อที่แพร่หลายในสังคม ไทย 3. เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องรับมีราคาแพง 2. ต้นทุนในการผลิตสูง 3. มีปัจจัยในการเบี่ยงเบนความ สนใจของผู้ชม 4. ตรวจสอบ feedback ได้ยาก
	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สภาพ แวดล้อม ภายนอก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ชมเกิด ความเป็ อหน่าย ราชการบันเทิงและมองหาทางเลือกใหม่ 2. กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบัน ครอบครัว 3. ประชาชนพักผ่อนโดยการดู โทรทัศน์มากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม 2. ผู้ผลิต ทรายการไม่ นิยมผลิต ทรายการเพื่อครอบครัวทำให้ การรณรงค์ไม่มีความต่อเนื่อง 3. เจ้าของสินค้าและบริการนิยม ให้การสนับสนุนราชการบันเทิง 4. ประชาชนไม่นิยมทรายการสาระ เต็มรูปแบบ

ตารางแสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

2. การพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์

หลังจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ผู้ผลิตจะต้องนำข้อมูลที่นำมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งการพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์ของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางแสดงการพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

ที่มา	กลยุทธ์
1. โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าใจง่ายและสร้างการจดจำได้ดี (จุดแข็ง) 2. มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม (อุปสรรค)	กลยุทธ์การสร้างการจดจำ
1. โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าใจง่าย มีทั้งภาพและเสียง (จุดแข็ง) 2. โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีปัจจัยในการเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ชม (จุดอ่อน) 3. ประชาชนไม่นิยมรายการสาระเต็มรูปแบบ (อุปสรรค)	กลยุทธ์การสร้างความสนใจ
1. สื่อโทรทัศน์ตรวจสอบ Feedback ช่าง (จุดอ่อน) 2. เครื่องรับโทรทัศน์มีราคาแพง (จุดอ่อน) 3. ต้นทุนในการผลิตรายการสูง (จุดอ่อน) 4. กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว (โอกาส) 5. ผู้ผลิตรายการไม่นิยมผลิตรายการเพื่อครอบครัว ทำให้การรณรงค์ขาดความต่อเนื่อง (อุปสรรค)	กลยุทธ์การมีส่วนร่วม

ที่มา	กลยุทธ์
1.โทรทัศน์เป็นสื่อที่ตรวจสอบ Feedback ได้ยาก (จุดอ่อน) 2.กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว (โอกาส)	กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง
1.โทรทัศน์เป็นสื่อที่แพร่หลายในสังคมไทย (จุดแข็ง) 2.ประชาชนหวั่นเกรงโดยการดูโทรทัศน์มากขึ้น (โอกาส)	กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบ ในสื่อมวลชน
1.เจ้าของสินค้าและบริการนิยมให้การสนับสนุนราชการบันเทิง (อุปสรรค) 2.มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่มาดึงดูดความสนใจของผู้ชม (อุปสรรค)	กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน
1.ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายราชการบันเทิง และมองหาทางเลือกใหม่ (โอกาส) 2.กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว (โอกาส) 3.มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม (อุปสรรค) 4.ประชาชนไม่นิยมราชการสาระเต็มรูปแบบ (อุปสรรค)	กลยุทธ์สาระบันเทิง

3.การกำหนดกลยุทธ์

เมื่อผู้ผลิตรายการได้พัฒนาทางเลือกกลยุทธ์โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจแล้ว ผู้ผลิตรายการทั้ง 3 รายการซึ่งเป็นตัวอย่างในการศึกษา ได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

ตารางแสดงการกำหนดกลยุทธ์ รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

รายการ	กลยุทธ์						
	การสร้าง การจดจำ	การสร้าง ความ สนใจ	การมีส่วน ร่วม	การสื่อ สาร 2 ทาง	การเขียน รู้จากแม่ แบบ ๖	การวาง จุดขายที่ ชัดเจน	สละ บันเทิง
โลกใบ เล็ก	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓
เที่ยงวัน กันเอง	—	✓	✓	—	✓	✓	✓
บ้านเลข ที่ ๕	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายถึง การใช้กลยุทธ์นี้

จากตารางข้างต้น จะพบว่า รายการโลกใบเล็ก และรายการบ้านเลขที่ ๕ เลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมือนกัน ในขณะที่รายการเที่ยงวันกันเองมีการเลือกใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป

4. การดำเนินกลยุทธ์

เมื่อได้มีการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งเป็นแผนหรือแนวทางที่วางไว้สำหรับการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายแล้ว ผู้ผลิตจำเป็นต้องคิดค้นวิธีการดำเนินกลยุทธ์หรือกำหนดกลยุทธ์ (Tactics) ต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์เพื่อให้รายการที่แพร่ภาพสู่สายตาประชาชนเกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุด กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการให้มีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของรายการที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาสามารถสรุปได้ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางเปรียบเทียบการดำเนินกลยุทธ์ (กลยุทธ์) ของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

กลยุทธ์	กลยุทธ์		
	โลกใบเล็ก	เที่ยงวันกันเอง	บ้านเลขที่ ๕
1. การสร้างการจดจำ	- สื่อความหมายของสถาบันครอบครัวในองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของรายการ ได้แก่ ชื่อรายการ, Title, Copy, เพลง, คำขวัญ และชื่อคอลัมน์	-	- สื่อความหมายในองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของรายการ คือ ชื่อรายการ, การจัดบรรยากาศในการนำเสนอ และการวางบทบาทของพิธีกร
2. การสร้างความสนใจ	- สร้างความสนใจโดย 1. รูปแบบรายการ : วาไรตี้ มี 7 คอลัมน์ 2. เนื้อหารายการ : ทันสมัย , แกร็บเชิญเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและรักครอบครัว 3. พิธีกร : เป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง, มีความสามารถเฉพาะตัวและมีภาพความเป็นจริงทางสังคมเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว	- สร้างความสนใจโดย 1. รูปแบบรายการ : ทอล์คโชว์ + เกมโชว์ 2. ผู้ร่วมรายการ : เป็นคนดัง และ เรื่องราวชีวิต ให้แง่คิดกับผู้ชม 3. แนวทางการนำเสนอ : แบ่งการสัมภาษณ์เป็นช่วงชีวิตวัยเด็ก, วัยทำงาน และความผูกพันในครอบครัว โดยขยาย Climax ในแต่ละช่วง	- สร้างความสนใจโดย 1. รูปแบบรายการ : วาไรตี้ มีความหลากหลายถึง 17 คอลัมน์ 2. เนื้อหา : สด ทันเหตุการณ์ แกร็บเชิญเน้นบุคคลในข่าว 3. พิธีกร : เป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง , มีความน่าเชื่อถือ

กลยุทธ์	กลวิธี		
	โลกใบเล็ก	เที่ยงวันกันเอง	บ้านเลขที่ ๕
		4. พิธีกร : เป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง, มีความสามารถเฉพาะตัว และมีภาพความเป็นจริงทางสังคมเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว	
3. การมีส่วนร่วม	1. กิจกรรมโลกใบเล็กสัญจร 2. เปิดโอกาสให้ผู้ชมเขียนจดหมายแนะนำรายการ 3. เปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมทนายปัญหาเคล็ดลับเด็กเก่ง	-โครงการครอบครัวในดวงใจ	1. เปิดสายให้ผู้ชมโทรศัพท์แสดงความคิดเห็นและสนทนาโต้ตอบกับพิธีกรและแขกรับเชิญ 2. เปิดโอกาสให้ผู้ชมเขียนจดหมายแนะนำรายการ 3. การจัดกิจกรรมพิเศษ
4. การสื่อสาร 2 ทาง	-เปิดโอกาสให้มีการพูดคุยโต้ตอบ และร่วมแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมพิเศษระหว่างผู้ผลิตและผู้ชมรายการ	-	-เปิดโอกาสให้มีการพูดคุยโต้ตอบ และร่วมแสดงความคิดเห็นระหว่างพิธีกรและผู้ชม โดยการเปิดสายและการจัดกิจกรรมพิเศษ
5. การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน	-ให้เกิดการเรียนรู้เรื่องครอบครัวจากแม่แบบคือพิธีกร และแขกรับเชิญ	-ให้เกิดการเรียนรู้เรื่องครอบครัวจากแม่แบบคือพิธีกร และแขกรับเชิญ	-ให้เกิดการเรียนรู้เรื่องครอบครัวจากแม่แบบคือพิธีกร และแขกรับเชิญ
6. การวางจุดขายที่ชัดเจน	-	-นำเสนอเรื่องราวความซาบซึ้งประทับใจระหว่างดารานักแสดงและครอบครัว -เป็นรายการที่เรีอกน้ำตาคน	-

กลยุทธ์	กลวิธี		
	โลกใบเล็ก	เที่ยงวันกันเอง	บ้านเลขที่ ๕
7.สารบันเทิง	- สอดแทรกสาระเพื่อ การสร้างความสัมพันธ์ อันดีในครอบครัวไปกับ ความบันเทิงที่น่าสนใจ ในคอลัมน์ต่าง ๆ - เน้นการถ่ายภาพสวย ดูสดใส สบายตา	- ผสมผสานระหว่าง สาระและบันเทิง โดยสา ระอยู่ในช่วงทอล์คและ ความบันเทิงอยู่ในการ ตอบปัญหา สะสม คะแนนและการเปิด ค แผ่น ป้ายสะสมเงิน รางวัล	- สอดแทรกสาระเพื่อ การสร้างความสัมพันธ์ อันดีในครอบครัวไปกับ ความบันเทิงที่น่าสนใจ ในคอลัมน์ต่าง ๆ ซึ่งมี จำนวนมากถึง 17 คอลัมน์

5. การประเมินกลยุทธ์

ในขั้นตอนนี้ ผู้ผลิตจะทำการตรวจสอบกิจกรรมและผลการดำเนินงาน รวมทั้งสำรวจ
ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงกลยุทธ์และทำให้การผลิตรายการ
มีประสิทธิผลมากขึ้น จากการศึกษา พบว่ารายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวประสบ
ปัญหา ดังนี้

ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

ปัญหา	รายการ		
	โลกใบเล็ก	เที่ยงวันกันเอง	บ้านเลขที่ ๕
1. การค้นคว้าข้อมูล	✓	✓	—
2. ผู้สนับสนุนรายการ	✓	—	—
3. นโยบายสถานี	—	✓	✓
4. เวลาในการออกอากาศ	✓	—	✓
5. การแบ่งโครงสร้าง รายการ	—	—	✓
6. สภาวะเศรษฐกิจ	—	✓	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึงประสบปัญหานี้

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม่มีปัญหาใดเลยที่ทั้ง 3 รายการประสบร่วมกัน แต่จะมีปัญหาบางประการที่ประสบร่วมกัน 2 รายการ ได้แก่ ปัญหาเรื่องการค้นคว้าข้อมูล ปัญหาด้านนโยบายของสถานี และปัญหาสภาวะเศรษฐกิจ

อภิปรายผล

การสื่อสารและสังคมเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันด้วยเหตุที่การสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมดำเนินไปด้วยความสงบเรียบร้อย ในขณะเดียวกันสถาบันสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นสถาบันหนึ่งในสังคมก็มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมหลายประการ หน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่ง ได้แก่ การดำรงไว้ซึ่งความสงบเรียบร้อยภายในสังคม (H.D.Lasswell, 1948)

การรณรงค์เรื่องสถาบันครอบครัวและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว เป็นภารกิจสำคัญที่สื่อมวลชนจะละเลยเสียมิได้ เนื่องจากสถาบันครอบครัวเป็นสถาบันแห่งแรกในชีวิตมนุษย์ มีบทบาทในการหล่อหลอมกลมเกลียวสมาชิกในครอบครัวให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพของสังคม อย่างไรก็ตามแม้จะมีบทบาทต่อการพัฒนาสังคม สถาบันครอบครัวยังเป็นสิ่งที่ถูกสะเลยและมักไม่ได้รับการเอาใจใส่จากสมาชิกในครอบครัว ปัจจุบันสังคมโดยรวมหรือประเทศชาติจึงเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ มากมายซึ่งพื้นฐานของปัญหาเหล่านั้นมาจากเรื่องใกล้ ๆ ตัว คือสถาบันครอบครัวนั่นเอง

ด้วยเจตนารมณ์ที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์กลุ่มหนึ่งผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วยการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวขึ้น ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาวิธีหนึ่ง แต่เมื่อเทียบกับรายการบันเทิงที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นละคร หรือเกมโชว์ รายการเหล่านี้ล้วนได้รับความนิยชมจากประชาชนในระดับสูง จึงเป็นการยากที่จะทำให้ประชาชนหรือผู้ชมหันมาให้ความสนใจกับรายการสาระเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ผู้ผลิตเองจะต้องมีการวางกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการอย่างละเอียด รอบคอบและแยบยล เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายสูงสุดที่วางไว้

จากการศึกษาพบว่ารายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว 3 รายการซึ่งใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาได้มีการวางกลยุทธ์เป็นลำดับขั้นตอนตามหลักของกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม, การพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์, การกำหนดกลยุทธ์หลัก, การดำเนินกลยุทธ์ และการประเมินกลยุทธ์ อย่างไรก็ตามในส่วนของการดำเนินกลยุทธ์นั้นแต่ละรายการ จะมีกลวิธีในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไปทั้งนี้เนื่องจากทั้ง 3 รายการมีปัจจัยแวดล้อม

ล้อมที่แตกต่างกัน อาทิ วันเวลาในการออกอากาศ, กลุ่มเป้าหมาย, ความยาวของการออกอากาศ, ความถี่ในการออกอากาศ และผู้อุปถัมภ์รายการ

แม้จะมีกลวิธีในการดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน แต่จุดมุ่งหมายของรายการทั้ง 3 รายการ คือ ต้องการให้ผู้ชมนำสาระความรู้ที่ได้จากการชมรายการไปสร้างเสริมความสัมพันธอันดีภายในครอบครัว ดังนั้นจุดร่วมของรายการทั้ง 3 จึงอยู่ที่เนื้อหา ซึ่งได้แก่ เรื่องราวอันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน, สาระเกี่ยวกับการเสริมสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมหรือการแนะนำอาชีพเพื่อเพิ่มพูนรายได้ของครอบครัว, การให้ความรู้เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวรู้จักบทบาทและหน้าที่และแสดงบทบาทของตนในครอบครัวได้อย่างเหมาะสม โดยเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอจะต้องอยู่ในความสนใจของผู้ชม หากนำเสนอเรื่องสถาบันครอบครัวผ่านเรื่องราวชีวิตของบุคคล บุคคลนั้นจะต้องมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก เนื่องจากผู้ผลิตเน้นไปที่ความอยากรู้อยากเห็นของผู้ชมในเรื่องบุคคลที่มีชื่อเสียงอันเป็นธรรมชาติของมนุษย์

ผลจากการศึกษาครั้งนี้หากมองในด้านกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการพัฒนา ที่เรียกว่า เอดูเทนเมนต์ (edutainment) แล้ว จะพบว่า การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนั้น มีหลักในการวางแผนการดำเนินงานสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว เนื่องจากผู้ผลิตมีความพยายามที่จะผสมผสานข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาเข้ากับความบันเทิงและนำเสนอผ่านสื่อ โดยมีวัตถุประสงค์ให้บุคคลได้รับความรู้ มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในทิศทางที่พึงประสงค์ อีกทั้งไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายในขณะที่บริโภคข่าวสารนั้น ๆ

ด้วยเหตุที่แนวคิดเอดูเทนเมนต์ (edutainment) ยึดหลักในการนำเอาทฤษฎีต่าง ๆ ทางสังคมศาสตร์และนิเทศศาสตร์ อาทิ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory), ทฤษฎีการเล่น (Play Theory), ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) และทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasion Theory) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ ในงานวิจัยชิ้นนี้เราจึงได้เห็นผู้ผลิต สร้างสรรค์รายการโดยมีพื้นฐานแนวคิดจากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น กล่าวคือ

ผู้ผลิตรายการได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการจากพื้นฐานทางจิตใจของบุคคลนั้น ๆ นั่นคือการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ประเด็นนี้ทำให้ผู้ผลิตรายการมีความเข้าใจพื้นฐานทางจิตวิทยาและสังคมด้านความต้องการของผู้ชมรายการ กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทำให้ผู้ผลิตพยายามนำเสนอสิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารหรือผู้ชม ผู้ผลิตจะต้องคาดคะเนว่าเรื่องที่อยู่ในความสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการ

การของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้คือเรื่องอะไร ในที่นี้เรื่องที่ผู้ชมสนใจคือเรื่องของบุคคลที่มีชื่อเสียง และเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของตนเองและครอบครัว ที่นำเสนอในรูปแบบบันเทิง ดูสบาย ในขณะที่เดียวกันเรื่องที่น่าสนใจก็ต้องทันเหตุการณ์และมีความทันสมัยในตัวเอง ในระยะเวลาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเป็นช่วงที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 รายการโลกใบเล็กได้นำเสนอเรื่องสนามกีฬาของศูนย์กีฬามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ในขณะที่รายการบ้านเลขที่ ๕ ได้เชิญนักกีฬาทีมชาติมาสนทนาในรายการและพูดถึงความเคลื่อนไหวของกีฬาเอเชียนเกมส์ทุกวันในช่วงเปิดกีฬาเมืองไทย ส่วนรายการเที่ยงวันกันเองซึ่งเน้นในเรื่องบุคคลมากกว่าเหตุการณ์ก็ล้วนมีแขกรับเชิญเป็นดารานักแสดงซึ่งกำลังมีผลงานและได้รับความนิยมจากประชาชนทั้งสิ้น ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของศิริพงษ์ สุทธิโยธิน (2534) ซึ่งได้สรุปกลยุทธ์ด้านการนำเสนอเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงว่ารายการมักนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับชีวิตและผลงานของบุคคลที่มีชื่อเสียง, คนตรี, เพลง, เรื่องตลก, ศิลปะการแสดงและเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวทางสังคม

ทฤษฎีการเล่นเข้ามาเกี่ยวข้องกับการวางแผนสร้างสรรค์รายการเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวตามแนวคิดเอดูเทนเมนต์เนื่องจากสื่อมีหน้าที่ให้ความบันเทิงและเป็นเครื่องหย่อนใจของผู้ชม ดังที่ไวท์ (Wright, 1959) กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนคือการสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้รับสาร เป็นเครื่องหย่อนใจของประชาชนทุกคน รวมทั้งมีหน้าที่ในการสร้างความรู้สึกผ่อนคลายและเป็นการพักผ่อนของประชาชนและสังคม ผู้วิจัยพบความสอดคล้องที่ว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวพยายามคิดหาวิถีที่จะสร้างความเพลิดเพลินสนุกสนานให้แก่ผู้ชม โดยยังคงแนวคิดหลักคือการสอดแทรกข่าวสารอันเป็นความรู้เพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวไว้ในรายการด้วย เห็นได้จากกรณีที่รายการเที่ยงวันกันเองซึ่งเป็นรายการสนทนาหรือทอล์คโชว์ (talkshow) แต่กลับมีการผนวกความเป็นเกมโชว์ (gameshow) มีการแข่งขันตอบคำถาม สะสมคะแนน และเปิดแผ่นป้ายสะสมเงินรางวัล ทำให้ผู้ชมเกิดความสนุกสนานในการลุ้นรางวัลกับครอบครัวดารา และทำให้รายการมีสีสันมากขึ้น

ในทำนองเดียวกันกับรายการบ้านเลขที่ ๕ และรายการโลกใบเล็กต่างก็พยายามนำเสนอความหลากหลาย (variety) เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลินและสามารถเลือกบริโภคข่าวสารได้ตามความสนใจ ผลจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้สรุปได้ว่าทฤษฎีการเล่นเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

นอกจากนี้ ในการให้ข่าวสารและความรู้เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว ผู้ผลิตจำเป็นที่จะต้องโน้มน้าวให้ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัวและนำความรู้

ที่ได้จากการชมรายการไปปฏิบัติ ดังที่ไซมอนส (Simons, 1976) ได้สรุปว่า การโน้มน้าวใจ คือ การสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่นโดยเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติ

วิธีการโน้มน้าวใจที่พบในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว คือ การสื่อสารผ่านผู้โน้มน้าวซึ่งเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ในที่นี้ได้แก่ **พิธีกร** และ **แขกรับเชิญ** ซึ่งเป็นดารานักแสดงที่เป็นที่ชื่นชอบ โดยพิธีกรของรายการทั้ง 3 รายการล้วนเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ ไม่ว่าจะเป็นชูรันท์ ภรมนตรี (รายการเที่ยงวันกันเอง), สินจัย เปล่งพานิช (รายการโลกใบเล็ก) และสาวตรี สามีกักดี, ยอดมณี ภรมนตรี, ตระการ พันธุมเลิศสุจี (รายการบ้านเลขที่ ๔) ส่วนการเชิญดารามาร่วมสนทนาในรายการ ก็จะเป็นการโน้มน้าวผู้ชมอีกวิธีหนึ่ง เนื่องจากเรื่องที่พูดคุยจะเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์เกี่ยวกับครอบครัว การชี้แนะทางแก้ปัญหา การตักเตือน แนะนำสั่งสอน การยอมรับความผิดพลาด การชี้ให้เห็นคุณความดีของการกระทำบางอย่าง บุคคลเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้ชมเช่นกัน

ความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม นอกจากจะโน้มน้าวโดยพิธีกรซึ่งเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับแล้ว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมยังสามารถเกิดขึ้นได้โดยการเรียนรู้จากการสังเกต ซึ่งอัลเบิร์ต เบนดูรา (Albert Bandura) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีแม่แบบว่า บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมใหม่โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่น หรือเรียนรู้ผ่านแม่แบบที่ปรากฏในสื่อมวลชน ซึ่งแม่แบบในที่นี้ได้แก่ **ดารานักแสดง** ซึ่งเป็นแขกรับเชิญในรายการนั่นเอง นอกจากนี้ในส่วนของรายการโลกใบเล็กและรายการเที่ยงวันกันเอง ผู้ผลิตยังมีเจตนาให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้เรื่องครอบครัวผ่านภาพความเป็นจริงทางสังคม (social reality) ของพิธีกร คือคุณสินจัย เปล่งพานิช และคุณชูรันท์ ภรมนตรี ด้วยเหตุที่พิธีกรทั้งสองเป็นนักแสดงที่ประสบความสำเร็จด้านชีวิตครอบครัว และให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว พิธีกรจึงมีบทบาทช่วยให้เกิดการเรียนรู้นอกเหนือจากที่ได้รับผ่านดารารับเชิญในรายการ

หลังจากการวางแผนกลยุทธ์อย่างรอบคอบ ขั้นตอนต่อมาคือ การดำเนินการผลิต ซึ่งเป็นขั้นตอนของการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของทีมงานผู้ผลิตและการใช้อุปกรณ์ที่มีความซับซ้อนทางเทคนิคสร้างสรรค์ขึ้นเป็นชิ้นงาน กระบวนการผลิตรายการจะอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ควบคุมการผลิต (producer) ซึ่งจะแจกจ่ายงานให้แก่ทีมงานเป็นผู้รับนโยบายไปปฏิบัติ ในที่นี้ได้แก่ผู้สร้างสรรค์รายการ (creative) ผลการวิจัยทำให้ได้ข้อสรุปที่มีความสอดคล้องกับหลักการของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งระวีวรรณ ประกอบผล (2520) กล่าวไว้ นั่นคือ จะต้องมีการพิจารณาว่าเรื่องที่น่าเสนอนั้นเป็นความคิดที่ใหม่และมีคุณค่า เป็น

ประโยชน์ต่อผู้ชมรายการ นอกจากนี้จะต้องมีการพิจารณาข้อจำกัดต่าง ๆ ในแง่การผลิต ส่วนในด้านเนื้อหา (program content) ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์แรกเริ่มในการจัดทำรายการ มีความน่าสนใจโดยพิจารณาจากความสนใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (target audience) เวลาในการนำเสนอรายการ (timing) และวิธีการนำเสนอ (method of presentation)

รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นภายในครอบครัวของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นเรื่องราวที่นำเสนอจึงควรเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ผู้ผลิตต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว ดังที่จรรยา สุวรรณทัต (2523) ได้กล่าวว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวคือ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมหรือฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวและการรู้จักบทบาทหน้าที่ของสมาชิกทุกคน ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาในรายการทั้ง 3 รายการซึ่งเป็นตัวอย่างในการศึกษามุ่งไปที่การนำเสนอใน 2 ประเด็นดังกล่าว ที่เห็นชัดคือ รายการบ้านเลขที่ ๕ และรายการโลกใบเล็กซึ่งเป็นรายการปิกนิก (variety) คอลัมน์ต่าง ๆ ในรายการจะเป็นเรื่องราวสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ โดยผู้ชมสามารถนำเอาความรู้ที่ได้จากการชมรายการไปประกอบอาชีพ เพิ่มพูนรายได้ และเสริมสร้างฐานะของครอบครัว (รายการบ้านเลขที่ ๕ มีคอลัมน์แนะนำอาชีพ, การแนะนำสูตรอาหาร ส่วนโลกใบเล็กมีคอลัมน์แนะนำสูตรอาหาร) ส่วนรายการเที่ยงวันกันเอง ก็มุ่งนำเสนอในเรื่องการรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเองในครอบครัวและการแสดงบทบาทของตนเองได้อย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ดี เมื่อดำเนินการผลิตรายการไปได้ระยะหนึ่ง ผู้ผลิตย่อมประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ปัญหาบางประการผู้ผลิตสามารถหาแนวทางในการแก้ไขได้ เช่น การค้นคว้าข้อมูล การหาผู้สนับสนุนรายการ การแบ่งโครงสร้างรายการ แต่ปัญหาบางประการที่ทีมงานยอมรับว่าไม่สามารถแก้ไขได้ เช่น นโยบายของสถานี และสภาวะเศรษฐกิจ ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้รายการเที่ยงวันกันเองต้องถูกปรับออกจากผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเดือนตุลาคม 2541 ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจและติดค้างค่าเวลาออกอากาศกับสถานี ในความเป็นจริงปัญหาดังกล่าวได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลาพอสมควร ทางสถานีก็ไม่ได้ปรับรายการออกจากผังแต่อย่างใด แต่เมื่อทางสถานีได้มีการปรับปรุงแนวทางการตลาดใหม่โดยนำกลุ่ม텔레ฟฟิเข้ามาบริหารและผลิตรายการออกอากาศในช่วงไพรม์ไทม์ (Primetime : 18.00-24.00 น.) รายการเที่ยงวันกันเองซึ่งเป็นของ บริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จึงถูกปรับออกและมีการนำ รายการเกมจารชน ซึ่งผลิตรายการโดยบริษัทเวิร์คพอยน์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด หนึ่งในกลุ่ม텔레ฟฟิ มาแทนที่ในวันและเวลาเดียวกัน จากการพูดคุยกับทีมงานทำให้ทราบว่า ทางสถานีไม่ต้องการให้มี

รายการเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวในช่วงเทศกาลวันเสาร์ ผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปว่า นโยบายของสถาบันเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวอย่างยิ่ง

กล่าวโดยสรุป ไม่ว่ารายการที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกใช้กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการอย่างไร ผู้ผลิตรายการทั้ง 3 ต่างก็พยายามที่จะใช้การสื่อสารในการให้ข้อมูล ข่าวสาร, ให้ความรู้ และโน้มน้าวชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักในคุณค่าของสถาบันครอบครัว ซึ่งถือเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่าวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตนำมาใช้ในการสร้างสรรค์รายการนั้นจะช่วยให้เกิดการพัฒนาสถาบันทางสังคม (Improve Social Organization) ของประเทศชาติให้ดีขึ้น เนื่องจากวิธีการต่าง ๆ เหล่านั้นจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล อันจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาในระดับสังคมโดยรวมหรือประเทศชาติในภายหลังก่อน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั่วไปในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการ “ผลิต” รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

1.1 ผู้ผลิตรายการประสบปัญหาในการค้นคว้าข้อมูลเพื่อผลิตรายการ เนื่องจากต้องคาดเดาว่าเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมคืออะไร ผู้ผลิตรายการจึงควรจัดกิจกรรมพิเศษ และให้ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางระหว่างผู้ผลิตและผู้ชม การได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในระหว่างที่จัดกิจกรรมจะทำให้ผู้ผลิตทราบถึงความต้องการของผู้ชมและสามารถนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมได้ ส่วนรายการที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตและครอบครัวของบุคคล ผู้สัมภาษณ์ควรสร้างความสนิทสนม เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์เกิดความเป็นกันเองและไวใจที่จะถ่ายทอดเรื่องราวซึ่งเป็นเรื่องส่วนตัว และเป็นข้อเท็จจริงให้ทราบ ในขณะเดียวกัน ผู้สัมภาษณ์ก็ต้องตรวจสอบข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยเพื่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำมากที่สุด

1.2 เจ้าของสินค้าและบริการมักสนใจและให้การสนับสนุนรายการบันเทิงมากกว่ารายการสาระเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เนื่องจากเชื่อว่ารายการบันเทิงจะมีจำนวนผู้ชมมากกว่ารายการประเภทสาระ ผู้ผลิตจึงควรยื่นข้อเสนอในการผลิต (Proposal) ต่อสินค้าที่เน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ (Image) ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมาย

เป็นสมาชิกแต่ละวัยภายในครอบครัว นอกจากนี้ผู้วิจัยใครเสนอแนะ ให้มีการสร้างความตระหนักด้านการร่วมแก้ไขปัญหาสังคมแก่เจ้าของสินค้าและบริการให้มากขึ้นด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการ “สร้างสรรค์” รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

2.1 ด้านเนื้อหาของรายการ ผู้ผลิตควรวางใจต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว, แนวทางการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว, ลักษณะของครอบครัวที่เป็นที่ต้องการ และจิตวิทยาครอบครัว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์เนื้อหา และกำหนดประเด็นการเสนอในรายการสำหรับการส่งเสริมสถาบันครอบครัวที่ครอบคลุมทุกด้าน

2.2 ด้านผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทั่วไป ควรมีกลวิธีในการสอดแทรกสาระเรื่องครอบครัวไปในรายการโทรทัศน์รูปแบบอื่น ๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของประชาชน เช่น ละคร หรือ ทอล์คโชว์ ในลักษณะเดี่ยวไมโครโฟน (One Stand up Comedy)

3. ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการ “ปรับปรุงและพัฒนา” รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

3.1 รายการวาไรตี้ที่มีการแบ่งโครงสร้างและมีจำนวนคอลัมน์จำนวนมากจะทำให้รายการขาดความเป็นเอกภาพ (Unity) และไม่สามารถนำเสนอเรื่องที่ต้องการรายละเอียดมาก ๆ ได้ เนื่องจากการแบ่งเป็นหลายคอลัมน์จะทำให้แต่ละคอลัมน์มีเวลาในการนำเสนอเพียงไม่กี่นาที หากต้องการให้การสื่อสารมีน้ำหนักควรลดจำนวนคอลัมน์ลงและเพิ่มเวลาการนำเสนอแต่ละคอลัมน์ให้มากขึ้น

3.2 ในสภาวะที่ประเทศชาติประสบวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนประสบปัญหาปากท้องและการครองชีพ ปัญหาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว เนื่องจากความมั่นคงทางเศรษฐกิจหรือฐานะของครอบครัวจะนำมาซึ่งความสงบสุขและความกลมเกลียวสมัคสมานของสมาชิกในครอบครัว ผู้ผลิตจึงควรหันมาให้ความสนใจในการนำเสนอเรื่องราวที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว เช่น การเสริมสร้างฐานะ การแนะนำอาชีพเพื่อเพิ่มพูนรายได้แก่ผู้ชม วิธีการดำรงตนให้มีความสุข การนำเสนอสาระที่สามารถสร้างขวัญกำลังใจให้ผู้ชมได้ต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆ การนำเสนอเรื่องเหล่านี้อาจจะส่งผลให้การหาทางออกด้วยการฆ่าตัวตายลดลงวิธีหนึ่งด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาจากมุมมองของผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์แต่เพียงด้านเดียว ดังนั้นจึงไม่อาจทราบได้ว่ากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตรายการได้พยายามคิดและนำมาใช้ในการวางแผนสร้างสรรค์รายการนั้นเกิดสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใด ผู้วิจัยใคร่เสนอแนะให้มีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อประเมินผลรายการ โดยศึกษาในส่วนของผู้รับสารเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ชมได้รับจากการชมรายการทั้ง 3 รายการที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการ หรือการปรับปรุงรายการเพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุดในลำดับต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย