



กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8
PRODUCTION PROCESS OF PRESENTATION OF “AUNG TUNG SEAW”
TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 8



โดย
เอกรินทร์ กววมงคล

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2561



PRODUCTION PROCESS OF PRESENTATION OF “AUNG TUNG SEAW”
TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 8



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF COMMUNICATION ARTS
COLLEGE OF COMMUNICATION ARTS

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018

วิทยานิพนธ์เรื่อง

กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

โดย

เอกกรินทร์ กววมงคล

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2561

รศ.ดร.ลักษณา คล้ายแก้ว

ประธานกรรมการสอบ

รศ.ดร.ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี

กรรมการ

รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

กรรมการ

ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชดमारค

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ ศุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

16 พฤศจิกายน 2561

Thesis entitled

PRODUCTION PROCESS OF PRESENTATION OF “AUNG TUNG SEAW”
TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 8

by

EAKARIN GOYMONGKOL

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Communication Arts

Rangsit University

Academic Year 2018

Assoc.Prof.Lucksana Klaikao, Ph.D.

Examination Committee Chairperson

Assoc.Prof.Natchuda Wijtjammaree, Ph.D.

Member

Assoc.Prof.Grit Thonglert, Ph.D.

Member

Asst.Prof.Chalongrat Chermanchonlamark, Ph.D.

Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off.Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

November 16, 2018

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นตัวแทนแห่งความมานะ พยายามของผู้วิจัยในการศึกษา รายละเอียดงานที่ตัวเองรัก ซึ่งได้ปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน แต่คงไม่สามารถสำเร็จลุล่วงลงได้ หากปราศจากวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต และเหล่าคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มอบโอกาสให้ผู้วิจัยได้เข้ามาศึกษา หากความรู้ภายใต้ร่มเงาของสถาบันแห่งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชลมารค อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ที่เมตตาอนุเคราะห์ ชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี ตั้งแต่แรกเริ่ม นำเสนอหัวข้องานวิจัยจนเสร็จสิ้น หากปราศจากคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จากท่านแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้คงไม่สามารถเสร็จสมบูรณ์ลงได้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ลักษณา คล้ายแก้ว ประธานกรรมการสอบ อาจารย์ผู้ซึ่งมีใจกรุณา ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยในทุกเรื่องที่เป็นประโยชน์ รวมถึงไต่ถามและกระตุ้นเตือนผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี กรรมการสอบ ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่า มาร่วมชี้แนะและประกอบสร้างองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย

ท้ายสุดนี้ขอกราบขอบพระคุณนางหลิฮุ้น กวยมมงคล และนางสาวหทัยรัตน์ กวยมมงคล มารดาและพี่สาว ผู้ซึ่งให้กำลังใจ สนับสนุนการทำวิจัยฉบับนี้ด้วยดีตลอดมา ขอขอบคุณคุณวัชรวิพร ศาลิโกเศศ สำหรับความช่วยเหลือและกำลังใจที่ดีในทุกด้านเสมอมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกรินทร์ กวยมมงคล

ผู้วิจัย

5906262 : สาขาวิชาเอก: นิเทศศาสตร์; นศ.ม.

คำสำคัญ : กลวิธีการสร้างสรรค์, รายการอิงที่งเสี้ยว, สถานีโทรทัศน์ช่อง 8

เอกรินทร์ กววมงคล : กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 (PRODUCTION PROCESS OF PRESENTATION OF “AUNG TUNG SEAW” TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 8) อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เณอมาลัยชลมารค, 166 หน้า.

งานวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 และปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์และรายการสารคดี แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการ ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร เป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์วิดิทัศน์รายการ (Document Analysis) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เริ่มต้นจากการกำหนดเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเรื่องราวเป็น 4 ประเภท คือ กินแปลก วิถีชีวิตพื้นบ้าน ความสามารถคน และสถานที่แปลก ผสานกับการจัดวางตำแหน่งเรื่องที่น่าสนใจที่สุดไว้ในลำดับแรกของการออกอากาศทุกครั้ง มีการคัดเลือกพิธีกรที่เป็นนักร้อง นักแสดง เพื่อกะตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้ชม มีการจัดทำงบประมาณโดยคำนึงถึงงบประมาณ 2 ประเภท คืองบประมาณการผลิตรายการและงบค่าจ้างทีมงานผลิต ทีมผลิตรายการใช้การหาข้อมูลแบบหลายมิติ ทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ตและการลงพื้นที่จริงเพื่อสำรวจ นอกจากนี้รายการอิงที่งเสี้ยวยังใช้บทโทรทัศน์แบบเค้าโครงเพื่อความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงขณะถ่ายทำ และใช้การเดินเรื่องโดยเจ้าของเรื่องเป็นผู้เดินเรื่อง รวมถึงมีการถ่ายทำแบบใช้มือถือกล้องถ่าย (Handheld) เป็นหลัก เพื่อสร้างความสมจริง สำหรับกลวิธีการถ่ายทำที่นิยมใช้ คือการถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) และการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act) รวมถึงการใช้กลวิธีการตัดต่อที่หลากหลาย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

เช่นการตัดต่อโดยใช้ภาพช้า (Slow-Motion) การตัดต่อโดยใช้ภาพเร็ว (Fast Speed) การตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse) และการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-in) ประกอบกับการใช้เสียงบรรยายเสียงเพลง และเสียงประกอบพิเศษที่เหมาะสมกับบรรยากาศของเรื่อง

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอั้งที่เสียวมีดังนี้ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่การจัดการด้านต่าง ๆ ทั้งการวางแผนการผลิต งบประมาณและการควบคุมคุณภาพรายการ ซึ่งมีการวางระเบียบและมาตรการไว้อย่างชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา ประกอบกับการคัดเลือกทีมงานที่มีความชำนาญในการผลิตรายการสารคดีเป็นการเฉพาะ รวมถึงมีการใช้อุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัย ทำให้ปัจจัยที่ควบคุมได้เหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด 2) ปัจจัยภายนอก เป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ฝ่ายบริหารรายการอั้งที่เสียวจึงมีนโยบายที่รัดกุมในการเฝ้าระวังและแก้ปัญหา ตั้งแต่การคัดสรรแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือและเรื่องราวที่ทันสมัยตรงใจผู้ชมเป้าหมาย เพื่อการสร้างความนิยมรายการทำให้ผู้โฆษณาหันมาสนใจและนำเงินมาลงทุนอย่างต่อเนื่อง มีการปลูกฝังจริยธรรมสื่อแก่ทีมงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอรายการให้อยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายที่ควบคุมเนื้อหาในการออกอากาศ (Censor) มีการปรับการออกอากาศในหลายสื่อเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมทั้งทางยูทูป (Youtube) และเฟซบุ๊ก (Facebook) รวมถึงมีการศึกษารายการคู่แข่งเพื่อปรับตัวเองตลอดเวลา ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้รายการอั้งที่เสียวได้รับความนิยมอยู่ในอันดับต้นของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มาตลอดระยะเวลา 4 ปี

5906262 : MAJOR: COMMUNICATION ARTS; M.COM.ARTS

KEYWORDS : PRODUCTION PROCESS, AUNG TUNG SEAW TELEVISION PROGRAM, CHANNEL 8

EAKARIN GOYMONGKOL: PRODUCTION PROCESS OF PRESENTATION OF "AUNG TUNG SEAW" TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 8. THESIS ADVISOR: ASST.PROF.CHALONGRAT CHERMANCHONLAMARK, Ph.D., 166 p.

The objective of the research on Production Process of “Aung Tung Seaw” Television Program on Channel 8 is to study the creative strategies of “Aung Tung Seaw” Television Program on Channel 8 and the internal and external factors that affect the determination of the creative strategies of “Aung Tung Seaw” Television Program on Channel 8 by using a conceptual framework related to the creative strategies of television programs and documentaries. The media organization in a field of social forces, the agenda setting theory, and theories on consumer behavior and attracting the audience, were used as the guidelines in the study and analysis. This research is a qualitative research by analyzing documents, conducting in-depth interviews with related individuals who determine the creative strategies of television programs, and collecting information by conducting focus group interviews with the target audience.

The research found that the creative strategies of “Aung Tung Seaw” television program on Channel 8 started with determining the content of the program to match with the target group, categorized into 4 types, which were eat strange, the folk way of life, people’s abilities, and strange places, combined with interesting story layouts in the first stage of broadcast. Singer and actor were also selected to be hosts in order to stimulate and attract the attention of the audience. 2 types of budgets were considered, which were the budget for program production and the budget for the wages of the production team. The production team searched for information on various aspects, whether from print media, Internet, and fieldwork to survey real locations. Moreover, Aung Tung Seaw Television Program still uses structured television scripts for

Student’s Signature..... Thesis Advisor’s Signature.....

the convenience of changes during filming and continuing the story which is moderated by the owner of the story. Also, shooting was done mainly by handheld camera for realism. The shooting strategies that were popularly used were setup and re-act, including a variety of editing strategies, such as slow-motion, fast speed, time-lapse, and zoom-in with the use of voice over, music, and sound effect appropriate with the atmosphere of the story.

The factors that affect the creative strategies of “Aung Tung Seaw” television program were: 1) Internal factors, which are the management in terms of production, budget, and quality control of the program with clear regulations and measures, which are able to be examined at all times. This includes selecting a working team, which has the expertise, especially in producing documentary programs. Also, the use of modern working equipment to control these factors from causing problems; and 2) External factors, which cannot be controlled. The Administrative Division of Aung Tung Seaw television program has a tight policy for monitoring and problem solving, starting from selecting reliable news sources and modern stories that match with the target audience, to increase the popularity of the program in order to attract the consistent investment of advertisers. This includes the cultivation of morals in the working team as the guideline to suggest programs under the legal framework that controls the content for broadcasting (Censor). Broadcasts are adjusted in many media channels to fit with the audience’s behavior from both YouTube and Facebook. Moreover, the programs of the competitors were studied in order to improve their own programs at all times. With all these components, Aung Tung Saew television program has been the most popular program on Channel 8 for throughout 4 years.

Student’s Signature..... Thesis Advisor’s Signature.....

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูป	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย	8
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	8
1.4 ขอบเขตและข้อจำกัดการวิจัย	9
1.5 นิยามศัพท์	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์	12
2.2 แนวคิดเรื่องรายการสารคดี	33
2.3 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting theory)	39
2.4 แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการหรือการทำงานของสื่อสารมวลชน (The Media Organization in a Field of Social Forces)	42
2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร	46
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	56
3.1 แหล่งข้อมูล	56
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	62
บทที่ 4 วิเคราะห์กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์	64
ช่อง 8 ผ่านสื่อวีดิทัศน์รายการ	
4.1 ตอนที่ 1 เรื่อง ไล่อ้วง จ.สุรินทร์ (กินแปลก)	65
4.2 ตอนที่ 2 เรื่อง รังผึ้งป้องกันช้าง จ.เลย (ความสามารถคน)	67
4.3 ตอนที่ 3 เรื่อง เมฆเต็ดนกวิ่งแดนอีสาน จ.สุรินทร์ (กินแปลก)	69
4.4 ตอนที่ 4 เรื่อง เปรียงทราย ไล่เดือนแห่งท้องทะเล จ.ชลบุรี (วิถีชีวิตพื้นบ้าน)	71
4.5 ตอนที่ 5 เรื่อง ภูมิปัญญาล่าวาย จ.ชุมพร (วิถีชีวิตพื้นบ้าน)	73
4.6 ตอนที่ 6 เรื่อง กระดาษซี่ช้าง จ.เชียงใหม่ (ความสามารถคน)	75
4.7 ตอนที่ 7 เรื่อง เปิดตำนาน ดาบอรัญญิก จ.พระนครศรีอยุธยา (ความสามารถคน)	77
4.8 ตอนที่ 8 เรื่อง ไล่บ่อเพชรฆาต จ.กรุงเทพฯ (ความสามารถคน)	79
4.9 ตอนที่ 9 เรื่อง หมอจัดกระดูก จ.แพร่ (ความสามารถคน)	81
4.10 ตอนที่ 10 เรื่อง ซามูไร มือพิฆาต จ.กรุงเทพฯ (ความสามารถคน)	83
4.11 ตอนที่ 11 เรื่อง สัตว์ดีกดำบรรพ์พันธุ์หายาก จ.แพร่ (วิถีชีวิตพื้นบ้าน)	85
4.12 ตอนที่ 12 เรื่อง ประเพณีตีผึ้งร้อยรัง จ.บุรีรัมย์ (ความสามารถคน)	87
บทที่ 5 วิเคราะห์กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์	101
ช่อง 8 ผ่านการสื่อสารส่วนบุคคลและการสนทนาแบบกลุ่ม	
5.1 การกำหนดเนื้อหาของรายการอิงสิ่งเสี้ยว (Pre-production)	101
5.2 เทคนิคการถ่ายทำรายการอิงสิ่งเสี้ยว (Production)	107
5.3 เทคนิคกระบวนการหลังการถ่ายทำรายการอิงสิ่งเสี้ยว (Post-production)	116

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการ สร้างสรรค์รายการสิ่งท่งเสียของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8	130
6.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์ รายการสิ่งท่งเสียของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8	130
6.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์ รายการสิ่งท่งเสียของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8	134
บทที่ 7	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	145
7.1 สรุป และอภิปรายผลการวิจัย	146
7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	160
7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาชีพ	160
บรรณานุกรม	163
ประวัติผู้วิจัย	166

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	แสดงการเปรียบเทียบเรื่องที่น่าสนใจวิเคราะห์ โดยใช้ตัวเลขการเปิดรับชมรายการ (Reach) ที่มากกว่า 350,000 คน กับเรื่องที่เลือกโดย Producer ซึ่งมีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่น	57
3.2	แสดงผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำแนกตามอายุ	58
3.3	แสดงรายละเอียดของผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่ 1 (อายุ 35-44 ปี)	58
3.4	แสดงรายละเอียดของผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่ 2 (อายุ 45 ปีขึ้นไป)	59
4.1	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งทิ้งเสี้ยว	89
4.2	แสดงลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์ในเรื่องแต่ละประเภท	95

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1.1 ภาพหมวดหมู่ของเรื่องราวที่ถูกนำไปใช้ในการผลิตรายการอึ่งที่เสี้ยว	5
1.2 ภาพตัวอย่างความหลากหลายทางวัฒนธรรมในประเทศไทย	6
1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	11
2.1 ภาพการล่าไวยวาย (ปลาหมึกสาย) จ. ชุมพร	24
2.2 แผนภาพปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรสื่อสารมวลชน	43
4.1 ประมวลภาพตอนไล่จิ้งจอก	65
4.2 ประมวลภาพตอนวัวร้องผึ้งป้องกันช้าง	67
4.3 ประมวลภาพตอนเมนูเด็ดนักวิ่งแดนอีสาน	69
4.4 ประมวลภาพตอนเพรียงทราย ไล่เดือนแห่งท้องทะเล	71
4.5 ประมวลภาพตอนภูมิปัญญาล่าวาย	73
4.6 ประมวลภาพตอนกระดาศี่ช้าง	75
4.7 ประมวลภาพตอนเปิดตำนาน ดาบอรัญญิก	77
4.8 ประมวลภาพตอนล้างบ่อเพชรฆาต	79
4.9 ประมวลภาพตอนหม้อจัดกระดูก	81
4.10 ประมวลภาพตอนชาบูไร มือพิฆาต	83
4.11 ประมวลภาพตอนสัตว์ตึกดำบรรพ์พันธุ์หายาก	85
4.12 ประมวลภาพตอนประเพณีตีผึ้งร้อยรัง	87
4.13 แผนภาพ Key to Success : กุญแจสู่ความสำเร็จ ในเรื่องความนิยมของผู้ชมรายการอึ่งที่เสี้ยว (Rating)	99
5.1 ภาพพิธีกรรายการอึ่งที่เสี้ยว	106
5.2 ภาพมุมสูงจากกล้องโดรน และภาพแทนสายตายจากกล้อง Go Pro	111
5.3 ภาพกลวิธีการถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) ในการจับแะ	113
5.4 ภาพกลวิธีการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act)	114
5.5 ภาพกลวิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	116
5.6 ภาพกลวิธีการใช้ภาพช้า (Slow-motion)	119

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
5.7	ภาพกลวิธีการใช้ภาพเร็ว (Fast Speed)	120
5.8	ภาพกลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse)	121
5.9	ภาพกลวิธีการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-in)	122
6.1	ภาพการนำเสนอสถานการณ์ของข่าวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรมมาใช้	135
6.2	ภาพสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์กของสถานีและรายการ	142



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่เต็มไปด้วยปัญหามานานาชนิด มนุษย์จึงจำเป็นต้องหาทางออกในการคลายความเครียดเหล่านี้ ด้วยวิธีที่หลากหลายแตกต่างกันไป เครื่องมือคลายความเครียดอันดับต้น ๆ ที่ทุกคนนึกถึงและใช้งานอยู่เป็นประจำคงหนีไม่พ้น วิทยุโทรทัศน์ ดังเช่นผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559, น. 3) เรื่องการสำรวจการใช้เวลาของประชากร พ.ศ. 2558 ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 ระบุว่าประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปใช้เวลาว่างเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเข้าร่วมสังคม การทำงานอดิเรก การเล่นเกมกีฬา รวมถึงการใช้สื่อสารมวลชนเฉลี่ย วันละ 4.25 ชั่วโมง โดยกิจกรรมการใช้งเวลาว่างที่มีอัตราเฉลี่ยสูงที่สุด คือการใช้เวลาในการรับชมโทรทัศน์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงถึงวันละ 3.00 ชั่วโมง รองลงมาเป็นการดูวิดีโอเฉลี่ยวันละ 2.07 ชั่วโมง การท่องอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 2.03 ชั่วโมง และการฟังวิทยุเฉลี่ยวันละ 1.64 ชั่วโมง

จากตัวเลขสถิติดังกล่าวเห็นได้ว่า สื่อโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ด้วยจุดเด่นที่ชัดเจน คือสามารถแจ้งข่าวสาร สารประโยชน์ สร้างความสนุกสนานรวมถึงสร้างอารมณ์ร่วมต่าง ๆ ให้กับผู้ชมได้ทันทีขณะรับชม เนื่องจากโทรทัศน์มีภาพเคลื่อนไหวประกอบกับเสียงต่าง ๆ ที่ช่วยกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้โทรทัศน์ยังทำลายขีดจำกัดทางการสื่อสารที่สื่ออื่นไม่สามารถทำได้ เช่น ในการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านย่อมต้องมีความรู้ด้านการอ่านภาษาจึงจะตีความข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นได้ หรือสื่อวิทยุกระจายเสียงที่สื่อสารกับผู้ฟังผ่านเสียงเพียงอย่างเดียว ผู้ฟังจำเป็นต้องตั้งใจฟังสารนั้นอย่างจริงจัง เพื่อรับฟังและตีความสารที่ส่งมาได้อย่างถูกต้อง

ปัจจุบันผู้ชมรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้มากถึง 26 สถานี อาทิ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี เป็นต้น โดยผู้ชมสามารถรับชมเรื่องราว ความบันเทิงและสาระต่าง ๆ ได้แบบไม่จำเป็นต้องเสียค่าบริการเพิ่มแต่อย่างใด ซึ่งต่างกับสื่อบางประเภทที่ต้องเสียค่าบริการในแต่ละครั้ง เช่น การชมภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์ทั่วไป ผู้ชมจำเป็นต้องซื้อบัตรเข้าชมในราคาหลักกั๊วร้อย ประกอบกับการเดินทางเพื่อไปโรงภาพยนตร์นั้น มีค่าใช้จ่ายตามมาอีกมากมาย อาทิ ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าขนมขนณะชมภาพยนตร์ เป็นต้น ด้วยเหตุผลมากมายนี้เองทำให้สื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงทุกเพศ ทุกวัยได้อย่างแท้จริง

จากจำนวนตัวเลขมากมายของสถานีโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ก่อให้เกิดช่องทางการทำธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตของเม็ดเงินอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการผลิตทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์และบริษัทเอกชน ต่างกระโดดเข้ามาแข่งขันกันสร้างสรรค์รายการในอัตราที่สูง การแข่งขันนี้เปรียบเสมือนการช่วงชิงความพึงพอใจของผู้ชมรายการ หากรายการใดได้รับการตอบรับจากผู้ชมในปริมาณมากก็จะส่งผลต่อรายได้ของผู้ผลิต ซึ่งจะมาในรูปแบบของค่าโฆษณาจากผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor) นั่นเอง

สาวิตรี สอสุวรรณ (2552, น. 2) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความสำเร็จของรายการโทรทัศน์ว่า ความสำเร็จของรายการโทรทัศน์วัดได้จากจำนวนผู้ชมรายการนั้น ๆ ผ่านการสำรวจความนิยมรายการ (Rating) ซึ่งแสดงผลเป็นตัวเลขที่ชัดเจนและได้รับความนิยมในวงกว้างจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ หากรายการใดมีความนิยมรายการอยู่ในระดับสูง รายการนั้นมักจะได้รับการอนุมัติให้ผลิตต่อ รวมทั้งผู้อุปถัมภ์รายการก็ใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการตัดสินใจสนับสนุนรายการเช่นกัน เนื่องจากจำนวนผู้ชมรายการที่สูง หมายถึงจำนวนผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้อุปถัมภ์รายการก็จะสูงตามไปด้วยนั่นเอง

ความนิยมรายการอาจจะเป็นเครื่องมือสากลที่ได้รับการยอมรับในวงการโทรทัศน์ไทย ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ถึงปริมาณผู้ชมรายการ แต่หากจะมองถึงคุณภาพเชิงลึกของรายการนั้น ๆ จำเป็นจะต้องใช้หลักเกณฑ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ดีควบคู่กันไป เนื่องจากสื่อโทรทัศน์ไม่ได้เกิดมาเพื่อสนองตอบต่อธุรกิจเพียงด้านเดียว แต่เป็นเครื่องมือในการให้ประโยชน์แก่ผู้ชมทั้งทางด้านสารประโยชน์ ความรู้ ความบันเทิง ฯลฯ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนมากจึงพยายามคิด

สร้างสรรค์รูปแบบรายการของตนให้ออกมาแตกต่างและมีคุณภาพ สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมอย่างสูงสุด ขณะเดียวกันก็หวังให้เกิดตัวเลขความนิยมรายการที่สูงเป็นเงาตามตัว อันจะยังผลให้ธุรกิจของตนดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

ทั้งนี้ สุ่มน อยู่สิน (2547, น. 329) ได้แบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ อันได้แก่ รายการประเภทข่าวและความรู้ (News and Knowledge Program) รายการประเภทบันเทิง (Entertainment Program) และรายการประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ (Advertising Program) ซึ่งทุกสถานีโทรทัศน์พยายามนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองว่าเป็นผู้นำในประเภทใด อาทิ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 นำเสนอจุดยืนที่ชัดเจนด้านให้ความบันเทิงประเภทปกิณกะที่มีความหลากหลายในเนื้อหารายการ เช่นรายการละคร รายการเกมโชว์ รวมถึงรายการบันเทิงและสารคดี ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ข่าว TNN 24 มุ่งเน้นเรื่องของการเป็นสถานีที่นำเสนอข่าวตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น

ขณะเดียวกันหากจะแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ตามรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งเป็นการแบ่งตามปกติและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ผลิตรายการแล้ว ศศิกร ฉันทเศรษฐ์ (2547, น. 17-20) ได้แบ่งไว้ 10 ประเภท อันได้แก่

- 1) รายการละคร (Drama) เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากผู้ชมมาโดยตลอด
- 2) รายการข่าว (News) คือรายการรายงานเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยเรื่องราวนั้น ๆ จะส่งผลกระทบต่อหรือเป็นเรื่องที่ประชาชนส่วนใหญ่จำเป็นต้องรู้
- 3) รายการวิเคราะห์สถานการณ์ (Current Affairs) เป็นรายการสัมภาษณ์ โดยนำเอาผู้รู้ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับข่าวและเหตุการณ์ที่อยู่ในกระแสสังคม มาให้ความรู้ ความกระจ่างบนพื้นฐานข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วน
- 4) รายการสารคดี (Documentary) เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวของความจริงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง ปราศจากการปรุงแต่งเพิ่มเติมจนบิดเบือน หากแต่จะมีการประมวลเอาศิลปะการเล่าเรื่องที่สนุกสนานน่าติดตาม เพื่อชักจูงให้ผู้ชมคล้อยตามและอยากติดตามตั้งแต่ต้นจนจบ สารคดีที่ออกอากาศอยู่ทั่วไปสามารถจำแนกได้เป็น สารคดีสั้น ส่วนใหญ่มักมีความยาวประมาณ 1-5 นาที สารคดีชุดต่อเนื่องและสารคดีที่จัดทำขึ้นในวาระพิเศษ

- 5) รายการบันเทิง (Light Entertainment) เป็นรายการที่มีวิธีการนำเสนอได้หลายแบบ เช่น รายการวาไรตี้และสนทนาบันเทิง (Variety Show & Talk Show) รายการเกมโชว์ (Game Show) รายการแนวเรื่องจริง (Reality Show)
- 6) รายการเพลง (Music) รายการที่ดำเนินไปโดยมีเนื้อหาหลักที่นำเสนอเป็นเพลง
- 7) รายการเด็ก ทั้งการนำเสนอการ์ตูน การแสดงความสามารถพิเศษ และการสอน
- 8) รายการภาพยนตร์ (Films) การนำภาพยนตร์ทั้งแบบที่ออกจากโรงภาพยนตร์มาแล้ว (Theatrical Feature Films) หรือผู้ผลิตผลิตขึ้นมาใหม่ซึ่งมีความใกล้เคียงกับภาพยนตร์ แต่ผลิตด้วยระบบวิดีโอทัศน์ (Made for TV. Movies) และภาพยนตร์มินิซีรีส์ (Mini Series)
- 9) รายการกีฬา (Sports) แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ รายการรายงานผลกีฬาและรายการถ่ายทอดสดกีฬา
- 10) รายการเพื่อการศึกษา (Education) เป็นรายการที่นำความรู้มาสอนให้ผู้ชมเข้าใจและได้รับความรู้เพิ่มเติม

รูปแบบรายการต่าง ๆ ข้างต้นได้ถูกสลับสับเปลี่ยน หมุนเวียนผลิตออกสู่สายตาผู้ชมมาอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในประเภทรายการที่ยังสามารถยืนหยัดและมีลมหายใจอยู่คู่กับวงการโทรทัศน์ไทยมาโดยตลอดก็คือ รายการประเภทสารคดี แต่ก็มักจะถูกจำกัดไว้ในปริมาณที่น้อยมาก ดังเช่นที่หุทัย คำชาย (2554, น. 8) ได้รวบรวมข้อมูลไว้ว่า จากการที่ผู้ชมรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นคนดูแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche) จึงทำให้ผังรายการของสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ มีรายการสารคดีออกอากาศในสัดส่วนที่น้อยมาก ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์จำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์และวิธีการผลิตใหม่ให้ตรงใจผู้ชม เข้ากับยุคสมัยและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ชมได้ตลอดเวลา

รายการอิงทิ้งเสี้ยว เป็นรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ที่สามารถแหวกกฎเกณฑ์ข้างต้นและมีการพัฒนาปรับปรุงทั้งด้านเนื้อหาและกระบวนการผลิตมาต่อเนื่องยาวนานกว่า 4 ปี โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2557 เวลา 16.00 น. มีผู้ดำเนินรายการ 3 ท่านสลับหมุนเวียนกัน คือ คุณก๊วย สุทธิราช วงศ์เทเวศน์ คุณสมจิตร จงจอหอ และคุณมด ฅนปักษ์

วัฒนธรรมลวดลาย รายการอั้งท้งเสี่ยวถูกผลิตขึ้นบนความตั้งใจที่จะตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมที่มีรสนิยมชอบความแปลก ตื่นเต้น ผ่านเรื่องราว 4 ประเภท ประกอบด้วย

1) วิถีชีวิตพื้นบ้าน (Local) การเข้าไปสังเกตความเป็นอยู่ของชาวไทยที่อยู่ตามท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศแบบเกาะติดและเผยให้เห็นถึงวิถีการใช้ชีวิตที่แปลก บางครั้งอาจมีการทำกิจกรรมที่เสี่ยงต่อชีวิต เช่น การล่าต่อหูลุมมรณะ หมอจัดกระดูก หมูบ้านนักล่างูจาง ฯลฯ

2) กินแปลก (Eat) เปิดเมนูพิสดารทั่วทุกภาคของประเทศไทย เช่น เมนูแมงป่อง แขนงปลา ใส่อ้วงูจาง เปิปพิสดารลาบแยะ ฯลฯ

3) ความสามารถ (Talent) การพาผู้ชมไปพบกับความสามารถพิเศษที่ไม่มีใครเหมือนและไม่เหมือนใครของพี่น้องชาวไทยทั่วประเทศ เช่น คนฟันเหล็กเคี้ยวเหล็ก เต่าหัวเหล็ก มนุษย์พริกแห้งเมืองน่าน ฯลฯ

4) สถานที่แปลก (Place) เปิดสถานที่แปลกพร้อมความลับเกี่ยวกับที่นั้น ๆ เพื่อต่อยอดความรู้รอบตัวของผู้ชมรายการ เช่น ภูฏานเมรุ พิพิธภัณฑ์ 200 ล้าน พระอุโบสถหินเขียวหนุมาน ฯลฯ



รูปที่ 1.1 ภาพหมวดหมู่ของเรื่องราวที่ถูกนำไปใช้ในการผลิตรายการอั้งท้งเสี่ยว

ที่มา : รายการอั้งท้งเสี่ยว, 2560

จุดเริ่มต้นการผลิตรายการอิงตี่งเสี่ยว เกิดขึ้นในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557 หลังจากที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ได้เริ่มออกอากาศไป 3 ปี ในปีนั้นมีการปรับเปลี่ยนทางการเมืองทำให้ทุกภาคส่วนหยุดชะงัก เศรษฐกิจซบเซา ประกอบกับรัฐบาลใหม่เน้นเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจเร่งความเจริญในทุกช่องทาง รวมทั้งอยากให้ประชาชนรู้สึกผ่อนคลายและไม่แปลกแยกกับรัฐบาลใหม่ซึ่งเป็นรัฐบาลทหาร คณะผู้บริหารช่อง 8 ในฐานะสื่อบันเทิงที่มีหน้าที่ในการสร้างสารประโยชน์ ควบคู่กับความบันเทิงแก่ผู้ชม จึงลงความเห็นว่าควรเร่งทำหน้าที่ดังกล่าว โดยได้มีคำสั่งให้ผลิตรายการบันเทิงที่ตอบโจทย์ผู้ชมซึ่งรักความแปลก ตื่นเต้นและต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ โดยใช้งบประมาณการผลิตที่ไม่สูงนัก เนื่องจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย คือผู้ชมทั่วประเทศล้วนมีวัฒนธรรมที่หลากหลายและแตกต่างกันในทุกด้าน เช่น คำพูด สำเนียง ภาษา การแสดงออก ความเชื่อ ประเพณี ฯลฯ เนื้อหาของรายการจึงให้ความสำคัญกับความต่างนี้โดยพยายามนำเสนอเรื่องราวอันหลากหลายของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ซ่อนตัวอยู่ในทุกภาคของประเทศ เพื่อเอาใจผู้ชมรายการ เช่น ตามติดชีวิตชนเผ่าปกากะญอที่เชียงใหม่ ตะลุยอีสานกินไส้จิ้งจก อ่างที่สุรินทร์ คุ้มมาทรงที่เทศกาลถือศีลกินผัก ภูเก็ต ฯลฯ



รูปที่ 1.2 ภาพตัวอย่างความหลากหลายทางวัฒนธรรมในประเทศไทย

ที่มา : รายการอิงตี่งเสี่ยว, 2560

สำหรับการปฏิบัติงานของทีมผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นพนักงานของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 โดยตรง จะเริ่มจากการค้นหาเรื่องราวที่น่าสนใจ ภายใต้แก่นเรื่องทั้ง 4 ประเภทข้างต้น เมื่อได้ข้อมูลแล้วทีมงานจะทำหน้าที่สังเคราะห์ข้อมูลให้กลายเป็นสคริปต์สำหรับถ่ายทำ โดยความยาวของการเล่าเรื่องจะถูกจำกัดด้วยระยะเวลาเพียง 10 นาทีต่อ 1 เรื่องเท่านั้น แต่เนื่องจากเรื่องต่าง ๆ ที่ถูกนำมาผลิตมีรายละเอียดหรือมิติที่หลากหลาย ทีมงานจึงจำเป็นต้องประกอบสร้าง โดยเลือก

เอาเรื่องที่สำคัญที่สุดหรือหัวใจของเรื่องนั้นออกมาเล่าให้ผู้ชมเข้าใจ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ชวนติดตาม และกระชับจับใจนั่นเอง

ด้วยการทำงานภายใต้นโยบายที่ถูกกำหนด ประกอบกับทีมงานผลิตของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 ซึ่งมีความประสพการณ์ในการแสวงหาเรื่องราวที่ถูกใจผู้ชม ทำให้รายการอึ้งที่งเดี่ยว สามารถยึดครองหัวใจผู้ชมได้มาตลอด โดยหากเปรียบเทียบกับรายการคู่แข่งที่ออกอากาศในช่วง สดุดส์ปดาร์ห์เหมือนกัน เช่น รายการบางอ้อ ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 13.00-14.00 น. ทาง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี จะพบว่าความนิยมรายการของรายการอึ้งที่งเดี่ยวนั้นสูงกว่ามาโดย ตลอด วัดได้จากการคำนวณค่าเฉลี่ยการเข้าถึง (Reach) หรือการเปิดรับชมประจำเดือนของทั้ง 2 รายการตลอดปี พ.ศ. 2560 โดยอาศัยฐานข้อมูลจากการสำรวจความนิยมของกลุ่มผู้ชมชาย- หญิงที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป (15+ ทั่วประเทศ) ของบริษัทเดอะ นีลเสน คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด (The Nielsen Company Thailand Limited) จึงเป็นเครื่องหมายแสดงให้เห็นว่ารายการอึ้งที่งเดี่ยว เป็นรายการสารคดีที่ผู้ชมรายการให้ความสนใจและมีศักยภาพเพียงพอในการแย่งชิงผู้ชม จากรายการในประเภทเดียวกัน

อีกประเด็นสำคัญซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การดำเนินการวิจัยนี้สามารถดำเนินไปได้ อย่างราบรื่น ได้ข้อมูลที่เป็นความจริงแบบครบถ้วนรอบด้าน นั่นคือตัวผู้วิจัยเองเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ในสายงานการผลิตรายการโทรทัศน์มาเป็นเวลากว่า 24 ปีในหลากหลายรูปแบบรายการ ไม่ว่าจะเป็น รายการบันเทิง รายการข่าว รายการทอล์กโชว์ รายการสด รวมถึงรายการสารคดี รวมทั้งมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 และรายการอึ้งที่งเดี่ยว โดยปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการควบคุมตรวจสอบรายการ อึ้งที่งเดี่ยวทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การมีส่วนกำหนดนโยบาย แนวความคิดในกระบวนการผลิต การคัดเลือกประเด็นหรือเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละสัปดาห์ รวมไปถึงการตรวจสอบและสั่งแก้ไข รายการก่อนออกอากาศเองทุกเทป ในแง่ของผู้บริโภคหรือผู้ชมรายการ รายการอึ้งที่งเดี่ยวยังมี เฟซบุ๊กรายการ (Facebook) เป็นของตัวเอง ทำให้สามารถติดต่อผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงได้ ตลอดเวลา ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงสามารถการณ์ได้ว่า จะได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ทั้งในแง่ของผู้ผลิตจนถึงผู้รับสารนั่นเอง

งานวิจัยในหัวข้อกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มุ่งเน้นที่จะศึกษากลวิธีที่ทีมผลิตรายการอิงที่เสี้ยว ได้สั่งสมจากประสบการณ์การทำงานจริงและนำมาพลิกแพลง ปรับปรุงเพื่อผลิตรายการออกมามีคุณภาพและโดดเด่น โดยเจาะลึกไปยังวิธีการกำหนดแนวคิดหัวเรื่องในการผลิต การถ่ายทำที่ใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ และการตัดต่อเพื่อสร้างสรรค์ให้รายการมีความพิเศษ ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการ ทั้งในส่วนปัจจัยภายในองค์กรอันได้แก่ นโยบายของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 อุปกรณ์การผลิต งบประมาณและความสามารถของบุคลากรในการผลิตรายการอิงที่เสี้ยว และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ธรรมเนียมและความชื่นชอบของผู้ชมรายการอิงที่เสี้ยว สถานการณ์สังคมที่เกิดขึ้นในช่วงการรับชมรายการ กฎหมายและการควบคุมการออกอากาศรายการ รายการคู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน รวมทั้งช่องทางเผยแพร่ ออกอากาศรายการอิงที่เสี้ยว ด้วยการสืบหาข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมีส่วนในการกำหนดนโยบายของรายการต่าง ๆ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ทีมงานผู้สร้างสรรค์ ตลอดจนผู้ชมรายการเป้าหมาย (Target Audience) ซึ่งการศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในครั้งนี้จะสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน อันจะเป็นประโยชน์สำหรับนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ของไทยให้มีคุณภาพต่อไป

1.2 ปัญหาวิจัย

- 1.2.1 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เป็นอย่างไร
- 1.2.2 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8
- 1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

1.4 ขอบเขตและข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เทปบันทึกการรายการ (Document Analysis) โดยใช้เทปบันทึกการรายการ จำนวน 12 เรื่อง รวมทั้งใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตรายการอึ่งที่ึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในระดับบริหารงานและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ อันได้แก่ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผู้ควบคุมการผลิตรายการอึ่งที่ึ่งเสี้ยว (Producer) และเจ้าหน้าที่ติดต่อรายการอึ่งที่ึ่งเสี้ยว (Editor)

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) โดยทำการรับสมัครผู้ชมรายการเป้าหมายมาร่วมวงสนทนา อภิปรายตามประเด็นในการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ต่อไป

1.5 นิยามศัพท์

รายการอึ่งที่ึ่งเสี้ยว หมายถึง รายการโทรทัศน์ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเรื่องจริงที่มีความแปลกของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ ซึ่งผู้ชมอาจจะไม่เคยเห็นมาก่อน เช่น ความสามารถแปลก การกินอาหารแปลก วิธีการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนใคร หรือกิจกรรมเสี่ยงตายต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมรายการได้รับความบันเทิง ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 15.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ประกอบด้วยผู้ดำเนินการรายการ 3 ท่าน คือ คุณก๊วก สุทธิราช วงศ์เทเวทย์ คุณสมจิตร จงจอหอ และคุณมด ฅนปักษ์ วัฒนากมลวุฒิ

กลวิธีการสร้างสรรค์รายการ หมายถึง วิธีการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยอาศัยเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้สังสมประสบการณ์ ความรู้และความชำนาญ เพื่อนำมาพลิกแพลงให้รายการออกมามีความน่าสนใจ โดดเด่นกว่ารายการอื่น ในงานวิจัยนี้มุ่งเจาะลึกไปถึงขั้นตอนดังนี้ 1) ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ (Pre-production) ประกอบด้วย การกำหนดเนื้อหา รายการ การวางตำแหน่งในการออกอากาศและการคัดเลือกพิธีกร 2) เทคนิคการถ่ายทำรายการ (Production) ประกอบด้วย งบประมาณ การหาข้อมูล บทโทรทัศน์ การเดินเรื่อง กลวิธีการเลือกอุปกรณ์ในการถ่ายทำ กลวิธีการถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) และกลวิธีการถ่ายทำซ้ำ (Re-act)

และ 3) เทคนิคกระบวนการหลังการถ่ายทำ (Post-production) ประกอบด้วย การกำหนดแนวคิดในการตัดต่อ กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพช้า (Slow-motion) กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพเร็ว (Fast Speed) กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse) กลวิธีการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-in) กลวิธีการใช้เสียงบรรยาย กลวิธีการใช้เสียงเพลงและกลวิธีการใช้เสียงประกอบพิเศษ (Sound Effect)

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ หมายถึง องค์ประกอบที่เกิดขึ้นจากนโยบายในการผลิตรายการอึ่งที่เสี้ยวของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการ และความสามารถของบุคลากรในการผลิตรายการอึ่งที่เสี้ยว

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ หมายถึง ความชอบหรือรสนิยมในการเลือกติดตามชมรายการอึ่งที่เสี้ยวของผู้ชมรายการที่เป็นเป้าหมาย รายการคู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน ช่องทางการเผยแพร่ออกอากาศรายการอึ่งที่เสี้ยว สถานการณ์สังคมที่เกิดขึ้นในช่วงการรับชมรายการ รวมทั้งกฎหมายและการควบคุมการออกอากาศรายการ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ทำให้ทราบถึงกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8
- 1.6.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยภายในและภายนอก ที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8
- 1.6.3 ทำให้ได้ความรู้ทางด้านกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อวงการโทรทัศน์ของไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น



รูปที่ 1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

- 2.1 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์
- 2.2 แนวคิดเรื่องรายการสารคดี
- 2.3 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting theory)
- 2.4 แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการหรือการทำงานของสื่อสารมวลชน (The Media Organization in a Field of Social Forces)
- 2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร
- 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 73) ได้ระบุความหมายของคำว่า กลวิธี คือวิธีพลิกแพลงโดยอาศัยความรู้ความชำนาญ หากนำคำนี้มาใช้ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์แล้ว กลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์จะหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นำมาใช้คิด สร้างสรรค์ และพัฒนาในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยอาศัยความรู้ความชำนาญที่สั่งสมมาอย่างยาวนานในสายงานการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อพัฒนาให้รายการออกมามีคุณภาพถูกใจผู้ชมรายการ โดยองค์ประกอบที่สำคัญของกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์นั้น แบ่งออกได้ 4 หัวข้อหลักดังนี้

2.1.1 รายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ คือเครื่องมือสำคัญในการแพร่กระจาย ส่งต่อข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ ความบันเทิงจากผู้ผลิตรายการไปยังผู้ชมรายการ ปัจจุบันมีรายการโทรทัศน์เกิดขึ้นมากมาย หลากหลายรูปแบบให้ผู้ชมเลือกรับชมได้ตามรสนิยมและความชอบของตน ซึ่งศศิกร ฉันทเศวรัฐ (2547, น. 5) ได้อธิบายไว้ว่า รายการโทรทัศน์เกิดจากการสร้างสรรค์และการดำเนินการของ รูปแบบงาน 2 ประเภทที่มาบรรจบกันประกอบด้วย

1) การจัดรายการ คือการวางยุทธศาสตร์การผลิต (Strategy) เพื่อให้ การปฏิบัติงานดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม ซึ่งอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็น ข้อกำหนดในการสร้างสรรค์รายการและการวางแผน เพื่อนำไปสู่กลยุทธ์ที่จะใช้ในการปฏิบัติงาน โดยมีการแสวงหา คัดเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจและผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายที่สุดเพื่อนำไปบรรจุลงผังออกอากาศของสถานีโทรทัศน์

2) การผลิตรายการ คือการวางกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ที่วางไว้ ช่วย ให้ การดำเนินการผลิตเป็นไปตามเป้าหมายของรายการโทรทัศน์ที่ตั้งไว้นั่นเอง

นอกเหนือจากการวางยุทธศาสตร์และดำเนินกลยุทธ์การผลิตให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แล้ว ยังมีองค์ประกอบสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นตัวช่วยให้รายการโทรทัศน์นั้น ๆ ประสบความสำเร็จ สิ่งนี้คือ คุณสมบัติพิเศษของรายการโทรทัศน์ ซึ่งสันทิต ทองรินทร์ (2550, 2-5) ได้อธิบายไว้ว่า คุณสมบัติพิเศษของรายการโทรทัศน์ซึ่งมีส่วนช่วยให้รายการประสบความสำเร็จ มีอยู่ 8 ประการด้วยกัน คือ

1) สามารถนำเสนอทั้งภาพและเสียงให้ผู้ชมได้รับชม รับฟังในเวลาเดียวกัน จุดนี้เองทำให้รายการโทรทัศน์มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

2) สามารถให้ความรู้ด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อน เช่นการขยายความรู้ด้วยการสาธิต จำแนกให้เห็นขั้นตอนต่าง ๆ อย่างง่ายและละเอียด ทั้งในส่วนของความรู้ทั่วไปและความรู้เชิง วิชาการ อีกทั้งยังให้ความบันเทิงควบคู่ไปด้วย

3) สามารถนำสิ่งที่อยู่ห่างไกลตัวผู้ชมมาแสดงเป็นภาพให้เห็นในระยะใกล้ได้

4) ใช้เป็นเสมือนเครื่องมือในการปลูกฝังค่านิยมและทัศนคติที่พึงามถูกต้องแก่ คนในสังคม

5) สามารถนำเทคนิคในการติดต่อที่หลากหลายมาใช้ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี อาทิ หากต้องการเน้นย้ำรายละเอียดต่าง ๆ ในภาพที่แสดงก็จะใช้เทคนิค

การทำให้ภาพเคลื่อนไหวช้า (Slow-motion) เพื่อหน่วงเวลาให้ผู้ชมเห็นสิ่งต้องการนำเสนอ หรือกรณีที่ต้องการเร่งจังหวะภาพเพื่อเร่งหรือลดระยะเวลาการนำเสนอ ก็สามารถใช้เทคนิคการเร่งความเร็วภาพ (Time-lapse) เพื่อลดเวลาให้เร็วขึ้น

6) สามารถแพร่ภาพได้หลายประเภททั้งแบบสื่อมวลชนหรือสาธารณชนแบบกลุ่ม และแบบรายบุคคล

7) รายการโทรทัศน์สามารถนำมาออกอากาศซ้ำ (Rerun) ได้หลายรอบ

8) รายการโทรทัศน์สามารถนำเสนอหาสาระ หรือข้อมูลข่าวสารที่ต้องการนำเสนอ ออกอากาศได้อย่างทันท่วงทีในลักษณะรายการสด (Live) หรือบันทึกภาพแล้วนำมาออกอากาศภายหลัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการนั้น ๆ

รายการโทรทัศน์จึงเป็นเสมือนเครื่องมือสำคัญและอยู่คู่กับสื่อโทรทัศน์เสมอมา รายการโทรทัศน์บางรายการอาจจะไม่ประสบความสำเร็จ ในขณะที่รายการรูปแบบเดียวกันของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นอาจจะประสบความสำเร็จอย่างล้นหลาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างตลอดขั้นตอนการผลิต แต่สิ่งสำคัญที่นับเป็นหัวใจในการผลิตรายการนั้นคือเทคนิคในการคิดสร้างสรรค์รายการอย่างไรให้มีคุณภาพ ถูกใจผู้ชม ซึ่งกรมรัฐ อินเทอร์เน็ต และนิพาดา เทวกุล (2549, น. 59-61) ได้อธิบายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการขององค์กรนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ ฝ่ายสร้างสรรค์เนื้อหา ฝ่ายสร้างสรรค์ศิลปกรรม ฝ่ายประสานงาน รวมถึงฝ่ายที่เป็นหัวใจขององค์กรอย่างฝ่ายบริหาร เพราะผู้บริหารจำเป็นต้องเข้าใจและให้ความสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของทีมผลิต รวมทั้งยังต้องสนับสนุนให้ทีมงานทุกฝ่ายได้มีโอกาสเรียนรู้ที่จะพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะส่งผลต่อตัวรายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้น ที่สำคัญยังต้องสร้างบรรยากาศขององค์กรให้มีการทำงานแบบเปิดรับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา โดยไม่มีการปิดกั้น ต่อว่าแนวความคิดใหม่ที่ทีมผลิตนำเสนอ และเน้นย้ำให้ทีมผลิตคิดสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ออกมาอย่างมีคุณภาพและต่อเนื่อง ซึ่งเทคนิคในการคิดสร้างสรรค์รายการให้มีคุณภาพสามารถจำแนกได้ 3 ข้อใหญ่ดังนี้

1) การคิดสร้างสรรค์ทางด้านการบริหาร นับเป็นหัวใจหลัก หากมีการกำหนดแนวทางบริหารจัดการให้มีความสร้างสรรค์ ก็จะเป็นก้าวสำคัญในการคาดคะเนแนวโน้มความคิดสร้างสรรค์ที่จะเกิดขึ้นในการผลิตได้ เพราะเหมือนนโยบายบริหารเปิดโอกาสหรือส่งเสริมให้บุคลากรฝ่ายผลิตได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับบรรยากาศการทำงานที่เอื้ออำนวย ทั้งหมดนี้จะส่งผล

ให้ผลผลิตหรือรายการโทรทัศน์ที่จะเกิดขึ้นเต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้จะต้องเปิดโอกาสให้ทีมงานทุกระดับสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดกันอย่างอิสระ มีการทำงานร่วมกันเพื่อเรียนรู้ความผิดพลาดและความสำเร็จ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการก้าวสู่การสร้างสรรครายการที่ดี อีกสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ การบริหารจัดการองค์กรแบบมีส่วนร่วม ที่เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับชั้นได้แลกเปลี่ยน อภิปรายเรื่องต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อนำผลการอภิปรายที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับงาน อาทิ ฝ่ายสร้างสรรค์รายการควรจะต้องเปิดใจรับฟังความเห็นจากฝ่ายขาย ในแง่มุมมองความต้องการของผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) และผู้ชมรายการโทรทัศน์ เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแนวคิดที่สร้างสรรค์สำหรับผลิตรายการต่อไป ส่วนฝ่ายบริหารสถานีก็ต้องรับฟังความคิดเห็นจากฝ่ายการตลาดว่าแนวทางในการวางกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับการผลิตในช่วงนั้น ๆ แนวทางใดจะเหมาะสมกับสภาวะของการตลาดที่กำลังเกิดขึ้น

2) การคิดสร้างสรรค์ทางด้านการผลิต แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นก่อนการผลิต (Pre-production) ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นการผลิต (Production) และความคิดสร้างสรรค์ในขั้นหลังการผลิต (Post-production)

2.1) ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นก่อนการผลิต (Pre-production) คือขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์อย่างสร้างสรรค์ เป็นการเริ่มต้นวางแผนที่จำเป็นต้องบูรณาการความคิดสร้างสรรค์เข้าไปอย่างลงตัวที่สุด เช่น การกำหนดแนวความคิดหลัก (Main Concept) ของรายการ โดยสิ่งนี้ทางทีมผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์ที่อนุญาตให้ออกอากาศจำเป็นต้องเห็นพ้องต้องกัน การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดรูปแบบรายการ การกำหนดวิธีการนำเสนอ การกำหนดช่วงเวลาในการออกอากาศ เป็นต้น

2.2) ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นการผลิต (Production) เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์แทรกเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอนการผลิต หัวใจหลักที่นักสร้างสรรค์ต้องคำนึงอยู่เสมอคือ จะผลิตรายการอย่างไรให้น่าสนใจ ดึงดูดผู้ชมกลุ่มเป้าหมายให้มาชมรายการได้ และเมื่อเข้ามาชมแล้วจะทำอย่างไรให้สามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการบอกได้ครบถ้วนสมบูรณ์ ราบรื่นและสนุกสนาน ภายใต้ความคิดสร้างสรรค์และเทคนิคในการผลิตที่น่าสนใจ

2.3) ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นหลังการผลิต (Post-production) เป็นขั้นตอนที่นักคิดสร้างสรรค์จะละเลยไม่ได้ เพราะหมายถึงการเรียนรู้ผลที่เกิดขึ้นหลังรายการออกอากาศ กระแสตอบรับชื่นชมหรือไม่ชอบของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย สิ่งต่าง ๆ นี้เองจะเป็นข้อมูลในการพัฒนาต่อยอด ไม่ว่าจะเป็นการนำไปสร้างสรรค์รายการใหม่ การแก้ไขวิธีการนำเสนอ รูปแบบรายการที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การสร้างสรรค์งานทางด้านศิลปกรรมใหม่ ๆ เพื่อใช้ในการ

ประกอบรายการ ทั้งนี้ผลที่เกิดขึ้นสามารถนำมาใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการคิดสร้างสรรค์ต่อไปได้เป็นอย่างดี

3) การคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับรายการเฉพาะด้าน นอกเหนือจากการคิดสร้างสรรค์ทางด้านการบริหารและการคิดสร้างสรรค์ทางด้านการผลิตรายการโทรทัศน์แล้ว การคิดสร้างสรรค์รายการเฉพาะด้านก็มีความจำเป็น เพราะทุกรายการจำเป็นต้องมีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นบุคลากรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องมีแนวความคิดที่สอดคล้อง เหมาะสมกับธรรมชาติรายการนั้น อาทิ

3.1) รายการข่าว เป็นรายการที่ได้รับความนิยมมาโดยตลอด สังเกตได้จากรายการประเภทนี้มีการปรับเปลี่ยนจากการอ่านข่าวปกติที่ผลิตกันมาช้านาน กลายมาเป็นการเล่าข่าวซึ่งกำลังได้รับความนิยมอยู่

3.2) รายการเกมโชว์ เป็นรายการอีกประเภทที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างสูงผสมกับขั้นตอนการผลิตที่มีรูปแบบหลากหลายและปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์

3.3) รายการมิวสิกวิดีโอ เป็นรายการที่ต้องใฝ่หาความรู้มาเติมเต็มและแต่งแต้มตลอดเวลา การหาความรู้ใหม่ ๆ ประกอบกับการคิดสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เพื่อให้รายการที่ผลิตเกิดความทันสมัย ไม่ตกยุคและเข้าถึงใจผู้ชมเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

3.4) รายการโฆษณา พื้นฐานความคิดอาจจะเหมือนกันในแต่ละโฆษณา หากแต่การนำเสนอที่แตกต่างและสร้างสรรค์เป็นจุดเด่นที่ทำให้รายการโฆษณานั้น ๆ ไม่เหมือนใคร ดังนั้นผู้ผลิตรายการประเภทนี้จึงจำเป็นต้องคิดสร้างสรรค์แนวความคิดหลัก (Main Idea) ให้ตรึงใจผู้ชมมากที่สุด

นอกจากนี้ยังมีรายการอีกหลากหลายประเภทที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องใส่ความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างลงไป เพื่อให้รายการที่ตนผลิตนั้นมีความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร และตรึงใจผู้ชมให้ติดตามได้ ตั้งแต่ต้นจนจบ เช่นรายการสารคดี รายการเด็ก รายการละคร รายการกีฬา รายการบันเทิง เป็นต้น

2.1.2 วัตถุประสงค์ของรายการโทรทัศน์

แม้รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยนั้นจะมีมากมาย หลากหลายประเภท ตั้งแต่รายการข่าว รายการบันเทิง รายการสารคดี รายการสัมภาษณ์ รายการเกมโชว์ รายการละคร ตลอดจนรายการถ่ายทอดสดต่าง ๆ แต่ทุกประเภทรายการล้วนแล้วแต่มี

วัตถุประสงค์หลักอยู่เพียงไม่กี่ประการ ซึ่งสุริชดา สุบรรณ ณ อยุธยา (ม.ป.ป., น. 4-5) ได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารผ่านรายการวิทยุโทรทัศน์ไว้ 5 ประการ ดังนี้

1) เพื่อนำเสนอ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศต่าง ๆ จากหน่วยงานหรือองค์กร ไปยังกลุ่มผู้ชมเป้าหมายด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

2) เพื่อถ่ายทอดความรู้ การให้การศึกษาและเสนอความคิดเห็น ทั้งในแง่ทางตรงและทางอ้อม ทางตรงคือการนำเสนอรายการให้ความรู้ตามตำราในวิชาการต่าง ๆ ส่วนทางอ้อมคือการให้ความรู้ทั่วไป เช่น รายการความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ รายการสารคดีประวัติศาสตร์ชาติไทย รายการสอนการทำอาหารจานด่วน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันมีการผนวกการนำเสนอความรู้ควบคู่กับความบันเทิงเพื่อให้รายการสนุก น่าติดตาม พร้อมกับผู้ชมจะได้รับความรู้ไปในเวลาเดียวกัน รายการประเภทนี้เรียกว่ารายการแบบเอดดูเทนเมนท์ (Edutainment)

3) เพื่อให้ความบันเทิง ประเด็นหลักคือมุ่งเน้นในการให้ความสนุกสนาน ผ่อนคลายจากความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ซึ่งถูกนำเสนอในหลายรูปแบบ เช่น รายการเพลง รายการละคร รายการเกมโชว์ รายการการ์ตูน รายการตลก และรายการทอล์คโชว์ เป็นต้น

4) เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์หรือเพื่อธุรกิจการค้าของตนเอง วัตถุประสงค์นี้จะมาในรูปแบบของการที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการได้ก็ตาม ขอซื้อเวลาออกอากาศกับทางสถานีโทรทัศน์ เพื่อทำการโฆษณาให้ประชาชนทราบและเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ของตน ผลที่ตามมาก็คือ ประชาชนจะรับรู้ เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการนั้น ๆ บางกรณีอาจจะเป็นการจัดรายการเฉพาะกิจ เพื่อขอความช่วยเหลือจากประชาชนในการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อาทิ การขอรับบริจาคเงินและสิ่งของเครื่องใช้เพื่อผู้ประสบภัยน้ำท่วม

5) เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ บางกรณีอาจจะมีการผลิตรายการพิเศษเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ รายการสารคดีที่นำพระราชประวัติและพระเกียรติคุณอันยิ่งใหญ่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาออกอากาศเนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา หรือรายการถวายพระพรที่ภาคเอกชนและภาครัฐร่วมมือกันจัดขึ้น

จากวัตถุประสงค์ของการสื่อสารผ่านรายการวิทยุโทรทัศน์ 5 ประการข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความครอบคลุมต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แต่สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กับ

วัตถุประสงค์เหล่านี้คือ กระบวนการผลิตที่ทุกรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องใส่ใจในทุกขั้นตอน เพื่อให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นมาตอบโจทย์วัตถุประสงค์อย่างแท้จริงนั่นเอง

2.1.3 คุณสมบัติของนักจัดรายการโทรทัศน์

พันเพ็ญสำคัญที่จะทำให้รายการโทรทัศน์รายการหนึ่งประสบความสำเร็จได้ คงหนีไม่พ้นนักจัดรายการโทรทัศน์หรือผู้สร้างสรรค์งาน นักจัดรายการที่ดีจึงควรมีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการคิดสร้างสรรค์รายการออกมาให้ตรงใจผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันก็ต้องดำรงไว้ซึ่งความสวยงามและจุดเด่นที่แตกต่าง ไม่ซ้ำใคร ดังเช่นที่ นภาพรณี อัจฉริยะกุล (2530, น. 35-37) ได้อธิบายว่านักจัดรายการโทรทัศน์ที่ดีควรมีคุณสมบัติ 8 ประการดังนี้

1) ต้องมีความเป็นผู้นำ การจัดรายการโทรทัศน์เป็นเรื่องของ 2 สิ่งที่ต้องเดินควบคู่กันไป คือเรื่องของนโยบายและการบริหารงาน ดังนั้นนักจัดรายการจึงควรมีการวางแผนล่วงหน้าตลอดเวลา สังเกต จุดจำ และประยุกต์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้ในการคาดการณ์ว่า รายการที่จะได้รับความนิยมในปัจจุบันและอนาคตเป็นรายการประเภทใด เมื่อวางแผนจนสำเร็จแล้วต้องใช้ความเป็นผู้นำและเชื่อมั่นของตนนำพาทีมงานให้เห็นคล้อยตามได้อย่างมีเหตุผลที่น่าเชื่อถือรองรับ เพื่อนำทีมผลิตทั้งหมดฝ่าฟันอุปสรรคไปถึงเป้าหมายได้สำเร็จ

2) ต้องมีความรอบรู้ ความรอบรู้ในที่นี้หมายถึง มีความรู้ในสาขาเฉพาะที่ตนเองเชี่ยวชาญและมีความรู้ในเรื่องรอบตัว รวมทั้งติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมตลอดเวลา เพื่อนำความรู้ต่าง ๆ ไปใช้พัฒนาให้เกิดประโยชน์ในการผลิตรายการ ทั้งนี้ความรู้ที่นักจัดรายการจะนำเสนอต่อผู้ชมต้องมั่นใจว่าเป็นความรู้ที่ถูกต้องและมีประโยชน์

3) ต้องมีความรับผิดชอบ นักจัดรายการโทรทัศน์ต้องเป็นผู้ให้และผู้นำ ในอันที่จะนำสารประโยชน์ที่ถูกต้อง ทันท่วงทีแก่ผู้ชมรายการเสมอ จึงต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบในหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย นอกจากนี้ยังต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้ร่วมงานทุกฝ่ายด้วยความจริงใจและซื่อตรง เนื่องจากการทำรายการโทรทัศน์นั้นไม่สามารถทำสำเร็จได้ด้วยคนเดียวคนหนึ่งนั่นเอง

4) ต้องมีศิลปะในการนำเสนอและแสดงออก การนำเสนอเนื้อหาของรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่มีศิลปะ เพื่อดึงดูด ทำให้รายการน่าสนใจและตรงใจผู้ชมรายการ ดังนั้นพื้นฐานเรื่องศิลปะในการนำเสนอรายการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่นักจัดรายการควรมี อีกทั้งการผลิตรายการจำเป็นต้องสื่อสารกับทีมงานจำนวนมาก จึงต้องมีวาทศิลป์ในการพูดและ

การแสดงออกเพื่อให้ทีมงานทุกฝ่ายเกิดความรู้สึกสบายใจที่จะร่วมงานด้วย ซึ่งจะส่งผลดีโดยตรงต่อรายการที่ผลิต

5) ต้องรู้จักตัดสินใจ บ่อยครั้งที่การผลิตรายการโทรทัศน์มักจะมีปัญหา นักจัดรายการโทรทัศน์จึงต้องมีคุณสมบัติในการตัดสินใจแก้ไขที่ฉับไว ทันทีทันใด สุขุม รอบคอบและถูกต้อง แต่การตัดสินใจนี้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์และความรอบรู้ จึงจะทำให้ตัดสินใจไม่ผิดพลาด ซึ่งทั้งหมดจำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้ชมรายการจะได้รับเป็นที่ตั้ง

6) ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องประสานงานกับทีมงานเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการใช้คำพูดที่ไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่มีอคติกับผู้ร่วมงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้การดำเนินการผลิตรายการเป็นไปอย่างราบรื่น อีกทั้งนักจัดรายการโทรทัศน์ต้องเป็นคนใจกว้างพร้อมจะรับฟังคำติชม ความคิดเห็นของผู้ชมและทีมงานเสมอ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนารายการให้ดียิ่งขึ้น

7) ต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานและความรักในงาน การผลิตรายการโทรทัศน์เป็นงานที่ต้องอุทิศตัวอย่างแท้จริง การทุ่มเทสติปัญญา ความคิด ความสามารถและพลังกายอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีความใส่ใจและรักในงานที่ตนเองทำเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อให้รายการที่ผลิตนั้นออกมามีคุณภาพ ถูกใจผู้ชมและเอาชนะคู่แข่ง หากนักจัดรายการโทรทัศน์ทำงานโดยขาดทัศนคติที่ดีแล้ว ย่อมเหมือนกับการทำงานไปวัน ๆ รายการที่ผลิตออกมาจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน

8) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ข้อนี้นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพราะความคิดสร้างสรรค์จะทำให้รายการโทรทัศน์ที่ถูกผลิตออกมามีความแตกต่าง น่าสนใจ นักจัดรายการจึงต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา ปฐมเหตุของการมีความคิดสร้างสรรค์นั้นย่อมมาจากการรับชมรายการโทรทัศน์อย่างเป็นประจำ เมื่อชมแล้วจึงนำมาคิดต่อยอดและพัฒนาให้เกิดเป็นรายการแนวใหม่ หลีกหนีความจำเจที่อยู่บนหน้าจอโทรทัศน์ได้ เมื่อเกิดรูปแบบรายการใหม่ตามความคิดที่ถูกกลั่นกรองมาอย่างดีแล้ว ผู้ชมก็จะเกิดความศรัทธาในตัวรายการจนทำให้รายการได้รับความนิยมอย่างไม่ยาก

อย่างไรก็ตามคุณสมบัติของนักจัดรายการโทรทัศน์นั้นไม่ได้มีแบบแผนหรือข้อกำหนดที่ตายตัว แต่ในทางสากลมีคุณสมบัติที่สำคัญอยู่ 4 ประการที่นักจัดรายการควรมีนั่นคือ ความคิดสร้างสรรค์ ประสบการณ์ในสายอาชีพสื่อมวลชน ความรับผิดชอบ และทัศนคติหรือมีความรักใน

งานโทรทัศน์ สำหรับความรู้ในวิชาชีพการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น นับเป็นกำไรที่ทำให้ ผู้ที่
ได้เปรียบกว่าผู้อื่น ในการที่จะสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพนั่นเอง

2.1.4 ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์

ก่อนที่รายการโทรทัศน์รายการหนึ่งจะออกสู่สายตาสาธารณชนนั้น ย่อมต้องมี
กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิตที่ประกอบไปด้วยรายละเอียดต่าง ๆ ทั้งเรื่องของทีมงาน
งบประมาณ การจัดการ อุปกรณ์ เวลา ฯลฯ หากทีมผลิตรายการได้มีการเตรียมงานที่ดี ปัญหา
ที่ตามมาจะน้อยลง ดังนั้นทีมงานจึงควรมีการประชุมงาน เตรียมแผนการทำงานทุกขั้นตอน
รวมทั้งพยายามตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและหาข้อสรุปหรือวิธีการแก้ปัญหา
อย่างละเอียด จากนั้นควรมีการแบ่งหน้าที่การทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้ทีมงานทุกฝ่ายเข้าใจใน
วัตถุประสงค์เดียวกัน อันจะนำมาซึ่งการผลิตงานที่มีคุณภาพ โดยขั้นตอนในการผลิตรายการ
โทรทัศน์แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ การวางแผนการผลิต (Pre-production) การผลิตหรือการถ่ายทำ
(Production) และการตัดต่อ (Post-production)

2.1.4.1 การวางแผนการผลิต (Pre-production)

กระบวนการนี้เป็นขั้นแรกของการเตรียมการผลิตรายการโทรทัศน์ เริ่มตั้งแต่การ
หาแนวคิดในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการของตลาด กำหนด
กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน คัดสรรเทคนิคการเล่าเรื่องและวิธีการนำเสนอให้เหมาะสม สามารถดึงดูด
ความสนใจจากผู้ชม การเตรียมข้อมูลและสคริปต์สำหรับถ่ายทำ การประสานงานในส่วนต่าง ๆ
พิจารณาความเหมาะสมของตำแหน่งและขนาดทีมงานที่จะผลิตรายการ ตลอดจนคำนึงถึง
งบประมาณในการผลิตรายการนั้น ๆ ซึ่งมีหัวข้อที่จำเป็นต้องพิจารณาดังนี้

1) การกำหนดแนวคิดในการผลิต (Concept) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์
จำเป็นต้องสร้างสรรค์แนวคิดในการผลิตรายการให้ออกมาทันสมัยและตรงใจผู้ชมเป้าหมาย เพื่อ
สร้างความนิยมในรายการให้เกิดขึ้น ซึ่งลักษณะของรายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
อยู่ 3 ประการ ดังที่วิชา อุตมฉันท (2538, น. 11) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1.1) รายการโทรทัศน์ควรมีเนื้อหาที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็น
ส่วนหนึ่งของรายการ โดยเนื้อหาที่วุ่นวายเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น เรื่องปากท้อง สุขภาพ

อนามัย ข้าวของเครื่องใช้ เทคโนโลยีใกล้ตัว หรือนำเสนอเรื่องราวของสิ่งแวดล้อมที่อยู่ใกล้ตัวผู้ชม ก็ได้เช่นกัน เพราะเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อจิตวิทยาคนชั้นสูง

1.2) รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องความขัดแย้งทางความคิด รายการประเภทนี้จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี เพราะมนุษย์ทุกคนย่อมมีความคิดเห็นเป็นของตัวเอง อาจจะมีการนำเสนอเรื่องราวความขัดแย้งระหว่างความคิดเห็นของคน 2 คน คนกับสังคมหรือคนกับธรรมชาติก็ได้ ความขัดแย้งทางความคิดนี้เองมักส่งผลให้เกิดคำถามที่ท้าทายในคำตอบและสามารถปลุกเร้าอารมณ์ ความคิดของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

1.3) รายการโทรทัศน์ที่มีความเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ ไม่มีประเด็นสลับซับซ้อน ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบง่าย ๆ รวมทั้งให้แง่คิดเตือนใจแก่ผู้ชมก็เป็นรายการที่ได้รับความนิยมเช่นกัน

เมื่อผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้ตระหนักถึงแนวคิดที่ดีในการผลิตตามเนื้อหาข้างต้นแล้ว ขั้นตอนต่อมาผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรต้องเข้าใจหลักการพื้นฐานในการวางแผนการผลิตตามหลัก 3 W 1 H ดังนี้

W ตัวที่ 1 คือ WHY หมายความว่าวัตถุประสงค์ที่แท้จริงในการผลิต ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการนั้น ๆ อย่างถ่องแท้ว่า ในความเป็นจริงผู้ผลิตต้องการผลิตรายการเพื่ออะไร มีความจำเป็นในการผลิตหรือไม่ อาทิ ต้องการผลิตรายการข่าวเพื่อแจ้งข่าวสาร เหตุการณ์ประจำวันแก่ผู้ชม ต้องการผลิตรายการสารคดีเพื่อทำการบันทึกเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่สำคัญ ต้องการผลิตรายการเพลงเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน พาผู้ชมหนีจากปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

W ตัวที่ 2 คือ WHO หลังจากทราบความต้องการในการผลิตแล้ว ผู้ผลิตต้องหันกลับมามองว่า ใครคือผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงหรือใครคือคนที่เราต้องการจะผลิตรายการให้ชม ข้อนี้จำเป็นต้องมีความชัดเจนในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้วิธีการนำเสนอ เรื่องที่จะนำเสนอ รวมถึงเทคนิคการผลิตอีกหลายขั้นตอนจะได้ถูกนำมาใช้อย่างสอดคล้องเหมาะสม อาทิ กลุ่มผู้ชมทั่วไป เหมาะกับรายการข่าวที่นำเสนอเรื่องราวเหตุการณ์ทั่วไปที่ทุกคนจำเป็นต้องทราบ กลุ่มวัยทำงานเหมาะกับรายการสารคดี กลุ่มวัยรุ่นทั้งชายหญิงเหมาะกับรายการเพลง

W ตัวที่ 3 คือ WHAT เมื่อทราบวัตถุประสงค์ในการผลิตและกลุ่มเป้าหมายแล้ว ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องเริ่มลงมือกำหนดเนื้อหาสาระที่จะถูกถ่ายทอดผ่านรายการนั้น ๆ โดยเนื้อหาจำเป็นต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำพา

รายการให้ประสบความสำเร็จ อาทิ รายการข่าวที่จะนำเสนอแก่ผู้ชมทั่วไป จะนำเสนอข่าวแบบไหน รายการสารคดีสำหรับผู้ชมวัยทำงานจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร และรายการเพลงที่มีผู้ชมวัยรุ่นชายและหญิงจะนำเสนอเพลงประเภทไหน

H คือ HOW การกำหนดรูปแบบการนำเสนอเป็นส่วนที่สำคัญ การนำเสนอที่สนุกสนาน มีการดำเนินรายการแบบชวนหัว อาจจะไม่เหมาะสมกับผู้ชมที่เป็นวัยรุ่น ในขณะที่รายการที่มีการดำเนินรายการด้วยการเน้นบทสนทนาที่เรียบง่าย แต่อุดมไปด้วยเนื้อหาสาระอาจจะเหมาะสมกับผู้ชมที่มีวุฒิ ดังนั้นผู้ผลิตจำเป็นต้องเลือกรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

หากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้พิจารณาองค์ประกอบทั้ง 4 ข้อของหลัก 3 W 1 H แล้วก็สามารถมั่นใจได้ในระดับเบื้องต้นว่ารายการโทรทัศน์ที่จะผลิตออกมานั้น มีวัตถุประสงค์สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย มิใช่เพียงวัตถุประสงค์สอดคล้องกับความต้องการของผู้ผลิต แต่เพียงอย่างเดียว จากนั้นจึงควรวิเคราะห์ต่อไปถึงความยาวของเนื้อหารายการให้มีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเพื่อกำหนดอย่างชัดเจน เนื่องจากความยาวของรายการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับสมาธิในการรับชมของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นเด็ก ซึ่งมักจะมีสมาธิในการรับชมหรือความตั้งใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงควรพิจารณาข้อนี้เป็นสำคัญด้วย

2) การคัดเลือกพิธีกร พิธีกรคือผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินรายการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ของรายการไปสู่ผู้ชม ทำให้เกิดความวุ่นวาย สนุกสนาน พิธีกรที่ดีนั้นนอกจากจะต้องสนใจ ใฝ่หาความรู้ใส่ตัวตลอดเวลาแล้ว สินีนาถ วิมุกตานนท์ (2557, น. 4) ยังได้ให้ความหมายของคุณสมบัติพิธีกรดังนี้

2.1) พิธีกรต้องมีบุคลิกภาพที่ดี สุขภาพเรียบร้อยทั้งเครื่องแต่งกายและมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตรแก่ผู้ร่วมรายการและทีมงานรอบข้าง

2.2) ต้องมีการฝึกฝนออกเสียงอย่างชัดถ้อยชัดคำและถูกต้องตามอักขระวิธี

2.3) ต้องมีวาทีศิลป์ในการพูด และศึกษาหากลวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม

2.4) มีจิตวิทยาในการพูด ตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
ถูกต้องและสมควร

2.5) ไม่พูดโอ้อวด หยาบคาย เป็นผู้ฟังที่ดี มีมารยาทในการสนทนา

2.6) มีอารมณ์ดีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งเปิดใจยอมรับฟัง
ความคิดเห็นผู้ร่วมสนทนา

2.7) รักษาเวลาและตรงต่อเวลา

2.8) สามารถนำข้อผิดพลาด และคำติชมไปปรับปรุงและพัฒนา
ตนเองให้เกิดผลดีขึ้นในการดำเนินรายการทุกครั้ง

3) การจัดทำเนื้อหาหรือการเก็บข้อมูล (Content) เมื่อทีมผู้ผลิตรายการ
โทรทัศน์ได้รูปแบบรายการที่มั่นใจว่าจะผลิตแล้ว จำเป็นต้องเข้าสู่ขั้นตอนของการจัดทำเนื้อหาเพื่อ
เตรียมสำหรับการทำบทโทรทัศน์หรือสคริปต์รายการในขั้นต่อไป เนื้อหาหรือข้อมูลที่เป็นเสมือน
วัตถุดิบในการทำบทนั้นต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่กำกวม และมีความ
เหมาะสมกับผู้ชมเป้าหมาย เพราะพื้นฐานของรายการที่ดี ย่อมมาจากบทโทรทัศน์ที่ดีนั่นเอง ใน
การค้นหาข้อมูลสำหรับการเขียนบทโทรทัศน์ สมเจตน์ เมฆพายุภ (2552, น. 59-60) ได้แบ่ง
แหล่งที่มาสำหรับการรวบรวมข้อมูลไว้ด้วยกัน 3 แหล่งดังนี้

3.1) รวบรวมจากหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์และ
งานวิจัยต่าง ๆ เอกสารเหล่านี้ถือเป็นแหล่งข้อมูลอันทรงคุณค่า เนื่องจากมีการระบุแหล่งที่มา
ผู้เขียนและสำนักพิมพ์อย่างชัดเจน ทำให้เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและได้รับความนิยมนมา
โดยตลอด

3.2) รวบรวมจากบุคคล นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาของ
รายการที่จะผลิต ตามปกติแล้วนักวิชาการมักเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและได้รับความนิยมนมาก
ที่สุด แต่ในบางกรณีผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ ก็มีความน่าสนใจและมีข้อมูลเชิงลึกที่ได้จาก
การปฏิบัติสั่งสมมายาวนาน เช่น ในการทำสารคดีเรื่องแปลกของรายการอึ้งที่เสียชีวิตเกี่ยวกับการ
จับไววายวาย (ปลาหมึกสาย) จ. ชุมพร ชาวประมงจะใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่สั่งสมมาจากรุ่นสู่รุ่น ทำ
ให้ทราบว่ปลาหมึกสายมักจะชอบซ่อนตัวอยู่ในเปลือกหอยที่มีลักษณะเป็นโพรงเพื่อความ
ปลอดภัย พวกเขาจึงใช้ขวดแก้วก้นตันมาทำการหย่อนไว้ได้ทะเลลึกเป็นเวลา 1 คืน เมื่อขวด
เหล่านั้นขึ้นมา ปลาหมึกสายจะเข้าไปอาศัยอยู่ในขวดนั้น โดยไม่ต้องใช้เหยื่อล่อแต่อย่างใด



รูปที่ 2.1 ภาพการล่าไววอยาย (ปลาหมึกสาย) จ.ชุมพร
ที่มา : รายการอึ้งที่งเสียว, 2560

3.3) รวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่ไปสำรวจ หาข้อมูลจากสถานที่จริง (Scout Location) การหาข้อมูลประเภทนี้จำเป็นต้องประสานงาน ติดต่อขอความอนุเคราะห์ ทั้งส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ทีมงานจะได้ลงพื้นที่ไปหาข้อมูลอย่างสะดวก

เมื่อผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้ข้อมูลที่ต้องการแล้ว จะต้องนำข้อมูลที่ได้มา ทำการวิเคราะห์และสรุปเพื่อทำเป็นโครงร่างคร่าว ๆ รวมทั้งเรียบเรียงลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ให้ถูกต้อง เพื่อเป็นแนวทางสำหรับจัดทำบทรายการโทรทัศน์ต่อไป

4) บทโทรทัศน์ (Script) รายการโทรทัศน์แต่ละประเภทจะมีวิธีการเขียน บทที่แตกต่างกันไป รายการสดจะใช้วิธีการเขียนแบบเป็นเค้าโครง เนื่องจากในขณะดำเนินรายการอาจจะมีเหตุการณ์สด ๆ เกิดขึ้น จึงทำให้รูปแบบของบทโทรทัศน์ทำได้แค่เพียงเป็นกรอบใหญ่ ๆ เท่านั้น แต่ในรายการประเภทละครจำเป็นต้องใช้บทที่สมบูรณ์ เพราะรายการละครมีรายละเอียดในการถ่ายทำค่อนข้างมาก รวมถึงทีมงานการผลิตที่มีขนาดใหญ่ หากจุดใดจุดหนึ่งเกิดความบกพร่องคลาดเคลื่อนอาจทำให้การผลิตหยุดชะงัก ส่งผลต่อความเสียหายทั้งทางด้านเวลาและค่าใช้จ่าย ดังนั้นบทโทรทัศน์ที่นิยมใช้จึงมีอยู่หลายประเภท ซึ่งคมสัน รัตนะสิมากุล (2555, น. 87) ได้อธิบายไว้ว่า บทโทรทัศน์ที่นิยมใช้อยู่ทั่วไปแบ่งได้ 5 ประเภทด้วยกันคือ

4.1) บทโทรทัศน์แบบเค้าโครง (Fact Sheet) คือบทโทรทัศน์ที่เป็นโครงร่างให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทราบลำดับขั้นตอน เรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจบจบเท่านั้น ไม่ได้มีการใส่รายละเอียดของภาพและเสียงลงไปแต่อย่างใด ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะมีการกำหนดลงไปในกระดาษเป็นลักษณะรายละเอียดแบบคร่าว ๆ บทโทรทัศน์ชนิดนี้

เหมาะสำหรับรายการที่ผู้ผลิตไม่ทราบรายละเอียดล่วงหน้าของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นหรือรายการสด

4.2) บทโทรทัศน์แบบบอกเฉพาะรูปแบบ (Format Script) จะเป็นบทที่มีการพัฒนามาจากบทโทรทัศน์แบบแรกซึ่งบอกแค่ลำดับเหตุการณ์เท่านั้น บทประเภทนี้ จะมีการแบ่งส่วนหน้ากระดาษออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนภาพและส่วนเสียง รวมทั้งเพิ่มเติมบทพูดในช่วงเปิดและปิดคิวถ่ายทำต่าง ๆ บอกรายละเอียดภาพที่สำคัญและบอกระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอของเนื้อหาแต่ละช่วง บทประเภทนี้มักถูกใช้กับรายการโทรทัศน์ของสถานีที่ถ่ายทำกันเป็นประจำ เช่น รายการปกิณกะหรือรายการสนทนาสด

4.3) บทโทรทัศน์แบบกึ่งสมบูรณ์ (Semi-full Script) บทประเภทนี้จะมีรูปแบบเหมือนบทโทรทัศน์แบบบอกเฉพาะรูปแบบที่มีการแบ่งส่วนหน้ากระดาษเป็นส่วนภาพและเสียง แต่จะเพิ่มเติมส่วนของเนื้อหาที่มีการแสดงภาพเหตุการณ์และคำพูด แต่การลงรายละเอียดนี้ไม่ได้ระบุภาพลงไปทุกภาพ และคำพูดทุกคำพูดอย่างสมบูรณ์

4.4) บทโทรทัศน์แบบสมบูรณ์ (Full Script) บทโทรทัศน์ประเภทนี้นับเป็นบทโทรทัศน์ที่มีความสมบูรณ์และนิยมใช้กันมาก เนื่องจากมีการระบุตัวอักษรทั้งทางด้านภาพ โดยแสดงรายละเอียดของเหตุการณ์หรือภาพที่จะเกิดขึ้นทุกขั้นตอน สำหรับเสียง ก็เช่นกัน ผู้เขียนบทจะระบุคำพูดทุกคำตั้งแต่ต้นรายการจนจบรายการอย่างครบถ้วน บทโทรทัศน์ประเภทนี้จะสามารถช่วยให้ผู้ผลิตรายการเตรียมงานและถ่ายทำรายการออกมาได้ครบถ้วนสมบูรณ์ที่สุด

4.5) บทโทรทัศน์ที่แสดงเป็นภาพสมบูรณ์ (Story-board) บทประเภทนี้มีลักษณะเหมือนบทโทรทัศน์แบบสมบูรณ์ แต่จะแตกต่างกันตรงที่ใช้ภาพประกอบแทนส่วนที่ระบุรายละเอียดของภาพด้วยตัวอักษร บทแบบนี้นิยมอย่างมากในการใช้ประกอบการผลิตรายการที่ต้องการความละเอียดแม่นยำสูง ส่วนมากนิยมใช้กับการผลิตที่ใช้งบประมาณสูง เนื่องจากการผลิตงานประเภทนี้ไม่ต้องการให้เกิดความผิดพลาด เช่น งานโฆษณา เป็นต้น

การเลือกเขียนบทโทรทัศน์นั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการตามลักษณะข้างต้น หากแต่เมื่อเลือกลักษณะของบทโทรทัศน์ได้แล้ว ผู้ผลิตจำเป็นต้องเข้าใจหลักสำคัญในการเขียนบทโทรทัศน์ เนื่องจากบทรายการที่ดีเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของมนุษย์ หากผู้ใดกระดูกสันหลังไม่ตรง โค้งงอผิดรูป ก็จะมีส่งผลให้มนุษย์ผู้นั้นมีบุคลิกที่ไม่สง่างาม ดังที่สทศศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ (2548, น. 196) ได้สรุปกฎสำคัญของการเขียนบทรายการโทรทัศน์ไว้ด้วยกัน 6 ประการ คือ

ประการที่ 1 ผู้เขียนบทโทรทัศน์ ควรจะเขียนบทเป็นคำพูดสั้น ๆ กระชับ ตรงประเด็น เพื่อเปิดโอกาสให้พิธีกรหรือผู้แสดงพูดด้วยสำนวนของตนเอง อันจะทำให้เกิดเสน่ห์ เฉพาะตัวของผู้พูดและส่งผลให้รายการเกิดจุดเด่นขึ้น

ประการที่ 2 ไม่ควรเขียนบทโทรทัศน์ด้วยประโยคที่สลับซับซ้อน เพราะ อาจจะทำให้พิธีกรหรือนักแสดงที่ต้องใช้บทนั้น ๆ เกิดความสับสน ไม่สามารถตีความและอาจจะ เกิดการสื่อสารที่ผิดเพี้ยนได้

ประการที่ 3 ผู้เขียนบทโทรทัศน์ควรมีการจัดการโครงสร้างของประโยค ให้ถูกต้องตามหลักภาษา เป็นเหตุเป็นผล เหตุการณ์อะไรเกิดก่อน กำลังเดินทางไปสู่จุดไหนและ ส่งผลกระทบต่ออะไรต่อมา รวมถึงจุดไหนเป็นประเด็นหลัก (Theme) ของเรื่อง

ประการที่ 4 หลังจากเขียนอธิบายทั้งหมดรวมถึงประเด็นหลักหรือ จุดสำคัญของเรื่องแล้ว ให้ทำการอธิบายรายละเอียดทางด้านภาพ

ประการที่ 5 หากจังหวะไหนเป็นจังหวะที่รายการโทรทัศน์นั้น ๆ ต้องการ เน้นย้ำถึงประเด็นหลักที่สำคัญ ควรจะกำหนดระยะเวลาในการนำเสนอที่เหมาะสมลงในบท โทรทัศน์ แล้วจึงค่อยนำเสนอประเด็นต่อไป

ประการที่ 6 จุดสำคัญในการทำบทโทรทัศน์คือ ห้ามยึดเยียดประเด็น สำคัญหลายประเด็นลงในบทรายการโทรทัศน์เพียงตอนเดียว เนื่องจากจะทำให้ผู้ชมรายการเกิด ความสับสน ไม่เข้าใจในเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอได้

5) การประสานงานการผลิต (Co-ordinate) คือองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นเสมือนเส้นเลือดที่คอยหล่อเลี้ยง ก่อร่างสร้างรูป ให้เกิดเป็นรายการโทรทัศน์ การประสานงานนั้นมีทั้งในส่วนที่เป็นการประสานงานบุคลากรฝ่าย ต่าง ๆ เพื่อนัดหมายการผลิตล่วงหน้า อันจะให้ทำการผลิตรายการโทรทัศน์ดำเนินไปอย่างราบรื่น และการจัดเตรียมงบประมาณการผลิต (Budget) ซึ่งศศิกร ฉันท์เศรษฐ์ (2547, น. 24-27) ได้แยก งบประมาณในการผลิตรายการโทรทัศน์ไว้ 2 ประเภท ได้แก่

5.1) งบประมาณส่วนของการสร้างสรรค์รายการ (Above The Line Costs) เป็นงบประมาณที่เกี่ยวกับบุคลากรในการผลิต อาทิ โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ ผู้กำกับ รายการ ช่างแต่งหน้า ช่างทำผม ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้นับเป็นค่าใช้จ่ายที่ควบคุมยากที่สุด เนื่องจาก ค่าตัวของทีมผลิตแต่ละคนมีราคาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความชำนาญ เฉพาะตัวในการผลิตรายการรูปแบบนั้น ๆ

5.2) งบประมาณส่วนของงานผลิตรายการ (Below The Line Costs) เป็นงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการผลิตทั้งหมด นอกเหนือจากบุคลากรในการผลิต อาทิ ค่าเช่าสตูดิโอสำหรับถ่ายทำ ค่าสถานที่สำหรับการถ่ายนอกสถานที่ ค่าผลิตฉากรายการ ค่าอุปกรณ์แสง เสียง ค่าเทปหรืออุปกรณ์บันทึกเทปรายการ ค่าอาหารที่ทีมงานและค่าที่พักอื่น ๆ

การทำงานงบประมาณการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้จัดทำจำเป็นต้องมีความรอบคอบ มีประสบการณ์และทันสมัย เนื่องจากราคาของอุปกรณ์หรือสถานที่ถ่ายทำบางแห่ง อาจจะมีการปรับเปลี่ยน จึงต้องมีการติดตามหาข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ที่สำคัญต้องทำความเข้าใจในรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่จะผลิตอย่างลึกซึ้ง เพื่อกำหนดหัวข้อของค่าใช้จ่ายได้ครอบคลุม ถูกต้องที่สุด

2.1.4.2 การถ่ายทำรายการโทรทัศน์ (Production)

เมื่อทีมผลิตรายการโทรทัศน์ได้เตรียมการทั้งการกำหนดแนวคิด จัดทำข้อมูลจัดทำบทโทรทัศน์และประสานงานในเรื่องงบประมาณการผลิตและการถ่ายทำเสร็จสิ้นแล้วก็จะถึงขั้นตอนของการผลิตหรือการถ่ายทำ โดยสมเจตน์ เมฆพ่ายัพ (2552, น. 94-113) ได้อธิบายถึงทีมงานผลิตรายการโทรทัศน์และขั้นตอนการถ่ายทำรายการมี 2 ประเภทคือ การถ่ายทำในสตูดิโอและการถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ทีมงานผลิตรายการโทรทัศน์ (Staff) ในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นประกอบไปด้วยบุคลากรหลายตำแหน่ง ทุกตำแหน่งมีหน้าที่รับผิดชอบแตกต่างกัน โดยตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานสำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์ในห้องถ่ายทำ (Studio) มีดังนี้

1.1) ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ทำหน้าที่บริหารจัดการ ควบคุมภาพรวม ดูแลทิศทางของรายการให้เป็นไปตามโจทย์หรือนโยบายที่ผู้บริหารระดับสูงในองค์กรได้ให้ไว้ในช่วงเริ่มวางแผนการผลิต โดยมีหน้าที่ตรวจสอบทุกขั้นตอนการผลิตและมีสิทธิ์ที่จะสั่งแก้ไขกรณีที่งานผิดพลาด ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้ได้

1.2) ผู้กำกับรายการ (Director) ทำหน้าที่ในการรับโจทย์ที่ผู้ควบคุมการผลิตสั่งมาปฏิบัติให้ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยจะต้องดูแลความพร้อมในทุกด้านของการผลิต ตั้งแต่บทโทรทัศน์ ฉาก แสง เสียง พิธีกร ผู้ร่วมรายการ รวมทั้งควบคุมรายการดำเนินไป

ด้วยความถูกต้อง ผู้กำกับรายการจะทำงานภายในห้องควบคุม (Vision Control) จึงจำเป็นต้องเป็นบุคคลที่คิดแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในกองถ่ายได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

1.3) ผู้กำกับเวที (Floor Manager) ตำแหน่งนี้จะอยู่ในห้องถ่ายทำ (Studio) โดยรับคำสั่งโดยตรงจากผู้กำกับรายการ คอยประสานงานแจ้งคิว (Cue) การถ่ายทำให้ทีมงานทุกส่วนทราบ รวมทั้งจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารเพื่อกำกับพิธีกร ผู้ร่วมรายการและช่างภาพ ดังนั้นผู้กำกับเวทีจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นอย่างดี

1.4) ผู้กำกับภาพ (Switcher) ทำหน้าที่ในการเลือกภาพจากกล้องแต่ละตัวที่ถ่ายทำอยู่มาออกอากาศ รวมถึงการใส่เทคนิคและลูกเล่นทางภาพต่าง ๆ อาทิ Cut Dissolve เพื่อให้รายการเกิดความน่าสนใจ น่าติดตาม ผู้กำกับภาพจึงจำเป็นต้องมีทักษะในเรื่องของขนาดภาพ การลำดับภาพและการถ่ายทำ เพื่อส่งการและร้อยเรียงภาพให้น่าสนใจ

1.5) ช่างภาพ (Camera Man) มีหน้าที่ในการจับภาพให้คมชัดตามขนาดและองค์ประกอบภาพที่ผู้กำกับภาพสั่งการอย่างเคร่งครัดผ่านทางชุดติดต่อ โดยช่างภาพจะต้องสื่อสารด้วยเสียงให้เบาที่สุด เพื่อไม่ให้รบกวนการถ่ายทำรายการ

1.6) ฝ่ายศิลปกรรม (Artist) มีหน้าที่ในการออกแบบฉากหาอุปกรณ์ประกอบฉากที่จำเป็นและเหมาะสม เช่น โต๊ะ ตู้ ชั้นวางต่าง ๆ เพื่อนำมาเข้าฉากรายการ โดยจะต้องมีความเข้าใจเรื่องศิลปะ การจัดวาง รวมถึงทิศทางและประเภทของแสง เพื่อให้ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากออกมาดูสมจริง สวยงาม ไม่บดบังทางแสงในฉาก

1.7) ช่างเทคนิค (Technician Engineer) ประกอบไปด้วยช่างควบคุมแสง (Lighting Control) คอยทำหน้าที่จัดแสงในฉากให้เหมาะสมกับบทโทรทัศน์และประเภทรายการที่ได้วางเอาไว้ ช่างควบคุมเสียง (Sound Control) ดูแลระบบเสียงทั้งหมด ติดตั้งไมโครโฟนสำหรับพิธีกรและผู้ร่วมรายการ เพื่อให้เสียงที่ออกมามีความชัดเจน ช่างควบคุมสัญญาณ (Synchronize) ควบคุมเครื่องมือตรวจวัดระดับสัญญาณโทรทัศน์ให้ออกมามีคุณภาพ ไม่มีการสูญเสียของสัญญาณ

1.8) ฝ่ายอื่น ๆ ประกอบไปด้วย ผู้ประสานงาน (Co-ordinate) ทำหน้าที่ประสานงานนัดหมายทั้งทีมงาน พิธีกร แขกรับเชิญ ควบคุมงบประมาณการผลิต ผู้ประสานงานจำเป็นต้องมีทักษะเรื่องมนุษยสัมพันธ์ เนื่องจากต้องทำงานติดต่อกับคนเป็นจำนวนมาก ช่างแต่งหน้าและทำผม (Make-up and Hair Stylist) ดูแลทรงผมและแต่งหน้าพิธีกร ผู้ร่วมรายการทั้งหมด ทั้ง 2 ตำแหน่งนี้ต้องอยู่ในบริเวณสถานที่ถ่ายทำตลอดเวลา เนื่องจากผู้เข้ารายการอาจจะเหงื่อออก หน้ามัน ผมไม่เข้าทรง ดังนั้นจึงต้องคอยดูแลแก้ไขอย่างใกล้ชิด ผู้ดูแล

เสื้อผ้า (Costume) ทำหน้าที่จัดหาเสื้อผ้าแก่พิธีกรและผู้ร่วมรายการสำหรับใส่ประกอบการถ่ายทำรายการ ซึ่งจะต้องรับคำสั่งจากผู้ควบคุมการผลิตก่อนการถ่ายทำเสมอ เพื่อให้เสื้อผ้าที่ออกมามีความสวยงาม เหมาะสมกับรูปแบบรายการ

สำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีการถ่ายทำนอกสถานที่นั้น ตำแหน่งต่าง ๆ จะมีการลดขนาดให้เล็กลง โดยจะเหลือทีมงานจำนวนไม่มาก ประกอบด้วย โปรดิวเซอร์ (Producer) ที่ทำหน้าที่คล้ายผู้กำกับรายการ คอยควบคุมรูปแบบและเนื้อหารายการให้เป็นไปตามทิศทางและบทโทรทัศน์ที่กำหนดไว้ ครีเอทีฟ (Creative) ทำหน้าที่ในการหาข้อมูลประกอบการเขียนบทโทรทัศน์ กำกับการดำเนินรายการของพิธีกรและผู้ร่วมรายการ รวมทั้งสั่งและควบคุมการทำงานของช่างภาพเพื่อให้ได้เนื้อหาและภาพตามที่กำหนด เจ้าหน้าที่ประสานงาน (Coordinator) คอยประสานงานติดต่อส่วนต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการถ่ายทำ เช่น นัดหมายพิธีกร แขก รับเชิญ สถานที่ ฯลฯ และจัดเตรียมงบประมาณสำหรับใช้จ่ายในการออกกองถ่ายทำ อาร์ตไดเรกเตอร์ (Art Director) หรือฝ่ายศิลปกรรมทำหน้าที่จัดเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉากและตกแต่งสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ ส่วนช่างภาพ (Camera Man) จำนวนมากน้อยเท่าไหร่นั้น ขึ้นอยู่กับรูปแบบรายการและจำนวน ผู้ร่วมรายการ ตามปกติแล้วมักจะมีจำนวนช่างภาพและกล้องไม่เกิน 3 ตำแหน่ง ช่างแต่งหน้าและช่างทำผม ซึ่งรูปแบบรายการบางประเภทอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ 2 ตำแหน่งนี้ เนื่องจากบางรายการอาจต้องการความสมจริงของเรื่องราวที่จะถ่ายทอด เช่น รายการสารคดีเล่าเรื่องชีวิตผู้ยากไร้ หรือบางรายการพิธีกรอาจจะมีความสามารถแต่งหน้าและจัดแต่งทรงผมด้วยตัวเอง

2) การถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio Shooting) เป็นการถ่ายทำที่มีการจำลองฉาก แสง และสถานการณ์ต่างๆ ให้คล้ายบรรยากาศจริงมากที่สุด ตามปกติแล้วสตูดิโอที่ใช้ถ่ายทำรายการโทรทัศน์จะเป็นอาคารที่มีโครงสร้างแข็งแรง เพดานสูง มีระบบปรับอากาศ และระบบป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก รวมทั้งมีอุปกรณ์การถ่ายทำมากมาย ตั้งแต่กล้องถ่ายทำที่อาจจะมีมากกว่า 3 ตัวขึ้นไป ห้องควบคุมการบันทึกเทป เป็นต้น โดยขั้นตอนการถ่ายทำในสตูดิโอนั้นมี 7 ขั้นตอนดังนี้

2.1) การจัดฉาก ต้องมีการจัดฉากให้เหมาะสมกับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่จะผลิต โดยมีการยกระดับพื้นเวทีให้สูงกว่าระดับพื้นห้อง และปูพรมหรือใช้วัสดุอื่นปิดทับเพื่อลดเสียงรบกวนและความสวยงาม

2.2) การจัดแสง ต้องมีการจัดแสงให้ลงไปยังตำแหน่งพิธีกรผู้ร่วมรายการและบริเวณต่าง ๆ ของฉาก โดยแสงที่จัดต้องทำให้ภาพที่ออกมาดูมีมิติ ไม่แบนราบ มีการให้น้ำหนักแสงที่แตกต่างกันในแต่ละจุด ที่สำคัญต้องระวังไม่ให้เงาของผู้ที่ร่วมรายการทั้งหมดตกไปยังฉากหลัง

2.3) การจัดเสียง เป็นการติดตั้งไมโครโฟนตามจำนวนผู้ร่วมรายการ ต้องเลือกไมโครโฟนให้ตรงกับรูปแบบของรายการ เช่นใช้ไมโครโฟนแบบไร้สายเพื่อหนีบกับเสื้อผ้าในรายการสนทนา หรือใช้ไมโครโฟนชนิดรับเสียงแบบกว้าง (Boom Microphone) สำหรับเก็บเสียงผู้ชมในสตูดิโอของรายการเกมโชว์ เป็นต้น

2.4) การจัดวางตำแหน่งของกล้องถ่ายทำ ที่ทีมงานต้องจัดวางตำแหน่งของกล้องตามลักษณะการใช้งานและภาพที่ผู้กำกับรายการตีความจากบทโทรทัศน์ รวมทั้งต้องเว้นระยะห่างระหว่างกล้องแต่ละตัวให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการกระทบกระเทือนหรือการถ่ายทำภาพในลักษณะทับซ้อนกัน

2.5) การชักซ้อมคิว (Cue) กับทุกฝ่าย ก่อนการถ่ายทำจริงทุกครั้ง ควรจะมีการชักซ้อมเสมือนจริงตามบทโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความแม่นยำและความเข้าใจที่ตรงกันในทุกฝ่าย ทั้งตัวพิธีกร ผู้ร่วมรายการ ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับเวที ผู้กำกับภาพและช่างภาพ หากมีเวลาไม่พอก็สามารถซ้อมเฉพาะคิวเปิดและคิวปิดรายการได้

2.6) การถ่ายทำ หลังจากการซ้อมเสมือนจริงเสร็จสิ้นลงทุกฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันแล้ว ก็ถึงเวลาถ่ายทำจริง โดยในขณะที่ถ่ายทำทุกฝ่ายต้องมีสมาธิและตรวจสอบสิ่งตัวเองรับผิดชอบตลอดเวลาเช่น ผู้กำกับรายการต้องตรวจสอบว่าการสนทนาพูดคุย ตรงตามประเด็นที่กำหนดไว้หรือไม่ ผู้ควบคุมเสียงและสัญญาณโทรทัศน์ต้องตรวจสอบระดับเสียง และระดับสัญญาณว่าชัดเจน มีคุณภาพเพียงพอหรือไม่ หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งพบความผิดพลาดเกิดขึ้นจะต้องรีบแจ้งไปยังผู้กำกับรายการเพื่อสั่งหยุดถ่าย (Cut) และจัดการแก้ไขทันที

2.7) ขั้นการตรวจสอบ หลังจากบันทึกเทปรายการโทรทัศน์เสร็จสิ้น ทีมงานจะต้องทำการตรวจสอบคุณภาพของรายการ ทั้งทางด้านเนื้อหาและเทคนิค หากพบจุดบกพร่องควรรีบทำการแก้ไข

3) การถ่ายทำนอกสถานที่ (Outdoor Shooting) รูปแบบรายการบางประเภทมักนิยมใช้การออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ เนื่องจากมีความเป็นธรรมชาติและเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ เช่น รายการบันเทิงประเภทเยี่ยมบ้านดารา รายการพาไปชิมอาหารร้านดัง

หรือรายการสารคดีที่เน้นถ่ายทอดเรื่องจริง บุคคลจริงในสถานที่เกิดเหตุจริง ถึงแม้การถ่ายทำนอกสถานที่จะให้ความสมจริงและใช้งบประมาณ รวมทั้งทีมงานน้อยกว่าการถ่ายทำในสตูดิโอก็ตาม แต่ก็ยังมีข้อเสียตามมาอีกมากมาย ทั้งในเรื่องของธรรมชาติที่ไม่สามารถควบคุมได้ อาทิ ฝน ความร้อน เสียงรบกวนจากลมที่พัดแรงและการจราจร ดังนั้นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ให้รอบคอบและเหมาะสมกับรูปแบบรายการ ซึ่งขั้นตอนการถ่ายทำนอกสถานที่พอสรุปได้ดังนี้

3.1) หลังจากสรุปบทโทรทัศน์เรียบร้อยแล้ว ทีมงานจะต้องเตรียมอุปกรณ์การผลิตให้พร้อม ได้แก่ กล้อง ไมโครโฟนและอุปกรณ์บันทึกเสียง ขาดตั้งกล้อง ไฟสำหรับส่องสว่างในการถ่ายทำ เป็นต้น

3.2) ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ประสานงานจะต้องเตรียมงบประมาณค่าใช้จ่ายและประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้พร้อม อาทิ พิธีกร ผู้ร่วมรายการ สถานที่ถ่ายทำและทีมงานทุกส่วนในเรื่องของเวลา เพื่อให้ทุกคนเข้าใจตรงกัน เพราะหากเกิดการผิดเวลานัดหมาย จะเกิดความเสียหายต่อการผลิตได้

3.3) เมื่อถึงวันถ่ายทำ ทุกฝ่ายต้องเดินทางไปถึงสถานที่นัดหมายก่อนเวลาถ่ายทำ เพื่อเตรียมพร้อมทั้งอุปกรณ์และสถานที่

3.4) ลงมือถ่ายทำตามขั้นตอนที่ระบุไว้ในบทโทรทัศน์

2.1.4.3 การตัดต่อ (Post-production)

การตัดต่อ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า การลำดับภาพเป็นกระบวนการขั้นสุดท้ายก่อนที่รายการโทรทัศน์จะถูกนำไปออกอากาศสู่สายตาผู้ชมทั่วประเทศ ขั้นตอนนี้ผู้ตัดต่อจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความชำนาญ ทั้งศาสตร์การใช้เครื่องมือ เทคนิคการลำดับภาพเพื่อเล่าเรื่องให้น่าสนใจ และศิลป์ในด้านจังหวะและท่วงทำนองของภาพ อีกทั้งยังต้องอาศัยเทคนิคในการผสมเสียงต่าง ๆ ทั้งเสียงพูด เสียงเพลงและเสียงประกอบเพื่อให้รายการมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง และกระตุ้นความสนใจรับชมของผู้ชมได้ตลอดเวลา ในอดีตการตัดต่อนิยมใช้อุปกรณ์ในระบบ Linear ซึ่งจะตัดต่อด้วยเครื่องเล่นและเครื่องบันทึกเทปวิดีโอ แต่เมื่อเวลาผ่านไป เทคโนโลยีทางการตัดต่อถูกพัฒนาให้ก้าวหน้ามากขึ้น ผู้ตัดต่อจึงหันมาใช้อุปกรณ์ในระบบ Non Linear ที่จะอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือหลักในการตัดต่อ

คมสัน รัตนะสิมากุล (2555, น. 80-81) ได้ให้ความหมายของการลำดับภาพไว้ว่าเป็นขั้นตอนการนำเอาภาพและเสียง ที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้บันทึกไว้ในช่วงการออกกองถ่าย มาทำการลำดับเล่าเรื่องราวให้เป็นไปตามลักษณะหรือเหตุการณ์ที่ถูกระบุไว้ในบทโทรทัศน์ การลำดับภาพนี้ต้องไม่ทำให้ผู้ชมรายการเกิดความสับสน เช่น ลำดับภาพโดยเหตุการณ์กระโดด ไปมาหรือมีการใช้ภาพซ้ำซ้อนจนเกินรับได้

1) ความสำคัญในการลำดับภาพ สุทธิ พลพงษ์ (2550, น. 11-24) ได้อธิบายเรื่องนี้ไว้ 4 ประการดังนี้

1.1) เป็นการรวมทุกอย่างเข้าด้วยกัน เนื่องจากในการนำเสนอเรื่องราวด้วยภาพ 1 เหตุการณ์ ผู้ผลิตรายการต้องถ่ายทำเรื่องราวนั้นด้วยภาพหลายขนาดจึงจะครบถ้วนสมบูรณ์ จากจำนวนภาพที่มีมากมายหลายขนาดนี้เอง ผู้ตัดต่อต้องนำมาร้อยเรียงให้เป็นไปตามที่บทโทรทัศน์กำหนด แต่การลำดับนี้จะต้องอยู่บนพื้นฐานที่เข้าใจง่าย ไม่ทำให้คนดูสับสน

1.2) เป็นการย่นย่อเวลาของเหตุการณ์จริง เนื่องจากในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ผู้ผลิตมักจะบันทึกภาพมาเป็นจำนวนมาก เกินกว่าที่จะนำเสนอหมดภายใต้เวลาการออกอากาศของรายการที่ถูกกำหนดไว้ ดังนั้นผู้ตัดต่อจึงต้องเลือกภาพเหล่านั้นมาจัดเรียงใหม่ให้มีความยาวเหมาะสมกับเวลาออกอากาศจริง บางกรณีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามบทโทรทัศน์ อาจจะมีความยาวที่มากเกินไป จึงต้องทำการตัดต่อย่นย่อเหตุการณ์ให้เหมาะสมกับเวลาในการนำเสนอตนเอง

1.3) เป็นการช่วยแก้ไขสิ่งที่บกพร่อง การผลิตรายการโทรทัศน์มักจะเกิดข้อบกพร่องทั้งทางภาพและเสียงอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ตัดต่อจึงต้องกำจัดส่วนที่เสียเหล่านั้นออกไป และนำภาพหรือเสียงที่มีความสมบูรณ์มากกว่ามาแทนที่ นอกจากนี้การตัดต่อยังสามารถช่วยแก้ไขเรื่องทิศทางที่ไม่ถูกต้องและความต่อเนื่องของภาพได้อีกด้วย

1.4) เป็นการช่วยสร้างความต่อเนื่องของเรื่องราวในรายการ การดำเนินเรื่องของรายการโทรทัศน์ประกอบด้วยการนำฉากหลายฉากมารวมกันเป็นเรื่องราว การตัดต่อมีหน้าที่ในส่วนนี้ เพื่อให้ภาพรวมของรายการโทรทัศน์เกิดความสมบูรณ์ ในแง่ของการนำเสนอ ผู้ชมรายการก็จะเห็นความเป็นไปและเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้ผลิตต้องการจะสื่อสารผ่านรายการนั่นเอง

2) ความสำคัญของเสียงต่าง ๆ ในรายการ สิ่งนี้จำเป็นอีกขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งแทรกตัวอยู่ในขั้นตอนของการตัดต่อ เสียงในรายการโทรทัศน์ประกอบด้วย

2.1) เสียงพูด เป็นเสียงที่ถูกบันทึกมาในขณะที่ถ่ายทำรายการ โดยเสียงพูดนั้นจะเป็นเสียงของพิธีกรและผู้ร่วมรายการ

2.2) เสียงบรรยาย (Voice-over) เป็นเสียงที่เกิดขึ้นในระหว่างขั้นตอนของการลำดับภาพ โดยเสียงบรรยายนี้จะทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่พิธีกรหรือผู้ร่วมรายการไม่ได้พูดไว้ หรือพูดไว้แต่ผู้ผลิตต้องการเน้นย้ำความสำคัญของเรื่องนั้นก็อาจจะนำเสียงบรรยายมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้ได้ เสียงบรรยายควรมีความชัดเจน กระฉ่างใส บรรยายในจังหวะที่เหมาะสมกับอารมณ์ของรายการ เช่นเสียงที่เร่งเร็ว ตื่นเต้นเหมาะสำหรับรายการกีฬาหรือการแข่งขัน เสียงหนักแน่น ชัดเจนเหมาะสำหรับรายการสารคดี รายการเพื่อการศึกษาหรือรายการข่าว ส่วนเสียงแจ่มใส มีความสนุกสนาน เหมาะสำหรับรายการบันเทิง เป็นต้น

2.3) เสียงประกอบ เป็นเสียงที่ใช้ในการสื่อความหมายและสร้างอารมณ์ตามบรรยากาศที่เกิดขึ้นในรายการ อาจจะเป็นเสียงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติโดยรอบของสถานที่ถ่ายทำ เช่น เสียงรถวิ่งบนถนน เสียงลม เสียงปรบมือแสดงความถูกต้อง หรือเป็นเสียงที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเองเพื่อเสริมสร้างอารมณ์ เช่นเสียงคนตะโกนร้องด้วยความตกใจ เสียงระเบิด ฯลฯ การใส่เสียงประกอบเหล่านี้เข้าไปในรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นจะต้องมีประสบการณ์เพื่อตัดสินใจใส่เสียงประกอบให้สอดคล้องและเกิดความสมจริง

2.2 แนวคิดเรื่องรายการสารคดี

รายการสารคดีเป็นรายการอีกประเภทหนึ่งที่ทำให้สาระความรู้แก่ผู้ชม ขณะเดียวกันก็สามารถให้ความบันเทิงควบคู่ไปด้วย แต่อาจจะเป็นการสอดแทรกเข้าไปเพียงบางส่วน เพื่อดึงดูดและสร้างความน่าสนใจในตัวรายการประเภทนี้ โดยมีองค์กรและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า รายการสารคดีไว้มากมาย อาทิ ธีรภาพ โลหิตกุล (2552, น. 12-14, 136) นิยามว่า รายการสารคดี คือการนำเอาข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงมานำเสนอโดยผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ ซึ่งข้อมูลและกระบวนการสร้างสรรค์จะต้องอยู่ในสัดส่วนที่เท่ากัน แบ่งเป็นอย่างละครึ่ง โดยสารคดีที่ดีจะต้องมีมิติทั้งด้านกว้าง คือการนำเสนอประเด็นที่สำคัญของเรื่องนั้นอย่างรอบด้าน ด้านยาว คือการนำเสนอภาพที่ทำให้ผู้ชมเห็นเรื่องราวที่มีพัฒนาการของเรื่องนั้น หรือเรียกว่าการไม่ย่ออยู่กับที่

ส่วนมิติสุดท้าย คือด้านลึก หมายถึงการนำเสนอสารคดีที่ก่อให้เกิดอารมณ์ต่อผู้ชม โดยเน้นลงไปที่จิตวิญญาณของบุคคลที่อยู่ในเรื่อง ซึ่งมีความผูกพันกับเรื่องราวหรือสถานที่นั้น ๆ

คมสัน รัตนะสิมากุล (2555, น. 171) นิยามว่า สารคดีคือรายงานการวิจัยที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือภาพและเสียง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่นำเสนอในรายการประเภทสารคดีมีพื้นฐานมาจากงานวิจัยต่าง ๆ

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ม.ป.ป.) ได้ให้คำจำกัดความของรายการสารคดีว่า เป็นรายการโทรทัศน์ที่มุ่งเน้นให้สาระ ความรู้ มุมมองความคิด ความกระจ่างแก่ผู้ชมรายการเป็นเป้าหมายหลัก ส่วนความสนุกสนานเพลิดเพลินนับเป็นเป้าหมายรอง โดยเนื้อหาจะเน้นไปที่เหตุการณ์ เรื่องราวหรือตัวบุคคลที่เป็นข้อเท็จจริง (Fact) ซึ่งอาจมีการนำเสนอด้วยการวิเคราะห์ตีความอย่างรอบคอบถี่ถ้วน ประกอบกับการสร้างสรรค์ด้วยการใช้จินตนาการสร้างอารมณ์ความรู้สึกแต่ต้องอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่เป็นความจริง

หฤทัย คำชาย (2554, น. 27) ได้ให้ความหมายของรายการสารคดีว่า เป็นรายการที่นำเสนอเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงและต้องมีความเป็นกลางไม่เอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง เนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นเรื่องราวที่ดี มีความแปลกใหม่ สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม รวมทั้งให้ความรู้แก่ผู้ชมรายการ ผสมกับการนำเสนอที่มีความบันเทิงสนุกสนานในอัตราส่วนที่ไม่มากจนเกินไป

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่ารายการสารคดี คือรายการที่นำเสนอเรื่องราวของความจริงที่เกิดขึ้นในโลก โดยมีการให้ข้อมูลที่เป็นกลาง ปราศจากการยัดเยียดทางความคิด อคติภาพและเสียงเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดเรื่องราว ภายใต้การเล่าเรื่องที่สนุกสนาน ชวนติดตามนั่นเอง

2.2.1 ประเภทของรายการสารคดี

รายการสารคดีสามารถแบ่งได้หลายประเภท โดย ปมุข ศุภสาร, จันวรรค์ อัมภามงคล, และพิไลพรรณ ปุกหุต (2530, น. 211) ได้แบ่งรายการสารคดีออกเป็น 5 ประเภทหลักดังนี้

1) รายการสารคดีทั่วไป (General Feature) คือรายการสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวทั่วไป แต่ต้องเป็นเรื่องราวที่ให้ความรู้ เกิดประโยชน์ และเน้นสร้างความประทับใจแก่ผู้ชมรายการ

มากกว่าวิชาการ ซึ่งไม่มีการเจาะจงว่าเนื้อหาจะต้องเป็นเรื่องอะไร เช่น เรื่องของสัตว์ สิ่งของ สถานที่หรือบุคคล เป็นต้น

2) รายการสารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ (Special Feature) เป็นรายการที่เน้นนำเสนอเกี่ยวกับเหตุการณ์ เทศกาลพิเศษ หรือบุคคลที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ชมย้อนรำลึกและตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องที่น่าสนใจ ส่วนเนื้อหาในรายการนั้น ผู้ชมสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้อย่างสะดวก เนื่องจากมีหลักฐานบันทึกเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ไว้มากมาย รวมทั้งมีการเล่าเรื่องแบบลำดับความเป็นมาก่อนหลังตามระยะเวลาที่เกิดขึ้นจริง

3) รายการสารคดีเชิงวิเคราะห์ (Documentary) คือรายการสารคดีที่นำเสนอเรื่องราวการเผชิญหน้ากับปัญหา การต่อสู้เพื่อเอาชีวิตรอดของมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ซึ่งจะแสดงให้เห็นแง่มุมที่หลากหลายในการเอาตัวรอด ทั้งมุมที่เข้มแข็ง กล้าหาญ เด็ดเดี่ยว และมุมที่อ่อนแอ พ่ายแพ้ การนำเสนอยังคงใช้การถ่ายทอดข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็น และการวิเคราะห์ผลหรือเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น โดยตอนจบของสารคดีประเภทนี้จะมีการให้แง่คิดมุมมองที่ดีแก่ผู้ชมรายการด้วย

4) รายการสารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เป็นการนำเสนอข่าวที่ได้รับ ความสนใจจากผู้ชม มาต่อยอดด้วยการขยายผล นำเสนอเบื้องหลังของเหตุการณ์ รวมทั้งข้อเท็จจริง ความเป็นมาของข่าวนั้น ๆ สารคดีประเภทนี้จะมีการวิเคราะห์ให้เห็นถึงมุมมองที่หลากหลายและตั้งอยู่บนพื้นฐานที่เป็นกลาง ไม่มีการใส่ความคิดเห็นส่วนบุคคลลงไปในเรื่อง อีกทั้งยังต้องเสนอมุมมองหรือแนวทางที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

5) รายการสารคดีท่องเที่ยว (Touring Feature) รายการสารคดีประเภทนี้มีเนื้อหาการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ความสำคัญและความเป็นมา วิธีการเดินทาง การเตรียมพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว จุดที่น่าสนใจ ข้อมูลเรื่องที่พัก รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น

2.2.2 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดี

การผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์นั้น มีกลวิธีหรือขั้นตอนในการดำเนินการอยู่ด้วยกัน 5 ประการ ดังที่สมคิด ธีรศิลป์ (2540, น. 157-159) ได้นำเสนอไว้ ดังนี้

1) ผู้ผลิตรายการสารคดีจำเป็นต้องเล็งเห็นให้ได้ว่า จุดไหนคือหัวใจหรือจุดสำคัญของรายการสารคดีตอนนั้น ๆ

2) จากนั้นต้องเริ่มค้นหาความเป็นจริงที่เกิดขึ้นมาแล้ว เช่น คำพูด เรื่องราว หลักฐาน ข้อมูลต่าง ๆ ภาพเหตุการณ์ที่อาจถูกบันทึกเก็บไว้ หรือแม้แต่เทปบันทึกเสียง ซึ่งข้อมูลที่ได้มาเหล่านี้ บางส่วนจะถูกนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการทำบทโทรทัศน์ และบางส่วนจะถูกนำมาเป็นภาพและเสียงประกอบในรายการ

3) ผู้ผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์จำเป็นต้องลงพื้นที่ เพื่อค้นหาข้อมูล ความจริง เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลประกอบการทำบทโทรทัศน์

4) เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วน ผู้ผลิตรายการจะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาถั่นกรองและเรียบเรียงเรื่องราวให้กลายเป็นบทโทรทัศน์ที่สมบูรณ์พร้อมถ่ายทำ

5) สรรหาทีมงานผลิต ประสานงาน และดำเนินการถ่ายทำ รวมถึงติดต่อจนเป็นรายการสารคดีที่พร้อมออกอากาศ

กลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีข้างต้น นับเป็นกติกาขั้นพื้นฐานที่ผู้ผลิตรายการสารคดีทุกคนจำเป็นต้องนำไปใช้ หากแต่ในมุมมองของผู้ผลิตรายการสารคดีนั้นยังจำเป็นต้องมีเคล็ดลับที่ควรจะนำไปปฏิบัติอีก ดังที่ธีรภาพ โลหิตกุล (2552, น. 41) ได้กล่าวถึงสิ่งที่ผู้ผลิตรายการสารคดีพึงมีคือ

1) ผู้ผลิตสารคดีต้องฝึกฝนการคิดให้เป็นภาพ ดัดแปลงสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นนามธรรม ให้กลายเป็นรูปธรรมที่เข้าใจได้ง่าย สิ่งนี้จำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องนำไปใช้ในการเตรียมบทโทรทัศน์เพื่อออกกองถ่ายทำ หรือเรียกว่าการมโนภาพนั่นเอง

2) ในขั้นตอนของการติดต่อรายการสารคดี ผู้ผลิตจำเป็นต้องสร้างอารมณ์ให้แก่ผู้ชม เพื่อกระตุ้นความสนใจและดึงดูดให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ชื่น สนุก กลัว ฯลฯ ในอันที่จะทำให้พวกเขาติดตามรายการต่อไปจนจบ

3) การผลิตรายการสารคดีนั้น ผู้ผลิตจะต้องมีทักษะในการอุปมาอุปไมยหรือการอธิบายเปรียบเทียบเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ถูกใจและโดนใจผู้ชมกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

เมื่อผู้ผลิตรายการสารคดีสามารถฝึกฝนตนเองให้มีทักษะ ความสามารถในการดำเนินขั้นตอนดังกล่าวจนขึ้นใจแล้ว ธีรภาพ โลหิตกุล (2552, น. 42-49, 59, 71-78, 82-83) ยังได้แนะนำกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีที่น่าสนใจอีกดังนี้

1) กลวิธีการเอาข้อเท็จจริงของเรื่องนั้น (Fact) มานำเสนอเชิงละคร (Drama) หรือการนำเสนอความจริงอย่างมีนาฏลักษณ์ โดยการใช้อารมณ์ที่ซ่อนอยู่ในเรื่องราวที่เกิดขึ้นมา นำเสนอ หากแต่การนำเสนอสมควรจะต้องมีความพอดีระหว่างข้อเท็จจริงของเรื่องกับการสร้างสรรค์ศิลปะที่เข้ายวนอารมณ์ผู้ชม เช่นการดึงเอาคนหรือสิ่งที่เป็นหลักในสารคดีนั้นมา เป็นตัวละครหลัก เพื่อใช้เดินเรื่องและสร้างอารมณ์ต่าง ๆ จากนั้นมีการให้รายละเอียดข้อเท็จจริง ของเรื่องที่ต้องการจะนำเสนอ สลับกับเรื่องราวของตัวละครหลักเป็นระยะ ด้วยวิธีการนี้จะทำให้ สารคดีดูมีชีวิตชีวา ไม่น่าเบื่อ

2) กลวิธีการถ่ายทำด้วยการจัดฉาก (Setup) ในการถ่ายทำสารคดีบางเรื่อง อาจมีความยากลำบากและอุปสรรคต่าง ๆ ในการถ่ายทำ ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคลเดินเรื่อง สัตว์ที่ จะถูกถ่ายทำ สถานการณ์ที่เกิดขึ้น หรือแม้กระทั่งสถานที่ถ่ายทำก็ตาม ดังนั้นการนัดแนะตกลง ก่อนล่วงหน้า และลงมือทำการจำลองสถานการณ์เป็นเรื่องที่จำเป็น เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพและ เรื่องราวที่สมบูรณ์แบบ หากแต่จะต้องไม่จัดฉากที่ดูเกินจริงจนผิดหลักการของรายการสารคดี

กรณีนี้ตรงกับที่ Barley (2010) ได้เรียบเรียงคำสัมภาษณ์ของอดีตผู้ผลิตรายการ สารคดีชีวิตสัตว์ คริส พาล์มเมอร์ (Chris Palmer) เกี่ยวกับงานเบื้องหลัง อุตสาหกรรมการผลิตสาร คดีของประเทศอังกฤษไว้ว่า การจัดฉากในการถ่ายทำนั้นเป็นเรื่องที่จำเป็นมาก เนื่องจากทีมงาน ไม่มียงบประมาณมากพอที่จะสามารถเฝ้าถ่ายทำสัตว์ได้ตลอดเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพที่ต้องการ เพียงภาพเดียวและภาพสัตว์ป่าท่ามกลางบรรยากาศป่าจริง ๆ ที่ผู้ชมทุกคนได้เห็นนั้น ส่วนใหญ่มัก เป็นการจัดฉาก เช่นภาพหมาป่าที่กำลังเดินข้ามประเทศ ทีมงานได้เตรียมหมาป่าใส่กรงขังไว้ใน ฟาร์มแห่งหนึ่ง เมื่อถึงเวลาถ่ายทำก็ปล่อยหมาป่าเหล่านั้นออกมาเดิน และเทคนิคการจัดฉากเพื่อ ถ่ายภาพสัตว์กินซากศพ ทีมงานจะนำลูกกวาดไปซ่อนไว้ในซากศพ เมื่อถึงเวลาถ่ายทำก็จะปล่อย สัตว์ที่ชื่อหรือเข้ามาเข้าไปในฉาก สัตว์เหล่านี้เป็นสัตว์ที่ถูกเลี้ยงไว้โดยมนุษย์ ดังนั้นพวกมันจึงเดิน เข้าไปหาลูกกวาดกินตามนิสัยที่ถูกปลูกฝังมา หรือแม้กระทั่งในสารคดีเรื่องหมีของสถานีโทรทัศน์บี บีซี (British Broadcasting Corporation) ฉากหมีคลอเคลียก็ถูกถ่ายทำในสวนสัตว์

3) กลวิธีการถ่ายทำด้วยการทำซ้ำ (Re-act) เหมือนเดิมในสถานที่จริง เป็นกลวิธี การนำเสนอสารคดีอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพเดียวกันแต่หลายมุมมอง หรือเรียกอีกอย่าง ว่าการถ่ายทำซ้ำในกิจกรรมเดิมแต่เปลี่ยนมุมมองนั่นเอง ตามปกติการถ่ายทำภาพที่เหมือนกันใน หลายมุม จำเป็นต้องใช้งบประมาณในการเช่ากล้องถ่ายทำรายการหลายตัว การทำเช่นนี้ ก่อให้เกิดการสิ้นเปลืองงบประมาณการผลิต ดังนั้นกลวิธีนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อเป็นลูกเล่นให้ผู้ชมเกิด ความสนใจและติดตามสารคดีต่อไป เช่น ในการถ่ายทำเรื่องการล่าเหยื่อของปลาเสือพ่นน้ำ

ทีมงานจะนำเอาตัวเปลี่ยทาขาวและติดไว้บนใบข้าวในห้องถ่ายทำ จากนั้นจะจัดวางตำแหน่งกล้องในมุมที่ต้องการ เมื่อปลาเสียพ่นน้ำ พ่นน้ำมายังตัวเปลี่ย เปลี่ยก็จะไม่หลุดออกมาทำให้ปลาจำเป็นต้องพ่นอีกหลายครั้ง ทีมงานจะใช้เวลาช่วงนั้นเปลี่ยนมุมกล้อง จนได้ภาพตามที่ต้องการนั่นเอง

4) กลวิธีการสร้างจุดสะเทือนใจ บางเรื่องราวอาจมีจุดสะเทือนอารมณ์ผู้ชมแฝงอยู่ ผู้ผลิตรายการสารคดีจำเป็นต้องค้นหาให้พบ เมื่อพบแล้วจึงสามารถนำมาสร้างเป็นจุดสะเทือนอารมณ์ให้ผู้ชมคล้อยตามได้ โดยการสร้างอารมณ์นี้จะอยู่ช่วงไหนของเรื่องก็ได้ หากแต่สิ่งเดียวที่ต้องยึดถือ คือจุดสะเทือนใจจะต้องรับใช้หัวใจหรือแก่นของเรื่องอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ วีระศักดิ์ จันทรสังแสง (2561) ยังได้กล่าวถึงกลวิธีการสร้างสรรครายการสารคดีเพิ่มเติมอีกว่า บางครั้งจุดสะเทือนใจหรือจุดหักมุมของเรื่องไม่สามารถเกิดได้ในทุกเรื่องราว หากผู้ผลิตสารคดีคาดหวังสีสันของเรื่องเหล่านี้มากเกินไป รายการสารคดีที่เกิดขึ้นอาจจะไม่สมจริง เนื่องจากสารคดีบางเรื่องก็จำเป็นต้องเดินเรื่องด้วยความเรียบง่ายเพราะความเรียบง่ายนี้เองนับเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของรายการสารคดี

นอกเหนือจากกลวิธีการสร้างสรรครายการสารคดีแล้ว ธิรภาพ โฉมิตกุล (2552, น. 145-146) ยังได้อธิบายเรื่องกลวิธีการเดินเรื่องในงานสารคดีว่ามีหลักการอีก 6 ข้อดังนี้

1) กลวิธีการเดินเรื่องโดยใช้ตัวผู้เขียนบทสารคดีเป็นตัวเดินเรื่องเอง กลวิธีนี้มักใช้ในสารคดีประเภทบันทึกการเดินทาง หรือการนำเสนอเรื่องราวผ่านความรู้สึกของผู้เขียนบท ผ่านการใช้เสียงบรรยาย (Voice-over) ในการเดินเรื่องเพื่อบอกเล่าให้ผู้ชมทราบ

2) กลวิธีการเดินเรื่องโดยใช้บุคคลในพื้นที่ หรือบุคคลเจ้าของเรื่องเป็นตัวเดินเรื่อง

3) กลวิธีการเดินเรื่องโดยใช้บุคคลในประวัติศาสตร์เป็นตัวเดินเรื่อง

4) กลวิธีการเดินเรื่องโดยใช้รูปแบบจดหมายในการเดินเรื่อง การเดินเรื่องแบบนี้จะใช้ตัวผู้เขียนจดหมายและตัวผู้รับจดหมายในการเล่าและเดินเรื่องราวทั้งหมด

5) กลวิธีการเดินเรื่องโดยใช้เนื้อหาของสารคดีเดินเรื่องด้วยตัวของมันเอง ลักษณะนี้จะไม่มีการใช้ตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งมาเดินเรื่อง หากแต่ใช้สิ่งที่เป็นเรื่องหลักของสารคดีนั้นเดินเรื่องแทน เช่นการใช้เสือเป็นตัวเดินเรื่องในสารคดีชีวิตเสือ

6) กลวิธีการเดินเรื่องโดยการสร้างตัวละครหลัก (Actor) เป็นตัวเดินเรื่อง หรือเรียกอีกอย่างว่า สารคดีกึ่งละคร (Docu-drama) คือการนำเสนอเรื่องราวความจริงของเรื่อง

เกิดขึ้น แต่มีการสร้างตัวละครหลักขึ้นมาโดยอาศัยจินตนาการของผู้เขียนบท และนำมาผสมผสานลงไปในเรื่องเท็จจริงที่เกิดขึ้น

2.3 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting theory)

การกำหนดวาระข่าวสารนับเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพในการที่สื่อมวลชนจะใช้กำหนดโครงสร้างและประเด็นหลักต่อสังคม ดังเช่นที่อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547, น. 12-13) กล่าวไว้ว่า ธรรมชาติของสื่อมวลชนก่อนที่จะนำเสนอเรื่องราวใดออกสู่สาธารณชน สื่อมวลชนจำเป็นต้องทำการคัดเลือกประเด็นในการนำเสนอข่าวสารให้แก่สังคม หากเรื่องใดสื่อมวลชนมีการนำเสนอเผยแพร่แบบเน้นย้ำ บ่อยครั้ง เรื่องนั้นก็จะมีน้ำหนักจนกลายมาเป็นประเด็นใหญ่ของสังคมได้ หรือที่เรียกว่าวาระทางการเมืองและสังคม (Social and Political Agenda)

เชกเช่นที่ Cohen (1963) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า ตามปกติผู้รับสารมักจะเลือกสนใจเฉพาะเรื่องราวที่ตนเองชอบ มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่และเป็นประเด็นปัญหาเกี่ยวข้องกับตนเองเท่านั้น สื่อมวลชนอาจจะสามารถเบนความสนใจของผู้รับสารให้หันมารับรู้เรื่องราวที่ตนต้องการสื่อสารได้ด้วยการนำเสนอและเน้นให้เห็นความสำคัญของประเด็นปัญหาใหม่ ๆ หากสื่อมวลชนให้น้ำหนักในการนำเสนอเรื่องใดมาก ประชาชนก็มักจะให้ความสำคัญในเรื่องนั้นมากตามไปด้วย จากแนวคิดข้างต้นรัฐบาล เจ้าของพรรคการเมือง หรือเจ้าของสื่อสารมวลชนแขนงต่าง ๆ จึงสามารถใช้สื่อมวลชนที่ตนมีอยู่เป็นเครื่องมือในการยกประเด็นที่ต้องการจะสื่อสารออกไป ซึ่งจะสามารถสร้างผลดีให้เกิดแก่ตนเอง ขณะเดียวกันก็อาจจะส่งผลเสียต่อกลุ่มอื่นได้เช่นกัน

หากจะย้อนกลับไปถึงต้นกำเนิดของทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารแล้ว จะพบว่ามามีรากฐานมาจาก Lippmann (1921) ในหนังสือ Public Opinion ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า สิ่งที่สาธารณชนตอบสนองออกมานั้น มิได้เกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ที่ปรากฏอยู่ในสภาพแวดล้อมแห่งความเป็นจริง เนื่องจากสภาพแวดล้อมจริงที่เราเผชิญ มีความซับซ้อน กว้างใหญ่ และเปลี่ยนแปลงด้วยความรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา จนอาจทำให้ไม่สามารถรับมือกับความหลากหลายที่เกิดขึ้นได้ ดังนั้นมนุษย์จึงใช้สมองสร้างแบบจำลองใหม่ ๆ ขึ้นในหัว เพื่อให้ประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นดูเบาบางลง และเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์จริง โดยสิ่งที่เกิดขึ้นนี้เรียกว่าสภาพแวดล้อมเทียม

การจัดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนก่อให้เกิดผลที่ตามมาเสมอ ดังเช่นที่ Weaver (1996, pp. 46-47) ได้กล่าวถึงผลของการเลือกตั้งว่า หากสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวหรือประเด็นใดประเด็นหนึ่งเป็นพิเศษย่อมจะส่งผลกระทบต่อทางอ้อม อันเป็นเหตุให้ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งหันมาใส่ใจเรื่องนั้นตาม ยิ่งถ้าสื่อมวลชนเสนอประเด็นเหล่านั้นให้เข้าใจได้ง่ายก็จะสามารถกำหนดทิศทางความคิดและการตัดสินใจของประชาชนได้โดยอ้อมอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามความเชื่อและทัศนคติที่เป็นทุนเดิมของประชาชนย่อมเป็นตัวแปรหลักในการกำหนดว่าเขาจะเลือกเปิดรับ และรับรู้ประเด็นใดประเด็นหนึ่งนั่นเอง

ในขณะที่ McCombs (2004, p. 6) ได้อธิบายถึงผลการจัดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนว่า ภาพความจริงที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารเกิดจากข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งสื่อมวลชนได้นำเสนอ แต่ทั้งนี้การเลือกรับรู้ข่าวสาร ประชาชนจะเลือกรับแต่ในประเด็นที่ตนเองสนใจ หรือเรื่องราวที่มีข้อมูลขัดแย้งกับความคิดของตนเองในระดับที่ต่ำ หากแต่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะมีมาก ก็ต่อเมื่อประเด็นที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมีความสอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนในระดับสูงนั่นเอง

2.3.1 หน้าที่ของการจัดวาระข่าวสาร

การจัดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนนั้น สามารถสร้างวาระและเกิดผลกระทบต่อเนื่องได้มากมาย ดังเช่นที่สุรพงษ์ โสภนะเสถียร (2559, น. 506-508) ได้บอกไว้ว่าหน้าที่ของการจัดวาระข่าวสารสามารถแบ่งออกได้ 3 กระบวนการ

- 1) ในการนำเสนอเรื่องราวหรือประเด็นใดจากสื่อมวลชน มักจะมีการกำหนดหรือบ่งบอกประเด็นที่สำคัญที่สุดในการนำเสนอ หรือเรียกว่าหัวใจของเรื่องนั้นเสมอ เพื่อส่งผลต่อการสร้างความน่าสนใจและนำมาวิพากษ์วิจารณ์ต่อ จากการกำหนดวาระของสารที่สื่อออกไปนี้เองทำให้ในที่สุดจะกลายเป็นการกำหนดวาระจากสื่อ
- 2) หากวาระจากสื่อที่สื่อมวลชนกำหนดและเผยแพร่ออกไป มีผลกระทบต่อหรือเกี่ยวพันกับสาธารณชนทั้งทางตรงและทางอ้อม วาระสื่อนี้เองจะเปลี่ยนสถานะกลายเป็นวาระของสาธารณชนทันที
- 3) หากวาระของสาธารณชนนี้มีผลกระทบต่อผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายของภาครัฐ วาระนี้จะกลายเป็นวาระนโยบายของรัฐทันที ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้

เห็นได้ว่าทั้ง 3 วาระนี้มีผลผูกพันกันในลักษณะเชิงเส้นที่สวนไปมา วาระของสื่ออาจจะมีผลต่อความคิดและการกระทำของมวลชนจนเกิดเป็นวาระสาธารณะขึ้น และวาระสาธารณะนี้เองก็จะเป็นผลกระทบแบบลูกโซ่ไปยังวาระนโยบายของรัฐซึ่งมีอำนาจในการสั่งการ ตัดสินใจทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ในทางกลับกันวาระนโยบายของรัฐบางเรื่อง อาจหวังผลให้เกิดขึ้นกับสาธารณะ จึงจำเป็นต้องหวังผลจากการจัดวาระของสื่อด้วย เช่นสื่อมวลชนนำเสนอประเด็นต่อต้านการสร้างเขื่อน เนื่องจากมีส่วนในการทำลายธรรมชาติ (วาระจากสื่อ) ประชาชนซึ่งได้เสพข่าวนี้ รู้สึกเห็นด้วยและร่วมกันต่อต้าน (วาระสาธารณะ) เมื่อรัฐบาลเห็นพลังมหาชน จึงกลับไปทบทวนผลได้ผลเสีย ในที่สุดจึงสั่งระงับการสร้างเขื่อน (วาระนโยบายของรัฐ)

ทั้งนี้ระดับความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดวาระข่าวสารยังมีปัจจัยให้คำนึงอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความรุนแรง คุณค่าหรือความสำคัญของข่าวที่มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของมวลชน ขนาดและจำนวนของประชากรที่เข้าถึงในการรับสารนั้น ๆ รวมถึงอายุของข่าวสารที่ถูกนำเสนอตั้งแต่เกิดเหตุการณ์จนจบ ยิ่งข่าวสารใดถูกนำเสนอและมีอายุที่ยาวนานก็สามารถมีคนเสพและเข้าถึงเยอะเท่านั้น ทำให้โอกาสและคุณค่าของข่าวสารมีมากขึ้นตามลำดับ การจัดวาระข่าวสารนั้นก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จเช่นกัน

นอกเหนือจากทั้ง 3 วาระข้างต้นที่กล่าวไปแล้ว การจัดวาระข่าวสารยังมีปัจจัยภายนอกที่สามารถส่งผลกระทบได้อีก เช่นบุคคลสำคัญ ผู้นำทางความคิดที่มีผลต่อการปลุกกระดมและเปลี่ยนแปลงทัศนคติของมวลชน หรือแม้แต่เจ้าของกิจการสถานีโทรทัศน์หรือผู้อุปถัมภ์รายการ ดังนั้นหากผู้ที่มีอำนาจปกครองสื่อและปัจจัยภายนอกร่วมมือกันกำหนดวาระข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ย่อมจะเกิดประสิทธิผลต่อประชาชนในวงกว้างได้

2.3.2 การวางตำแหน่งของข่าวสาร

การจัดวาระข่าวสารนั้นตั้งอยู่บนแนวความคิดที่ว่า สื่อมวลชนตั้งใจนำเสนอเรื่องราวหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งการคาดหวังจะให้เรื่องนั้นเกิดผลได้ ย่อมต้องอาศัยการวางตำแหน่งของข่าวสาร รวมถึงการทู่เมเน้นย้ำ หรืออัดฉีดข่าวสาร (Priming) เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้มากที่สุด อันจะหวังผลให้เกิดขึ้นจริงได้ โดยสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2559, น. 510-511) ได้อธิบายความหมายของการวางตำแหน่งของสารไว้ดังนี้

1) การจัดวาระของสื่อเป็นตัวกำหนดให้มวลชนเห็นภาพที่เกิดขึ้นในสังคม รวมทั้งกำหนดให้ประชาชนรับรู้ว่าจะมีสังคมที่ตนอยู่เป็นอย่างไร มีการเคลื่อนไหวสำคัญอะไรบ้าง เรื่องใดต้องการเน้นย้ำและให้ความสำคัญจึงจำเป็นต้องมีการอัดฉีดข่าวสารในปริมาณที่ค่อนข้างมาก เช่นการนำเสนอความคืบหน้าของปัญหาการแตกแยกความคิดทางการเมืองของสังคมในทุกวัน

2) ความชัดเจนและแข็งแรงในการนำเสนอข่าวสาร ข่าวสารที่ได้รับการนำเสนอด้วยความรวดเร็วและถูกต้องนับว่าเป็นข่าวสารที่มีแต้มต่อ แต่หากนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เรื่องนั้นมักจะกลายเป็นวาระที่ทรงพลังมากกว่าการนำเสนอประเด็นปัญหา เช่นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับครูที่ตกเป็นผู้ต้องหาโกงสลากกินแบ่งรัฐบาล ย่อมอยู่ในความสนใจมากกว่าข่าวปัญหาน้ำเสียในกรุงเทพมหานคร

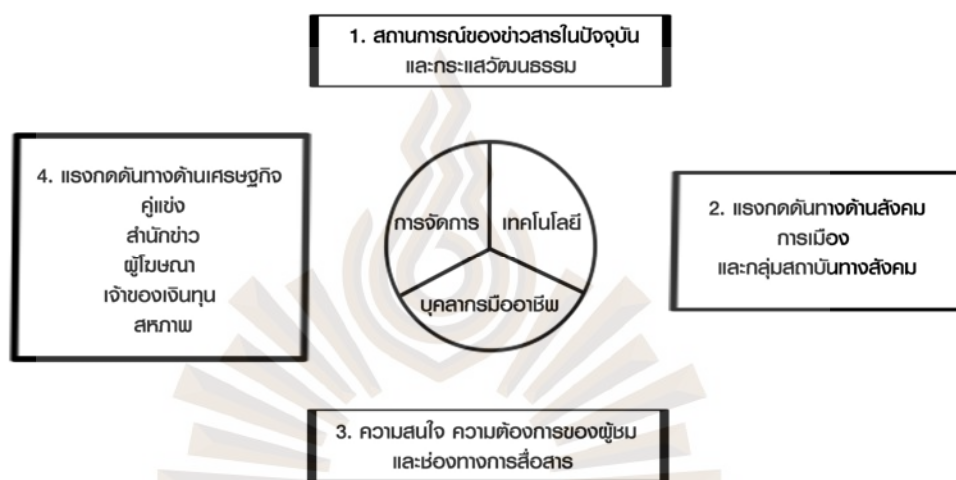
3) การวางตำแหน่งพาดหัว หรือการนำเสนอเรื่องราวใดในอันดับแรก ย่อมส่งผลต่อความสนใจของผู้รับสารมากกว่า เนื่องจากการวางพาดหัวจะมีลักษณะตัวใหญ่ อ่านง่าย เด่นชัด กระชับ และเข้าใจง่าย เช่นเดียวกับการนำเสนอเรื่องใดเป็นเรื่องแรก ผู้รับสารมักจะคุ้นเคยกับตำแหน่งเหล่านี้เป็นอย่างดีและมักจะให้คุณค่ามากกว่าข่าวสารเรื่องที่รองลงมา

4) ผู้รับสารมักจะเลือกรับเฉพาะเรื่องที่เข้าใจได้ง่ายเป็นอันดับแรก สื่อมวลชนจึงต้องวางตำแหน่งการนำเสนอให้ดี ร่วมกับการนำเสนอแบบเน้นย้ำ เข้าใจง่าย เนื่องจากผู้รับสารจะไม่สามารถประเมินเรื่องราวที่ซับซ้อนได้ อาจจะนำมาซึ่งการละเลย ไม่สนใจวาระข่าวสารนั้น

2.4 แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการหรือการทำงานของสื่อสารมวลชน (The Media Organization in a Field of Social Forces)

การสร้างสรรค์รายการของสื่อมวลชน นอกเหนือจากความสามารถในการผลิตของบุคลากร การคัดเลือกกลวิธีการสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับเนื้อหา รูปแบบและผู้ชมรายการแล้วยังมีปัจจัยอีกมากมายทั้งปัจจัยภายในองค์กรเองและปัจจัยภายนอกองค์กร ที่สามารถสร้างผลกระทบต่อการทำงานสร้างสรรค์รายการนั้น ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตรายการสารคดี ซึ่งถือเป็นรายการที่มีผู้ชมเฉพาะกลุ่ม จำนวนไม่มากนัก ดังนั้นสถานีโทรทัศน์หรือองค์กรที่ผลิตรายการประเภทนี้จึงจำเป็นต้องเรียนรู้และปรับตัว เพื่อรับมือกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยเหล่านั้น

ปัจจัยทั้งหมดข้างต้นได้ถูกอธิบายภายใต้แนวคิดของ McQuail (1994, pp. 190-191) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการหรือการทำงานของสื่อมวลชน (The Media Organization in a Field of Social Forces) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์กร มักเกิดจากแรงกระตุ้นและผลักดันจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กรนั้น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานของสื่อมวลชนแบ่งได้ดังนี้



รูปที่ 2.2 แผนภาพปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรสื่อมวลชน

ที่มา : McQuail, 1994

จากรูปที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานของสื่อมวลชน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

2.4.1 ปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กร หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในตัวองค์กร ซึ่งองค์กรสามารถจัดการและควบคุมได้ด้วยตนเอง ประกอบด้วย

1) ปัจจัยทางด้านการจัดการ (Management) คือระบบที่องค์กรได้วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การบริหารจัดการองค์กรและงาน ระบบควบคุมการสั่งงานในองค์กร รวมไปถึงการบริหารงานบุคลากร ทรัพยากรและรายได้ขององค์กร ซึ่งในส่วนของการบริหารจัดการทรัพยากร

นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ องค์กรสาธารณะที่มุ่งเน้นทำกิจการเพื่อสาธารณประโยชน์ และองค์กรที่ตั้งขึ้นเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรง

2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technical) ปัจจัยนี้ส่งผลต่อการผลิตโดยตรง หากองค์กรสื่อสารมวลชนใดมีอุปกรณ์ในการผลิตที่มีคุณภาพ ปริมาณเพียงพอต่อการใช้งาน รวมถึงมีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา องค์กรนั้นจะสามารถประสบความสำเร็จล้ำหน้าผู้อื่น เนื่องจากเทคโนโลยีมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของรายการที่ผลิต ช่วยเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความน่าสนใจให้กับรายการโทรทัศน์ได้

3) ปัจจัยด้านบุคลากรมืออาชีพ (Media Professional) ในสายงานการผลิตรายการโทรทัศน์ คือพนักงานหรือผู้สร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ เช่นผู้ควบคุมการผลิต ผู้สร้างสรรค์รายการ ผู้ประสานงาน เป็นต้น หากบุคลากรเหล่านี้มีทักษะความสามารถและประสบการณ์ที่ดี ตรงกับประเภทรายการที่ผลิต รวมทั้งมีจรรยาบรรณในการเป็นผู้ผลิตรายการที่ดี ก็จะสามารถสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้ออกมามีคุณภาพน่าสนใจ อันจะส่งผลดีต่อตัวองค์กรนั่นเอง

2.4.2 ปัจจัยภายนอกองค์กร

ปัจจัยภายนอกองค์กร หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กรสื่อสารมวลชน โดยปัจจัยนี้จะส่งผลกระทบต่อภารกิจงานขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบด้วย

1) สถานการณ์ของข่าวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรม (Event Plus Constant Information and Culture Supply) องค์กรใดมีการปรับตัวให้ทันสมัย รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและหยิบจับมาประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการนำเอาวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณีที่นิยมมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ก็จะสามารถยกระดับกลายเป็นผู้นำและได้รับความนิยมจากผู้ชมได้

2) แรงกดดันทางด้านสังคมและการเมือง (Social and Political Pressures) ในการผลิตรายการโทรทัศน์มีปัจจัยภายนอกมากมายที่เข้ามาควบคุมองค์กรและส่งผลกระทบต่อรายการสร้างสรรค์เนื้อหารายการ อาทิการควบคุมโดยกฎหมายหรือพระราชบัญญัติต่าง ๆ นโยบายของภาครัฐบาล แนวทางทางการเมืองในขณะนั้น การเซ็นเซอร์เนื้อหา (Sensor) จากคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) รวมถึงการรวมกลุ่มของสถาบันทางสังคมเพื่อทำการคัดค้าน เรียกร้องเกี่ยวกับวิถีการปฏิบัติงานขององค์กรสื่อมวลชน

3) ความสนใจ ความต้องการของผู้ชมและช่องทางการสื่อสาร (Distribution Channels and Audience Interest / Demand) ปัจจัยข้อนี้ยึดถือผู้ชมรายการโทรทัศน์เป็นหลัก ความสนใจและความต้องการของผู้ชมในการรับชมรายการที่ตนชื่นชอบ นับเป็นกุญแจไขไปสู่ความสำเร็จขององค์กร หากองค์กรใดผลิตรายการออกมาได้ตรงกับรสนิยม ความพึงพอใจของผู้ชม องค์กรนั้นจะประสบความสำเร็จทั้งเรื่องของความนิยมรายการและรายได้ รวมไปถึงการมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อตอบรับกับวิธีการรับชมของผู้ชมที่แตกต่างกัน ก็สามารถสร้างผลกระทบได้เช่นกัน

4) แรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Pressures) คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ภาพรวมของเศรษฐกิจที่องค์กรสื่อสารมวลชนนั้นตั้งอยู่ ประกอบด้วย

4.1) คู่แข่ง (Competitors) การผลิตรายการโทรทัศน์ของทุกองค์กรย่อมต้องมีการศึกษารายการคู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน เพื่อทำการประเมินข้อดี ข้อด้อยของคู่แข่ง และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการวางแผนผลิตรายการของตน เพื่อให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตออกมามีคุณภาพ ตรงใจผู้ชม และได้รับความนิยมมากที่สุด

4.2) สำนักข่าวต่าง ๆ (News / Information Agencies) คือ หน่วยงานที่ให้บริการด้านข่าวสาร ซึ่งมีทั้งสำนักข่าวในประเทศและต่างประเทศ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากสำนักข่าวเหล่านี้จะมีประโยชน์ในการเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์ให้ทันยุคสมัย และโดนใจผู้ชมมากที่สุด

4.3) ผู้โฆษณา (Advertisers) นับเป็นปัจจัยที่สร้างผลกระทบต่อองค์กรสื่อสารมวลชนโดยตรง เนื่องจากเป็นแหล่งเงินทุนที่หล่อเลี้ยงการผลิตรายการโทรทัศน์ หากรายการใดได้รับความนิยมสูง ผู้โฆษณามักจะนำสินค้าหรือบริการของตนมาโฆษณาในช่วงเวลานั้น เท่ากับว่าองค์กรก็จะได้รับรายได้สูงตามไปด้วย

4.4) เจ้าของเงินทุน หรือเจ้าของรายการ (Owners) คือผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดทิศทางและควบคุมเนื้อหาของรายการให้เป็นไปอย่างที่ตนต้องการ อาจหมายถึงเจ้าของสถานีโทรทัศน์ หรือผู้สนับสนุนเงินทุนในการผลิตของสถานีโทรทัศน์นั้น

4.5) สมาคมหรือสหภาพ (Unions) คือ กลุ่มบุคคลที่มีหน้าที่ในการให้เงินทุนสำหรับการผลิตรายการเพียงอย่างเดียว โดยไม่ได้ดำรงตำแหน่งเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์

นอกเหนือจากปัจจัยภายในและภายนอกข้างต้น ชวัล เกษมเนตร (2557, น. 21-22) ยังได้สรุปปัจจัยเพิ่มเติมที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบ และอายุในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์ โดยแบ่งได้ดังนี้

1) นโยบายของสถานี หมายถึงจุดยืนที่แต่ละสถานีโทรทัศน์ได้กำหนดไว้ รูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างกัน รวมถึงประเภทและสัดส่วนของรายการโทรทัศน์ก็จะถูกกำหนดไว้ในอัตราส่วนที่แตกต่างกันด้วย เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส กำหนดตนเองเป็นสื่อสาธารณะ ดังนั้นรายการส่วนมากของสถานีจึงมุ่งเน้นรายการที่สร้างสรรค์สังคม

2) การแข่งขันของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เนื่องจากรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์มาจากค่าโฆษณา รายการที่ไม่สามารถเรียกความนิยมรายการได้ ก็จะไม่มีการสนับสนุนส่งผลให้รายการนั้นไม่สามารถหารายได้มาเลี้ยงตัวเองจึงอาจทำให้หลุดผังรายการของสถานีได้

3) ระบบการเมืองการปกครองที่รัฐบาลมีสิทธิเข้าถึงสื่อมวลชนได้อย่างเต็มที่ตามมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ทำให้บางรายการที่ถูกมองว่ามีเนื้อหาอ่อนแอ ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อาจมีวงจรชีวิตที่สั้น

4) ช่องทางการเข้าถึงสื่อที่หลากหลายของผู้ชม ปัจจุบันผู้ชมสามารถเข้าถึงสื่อได้มากมายหลายชนิดทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันต่าง ๆ อาทิ ยูทูบ (Youtube) ไลน์ทีวี (Line TV) ซึ่งสื่อเหล่านี้ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องปรับกลยุทธ์การออกอากาศ โดยเพิ่มช่องทางการออกอากาศให้หลากหลายขึ้นตามสื่อต่าง ๆ ที่ระบุข้างต้น

5) วิถีชีวิตและอุปนิสัยการเสพสื่อของผู้ชมที่เปลี่ยนไป นอกเหนือจากการเข้าชมตามประเภทของสื่อที่เพิ่มขึ้นแล้ว จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศนี้เอง ทำให้ผู้ชมสามารถชมรายการโทรทัศน์ที่ไหน เวลาใดก็ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องศึกษานิสัยและความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายให้ละเอียด รอบคอบก่อนการผลิตรายการทุกครั้ง

2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร

การผลิตรายการโทรทัศน์มีองค์ประกอบมากมายที่จะนำพารายการไปสู่ความสำเร็จ แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ผลิตไม่สามารถมองข้ามไปได้เลย นั่นคือผู้บริโภคหรือผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย เพราะหากรายการใดสามารถเข้าไปยึดครองหัวใจของผู้ชม ก็เป็นเครื่องการันตีได้ว่ารายการนั้นจะมีชีวิตที่ยืนยาวไปด้วย ซึ่งสิ่งที่ผู้ผลิตต้องนำมาใช้เป็นปัจจัยหลักในการศึกษาเรื่องนี้คือ พฤติกรรมผู้บริโภค

นั่นเอง โดย Engel, Blackwell, and Miniard (1990, p. 3) ได้ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำอันใดก็แล้วแต่ ที่เกี่ยวพันโดยตรงกับการได้มาซึ่งการบริโภค ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ รวมไปถึงกระบวนการกระทำทั้งก่อนและหลังการได้มาของสิ่งเหล่านั้น

อาร์ม คุดมไพจิตรกุล (2547, น. 85) ได้ให้ความหมายไว้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การที่แต่ละบุคคลตัดสินใจทำกิจกรรมในการแสวงหา ซื้อและใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการ / รายการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งทางด้านกายและจิต

ศุภร เสรีรัตน์ (2540, น. 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจของมนุษย์ที่มีผลต่อพฤติกรรมจัดซื้อสินค้า บริการ / การสนใจเลือกชมรายการโทรทัศน์ ผ่านการแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจจะเป็นเงินหรือเวลา โดยหมายความรวมถึงกระบวนการก่อนหน้าและหลังจากการตัดสินใจทำไปแล้ว

นอกจากนี้ ยุทธนา ธรรมเจริญ (2558, น. 9) ยังได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า คือกิจกรรมหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าหรือบริการ / ชมรายการโทรทัศน์ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้ตนเองสมตามความมุ่งหวัง

จากความหมายทั้งหมดข้างต้นพอที่จะสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเครื่องมือหลักในกำหนดทิศทางการซื้อ การใช้บริการหรือการเลือกชมรายการโทรทัศน์ของผู้บริโภคว่าจะตัดสินใจซื้อ ใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งชมรายการโทรทัศน์แบบใด เมื่อไหร่ ด้วยวิธีไหน ทั้งนี้สิ่งที่ผู้บริโภคเลือกมักจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของตัวเองเป็นอันดับแรก โดยแต่ละคนก็จะมี ความชอบที่แตกต่างกันไป แต่ในการเลือกของผู้บริโภคนั้น มักได้รับอิทธิพลโดยตรงจาก กระบวนการทางจิตซึ่งอรรถ มณีสงฆ์ (ม.ป.ป.) ได้กล่าว 5 ประการดังนี้

1) แรงจูงใจ (Motivation) การเกิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า / ชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชมมักเกิดจากสิ่งจูงใจต่าง ๆ ซึ่งสิ่งจูงใจเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละคน ดังนั้นผู้ผลิตสินค้า / รายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องศึกษาและวิจัยว่ากลุ่มเป้าหมายของตนต้องการอะไร จึงจะเลือกสิ่งจูงใจมาใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างถูกต้อง

2) การรับรู้ (Perception) ปกติแล้วผู้บริโภค / ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะเลือกรับรู้ และตีความเฉพาะสิ่งที่สิ่งกระตุ้นที่สอดคล้องต่อความเชื่อ ทัศนคติ ความต้องการและ

ประสบการณ์ของตนเองเท่านั้น นับเป็นกลไกตามธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่จะรับรู้แค่บางสิ่ง เพื่อป้องกัน ความสับสนที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องศึกษาว่าผู้บริโภครายการ / ผู้ชมเป้าหมายของรายการโทรทัศน์ชอบ ไม่ชอบสิ่งใด นอกเหนือจากเนื้อหาที่จะนำเสนอแล้ว ผู้นำเสนอ (Presenter) ในโฆษณา / พิธีกรรายการโทรทัศน์ก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน ผู้ผลิตจำเป็นต้องเลือกให้เหมาะสมกับเนื้อหาและรสนิยม ความชื่นชอบของผู้ชม เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่ทรงประสิทธิภาพนั่นเอง

3) การเรียนรู้ (Learning) สิ่งนี้สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ผู้ผลิตจะต้องใช้วิธีโฆษณาซ้ำ ๆ / ออกอากาศโฆษณาโปรโมทรายการซ้ำ ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดพฤติกรรมหันมาสนใจมากขึ้นจนเกิดการซื้อสินค้า / ชมรายการ การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้จากตัวเอง ด้วยการลองใช้สินค้าจริง / ชมรายการ เมื่อได้รับผลดี ถูกใจก็จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกลายเป็นลูกค้าประจำ หรือเกิดการเรียนรู้ด้วยคำบอกเล่าของบุคคลอื่น เช่นเพื่อนสนิทได้ใช้สินค้า / ชมรายการแล้วนำมาบอกต่อว่าดีนั่นเอง

4) ความเชื่อ (Believe) คือสิ่งที่อยู่ในความคิดของผู้บริโภค / ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีผลมาจากประสบการณ์ในอดีต โดยความเชื่อบางเรื่องอาจจะไม่มีเหตุผล เช่นคนไทยเชื่อเรื่องวิญญาณ ผีสงนางไม้ หากรายการสารคดีนำเรื่องเหล่านี้มานำเสนอ ผู้ชมส่วนมากก็จะให้ความสนใจและเฝ้าติดตามชม รวมทั้งให้ความเชื่อถือ สนใจต่อรายการนั้น ๆ ทั้งนี้อาจจะขยายผลไปถึงความเชื่อและความชื่นชอบที่มีต่อรายการอื่น ๆ ของสถานีโทรทัศน์ช่องนั้นด้วย

5) ทศนคติ (Attitude) ผู้บริโภค / ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่บวกก็ลบเสมอ เช่นผู้บริโภคอาจจะไม่ชอบกินผงชูรส เพราะคิดว่าอันตรายต่อสุขภาพ จึงเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ผู้ผลิตโฆษณาจำเป็นต้องเปลี่ยนแนวทางการนำเสนอจากการนำเสนอตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าแทน หรือคนไทยมีทัศนคติต่อผู้หญิงที่กล้าแสดงออกทางความคิดแบบสุดโต่งว่าไม่เหมาะสม ดังนั้นรายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องเลือกพิธีกรและแขกรับเชิญให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้ชมโดยรวม จึงจะทำให้ผู้ชมเกิดการยอมรับและรับชมรายการ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ / รายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ในทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายมากกว่าการพยายามเปลี่ยนทัศนคติของพวกเขา

รายการโทรทัศน์นับเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้ผลิตต้องการให้ผู้ชมรายการหันมาสนใจรับชมจนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการรับชมอย่างต่อเนื่อง อันจะสร้างความนิยมรายการและนำมาซึ่งเม็ดเงินจากผู้สนับสนุน ทำให้รายการนั้น ๆ สามารถมีชีวิตรอดต่อเนื่องยาวนานได้ รายการโทรทัศน์จึง

จำเป็นต้องถูกผลิตขึ้นให้โดนใจผู้ชม โดยมักจะผลิตอยู่บนพื้นฐานของสิ่งดึงดูดใจตามที่ Bovee (1995 อ้างถึงใน ดารา ทีปะปาล, 2555) ได้อธิบายถึงสิ่งดึงดูดใจในการโฆษณา / รายการโทรทัศน์ เป็น 2 ประเภทคือ

1) สิ่งดึงดูดใจด้านเหตุผล (Logical Appeals) เป็นการสร้างสรรค์โดยอยู่บนพื้นฐานการเชื่อมโยงสมองกับความคิดของผู้รับสาร สิ่งดึงดูดใจข้อนี้จะเป็นการยกเอาลักษณะพิเศษ ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น หรือความสามารถเด่นของผลิตภัณฑ์ / รายการโทรทัศน์นั้นออกมาแสดงเพื่อชักจูงให้ผู้รับสารสนใจ

2) สิ่งดึงดูดใจด้านอารมณ์ (Emotional Appeals) หลักในการสร้างสรรค์แบบนี้จะ ใช้การจูงใจผู้รับสารด้วยเชื่อมโยงระหว่างหัวใจกับความรู้สึกของผู้รับสารเอง สิ่งดึงดูดใจนี้มุ่งเน้นการสร้างอารมณ์เพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกคล้อยตาม จนกระทั่งเกิดความพึงพอใจในอันที่จะอยากครอบครองหรือรับชมสารนั้นอย่างเป็นทางการ

ปกติแล้วรายการโทรทัศน์ที่เราเข้าชมกัน จะประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจทั้ง 2 ข้อข้างต้นเสมอ แต่การสร้างสิ่งดึงดูดใจที่นิยมใช้เพื่อหวังผลทางการตลาด สามารถแยกย่อยออกมาได้อีก 6 ลักษณะ ดังที่ดารา ทีปะปาล (2555) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1) การดึงดูดใจด้วยราคาหรือคุณค่า (Price or Value Appeals) เป็นการเน้นย้ำให้ผู้บริโภคเห็นถึงราคาที่ถูกลงของผลิตภัณฑ์ แต่ผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องมีคุณภาพที่ดีเช่นกัน หากเช่นรายการโทรทัศน์จะสามารถเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมได้ ย่อมต้องมีคุณภาพของเนื้อหาและการผลิตที่ดีเช่นกัน

2) การดึงดูดใจด้วยดาราและบุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง (Star Appeals and Testimonials) ประเทศต่าง ๆ ในแถบเอเชียมักนิยมใช้การจูงใจแบบนี้ เนื่องจากบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่นดารา นักแสดง นักร้อง ฯลฯ มักเป็นที่นิยมชมชอบของผู้ชมอยู่แล้ว การออกมากำรันทวี จูงใจของพวกเขาจึงมีอิทธิพลทำให้ผู้ชมเกิดความคิดเห็นคล้อยตาม จนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการซื้อ / ชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีคนดังในดวงใจของผู้ชมร่วมอยู่

3) การดึงดูดใจด้วยความกลัว (Fear Appeals) การดึงดูดใจแบบนี้เน้นเรื่องอารมณ์เป็นหลัก ด้วยการยกตัวอย่างให้ผู้ชมเกิดความกลัวพร้อมกลับเสนอทางออก เพื่อหลีกเลี่ยงและป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากความกลัวนั้น เช่นการโฆษณายาสีฟัน ที่แสดงภาพฟันผุ แต่หลังจากใช้ยาสีฟันชนิดนี้แล้ว อาการต่างๆ ก็จะทุเลาขึ้น รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเอาเรื่องราวการปฏิบัติงานของอาสาสมัครจับกุมอาชญากร ซึ่งผู้ชมส่วนมากจะกลัว ไม่เข้าใกล้

ไม่ยากพบเจอ แต่รายการก็ได้เสนอทางออกว่า หากใครพบงูเข้าบ้าน สามารถติดต่อทีมงานนี้ไปจับได้โดยไม่เสียค่าบริการ อย่างไรก็ตามการดึงดูดใจแบบนี้ไม่ควรนำเสนอเรื่องราวที่รุนแรงมากเกินไป เพราะอาจทำให้ผู้ชมโกรธ ไม่พอใจ จนถึงขั้นเลิกติดตามโฆษณาหรือรายการโทรทัศน์รายการนั้นอีก

4) การดึงดูดใจด้วยอารมณ์ทางเพศ (Sex Appeals) นับเป็นวิธีการดึงดูดใจที่ประสบความสำเร็จ และทำให้ผลิตภัณฑ์ / รายการโทรทัศน์รายการนั้นเข้าไปอยู่ในความทรงจำของผู้ชมได้เสมอ เนื่องจากเพศชายเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบเรื่องทางเพศจึงสามารถเรียกร้องความสนใจได้ไม่ยาก ขณะเดียวกันเพศหญิงก็มักจะชอบดูและถวิลหาความสวยงามแบบนั้นให้มาอยู่ที่ตัวเอง จึงมักพบเห็นวิธีการดึงดูดใจแบบนี้ตามหน้าจอโทรทัศน์และสื่อทุกประเภทอยู่เป็นเนือง

5) การดึงดูดใจด้วยการจูงใจจิตใต้สำนึก (Subliminal Advertising) สื่อจะใช้การเข้ารหัส (Decoding) ผ่านสัญลักษณ์ หรือคำพูดในระยะเวลาสั้น ๆ และบ่อยครั้งที่สุด เพื่อให้ลงไปฝังอยู่ในจิตใต้สำนึกของผู้รับสาร เมื่อจิตใต้สำนึกเกิดการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ตัวนั้น ก็จะมีการจูงใจให้แสดงพฤติกรรมที่ผู้ผลิตต้องการออกมา เช่นเกิดการซื้อสินค้า / ชมรายการโทรทัศน์นั้น แต่การดึงดูดใจในลักษณะนี้ยังไม่สามารถหาหลักฐานความสำเร็จมาสนับสนุนได้มากนัก

6) การดึงดูดใจด้วยความแปลกใหม่ (Novelty Appeals) ผู้ผลิตมักจะใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ แนวโน้ม ไม่ซ้ำใครเพื่อผลิตโฆษณา / รายการโทรทัศน์ให้ออกมาเรียกร้องความสนใจจากผู้ชม ซึ่งการดึงดูดใจชนิดนี้มักจะได้ผล จึงนิยมนำมาใช้ในกระบวนการผลิตสื่อ

นอกจากการดึงดูดใจ 6 ข้อที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการดึงดูดใจอีกประเภทที่นิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย นั่นคือการดึงดูดใจด้วยการใช้อารมณ์ขัน (Humor Appeals) ซึ่งธีรพันธ์ โล่ทองคำ (2557) ได้อธิบายไว้ว่า สาเหตุที่การดึงดูดใจด้วยการใช้อารมณ์ขันเป็นที่นิยม เนื่องจากปัจจุบันมนุษย์หรือผู้ชมมีความเครียดจากการเผชิญปัญหานานาชนิด ทั้งเรื่องงาน เรื่องส่วนตัว ความเป็นอยู่ ฯลฯ ผู้ชมทุกคนจึงอยากหาทางออกเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งเหล่านี้ อารมณ์ขันและความสนุกสนานจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการ ที่สำคัญการดึงดูดใจแบบนี้ช่วยสร้างความเพลิดเพลินจนทำให้ผู้ชมเกิดความสบายใจและจดจำเนื้อหาของสารที่ผู้ผลิตส่งไปให้อย่างแม่นยำ การดึงดูดใจแบบนี้มักจะได้ผลดีกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงานเท่านั้น โดยในการสร้างอารมณ์ขันมีสิ่งที่จะต้องพึงระลึก 3 สิ่ง นั่นคือ

1) อารมณ์ขันที่สร้างขึ้น จำเป็นจะต้องดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ดูโฆษณา / รายการโทรทัศน์นั้นให้ได้ (Watch)

2) ต้องสามารถสร้างเสียงหัวเราะและรอยยิ้มของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง (Laugh and Laugh)

3) เมื่อผู้ชมชมแล้ว ต้องเกิดการจดจำในโฆษณา / รายการโทรทัศน์นั้น (Remember)

พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นนับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องศึกษา วิจัยให้ครบถ้วนรอบด้าน เพื่อทราบถึงสิ่งดึงดูดใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของตนว่า ชื่นชอบสิ่งเราแบบไหน เพื่อนำเอาสิ่งดึงดูดใจเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนารายการให้ตรงใจผู้ชมได้ในที่สุด

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับงานวิจัยเรื่อง กลวิธีการสร้างสรรคิตรายการอึ่งทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีดังนี้

อังกูร ตะวันวง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการนำเสนอรูปแบบสารคดีเชิงละคร ในรายการสารคดีเชิงข่าวเรื่องจริงผ่านจอ พบว่ารายการเรื่องจริงผ่านจอมีกระบวนการนำเสนอที่เร้าอารมณ์ผู้ชมเป็นหลัก โดยเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับการเตือนภัยสังคม ภัยที่อยู่ใกล้ตัวผู้ชมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายบริษัทในการให้ความสำคัญต่อเรื่องที่เป็นประโยชน์แก่สังคมจากประเด็นที่ใกล้ตัวผู้ชมรายการมากที่สุด

เทคนิคการนำเสนอรายการที่เร้าอารมณ์ผู้ชมนั้นอยู่ในทุกขั้นตอนของการผลิต ตั้งแต่การลงพื้นที่ถ่ายทำ ณ จุดเกิดเหตุเพื่อความสมจริง การสัมภาษณ์ผู้ประสบเหตุและผู้เห็นเหตุการณ์ การใช้เสียงพากย์ที่เร้าอารมณ์ รวมถึงการเสริมสร้างบรรยากาศอันน่าตื่นเต้นผ่านละครโทรทัศน์ที่มีการเพิ่มเติมเทคนิคพิเศษทางด้านเสียง สี แสง ด้วยการตัดต่อแบบเร่งจังหวะ หรือชะลอภาพให้ช้าลง อีกทั้งยังมีการจัดฉาก แต่งเติมเรื่องราวเพื่ออธิบายข้อเท็จจริงของเรื่องให้ชัดเจนที่สุด ผลจากการวิเคราะห์พบว่า การใช้คลิปจากเหตุการณ์จริงเป็นสิ่งเร้าอารมณ์ผู้ชมได้มากที่สุด

สำหรับกลุ่มผู้ชมตัวอย่างนั้น สิ่งที่ชื่นชอบในอันดับแรกของตัวรายการ คือการนำเสนอเนื้อหาด้านการเตือนภัย กลุ่มผู้ชมรับรู้ความตื่นเต้นจากเทคนิคต่าง ๆ เช่น มุมกล้อง ดนตรี การบรรยาย บทสัมภาษณ์และการจำลองเหตุการณ์ อีกทั้งผู้ชมยังสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ผลิต

รายการผ่านสื่อออนไลน์ เช่นเฟสบุ๊กแฟนเพจรายการหรือยูทูปของรายการ ส่วนนี้เองส่งผลดีต่อผู้ผลิตในแง่ที่สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเลือกประเด็นในการผลิตให้ถูกใจผู้ชมต่อไป

ชวัล เกษมเนตร (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์ “เอสเอ็ม อี ดีแตก” และผลกระทบที่มีต่อธนาคารกสิกรไทยและผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมรายการ พบว่ากลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับนำเสนอรายการนี้อยู่ด้วยกัน 7 ประการ คือ 1) รูปแบบการนำเสนอรายการควรเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความจำเป็น หรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักและต้องใช้สื่อเพื่อให้รายการเข้าถึงผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย 2) การเลือกประเด็นหรือธุรกิจที่จะนำเสนอผ่านรายการต้องเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมเป้าหมาย 3) ผู้ดำเนินรายการ หรือพิธีกรต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับรูปแบบรายการ 4) กรรมการผู้ตัดสินต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับการยอมรับในวงกว้าง 5) ภาษาที่ใช้ในรายการ ต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไป 6) ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ เพื่อป้องกันความน่าเบื่อที่อาจเกิดขึ้น และ 7) การประเมินความสำเร็จของรายการ จำเป็นต้องใช้วิธีการที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือ

สำหรับผลกระทบของรายการที่มีต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ธุรกิจของผู้เข้าร่วมรายการนั้นมีทั้งผลดีและผลเสีย คือกิจการเป็นที่รู้จัก มีลูกค้าหลังไหลเข้ามาอุดหนุนไม่ขาดสาย ในขณะที่บางรายอาจประสบปัญหาในการรักษามาตรฐานสินค้าหรือบริการของตนให้ได้ดังเดิม ส่วนผู้สนับสนุนรายการคือธนาคารกสิกรไทยได้รับผลดีคือ สามารถสร้างแบรนด์และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ได้ ที่สำคัญยังได้รับข้อมูลความต้องการด้าน SME เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์การเงินของตนต่อไป

อุไรภรณ์ ทองนอก (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ : กรณีศึกษารายการ Princess Diary ทางสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ ทีวี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการ ตลอดจนแนวคิดและกระบวนการผลิตรายการทุกขั้นตอน พบว่ามีปัจจัยอยู่หลายประการ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบและส่งผลต่อคุณภาพของรายการออก คือการบริหารจัดการงบประมาณในส่วนต้นทุนการผลิต เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยทั้งในส่วนของอุปกรณ์ถ่ายทำในสตูดิโอ อุปกรณ์ถ่ายทำนอกสถานที่ และอุปกรณ์การตัดต่อ รวมทั้งความสามารถทางด้านวิชาชีพการผลิตรายการโทรทัศน์ของทีมงานในทุกตำแหน่ง และ 2) ปัจจัยในเรื่องของเนื้อหา (Content) เนื้อหาของรายการที่ตี้นับเป็นหัวใจสำคัญ อันจะนำมาซึ่งความนิยมจากผู้ชม และเมื่อรายการได้รับความนิยมแล้วก็

จะแสดงผลมาทางตัวเลขวัดความนิยมผู้ชม เมื่อตัวเลขสูง ผู้สนับสนุนรายการที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการก็จะทยอยกันเข้ามาสนับสนุน ทำให้รายการมีเงินทุนพอที่จะสร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพต่อไป

สำหรับกระบวนการผลิตรายการ Princess Diary นั้น ทีมงานผลิตมีความรัดกุมรอบคอบ ในการจัดเตรียมงานด้านต่าง ๆ ทั้งข้อมูล บทโทรทัศน์ อุปกรณ์การถ่ายทำ สถานที่ ตลอดจนทีมงานทุกฝ่าย รวมทั้งมีการซักซ้อม วางแผน เตรียมการแก้ปัญหาเป็นอย่างดีทุกครั้งที่เกิด เนื่องจากทางบริษัทผู้ผลิตรายการมีนโยบายที่ชัดเจนในเรื่องกฎระเบียบ ข้อบังคับที่แม่นยำในการดำเนินงานแก่ทุกกระท่อมๆ ดังนั้นความผิดพลาดจึงไม่เกิดขึ้น

สาวิตรี สอสูงวงศ์ (2552) ทำการศึกษากระบวนการผลิตรายการดีสิบของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบมีเกณฑ์สำหรับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ 3 เกณฑ์ คือ 1) เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ควรมีทั้งสาระประโยชน์และความบันเทิง 2) รายการโทรทัศน์ควรมีรูปแบบรายการที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร และ 3) มีมาตรฐานการผลิตที่อยู่ในเกณฑ์สากล ทั้งทางด้านภาพ แสง เสียง การถ่ายทำและการตัดต่อ หากมีนักแสดงก็ควรเป็นนักแสดงที่มีคุณภาพ มีความสามารถเป็นที่ยอมรับ

นอกจากนี้ยังมีทัศนะอื่น ๆ เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอต้องตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักที่ผู้ผลิตรายการกำหนดไว้ตั้งแต่ต้น รูปแบบรายการต้องสอดคล้องกับผู้ชมเป้าหมายและผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุน รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศต้องได้รับความนิยมและการยอมรับจากผู้ชม รายการต้องไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ต้องไม่เน้นขายสินค้าหรือบริการจากผู้สนับสนุนรายการจนชัดเจนเกินไป นอกจากนี้ยังต้องมีการสร้างความเข้าใจและจิตสำนึกในเรื่องการปกครองและวัฒนธรรมอันดีของสังคมไทย

ทิพย์วัลย์ ว่องวรการวิทย์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องรายการสารคดีเชิงข่าวสื่อบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า 1) การกำหนดนโยบายในการผลิตทุกขั้นตอนของเจ้าของรายการโทรทัศน์หรือสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น มีอิทธิพลในการกำหนดวาระข่าวสารว่าประเด็นหรือเรื่องใดที่ควรจะถูกหยิบยกมานำเสนอ ทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตจะถูกทีมผลิตรายการควบคุมและกลั่นกรองตลอด ตั้งแต่การกำหนดประเด็นการเขียนบทโทรทัศน์ การออกกองถ่ายทำ รวมถึงการตัดต่อ 2) หลังจากออกอากาศไปแล้ว ผู้ร่วมรายการเกิดทั้งผลดีและผลเสีย บางรายมีสภาพชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องจากมีผู้ใจบุญเข้ามาช่วยอุปถัมภ์ แต่บางรายก็

เกิดปัญหาเพราะไม่สามารถจัดการกับจำนวนเงินที่หลังไหลเข้ามาอย่างรวดเร็ว และ 3) เป็นการเปิดโอกาสที่ดีให้แก่ผู้ชมรายการได้นำเสนอเรื่องราวความยากไร้ของผู้ด้อยโอกาส หรือผู้ด้อยโอกาสเองสามารถนำเสนอเรื่องของตนเข้ามา นับเป็นการเปิดพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนทุกกลุ่มได้เข้าถึงโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน

รัชดาภรณ์ มอญขาม (2544) ทำการศึกษาเรื่องวิธีการนำเสนอเชิงละครในรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ พบว่ารูปแบบการนำเสนอของรายการบันทึกปลายฟ้าแบ่งได้เป็น 2 ส่วนสำคัญ คือส่วนเนื้อหาทางด้านสารคดี ข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ และเนื้อหาที่ผลิตเป็นละคร โดย 2 ส่วนนี้จะถูกนำเสนอสลับกันไปมา ซึ่งเนื้อหาหลักจะเป็นการให้ข้อมูลผ่านการนำเสนอแบบสารคดีด้วยเสียงบรรยาย ส่วนละครจะทำหน้าที่เสมือนกลวิธีในการสร้างอารมณ์ ความบันเทิงในการรับชม เพื่อคันความรู้สึก ไม่ให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายต่อเนื้อหาของรายการ กลวิธีนี้ทำให้รายการมีสีสัน ดึงความสนใจของผู้ชม และทำให้รายการเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น แต่ปัญหาหลักที่พบคือเรื่องของต้นทุนการผลิต ที่ทีมผลิตรายการได้รับค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถผลิตผลงานออกมาได้อย่างมีคุณภาพและสวยงามเต็มที่

จากผลจากการศึกษานิววิจัยโดยรวมพบว่า กลวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่ดีนั้น ต้องเริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการให้ชัดเจนว่าจะผลิตรายการประเภทไหน เพื่ออะไร ใครคือกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง รายการที่จะผลิตต้องให้ทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ที่สำคัญรูปแบบรายการต้องมีความแปลกใหม่ ไม่เลียนแบบใคร ทางด้านทีมผู้ผลิตรายการต้องคัดสรรบุคลากรที่มีความชำนาญในสาขาวิชาชีพการผลิตรายการโทรทัศน์ มีประสบการณ์ตรงทางด้านรูปแบบรายการที่จะผลิต มีระเบียบวินัยและมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ผลงานให้มีคุณภาพ ส่วนพิธีกรดำเนินรายการก็ต้องเลือกบุคคลที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับรายการนั้นจริง ๆ มีการพูดจาที่ชัดเจน ถูกหลักภาษา มีประสบการณ์และมีความรับผิดชอบ ต้นทุนและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตก็เป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพทันสมัยและเหมาะสมกับงาน ภายใต้งบประมาณการผลิตที่ตั้งไว้ หลังจากที่รายการออกอากาศไปแล้ว ควรมีการต่อยอดทางสื่ออินเทอร์เน็ต เช่นการโพสต์ลงแฟนเพจรายการ การโพสต์ลงสื่อยูทูป เพื่อรองรับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไปของคนยุคนี้ สำหรับปัจจัยที่นับว่ามีอิทธิพลโดยตรงต่อการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ คือนโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่จะนำรายการไปออกอากาศ

ดังนั้นการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์จึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมระหว่างรูปแบบรายการกับนโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่จะนำรายการไปออกอากาศด้วย

งานวิจัยทั้งหมดดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ และปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นข้อมูลสนับสนุนและเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยในหัวข้อ กลวิธีการสร้างสรรค์รายการ ึ่งทิ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ได้เป็นอย่างดี



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงท่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยการศึกษานี้อารายการด้วยการวิเคราะห์วิดิทัศน์รายการ (Document Analysis) และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงท่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินการออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลวิดิทัศน์

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลวิดิทัศน์ย้อนหลังของรายการอิงท่งเสี้ยว โดยผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์ (Document Analysis) เฉพาะเรื่องที่มีความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงหรือเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (Reach) มากกว่า 350,000 คนขึ้นไป จำนวน 5 เรื่อง และวิดิทัศน์บันทึกรายการอิงท่งเสี้ยวที่ได้จากการคัดเลือกของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) ว่าเป็นเรื่องที่มีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่นและมีความเฉพาะตัว อีกจำนวน 4 เรื่อง รวมทั้งเรื่องที่มีความซ้ำกันระหว่างเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (Reach) มากกว่า 350,000 คนขึ้นไป กับเรื่องของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) คัดเลือกอีก 3 เรื่อง รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 12 เรื่อง ซึ่งทุกเรื่องออกอากาศในปี พ.ศ. 2560

ตารางที่ 3.1 แสดงการเปรียบเทียบเรื่องที่น่าสนใจ โดยใช้ตัวเลขการเปิดรับชมรายการ (Reach) ที่มากกว่า 350,000 คน กับเรื่องที่เลือกโดย Producer ซึ่งมีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่น

เรื่องที่เลือกโดยใช้ตัวเลขการเปิดรับชมรายการ (Reach) มากกว่า 350,000 คน			เรื่องที่เลือกโดย Producer ซึ่งมีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่น		
ลำดับ	เรื่อง	Reach (000s)	ลำดับ	เรื่อง	Reach (000s)
1	ไส้จิ้งจก	365,921	1	ไส้จิ้งจก	365,921
2	รั้วรั้วฝั่งป้องกันช้าง	352,515	2	รั้วรั้วฝั่งป้องกันช้าง	352,515
3	เมนูเด็คนักวิ่งแดนอีสาน	420,916	3	เมนูเด็คนักวิ่งแดนอีสาน	420,916
4	เพรียงพวย ไล่เดือนแห่งท้องทะเล	369,656	4	หมอบจัดกระดูก	324,548
5	ภูมิปัญญาล่าวาย	394,711	5	ชาบูโรพิฆาต	317,452
6	กระดาศซี่ข้าง	365,056	6	สัตว์ดีกดำบรรพ์พันธุ์หายาก	310,300
7	เปิดตำนาน ดาบอรัญญิก	361,311	7	ประเพณีตีผึ้งร้อยรัง	301,230
8	ล้างป่อเพชรฆาต	356,582	-	-	-

ที่มา : บริษัทเดอะเนชั่น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด, 2560; รายการอิงทิงเสี้ยว, 2560

3.1.2 แหล่งข้อมูลบุคคล

การวิจัยครั้งนี้ ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่สร้างสรรค์รายการ จำนวน 2 คน เพื่อช่วยให้อ้างอิงเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทิงเสี้ยว รวมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทิงเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกบุคคลในการสัมภาษณ์ที่มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในการควบคุมและผลิตรายการอิงทิงเสี้ยว อีกทั้งยังสอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้

- 1) ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8
- 2) คุณเนติ์บวร โสภณิก ผู้ควบคุม รายการอิงทิงเสี้ยว (Producer)
- 3) คุณทรงธรรม สุขเกษม เจ้าหน้าที่ติดต่อ รายการอิงทิงเสี้ยว (Editor)

เนื่องจากในการศึกษาวิเคราะห์กลศาสตร์รายการอึ่งที่เสี่ยงจำเป็นต้องอาศัยความคิดเห็นของผู้ชมประกอบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการวิเคราะห์ โดยทำการรับสมัครผู้ชมรายการเป้าหมายมาร่วมสนทนาจำนวน 12 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน ซึ่งผู้เข้าร่วมสนทนาต้องมีสัญชาติไทย ติดตามชมรายการอึ่งที่เสี่ยงเป็นประจำมาไม่ต่ำกว่า 1 ปี ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน มีลักษณะทางประชากร วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป แบ่งกลุ่มโดยอาศัยปริมาณผู้ชมที่มีลำดับการเปิดรับชมรายการอึ่งที่เสี่ยงมากที่สุดจำนวน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มอายุ 35-44 ปีเป็นกลุ่มที่ 1 และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่ 2 อ้างอิงจากฐานข้อมูลจากการสำรวจความนิยมของกลุ่มผู้ชมชายหญิงที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป (15+ทั่วประเทศ) ของบริษัทเดอะ นีลสัน คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด (The Nielsen Company Thailand Limited) โดยลักษณะของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำแนกตามอายุ

กลุ่มที่	รายละเอียด	เพศชาย (คน)	เพศหญิง (คน)	รวม (คน)
1	35-44 ปี วัยทำงาน	5	1	6
2	45 ปีขึ้นไป วัยครอบครัวและสูงอายุ	6	0	6
	รวม	11	1	12

ตารางที่ 3.3 แสดงรายละเอียดของผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่ 1 (อายุ 35-44 ปี)

ลำดับที่	ชื่อ นามสกุล	เพศ	อายุ	อาชีพ
1	น.ส.ชนกพรรณ มั่นสิริทรัพย์	หญิง	36	แม่ค้าร้านเสื้อผ้า (กรุงเทพฯ)
2	นายจิรายุ เมืองแมนศรี	ชาย	40	พ่อค้าร้านก๋วยเตี๋ยว (ปทุมธานี)
3	นายศุภชัย ทองอินทร์	ชาย	35	ชาวสวนมะพร้าว (สมุทรสงคราม)
4	นายธนระวี วรรณไชย	ชาย	36	พนักงานบริษัท (ปทุมธานี)
5	นายอนุรักษ์ พวงจำปา	ชาย	39	ช่างคอมพิวเตอร์ (ประจวบคีรีขันธ์)
6	นายธีรพงษ์ ทองคำสิงห์	ชาย	39	พ่อค้าร้านของชำ (เลย)

ตารางที่ 3.4 แสดงรายละเอียดของผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่ 2 (อายุ 45 ปีขึ้นไป)

ลำดับที่	ชื่อ นามสกุล	เพศ	อายุ	อาชีพ
1	นายวุฒิชัย ว่องทิพากร	ชาย	48	ช่างตัดผม (นราธิวาส)
2	นายปรัชญา ผิวอ่อนคง	ชาย	45	พนักงานขายประกัน (นนทบุรี)
3	นายไพบุลย์ สุขประสาน	ชาย	52	เจ้าของร้านขายของชำ (สมุทรปราการ)
4	นายจุมพล ว่องไฉ่	ชาย	48	พ่อค้าขายสลากกินแบ่ง (ปทุมธานี)
5	นายสมชาย ใจสม	ชาย	47	มอเตอร์ไซค์รับจ้าง (นนทบุรี)
6	นายศักดิ์เจริญ พึ่งประจิดดี	ชาย	49	พ่อค้าออนไลน์ (กรุงเทพฯ)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอั้งต้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีดังต่อไปนี้

3.2.1 วิดีทัศน์รายการ

วีดิทัศน์ย้อนหลังของรายการอั้งต้งเสี้ยว ที่ออกอากาศในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 12 เรื่อง

3.2.2 แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อใช้สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตรายการอั้งต้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ที่ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย ชื่อนามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง และหน่วยงานที่สังกัด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอั้งต้งเสี้ยว รวมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอั้งต้งเสี้ยวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 กลุ่มด้วยกันคือ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 และผู้ผลิตรายการอั้งต้งเสี้ยว โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-End Question) ซึ่งจะใช้ภาษาที่

เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่มีการชี้นำใด ๆ ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้เครื่องบันทึกเสียง เพื่อช่วยในการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดและทำการจดบันทึกใจความสำคัญของคำตอบที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการตั้งคำถามต่อไป โดยผู้วิจัยมีประเด็นคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

1) แนวคำถามสัมภาษณ์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8

1.1) นโยบายในการผลิตรายการอิงตึ๊งเสี่ยวเป็นอย่างไร
1.2) ปัจจุบันรายการอิงตึ๊งเสี่ยวมีการคัดเลือกเรื่องในการนำเสนอ
อย่างไร

1.3) กลวิธีในการนำเสนอของรายการอิงตึ๊งเสี่ยวเป็นอย่างไร
1.4) การเลือกใช้กลวิธีในการนำเสนอของรายการอิงตึ๊งเสี่ยวถูก
กำหนดโดยใคร และมีหลักเกณฑ์อย่างไร

1.5) กลวิธีการนำเสนอในปัจจุบันส่งผลอย่างไรต่อตัวผู้ชมและ
ตัวรายการ

1.6) ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรครายการ
อิงตึ๊งเสี่ยว

1.7) วิธีการบริหารจัดการกับปัจจัยภายในและภายนอกเป็นอย่างไร
1.8) แนวทางการพัฒนารายการอิงตึ๊งเสี่ยวในอนาคตเป็นอย่างไร

2) แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการอิงตึ๊งเสี่ยว
2.1) กลวิธีในการสร้างสรรครายการอิงตึ๊งเสี่ยวมีกี่ประเภท อะไรบ้าง
2.2) กลวิธีรูปแบบใดที่ถูกนำมาใช้ในการนำเสนอมากที่สุด เพราะ
อะไร

2.3) กลวิธีการตัดต่อทั้งในส่วนรายการและการโปรโมทเป็นอย่างไร
2.4) กลวิธีการใช้เสียงบรรยาย เสียงเพลง และเสียงประกอบ
(Sound Effect) ในรายการเป็นอย่างไร

2.5) ปัจจัยใดมีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรครายการ
2.6) วิธีการบริหารจัดการกับปัจจัยภายในและภายนอกเป็นอย่างไร
2.7) การพัฒนารายการอิงตึ๊งเสี่ยวในอนาคตเป็นอย่างไร

3.2.3 แนวคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)

แนวคำถามการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแนวคำถามในการสนทนา สัมภาษณ์กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดให้ผู้ชมเป้าหมายสนใจและติดตามชมรายการอึ่ง ที่เสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

- 1) ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่สนใจและรับชมมาโดยตลอด
- 2) เหตุใดจึงชมรายการอึ่งที่เสี้ยว (บอกมูลเหตุจูงใจที่ทำให้มารับชมรายการ)
- 3) เมื่อรับชมรายการอึ่งที่เสี้ยวแล้ว รู้สึกชอบหรือประทับใจรายการนี้อย่างไร
- 4) เนื้อหาแบบใดที่ชอบเป็นพิเศษ เพราะอะไร
- 5) กลวิธีด้านภาพแบบใดที่ท่านชอบ
- 6) กลวิธีด้านเสียงแบบใดที่ท่านชอบ
- 7) กลวิธีด้านบทบรรยายแบบใดที่ท่านชอบ
- 8) กลวิธีด้านการติดต่อแบบใดที่ท่านชอบ
- 9) กลวิธีด้านพิธีกรแบบใดที่ท่านชอบ
- 10) เรื่องราวประเภทใดที่อยากรับชมในรายการอึ่งที่เสี้ยว
- 11) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่อยากให้เกิดขึ้นในรายการอึ่งที่เสี้ยว

สำหรับประเด็นคำถามทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ เนื่องจากในการสัมภาษณ์จริงอาจจะมีคำถามอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เจาะลึกและเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยนี้เพิ่มเติม ซึ่งคำถามเหล่านั้นผู้วิจัยจะใช้เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลจะได้แสดงความคิดเห็นและตอบคำถามอย่างเต็มที่ โดยเมื่อทำการสัมภาษณ์ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลวิดีโอทัศน์

การเก็บข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยทำการชมวิดีโอทัศน์ย้อนหลังรายการอึ้งตึ้งเสี้ยว จำนวน 2 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 ผู้วิจัยทำการเปิดรับชมรายการอึ้งตึ้งเสี้ยวทั้ง 12 เรื่อง ตั้งแต่ต้นจนจบใน ทุกเรื่อง โดยยังไม่มีการบันทึกข้อมูลใด ๆ

รอบที่ 2 ผู้วิจัยทำการจับประเด็นเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ้งตึ้งเสี้ยว โดยทำการคัดลอกหน้าจอ (Print Screen) รูปเนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการที่เกิดขึ้น ซึ่งมี ประเด็นเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย เพื่อเก็บไว้ประกอบการวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้ เครื่องบันทึกเสียง เพื่อช่วยในการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดและทำการจดบันทึกใจความสำคัญของ คำตอบที่เกิดขึ้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน โดยมีการขออนุญาตนัดหมายผู้บริหารและ เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการอึ้งตึ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 สัมภาษณ์ในสถานที่ที่สะดวก ผู้วิจัยจะเริ่มด้วยการแนะนำตัว พร้อมวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ จากนั้นจะเริ่มถามข้อมูล ส่วนตัวของบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ และตามด้วยประเด็นคำถามที่ได้กำหนดไว้

3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะทำการแจ้งกำหนดการ สถานที่สัมภาษณ์และขอรับอาสาสมัครผู้ชม รายการเป้าหมายผ่านเฟซบุ๊กรายการอึ้งตึ้งเสี้ยว เมื่อถึงวันนัดหมายผู้วิจัยจะทำหน้าที่สังเกตการณ์ และจดบันทึกการสนทนา โดยมีพิธีกร (Modulator) ทำหน้าที่ควบคุมและดำเนินการสนทนาตาม ประเด็นคำถามและวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เทปบันทึกรายการจำนวน 12 เรื่อง และถอดเทป ทั้งในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม มาทำการวิเคราะห์และจัดเรียงลำดับให้

ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนเป็นระเบียบ อีกทั้งยังกำจัดข้อมูลที่ไม่ต้องการออกเพื่อนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่ต้องการศึกษา จากนั้นทำการตีความข้อมูลทั้งหมดเพื่อสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 2 ข้อด้วยวิธีวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)



บทที่ 4

วิเคราะห์กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผ่านสื่อวีดิทัศน์รายการ

การศึกษาวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาหารายการ (Document Analysis) เพื่อนำมาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลตามปัญหาคำวิจัยข้อ 1 ว่ากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เป็นอย่างไร ดังนั้นเพื่อเป็นการปูพื้นฐานให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในตัวรายการอิงทึ่งเสียว ผู้วิจัยจึงขออธิบายรายละเอียดและวิเคราะห์กลวิธีการสร้างสรรค์ของรายการอิงทึ่งเสียวในบทนี้

รายการอิงทึ่งเสียว เป็นรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 15.00 น. มีผู้ดำเนินรายการ 3 ท่านสลับหมุนเวียนกัน คือ คุณก๊วย สุทธิราช วงศ์เทเวศย์ คุณสมจิตร จงจ่อหอ และคุณมด ณปภัช วัฒนากมลวุฒิ เป็นรายการที่น่าเสนอเรื่องราวความแปลก ตื่นเต้น ซึ่งทุกเรื่องล้วนเกิดขึ้นบนผืนแผ่นดินไทย ภายใต้วัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย ผ่านเรื่องราว 4 ประเภท ประกอบด้วย

1) วิถีชีวิตพื้นบ้าน (Local) การเข้าไปสังเกตความเป็นอยู่ของชาวไทยที่อยู่ตามท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศแบบเกาะติดและเผยให้เห็นถึงวิถีการใช้ชีวิตที่แปลก บางครั้งอาจมีการทำกิจกรรมที่เสี่ยงต่อชีวิต เช่น การล่าต่อหูลุมมรณะ หมอบัจจกระดุก หมูบ้านน้กล่างจาง อ่าง ฯลฯ

2) กินแปลก (Eat) เปิดเมนูพิสดารทั่วทุกภาคของประเทศไทย เช่น เมนูแมงป่อง แขน้ำปลา ใส่อ้วงจาง เปิบพิสดารลาบแย้ ฯลฯ

3) ความสามารถ (Talent) การพาผู้ชมไปพบกับความสามารถพิเศษที่ไม่มีใครเหมือนและไม่เหมือนใครของพี่น้องชาวไทยทั่วประเทศ เช่น คนพันเหล็กเคี้ยวเหล็ก เฒ่าหัวเหล็ก ฯลฯ

4) สถานที่แปลก (Place) เปิดสถานที่แปลกพร้อมความลับเกี่ยวกับที่นั้น ๆ เพื่อต่อยอดความรู้รอบตัวของผู้ชมรายการ เช่น กุฏิเมรุ พิพิธภัณฑ 200 ล้าน พระอุโบสถหินเขี้ยวหนุมาน ฯลฯ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำวีดิทัศน์บันทึกการอึ้งทิ้งเสี้ยว จำนวน 12 เรื่องมาวิเคราะห์ (Document Analysis) โดยคัดเลือกเฉพาะเรื่องที่มีความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงหรือเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (Reach) มากกว่า 350,000 คนขึ้นไป จำนวน 5 เรื่อง และวีดิทัศน์บันทึกการอึ้งทิ้งเสี้ยวที่ได้จากการคัดเลือกของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) ว่าเป็นเรื่องที่มีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่นและมีความเฉพาะตัว อีกจำนวน 4 เรื่อง รวมทั้งเรื่องที่มีความซ้ำกันระหว่างเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์กับเรื่องของผู้ควบคุมการผลิตรายการคัดเลือกอีก 3 เรื่อง รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 เรื่อง ซึ่งทุกเรื่องออกอากาศในปี พ.ศ. 2560 มาสรุปความเล่าเรื่องย่อและอธิบายกลวิธีการสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ตอนที่ 1 เรื่องไส้อ้วง จ.สุรินทร์ (กินแปลก)

พิธีกรก๊วง สุทธิราช วงศ์เทเวทย์ พาไปชมการทำเมนูแปลกพิสดาร ไส้อ้วงที่ทำจากงูเหลือมอ้อซึ่งไม่มีพิษ แต่มีพื้นที่แหลมคม ณ จังหวัดสุรินทร์ ที่มาที่ไปของเมนูไส้อ้วงนี้เกิดมาจากวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มักออกหาหนูตามท้องนาทำเป็นอาหาร แต่เมื่อพบงูจึงจับมาลองทำเมนูนี้ จากนั้นจะสาธิตให้เห็นกระบวนการทุกขั้นตอน ตั้งแต่การดำน้ำเพื่อจับงูมือเปล่า เมื่อจับได้แล้วจึงนำมาถลกหนัง เอาเครื่องในทั้งหมดผสมกับสมุนไพรพื้นบ้านและบรรจุกลับเข้าไปในหนังที่ทำกรรมมัดหางไว้เพื่อย่าง หลังจากย่างสุกก็นำมาหั่นชิ้นโตะพร้อมเสิร์ฟเป็นเมนูไส้อ้วงนั่นเอง



รูปที่ 4.1 ประมวลภาพตอนไส้อ้วง
ที่มา : รายการอึ้งทิ้งเสี้ยว, 2560

4.1.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

ตอนนี้จะเน้นภาพแคบ (Close-up Shot) แสดงให้เห็นถึงความสด ความน่ากลัวของเนื้อ และเครื่องในสูง รวมถึงขั้นตอนการย่าง เพื่อสร้างความน่ากลัวแก่ผู้ชมและการนำเสนอจะเน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) เพื่อให้อารมณ์สมจริง

4.1.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงพิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค โดยไม่มีเพลงประกอบเพื่อความชัดเจนของข้อมูล เสียงบรรยาย (Voice Over) ขยายความในสิ่งที่ผู้ชมได้ชมเพื่อเน้นย้ำในข้อมูลที่ผู้ชมอาจฟังไม่ทันหรือความน่ากลัวที่เกิดขึ้น มีการใช้ดนตรีประกอบที่ตื่นเต้นเพื่อเน้นอารมณ์ลุ้นระทึกและดนตรีประกอบจังหวะปานกลางเพื่อช่วยสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้ชม รวมทั้งใส่เสียงประกอบสนุก (Sound Effect) ในช่วงที่แขกรับเชิญมีอารมณ์ขัน

4.1.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทบรรยายให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่พิธีกรไม่ได้บอก เช่น วิธีการกระโดดลงไปจับงู รวมทั้งสรุปเรื่องราวทั้งหมด

4.1.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

สำหรับในตอนนี้มีการใช้เทคนิคขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) พร้อมใส่เสียงประกอบ (Sound Effect) เพื่อเน้นอารมณ์ตื่นเต้นอยู่หลายช่วง เช่นช่วงเฉลยว่าเป็นเมนูอะไร ขั้นตอนการทำที่นำหนังมาเป็นเปลือกไส้จิ้ง

4.1.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขันในช่วงต่าง ๆ เช่นช่วงแขกรับเชิญกระโดดลงบ่อน้ำ ช่วงลองกินไส้จิ้ง

4.2 ตอนที่ 2 เรื่องรั้วรั้งผึ้งป้องกันช้าง จ.เลย (ความสามารถคน)

นอกจากช้างจะเป็นเครื่องชี้วัดความสมบูรณ์ของป่าแล้ว ยังคงเป็นศัตรูบุกเข้าสวนกินพืชของมนุษย์ ดังนั้นกลุ่มบุคคลที่ จ.เลย จึงได้คิดและลงมือประดิษฐ์รั้วล้อมรอบบริเวณสวนไ้ไร่ฯ ซึ่งทำจากกล่องมากมายนำมาร้อยเรียงต่อกัน โดยกล่องนี้จะเป็นเสมือนรังให้ผึ้งอยู่อาศัย เมื่อช้างเดินฝ่ารั้วเพื่อเข้ามากินพืช ผึ้งที่อยู่ในกล่องก็จะบินออกมาทำร้ายช้าง โดยการรบกวนจุดอ่อนของช้าง 3 จุด คือ รอบดวงตา หลังใบหู และปลายวง ซึ่งจะทำให้ช้างไม่กล้าเข้าเขตสวนของชาวบ้านอีกต่อไป



รูปที่ 4.2 ประมวลภาพตอนรั้วรั้งผึ้งป้องกันช้าง

ที่มา : รายการอึ้งที่งเสียว, 2560

4.2.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

ช่วงเริ่มเรื่องมีการใช้ภาพมุมสูงจากโดรนเพื่อแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าและการนำเสนอนี้จะเน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อความสมจริง

4.2.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

มีการปล่อยเสียงพิธีกรพูดโดยไม่มีเพลงประกอบ เพื่อเน้นข้อมูลสลับกับเสียงพูดที่มีเพลงหลากหลายอารมณ์คลอ ด้านเสียงบรรยายมีการใช้น้ำเสียงหนักแน่นในช่วงให้ข้อมูลและเสียงสนุก ล้อเลียนพิธีกร มีการใช้เสียงประกอบสนุก เพื่อเน้นย้ำอารมณ์ขันของพิธีกรและใช้เพลงประกอบหลายรูปแบบเพื่อเสริมสร้างอารมณ์ร่วมแก่ผู้ชม

4.2.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทบรรยายให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่พิธีกรไม่ได้บอก เช่น ขั้นตอนการวิจัยวิจัย การทำนายว่าวิจัยจะสามารถต้านทานช้างได้หรือไม่ รวมถึงการสรุปเรื่องราวทั้งหมด

4.2.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ตอนนี้มีการใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงเฉลยว่าเป็นวิจัยจริงและใช้เทคนิคการทำภาพเร็ว (Fast Speed) เพื่อร่นระยะเวลาอยู่หลายครั้ง อาทิ ช่วงแสดงให้เห็นเส้นทางที่ลำบากและยาวไกล ช่วงพิธีกรใส่ชุดป้องกันผึ้ง รวมทั้งมีการใช้เทคนิคการทำภาพแบบเร่งเวลา (Time-lapse) เพื่อร่นเวลาจากป่าถึงค้ำในช่วงการรอดูผลว่า วิจัยสามารถไล่ช้างได้หรือไม่

4.2.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

คุณสมจิตรมีอารมณ์ขันตลอดทั้งตอน เช่น ช่วงสวมชุดป้องกันผึ้งแบบผิดทาง ช่วงแอบดูช้างในเวลากลางคืน ฯลฯ

4.3 ตอนที่ 3 เรื่องเมนูเด็ดนักวิ่งแดนอีสาน จ.สุรินทร์ (กินแปลก)

เมนูเด็ดนักวิ่งแดนอีสาน คือเมนูที่ทำจากแหย่นั่นเอง คุณก๊วง สุทธิราช จะพาไปพบกับชาวบ้านที่ จ. สุรินทร์ ผู้ซึ่งนิยมล่าแหย่มาทำอาหาร ในตอนนี้จะสาธิตให้ผู้ชมเห็นกระบวนการจับแหย่ที่ถุนวาย เริ่มจากการที่ชาวบ้านให้ความรู้เรื่องการดูเพศของแหย่และพาไปสังเกตรูที่แหย่อาศัย ซึ่งปากรูจะเรียบเนื่องจากแหย่วิ่งขึ้นลงบ่อย จากนั้นจะสาธิตการจับแหย่ด้วยการวิ่งไล่จับแหย่ที่ขึ้นจากรู และชาวบ้านสาธิตการทำลาบ ด้วยการขูดเกล็ด ขำแหละเครื่องใน สับเครื่องใน คั่วและปรุงรสจนได้ลาบแหย่ ช่วงสุดท้ายพิธีกรชิมและก๊วงันตีว่าเมนูเด็ดนักวิ่งแดนอีสานนี้ อึ้งทึ่งเสียจริง ๆ



รูปที่ 4.3 ประมวลภาพตอนเมนูเด็ดนักวิ่งแดนอีสาน

ที่มา : รายการอึ้งทึ่งเสีย, 2560

4.3.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพแคบในลักษณะต่าง ๆ เช่นภาพแหย่ที่โผล่หัวออกจากรู ภาพแหย่ที่จับได้ ภาพขั้นตอนการทำเมนูลาบแหย่ ฯลฯ และเน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำเพื่อสร้างความสมจริง

4.3.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงพิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค โดยไม่มีเพลงประกอบเพื่อความชัดเจนของข้อมูล ใช้เสียงดนตรีและเสียงประกอบในอารมณ์ที่หลากหลาย ทั้งตื่นเต้น ผ่อนคลาย สนุกสนาน ตลก สงสัย ฯลฯ และมีการปล่อยเสียงจริงช่วงพิธีกรเคี้ยว เพื่อให้เกิดความรู้สึกสมจริง

4.3.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

ใช้บทบรรยาย เพื่อเพิ่มเติมข้อมูล เช่นช่วงจับแยม ช่วงที่ชาวบ้านทำลาบแยม ฯลฯ และสรุปเรื่องราวทั้งหมด

4.3.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้นในช่วงบอกชื่อเมนูลาบแยม และใช้เทคนิคทำภาพเร็ว แสดงการเดินทางไปสถานที่หาวัตถุดิบ เพื่อร่นระยะเวลา นอกจากนี้ยังมีการเบลอภาพช่วงควักเครื่องใน เพื่อป้องกันภาพหวาดเสียวตามกฎการพิจารณาการออกอากาศด้วย

4.3.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขันในช่วงก่อนชิมลาบแยม

4.4 ตอนที่ 4 เรื่องเพรียงทราย ไล่เดือนแห่งท้องทะเล จ.ชลบุรี (วิถีชีวิตพื้นบ้าน)

ตอนนี้ คุณก้อง สุทธิราช จะพาไปพบกับสัตว์ทะเลที่น้อยคนจะรู้จัก นั่นคือเพรียงทราย ซึ่งมีลักษณะคล้ายไล่เดือน แขนกรับเชิญจะสาธิตการจับเพรียงทรายในช่วงฤดูหนาวที่ริมหาด จ.ชลบุรี ด้วยการใส่ถุงผ้าซึ่งบรรจุไล่ปลาตากไปกับพื้นทราย เพื่อให้เพรียงได้กลิ่นและออกมาให้จับ เมื่อได้เพรียงทรายแล้วแขนกรับเชิญจะนำเพรียงทรายไปทำเป็นอาหารให้ปลาและกุ้ง ช่วยเพิ่มสีและเร่งการเจริญเติบโต รวมถึงการเก็บรักษาด้วยวิธีการแช่แข็ง



รูปที่ 4.4 ประมวลภาพตอนเพรียงทราย ไล่เดือนแห่งท้องทะเล
ที่มา : รายการอึ้งที่งเสียว, 2560

4.4.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

สำหรับตอนนี้จะมีการใช้ภาพแคบ (Extreme Close-up) เพื่อเน้นรายละเอียดตัวเพรียง และเน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำเพื่อสร้างความสมจริงให้กับเรื่องราว

4.4.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงเพลงหลายแบบเพื่อสร้างอารมณ์ที่หลากหลาย เช่น เพลงเร็วสร้างความตื่นเต้น เพลงจังหวะปานกลางเพื่อสร้างความผ่อนคลาย ฯลฯ เน้นการใช้เสียงสัมผัสภาษาธรรมชาติและเสียงบรรยากาศริมทะเลจริง ๆ เพื่อให้ได้สร้างบรรยากาศที่สมจริง รวมทั้งใช้เสียงประกอบสนุ๊กขณะพิธีกรสร้างอารมณ์ขึ้น

4.4.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

บทบรรยายในตอนนี้มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องเวลาในการจับ และการเน้นย้ำเรื่องราวที่ผ่านมา เช่น ช่วงสรุปกรรมวิธีการจับเพรียงทราย รวมทั้งสรุปเรื่องราวทั้งหมด

4.4.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงที่เฉลยว่าสัตว์ชนิดนี้คือเพรียงทราย และใช้เทคนิคภาพเร่งเวลา เพื่อร่นระยะเวลาในช่วงการรอเวลาน้ำลด เพื่อจับเพรียงทราย

4.4.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขันในช่วงนำเพรียงมาเป็นอาหารแก่ปลาและกุ้ง

4.5 ตอนที่ 5 เรื่องภูมิปัญญาล่าวาย จ.ชุมพร (วิถีชีวิตพื้นบ้าน)

พบกับวิถีล่าสัตว์ทะเลสุดแปลก การล่าตัววายหรือปลาหมึกสายด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน จ.ชุมพร จากเครื่องมือล่าวาง ๆ ที่ประดิษฐ์กันเอง นั่นคือการนำขวดแก้วร้อยกับเชือก ซึ่งในอดีตจะใช้หอยสังข์ แต่เนื่องจากหอยสังข์หายากและมีราคาแพงจึงนำขวดแก้วมาใช้แทน โดยใน 1 วัน ช่วงไม่มีมรสุม ชาวบ้านทั้งชุมชนจะสามารถจับตัววายได้ 20-30 กิโลกรัม จากนั้นพิธีกรรมพร้อมชาวบ้าน ออกเรือไปยังพื้นที่ดอนทรายกลางทะเล เพื่อวางกับดักชนิดนี้ทิ้งไว้ข้ามคืน จึงกลับมาดู รวมทั้งมีการสาธิตการกินปลาหมึกสายสด ๆ กลางทะเล



รูปที่ 4.5 ประมวลภาพตอนภูมิปัญญาล่าวาย

ที่มา : รายการอิงทิ้งเสียว, 2560

4.5.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อสร้างความสมจริง

4.5.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงเพลงหลายแบบเพื่อสร้างอารมณ์ในช่วงต่าง ๆ เช่น เพลงเร็วเพื่อเน้นความตื่นเต้น เพลงจังหวะปานกลางสร้างความผ่อนคลาย มีการใช้เสียงสัมภาษณ์ประกอบเสียงบรรยายเพื่อ

ความจริง รวมทั้งใช้เสียงบรรยายแสดงความตื่นเต้นขยายความตอนออกทะเล และใส่เสียงประกอบสนุกรับอารมณ์ขันของพิธีกร

4.5.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

บทบรรยายในตอนนี้จะทำหน้าที่ขยายความ ให้ข้อมูลส่วนที่พิธีกรยังไม่ได้ให้และสรุปความในเรื่องที่ทำไปแล้ว เช่นความเป็นมาของการทำกับดักล่าตัววาย

4.5.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงที่เฉลยว่าตัววายเป็นปลาหมึกสาย ใช้เทคนิคการทำภาพเร็ว เพื่อแสดงให้เห็นการเดินทางบนระยะทางที่ไกล รวมทั้งใช้เทคนิคภาพเร่งเวลาเพื่อร่นระยะเวลาให้ผู้ชมรู้สึกข้ามไปวันรุ่งขึ้น

4.5.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขัน เช่นช่วงกินปลาหมึกสายสด ๆ

4.6 ตอนที่ 6 เรื่องกระดาษรีไซเคิล จ.เชียงใหม่ (ความสามารถคน)

ตอนนี้จะพาไปชมวิธีการทำกระดาษสาที่ได้มาจากมูลช้าง โดยเริ่มต้นจากการที่ชาวบ้านจะต้องนำกล้วยและอ้อยมาให้ช้างกิน เมื่อเวลาผ่านไป 1 ชั่วโมงช้างจะถ่ายออกมาและนำมูลที่ได้ไปเข้ากระบวนการ เริ่มตั้งแต่การนำมูลช้างแช่น้ำเพื่อให้แตกตัว ทิ้งไว้ 1 คืน จากนั้นนำส่วนที่เป็นไฟเบอร์มาต้ม 6 ชั่วโมง และนำไปตากแดดครึ่งวัน เมื่อแห้งแล้วจึงนำมาปั่น ปั่นเป็นก้อนกลม และนำมากระจายตัวบนแม่แบบ ขั้นตอนสุดท้าย คือนำแบบที่ทำสำเร็จแล้วไปตากแดด เมื่อแห้งก็จะได้กระดาษมูลช้าง



รูปที่ 4.6 ประมวลภาพตอนกระดาษรีไซเคิล

ที่มา : รายการอึ้งที่งเสียว, 2560

4.6.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพแบบถือกล้องถ่ายเพื่อสร้างความสมจริง

4.6.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงสัมภาษณ์ประกอบกับเสียงบรรยายภาค และเสียงเพลงปานกลางเพื่อสร้างความสบาย เสียงบรรยายสนุกเพื่อให้ผู้ชมเพลิดเพลิน รวมทั้งใช้เสียงประกอบสนุกในช่วงรับอารมณ์ขันของพิธีกร

4.6.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทขยายความในสิ่งที่พิธีกรไม่ได้บอกและสรุปขั้นตอนทั้งหมด

4.6.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

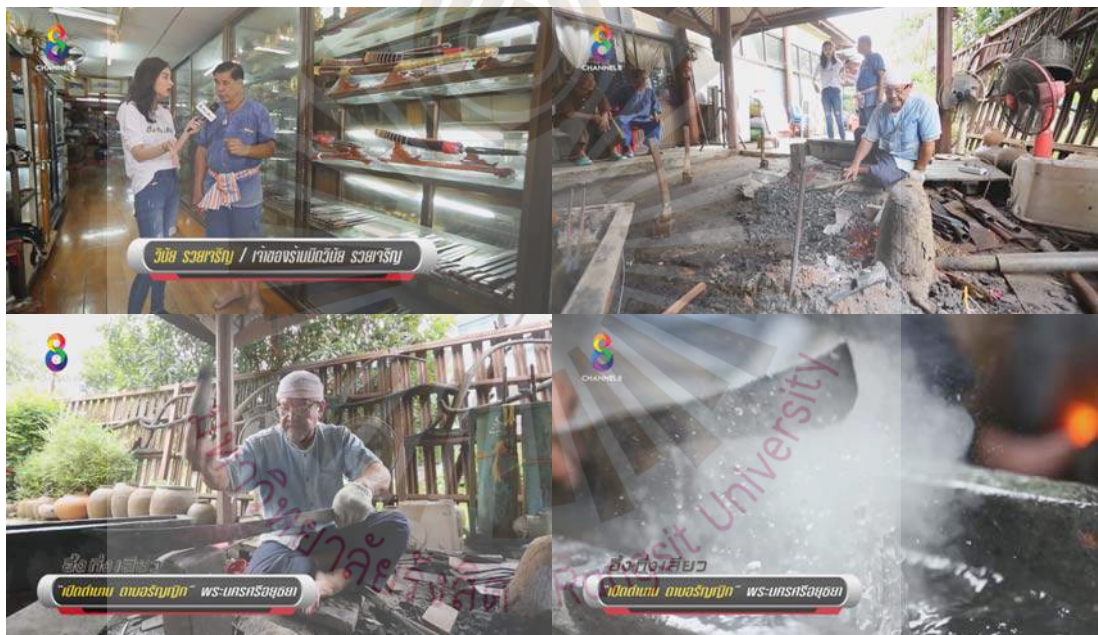
ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงเฉลยวัตถุประสงค์และใช้เทคนิคการทำภาพเร็วเพื่อแสดงให้เห็นการเดินทางไปเชียงใหม่ด้วยระยะทางที่ไกล

4.6.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขันหลายช่วง

4.7 ตอนที่ 7 เรื่องเปิดตำนาน ดาบอรัญญิก จ.พระนครศรีอยุธยา (ความสามารถคน)

พิธีกรรมด ฌบรักษาไปชมการตีดาบอรัญญิก ที่มีประวัติศาสตร์กว่า 200 ปี ตั้งแต่ยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เริ่มจากครูเตาหรือคนตีดาบจะเลือกเหล็ก เพื่อให้เหมาะสมกับการตีดาบประเภทต่าง ๆ เช่นดาบ มีดเดินป่า มีดขอ เป็นต้น จากนั้นจะนำเหล็กมาเผาไฟที่อุณหภูมิกว่า 1,000 องศาเซลเซียสโดยใช้ถ่านไม้ไผ่ศรีสุข ซึ่งเป็นถ่านที่เนื้อหนา มีมวลอากาศอยู่ข้างในทำให้ไฟแรง สามารถหลอมเหล็กได้ และทำการตีดาบโดยมีช่าง 3 คนสลับกันตี เหล็กที่ตีได้รูปแล้วจะนำมาเจียระไนให้คมและได้รูปทรงตามต้องการ ก่อนจะนำไปชุบแข็งและลับด้วยหินขัดอีกครั้งจึงเสร็จสมบูรณ์



รูปที่ 4.7 ประมวลภาพตอนเปิดตำนาน ดาบอรัญญิก
ที่มา : รายการอั้งที่งเสียว, 2560

4.7.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพแบบถือกล้องถ่ายเพื่อสร้างความสมจริง

4.7.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงเพลงหลายแบบเพื่อสร้างอารมณ์ในช่วงต่าง ๆ เช่นเพลงเร็วเพื่อเน้นความตื่นเต้น เพลงจังหวะปานกลางสร้างความผ่อนคลาย มีการใช้เสียงสัมภาษณ์ประกอบเสียงบรรยายภาค เพื่อความสมจริง รวมทั้งใช้เสียงบรรยายต่ำและหนักแน่นเพื่อเน้นถึงความเป็นมาและความคมของดาบ

4.7.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทบรรยายอธิบายข้อมูลที่พิธีกรไม่ได้บอก เช่นข้อมูลของตำนานการสืบทอดวิธีตีดาบที่เก่าแก่ และสรุปความขั้นตอนต่าง ๆ เช่นขั้นตอนการเผาเหล็ก ขั้นตอนการตีเหล็ก ฯลฯ

4.7.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

มีการใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงพูดถึงความแข็งของดาบ และภาพช้า (Slow-motion) ช่วงการตีดาบ

4.7.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรเน้นความจริงจังในการสนทนาและดำเนินรายการเพื่อให้ข้อมูลที่สมจริง

4.8 ตอนที่ 8 เรื่องล้างบ่อเพชรฆาต จ.กรุงเทพฯ (ความสามารถคน)

พิธีกรรมต ฃนปภัทพาไปพบกับเจ้าหน้าที่ดูแลจะเข้ที่สวนสัตว์ดุสิต ซึ่งจะสาคิตการล้างบ่อ ทั้งบ่อจะเข้ น้ำจืดและน้ำเค็ม ชั้นตอนแรกเจ้าหน้าที่จะให้อาหารจะเข้ด้วยโครงไก่ จากนั้นจึงลงมือปล่อยน้ำออกจากบ่อ เมื่อน้ำลดถึงระดับที่ต้องการ เจ้าหน้าที่จะลงบ่อเพื่อไล่จะเข้ขึ้นฝั่งและเริ่มล้าง ขณะที่เจ้าหน้าที่อีก 1 คนต้องคอยระวังจะเข้ที่พร้อมจะแว้งมาทำร้ายเสมอ เมื่อด่างบ่อเสร็จเรียบร้อย ก็จะปล่อยน้ำเข้าบ่อและน้ำจะเข้ลงบ่อต่อไป



รูปที่ 4.8 ประมวลภาพตอนล้างบ่อเพชรฆาต

ที่มา : รายการอึ้งทงเสียว, 2560

4.8.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อสร้างความสมจริง และมีการใช้กล้อง Go Pro สวมที่หัวเจ้าหน้าที่ขณะเข้าไปในบ่อ เพื่อให้ได้ภาพแทนสายตาทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าได้ลงไปนบ่อด้วยตนเอง

4.8.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

เน้นการใช้เสียงเพลงประกอบที่ซ้ำแต่หนักแน่น เพื่อสร้างความรู้สึกตื่นเต้น บางกรณีจะใช้เสียงพิธีกรอย่างเดียว เพื่อเน้นย้ำข้อมูลให้ชัดเจน รวมทั้งมีการใช้เสียงประกอบ เพื่อเน้นความน่ากลัว และเสียงบรรยายที่ทุ้ม หนักแน่นเพื่อให้ข้อมูล

4.8.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

ใช้บทบรรยายอธิบายข้อมูลที่พิธีกรไม่ได้บอก และสรุปความขั้นตอนต่าง ๆ ในการล้างบ่อ

4.8.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงเฉลยว่าวันนี้จะมาทำอะไร และใช้ภาพซ้ำเพื่อแสดงถึงความแข็งแรงของจระเข้

4.8.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรเน้นความจริงจังในการดำเนินรายการเพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจน สมจริง

4.9 ตอนที่ 9 เรื่องหมอลงมือจัดกระดูก จ.แพร่ (ความสามารถคน)

เนื้อหาของตอนนี้จะพาไปพบกับหมอลงมือจัดกระดูกที่จ.แพร่ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการจัดกระดูก คือการรักษาอาการกระดูกโก่งงอ ไม่เข้ารูปจากการใช้ร่างกายมานาน รวมถึงน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นและไม่ออกกำลังกาย โดยหมอลงมือจัดกระดูกจะสาธิตขั้นตอนการจัดกระดูกหลายแบบทั้งคอ บ่า หลัง รวมทั้งสิ้น 21 ท่า เริ่มต้นด้วยการคลายเส้นผู้ป่วย จากนั้นจึงลงมือดึงกระดูกส่วนต่าง ๆ ที่มีปัญหา ปิดท้ายด้วยการตอกเก็บกระดูก ซึ่งหมอลงมือจัดกระดูกระบุว่าเพศที่มารักษาเป็นเพศหญิงมากกว่า เนื่องจากเพศชายอดทนต่อความเจ็บปวดได้น้อยกว่านั่นเอง



รูปที่ 4.9 ประมวลภาพตอนหมอลงมือจัดกระดูก

ที่มา : รายการอึ้งทั้งเสียว, 2560

4.9.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อสร้างความสมจริง

4.9.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

ใช้เสียงสัมภาษณ์ประกอบกับเสียงเพลงหลายแบบเพื่อสร้างอารมณ์ เช่น เพลงเร็วช่วงพิธีกรทดลองจัดกระดูกเพื่อความสนุกสนาน เพลงตื่นเต้นในช่วงหมอลงมือจัดกระดูก ประกอบกับ

มีการใช้เสียงประกอบเป็นเสียงคนร้องครวญครางและเสียงกระดุกกลั่น เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นสมจริง รวมทั้งใช้เสียงบรรยายที่มีอารมณ์ขัน เพื่อสร้างสีสันและความสนุกให้กับเรื่อง

4.9.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทบรรยายให้ข้อมูลเพิ่มเติมบางส่วนที่พิธีกรไม่ได้ให้ เช่นขั้นตอนการคลายเส้นในช่วงแรก และบทบรรยายสรุปความทั้งหมดของเรื่อง

4.9.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงที่หมอบอกว่าการรักษาแบบนี้ย่อมเจ็บปวด

4.9.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขัน เช่นช่วงเป็นผู้ช่วยหมอบด้วยการนั่งทับผู้ป่วยเพื่อดึงกระดูกคอ

4.10 ตอนที่ 10 เรื่องชามูโร มือพิฆาต จ.กรุงเทพฯ (ความสามารถคน)

รายการจะพาไปพบกับนักต่อสู้ด้วยดาบชามูโรคนหนึ่ง ที่หลงใหลดาบชามูโรมานานถึง 28 ปี เนื่องจากชอบแนวความคิดชามูโรที่ให้เกียรติคู่ต่อสู้ แม้กระทั่งตอนคู่ต่อสู้เสียชีวิต เขาก็รับเชิญจะทำภารกิจเพื่อแสดงความแม่นยำในการใช้ดาบ 4 ภารกิจด้วยกัน เริ่มจากภารกิจที่ 1 คือการฟันลูกมะพร้าวให้ขาด ภารกิจที่ 2 คือการฟันไม้ไผ่ ภารกิจที่ 3 คือการฟันผลไม้ที่ลอยอยู่ในอากาศ และภารกิจสุดท้าย คือการฟันแตงกวาตามตำแหน่งต่าง ๆ ประกอบด้วย ใช้มือข้างเดียวถือ ใช้มือสองข้างถือ ดาบไว้ที่ปากและวางไว้บนคอ



รูปที่ 4.10 ประมวลภาพตอนชามูโร มือพิฆาต

ที่มา : รายการอิงทิงเสียว, 2560

4.10.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อสร้าง ความสมจริง และมีการใช้ภาพระยะใกล้ เพื่อให้เห็นรายละเอียดที่สำคัญ เช่นวินาทีที่ดาบตัดลูกมะพร้าว ไม้ไผ่ ฟันแตงกวาที่วางบนคอ ฯลฯ รวมทั้งมีการถ่ายทำซ้ำแบบหลายมุม (Re Act) เพื่อให้ผู้ชมเห็นภาพการฟันดาบที่ชัดเจน

4.10.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

จุดเด่นที่เห็นได้ชัด คือการใช้เสียงเพลงบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีญี่ปุ่นมาสร้างบรรยากาศให้เข้ากับเรื่อง และคลอประกอบการสนทนาตลอดทั้งเรื่อง บางกรณีมีการใช้เสียงสัมภาษณ์เพียงอย่างเดียวเพื่อความชัดเจนและสมจริง เสียงบรรยายมีการใช้เสียงเครื่องขีมิขณะให้ข้อมูล และเสียงบรรยายกั้วเสียงหัวเราะเพื่อสร้างความสนุกแก่ผู้ชม

4.10.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทบรรยายให้ข้อมูลเพิ่มเติมบางส่วนที่พิธีกรไม่ได้ให้ รวมทั้งบทบรรยายสรุปความทุกช่วงของภารกิจและสรุปความเรื่องราวทั้งหมด

4.10.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงพุดถึงดาบซามูไร รวมทั้งใช้ภาพซ้ำเพื่อให้เห็นความสามารถในการฟันผลไม้ของแขกรับเชิญ

4.10.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรมีอารมณ์ขันตลอดเรื่อง เช่น หยอกล้อผู้ร่วมสาธิตให้ยิ้มก่อนต้องคาบแตงกวา

4.11 ตอนที่ 11 เรื่องสัตว์ดึกดำบรรพ์พันธุ์หายาก จ.แพร่ (วิถีชีวิตพื้นบ้าน)

พิธีกรก๊วง สุทธิราช วงศ์เทวัญพาผู้ชมเดินทางไปบ้านน้ำจ้อม จ.แพร่ เพื่อค้นหาเต่าปูลู สัตว์ดึกดำบรรพ์ที่มีลักษณะหัวใหญ่เหมือนนกแก้ว ปากคมและมีหางยาว โดยต้องออกหาในเวลา กลางคืนบริเวณใต้โขดหินริมน้ำเท่านั้น ปัจจุบันนี้เต่าปูลู กลายเป็นสัตว์สงวนที่หายาก ชาวบ้าน น้ำจ้อมจึงนำมาอนุรักษ์ด้วยการเลี้ยงในบ่อปูนและให้อาหารจำพวกปลา เนื้อสด สัปดาห์ละ 1 ครั้ง อีกทั้งยังเปิดให้คนทั่วไปได้เข้าชมด้วย



รูปที่ 4.11 ประมวลภาพตอนสัตว์ดึกดำบรรพ์พันธุ์หายาก

ที่มา : รายการอิงทิ้งเสียว, 2560

4.11.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อสร้าง ความสมจริง และใช้ภาพมุมสูงจากโดรนเพื่อ แสดงภาพรวมของพื้นที่ที่ทำการค้นหาเต่า

4.11.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

เน้นการใช้เสียงสัมภาษณ์อย่างเดียวเพื่อความชัดเจนของเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ บางกรณีจะมีการใช้เสียงสัมภาษณ์ประกอบเสียงเพลงหลายแบบเพื่อสร้างอารมณ์ในช่วงนั้น

4.11.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการใช้บทบรรยายสรุปความจากที่พิธีกรเล่ามา

4.11.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงที่แขกรับเชิญบอกถึงความอันตรายของเต่าชนิดนี้ และใช้ภาพแบบเร็ว เพื่อให้เห็นการเดินทางแบบ ร่นเวลา รวมทั้งใช้เทคนิคภาพเร่งเวลาเพื่อย่นระยะเวลาจากกลางวันไปถึงกลางคืน

4.11.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

พิธีกรแสดงอารมณ์ขันเป็นระยะ



4.12 ตอนที่ 12 เรื่องประเพณีตีผึ้งร้อยรัง จ.บุรีรัมย์ (ความสามารถคน)

พิธีกรคุณสมจิตรพาไปพบกับประเพณีอันเก่าแก่ของหมู่บ้านกรวด จ.บุรีรัมย์ ที่สามารถตีรังผึ้งบนต้นไทรสูง 30 เมตร ซึ่งมีจำนวนเป็นร้อยรังได้ในครั้งเดียว โดยใน 1 ปี ชาวบ้านจะมาช่วยกันเก็บน้ำผึ้ง 3 ครั้ง เพื่อแจกจ่ายกันไปกินและทำยา โดยจะทำการตีในเวลากลางคืน เพราะผึ้งจะได้ไม่รบกวนการทำกิจวัตรของชาวบ้านในช่วงกลางวัน วิธีการคือเมื่อชาวบ้านสวมชุดป้องกันผึ้งแล้ว จะทำการปีนขึ้นต้นไทรเพื่อไปยังรังที่ต้องการ เมื่อไปถึงจึงใช้กิ่งไม้ตีไฟตีไปที่รังผึ้ง และทำการตัดรังที่ต้องการใส่กระป๋อง นำลงมาแปรรูปเพื่อแจกจ่ายกันในหมู่บ้านต่อไป



รูปที่ 4.12 ประมวลภาพตอนประเพณีตีผึ้งร้อยรัง

ที่มา : รายการชิงชิงเสียว, 2560

4.12.1 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านภาพ

เน้นภาพลักษณะถือกล้องถ่ายทำ เพื่อสร้าง ความสมจริง และมีการใช้กล้อง Go Pro สวมที่หัวชาวบ้านขณะปีนขึ้นไปตีรังผึ้ง เพื่อให้ได้ภาพแทนสายตาทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนปีนขึ้นไปเอง

4.12.2 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านเสียง

มีการใช้เสียงพิธีกร เสียงสัมภาษณ์ประกอบด้วยเสียงดนตรีพื้นถิ่น เพื่อสร้างอารมณ์ บางครั้งใช้เสียงสัมภาษณ์อย่างเดี่ยวเพื่อความชัดเจนของข้อมูล และใช้เสียงประกอบสนุกเพื่อเพิ่มอารมณ์ขัน ใช้เสียงบรรยายโครงขั้วริม โทนต่ำช่วงให้ข้อมูล และเสียงพูดปนหัวเราะช่วงสนุกสนาน

4.12.3 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านบทบรรยาย

มีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมและสรุปเรื่องราวที่พิธีกรนำเสนอไป

4.12.4 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านตัดต่อ

ใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น ช่วงที่พิธีกรพูดเรื่องประเพณีแปลก และใช้ภาพแบบเร็วเพื่อให้เห็นการเดินทางแบบรวดเร็ว

4.12.5 กลวิธีการสร้างสรรค์ด้านพิธีกร

มีอารมณ์ขันเป็นระยะ เช่นการเดินทาง

จากการสรุปเรื่องย่อและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียวที่ถูกคัดเลือกมา 12 ตอน
ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถทำตารางสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ
อิงทึ่งเสียวได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียว

เรื่องที่ 1 ใล้ล้ว้				
ประเภทกินแปลก โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม และ Producer เลือก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือ กล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพแคบ (Close-up Shot)	- พิธีกรพูดประกอบ เสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลาย ประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนัก แน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก (Sound Effect)	- ให้ข้อมูล เพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพ ให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in)	- ดำเนินและ ถ่ายทอด เรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เรื่องที่ 2 รั้วรั้วป้องกันข้าง				
ประเภทความสามารถคน โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม และ Producer เลือก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือ กล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพมุมสูงจาก โดรน	- พิธีกรพูดประกอบ เสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลาย ประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนัก แน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูล เพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพ ให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed) - การทำภาพ แบบเร่งเวลา (Time-lapse)	- ดำเนินและ ถ่ายทอด เรื่องราว - มีอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่เดี่ยว (ต่อ)

เรื่องที่ 3 เมนูเตี๋นักวิ่งแดนอีสาน ประเภทกินแปลก โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม และ Producer เล็ก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือ กล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพแคบ (Close-up Shot)	- พิธีกรพูดประกอบ เสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลาย ประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนัก แน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูล เพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพ ให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed) - การเบลอภาพ	- ดำเนินและ ถ่ายทอด เรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เรื่องที่ 4 เฝียงทราย ได้เดือนแห่งท้องทะเล ประเภทวิถีชีวิตพื้นบ้าน โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือ กล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพแคบมาก (Extreme Close-up Shot)	- พิธีกรพูดประกอบ เสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลาย ประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนัก แน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูล เพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพ ให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพ แบบเร่งเวลา (Time-lapse)	- ดำเนินและ ถ่ายทอด เรื่องราว - มีอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่งเดี่ยว (ต่อ)

เรื่องที่ 5 ภูมิปัญญาล่าวาย				
ประเภทวิถีชีวิตพื้นบ้าน โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed) - การทำภาพแบบเร่งเวลา (Time-lapse)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เรื่องที่ 6 กระดาษขี้ช้าง				
ประเภทความสามารถคน โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพแคบมาก (Extreme Close-up Shot)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่เดี่ยว (ต่อ)

เรื่องที่ 7 เปิดตำนาน ดาบอรัญญิก ประเภทความสามารถคน โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือ กล้องถ่ายทำ (Handheld)	- พิธีกรพูดประกอบ เสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลาย ประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนัก แน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูล เพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพ ให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพช้า (Slow Motion)	- ดำเนินและ ถ่ายทอด เรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เรื่องที่ 8 ดำงบ่อเพชรฆาต ประเภทความสามารถคน โดยเลือกจากตัวเลขการเปิดรับชม				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือ กล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพจากกล้อง Go Pro ติด หน้าผาก	- พิธีกรพูดประกอบ เสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลาย ประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนัก แน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูล เพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพ ให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพช้า (Slow Motion)	- ดำเนินและ ถ่ายทอด เรื่องราว - มีอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่เดี่ยว (ต่อ)

เรื่องที่ 9 หมอจัดกระดูก				
ประเภทความสามารถคน โดย Producer เลือก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบคนร้องและเสียงกระดูกก๊อ้งเพื่อความสมจริง	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เรื่องที่ 10 ซามูไร มือพิฆาต				
ประเภทความสามารถคน โดย Producer เลือก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพแคบ (Close-up Shot) - การถ่ายทำซ้ำแบบหลายมุม (Re Act)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ - เพลงบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีญี่ปุ่นเพื่อสร้างบรรยากาศ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพช้า (Slow Motion)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่งเดี่ยว (ต่อ)

เรื่องที่ 11 สัตว์ดีกดำบรพพ์พันธุ์หายาก ประเภทวิถีชีวิตพื้นบ้าน โดย Producer เล็ก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพมุมสูงจากโดรน 	<ul style="list-style-type: none"> - พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาคไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก 	<ul style="list-style-type: none"> - สรุปเรื่องราว 	<ul style="list-style-type: none"> - การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed) - การทำภาพแบบเร่งเวลา (Time-lapse) 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เรื่องที่ 12 ประเพณีตีผึ้งร้อยรัง ประเภทความสามารถคน โดย Producer เล็ก				
กลวิธีการสร้างสรรค์				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพจากกล้อง Go Pro ติดหน้าผาก 	<ul style="list-style-type: none"> - พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาคไม่มีดนตรีประกอบ - เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก 	<ul style="list-style-type: none"> - สรุปเรื่องราว 	<ul style="list-style-type: none"> - การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed) 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน

จากข้อมูลตามตารางทั้ง 12 เรื่องข้างต้น สังเกตได้ว่า กลวิธีสร้างสรรค์ในทุกด้านมักจะมีเทคนิคที่ถูกหยิบมาใช้ซ้ำกันเสมอ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลข้างต้นออกมาเป็นตารางแสดงลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีสร้างสรรค์ในเรื่องแต่ละประเภทได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์ในเรื่องแต่ละประเภท

เนื้อหาประเภทความสามารถคน จำนวน 7 ครั้ง				
กลวิธีการสร้างสรรค์ร่วมที่มีในทุกตอน				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบเพื่อความสมจริง	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว
- ภาพจากกล้อง Go Pro ติดหน้าผาก	- เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก		- การทำภาพเร็ว (Fast Speed) - การทำภาพช้า (Slow Motion)	- มีอารมณ์ขัน
เนื้อหาประเภทวิถีชีวิตพื้นบ้าน จำนวน 3 ครั้ง				
กลวิธีการสร้างสรรค์ร่วมที่มีในทุกตอน				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบเพื่อความสมจริง	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว
	- เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก		- การทำภาพเร็ว (Fast Speed) - การทำภาพแบบเร่งเวลา (Time-lapse)	- มีอารมณ์ขัน

ตารางที่ 4.2 แสดงลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์ในเรื่องแต่ละประเภท (ต่อ)

เนื้อหาประเภทกินแปด จำนวน 2 ครั้ง				
กลวิธีการสร้างสรรค์ร่วมที่มีในทุกตอน				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ภาพจากการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) - ภาพแคบ (Close-up Shot)	- พิธีกรพูดประกอบเสียงบรรยายภาค ไม่มีดนตรีประกอบ เพื่อความจริง - เสียงดนตรีหลากหลายประกอบเสียงสัมภาษณ์ - เสียงบรรยายหนักแน่น และสนุกสนาน - เสียงประกอบสนุก	- ให้ข้อมูลเพิ่มเติม - สรุปเรื่องราว	- การขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) - การทำภาพเร็ว (Fast Speed)	- ดำเนินและถ่ายทอดเรื่องราว - มีอารมณ์ขัน
เนื้อหาประเภทสถานที่ที่แปด จำนวน 0 ครั้ง				
กลวิธีการสร้างสรรค์ร่วมที่มีในทุกตอน				
ภาพ	เสียง	บทบรรยาย	การตัดต่อ	พิธีกร
- ไม่มีข้อมูล	- ไม่มีข้อมูล	- ไม่มีข้อมูล	- ไม่มีข้อมูล	- ไม่มีข้อมูล

ตารางที่ 4.2 พบว่า จากข้อมูลสถิติทัศนียอนหลังของรายการอั้งที่งเสียว ที่ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์ (Document Analysis) เฉพาะเรื่องที่มีความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงหรือเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (Reach) มากกว่า 350,000 คนขึ้นไป จำนวน 5 เรื่อง และสถิติทัศนียอนที่กรายการอั้งที่งเสียวที่ได้จากการคัดเลือกของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) ว่าเป็นเรื่องที่มีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่นและมีความเฉพาะตัว อีกจำนวน 4 เรื่อง รวมทั้งเรื่องที่มีความซ้ำกันระหว่างเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์กับเรื่องที่ถูกผู้ควบคุมการผลิตรายการคัดเลือกอีก 3 เรื่อง รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 เรื่อง ซึ่งทุกเรื่องออกอากาศในปี พ.ศ. 2560 นั้น เนื้อหาประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการมากที่สุด คือเนื้อหาประเภทความสามารถคน ซึ่งมีจำนวนถึง 7 เรื่อง ตามมาด้วยเรื่องวิถีชีวิต 3 เรื่อง และเรื่องกินแปด 2 เรื่อง สำหรับเรื่องสถานที่ที่แปดไม่มีข้อมูลแสดง เนื่องจากเรื่องราวประเภทนี้ไม่มีคุณสมบัติเข้าข่ายเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนั้นด้วยข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าเนื้อหา

ประเภทความสามารถของคนได้รับความนิยมจากผู้ชมมากที่สุดและมีกลวิธีการสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ ในขณะที่สถานที่แปลก เมื่อมีการออกอากาศอาจจะไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเท่าที่ควร รวมทั้งกลวิธีการสร้างสรรค์อาจจะไม่มีการใช้เทคนิคใดเป็นพิเศษ

สำหรับด้านกลวิธีการสร้างสรรค์นั้น เรื่องราวทุกประเภทจะมีกลวิธีการสร้างสรรค์ที่คล้ายคลึงกัน เริ่มจากการถ่ายทำด้วยลักษณะการถือกล้องถ่ายทำ (Handheld) เกือบทั้งเรื่อง เนื่องจากภาพที่ได้จากการถ่ายทำลักษณะนี้จะมีให้อารมณ์ความรู้สึกเหมือนจริง หากแต่เนื้อหาประเภทกินแปลกจะเพิ่มกลวิธีการใช้ภาพแคบ (Close-up Shot) เพื่อเน้นให้เห็นรายละเอียดของวัตถุดิบและความน่ากลัวของเมนู สำหรับเนื้อหาประเภทความสามารถคนจะเพิ่มเติมภาพจากกล้อง Go Pro ติดหน้าผากแขกรับเชิญในขณะที่ทำกิจกรรม เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพระยะใกล้มาก เป็นการแทนสายตาของแขกรับเชิญ ให้ความรู้สึกเหมือนผู้ชมเข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วยตนเอง

ขณะที่ทุกเรื่องราวจะใช้กลวิธีทางด้านเสียงแบบเดียวกัน คือใช้เสียงพูดจริงดำเนินเรื่องเพียงอย่างเดียวเพื่อความชัดเจนของข้อมูล สลับกับการใช้เสียงสนทนาประกอบดนตรีในอารมณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศของเรื่อง รวมทั้งมีการใช้เสียงบรรยายที่หนักแน่นในการให้ข้อมูลและเสียงบรรยายสนุกสนานช่วงหยอกล้อพิถีกร หากพิถีกรมีการสร้างอารมณ์ขันก็จะใช้เสียงประกอบสนุกประกอบ (Sound Effect) เพื่อสร้างความบันเทิงด้วย

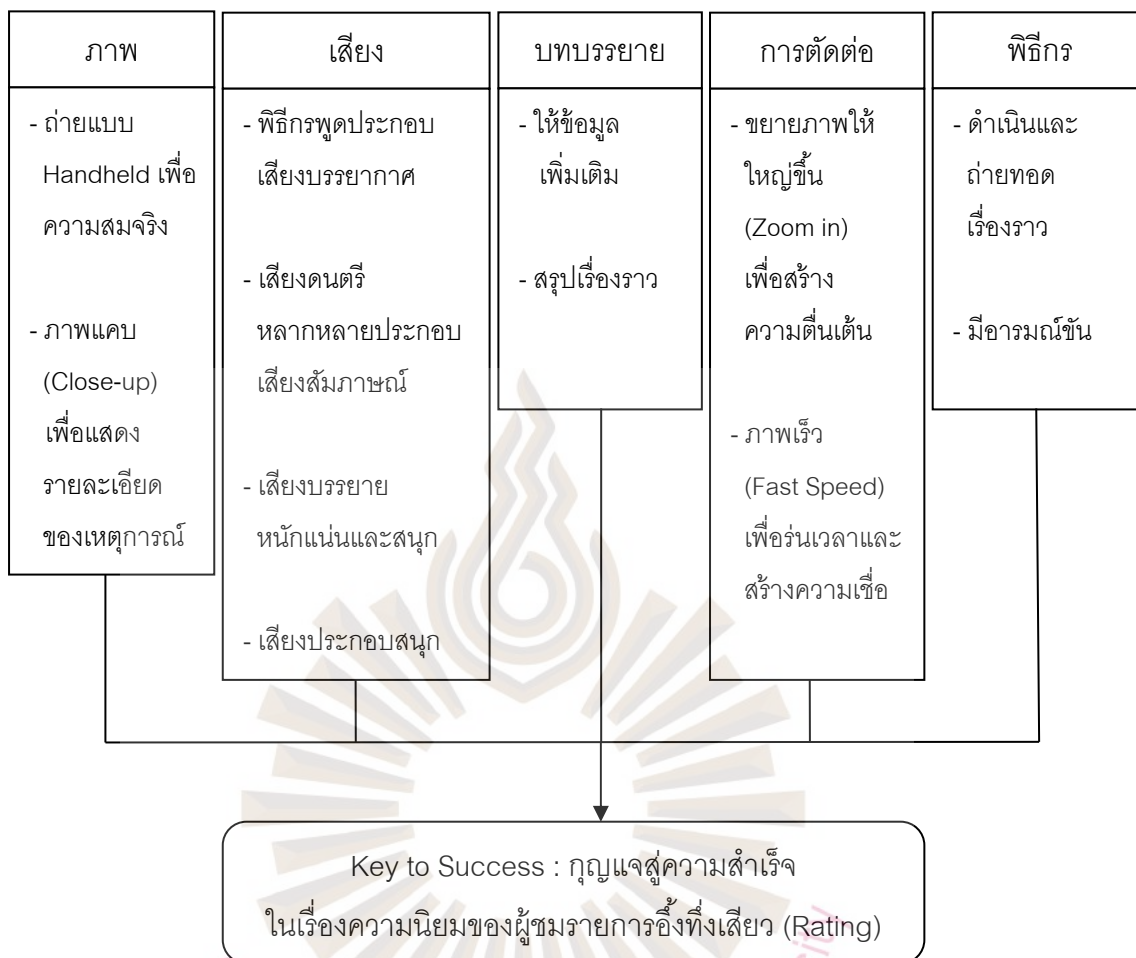
สำหรับกลวิธีของบทบรรยายจะทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ การให้ข้อมูลเพิ่มเติมกรณีที่มีงานตกล้นข้อมูลในขั้นตอนการถ่ายทำ หรือบางครั้งพิถีกรอาจจะไม่ได้ถ่ายทอดเรื่องราวในข้อมูลที่นำมาเติมในบทบรรยายจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ชม ช่วยสร้างความเข้าใจในเนื้อหารายการ สำหรับหน้าที่อีกประการของเสียงบรรยาย คือการสรุปเรื่องราวที่พิถีกรบอกไป ขณะชมรายการผู้ชมอาจจะทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วย หรืออาจจะไม่ได้ตั้งใจฟังในสิ่งที่พิถีกรพูด บทบรรยายในลักษณะนี้จะช่วยเน้นย้ำข้อมูลที่ผ่านมาให้ผู้ชมได้รับฟัง พร้อมทำความเข้าใจเรื่องราวอีกรอบ

กลวิธีด้านการตัดต่อ นั้น ทุกเรื่องราวจะใช้เทคนิคการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom in) เพื่อเน้นย้ำข้อมูลหรือคำพูดที่น่าตื่นเต้น ชวนสงสัยของพิถีกร เสริมให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตาม อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจและติดตามรับชมรายการต่อไป นอกจากนี้มีการใช้เทคนิคทำภาพเร็ว (Fast Speed) เพื่อร่นระยะทางในการเดินทางไปยังสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งบางกรณี

สถานที่ถ่ายทำมีระยะทางที่ไกล ต้องใช้เวลาเดินทางนาน กลวิธีนี้จะสามารถช่วยย่อให้รายการเล่าเรื่องได้กระชับ รวดเร็ว ทันใจผู้ชมมากขึ้น ในกรณีเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตจะเพิ่มเติมเทคนิคการทำภาพแบบเร่งเวลา (Time-lapse) เนื่องจากบางกิจกรรมอาจต้องใช้เวลาในการทำงานหลายชั่วโมงหรืออาจจะข้ามไปวันรุ่งขึ้น ดังนั้นรายการจึงต้องเร่งเวลา ช่วยให้สามารถเล่าเรื่องราวนั้นได้จบกระบวนการภายในเวลา 10 นาที สำหรับเรื่องเกี่ยวกับความสามารถคนจะมีการเพิ่มเทคนิคการทำภาพช้า (Slow Motion) เพื่อให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดการทำกิจกรรมหรืออากัปกริยาของแขกรับเชิญได้อย่างชัดเจน

ลำดับสุดท้าย คือกลวิธีการดำเนินรายการของพิธีกร หน้าที่พื้นฐานของพิธีกร คือการสนทนา ซักถามและให้ข้อมูลที่น่าสนใจ เพื่อดำเนินเรื่องราวให้สมบูรณ์ตั้งแต่ต้นจนจบ นอกจากนี้พิธีกรยังช่วยเพิ่มเติมสีสันของรายการ ด้วยการสร้างอารมณ์ขัน เป็นการผ่อนคลายผู้ชมและป้องกันความเครียดของเนื้อหา ทำให้รายการไม่น่าเบื่อนั่นเอง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์ลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งที่งเสี่ยว โดยแยกข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์จากเรื่องทั้ง 4 ประเภท ลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์ โดยเลือกจากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (Reach) มากกว่า 350,000 คนขึ้นไป และลักษณะร่วมของการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์ โดยเลือกจากการผู้ควบคุมการผลิตรายการ เพื่อหากุญแจสู่ความสำเร็จ (Key to Success) ในเรื่องความนิยมของผู้ชมรายการ (Rating) โดยสรุปได้เป็นรูปภาพที่ 4.13 ดังนี้



รูปที่ 4.13 แผนภาพ Key to Success : กุญแจสู่ความสำเร็จ
ในเรื่องความนิยมของผู้ชมรายการอึ่งทึ่งเสียว (Rating)

จากรูปที่ 4.13 เห็นได้ว่า Key to Success หรือกุญแจสู่ความสำเร็จในเรื่องความนิยมของผู้ชมรายการอึ่งทึ่งเสียว (Rating) มีลักษณะเดียวกันกับการใช้กลวิธีการสร้างสรรค์ของทั้ง 3 กลุ่มข้างต้น ซึ่งอาจจะมีเทคนิคที่นำมาใช้แตกต่างกันไปบ้าง เช่นเนื้อหาประเภทความสามารถคนจะมีการใช้กล้อง Go Pro ติดหน้าผากแขกรับเชิญ เพื่อให้ได้ภาพแทนสายตาทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วยตนเอง การใช้กล้องโดรน บันทึกภาพมุมสูงเพื่อแสดงความกว้างใหญ่ของพื้นที่ที่ถ่ายทำ หรือทางด้านการตัดต่อจะมีการนำเทคนิคทำภาพแบบเร่งเวลา (Time-lapse) เพื่อร่นระยะเวลาสำหรับกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาในการทำงาน และการทำภาพช้า (Slow Motion) เพื่อให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดการทำกิจกรรมหรืออากัปกริยาของแขกรับเชิญได้อย่างชัดเจน

เห็นได้ว่าการนำกลวิธีต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้สกัดออกมาใช้เป็นองค์ประกอบหลักในการผลิตรายการอิงฟังเสียว นับเป็นกลวิธีสำคัญที่ทีมงานผลิตได้นำมาใช้จริง โดยผ่านการทดลอง พัฒนา และปรับปรุงมาตลอดระยะเวลาการทำงาน ทำให้กลวิธีเหล่านี้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิต ก่อให้เกิดผลดีต่อรายการ ช่วยสร้างความน่าสนใจ สามารถกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมให้ตื่นเต้น สนุกสนานและตามชมได้ตั้งแต่ต้นจนจบ ประกอบกับการให้เนื้อหาสาระที่แปลกใหม่ ทันสมัย จึงทำให้รายการอิงฟังเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนานถึง 4 ปีนี้เอง



บทที่ 5

วิเคราะห์กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผ่านการสื่อสารส่วนบุคคลและการสนทนาแบบกลุ่ม

การศึกษาวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในบทที่ 5 ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูล 3 คน ประกอบด้วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผู้ควบคุมรายการ (Producer) และเจ้าหน้าที่ติดต่อรายการ (Editor) รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมาย 2 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน จำนวนทั้งสิ้น 12 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปีเป็นกลุ่มที่ 1 และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่ 2 โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลตามปัญหาวิจัยข้อ 1 ว่ากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เป็นอย่างไร

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูล 3 คน และการสนทนากลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์พบว่าประเด็นเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 จำแนกได้ 3 ประเด็น โดยจะแจกแจงให้ทราบดังนี้

5.1 การกำหนดเนื้อหาของรายการอิงทึ่งเสี้ยว (Pre-production)

ขั้นตอนการกำหนดเนื้อหาของรายการอิงทึ่งเสี้ยว เป็นขั้นตอนแรกในการริเริ่มสร้างสรรค์รายการ จุดเริ่มต้นเกิดจากการที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ต้องการจะสร้างรายการที่มีเนื้อหาใหม่ที่ตื่นเต้น สนุกสนาน ไว้อารมณ์ผู้ชมเพื่อตอบโจทย์การเป็นสถานีโทรทัศน์ว่าไรดีที่มีเนื้อหาสำหรับกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ

"...ตอนที่ทำครั้งแรกเชื่อว่าธรรมชาติของคนไทยชอบความตื่นเต้น ความแปลกเรื่องของตัวเองสนใจและไม่รู้จัก ไม่สามารถเห็นได้ในชีวิตประจำวัน ความมีส่วนร่วมในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์เลยรู้สึกว่าจะน่าจะทำไลฟ์สไตล์ของคนทั่วไปจะใช้ชีวิตแบบจำเจ เข้ามาทำงาน เย็นกลับบ้าน การที่จะเลือกหาความสุข ความตื่นเต้นให้กับตัวเอง รายการแบบนี้จึงขดเขยสิ่งที่เขาต้องการ รวมทั้งได้ความรู้ด้วย ได้ประสบการณ์ใหม่ โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปหาเอง เป็นรายการที่เปิดประสบการณ์ให้คนดูอย่างแท้จริง..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

นอกเหนือจากการพาผู้ชมไปเปิดประสบการณ์ใหม่ที่น่าสนใจและไม่สามารถเดินทางไปสัมผัสด้วยตัวเองแล้ว แนวคิดในการกำหนดเนื้อหาของรายการอึ่งทั้งเสียยังนิยมตามชื่อรายการอีกด้วย

"...หลัก ๆ เลยคือ เรื่องอะไรที่ดูแล้วอึ้ง อะไรที่ดูแล้วทึ่ง อะไรที่ดูแล้วเสียว แต่ธรณีความเจ็บของคนเราไม่เท่ากัน คนแต่ละคนเจ็บปวด หวาดเสียวไม่เท่ากันอย่างน้อยใน 1 เทป อาจจะได้อึ้ง แต่ทึ่งกับเสียวไม่ได้ อย่างนี้ก็ถือว่าเราประสบความสำเร็จ มันไม่มีทางที่ผู้ชมจะสามารถรับรู้ความรู้สึกทั้ง 3 ด้านได้พร้อม ๆ กัน..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

นอกจากนิยามข้างต้นแล้ว ทางทีมผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ยังมีการขยายขอบเขตหรือคำจำกัดความของเนื้อหาที่ผลิตเพิ่มขึ้น เพื่อการผลิตที่สะดวกขึ้น ไม่ปิดกั้นโอกาสในการผลิตเนื้อหาของทีมงาน ผลดีที่เห็นได้ชัด คือใน 1 ตอนนี้ออกอากาศผู้ชมจะได้ชมเนื้อหาที่หลากหลายขึ้น สถานีเองก็สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เรื่องการสร้างความนิยมรายการได้ง่ายและกว้างขึ้นด้วย

"...นอกจากนี้เรายังมีการกำหนดประเภทของเรื่องอีก 4 ประเภท คือ วิถีชีวิต กินแปลก สถานที่แปลก และความสามารถแปลก จึงมีโอกาสกว้างขึ้นที่ผู้ชมจะสามารถถูกใจในเนื้อหารายการ และลดความเสี่ยงในการที่จะไม่ประสบความสำเร็จในแต่ละเทปลงได้ดีขึ้น บริหารจัดการเนื้อหารายการได้ง่ายขึ้น..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...อึ่งที่งเสียวมมีการวางนโยบายชัดเจน นอกเหนือจากเรื่องที่ทำให้คนอึ่ง ที่ง เสียวมที่เราได้ปรับจูนกับทางทีมผู้บริหารมาเป็นระยะเวลาพอสมควรแล้ว ก็ยังมีเรื่องอึ่ง 4 ประเภทที่เป็นนโยบายจากทางผู้ใหญ่มารให้เราทำ แบบนี้เนื้อหากก็เปิดกว้างขึ้น ทีมผลิตทำงานได้ง่ายขึ้นสะดวกขึ้น..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานเป็นเรื่องจำเป็นและก่อให้เกิดผลดีทั้งฝ่ายบริหารผู้วางนโยบายและทีมงานผลิต ขอบเขตการทำงานที่กว้างขึ้นยังช่วยลดโอกาสในความเสี่ยงที่รายการจะไม่ประสบความสำเร็จอีกด้วย แต่นอกเหนือจากการผลิตเนื้อหารายการให้ตรงกับแนวคิดข้างต้นแล้ว กลุ่มเป้าหมายของรายการก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เนื่องจากวัยและเพศของผู้ชมรายการหลักมีผลโดยตรงต่อความนิยมในตัวรายการ

"...เรื่องและวิธีการนำเสนอต้องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ (Target Audience) นั่นคือผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ โดยกลุ่มผู้ชายจะอยู่ในสัดส่วนที่เยอะกว่าผู้หญิง เอาเรื่องสออดคล้องและที่ถูกต้องใจเขา และสามารถทำให้เขาเกิดความอยากรู้อยากเห็น อยากร่วมเข้ามามีส่วนร่วมมานำเสนอ..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า การจัดเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทั้งเรื่องเพศและอายุต้องมีความชัดเจนในเนื้อหาซึ่งอยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงจึงจะสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมหันมาชมรายการได้ แต่เนื่องจากใน 1 ตอนที่ออกอากาศรายการอึ่งที่งเสียวมจะประกอบด้วยเรื่องทั้งหมด 4 เรื่องคือวิถีชีวิต กินแปลก ความสามารถคน และสถานที่แปลก ดังนั้นการจัดวางตำแหน่งหรือลำดับในการออกอากาศของแต่ละเรื่องจึงมีความสำคัญไม่แพ้กัน เพราะหากวางเรื่องที่ไม่น่าสนใจไว้เป็นอันดับแรก อาจจะมีผลให้ผู้ชมเปลี่ยนช่องในทันที นอกจากนี้เรื่องที่น่าสนใจใน 1 เทปที่ออกอากาศยังจำเป็นจะต้องมีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มความแตกต่างและสีสันให้รายการ ขึ้นตอนนี้ทีมผลิตรายการจึงเป็นเสมือนผู้ที่ทำหน้าที่กำหนดวาระของเรื่องในการออกอากาศนั่นเอง

"...วิธีคือใน 1 เทปจะมี 4 เรื่อง เราจะเอาเรื่องที่เราคิดว่ามันแรงน่าสนใจมาวางเป็นเรื่องแรก ซึ่งเป็นการดึงคนดูมาดูรายการเรา ส่วนเรื่องที่ 2 และ 3 ก็จะเป็นเรื่องที่อยู่ในประเภทที่ต่างกัน เช่น เรื่องแรกประเพณีตีผึ้งร้อยรังเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิต เรื่องที่ 2 จะเป็นเรื่องสถานที่แปลก เช่นวัดแปลก ทำให้รายการมีความแตกต่าง หลากหลายใน 1 วันที่ผู้ชมได้ดู..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...สรุปแล้วคนกำหนดคือ ผู้บริหารและทีมงานเองเป็นคนกำหนดวาระตัวนี้ขึ้นมาเอง โดยอาศัยนโยบายจากช่อง ซึ่งสามารถทำให้คนดูเชื่อไปตามนั้นว่า เรื่องนี้คือเรื่องอึ้งที่สุดในสังคมประจำสัปดาห์นั้น คนดูก็จะเชื่อกลายเป็นว่าสุดท้ายแล้วช่องเป็นคนกำหนดวาระเหล่านี้เอง..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่าหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) ของรายการอึ้งที่ดึงมาจากทีมบริหารและทีมงานผลิตรายการเอง ซึ่งทำหน้าที่เลือกสรรเนื้อหาที่ตรงใจผู้ชมและมีการจัดเรียงในตำแหน่งที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจ อันจะทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อและโน้มเอียงไปในทิศทางที่ตนกำหนดไว้ สำหรับอีกประเด็นที่สำคัญก็คือ การคัดเลือกพิธีกร ซึ่งนับเป็นหัวใจในการดำเนินรายการ รายการอึ้งที่เสียมโนนโยบายชัดเจนในการคัดเลือกพิธีกรที่เป็นดารา นักแสดง คนดังที่มีชื่อเสียง 3 คน มาทำหน้าที่สลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกัน โดยทั้ง 3 คนมีบุคลิกที่แตกต่าง แต่สิ่งที่มีร่วมกัน คือความเป็นกันเอง มีส่วนร่วมกับเรื่องราวนั้น ๆ และมีความเป็นตัวแทนคนดูในระดับดีเยี่ยม

"...พิธีกรเป็นสิ่งที่มโนนโยบายลงไปว่า จะทำอย่างไรให้คนดูมีส่วนร่วมกับเรา เช่น พิธีกรต้องจูงใจให้คนดูมีส่วนร่วมกับเรา เขามีความเป็นตัวแทนและสะท้อนคนดูได้ระดับไหน จุดนี้เราพยายามคัดเลือกพิธีกรที่มีความสามารถและเป็นคนดัง ขวัญใจคนดูอย่างแท้จริง ซึ่งก็ได้กั๊ว สมจิตร และมดมาทำหน้าที่นี้ เรียกว่าได้รับการยอมรับและทำหน้าที่ได้ดีเยี่ยม..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...พอ 3 คนนี้มาทำงานกับเรา เวลาติดต่อขอถ่ายทำ พอเราพูดชื่อรายการและพิธีกรไป คนที่เราติดต่อเขาจะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ พอพนักงานพิธีกรก็ช่วยให้เราได้ภาพที่ยิ่งใหญ่กลับมา เช่นตอนที่เราไปถ่ายบั้งไฟที่ภาคอีสาน ชาวบ้านเห็นพิธีกรก็ตื่นตื่นส่งเสียงเชียร์สมจิตรทั้งสนาม ที่ได้สุดพิธีกรได้ขึ้นไปที่แท่นจุดบั้งไฟ ซึ่งตรงนั้นเป็นเขตหวงห้าม เรื่องความตลกพิธีกรเราไม่ร้องใคร พิธีกรชอบเล่นมุขกับชาวบ้านทำให้เรื่องมันสนุกขึ้น พิธีกรก็มีการร้องเพลงลูกทุ่งกับชาวบ้านก็เพิ่มความสุขสนานได้ดี เรียกว่าเราได้ประโยชน์มาก..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

ด้วยบุคลิกภาพที่ดูจริงใจ มีความเป็นตัวแทนผู้ชม เป็นกันเองและสนุกสนาน ทำให้พิธีกรทั้ง 3 คนได้รับความชื่นชมและเสียงตอบรับในแง่บวกมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้จากความนิยมและคำชื่นชมของผู้ชมรายการหลักที่มีต่อพวกเขาทั้ง 3 คน

"...ชอบตรงพิธีกรถามเยอะ ๆ เพราะเราก็อยากรู้นั้นนี่ พอพิธีกรรายการนี้ถาม ชาวบ้านเยอะ มันก็ทำให้เราเข้าใจไปด้วย ถามแทนเราเลยเหมือนเราไปถามเอง..." (ชนกพรรณ มั่นสิริทรัพย์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบกึ่งกับสมจิตร กึ่งนี้พระเอกโลก หล่อ แต่พอเขาไปตามหมู่บ้านต่าง ๆ เขาดูพูดคุยเป็นกันเอง มีลูกเล่น เข้ากับชาวบ้านได้ สมจิตรนี่หายห่วง ตลกอยู่แล้ว มุกเยอะ ส่วนมดก็ดีนะ น่ารักดี ดูแล้วสบายตา..." (ธนระวี วรรณไชย, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบสมจิตร แกฮาดี ด้วยตัวแกแหละ ตอนไหนแกลัวแกก็กลัวจริง กลัวจนหน้าซีด มันดูจริง พอแกตลก มันก็ตลกมาก จนบางทีที่บ้านขำกันหมด ขำกันไม่หยุดเลย..." (วุฒิชัย ว่องทิพากร, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบพิธีกรหญิงน้องมด มันดูน่ารักดี บางทีเรื่องน่าหวาดเสียว แต่พิธีกรน่ารัก มันก็ทำให้ความเครียดลดลงได้ บางทีน้องเขาตกใจ อุทานอะไรออกมา มันทำให้เราเข้าไปด้วย.." (จุมพล ว่องไวกแท้, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.1 ภาพพิธีกรรายการชิงชิงเสียง

ที่มา : รายการชิงชิงเสียง, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า พิธีกรนับเป็นองค์ประกอบสำคัญ การเลือกพิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นดารา คนดังในสังคมย่อมได้รับผลประโยชน์สูง ไม่ว่าจะเป็น การได้รับสิทธิพิเศษ นอกเหนือจากพิธีกรทั่วไป การเป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูดผู้ชม ทั้งนี้ข้อได้เปรียบดังกล่าวจะส่งผลดี ทำให้มีผู้ชมชมรายการอย่างต่อเนื่องและผลความนิยมรายการก็จะดีขึ้น

จากประสบการณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์และการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ทำให้ทีมบริหารมีมาตรฐานและแบบแผน ระเบียบวิธีปฏิบัติในการควบคุมการคัดเลือกเนื้อหา รายการที่ชัดเจน รวมถึงมีความเข้มงวดอย่างสูงในช่วงแรกๆที่เริ่มต้นผลิตรายการ

"...การควบคุมในระยะต้นเราจะกำหนดทิศทาง ช่วง 4-5 เดือนแรกจะมีการประชุมขายเคสอย่างเข้ม บางทีทีมมาขายเคส 30 เรื่อง ผ่านแค่ 4 เรื่อง แต่อันนั้นเป็นช่วงของการหาโพล ชั่งนึ่งของรายการให้เจอ คือการปรับจูนความคิดของทีมงานให้ตรงกับนโยบายที่ช่องวางเอาไว้ รวมทั้งค่าความชิง ชิง เสียงของทีมงานกับทีมบริหารก็ไม่เหมือนกัน จึงต้องมีการปรับกันระยะหนึ่ง พอเจอกันปุ๊บจะเห็นเลยว่า สิ่งไหนที่เราต้องการ..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...5 เดือนแรกนี่เป็นการทำงานที่โหดมาก พี่โต้ง ของเราจะทำหน้าที่คัดเลือก เรื่องที่เราเอาไปนำเสนอ ผ่านยากนะช่วงนั้น แต่พอทีมงานเข้าใจตรงนโยบายของช่องแล้ว ผมจะคัดเลือกเรื่องที่ได้มาจากน้องทีมงาน เพื่อให้พี่เอกรินทร์ ที่เป็นผู้อำนวยการฝ่ายรายการ

คัดเลือกอีกที ซึ่งช่วงหลังนี้ง่ายขึ้น เพราะพวกเรารู้ทางและความชอบของคนดูแล้ว..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ส่วนของการกำหนดเนื้อหารายการอึ่งทิ้งเสี้ยว (Pre-production) ผู้วิจัยพบว่าการวางนโยบายหลักในการผลิตที่ชัดเจนมีผลต่อการทำงานและเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการสร้างทีมผลิตรวมทั้งรายการให้มีประสิทธิภาพตรงใจผู้ชมเป้าหมาย การปรับทัศนคติ ความเชื่อในการทำงานด้วยการประชุมและควบคุมคุณภาพรายการอย่างเข้มงวดตลอดระยะเวลา 4 ปีก็นับเป็นเครื่องมือประกอบที่สำคัญ เพราะนอกจากจะช่วยให้ทีมผลิตรายการแม่นยำในทิศทางการผลิตแล้ว ยังสามารถตรวจสอบคุณภาพคนและงานได้ตลอดเวลาด้วย

5.2 เทคนิคการถ่ายทำรายการอึ่งทิ้งเสี้ยว (Production)

หลังจากผ่านขั้นตอนของการกำหนดเนื้อหาของรายการ (Pre-production) เรียบร้อยแล้ว ทีมงานฝ่ายผลิตรายการจะเริ่มลงมือในขั้นตอนต่อไปคือกระบวนการผลิตรายการอึ่งทิ้งเสี้ยว (Production) โดยมีเทคนิคในการเตรียมงานและถ่ายทำอยู่หลายขั้นตอนดังนี้

5.2.1 งบประมาณ

เริ่มต้นจากการกำหนดงบประมาณในการผลิตรายการ ที่ถูกจัดตั้งไว้ตามนโยบายของบริษัท ซึ่งมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนแน่นอน

"...ช่อง 8 เรามีประสบการณ์ด้านการผลิตรายการมานาน เรื่องงบประมาณเลยเป็นเรื่องที่ง่าย เพราะเรามีรูปแบบในการตั้งงบรายการใหม่ชัดเจนว่า งบพิธีกรรายการ 1 ชั่วโมงควรจะมีราคาเท่าไร ค่ากล้อง ค่าออกกองถ่ายในแต่ละครั้ง กรุงเทพเท่าไร ต่างจังหวัดเท่าไร รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และที่สำคัญค่าใช้จ่ายเรื่องค่าตัวทีมงาน เราก็นำมาคิดเป็นงบอีกส่วนด้วย..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...งบประมาณนี้ทางบริษัทได้ตั้งไว้อยู่แล้วว่า แต่ละเทป แต่ละเรื่องจะมีงบเท่าไรเราก็จะพยายามเกลี้ยงบ ทั้งค่าตัวพิธีกร ค่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำ รวมถึงค่าที่พักในกรณีที่ต้องเดินทางไปถ่ายทำในต่างจังหวัด ค่าอุปกรณ์ประกอบการถ่ายทำ ค่าอาหารการกินให้อยู่ในงบที่ช่องตั้งไว้ ที่ทำมาไม่เคยเกินงบ..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า ด้วยความเป็นมืออาชีพและสั่งสมประสบการณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน ทำให้เรื่องการจัดตั้งงบประมาณและการบริหารจัดการของรายการซึ่งต้องเสียเวลาเตรียมพร้อมที่สมบูรณ์ รอบคอบ ทำให้การดำเนินการผลิตในส่วนนี้เป็นไปอย่างราบรื่น

5.2.2 การหาข้อมูล

หลังจากนั้นทีมงานผลิตรายการจึงเริ่มต้นลงมือค้นหาข้อมูล โดยเลือกจากเรื่องที่น่าสนใจภายใต้หัวข้อที่ทางฝ่ายบริหารได้อนุญาตไว้ โดยค้นหาข้อมูลจากหลายแหล่ง ทั้งจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์และสื่ออื่น ๆ เมื่อได้ข้อมูลพร้อมเบอร์โทรศัพท์แล้ว ทีมงานจะพยายามติดต่อไปที่เจ้าของเรื่องนั้นเพื่อพูดคุย สอบถามข้อมูลประกอบการถ่ายทำ โดยอาศัยวิธีการติดต่อที่หลากหลาย

"...สิ่งที่ยากคือการหาข้อมูลเบื้องต้น หาเคสที่น่าสนใจ ประกอบกับทีมงานต้องรู้พฤติกรรมของ Target Group ช่องด้วย ถ้าเรื่องมันเมื่องมากเกินไปก็จะไม่ตรงกับ Contents ของช่องการ Research เป็นเรื่องสำคัญ จึงต้องให้มัน สัมพันธ์กับความชอบของกลุ่มคนดูช่อง 8 ด้วย..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...หลังจากเจอเคสที่เราจะถ่ายทำแล้ว เราจะพยายามติดต่อให้ถึงตัวเคส ถ้ารู้เบอร์โทรศัพท์ก็จะสายตรงไป แต่ถ้าไม่รู้ก็จะติดต่อไปทาง อบต. เพื่อให้เขาติดต่อไปทางผู้ใหญ่บ้าน เพราะผู้ใหญ่บ้านจะรู้จักลูกบ้านของตนว่าคนนี้เป็นใคร หรือแม้แต่โรงพักเราก็เคยติดต่อ..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

5.2.3 การลงพื้นที่เพื่อสำรวจ (Survey)

บางกรณีการสัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจนเพียงพอ การลงพื้นที่เพื่อสำรวจ และสังเกตการณ์จึงเป็นกลวิธีที่ทีมงานมักจะนำมาใช้ก่อนการถ่ายทำอยู่เสมอ

"...จากนั้นจะ Survey ลงพื้นที่จริงเพื่อนำข้อมูลกลับมา บางเรื่องเขาจะไม่เปิดเผยทางโทรศัพท์ มันต้องใช้การพูดคุยนานพอสมควร รวมทั้งเราได้เห็นสถานที่จริง เพื่อดูมุมในการถ่ายทำ ภูมิประเทศบางอย่างสามารถเอามาเพิ่มเติมเพื่อให้รายการมันสนุกขึ้นได้..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า การหาข้อมูลแบบหลายทิศทางนั้น ส่งผลให้ทีมงานผลิตมีข้อมูลในมือที่ครบถ้วน จึงสามารถสร้างสรรค์รายการออกมาได้อย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลครบทุกมิติตามที่ทีมงานต้องการแล้ว ทีมผลิตก็จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

5.2.4 การเขียนบทโทรทัศน์ (Script)

ด้วยธรรมชาติรายการนี้มีความคล้ายคลึงกับรายการสด ทุกอย่างที่เกิดขึ้นอาจจะไม่ตรงตามที่คาดไว้ บทโทรทัศน์ของรายการซึ่งที่เสี้ยวจึงมักจะมีการเขียนแค่เค้าโครง ซึ่งจะไม่มีการกำหนดเนื้อหาคำพูดของแขกรับเชิญ มีเพียงแค่วิวและคำพูดของพิธีกรเพียงคร่าว ๆ เท่านั้น

"...ในสคริปต์เป็นแค่วิวและรายละเอียดของเรื่องคร่าว ๆ ว่าสิ่งที่พิธีกรและคนดูจะไปเจอมีอะไรบ้าง แบ่งเป็นคิวไป เช่น คิวเปิดให้พิธีกรเกริ่นถึงเรื่องราวที่จะพาไปเจอ แต่ไม่ได้เฉลยทั้งหมดแต่จะทิ้งเป็นคำถามไว้เพื่อให้ผู้ชมสงสัยคิวต่อไปจะเป็นคิวที่พิธีกรเจอกับแขกรับเชิญและค่อย ๆ เฉลยเรื่องราว ส่วนคิวสุดท้ายจะเป็นคิวที่สรุปเนื้อหาทั้งหมด ต่อด้วยเอกลักษณ์ของรายการ พิธีกรจะ гаранตีว่าเรื่องนั้นเป็นเรื่องอึ้งที่เสี้ยว ที่รับรองโดยรายการเรา..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

5.2.5 สูตรสำเร็จในการเดินเรื่องของบทโทรทัศน์รายการอิงสิ่งเสี้ยว

นับเป็นกลวิธีที่สำคัญไม่แพ้ขั้นตอนใด เนื่องจากบทรายการนี้มีเอกลักษณ์ และเดินเรื่องในแบบเดียวมาตลอดระยะเวลา 4 ปี ดังที่ผู้ควบคุมการผลิตรายการได้เปิดเผยไว้

"...การเดินเรื่องเราใช้สูตรเดียวเลย คือการเอาคนเจ้าของเรื่อง สัตว์ หรือแม่แต่สถานที่เป็นตัวเดินเรื่อง โดยมีพิธีกรประกบเล่าเรื่องให้ข้อมูลจริงพร้อมกับแอคชั่นที่เราสร้างขึ้น แต่ทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานความจริง ถ้าเราไปทำเรื่องคนหัวเหล็กโหม่งทุเรียน เราก็จะใช้คนหัวเหล็กคนนั้นเล่าเรื่องโชว์ความสามารถตลอดตั้งแต่เปิดตัวจนจบเรื่อง..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า ประเภทของเรื่องราวที่จะถ่ายทำนั้น ส่งผลต่อการเขียนบทโทรทัศน์เป็นอย่างมาก รายการอิงสิ่งเสี้ยวมีลักษณะคล้ายรายการสดที่ไม่สามารถกำหนดลงไปอย่างละเอียดได้ว่าในการถ่ายทำจะเจออะไร ดังนั้นการพึ่งพาบทแบบเค้าโครงและดำเนินเรื่องด้วยเจ้าของเรื่องนั้น จึงมีความจำเป็นและสร้างความสดให้รายการได้เป็นอย่างดี จนกลายมาเป็นลักษณะสำคัญของรายการ

5.2.6 กลวิธีการเลือกอุปกรณ์ในการถ่ายทำ

เมื่อบทโทรทัศน์เสร็จสมบูรณ์ ฝ่ายประสานงานได้นัดหมายแขกรับเชิญเรียบร้อย ทีมงานจะเตรียมความพร้อมเรื่องอุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องทำเพิ่ม นัดหมายทีมกล้องและเสียง ในที่สุดวันถ่ายทำก็มาถึง ขั้นตอนการถ่ายทำนี้ (Production) นับเป็นขั้นตอนที่มีการใช้กลวิธีอยู่มากมาย โดยเริ่มที่ชนิดของกล้องที่ใช้ และมุมกล้องในการถ่ายทำ ซึ่งมีความหลากหลาย ตอบโจทย์ตรงกับลักษณะของเรื่องราวที่ถ่ายทำ รวมทั้งสร้างความสวยงาม ตื่นตาตื่นใจให้แก่ผู้ชมด้วย

"...เราใช้กล้อง DSLR ในการถ่ายทำเป็นหลัก เน้นการถ่ายทำด้วยการ Hand Held เป็นหลัก เพราะภาพที่ได้มันจะให้ความรู้สึกเหมือนจริง และที่สำคัญที่สุดคืออุปกรณ์พิเศษ เช่น กล้องโดรนไว้ถ่ายภาพมุมสูง ให้เห็นบริเวณกว้าง ๆ ที่เราไม่สามารถขึ้นไปถ่ายได้ เราก็จะได้ภาพที่ยิ่งใหญ่ในการนำเสนอ เพิ่มรสชาติให้คนดูได้ กล้องอีกตัวที่ขาดไม่ได้เลย คือกล้อง Go Pro กล้องเล็ก ที่ไว้ล้วงถ่ายภาพในมุมอับและสามารถลงน้ำได้..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...การใช้มุมมองต้องแปลกตามเรื่อง เพื่อที่จะดึงตัวเนื้อหาออกมาให้ชัดเจน เช่นถ้าเราพูดเรื่องจะเข้าปาก เราต้องเอากล้อง Go Pro เข้าไปในปากจะเข้า เพื่อสร้างความรู้สึก น่ากลัว ดังนั้นนโยบายหลักเรื่องนี้ ทีมจึงต้องเข้าใจว่าธรรมชาติของแต่ละเรื่อง ต้องการสื่ออารมณ์แบบไหน และจากนั้นก็นำเอาวิธี Production ต่าง ๆ ไปใช้เพื่อให้งานออกมาสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบหยิบมุมมองจากโดรนมาใช้เหมือนกัน เวลาเล่าเรื่องการเดินทางไปในทะเล ขึ้นเขาไรแบบนี้ มันดูตอบโจทย์ มันเล่าเรื่องโดยที่เราแทบไม่ต้องบอกอะไรคนดูเลย จากมุมสูง ๆ เวลาเดินทางไปในป่า ต้นไม้เยอะ ๆ พิธีกรตัวเล็กนิดเดียว มันดูเล็กกลับแต่ยิ่งใหญ่..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.2 ภาพมุมสูงจากกล้องโดรน และภาพแทนสายตายจากกล้อง Go Pro

ที่มา : รายการอิงทิงเสียว, 2560

กลวิธีการถ่ายทำด้วยกล้องโดรนเพื่อให้ได้ภาพทิวทัศน์ในมุมสูง และกล้อง Go Pro เพื่อล้วงไปถ่ายในมุมที่กล้องขนาดใหญ่เข้าไปไม่ได้ นั้น เป็นกลวิธีที่สามารถสร้างภาพแปลกตา สวยงาม ซึ่งเกิดผลต่อการรับชมของผู้ชม ดังเช่นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมรายการอิงทิงเสียว

"...ผมชอบภาพที่มันถ่ายมาสูง ๆ อย่างเวลาเขาพาไปต่างจังหวัด แล้วภาพมันเหมือนลอยขึ้นไปถ่ายข้างบน แล้วมองมาเห็นภาพกว้าง ๆ ภูเขาทั้งลูก เหมือนแบบที่เราไม่เคยเห็นมาก่อน สวยดีครับ..." (ธีรพงษ์ ทองคำสิงห์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบภาพที่หาดูยาก หาไม่ได้ เช่น ภาพที่ถ่ายจากที่สูง ๆ มุมสูง ๆ ซึ่งภาพแบบนี้เราไม่มีทางได้เห็นนอกจากนั่งเครื่องบินขึ้นไป เห็นภูเขาทั้งลูกแบบนี้..." (ไพบุลย์ สุขประสาน, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบภาพแปลก ๆ เสียว ๆ อย่างเขาทำได้อย่างไร เอากล้องเข้าไปในปากกระแซะ เข้าไปในรังต่อ รังผึ้ง น่าทึ่งดี น่าสนใจ..." (จุมพล ว่องไวแท้, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบภาพที่เขาไปถ่ายในน้ำได้ ผมไม่เข้าใจว่าเอากล้องจุ่มลงไปถ่ายในน้ำได้อย่างไร อย่างตอนใ้ล้อ้วงู เขาโดดลงไปจับงูในน้ำพร้อมกล้อง ดูที่แรกตกใจเลยเหมือนเราโดดไปด้วย และกล้องไม่พังเหรอ..." (สมชาย ใจสม, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า ลักษณะของเรื่องราวที่จะถูกถ่ายทอดลงในรายการจะเป็นตัวกำหนดกลวิธีในการเลือกประเภทของกล้อง ลำดับแรกทีมงานจำเป็นต้องเข้าใจแก่นของเรื่องที่จะนำเสนอว่าจะสื่อสารให้ผู้ชมทราบเรื่องเกี่ยวกับอะไร เมื่อเข้าใจแล้วก็จะสามารถตีความและเชื่อมโยงไปยังความหมายและลักษณะของภาพที่จะสื่อสารให้มีความสอดคล้องกันได้ หากภาพที่ผู้นำเสนอมีความสอดคล้องกับเรื่องราวก็จะสามารถสร้างอารมณ์ร่วมทำให้ผู้ชมเกิดการคล้อยตามและติดตามต่อเนื่องได้ตลอดทั้งเรื่อง อีกทั้งยังช่วยสร้างเสน่ห์ให้กับรายการด้วย

5.2.7 กลวิธีกรถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup)

นอกเหนือจากการใช้อุปกรณ์ถ่ายทำเพื่อให้ได้ภาพที่จะสามารถสร้างอารมณ์ร่วมแก่คนดูได้ดังที่ต้องการแล้ว การถ่ายทำ ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ออกมาก็มีอยู่หลายวิธีที่น่าสนใจ กลวิธีกรถ่ายทำแบบจัดฉาก นับเป็นกลวิธีหัวหอกที่ถูกหยิบมาใช้อยู่เสมอ เพื่อสร้างความสมจริงที่สมบูรณ์แบบให้แก่เรื่องราว ทำให้ผู้ชมคิดว่าเหตุการณ์ที่รับชมอยู่นั้นเป็นเรื่องจริง

"...เรื่องการเซ็ทอัพ (Setup) เป็นเรื่องที่เราเอามาทำบ่อย บางครั้งเราไปถ่ายทำในเรื่องที่คาดเดาไม่ได้ เช่น ถ่ายกลุ่มชาวบ้านที่จับแยะมาทำเป็นอาหาร พอไปถึงแยะมันเป็นสัตว์ที่คอนโทรลไม่ได้ บางตัวขึ้นมาจากภูแล้ววิ่งหนีเลย ชาวบ้านจับไม่ทัน เราเลยไม่ได้ภาพอย่างที่คิด ผมเลยเซ็ทอัพซะเลย คือให้ชาวบ้านถือแยะอยู่ในมือและซ่อนไว้ในมุมที่กล้องจะไม่เห็น แล้วก็ให้ชาวบ้าน 4-5 คนวิ่งกันเป็นกลุ่มอารมณ์เหมือนวิ่งไล่จับแยะ แล้วก็ให้ชาวบ้านที่เราเตรียมไว้โยนแยะออกมาและวิ่งไล่ตะครุบ เราก็ได้ภาพอย่างที่เรากำลังต้องการคือชาวบ้านวิ่งไล่จับแยะ..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ชอบภาพแบบที่เขาตามสัตว์ชนิดหนึ่ง เหมือนที่ผมดูจับแยะ เขารู้ได้อย่างไรว่าแยะจะวิ่งทางไหน ช่างกล้องจับภาพได้หมดเลย เขาได้อย่างไรว่าแยะจะวิ่งตรง ซ้าย ขวา แกรมตอจนกระโดดจับได้ เขาถ่ายทัน ตามสัตว์พวกนี้ได้อย่างไร..." (อนุรักษ์ พวงจำปา, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.3 ภาพกลวิธีการถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) ในการจับแยะ
ที่มา : รายการอิงทิงเสียว, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า สืบเนื่องจากการที่รายการอิงทิงเสียวมีลักษณะคล้ายรายการสดไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ล่วงหน้าได้ การถ่ายทำแบบจัดฉากจึงมีความจำเป็นเนื่องจากกิจกรรมที่น่าเสนอ มักจะพึ่งพาธรรมชาติเป็นหลัก ความไม่แน่นอนนี้เองอาจทำให้ทีมงานไม่ได้ภาพที่ตั้งใจ กลวิธีนี้จึงถูกนำมาใช้เพื่อให้ได้ภาพตรงตามเรื่องราวและสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจเหตุการณ์นั้น ๆ ได้ถูกต้องครบถ้วน

5.2.8 กลวิธีการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act)

กลวิธีการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act) เป็นกลวิธีที่ถูกหยิบจับมาใช้บ่อยไม่แพ้ การจัดฉาก เนื่องจากจุดสำคัญของรายการซึ่งทิ้งเสี้ยวต้องการให้คนดูเห็นทุกภาพอย่างชัดเจน เพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้นและสร้างความเข้าใจในเรื่องราว กลวิธีนี้จึงถูกนำมาใช้เพื่อคลี่คลายกรณีดังกล่าวแก่ผู้ชมนั่นเอง

"...เรามีการถ่ายหลายแบบ ทุกเรื่องเป็นเรื่องจริง แต่บางครั้งเราก็มีการถ่ายซ้ำ หรือที่เรียกว่า Re-act อาจจะเป็นเพราะเราต้องการเปลี่ยนมุมมองให้มีความหลากหลาย บางมุมมันอาจจะเห็นไม่ชัด เราจึงต้องมีการถ่ายซ้ำในแอคชั่นเดิม เพื่อเอามาขยี้เล่าเรื่องให้คนดูรู้สึกว้าว เช่นลุงชายไอศกรีมซึ่งมีลีลาการเสิร์ฟด้วยการโยน เราจะให้ลุงโยนหลายครั้ง เพื่อที่มกกล้องจะเปลี่ยนมุมและขนาดภาพไปเรื่อย ๆ อาจจะมีการจับแคบตรงมือลุง ครึ่งตัวที่คนรับ หรือแม้แต่แคบสุดที่ถ้วยไอศกรีมในมือลูกค้า ภาพเหล่านี้เมื่อนำมาตัดต่อซ้ำ ๆ ในการโยน 1 ครั้ง คนดูจะได้เห็นหลายมุม หลายภาพ ซึ่งทุกภาพมีส่วนช่วยขยายความเก่งของลุง..." (เนติบวร ไสภณีกร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบภาพที่มันทำให้อารมณ์เราถึงที่สุดขีด คือการเอาภาพซ้ำมาฉายวน อย่างเห็นกินรูรอบแรกไปแล้ว เขาก็เอาภาพมาซ้ำอีกแต่ภาพมันจะซ้ำแต่จะเห็นมุมอื่นแทนนะ ทำให้เราเห็นภาพขณะกินซ้ำ ๆ มันสะอิดสะเอียน แต่ดูจบปุ๊บก็รู้สึกว่าการแบบนี้แหละมันทำให้เราถึงขีดสุด..." (ปรัชญา ผิวอ่อนคง, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.4 ภาพกลวิธีการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act)

ที่มา : รายการซึ่งทิ้งเสี้ยว, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า ปัญหาหลักในการถ่ายทำรายการที่มีลักษณะคล้ายรายการสดคือการวางมุมกล้องในตำแหน่งที่จะได้มาซึ่งภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็น แต่การคาดคะเนในการวางตำแหน่งกล้องอาจจะมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากทุกกิจกรรมที่ถ่ายทำจะไม่สามารถกำหนดตำแหน่งในการเกิดเหตุได้อย่างแม่นยำ กลวิธีการถ่ายซ้ำจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี ทีมงานจะสามารถเห็นความไม่ชัดเจนของภาพที่ถ่ายทำไปแล้วและลงมือถ่ายใหม่อีกครั้ง เพื่อเปลี่ยนตำแหน่งอันจะนำมาสู่มุมมองที่หลากหลายและชัดเจนขึ้น

5.2.9 การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการถ่ายทำ

การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการถ่ายทำเป็นอีกกลวิธีหนึ่งที่ทีมงานผลิตรายการซึ่งพึ่งเสียนำมาใช้บ่อยครั้ง เหตุเพราะรายการนี้มีการถ่ายทำนอกสถานที่ตลอดเวลา เรื่องดินฟ้าอากาศและเหตุฉุกเฉินที่ไม่คาดคิดอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา บ่อยครั้งจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนการถ่ายทำเพื่อให้สามารถดำเนินการถ่ายทำได้เสร็จสิ้นตามกำหนดเวลา เพื่อเป็นการช่วยทำให้ต้นทุนไม่บานปลายนั่นเอง

"...ปกติเราจะถ่ายแบบเรียงลำดับ แต่บางครั้งเราไปถ่ายเจอปัญหาเฉพาะหน้าหลายอย่าง เช่นฝนตก เรื่องที่เราเตรียมไปต้องถ่าย Out-door ก็ถ่ายไม่ได้ เลยต้องมีการถ่ายข้ามคิวถ่าย In-door ก่อน เราเลยต้องทำความเข้าใจกับเคสเล่าเรื่องให้ฟังว่าก่อนหน้าและหลังจากคิวนี้เป็นอะไร เขาจะได้ไม่งง รวมถึงพิธีกรต้องเข้าใจด้วย ฝนหยุดเมื่อไหร่ค่อยออกไปถ่ายในส่วนที่เหลือ บางทีก็เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่นเจ้าของร้านอาหารปาถุงหัวงู ซึ่งถูกสับหลุดจากตัวแล้วแวงมากัด เขาต้องรีบไปโรงพยาบาลด่วน แต่ผมก็ให้ทีมกล้องบันทึกเทปต่อทันที พิธีกรก็รันเป็นเรื่องจริงไปเลย วันต่อมาพี่เขาก็ออกจากโรงพยาบาลแล้วเราก็กลับไปถ่ายเขาต่อเนื่องจากเมื่อก่อน..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.5 ภาพกลวิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ที่มา : รายการชิงกิ่งเสียว, 2560

จากข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ส่วนหนึ่งของกลวิธีที่ใช้ในกระบวนการผลิตรายการชิงกิ่งเสียว (Production) ผู้วิจัยพบว่ากลวิธีหลากหลายที่รายการชิงกิ่งเสียวนำมาใช้ เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ลองผิดลองถูกในการผลิตรายการมาอย่างยาวนาน หากแต่รายการนี้เป็นเสมือนรายการสด เหตุการณ์หรือปัญหาเฉพาะหน้าจึงมักเกิดขึ้นเสมอ กลวิธีต่าง ๆ จึงถูกเตรียมพร้อมและนำมาใช้แก้ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมบทโทรทัศน์แบบเค้าโครง ซึ่งสามารถปรับแก้ไขได้ตลอดเวลา การเลือกประเภทของกล้องถ่ายทำให้ตรงกับเรื่องราวที่จะนำเสนอ กลวิธีการถ่ายทำแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบโจทย์ในการเล่าเรื่องที่ไม่สามารถคาดเดาได้ ทั้งหมดนี้ถูกออกแบบมาเพื่อให้ทีมงานผลิตรายการชิงกิ่งเสียว สามารถบันทึกเรื่องราวที่จะนำเสนอได้ครบถ้วน ชัดเจน อันจะทำให้การออกอากาศรายการไปสู่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายประสบความสำเร็จ

5.3 เทคนิคกระบวนการหลังการถ่ายทำรายการชิงกิ่งเสียว (Post-production)

เมื่อทีมงานได้ทำการถ่ายทำรายการมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะนำภาพที่ได้ทั้งหมดผ่านกระบวนการขั้นสุดท้ายก่อนนำเสนอออกอากาศ นั่นคือ กระบวนการหลังการถ่ายทำรายการ (Post-production) ซึ่งนับเป็นขั้นตอนที่มีความละเอียดอ่อน เป็นการรวมทุกอย่างเข้าไว้ด้วยกัน จึงจำเป็นต้องใช้ทั้งศาสตร์ของการเล่าเรื่องประกอบกับศิลปะในการรังสรรค์ความสวยงามขององค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งภาพ เสียงเพลง เสียงประกอบ เสียงบรรยาย ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้รายการที่ออกมามีคุณภาพ สนุกสนาน และสามารถดึงดูดผู้ชมให้ชมได้ตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ รวมทั้งดึงดูดให้ผู้ชมเกิดความประทับใจอันจะนำมาสู่การเป็นแฟนรายการต่อไป โดยกลวิธีในกระบวนการนี้มีมากมายดังต่อไปนี้

5.3.1 การกำหนดแนวความคิดในการตัดต่อ

นับเป็นขั้นตอนแรกก่อนการลงมือตัดต่อเล่าเรื่องในรายการ ซึ่งทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ได้มีการกำหนดเป็นนโยบายไว้ชัดเจน

"...จุดเด่นที่สำคัญของรายการเราก็คือ การเล่าเรื่องที่เร็ว กระชับ ตรงประเด็น ไม่อ้อมค้อม ทุกวันนี้คนดูไม่ชอบอะไรที่ยืดเยื้อ เขาชอบอะไรที่กระชับ รวดเร็ว เข้าใจง่าย เข้าถึงเรื่องที่ต้องการนำเสนอเลย แล้วเรื่องราวต้องเล่าเป็นลำดับ ทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ ถ้าเราทำแบบนี้คนดูจะไม่เปลี่ยนช่องหนีนะครับ..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...การตัดต่อรายการนี้มันเหมือนการสรุปเรื่องราวที่เขาถ่ายมาทั้งหมดเข้าด้วยกัน ฟุตเทจภาพค่อนข้างเยอะ แต่ผมต้องตัดต่อให้จบ 1 เรื่องภายในเบรกเดียว เขาถ่ายมาเป็นชั่วโมง ต้องตัดให้เหลือ 10 นาที ผมก็จะนั่งดูแล้วค่อย ๆ เลือกสิ่งที่จะเล่า จากนั้นค่อยประกอบร่างรวมกัน..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบเรื่องกินแปลก การที่เขาจะเอาวัตถุดิบมาทำ เขาให้เราเห็นตั้งแต่มันเป็นอย่างไร มันอยู่อย่างไร คนล่าทำเครื่องมือล่า ออกไปล่าจนถึงทำเมนู กลายเป็นอาหารว่ามันกินได้จริง มันเหมือนเล่าเรื่อง ๆ หนึ่งแบบรวมทั้งหมดว่า ตั้งแต่ 1 ถึง 10 มันมีอะไรบ้าง..." (อนุรักษ์ พวงจำปา, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า นโยบายในการกำหนดแนวความคิดการตัดต่อรายการ ซึ่งทั้งสี่มีความชัดเจน ตรงใจผู้ชมรายการเป้าหมาย เนื่องจากปัจจุบันผู้ชมมีสิ่งกระตุ้นเร่งเร้ารอบทิศทาง การที่จะจริงใจให้ผู้ชมชมรายการตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ นอกเหนือจากเนื้อหาที่ตรงใจแล้ว การตัดต่อที่กระชับ เข้าประเด็นเร็ว ไม่ยืดเยื้อยังเป็นกลวิธีสำคัญที่สอดคล้องกับลักษณะการรับชมรายการของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

5.3.2 กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพช้า (Slow-motion)

กลวิธีนี้ถูกนำมาใช้เพื่อเน้นย้ำให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นับเป็นกลวิธีที่ขาดไม่ได้สำหรับรายการอึ้งที่เสียว เนื่องจากบางเรื่องราวตาของมนุษย์ไม่สามารถจับภาพได้ครบทุกรายละเอียด ดังนั้นพนักงานตัดต่อจึงนิยมนำกลวิธีนี้มาใช้ในการเล่าเรื่องอยู่เสมอ

"...การเน้นให้เห็นรายละเอียดของภาพด้วยการใช้ภาพช้า (Slow-motion) เราก็ใช้กันบ่อย แต่มันต้องคิดวางแผนล่วงหน้ามาแล้วตั้งแต่ตอนถ่าย เช่น ตอนเด็กยิงหนังยางไปโดนไข่ด้วยความเร็วมันทำให้เรามองไม่เห็นวิถีกระสุน แต่ถ้าเราใช้กล้องบวกกับเทคนิคการตัดต่อ คนดูจะได้เห็นการแตกของไข่ที่โดนลูกหินกระทบบว่า มันเป็นแบบไหน วินาที่ที่แตกเป็นอย่างไร..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

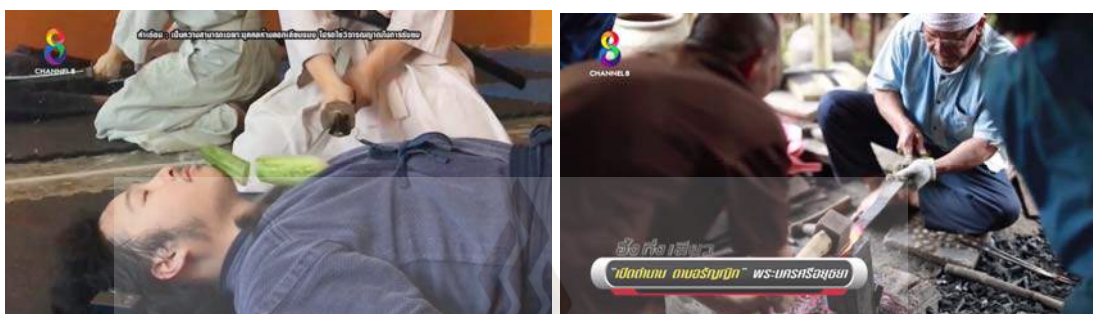
"...ขั้นตอนการถ่ายเขาจะถ่ายเฟรมเรตสูง ๆ (Frame Rate) อย่าง 60 เฟรมหรือ 100 เฟรมต่อวินาที ผมก็จะมาดึงสโลว์เป็นภาพช้า มันจะสวยงาม อย่างซามูไร เวลาที่ดาบซามูไรมันฟันไป 25 เฟรมปกติ มันจะเร็วมาก แต่ถ้าสโลว์มัน จะเห็นทุกรายละเอียด มันจะเห็นดาบค่อย ๆ เข้าไปในไม้ไผ่มันจะสวยงาม..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

การใช้ภาพช้า เสมือนเป็นการเน้นย้ำรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมเห็นได้ชัดเจนขึ้น ดังนั้นเมื่อนำกลวิธีนี้มาใช้จึงทำให้กลุ่มผู้ชมรายการชื่นชอบเป็นพิเศษ

"...พวกภาพช้า สโลว์ ๆ มันลึ้นนะ อย่างตอนเขาเอาดาบซามูไรมาฟันผลไม้ลงบนคอก พอมันเข้าปุ๊บ เราลึ้นเลยว่ามันจะฟันโดนคอกหรือเปล่า และเวลาดาบมัน ลงไปที่ผลไม้ มันผ่านเข้าไปได้อย่างไร..." (ศุภชัย ทองอินทร์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบภาพช้า มีตอนแชมป์กระโดดเชือกระดับโลก เขาจุดไฟที่เชือกแล้วให้เด็กโดด 5-10 คนกระโดดพร้อมกัน เราจะเห็นเลยว่า ช่วงที่เชือกมันตกลไฟมันแลบ เด็กโดดเขาขาหลบ มันได้อารมณ์..." (ศักดิ์เจริญ พึ่งประจิดต์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...อย่างตอนตีมีด ถ้าจำไม่ผิดตอนตีเขาจะให้เห็นภาพสโลว์ พอเราดูแล้วเราเข้าใจคำว่า เหล็กต้องตีตอนร้อนเลย เห็นภาพชัดเจน..." (วุฒิชัย ว่องทิพากร, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.6 ภาพกลวิธีการใช้ภาพช้า (Slow-motion)

ที่มา : รายการอึ้งทั้งเสียว, 2560

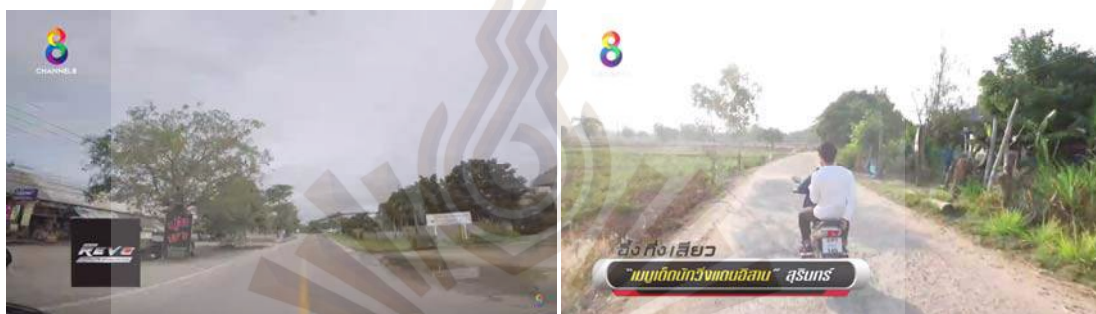
จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า กิจกรรมที่รายการอึ้งทั้งเสียวถ่ายทำนั้น หากผู้ชมได้ชมเพียงรอบเดียวในจังหวะปกติ อาจจะไม่ค่อยประทับใจรายละเอียดของภาพได้ไม่ครบถ้วน กลวิธีการทำภาพช้า จึงถูกเติมเต็มและแก้ปัญหาในจุดนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในการเก็บรายละเอียดของเรื่องราว และยังส่งผลดีในการช่วยเน้นย้ำอารมณ์ของเรื่องราวให้เด่นชัดขึ้นด้วย

5.3.3 กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพเร็ว (Fast Speed)

ถึงแม้การใช้ภาพช้าจะเป็นกลวิธีที่ทีมงานอึ้งทั้งเสียวนิยมนำมาใช้ หากแต่สิ่งที่ตรงข้ามกัน อย่างการใช้ภาพเร็วก็นับเป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่ทีมงานไม่เคยมองข้าม เนื่องจากสามารถสร้างความตื่นเต้น เร้าใจและอธิบายความสำคัญของสิ่งที่เห็นแบบย่อได้

"...บางครั้งขั้นตอนบางอย่างมันมีความสำคัญในการเล่าเรื่องแต่มันใช้เวลานานกว่ากระบวนการนั้นจะจบ เราก็พึ่งวิธีการเร่งภาพให้เร็วหรือ Fast Speed ในการตัดต่อ เช่น เราไปถ่ายเคสเด็กที่สามารถมองเห็นในที่มืด เราไม่สามารถรอถ่ายทำในเวลากลางคืนได้ ทีมงานจึงจำเป็นต้องนำไฟดำมาสร้างให้เหมือนเป็นห้องมืด เราเห็นความสำคัญว่าการเห็นที่มันเกิดขึ้นจริง ไม่ได้หลอกคนดู เลยจำเป็นต้องเล่าเรื่องนี้ แต่ถ้าจะเล่าปกติ มันใช้เวลา เราเลย Fast Speed ภาพพร้อมเสียงคนบรรยายไปด้วยเพื่อสร้างความเข้าใจ..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ถ้ามันเป็นการเล่าเรื่องพีธีกรเดินทาง ผมจะใช้ภาพ Fast Speed ผมจะให้ ทีมเก็บภาพ การเดินทางบนถนนมาแล้วเอามาตัด มันจะดูเหมือนพีธีกร เดินทางไปเชียงใหม่จริง ๆ เห็นป้ายจังหวัด คนดูจะเชื่อ แต่บางทีผมจะใช้ภาพ Fast Speed ต่อ ด้วย ภาพ Slow-Motion เช่นตอนที่เขารับเชิญขับรถผ่านไฟ ผมจะใช้การเร่งภาพให้เร็วตอนเขาขับ เมื่อ กระโดดลอดห่วงไฟก็จะดึงให้ภาพช้าลงเพื่อเห็นรายละเอียดการลอดห่วงไฟ คนดูก็จะลุ้น ไปด้วยว่าจะผ่านหรือไม่..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.7 ภาพกลวิธีการใช้ภาพเร็ว (Fast Speed)

ที่มา : รายการอึ้งที่งเสียว, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า กลวิธีการทำภาพเร็วสามารถสร้างความเชื่อใน เนื้อหารายการได้ บางสถานที่ บางเหตุการณ์ที่ทีมงานต้องเดินทางไกล ภาพในส่วนนี้จะรองรับกับ ความเชื่อดังกล่าว ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าการกระทำที่เกิดขึ้น ไม่ได้หาดูกันได้ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะ คนในเมืองหลวง ซึ่งชีวิตเร่งรัด การใช้กลวิธีนี้จึงช่วยให้พวกเขาเชื่อในสิ่งที่ตาเห็นมากขึ้น

5.3.4 กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse)

ด้วยงบประมาณที่ถูกจำกัดสำหรับการถ่ายทำ ในแต่ละเรื่องทีมงานจะมีเวลาเพียงครึ่งวัน หรือประมาณ 4 ชั่วโมงเท่านั้น ขณะที่บางเรื่องจำเป็นต้องใช้เวลาในการถ่ายทำข้ามวันถึงจะเห็น กระบวนการทั้งหมด ทีมงานจึงจำเป็นต้องใช้กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลาร่วมกับการจัดฉากขึ้น ในขณะถ่ายทำ เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นกระบวนการทั้งหมด ภายใต้เวลาและงบประมาณในการถ่ายทำ ที่จำกัดนั่นเอง

"...ในกรณีที่เรารู้สึกต้องการบอกคนดูว่ากระบวนการนี้มันต้องใช้เวลานานแค่ไหน เช่น การทิ้งกับดักดัก กระแตไว้ ฟรุ้งนี้ค่อยมาเก็บ แต่เนื่องจากงบประมาณและเวลาถ่ายทำเรามีจำกัด เราไม่สามารถอยู่ ข้ามคืนได้ เราก็จะใช้วิธีการถ่ายและตัดต่อหลอก อาจจะทำพระอาทิตย์ค่อย ๆ ตก จนพระจันทร์ขึ้นและตกไปเห็นแสงเช้าเพื่อเอามาใช้ในการตัดต่อให้เห็นว่ามันข้ามวันแล้ว นะ แต่ในการทำจริงมันอาจจะห่างกันแค่ 10 นาที..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...เวลาที่เรามาถ่ายรายการมา มันไม่ได้ถ่ายแค่กลางวันมา มันยาวไปถึงกลางคืนด้วย แต่ ด้วยระยะเวลาที่มีเราไม่สามารถเล่าทั้งหมดได้ เราก็ต้องใช้ เทคนิคการตัดต่อแบบ Time-lapse ในการย่อระยะเวลาการเล่าเรื่อง อย่างเคสกระดาดขี้ช้าง มันมีระยะเวลาการทำเอา ไปตากแดดหลายวันถึงจะได้กระดาดออกมา เราเลยใช้เทคนิคนี้ย่อระยะเวลาให้คนดูเห็น ผลลัพธ์เลย..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ชอบภาพเร็ว ๆ อย่างใน 1 นาที เราได้เห็นภาพจากพระอาทิตย์ที่อยู่บนฟ้า ตกลงมาแล้ว ทุกอย่างมีดีเป็นเวลาค่ำแทน เทคนิคเขาดีมากเลยครับ ใจ ทันใจ ทันเวลาดี..." (จุมพล ว่องไวแท้, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.8 ภาพกลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse)

ที่มา : รายการอึ้งทั้งเสียว, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า งบประมาณมีอิทธิพลในกำหนดวิธีการถ่ายทำ รายการอึ้งทั้งเสียว เนื่องจากทีมงานถูกจำกัดงบประมาณการถ่ายทำ กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา

จึงถูกนำมาใช้ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวตามสภาพความเป็นจริงในการดำเนินกิจกรรมนั้น เป็นการช่วยประหยัดเวลาทำงานภายใต้ข้อกำหนดเรื่องเงินและการเล่าเรื่องที่ครบถ้วนสมบูรณ์

5.3.5 กลวิธีการตัดต่อด้วยการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-in)

การตัดต่อด้วยการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้นเป็นอีกกลวิธีที่ทีมงานรายการนี้นำมาใช้บ่อย จนเรียกได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของรายการ นั่นคือการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้นพร้อมใส่เสียงประกอบ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม เป็นการส่งอารมณ์และเน้นย้ำให้เห็นถึงความตื่นเต้นที่กำลังจะเกิดขึ้น

"...อีกเทคนิคที่เรียกว่าเป็น Signature รายการเลย คือการตัดต่อที่เน้นคำพูด หรือปฏิกิริยาของพิธีกรและแขกรับเชิญ เช่น พิธีกรพูดว่าวันนี้เราจะไปเจอคนที่อาศัยอยู่กับศพมานาน 10 ปี ช่วงตัดต่อเราจะซูมภาพให้ใหญ่ด้วยการกระแทกภาพเข้าไป แล้วใส่เสียง Sound Effect ตึง เหมือนเป็นการเติมเต็ม อารมณ์ตื่นเต้นให้คนดู..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...การซูมภาพ มันเป็นฟิลที่ดึงอารมณ์คนดู อย่างพิธีกรพูดถึงความเป็นความตาย แล้วเราซูมภาพไปที่หน้าพิธีกร เสียงมาตึง แล้วเพลงเปลี่ยนไปเล่าเรื่องอื่นต่อ ผมว่ามันตื่นเต้น ดึงอารมณ์คนดูได้ดี..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 5.9 ภาพกลวิธีการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-in)

ที่มา : รายการอึ้งทัชเสียว, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า เอกลักษณะเด่นที่ทีมงานรายการอึ้งตึ้งเสียว สร้างสรรค์ให้เป็นภาพจำที่ชัดเจนสำหรับผู้ชม คือเทคนิคการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น หากการดำเนิน เรื่องของรายการราบเรียบ อาจจะไม่ดึงดูดผู้ชมได้เท่าที่ควร ดังนั้นกลวิธีนี้จึงถูกสร้างขึ้น เพื่อให้ผู้ชม จดจำ และเกิดการกระตุ้นอารมณ์ในขณะที่ชมรายการให้สนใจที่จะอยากรู้และเกิดการรับชมจนจบ

สำหรับเสียงในรายการนั้นมีมากมายหลายประเภท ซึ่งถูกกำหนดเป็นนโยบายจากฝ่าย บริหารเพื่อให้ทีมงานได้เลือกใช้ มีหน้าที่ส่งเสริมให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม กระตุ้นความตื่นตื้นอยาก รู้ จนถึงสร้างความขบขันผ่อนคลายให้แก่ผู้ชมรายการ โดยกลวิธีการใช้เสียงต่าง ๆ มีดังนี้

5.3.6 กลวิธีการใช้เสียงบรรยาย

เสียงบรรยายเป็นเสียงที่มีความสำคัญอยู่ในระดับเดียวกับเสียงพิธีกร รายการอึ้งตึ้งเสียว ได้เลือกใช้เสียงบรรยายเป็นเพศชาย ที่มีลักษณะการใช้เสียงแตกต่างกันไปในแต่ละเรื่อง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของเรื่องที่น่าเสนอ จึงจัดได้ว่ากลวิธีการใช้เสียงบรรยายให้เหมาะสมนั้นมี อิทธิพลอย่างมากต่ออารมณ์และความประทับใจของผู้ชมรายการอึ้งตึ้งเสียว

"...เสียงบรรยายในรายการขาดไม่ได้เลย เพราะรายการเราใช้เสียงบรรยายทำ 2 หน้า ที่หลัก ๆ อย่างแรกเลยคือ การเพิ่มเติมข้อมูลในสิ่งที่พิธีกรไม่ได้นำเสนอ จากการที่ในตอน ถ่ายทำเราอาจจะตกหล่นข้อมูลไป ทำให้งานของเราไม่มีติครบรอบด้าน เพิ่มอรรถรสให้คน ดูได้ด้วย อีกอย่างหนึ่งคือ สามารถใช้ในการย้ำสิ่งที่เราต้องการนำเสนอ บางทีพิธีกรหรือ แกรับเชิญให้ข้อมูลเยอะมาก คนดูอาจจะจับไม่ทัน เราก็จะใช้เสียงบรรยายนี้แหละพูดใน สาระสำคัญของเรื่องที่ผ่านมาไป ให้คนดูค่อย ๆ ทำความเข้าใจตามได้..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ในสคริปต์เสียงบรรยายจะบอกอยู่แล้วว่าอารมณ์เป็นอย่างไร เสียงบรรยายมีผลในการ สร้างอารมณ์มาก เรื่องแอคชั่นเสียงก็จะชิงช้า รุกเร้า แต่ถ้าเป็นตลก เสียงก็จะสนุก มี หัวเราะ ถ้าเป็นเรื่องลึกลับเสียงก็จะกดลงดูขมขื่น ชวนค้นหา ที่สำคัญบางที่เราถ่ายมาไม่ครบ หรือมีส่วนเสียหาย เราจะเอาเสียงบรรยายมาเชื่อมโยงเล่าเรื่องใหม่ หรือเล่าแก้ไขในส่วนที่ หายไปได้..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

นอกเหนือจากหน้าที่หลัก 2 อย่างของเสียงบรรยายแล้ว เสียงบรรยายยังสามารถกำหนดอารมณ์ของเรื่อง ส่งผลให้ผู้ชมคล้อยตามเกิดความรู้สึกร่วมไปได้ แต่สำหรับผู้ชมที่ชมรายการมาอย่างยาวนาน เสียงบรรยายอาจจะให้ความรู้สึกเป็นกันเอง อุ่นใจ เหมือนได้นั่งฟัง นั่งคุยกับเพื่อนสนิทของตนด้วย

"...ชอบเสียงที่พูดให้ข้อมูลเพิ่มเติมจากเรื่องที่เราดูผ่านไป ทำให้เรารู้อะไรมากขึ้นในเรื่องที่กำลังดูอยู่ แล้วเสียงพูดของเขาเป็นกันเอง เหมือนเป็นเพื่อนเรา เหมือนคนรู้จักมาเล่าให้เราฟัง เรารู้สึกสนิทกับเสียงนี้..." (ไพบูลย์ สุขประสาน, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...เสียงบรรยายแซวพิธีกร ผมชอบมาก บางตอนที่ผมดูมันก็เครียดเหมือนกัน แต่ พอ ผู้บรรยายเขาแซวพิธีกร เขามีเสียงหัวเราะขำ รายการมันก็ดูผ่อนคลายสนุกขึ้น น่าดูมากขึ้น..." (วุฒิชัย ว่องทิพากร, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...คนพูดเขาพูดได้ดีในทุกแบบ ตอนตื่นตื่น เขาก็พูดให้มันระทึก ตอนตลก เขาก็พูดให้เราสนุกสนานได้ แต่ที่ชอบที่สุด คือเขาจะพูดสรุปใจความสำคัญที่ผ่านมาให้เราเข้าใจยิ่งขึ้น ที่เราเพิ่งดูผ่านไป เราอาจจะไม่ทันฟังพิธีกรพูด เขาก็จะมาสรุปให้เราฟังเพื่อให้เราตามทัน..." (ธีรพงษ์ ทองคำสิงห์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...เขาพูดดีนะ ฟังแล้วเข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการ ใช้คำพูดบ้าน ๆ แบบที่เราพูดสบายหู บางทีมีเสียงหัวเราะยังทำให้เราตลกไปใหญ่..." (จิรายุ เมืองแมนตรี, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า เสียงบรรยายนับเป็นเสียงที่มีความสำคัญอย่างสูงกับผู้ชมรายการ เพราะนอกจากการที่ผู้ชมจะชื่นชอบพิธีกรแล้ว การใช้เสียงบรรยายที่ตรงกับประเภทรายการและมีความหลากหลายในแง่ของการแสดงความรู้สึก จะสามารถดึงดูดผู้ชมสร้างความเป็นมิตร ทำให้ผู้ชมรู้สึกผูกพันและอยากติดตามรายการในทุกครั้งที่ออกอากาศ

5.3.7 กลวิธีการใช้เสียงเพลง

หากรายการมีเพียงแค่เสียงพิธีกร แขกรับเชิญและเสียงบรรยายคงจะขาดซึ่งอรรถรสที่ครบถ้วน ทีมงานอึ้งอึ้งเสียวก็ตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องนี้ จึงมีการคัดเลือกเสียงเพลงในอารมณ์ต่าง ๆ เตรียมไว้ใช้งาน เพื่อสร้างความสนุกสนาน บ่งบอกสถานที่หรือเหตุการณ์ ณ ขณะนั้น ที่สำคัญยังช่วยให้คนดูเกิดอารมณ์ร่วม คล้อยตามรายการได้ง่ายขึ้น

"...คนตัดต่อต้องรู้ก่อนว่าเคสที่น่าเสนอเกี่ยวกับอะไร ถ้าแอสซันเพลงแน่นอนก็ต้องตื่นเต้น แต่ถ้าตัดมาเป็นช่วงคุยกัน ให้ข้อมูลก็ต้องใช้เพลงปูรองธรรมดา หรือถ้าเรื่องลึกลับ เพลงก็ต้องหลอนนิดหนึ่งเพื่อความน่ากลัว เพราะถ้าไม่ใช่เพลงที่ตรงกับเคสนั้น ๆ คนดูจะไม่มีทางอินเลย..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ผมจะมีโฟลเดอร์เสียงเพลงในคอม แยกเป็นแอสซัน ตลก ผ่อนคลาย หลอน ผมก็เลือกใช้สกอ์ตามจังหวะ เพื่อช่วยส่งเสริมอารมณ์นั้น ๆ คิดดูว่าถ้าเราเลือกเพลงผิดหรือไม่ มีเพลงประกอบเลย อารมณ์ที่จะเกิดขึ้นมันจะหายไปหมด เหมือนการดูหนัง ดูรายการแต่ไม่เปิดเสียง เสียงเพลงเลยสำคัญมากกับการสร้างอารมณ์ในรายการ..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

เพลงประกอบเรื่องที่เหมาะสม ถูกต้อง และอยู่ในจังหวะที่ดีจะสามารถช่วยยกระดับความสนุกสนาน ตื่นเต้นของรายการ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้ชม ให้หันมาสนใจรายการได้อย่างทันทีทันควัน

"...ชอบเพลงในรายการ บางทีผมตัดผมลูกค้าอยู่ ที่วีอยู่ด้านหลัง พอเสียงเพลงแปลก ๆ นำตื่นเต็นมา ผมต้องหันดูทุกที พอหันดูก็โ๊ะโหทุกที ทีมงานเลือกเสียงเพลงได้ดี..." (วุฒิชัย ว่องทิพากร, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...รายการนี้เขาใช้เสียงเพลงดีนะ อย่างตอนน่ากลัวเขาก็บี๊วตีให้เรากลัว ดูแล้วตื่นเต้นไปด้วย บางตอนที่ดูผี ๆ เขาก็ใช้เพลงชะน่ากลัว ขนลุกเลย..." (จิรายุ เมืองแมนศรี, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ดนตรีที่มันมีจังหวะสั้น ๆ อย่างกินแมงป่อง ช่วงกำลังจะตักเข้าปาก มันจะมีดนตรีแบบรัว ๆ เร่ง ๆ ให้เราลุ้นตาม..." (ปรัชญา ผิวอ่อนคง, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบเวลาเขาใช้เพลงที่ดูเป็นท้องถื่น อย่างเวลาไปภาคเหนือก็เป็นเพลงทางเหนือ ทางใต้ก็เป็นเพลงทางใต้ พอคุณแล้วเรารู้เลยว่าตอนนี้เขาไปถ่ายภาคไหน ดูเขาใส่ใจดีเนอะ..." (อนุรักษ์ พวงจำปา, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า เสียงเพลงเป็นเสียงที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมรายการเป็นอย่างมาก การใช้เพลงที่ตรงกับประเภทและอารมณ์ของเรื่องราว สามารถยกระดับความน่าสนใจ สร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชม นอกจากนี้รายการอึ้งที่เสียวยังใช้เพลงทำหน้าที่บ่งบอกลักษณะความเป็นเชื้อชาติเผ่าพันธุ์และถิ่นที่อยู่ เพื่อทำให้ผู้ชมเกิดการเชื่อมโยงได้ว่าเป็นเรื่องราวของใคร เกิดขึ้นในบริเวณใด ทั้งที่รายการยังไม่ได้บอกเล่าเรื่องราวใด ๆ เลย

5.3.8 กลวิธีการใช้เสียงประกอบพิเศษ (Sound Effect)

เสียงประกอบพิเศษเป็นเสมือนผงชูรส ทำให้รายการมีสีสัน ช่วยสร้างอารมณ์และบรรยากาศของเรื่องได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้ชมรายการเกิดอารมณ์สั่นไหวในการรับชมอย่างเต็มที่

"...ผมให้ความสำคัญเสียง Sound Effect มากนะ มันช่วยเพิ่มความสนุกได้ เวลาเรื่องตื่นเต้น ผมจะใช้ซาวน์ที่มันกระแทก แต่ถ้าเป็นเรื่องผี ศพเด็กไม่เน่า ผมจะแอบใส่เสียงเด็กหัวเราะเข้าไปเบา ๆ ให้มันกลืนไปกับเรื่อง เพื่อสร้างอารมณ์หลอน ถ้าผมจะใส่เสียงสปริง เสียงหัวเราะ พอพิธีกรเล่นมุกตลก ผมก็ต้องใส่เสียงตบมุกให้เขาทุกครั้ง เพื่อสร้างบรรยากาศ..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบเสียงเอฟเฟคแบบผี ช่วงน่ากลัว บางทีเขาก็ใส่เสียงแมวผี ตอนแรกคิดว่าเราคิดไปเอง แต่พอไปดูคอมเมนต์ใน Youtube คนอื่นเขาก็พูดเรื่องเสียงแมวเสียงผีกัน ทุกคนก็เขียนว่ากลัว ตกใจ ซึ่งตอนเราดูเราก็มีขนลุกนะ..." (ศุภชัย ทองอินทร์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...มีตอนที่ไปบ้านร้าง ไปดูศพแล้วมีเสียงตึงตัง ก็ทำให้เราสะดุ้ง ตรงนี้ก็เด่นนะ ผมกลัวเหมือนกัน..." (ถนาระชต์ วรรณไชย, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบเสียงตึง ๆ ตอนภาพที่มันกระแทก ตอนที่พิธีกรหรือแขกรับเชิญพูดอะไรที่มันน่าตื่นเต้น น่าสงสัย ตอนนั้นแหละชอบมีเสียงตึง หนูต้องหยุดดูทุกที มันแน่นดี..." (ชนกพรรณ มั่นสิริทรัพย์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

นอกเหนือไปจากกลวิธีที่ทีมงานรายการอึ้งตึงเสียวใช้ในการตัดต่อรายการในช่วงหลังการถ่ายทำรายการ (Post-production) แล้ว การตัดต่อโฆษณาหรือที่เรียกว่าสปอตโปรโมทก็ยังมี การใช้กลวิธีที่น่าสนใจเช่นกัน โดยธรรมชาติของสปอตโปรโมทรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 จะมีความยาวเพียง 30 วินาทีเท่านั้น แต่เน้นปริมาณการออกอากาศสปอตโปรโมทให้ถี่ เพื่อโอกาสในการเห็นของผู้ชม และยังผลต่อการกลับมารับชมรายการในเวลาออกอากาศจริง ด้วยเหตุนี้ทีมงานจึงพยายามหาเทคนิคการตัดต่อ เพื่อบรรจุเรื่องราวที่น่าสนใจของรายการที่จะออกอากาศในสัปดาห์นั้น ๆ ให้ได้ภายในเวลาที่กำหนด จนได้ออกมาเป็นกลวิธีที่น่าสนใจ

"...การโปรโมท คือเครื่องมือในการดึงให้คนดูมาดูรายการของเราในอาทิตย์นั้น และบอกรายละเอียดว่าคนดูจะได้เจอกับอะไร การโปรโมทของเรามี 3 คำคือ กระชับ เข้าใจ ดึงดูด เพราะเรามีเวลาเพียง 30 วินาที ซึ่งรูปแบบการเล่าเรื่องของโปรโมทรายการ จะเน้นตัวหนังสือ เป็นคำบรรยายที่สั้น ง่าย เข้าใจ รวมถึงการใช้เสียงของพิธีกรหรือของคนที่เร่งเร้า เพื่อกระตุ้นให้คนมาดูให้ได้ โดยอาจจะใช้ภาพที่มีความหวือหวา..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...เอกลักษณ์ของสปอตโปรโมทรายการอึ้งตึงเสียว ผมจะใช้วิธีการขึ้นตัวหนังสือ โดยใช้คำโป้ง ๆ อ่านชัด ตัวใหญ่ ให้คนดูรู้เลยว่าเราจะบอกอะไร อย่างประเพณีตีผึ้งร้อยรัง ผมใช้ตัวหนังสือ เป็นประเพณี ที่ 1 ปีจะมีครั้งเดียว แล้วจากนั้นผมจะตัดภาพเร็ว คนปีนต้นไม้ ตีผึ้ง พิธีกรโวยวาย และแอคชั่นต่าง ๆ ที่หวาดเสียวมาใส่ จบลงที่ตัวหนังสือคำเดียวเลยว่าตีผึ้ง เท่านั้นคนดูจะ ตื่นเต้นปนสงสัยและจะตามดู..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ปกติที่บ้านเปิดช่อง 8 อยู่แล้ว แล้วเห็นสปอตรายการนี้บ่อย ครั้งแรกจำได้ ว่าเรื่องฟักไข่ จะระเข้ ดูตื่นเต้นดี แถมตอนจบพิธีกรทำลูกจะเข้ที่ออกจากไข่มาหล่น เราเลยอยากดู รายการ..." (ชนกพรรณ มั่นสิริทรัพย์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...เหมือนตอนที่โฆษณาเขาบอกว่างูตายแล้วแตงแว้งมากัดคนได้ ที่แรกก็แปลก ๆ แต่พอเห็นโฆษณาหลายรอบ มันก็เอ๊ะ คนนี้จะตายมัย เลยรอดูในรายการ..." (ธีรพงษ์ ทองคำสิงห์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

จากข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ส่วนของกลวิธีที่ใช้ในกระบวนการหลังการถ่ายทำรายการ (Post-production) ผู้วิจัยพบว่า กลวิธีการตัดต่อนับว่ามีความละเอียดอ่อน ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการรวมทุกอย่างที่ถ่ายทำไว้ เล่าเรื่องด้วยความเร็ว กระชับ ตรงกับอุปนิสัยในการเสลือของผู้ชมเป้าหมายที่ไม่ชอบอะไรเยิ่นเย้อ ผ่านขั้นตอนของการแก้ปัญหาในกรณีที่ทำมาผิดพลาดหรือช่วยเสริมแต่งความน่าสนใจของรายการด้วยกลวิธีพิเศษ ทั้งกลวิธีการสร้างเอกลักษณ์ของรายการให้เป็นที่จดจำ การทำภาพซ้ำ ภาพเร็ว การเร่งเวลา รวมถึงการใช้เสียงต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลโดยตรงต่อความรู้สึกของผู้ชม ทั้งหมดนี้ถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลัก ตามนโยบายที่ฝ่ายบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ได้วางไว้ตั้งแต่ต้นนั่นเอง

จากข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ส่วนของกลวิธีสร้างสรรค์รายการอึ่งที่งูเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผู้วิจัยพบว่า มีขั้นตอนหลักที่สำคัญ 3 ส่วนดังนี้

ขั้นตอนแรก คือการกำหนดเนื้อหารายการอึ่งที่งูเสี้ยว (Pre-production) มีการวางนโยบายการผลิตที่ชัดเจน ทั้งในแง่ของการกำหนดเนื้อหา วิธีการนำเสนอ และพิธีกร ให้ตรงกับรสนิยม ความชื่นชอบของผู้ชมเป้าหมาย รวมทั้งยังทำหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) เพื่อคัดเลือกเรื่องที่น่าสนใจมาจัดลำดับการวางตำแหน่งในการออกอากาศ ทางด้านทีมงานผลิตมีการปรับทัศนคติ ความเชื่อในการทำงานด้วยการประชุมและควบคุมคุณภาพรายการอย่างใกล้ชิด เพื่อช่วยให้ทีมงานสามารถผลิตรายการได้อย่างแม่นยำ อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบคุณภาพคนและงานได้ตลอดเวลาด้วย

ขั้นตอนต่อมา คือกลวิธีที่ใช้ในกระบวนการผลิตรายการอั้งท้งเสี้ยว (Production) รายการอั้งท้งเสี้ยวเป็นเสมือนรายการสด เหตุการณ์เฉพาะหน้าจึงมักเกิดขึ้นเสมอ ทีมผลิตรายการเห็นความสำคัญของประเด็นนี้ จึงมีการเตรียมกลวิธีต่าง ๆ ไว้มากมาย เริ่มตั้งแต่บทโทรทัศน์แบบเค้าโครง ซึ่งสามารถปรับแก้ไขได้ตลอดเวลา การเลือกประเภทของกล้องที่ใช้ในการถ่ายทำให้ตรงกับเรื่องที่น่าเสนอ กลวิธีการถ่ายทำแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบโจทย์ในการเล่าเรื่องราวที่ไม่สามารถคาดเดาได้ อาทิการถ่ายทำแบบจัดฉาก การถ่ายทำแบบทำซ้ำ ทั้งหมดนี้ถูกออกแบบมาเพื่อให้ทีมงานผลิตรายการอั้งท้งเสี้ยว สามารถบันทึกเรื่องราวที่จะนำเสนอได้ครบถ้วน ชัดเจน และตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมเป้าหมาย

ขั้นตอนสุดท้ายก่อนการออกอากาศ คือกลวิธีที่ใช้ในกระบวนการหลังการถ่ายทำรายการ (Post-production) หรือเรียกอีกอย่างว่า กลวิธีการตัดต่อ ซึ่งต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการรวมทุกเรื่องราวที่ถ่ายทำไว้ มาตัดต่อเล่าเรื่องด้วยความกระชับ น่าติดตาม ตรงกับอุปนิสัยในการเสพสื่อของผู้ชมเป้าหมาย ช่วยแก้ไขปัญหาจากการถ่ายทำที่ผิดพลาด หรือเสริมแต่งความน่าสนใจของรายการด้วยกลวิธีพิเศษต่าง ๆ ทั้งกลวิธีการสร้างเอกลักษณ์ของรายการให้เป็นที่จดจำ การทำภาพซ้ำ ภาพเร็ว การเร่งเวลา รวมถึงการใช้เสียงต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลโดยตรงต่อความรู้สึกของผู้ชม

กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอั้งท้งเสี้ยวทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ นับเป็นหัวใจหลักที่ฝ่ายบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มอบหมายเป็นนโยบายแก่ทีมงาน เพื่อนำไปใช้พัฒนา ต่อยอดสร้างสรรค์ให้รายการอั้งท้งเสี้ยวมีคุณภาพ เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมเป้าหมายและสามารถสร้างความนิยมรายการให้อยู่ในระดับสูงตามมาตรฐานที่วางไว้ อันจะยังผลไปสู่ผู้สนับสนุนรายการที่จะหันมาสนใจและนำงบประมาณมาลงทุนโฆษณา เพื่อใช้เป็นต้นทุนในการผลิตรายการให้ดี มีคุณภาพต่อไป

บทที่ 6

วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์ รายการอิงทิ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

การศึกษาวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทิ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในบทที่ 6 ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูล 3 คน ประกอบด้วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ผู้ควบคุมรายการ (Producer) และเจ้าหน้าที่ติดต่อรายการ (Editor) รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมาย 2 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน จำนวนทั้งสิ้น 12 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มอายุ 35-44 ปี เป็นกลุ่มที่ 1 และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ 2 โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลตามปัญหาวิจัยข้อ 2 ว่าปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทิ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีอะไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูล 3 คน และการสนทนากลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์พบว่าประเด็นเรื่องปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทิ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 จำแนกได้ 2 ประเด็น โดยจะแจกแจงให้ทราบดังนี้

6.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์ รายการอิงทิ้งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

สิ่งนี้เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นเองภายในสถานีโทรทัศน์อยู่แล้ว เป็นปัญหาหลักที่ทางฝ่ายบริหารของสถานีรับทราบและได้มีการดำเนินการแก้ปัญหา ดัดแปลง เสริมแต่งในทุกปัจจัยให้เกิดการทำงานที่ราบรื่น เนื่องจากบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีความชำนาญในการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นทุนเดิม ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ได้ทำการผลิตรายการโทรทัศน์ นับตั้งแต่เป็นผู้ผลิตรายการเพื่อส่งออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ

จนถึงการเป็นผู้ผลิตและเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ถึง 5 สถานีในปัจจุบัน ด้วยประสบการณ์ในสายการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน จึงมีการรับมือกับปัจจัยเหล่านี้ได้ค่อนข้างดี โดยมีการวางแผนการแก้ปัญหาปัจจัยเหล่านี้ในทุก ๆ มิติ

6.1.1 ปัจจัยทางการจัดการ (Management)

การทำงานของรายการซึ่งพึ่งพิงฝ่ายบริหารได้มีการวางระบบที่ชัดเจนในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การวางแผนกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเรื่องที่จะสามารถนำไปออกอากาศ ระบบการดำเนินงานประมาณและการเบิกจ่าย การสั่งงาน ตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพรายการแบบเป็นขั้นตอนตามลำดับสายงานที่ชัดเจน ตลอดจนการบริหารจัดการรายได้ที่มาจากรายการ ดังที่ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง ได้กล่าวไว้ว่า

"...เรากำหนดนโยบายการเลือกเรื่องอย่างชัดเจนและเรียกทีมงานมารับนโยบาย 5 เดือนแรก ก็ตรวจคุณภาพอย่างเข้มงวด จากนั้นก็ปล่อยให้ทางหัวหน้าทีมดูแล โดยทางฝ่ายบริหารจะติดตามผลแบบเรียลไทม์ คือการนั่งมอนิเตอร์รายการตอนออนแอร์ อีกเรื่องที่เราที่เรียดคือจริยธรรมสื่อ ทีมงานต้องมีการเซ็นเซอร์ตัวเองต้องมีหลักการที่ถูกต้องก่อนถึงมือเซ็นเซอร์ของช่อง ต้องรู้ว่าภาพแบบไหนเสนอได้มุมไหนเสนอไม่ได้ ส่วนเรื่องงบประมาณเรามีประสบการณ์มาเยอะ มีการเซ็นงบอยู่แล้ว เลยไม่มีห่วงอะไร..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...ผมและทีมรับทราบว่านโยบายของสถานี คือการสร้างเรตติ้ง ถ้าเรตติ้งดี โฆษณาก็เข้ารายการก็มีเงินทำต่อ ดังนั้นโจทย์ที่สำคัญอีกเรื่อง คือต้องสร้างเรตติ้ง ทีมเราจึงต้องทำการบ้านเยอะมาก ต้องหาคอนเท้นท์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทำให้เขาชื่นชอบที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งเรตติ้งที่สถานีกำหนด..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า การทำงานของฝ่ายบริหารสถานีและทีมงานรายการซึ่งพึ่งพิงนั้น มีโจทย์ที่ชัดเจนในการพยายามสร้างเรตติ้งให้ดี ตามนโยบายการเลือกเรื่องที่ฝ่ายบริหารได้วางเอาไว้เพื่อโอกาสในการหารายได้จากโฆษณาที่สถานีจะได้รับ โดยมีพื้นฐานมา

จากการลองผิดลองถูกมาภายใต้ระยะเวลาการผลิตรายการนี้นานถึง 4 ปี อีกทั้งยังมีการปลุกฝังเรื่องจริยธรรมสื่อให้กับทีมงานเพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อผู้ชม รวมถึงการจัดการงบประมาณ ซึ่งส่วนนี้ทางสถานีได้มีการสร้างระบบการจัดตั้งงบประมาณและการเบิกจ่ายมาเป็นอย่างดี

6.1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือการผลิต (Technical)

เครื่องมือในการผลิตนับเป็นพื้นฐานหลักที่สำคัญ สำหรับรายการอิงที่งเสี่ยว การที่เป็นรายการโทรทัศน์ภายในช่องทีวีดิจิทัลอย่างสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในเครือบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) นั้น อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตย่อมมีปริมาณเพียงพอและคุณภาพที่ดี ดังเช่นที่ผู้บริหารและทีมงานรายการได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

"...เราเป็นสถานีโทรทัศน์ระดับประเทศ ในการที่จะหาวัสดุอุปกรณ์ในการถ่ายทำ ช่อง 8 ไม่มีปัญหา เนื่องจากมีเงินลงทุนเพียงพอสำหรับส่วนนี้อยู่แล้ว หากเครื่องมือชิ้นไหนเสียหาย เรามีแผนซ่อมบำรุง แผนกไอทีคอยดูแลตลอดเวลา..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...ถือว่าเรามีอุปกรณ์ที่ทันสมัยทัดเทียมกับรายการอื่น ทั้งกล้อง DSLR พร้อมเลนส์ระดับดีเยี่ยม กล้อง Go Pro กล้องโดรน เพื่อภาพและมุมที่สวยงามแปลกตา..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ทุกวันนี้คอมพิวเตอร์ที่ผมใช้ตัดก็เพียงพอต่องานแล้ว คอมผมโอเคเลย ถ้าต้องการอะไรเพิ่ม ผมบอกหัวหน้า เขาจะจัดการให้ได้เลย..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตรายการที่ทีมงานได้นำมาใช้งานนั้นนับว่าได้มีมาตรฐานอยู่ในระดับสากลที่รายการโทรทัศน์ชั้นนำใช้ ซึ่งเทคโนโลยีนี้เองมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของรายการ ทำให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในกระบวนการผลิต อันจะยังผลต่อการช่วยสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับรายการได้ ดังที่เห็นในทุกวันนี้ นั่นคือความนิยมรายการ ซึ่งอยู่ในระดับสูงพอที่จะกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้โฆษณาสนใจและหันมาลงทุนได้อย่างต่อเนื่อง

6.1.3 ปัจจัยด้านบุคลากรมืออาชีพ (Media Professional)

ในสายงานการผลิตรายการสิ่งทีงเสี้ยว เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญไม่แพ้เครื่องมือในการทำงาน เพราะหากเครื่องมือทันสมัย แต่คนควบคุมไม่มีความสามารถ รายการที่ออกอากาศคงไม่ถูกใจผู้ชม รายการสิ่งทีงเสี้ยวจึงมีการคัดเลือกทีมงานที่มีความสามารถเฉพาะทางและทำงานร่วมกันมาอย่างยาวนาน จึงทำให้รายการนี้ออกมาตรงใจ โดนใจผู้ชมมาตลอด

"...ทีมงานเป็นเรื่องสำคัญที่สุด ความคิดเป็นหลักในการทำรายการ เราคัดเลือกทีมงานที่มีความชำนาญ ทีมสิ่งทีงเสี้ยวที่ว่ามันเป็นทีมที่เฉพาะทาง เราโชคดีที่มีน้อง ๆ เหล่านี้มาทำงานให้ ยอมรับเลยว่า ทีมนี้มีความสามารถ หาเรื่องยาก ๆ แปลก ๆ มานำเสนอได้ดี ทั้งที่ทีมงานจริง ๆ มีเพียงไม่กี่คนเอง..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...ตอนนี้เรามีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน ทั้งการประสานงาน คิด ออกกอง ตัด ต่ อ ทุก คน มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานรายการนี้มานาน ส่วนมากอยู่ตั้งแต่เริ่มรายการ ทุกคนจะเข้าใจนโยบายและรายละเอียดของงานที่ตัวเองทำเป็นอย่างดี..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

ด้วยความใส่ใจคัดเลือก ควบคุมและพัฒนาทีมงานให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ความชอบของผู้ชมเป้าหมายอยู่ตลอดเวลาเ็นอง ส่งผลถึงความนิยมของผู้ชมทั้งด้านความนิยมรายการที่อยู่ในระดับสูงมาโดยตลอด และผลตอบรับ (Feedback) โดยตรงจากปากผู้ชมในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมรายการสิ่งทีงเสี้ยวที่ผ่านมา

"...จริง ๆ แล้วผมประทับใจทีมงาน เขาหาเรื่องแปลก เรื่องที่ไม่นึกมาก่อนว่าจะมีในโลก ผมว่าทีมงานค้นหาเรื่องแปลกได้เก่งและเยอะพอสมควร เรื่องแบบนี้ไม่ค่อยเห็นในทีวี เก่งนะหามาได้ทุกอาทิตย์เลย..." (ศักดิ์เจริญ พึ่งประจิดต์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ที่ทีมงานหาของแปลกมาได้ตลอด ที่แรกผมก็คิดว่าตอนเริ่มแรกรายการไม่น่าอยู่เกิน 3 เดือนเรื่องน่าจะหมด เพราะเราเคยเห็นมาตั้งแต่ตามไปดู ทำพิธีสูงชัน เรื่องน่าจะหมดเร็ว แต่ตอนนี้หลายปีมาแล้วเขาก็ยังหาเรื่องแปลก ๆ มาให้เราดูได้ตลอด..." (ไพบูลย์ สุขประสาน, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

6.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ถึงแม้ว่ารายการอิงทึ่งเสียวจะเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีความนิยมรายการสูงอยู่ในระดับต้นของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ก็ตาม แต่การทำงานของฝ่ายบริหารและทีมงานนั้นก็ยิ่งเฝ้าติดตามปัจจัยภายนอกองค์กรอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนารายการให้สามารถรักษาระดับความนิยมรายการให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะหากละเลยปัจจัยภายนอกทั้งหลายอาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของช่อง 8 ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งปัจจัยภายนอกประกอบด้วย

6.2.1 สถานการณ์ของข่าวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรม (Event Plus Constant Information and Culture Supply)

รายการอิงทึ่งเสียวเห็นถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในปัจจุบันตลอดเวลา จึงมีการสืบหาข้อมูลหรือเรื่องราวใหม่ที่กำลังเป็นที่สนใจของวงสังคมมาประยุกต์ใช้ ปรับให้เข้ากับเนื้อหาของรายการโดยตลอด รวมทั้งการประเมินถึงวาระสำคัญหรือวันสำคัญที่กำลังจะมาถึง เพื่อนำเรื่องราวที่เกิดในวันสำคัญเหล่านั้นมาปรับใช้และผลิตเป็นเนื้อหารายการ ตลอดจนนำเอาประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อที่ได้รับการยอมรับจากผู้ชมมาผลิตเป็นเนื้อหาเพื่อให้ผู้ชมเกิดความพึงใจสูงสุด

"...รายการเราอัปเดตกับสถานการณ์ปัจจุบันตลอด เพื่อให้รายการดูร่วมสมัย เช่นช่วงที่ซีรีส์อินเดีย โดยเฉพาะพระพิฆเนศดัง เราก็ไปถ่ายทำพระพิฆเนศองค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เพื่อต่อยอดให้ความรู้กับคนดูอีกทาง หรือเคสด่วนที่ต้องออกอากาศเลย เช่นช่วงกินเจ เราก็ไปถ่ายเทศกาลกินเจที่ภูเก็ต ถ่ายเสร็จก็รีบกลับมาตัดต่อ เพื่อออกอากาศในช่วงที่ยังอยู่ในเทศกาล ก็จะได้เข้ากับเหตุการณ์..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ที่บ้านหนูเป็นคนจีน เราเชื่อเรื่องร่างทรงอยู่แล้ว พอช่วงกินเจเห็นอั้งทึ่งเสี้ยวเอาเรื่องคนแทงปากในงานกินเจมาขาย เลยแห่กันมาดูทั้งบ้านเลย..." (ชนกพรรณ มั่นสิริทรัพย์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 6.1 ภาพการนำสถานการณณ์ของชาวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรมมาใช้
ที่มา : รายการอั้งทึ่งเสี้ยว, 2560

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า การให้ความสนใจในสถานการณณ์สังคมปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น วันสำคัญหรือประเพณี นับเป็นเรื่องหนึ่งที่รายการไม่ละเลย และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการผลิตรายการอยู่เป็นประจำ ส่วนนี้สามารถทำให้ผู้ชมรายการเกิดความสนใจและประทับใจต่อตัวรายการได้ไม่ยาก

6.2.2 แรงกดดันทางด้านสังคมและการเมือง (Social and Political Pressures)

ปัจจุบันนี้รายการโทรทัศน์ทุกรายการในประเทศไทย จะถูกควบคุมความเหมาะสมด้วยกฎหมายการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการ (Censor) จากคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) หรือแม้แต่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) รายการอั้งทึ่งเสี้ยวนับเป็นรายการที่มีความสุ่มเสี่ยงในเรื่องภาพและเนื้อหาที่ออกอากาศ โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทกินแปลก และคนที่มีความสามารถแปลกเหนือมนุษย์ ทีมงานจึงมีการตรวจสอบเนื้อหารายการอยู่หลายขั้นตอน ก่อนจะถึงขั้นสุดท้ายคือการนำเสนอแผนตรวจพิจารณาเนื้อหารายการเพื่อขออนุญาตนำออกอากาศ

"...มุกฎหมาย เซ็นเซอร์เป็นกรอบที่บอกว่าเรื่องที่เรานำเสนอเหมาะสมหรือไม่ เรื่องไหนที่ไม่ควรนำเสนอ ต้องเซ็นเซอร์ภาพแบบไหน เรื่องไหนที่น่าสนใจแต่ต้องขึ้นค่าเดือนและมีกติกาอีกหลายส่วนที่ทีมงาน ซึ่งรับนโยบายจากเราไปจะต้องคำนึงตลอดเวลาที่ผ่านมาที่ทีมงานก็รับผิตชอบได้ดี คนทำงานสื่อต้องมีจริยธรรมสื่ออยู่แล้ว เพียงแต่ระบบเซ็นเซอร์มันจะมีระบบการเช็คจึงต้องศึกษา..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...มีกฎหมายเยอะที่เราใช้ ข้อห้ามต่าง ๆ เราก็ศึกษาและนำมาใช้ เช่น เคสคนโหม่งทุเรียนเวลาเขาโหม่งก็จะได้แผล มีเลือดสด ๆ ไหลเป็นทาง เราก็อยากนำเสนอภาพแบบนั้นให้มันสะใจ มันสุดกับคนดู แต่ในทางปฏิบัติมันทำไม่ได้ มันไม่ผ่านเซ็นเซอร์ เราก็ต้องยอมเสียภาพให้เป็นขาวดำบ้าง ตัดหลบบ้าง เพื่อให้สามารถออนแอร์ได้..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...จรรยาบรรณของสื่อ ผมจะรู้อยู่แล้วว่าส่วนไหน ภาพไหนต้องเซ็นเซอร์จะทำภาพเบลอลไป ภาพไหนไม่ควรออกอากาศก็จะตัดหลบ อย่างเลือด แน่นนอนว่าต้องเซ็นเซอร์โดยการทำเป็นขาวดำ แต่ถ้ามันมีปริมาณไม่มากก็สามารถออกอากาศได้ บางครั้งก็เจอปัญหากับการเซ็นเซอร์ของช่องนะ เพราะบางภาพโดนสั่งให้เอาออกถึงแม้เอาออกแล้วอารมณ์มันไม่ได้เต็มร้อย แต่ต้องยอมนะเพื่อให้ได้ออนแอร์..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นเห็นได้ว่าการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการ มีมุมมองให้ขบคิด หากมองตามมุมมองของผู้ผลิตรายการซึ่งตั้งเสียจะพบว่า การตัดทอนบางสิ่งที่สังคมมองและชี้ชัดว่าผิดจริยธรรมออกไปจากเนื้อหารายการอาจทำให้รายการขาดอรรถรสและการสื่อสารอาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ แต่ในอีกมุมหนึ่งการปล่อยเนื้อหาหรือภาพที่ล่อแหลมต่อความรู้สึกออกอากาศ จะทำให้ผู้ชมและสังคมเกิดความหวาดกลัว ผิดธรรมเนียมคลองธรรมที่ดีได้ ซึ่งคำว่าจริยธรรมสื่อนี้เองเป็นสิ่งที่ทีมงานผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงและหาจุดร่วมตรงกลางของความพอดีในการออกอากาศให้เจอ จึงจะทำให้รายการสามารถออกอากาศได้แบบเต็มอรรถรสและมีคุณภาพดีตามกฎหมายกำหนด

6.2.3 ความสนใจ ความต้องการของผู้ชมและช่องทางการสื่อสาร (Distribution Channels and Audience Interest / Demand)

รายการอิงที่งี่เสี่ยวผลิตรายการอยู่บนพื้นฐานความชอบของผู้ชมมาตลอดระยะเวลา 4 ปี ผ่านมา จากการลองผิดลองถูกในการผลิตผลงานกับการศึกษาความนิยมรายการในแต่ละตอนที่ ออกอากาศ ฝ่ายบริหารและทีมงานจึงสามารถระบุหัวเรื่องในการออกอากาศได้ 4 ประเภทคือ วิถีชีวิต กินแปลก ความสามารถมนุษย์ และสถานที่แปลก ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้นับเป็นเนื้อหาที่ตรงกับรสนิยมและความพึงพอใจของผู้ชม อีกทั้งในปัจจุบันผู้ชมสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้ในหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นยูทูป (Youtube) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) ดังนั้นทางทีมผลิตรายการอิงที่งี่เสี่ยวก็ได้มีการปรับตัว ส่งเนื้อหารายการของตนออกอากาศในช่องทางเหล่านั้น เพื่อตอบรับกับวิถีการรับชมของผู้ชมที่แตกต่างกันอีกด้วย

"...เราเรียนถูกเรียนผิดกับการให้คำนิยาม 3 คำนี้มาตลอด จนสามารถแยกย่อยได้อีก 4 ประเภท ทุกวันนี้เรียกได้ว่าผู้ชมเกิดกับสิ่งที่เรากำหนด โดยวัดได้จากตัวเลขเรตติ้ง เราเชื่อสถิติ ตัวเลขนี้ทุกคนในอุตสาหกรรมนี้ยอมรับร่วมกันและใช้เป็นบรรทัดฐานว่ารายการไหนประสบความสำเร็จ คือผลสำรวจเรตติ้งของเนลสัน ปรากฏว่าตัวเลขของอิง ที่งี่ เสี่ยวอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ มีเรตติ้งเป็นอันดับ 1 ใน ประเภทรายการวาไรตี้ของช่อง 8 เอง..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...การที่เราโพสต์ลงไป ใน Youtube ใน Facebook นั้นคือผลตอบรับที่มาหาเรา คือของจริง คือคอมเมนต์ที่คนดูมีความรู้สึก ความคิดเห็นในแต่ละเรื่องที่เราใส่ไป ผลออกมาส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จ เขาจะบอกว่าเนื้อหาในแต่ละเรื่องที่เราเสนอสามารถตอบสนองเขาได้มากน้อยแค่ไหน ที่ผ่านมานับว่าดีเลย..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นสรุปได้ว่าหัวเรื่องหรือเรื่องราวที่ถูกกำหนดจากนโยบายฝั่งบริหาร นั้น มาจากรสนิยมและความชอบของผู้ชมเป้าหมายหลักอย่างแท้จริง สิ่งที่สามารถยืนยันคำพูดเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี นอกเหนือจากความนิยมรายการที่สูงแล้ว ความคิดเห็นของผู้ชมเป้าหมายที่มาร่วมสัมภาษณ์กลุ่มก็ออกมาในทิศทางเดียวกัน

"...ชอบเรื่องราวที่ให้ความรู้หน่อย อย่างหม้อจืดกระดูก แบบนี้ก็ได้เหอ มันเป็นความรู้ว่าถ้าคนในครอบครัวเราเป็นแบบนี้ นี่อาจเป็นแพทย์ทางเลือดก็ได้ ชอบเนื้อหาแบบนี้มาก..." (ชนกพรธน์ มั่นสิริทรัพย์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ผมชอบเรื่องคนแปลก ๆ เรื่องใหม่ ๆ มันมีอย่างนี้ได้ยังไง เช่นตอนที่เอาคนมาดมพริกกัน เออมันสูดพริกเข้าจมูกเต็ม ๆ มันน่าจะเผ็ดแสบเนอะ แต่สูดกันเฉยเลย ยอดมนุษย์ชัด ๆ เรื่องนี้ใหม่มากเลยสำหรับผม..." (จิรายุ เมืองแมนศรี, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...อย่างผมอยู่ประจำก็เห็นหอยเม่นอยู่ทุกวัน ผู้ใหญ่ก็บอกว่ามันกินสดได้ ผมเชื่อนะ แต่ไม่กล้าลอง แต่พอรายการนี้เขาพาไปดูคนกินหอยเม่นสด ๆ ก็เลยลองกินตาม ก็อร่อยดีนะ..." (อนุรักษ์ พวงจำปา, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ผมอายุเยอะแล้ว เรื่องตื่นเต็นนี่ไม่ไหวชอบเรื่องเบา ๆ อย่างวัฒนธรรมประเพณีอะไรแปลก ๆ ที่เราไม่รู้ เราได้รู้ว่าที่หนึ่งเขามีความเชื่อแบบนี้ มีสิ่งที่ทำด้วยกันแบบนี้ อย่างตอนที่ฝั่งที่คนในหมู่บ้านช่วยกันตีรั้งฝั่งเพื่อเอาน้ำฝั่งมาแจกกัน โดนใจผมดี..." (ไพฑูรย์ สุขประสาน, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ชอบที่เขาพาไปสถานที่ลับ ผมเป็นคนกลัวผีแต่ก็ชอบดูเรื่องผีลึกลับ เรายากเห็นผีเรื่องหวาดเสียวผ่านทีวี ไม่อยากเจอจริง ๆ ผมจำได้ไปสถานที่ที่มีแต่รูปปั้น ที่แบบนี้คนทั่วไปไม่น่าเข้าไป เพราะมันสยอง แต่เขาพาเราไปดูได้ ชอบมากเลยครับ..." (ธนรัชต์ วรรณไชย, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

6.2.4 แรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Pressures)

ปัจจัยภายนอกข้อนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ของภาพรวมที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งรายการอึ้งตึ้งเสียวได้นำข้อมูลขององค์ประกอบนี้มาวิเคราะห์เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็งทั้งของตนเอง คู่แข่ง และภาพรวมของเศรษฐกิจ เพื่อนำมาพัฒนารายการอยู่ตลอดเวลา ซึ่งประกอบด้วย

6.2.4.1 คู่แข่ง (Competitors)

การผลิตรายการโทรทัศน์ของทุกองค์กรย่อมต้องมีการศึกษารายการคู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน เพื่อทำการประเมินข้อดี ข้อด้อยของคู่แข่ง และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการวางแผนผลิตรายการของตน เพื่อให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตออกมามีคุณภาพ ตรงใจผู้ชม และได้รับความนิยมมากที่สุด

"...ทุกวันนี้เรายังคำนึงถึงและเดินหน้าในเรื่องความแตกต่างอยู่ตลอด เชื่อว่าเรื่องแบบนี้ถึงมันจะเยอะ แต่คู่แข่งเราเขาคงเลือกเรื่องคล้ายกับเรา มันจะแตกต่างตรงประเด็นหรือจุดที่เราจะเลือกเล่น มันต้องคม และไม่ซ้ำกับเขา..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...รายการคู่แข่งเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่เราศึกษาไว้เพื่อพัฒนาตัวเอง ทั้งวิธีการนำเสนอ พิธีกร และนำจุดอ่อนของเขามาพัฒนา เรื่องแปลกในเมืองไทยมีอยู่เท่านี้ บางเรื่องคู่แข่งเขาเขาก็ไปถ่ายมาก่อน เราก็ต้องดูเขาเพื่อที่จะหาประเด็นในการนำเสนอที่ฉีกและแตกต่างไปเพื่อไม่ให้คนดูเบื่อ..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...เราไปดูรายการอื่นแล้วก็เกิดคำถามเสมอว่า ทำไมเรื่องแบบนี้ เขาไม่เล่ามุนั้น แล้วพอเราถ่ายทำเรื่องประเภทเดียวกัน ทีมก็จะเล่ามุนที่ว่ามาก็จะสามารถสร้างความแตกต่างได้..." (ทรงธรรม สุขเกษม, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า ในการผลิตรายการอึ่งที่เสียนั้นมีโอกาสที่ทีมงานจะถ่ายทำเรื่องราวซ้ำกับรายการคู่แข่ง เนื่องจากเรื่องที่น่าเสนอ 4 ประเภทในประเทศไทยมีจำนวนไม่มากนัก ทีมผลิตรายการจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียของรายการคู่แข่ง รวมทั้งหาประเด็นในการเล่าเรื่องที่ไม่ซ้ำ ซึ่งเป็นทางออกในการนำเสนอ เพิ่มความน่าสนใจแปลกใหม่ให้กับผู้ชมรายการ

6.2.4.2 สำนักข่าวต่าง ๆ (News / Information Agencies)

การหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ สำนักข่าว เว็บไซต์ข่าวต่าง ๆ รวมไปถึงนักข่าวท้องถิ่นที่ประจำอยู่ต่างจังหวัด เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทีมงานอั้งที่งเสียวใช้อยู่เป็นประจำ เนื่องจากเรื่องราวต่าง ๆ ที่ทีมงาน ไม่สามารถนึกเองได้ แหล่งข่าวข้างต้นจึงเป็นแหล่งข่าวสำคัญที่นิยมใช้กันมาโดยตลอด

"...การหาเรื่องที่จะมาทำสำคัญมาก เรายังนึกเองไม่ได้ การหาจากหนังสือพิมพ์ การเสิร์ชจากเว็บต่าง ๆ เป็นงานปกติที่เราต้องทำอยู่แล้ว เพราะพวกนี้เป็นแหล่งข่าวชั้นดีที่มีการอัปเดตเนื้อหาทันสมัยอยู่ทุกวัน บางครั้งเราก็โทรหานักข่าวท้องถิ่นนะว่า เขามีเรื่องอะไรน่าสนใจให้เราบ้าง..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลที่รายการอั้งที่งเสียวใช้ไม่มี ความแตกต่างจากรายการอื่น ดังนั้นปัจจัยข้อนี้จึงไม่สามารถสร้างความได้เปรียบ เสียเปรียบ ระหว่างรายการอั้งที่งเสียวกับรายการคู่แข่งแต่อย่างใด หากแต่การใช้นักข่าวท้องถิ่นก็ยังคงสร้างประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแต่ละรายการมักจะมีนักข่าวท้องถิ่นของตนเอง หากนักข่าวของรายการใดมีเรื่องราวที่แปลกกว่า รายการนั้นก็ยังสามารถถือแต้มต่อทันที

6.2.4.3 ผู้โฆษณา (Advertisers)

ผู้โฆษณาเป็นปัจจัยที่สามารถสร้างผลกระทบต่อ ตัวรายการได้โดยตรง เนื่องจากเป็นแหล่งเงินทุนที่หล่อเลี้ยงการผลิตรายการ ซึ่งที่ผ่านมารายการ อั้งที่งเสียวสามารถสร้างความนิยมรายการได้ในระดับสูงจนเป็นที่น่าพอใจ ทำให้มีเม็ดเงินหลังไหลเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย ส่งผลให้รายการอั้งที่งเสียวสามารถผลิตมาได้อย่างต่อเนื่องนานถึง 4 ปี

"...เพราะอั้งที่งเสียวมีเรตติ้งเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มรายการวาไรตี้ช่อง 8 เลยอยู่มาได้ เซลจะเอาเรตติ้งออกไปหาลูกค้า พอลูกค้าเห็นก็จะมีแรงดึงดูดให้เขาซื้อโฆษณาในรายการด้วยเหมือนกัน ซึ่งถ้าเรตติ้งดี รายการเราก็จะอยู่ได้นาน..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

"...ธุรกิจโทรทัศน์มีเรื่องรายได้ รายการโทรทัศน์จะอยู่ได้ต้องมีผู้สนับสนุน จะมาหรือไม่มา ผู้สนับสนุนก็ต้องวัดกันที่เรตติ้ง พอเราทำรายการทีวี ผู้ชมชอบก็จะดูรายการเราเยอะ เรตติ้งก็จะขึ้น พอผู้โฆษณาเห็นเรตติ้งเยอะ ก็จะเอาเงินมาลงทุนโฆษณากับเรา เพราะหวังว่าจะมีคนเห็นและตามไปซื้อสินค้า ทางด้านช่องเม็ดเงินก็จะเข้าเยอะ รายการเราก็จะมีเงินทุนมาซัพพอร์ตให้ผลิตต่อไปได้..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

จากคำสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า ถึงแม้ว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 จะเป็นสถานีโทรทัศน์แถวหน้าและมีผลประกอบการที่ดีเสมอมา แต่ก็ยังคงต้องพึ่งพาผู้โฆษณาในการที่จะนำเม็ดเงินมาลงทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ เฉกเช่นเดียวกับรายการอื่นในประเทศไทย

6.2.4.4 เจ้าของเงินทุน หรือเจ้าของรายการ (Owners) เจ้าของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ก็คือเจ้าของบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) นั่นเอง ด้วยความที่กลุ่มบุคคลเหล่านี้คร่ำหวอดกับงานผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน จึงสามารถคาดคะเนแนวทางและเรื่องราวที่ผู้ชมเป้าหมายชอบได้ รวมถึงการควบคุมกำหนดทิศทางของรายการนั้นก็มีการรอบนโยบายที่ชัดเจน ดังที่ ดร.องอาจ สิงห์ลำพองได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

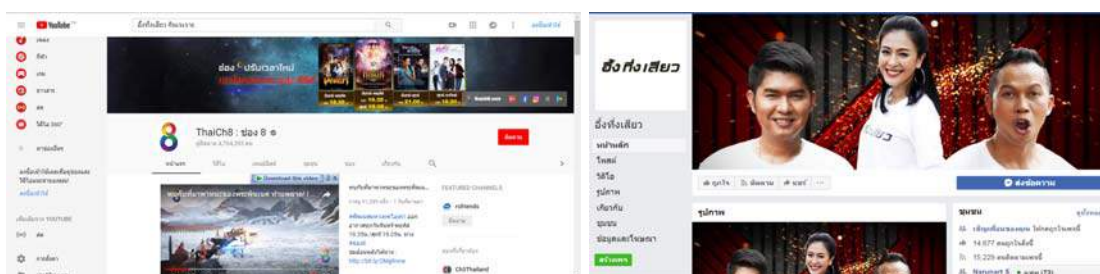
"...ด้วยความที่บอร์ดบริหารของอาร์เอสอยู่ในสายงานนี้มานาน ตัวเฮียฮ้อก็มีวิสัยทัศน์ที่ตรงกับความชอบของผู้ชมอยู่แล้ว วัดได้จากการคาดคะเนแนวทางว่าละครหรือรายการเรื่องไหนจะมา แกมีตรงนี้อยู่ ก็เลยทำให้รายการนี้มันเดินง่าย ประสบความสำเร็จเร็วและยาวนาน..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...นโยบายการทำงานที่ค่อนข้างชัดเจนครับ มีการควบคุมเป็นลำดับขั้น ทีมบอร์ดบริหารสั่งงานมาโดยตรงผ่านผู้อำนวยการ และผมกับทีมก็เข้ารับนโยบายต่ออีกที ซึ่งเวลามีปัญหาผมยิงตรงถึงเจ้านายได้เลย เจ้านายก็ตรงถึงบอร์ดทุกสัปดาห์อยู่แล้ว มันเลยทำให้เราแก้ปัญหาได้เร็ว..." (เนติบวร โสภณิก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)

นอกจากปัจจัยภายในและภายนอกที่ได้กล่าวมาทั้งหมดแล้ว ยังมีอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของรายการอั้งที่งเสี้ยว นั่นคือเรื่องของวิถีชีวิตและอุปนิสัยการเสพสื่อของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันนี้โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) ทำให้เกิดช่องทางการรับชมที่หลากหลายขึ้น ผู้ชมจึงมีทางเลือกในการรับชมมากขึ้น เนื่องจากในช่วงเวลาที่รายการอั้งที่งเสี้ยวออกอากาศ ผู้ชมบางคนอาจจะทำงาน เดินทางหรือติดธุระ ทำให้ไม่สามารถนั่งชมรายการหน้าจอโทรทัศน์ได้ จึงเกิดการปรับเปลี่ยนอุปนิสัยในการชมรายการใหม่ โดยชมผ่านโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต (Tablet) ที่ไหนก็ได้ตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับเรื่องนี้ทางทีมงานอั้งที่งเสี้ยวได้เห็นถึงความสำคัญ และได้มีการเตรียมการ โดยมีคำสั่งเป็นนโยบายที่ชัดเจนในการทำงานมาอีกด้วย

"...ตัวช่องเองพยายามนำเสนอรายการออกไปทุกช่องทาง เพื่อตอบสนองความต้องการของคนดูที่เปลี่ยนไป เพราะฉะนั้นช่องก็คิดเสมอว่า รายการจะออกไปที่ไหน อย่างไร เมื่อไหร่ เช่น เราจะต้องออกอากาศรายการทางทีวีเป็นหลัก คือออกอากาศก่อน แล้วจึงไปออกทาง Youtube, Line TV หรือ Facebook เรียกว่าเป็นช่องทางสำรองที่เอื้อให้คนดูอีกประเภทมาชมเรา แต่สุดท้ายเราก็จะพาเขามาชมที่ช่องเรา..." (องอาจ สิงห์ลำพอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 สิงหาคม 2561)

"...เรามีโจทย์บังคับ เป็นนโยบายช่อง ให้ออกอากาศทางโซเชียลครบคู่อยู่แล้ว แคมเปญที่ดูรายการได้ทุกเวลาก็มีผลดี เพราะคนจะเห็นรายการเราเยอะขึ้น แต่ผลทางเรตติ้งที่หน้าจอมันคนละเรื่อง แต่ช่องก็มีการแบ่งนโยบายเรื่องนี้ชัดเจนว่า นอกจากคุณจะมีเป้าในการทำเรตติ้งของทีวีแล้ว คุณยังมีเป้าในการทำเรื่องยอดวิวของ Youtube ด้วย เพราะนั่นก็เป็นแหล่งรายได้อีกทางหนึ่ง..." (เนติบวร ไสภณี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 สิงหาคม 2561)



รูปที่ 6.2 ภาพสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์กของสถานีและรายการ
ที่มา : รายการอั้งที่งเสี้ยว, 2560

ถึงแม้การออกอากาศทางโซเชี่ยลเน็ตเวิร์กจะมีผลต่อการเสียความนิยมรายการ เนื่องจากผู้ชมรายการเดิม อาจจะเปลี่ยนวิธีการรับชมเพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตของตัวเองก็ตาม แต่รายได้ที่มาจากยอดผู้ชมในโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ก ก็นับเป็นตัวเลขที่พอจะนำมาเจือจุนรายจ่ายในการผลิตรายการอื่นที่เสียได้บางส่วน ซึ่งผู้ชมเป้าหมายหลักได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้โดยแบ่งเป็น 2 ฝ่ายคือ พวกที่นิยมการดูรายการผ่านทางโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ก และพวกที่นิยมการดูจากโทรทัศน์เหมือนในอดีตที่ผ่านมา

"...หนูขายของ ถ้าช่วงไหนลูกค้าเข้าเยอะ ก็แทบจะไม่มีเวลาดูทีวีเลย ต้องอาศัยดูย้อนหลังทางมือถือเอา อย่างหลัง ๆ มา อึ้งที่งี่เง่าก็ดูผ่านมือถือตลอด..." (ชนกพรรณ มั่นสิริทรัพย์, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...ผมดูผ่านมือถือสะดวกดีนะ โดยเฉพาะบาย ๆ วันเสาร์ช่วงต้นเดือนลูกค้ามาตัดผมกันเพียบ ผมไม่มีเวลาหันมาดูทีวีหรอก ก็อาศัยดูจากมือถือตอนร้านเลิกเอา..." (วุฒิชัย ว่องทิพากร, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

"...เสาร์อาทิตย์นี้ผมอยู่บ้านตลอดไม่ไปไหน เลยได้อึ้งที่งี่เง่าในทีวีตลอด อีกรายมือถือมันจอลึก ดูไม่สบายตา ไม่สะใจเท่าดูทีวี..." (ไพบุลย์ สุขประสาน, การสนทนาแบบกลุ่ม, 20 สิงหาคม 2561)

จากข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ส่วนตัวของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีสร้างสรรค์รายการอื่นที่เสีย ผู้วิจัยพบว่ารายการอื่นที่เสียออกอากาศภายใต้สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในเครือบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในสายการผลิตรายการโทรทัศน์มากกว่า 20 ปี การจัดการด้านต่าง ๆ ทั้งการวางแผนการผลิต งบประมาณ การตรวจและควบคุมคุณภาพรายการ ปัจจัยภายในเหล่านี้ได้ถูกวางแผนอย่างชัดเจน รอบด้าน ประกอบกับทีมงานที่ถูกคัดเลือกมามีความชำนาญในการผลิตรายการสารคดีแบบนี้โดยตรง รวมถึงอุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัย ทัดเทียมรายการอื่น จึงทำให้ปัจจัยที่ควบคุมได้เหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด สำหรับปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้นั้น ทางทีมผลิตรายการได้รับนโยบายที่ชัดเจนในการเฝ้าระวังและแก้ปัญหาทุกเรื่อง ตั้งแต่เรื่องของการคัดสรรแหล่งข่าวและเรื่องราวที่จะนำเสนอ การปลูกฝังจริยธรรมสื่อ การปรับการออกอากาศใน

สื่อต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมมารับชม รวมถึงการรับมือและปรับตัวเองนี่คู่แข่งตลอดเวลา ขณะเดียวกันทีมผลิตรายการก็พยายามสร้างสรรค์วิธีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้เองทำให้รายการซึ่งทิ้งเสี้ยวสามารถยืนหยัด สร้างความนิยมรายการให้อยู่ในอันดับต้น ๆ ของสถานี ช่วยสร้างรายได้และความมั่นคงในอาชีพแก่ทีมงานต่อไป



บทที่ 7

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเดียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเดียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 และปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเดียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 โดยใช้แนวทางการศึกษาแนวคิดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์และรายการสารคดี แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการหรือการทำงานของสื่อสารมวลชน ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร เป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วยการศึกษาเนื้อหารายการด้วยการวิเคราะห์วิดิทัศน์รายการ (Document Analysis) เฉพาะเรื่องที่มีความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงหรือเรื่องที่มีตัวเลขแสดงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ (Reach) มากกว่า 350,000 คนขึ้นไป และจากการคัดเลือกของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) ว่าเป็นเรื่องที่มีกลวิธีการเล่าเรื่องที่โดดเด่นและมีความเฉพาะตัว รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 12 เรื่อง ซึ่งทุกเรื่องออกอากาศในปี พ.ศ. 2560 รวมทั้งใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงสิ่งเดียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 จำนวน 3 คน และการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมายจำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน โดยได้สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลให้ทราบดังนี้

7.1 สรุปรูป และอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกข้อค้นพบออกเป็น 2 ประเด็นตามปัญหาคำวิจัย ได้แก่

7.1.1 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงฟังเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

7.1.1.1 การกำหนดเนื้อหาของรายการอิงฟังเสี้ยว (Pre-production) มีดังนี้

1) การกำหนดเนื้อหาของรายการอิงฟังเสี้ยว ฝ่ายบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ได้ทำการศึกษาธรรมชาติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายมาตลอดระยะเวลาดำเนินงานของสถานี จนได้ข้อสรุปว่ากลุ่มผู้ชมช่อง 8 ในช่วงบ่ายวันเสาร์ คือผู้ชมเพศชายที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความชอบในเรื่องความตื่นเต้น แปลกใหม่ รวมทั้งความรู้ที่ไม่เคยทราบมาก่อน ข้อมูลทั้งหมดจึงถูกวิเคราะห์และกลั่นกรองมาเป็นแนวคิดหัวเรื่อง 4 ประเภท ได้แก่ กินแปลก วิถีชีวิตพื้นบ้าน ความสามารถคน และสถานที่แปลก ซึ่งทั้งหมดจะถูกนำเสนอด้วยวิธีการที่สั้น กระชับ รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ทำให้เนื้อหาของรายการที่นำเสนอสามารถตอบใจทัศนียภาพและอุปนิสัยของผู้รับชมเป้าหมายในช่วงเวลานั้นได้อย่างแท้จริง

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าการกำหนดเนื้อหาของรายการอิงฟังเสี้ยว และการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับอุปนิสัย ความชอบ ทัศนียภาพของกลุ่มเป้าหมายจากฐานข้อมูลของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ที่มีการรวบรวมมาอย่างยาวนาน มีส่วนช่วยให้รายการประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของความนิยมรายการและรายได้ที่หลังไหลมาสู่สถานี สอดคล้องกับที่วิภา อุดมฉันท (2538) ได้กล่าวไว้ว่า รายการโทรทัศน์ที่ดีควรมีเนื้อหาที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของรายการ โดยเนื้อหาที่วุ่นวายเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ทั้งยังควรมีความเรียบง่ายต่อการทำความเข้าใจ ไม่มีประเด็นสลับซับซ้อน ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบง่าย ๆ

2) การวางตำแหน่งในการออกอากาศของเรื่องต่าง ๆ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีการกำหนดนโยบายเรื่องการวางตำแหน่งของเรื่องที่จะออกอากาศในรายการอิงฟังเสี้ยว ซึ่งมีการมอบหมายให้ทีมงานผลิตรายการอิงฟังเสี้ยวทำหน้าที่เลือกสรรเนื้อหาให้ตรงใจผู้ชม และมี

การจัดวางลำดับการออกอากาศ ด้วยการวางเรื่องที่น่าสนใจออกอากาศเป็นลำดับแรก ซึ่งใน 1 ครั้งที่ออกอากาศจะมีเรื่องราวหลากหลายปะปนกันไป เพื่อให้ทำให้ผู้ชมรู้สึกสนุก ตื่นเต้น ไม่น่าเบื่อ อีกทั้งยังทำให้เกิดความเชื่อและโน้มเอียงไปในทิศทางที่รายการกำหนดไว้ หน้าที่นี้แสดงให้เห็นว่า ทีมบริหารและทีมงานผลิตรายการอึ่งที่เสียทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารอย่างแท้จริง (Agenda Setting) ในการคัดเลือกและจัดวางเรื่องราวให้แก่ผู้ชม

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าการทำหน้าที่กำหนดวาระข่าวสารของ ทีมบริหารและทีมงานรายการอึ่งที่เสียคำนึงถึงความชอบของผู้ชมเป้าหมายเป็นหลัก โดยเลือก เรื่องที่คาดว่าผู้ชมจะชื่นชอบไว้ในลำดับแรก จากนั้นมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย ภายใต้ แนวคิดหัวเรื่องซึ่งถูกกำหนดมาจากฐานข้อมูลที่แสดงถึงรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับที่ McCombs (2004) ได้อธิบายถึงผลการจัดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนว่า ภาพความจริงที่เกิดขึ้น ในตัวผู้รับสาร เกิดจากข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งสื่อมวลชนได้นำเสนอ แต่ทั้งนี้การเลือกรับรู้ข่าวสาร ประชาชนจะเลือกรับแต่ในประเด็นที่ตนเองสนใจ หรือเรื่องราวที่มีข้อมูลขัดแย้งกับความคิดของ ตนเองในระดับที่ต่ำ หากแต่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะมีมาก ก็ต่อเมื่อประเด็นที่ถูกนำเสนอผ่าน สื่อมีความสอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนในระดับสูงนั่นเอง และยังคงสอดคล้องกับที่ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การวางตำแหน่งพาดหัวหรือการนำเสนอเรื่องราวใดใน อันดับแรก ย่อมส่งผลต่อความสนใจของผู้รับสารมากกว่า เนื่องจากผู้รับสารมักจะคุ้นเคยกับ ตำแหน่งเหล่านี้เป็นอย่างดีและมักจะให้คุณค่ามากกว่าข่าวสารเรื่องที่รองลงมา

3) การคัดเลือกพิธีกร เป็นหัวใจในการดำเนินรายการ รายการอึ่งที่เสียมี นโยบายชัดเจนในการคัดเลือกพิธีกร ซึ่งเป็นดารา นักแสดง คนดังที่มีชื่อเสียง 3 คน มาทำหน้าที่ สลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกัน โดยพิธีกรจะทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราว ชักถามแขกรับเชิญเพื่อ ดำเนินรายการ และยังช่วยสร้างความสนุกสนานด้วยการสร้างอารมณ์ขันในจังหวะต่าง ๆ พิธีกรทั้ง 3 คนล้วนมีบุคลิกที่แตกต่าง แต่สิ่งที่มีร่วมกันคือความเป็นกันเอง มีส่วนร่วมกับเรื่องราวและมีความ เป็นตัวแทนผู้ชมในระดับดีเยี่ยม เห็นได้จากผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมพบว่า คำตอบที่ได้ล้วนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือมีการระบุถึงความชอบในความสามารถของการ ดำเนินรายการ สีสันความขบขันที่สร้างขึ้นและความน่ารัก สิ่งเหล่านี้สามารถทำให้ผู้ชมเชื่อมั่น ชื่นชอบจนเกิดความรู้สึกผูกพันและกลับมาชมรายการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับที่ สินีนาถ วิมุกตานนท์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า พิธีกรรายการโทรทัศน์ต้องเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดี มี

วาทศิลป์ในการพูด ใฝ่ศึกษาหากวิธีที่หลากหลายมาใช้ในการดำเนินรายการ รวมทั้งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ทำให้รายการไหลลื่น สนุกสนานอีกด้วย

7.1.1.2 เทคนิคการถ่ายทำรายการอึ่งที่เสี้ยว (Production)

เทคนิคการถ่ายทำรายการอึ่งที่เสี้ยวประกอบด้วยงบประมาณ การหาข้อมูล บทโทรทัศน์ การเดินเรื่อง อุปกรณ์การถ่ายทำและกลวิธีการถ่ายทำ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) งบประมาณ ด้วยความเป็นมืออาชีพและสั่งสมประสบการณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มาอย่างยาวนาน ทำให้เรื่องการจัดตั้งและการบริหารจัดการงบประมาณของรายการอึ่งที่เสี้ยวมีการเตรียมพร้อมที่สมบูรณ์ และจัดทำงบประมาณผลิตรายการไว้หลายรูปแบบ รวมถึงขั้นตอนการเบิกจ่ายที่ชัดเจน ทำให้การดำเนินการผลิตในส่วนนี้ราบรื่น โดยมีการค้ำึงถึงงบด้วยกัน 2 ประเภท คืองบประมาณการผลิตรายการและงบประมาณในส่วนค่าจ้างที่ทีมงานผลิตทั้งหมด ซึ่งมีการคำนวณไว้ในงบตั้งต้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าเนื่องจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีประสบการณ์ในการผลิตรายการมาหลายรูปแบบและยาวนาน ดังนั้นการจัดตั้งงบประมาณจึงมีต้นแบบให้ดำเนินการตามได้อย่างรัดกุมและรวดเร็ว อีกทั้งในแง่ของธุรกิจทางสถานียังมีการนำค่าใช้จ่ายในการจ้างทีมงานผลิตมาคำนวณเป็นต้นทุนการผลิตอีกด้วย สอดคล้องกับที่ศศิกร ฉันทเศรษฐ์ (2547) ได้กล่าวไว้ว่างบประมาณในการผลิตรายการโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ งบประมาณส่วนของการสร้างสรรค์รายการ (Above the Line Costs) เป็นงบประมาณที่เกี่ยวกับบุคลากรในการผลิต ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ควบคุมยากที่สุด เนื่องจากขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความชำนาญเฉพาะตัวในการผลิตรายการรูปแบบนั้น ๆ และงบประมาณส่วนของงานผลิตรายการ (Below the Line Costs) เป็นงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการผลิตทั้งหมด อาทิ ค่าสถานที่สำหรับการถ่ายทำ ค่าอุปกรณ์กล้อง แสง เสียง ค่าอาหารทีมงานและค่าจีปาดะอื่น ๆ

2) การหาข้อมูล รายการอึ่งที่เสี้ยวให้ความสำคัญกับขั้นตอนนี้เป็นอย่างสูง เนื่องจากข้อมูลคือหัวใจสำคัญในการตั้งต้นรายการ อีกทั้งยังต้องหาข้อมูลในเรื่องที่สัมพันธ์กับความชอบของผู้ชมด้วย ดังนั้นจึงมีการหาข้อมูลแบบหลายทิศทาง ทั้งการหาจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และมีการสืบถามจากนักข่าวท้องถิ่นในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึก

แตกต่างกันและแม่นยำ นอกจากนี้บางกรณีที่มีความยาก ยังมีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจหาข้อมูลและตรวจสอบสภาพภูมิประเทศก่อนการถ่ายทำ ด้วยกระบวนการเหล่านี้ส่งผลให้ทีมงานผลิตมีข้อมูลในมือครบถ้วน สามารถสร้างสรรค์รายการออกมาได้อย่างสมบูรณ์แบบที่สุด

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ และตรงใจผู้ชมมีความสำคัญ ทีมงานจึงเลือกที่จะหาข้อมูลให้ครบทุกมิติ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจถ่ายทำ และนำเสนอในมุมที่คาดว่าผู้ชมจะชื่นชอบจริง ๆ สอดคล้องกับที่สมเจตน์ เมฆพายุพ (2552) ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของการหาข้อมูลว่ามี 3 แหล่งด้วยกัน คือ 1) รวบรวมจากหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์และงานวิจัยต่าง ๆ ถือเป็นแหล่งข้อมูลอันทรงคุณค่าน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีการระบุแหล่งที่มา ผู้เขียนและสำนักพิมพ์อย่างชัดเจน 2) บุคคล นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาของรายการที่จะผลิต วิธีนี้จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และ 3) การลงพื้นที่ไปสำรวจ หาข้อมูลจากสถานที่จริง ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงพร้อมกับประเมินสภาพภูมิประเทศได้เป็นอย่างดี

3) บทโทรทัศน์แบบเค้าโครง ประเภทของเรื่องราวที่จะถ่ายทำส่งผลต่อการเขียนบทโทรทัศน์เป็นอย่างมาก ธรรมชาติของรายการอึ่งที่เสี่ยงมักจะเจอกับเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงมีลักษณะการถ่ายทำคล้ายรายการสดที่ไม่สามารถกำหนดรายละเอียดได้ว่าจะพบกับอะไรบ้าง ดังนั้นการพึ่งพาบทแบบเค้าโครง ที่กำหนดเฉพาะคิวต่าง ๆ ไว้ จึงมีความจำเป็นและสร้างความสดให้รายการได้เป็นอย่างดี จนกลายมาเป็นลักษณะสำคัญของรายการ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าบทโทรทัศน์แบบเค้าโครง เอื้อประโยชน์ทำให้ทีมงานผลิตเกิดความคล่องตัวในกระบวนการถ่ายทำ เนื่องจากทีมผลิตจะทราบเฉพาะลำดับเรื่องราวตั้งแต่เริ่มจนจบเท่านั้น เหตุการณ์ไม่คาดฝันอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา บทโทรทัศน์แบบนี้ทำให้เกิดความยืดหยุ่นสูงในการผลิต สอดคล้องกับที่คมสัน รัตนะสิมากุล (2555) ได้กล่าวไว้ว่าการเขียนบทโทรทัศน์แบบเค้าโครง (Fact Sheet) คือบทโทรทัศน์ที่เป็นโครงร่างให้ผู้ผลิตรายการทราบลำดับขั้นตอน เรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจนจบเท่านั้น ไม่ได้มีการใส่รายละเอียดของภาพและเสียงลงไปแต่อย่างใด บทโทรทัศน์ชนิดนี้เหมาะสำหรับรายการที่ผู้ผลิตไม่ทราบรายละเอียดล่วงหน้าของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นหรือรายการสด

4) การเดินเรื่อง ด้วยธรรมชาติของรายการเป็นการนำเรื่องจริงมาถ่ายทอดสู่สายตาผู้ชม ดังนั้นเพื่อความสมจริงของเรื่องราว รายการจึงเลือกใช้สูตรเดียวกันหมดในทุกเรื่อง

คือการเดินทางโดยใช้เจ้าของเรื่อง ซึ่งในที่นี้อาจหมายถึง คน สัตว์ สถานที่ เป็นตัวเดินเรื่อง โดยอาจจะมีการปรุงแต่งเพิ่มเติมสีสัน แต่ทั้งหมดต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริงเป็นสิ่งสำคัญ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าการเดินทางโดยใช้เจ้าของเรื่องมาเป็นตัวเดินเรื่องนั้น เป็นกลวิธีที่เหมาะสมกับประเภทและเนื้อหารายการ ซึ่งรายการอึ่งที่เสียชีวิตได้ใช้มาตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ออกอากาศ สอดคล้องกับที่ธีรภาพ โลหิตกุล (2552) ได้กล่าวไว้ว่า กลวิธีการเดินทางโดยใช้เนื้อหาของสารคดีเดินทางด้วยตัวของมันเอง ลักษณะนี้จะไม่มีการใช้ตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งมาเดินเรื่อง หากแต่ใช้สิ่งที่เป็นเรื่องหลักของสารคดีนั้นเดินทางแทน เช่นคน สัตว์ สิ่งของ หรือแม้แต่สถานที่ก็ตาม

5) กลวิธีการเลือกอุปกรณ์ในการถ่ายทำ ลักษณะของเรื่องราวที่จะถูกถ่ายทอดลงในรายการอึ่งที่เสียชีวิตจะเป็นตัวกำหนดกลวิธีในการเลือกประเภทของกล้อง ลำดับแรกทีมงานจำเป็นต้องเข้าใจแก่นของเรื่องที่จะนำเสนอว่าจะสื่อสารให้ผู้ชมทราบเรื่องเกี่ยวกับอะไร เมื่อเข้าใจแล้วก็จะสามารถตีความ เชื่อมต่อไปยังความหมายและลักษณะของภาพที่จะสื่อสารให้มีความสอดคล้องกันได้ หากภาพที่ถูกนำเสนอมีความสอดคล้องกับเรื่องราวก็จะสามารถสร้างเสน่ห์และอารมณ์ร่วมทำให้ผู้ชมเกิดการคล้อยตามและติดตามได้ตลอดทั้งเรื่อง โดยทุกตอนที่ออกอากาศจะเน้นการใช้ภาพแบบใช้มือถือกล้องถ่าย (Handheld) เป็นหลัก เพื่อความสมจริง อาจจะมีการใช้กล้องโดรนเพื่อให้ผู้ชมเห็นความกว้างใหญ่ของบริเวณที่ถ่ายทำ รวมทั้งยังมีการใช้กล้อง Go Pro ติดหน้าผากแซกรับเชิญในขณะทำกิจกรรม เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพระยะใกล้มาก (Close-up Shot) เป็นการแทนสายตาของแซกรับเชิญ ซึ่งเมื่อผู้ชมได้ชมภาพจากกลวิธีเหล่านี้จะเกิดความชื่นชอบและรู้สึกคล้อยตามไปกับเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารได้ไม่ยาก

6) กลวิธีการถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) เนื่องจากรายการอึ่งที่เสียชีวิตมีลักษณะคล้ายรายการสดไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ล่วงหน้าได้ การถ่ายทำแบบจัดฉากจึงมีความจำเป็น เนื่องจากกิจกรรมที่นำเสนอ มักพึ่งพาธรรมชาติเป็นหลัก ความไม่แน่นอนนี้เองอาจทำให้ทีมงานไม่ได้ภาพที่ตั้งใจ กลวิธีนี้จึงถูกนำมาใช้เพื่อให้ได้ภาพตรงตามเรื่องราวและสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจเหตุการณ์นั้น ๆ ได้ถูกต้องครบถ้วน ที่สำคัญกลวิธีนี้ยังเกิดผลดีต่อตัวทีมงานผลิตเอง เนื่องจากผู้ชมเมื่อได้ชมแล้วมักจะเกิดความสงสัยปนชื่นชมในประสิทธิภาพการทำงานว่าทีมงานมีความสามารถในการเก็บภาพได้อย่างชัดเจน

7) กลวิธีการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act) การวางมุมกล้องในตำแหน่งที่จะได้มาซึ่งภาพที่ชัดเจน ตรงประเด็น เป็นปัญหาหลักในการถ่ายทำรายการที่มีลักษณะคล้ายรายการสด การคาดคะเนในการวางตำแหน่งกล้องอาจจะมีพลาดคลาดเคลื่อน เนื่องจากทุกกิจกรรมที่ถ่ายทำจะไม่สามารถกำหนดตำแหน่งในการเกิดเหตุได้อย่างแม่นยำ ที่ผลผลิตจึงนำกลวิธีการถ่ายซ้ำมาใช้แก้ปัญหา เนื่องจากทีมงานจะสามารถเห็นความไม่ชัดเจนของภาพที่ถ่ายทำไปแล้ว และตัดสินใจลงมือถ่ายซ้ำใหม่อีกครั้ง โดยจะเปลี่ยนตำแหน่งอันจะนำมาสู่มุมมองที่หลากหลายและชัดเจนขึ้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าการเลือกอุปกรณ์ถ่ายทำและกลวิธีในการถ่ายทำมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเครื่องมือและกลวิธีที่เหมาะสมจะสามารถช่วยให้ทีมงานบันทึกภาพและเรื่องราวได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น ซ้ำยังช่วยสร้างเสน่ห์ ความสนุกสนานให้กับรายการ ที่สำคัญยังช่วยลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนหลังการถ่ายทำอีกด้วย ซึ่งทั้ง 3 กลวิธีข้างต้นสอดคล้องกับที่ธีรภาพ โลหิตกุล (2552) กล่าวไว้ว่าผู้ผลิตรายการสารคดีควรจะมีแผนการใช้กลวิธีสร้างสรรค์รายการอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้กล้องและขนาดภาพต่าง ๆ กลวิธีการถ่ายทำด้วยการทำซ้ำ (Re-act) เหมือนเดิมในสถานที่จริงเพื่อให้ได้มาซึ่งภาพเดียวกันแต่หลายมุมมอง กลวิธีการถ่ายทำด้วยการจัดฉาก (Setup) เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพและเรื่องราวที่สมบูรณ์แบบ หากแต่จะต้องไม่จัดฉากที่ดูเกินจริงจนผิดหลักการของรายการสารคดี ซึ่งกลวิธีนี้สอดคล้องกับ Palmer (2010, as cited in Barley, 2010) อดีตผู้ผลิตรายการสารคดีชีวิตสัตว์ ได้กล่าวไว้ว่า การจัดฉากในการถ่ายทำนั้นเป็นเรื่องที่จำเป็นมาก เนื่องจากทีมงานไม่มีงบประมาณมากพอที่จะสามารถเฝ้าถ่ายทำสัตว์ได้ตลอดเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพที่ต้องการเพียงภาพเดียว และภาพสัตว์ป่าท่ามกลางบรรยากาศป่าจริง ๆ ที่ผู้ชมทุกคนได้เห็นนั้น ส่วนใหญ่มักเป็นการจัดฉาก

7.1.1.3 เทคนิคกระบวนการหลังการถ่ายทำรายการอึ่งที่งเสี้ยว (Post-production)

เทคนิคกระบวนการหลังการถ่ายทำรายการอึ่งที่งเสี้ยว ประกอบด้วย การกำหนดแนวความคิดในการตัดต่อ กลวิธีการตัดต่อ และกลวิธีการใช้เสียงแบบต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) การกำหนดแนวความคิดในการตัดต่อ นโยบายในการกำหนดแนวความคิดการตัดต่อรายการซึ่งที่เดียวมีความชัดเจน ตรงใจผู้ชมรายการเป้าหมาย คือใช้การตัดต่อเล่าเรื่องเร็ว กระชับ ลำดับเรื่องให้เข้าใจง่าย ไม่วกวน ต้องเล่าเรื่องให้จบภายใน 10 นาทีเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันผู้ชมมีสิ่งกระตุ้นเร่งเร้ารอบทิศทาง การที่จะตรึงให้ผู้ชมชมรายการตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ นอกเหนือจากเนื้อหาที่ถูกใจแล้ว แนวคิดในการตัดต่อวิธีนี้ยังเป็นกลวิธีสำคัญที่สอดคล้องกับลักษณะการรับชมรายการของผู้ชมในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่าด้วยพื้นฐานของผู้ชมในปัจจุบันที่ชีวิตเร่งรีบ ทำให้มีเวลาน้อย การนั่งชมรายการที่มีความยาวมากหรือเล่าเรื่องที่ซับซ้อนเป็นสิ่งที่ผู้ชมไม่ปรารถนา รายการซึ่งที่เดียวเห็นความสำคัญของประเด็นนี้จึงพยายามลำดับเรื่องราวให้เข้าใจง่าย ตัดทอนสิ่งที่เยิ่นเย้อ รวมทั้งเลือกเนื้อหาที่สำคัญมานำเสนอภายใต้เวลาที่สั้น สอดคล้องกับที่ สฐิติ พลพงษ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า การลำดับภาพคือการรวมทุกอย่างเข้าด้วยกันจากจำนวนภาพที่มีมากมาย เพื่อสร้างความต่อเนื่องของเรื่องราว โดยจะต้องอยู่บนพื้นฐานที่เข้าใจง่าย ไม่ทำให้คนดูสับสน รวมทั้งการผลิตรายการโทรทัศน์มักจะเกิดข้อบกพร่องทั้งทางภาพและเสียงอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ตัดต่อจึงต้องกำจัดส่วนที่เสียเหล่านั้นออกไป และนำภาพหรือเสียงที่มีความสมบูรณ์มากกว่ามาแทนที่

2) กลวิธีการตัดต่อ สามารถจำแนกรูปแบบได้ดังนี้

2.1) กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพช้า (Slow-motion) กิจกรรมส่วนมากที่รายการถ่ายทำและนำเสนอ หากผู้ชมได้ชมเพียงรอบเดียวในจังหวะปกติ อาจจะเก็บรายละเอียดของภาพได้ไม่ครบถ้วน กลวิธีการทำภาพช้าจึงถูกเติมเต็มและแก้ปัญหาในจุดนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในการเก็บรายละเอียดของเรื่องราวและยังส่งผลดีในการช่วยเน้นย้ำอารมณ์ของเรื่องราวให้เด่นชัดขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับความสามารถคน รายการจะมีเพิ่มเติมการทำภาพช้า (Slow-motion) ฉายซ้ำอีก เพื่อให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดการทำกิจกรรมของแขกรับเชิญได้อย่างชัดเจน เห็นได้จากผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมพบว่า คำตอบที่ได้ล้วนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือมีความชื่นชอบในกลวิธีนี้ เนื่องจากทำให้ได้เห็นอริยาบถต่าง ๆ ที่ปกติแล้วมักจะสังเกตไม่ทัน

2.2) กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพเร็ว (Fast Speed) สามารถสร้างความเชื่อในเนื้อหารายการได้ บางสถานที่ บางเหตุการณ์ที่ทีมงานต้องเดินทางไกล หรือแม้แต่วาระวนการทำกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน การตัดต่อแบบนี้จะช่วยรองรับกับความเชื่อดังกล่าว

ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าการกิจกรรมที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่หาดูได้ยากในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะคนเมืองหลวง ซึ่งมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ การใช้กลวิธีนี้จึงช่วยให้ผู้ชมเชื่อในสิ่งที่ตาเห็นมากขึ้น รวมทั้งยังช่วยย่นย่อให้รายการเล่าเรื่องได้กระชับ รวดเร็ว ทันใจผู้ชมมากขึ้น

2.3) กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse) เนื่องจากทีมงานถูกจำกัดงบประมาณการถ่ายทำ กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลาจึงถูกนำมาใช้ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวตามสภาพความเป็นจริงในการดำเนินกิจกรรมนั้น และช่วยในการทำงานภายใต้ข้อกำหนดของงบประมาณและการเล่าเรื่องที่ครบถ้วนสมบูรณ์ กลวิธีนี้มักถูกใช้ในการเล่าเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตพื้นบ้าน เนื่องจากบางกิจกรรมอาจต้องใช้เวลาในการทำหลายชั่วโมง หรืออาจจะข้ามไปวันรุ่งขึ้น ดังนั้นรายการจึงต้องเร่งเวลา ช่วยให้ผู้ชมสามารถเล่าเรื่องนั้นได้จบกระบวนการภายในเวลา 10 นาที ซึ่งผู้ชมรายการส่วนมากมักจะชื่นชอบกลวิธีการตัดต่อแบบนี้

2.4) กลวิธีการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-In) พร้อมใส่เสียงประกอบ กลวิธีนี้นับเป็นเอกลักษณ์ของรายการอึ่งตึงเสียว ซึ่งทีมงานตั้งใจสร้างสรรค์ให้เป็นภาพจำที่ชัดเจนสำหรับผู้ชม เป็นการเน้นย้ำข้อมูลหรือคำพูดที่ตื่นเต้น ชวนสงสัยของพิธีกร เสริมให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตาม หากการดำเนินเรื่องของรายการราบเรียบอาจจะไม่ดึงดูดผู้ชมได้เท่าที่ควร ดังนั้นกลวิธีนี้จึงถูกสร้างขึ้น เพื่อให้ผู้ชมจดจำและเกิดการกระตุ้นอารมณ์ในขณะชมรายการ ให้สนใจ อยากรู้และเกิดการรับชมจนจบ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นพบได้ว่า กลวิธีการตัดต่ออันเป็นเอกลักษณ์ของรายการที่ทีมงานได้นำมาใช้ นั้น สามารถสร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้น และดึงดูดให้ผู้ชม ชมรายการได้ตั้งแต่ต้นจนจบ รวมทั้งยังช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม คล้อยตามไปกับเนื้อหาที่สื่อ ซึ่งทั้ง 4 กลวิธีนี้สอดคล้องกับที่สันทัด ทองรินทร์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า นอกเหนือจากความคิดสร้างสรรค์ที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พึงมีแล้ว คุณสมบัติพิเศษต่าง ๆ ของรายการโทรทัศน์ก็ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยให้รายการนั้นประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการนำเสนอสิ่งที่อยู่ห่างไกลตัวผู้ชมมาแสดงเป็นภาพให้เห็นในระยะใกล้ได้ (Zoom-in) การนำเทคนิคในการตัดต่อที่หลากหลายมาใช้ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม อาทิ การเน้นย้ำรายละเอียดต่าง ๆ ในภาพที่แสดงด้วยการใช้เทคนิคการทำให้ภาพเคลื่อนไหวช้า (Slow-motion) เพื่อหน่วงเวลาให้ผู้ชมเห็นสิ่งต้องการนำเสนอ หรือกรณีที่ต้องการเร่งจังหวะภาพเพื่อเร่งหรือลดระยะเวลาการนำเสนอ ก็สามารถนำเทคนิคการเร่งความเร็วภาพ (Time-lapse) เพื่อลดเวลาให้เร็วขึ้น

3) กลวิธีการใช้เสียง สามารถจำแนกรูปแบบได้ดังนี้

3.1) กลวิธีการใช้เสียงบรรยาย นับเป็นเสียงที่มีความสำคัญรองมาจากเสียงสนทนาในรายการ เสียงบรรยายในรายการอังกึ่งที่เสียวทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ การให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่พิธีกรไม่ได้ให้ อาจจะเป็นเนื่องจากความผิดพลาดในการถ่ายทำหรือทีมงานวางแผนไว้ก่อนหน้า และการสรุปเรื่องราวที่พิธีกรบอกไป ขณะชมรายการผู้ชมอาจจะทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วยหรืออาจจะไม่ได้ตั้งใจฟังในสิ่งที่พิธีกรพูด เสียงบรรยายนี้จะช่วยเน้นย้ำข้อมูลที่ผ่านมาให้ผู้ชมได้รับฟังพร้อมทำความเข้าใจเรื่องราวอีกครั้ง โดยรายการเลือกใช้เสียงบรรยายเพศชาย ที่มีลักษณะการใช้เสียงแตกต่างกันไปในแต่ละเรื่อง ทั้งเสียงหนักแน่นจริงจังสำหรับการให้ข้อมูล เสียงต่ำสำหรับเรื่องน่ากลัวและเสียงที่เล่นที่จริง หัวเราะ สำหรับเรื่องเบาสมอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของเรื่องที่น่าเสนอ สำหรับผู้ชม เสียงบรรยายจะให้ความรู้สึกเป็นกันเอง อุ่นใจเหมือนได้ นั่งฟัง นั่งสนทนากับเพื่อนสนิท จึงจัดได้ว่ากลวิธีการใช้เสียงบรรยายให้เหมาะสมของรายการอังกึ่งที่เสียวมีอิทธิพลอย่างมากต่ออารมณ์และความประทับใจของผู้ชม

3.2) กลวิธีการใช้เสียงเพลง เสียงเพลงเป็นเสียงที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมรายการเป็นอย่างมาก รายการอังกึ่งที่เสียวเน้นการเลือกใช้เพลงที่ตรงกับประเภทและอารมณ์ของเรื่องราว ซึ่งสามารถยกระดับความน่าสนใจ สร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชม นอกจากนี้รายการยังใช้เสียงเพลงทำหน้าที่บ่งบอกลักษณะความเป็นเชื้อชาติเผ่าพันธุ์และถิ่นที่อยู่ เพื่อทำให้ผู้ชมเกิดการเชื่อมโยงได้ว่าเป็นเรื่องราวของใคร เกิดขึ้นในบริเวณใด ในขณะที่รายการยังไม่ได้บอกเล่าเรื่องราวใด ๆ เลย

3.3) กลวิธีการใช้เสียงประกอบพิเศษ (Sound Effect) เป็นเสมือนเครื่องมือชิ้นสำคัญอีกชิ้น ที่ทำให้รายการอังกึ่งที่เสียวมีสีสัน ช่วยสร้างอารมณ์และบรรยากาศของเรื่องได้ตลอดเวลา เห็นได้จากการที่เสียงประเภทนี้สามารถกระตุ้นอารมณ์ต่าง ๆ ของผู้ชมได้ทั้งตื่นเต้น กลัว ขบขัน ซึ่ง ฯลฯ ทำให้ผู้ชมหันมาสนใจในเนื้อหารายการและเพิ่มอรรถรสในการรับชมได้อย่างเต็มที่

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบได้ว่ากลวิธีการเลือกใช้เสียงทั้ง 3 ประเภทของรายการอังกึ่งที่เสียว มีการคัดเลือกให้เหมาะสมกับเรื่องราวที่น่าเสนอ เพื่อทำหน้าที่ทั้งบอกเล่าข้อมูล สร้างอารมณ์และเสริมความน่าสนใจของรายการ โดยเรื่องเสียงทั้งหมดนี้สอดคล้องกับที่สุธี พลพงษ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า เสียงในรายการส่วนมากมักประกอบด้วยเสียงพูด เสียงบรรยาย เสียงเพลง และเสียงประกอบ ซึ่งเสียงทั้งหมดมีความสำคัญ โดยเสียงพูด

ของพิธีกรและผู้ร่วมรายการมักจะเป็นการสนทนาให้ข้อมูล เสียงบรรยายทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่พิธีกรหรือผู้ร่วมรายการไม่ได้พูดไว้ หรือพูดไว้แต่ผู้ผลิตต้องการเน้นย้ำ ความสำคัญของเรื่องนั้น ๆ ซึ่งจะต้องมีความชัดเจน กระฉับกระเฉง บรรยายในจังหวะที่เหมาะสมกับ อารมณ์ของรายการ สำหรับเสียงประกอบเป็นเสียงที่ใช้ในการสื่อความหมายและสร้างอารมณ์ ตามบรรยากาศที่เกิดขึ้นในรายการ การใส่เสียงประกอบเหล่านี้เข้าไปในรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิต จำเป็นจะต้องมีประสบการณ์เพื่อตัดสินใจใส่เสียงประกอบให้สอดคล้องและเกิดความสมจริง

7.1.2 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ อิงถึงเสียงของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

7.1.2.1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ อิงถึงเสียงของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีดังนี้

1) ปัจจัยทางด้านการจัดการ (Management) ผลการวิเคราะห์พบว่า การทำงานของฝ่ายบริหารสถานีและทีมงานรายการอิงถึงเสียงมีโจทย์ที่ชัดเจนในการพยายามสร้างความนิยมรายการให้ดี ตามนโยบายการเลือกเรื่องที่ฝ่ายบริหารได้วางเอาไว้เพื่อโอกาสในการหารายได้จากโฆษณาที่สถานีจะได้รับ โดยมีพื้นฐานมาจากการทดลองผิดลองถูกมาภายใต้ระยะเวลาการผลิตรายการนานถึง 4 ปี ทางด้านการจัดการงบประมาณ ทางสถานีได้มีการสร้างระบบการจัดตั้งงบประมาณและการเบิกจ่ายมาเป็นอย่างดี

เนื่องจากรายการอิงถึงเสียงมีความสัมพันธ์ทางด้านภาพอันจะนำมาซึ่ง การผลิตสื่อธรรมอันดี ผู้บริหารสถานีจึงมีการปลูกฝังจริยธรรมสื่อให้แก่ทีมงานทุกชั้นตอน ตั้งแต่ การใส่ใจ คัดเลือกทีมงานที่มีความเข้าใจในกฎหมายหรือระเบียบว่าด้วยการตรวจพิจารณาเนื้อหา ก่อนออกอากาศเข้ามาทำงาน การตรวจสอบเนื้อหารายการทุกเทปออกอากาศของผู้ควบคุม การผลิต การส่งรายการแก่เจ้าหน้าที่ตรวจสอบของสถานีเพื่อพิจารณา ประกอบกับการประชุม แก้ปัญหา ควบคุมและให้แนวทางแก้ไขเรื่องการตัดทอนภาพที่ไม่เหมาะสมเป็นประจำทุกสัปดาห์ ที่สำคัญฝ่ายบริหารยังมีการตรวจสอบเนื้อหารายการขณะออกอากาศจริงอีกชั้น เพื่อเป็นการควบคุมเรื่องนี้โดยเฉพาะ

2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือการผลิต (Technical) ผลการวิเคราะห์พบว่า อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตรายการที่ทีมงานได้นำมาใช้ มีคุณภาพอยู่ในระดับสากลแบบเดียวกับที่รายการโทรทัศน์ชั้นนำใช้ เทคโนโลยีนี้มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของรายการซึ่งสิ่งนี้ที่ผลิตออกมา เป็นตัวช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต ซึ่งยังผลต่อการช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ ทำให้ความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงพอที่จะกระตุ้น ดึงดูดให้ผู้โฆษณาสนใจและหันมาลงทุนได้อย่างต่อเนื่อง

3) ปัจจัยด้านบุคลากรมืออาชีพ (Media Professional) ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยภายในข้อนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ใส่ใจและลงมือคัดเลือก ควบคุม รวมถึงพัฒนาที่ทีมงานผลิตให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ความชอบของผู้ชมเป้าหมายอยู่ตลอดเวลา ส่งผลถึงความนิยมของผู้ชมทั้งด้านความนิยมรายการที่อยู่ในระดับสูงมาโดยตลอด และผลตอบรับโดยตรงจากผู้ชมเรื่องความประทับใจ และทั้งในความสามารถของทีมผลิตรายการ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยภายในของการผลิตรายการซึ่งสิ่งนี้เกี่ยวข้องกับภายใต้การควบคุม ดูแลของฝ่ายบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 อย่างเข้มงวดตลอดระยะเวลา 4 ปี จึงส่งผลดีต่อคุณภาพของรายการ ทำให้ได้รับความนิยมและเป็นที่สนใจของบรรดาผู้สนับสนุนมาโดยตลอด สอดคล้องกับที่ McQuail (1994) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์กร มักเกิดจากแรงกระตุ้นและผลักดันจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร โดยปัจจัยภายในประกอบด้วย 1) ปัจจัยทางด้านการจัดการ (Management) คือ ระบบที่องค์กรได้วางไว้ ทั้งการวางแผน การบริหารจัดการองค์กรและงาน ระบบควบคุมการสั่งงานในองค์กร รวมถึงการบริหารงานบุคลากร ทรัพยากรและรายได้ขององค์กร 2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การผลิต (Technical) และ 3) ปัจจัยด้านบุคลากรมืออาชีพ (Media Professional) ซึ่งปัจจัยทั้งหมดส่งผลต่อการผลิตโดยตรง หากองค์กรสื่อสารมวลชนมีระบบการจัดการทั้ง 3 เรื่องที่ดีมีอุปกรณ์ในการผลิตที่มีคุณภาพ ปริมาณเพียงพอต่อการใช้งาน มีพนักงานสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่มีทักษะความสามารถประสิทธิภาพที่ดี และจรรยาบรรณในการเป็นผู้ผลิตรายการที่ดีก็จะสามารถสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้ออกมามีคุณภาพน่าสนใจ อันจะส่งผลดีต่อตัวองค์กร

7.1.2.2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ อึ่งทึ่งเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีดังนี้

1) สถานการณ์ของข่าวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรม (Event Plus Constant Information and Culture Supply) ผลการวิเคราะห์พบว่า รายการอึ่งทึ่งเสียวมีการสืบหาข้อมูลหรือเรื่องราวใหม่ ๆ ที่กำลังเป็นที่สนใจในวงสังคมมาประยุกต์ใช้กับเนื้อหารายการมาโดยตลอด รวมทั้งมีการคำนึงถึงวาระหรือวันสำคัญที่กำลังจะมาถึง ตลอดจนนำเอาประเพณี วัฒนธรรมและความเชื่อที่ได้รับการยอมรับจากผู้ชมมาผลิตเป็นเนื้อหารายการเสมอ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจและประทับใจในตัวรายการ สังเกตได้จากคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมรายการ และความนิยมรายการที่สูงเมื่อมีการออกอากาศเนื้อหาประเภทนี้

2) แรงกดดันทางด้านสังคมและการเมือง (Social and Political Pressures) ผลการวิเคราะห์พบว่า รายการอึ่งทึ่งเสียวนับเป็นรายการที่มีความสุ่มเสี่ยงในเรื่องภาพและเนื้อหาที่ออกอากาศ โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทกึ่งบันเทิงและคนที่มีความสามารถแปลกเหนือมนุษย์ แต่ผู้ผลิตรายการก็ให้ความสำคัญกับเรื่องจริยธรรมสื่อและการตัดทอนเนื้อหาที่ไม่สมควร ออกอากาศ ถึงแม้เนื้อหาที่ถูกตัดทอนไปอาจทำให้รายการขาดสีสันและการสื่อสารอาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ แต่ด้วยนโยบายที่ชัดเจนของสถานีประกอบกับความเข้าใจอันดีของผู้ผลิตรายการจึงมีมาตรฐานที่ชัดเจนในการปล่อยภาพและเนื้อหาที่เหมาะสมออกอากาศ ทำให้รายการสามารถออกอากาศได้แบบเต็มอรรถรสและมีคุณภาพที่ดีตามกฎหมายกำหนด

3) ความสนใจ ความต้องการของผู้ชมและช่องทางการสื่อสาร (Distribution Channels and Audience Interest / Demand) ผลการวิเคราะห์พบว่า จากประสบการณ์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ที่มีข้อมูลและความเข้าใจในรสนิยม ความชอบของผู้ชมเป้าหมายเป็นอย่างดี ทำให้สามารถกำหนดเรื่องที่จะนำออกอากาศได้อย่างชัดเจน ตรงใจผู้ชมวัดได้จากผลความนิยมรายการที่สูงและเสียงตอบรับจากผู้ชมในการออกอากาศ ซึ่งสามารถสรุปจากข้อมูลของการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้ว่า ชื่นชอบในเรื่องราวที่หลากหลายทั้งวัฒนธรรมความเป็นอยู่ เรื่องที่แปลกใหม่ไม่เคยรู้มาก่อน เรื่องที่ให้ความรู้ เรื่องตลก รวมทั้งเรื่องราวลึกลับน่ากลัว ซึ่งทุกเรื่องได้ถูกทีมงานก้นกรงและนำเสนอภายใต้แนวเรื่องทั้ง 4 ประเภทของรายการอยู่แล้ว อีกทั้งทีมผลิตรายการอึ่งทึ่งเสียวได้มีการปรับตัวให้เข้ากับวิธีการรับชม

ของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการส่งเนื้อหารายการไปในช่องทางต่าง ๆ อาทิ ยูทูบ (Youtube) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อตอบใจทศสำหรับผู้ชมที่ไม่มีเวลาชมบนหน้าจอโทรทัศน์อีกด้วย ถึงแม้จะได้จากการเข้าชมเนื้อหาจากสื่อเหล่านี้จะไม่เพียงพอต่อค่าผลิตรายการ หากแต่ความคิดเห็นของผู้ชมนั้นเป็นความรู้สึกที่แท้จริงและมีประโยชน์ต่อการนำไปต่อยอดพัฒนารายการได้เป็นอย่างดี

4) แรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Pressures) มีดังนี้

4.1) คู่แข่ง (Competitors) ผลการวิเคราะห์พบว่า การผลิตรายการชิ้นที่เสียมีโอกาสที่ทีมงานจะถ่ายทำเรื่องราวซ้ำกับรายการคู่แข่ง เนื่องจากประเภทของเรื่องที่น่าสนใจมีจำนวนไม่มากนัก ทีมผลิตรายการจึงต้องชมรายการคู่แข่งพร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย รวมทั้งหาประเด็นในการเล่าเรื่องที่ไม่ซ้ำ เพื่อหาทางออกในการนำเสนอ เพิ่มความน่าสนใจแปลกใหม่ให้กับผู้ชมรายการ

4.2) สำนักข่าวต่าง ๆ (News / Information Agencies) ผลการวิเคราะห์พบว่า แหล่งข้อมูลที่รายการอิงที่เสียไว้ ไม่มีความแตกต่างจากรายการอื่น ปัจจุบันจึงไม่สามารถสร้างความได้เปรียบ เสียเปรียบระหว่างรายการอิงที่เสียกับรายการคู่แข่งแต่อย่างใด แต่เนื่องจากแต่ละรายการมักจะมีนักข่าวท้องถิ่นของตนเอง หากนักข่าวของรายการใดมีเรื่องราวที่แปลกกว่า รายการนั้นก็ยังสามารถถือแต้มต่อทันที

4.3) ผู้โฆษณา (Advertisers) ผลการวิเคราะห์พบว่า เม็ดเงินที่ได้รับจากผู้โฆษณานั้นส่งผลต่อคุณภาพการผลิตรายการ ดังนั้นรายการอิงที่เสียจึงจำเป็นต้องพึ่งพาผู้โฆษณา เพื่อนำเงินที่ได้มาเป็นค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งในการผลิตเช่นเดียวกับรายการอื่นในประเทศไทย โดยมีข้อแม้สำคัญที่แปรผันตามกัน คือความนิยมรายการต้องอยู่ในระดับสูงตามเกณฑ์ที่ผู้โฆษณาต้องการ ปัจจุบันจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทีมผลิตรายการต้องคำนึงถึงตลอดเวลา

4.4) เจ้าของเงินทุน หรือเจ้าของรายการ (Owners) ผลการวิเคราะห์พบว่า เจ้าของรายการอิงที่เสีย คือเจ้าของบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีความชำนาญในสายการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน จึงสามารถคาดคะเนแนวทางและเรื่องราวที่ผู้ชมเป้าหมายชอบได้ไม่ยาก รวมถึงการควบคุมกำหนดทิศทางของรายการก็มีการรอบนโยบายที่ชัดเจน มีการควบคุมอย่างเข้มงวด สังเกตได้จากการที่ทีมงานและเจ้าของรายการมีการประชุมหารือกันเป็นประจำทุกสัปดาห์ จึงทำให้เกิดการควบคุมทิศทางได้ตลอดเวลา

ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงกดดันต่าง ๆ ที่มาจากปัจจัยภายนอกมีผลกระทบในการผลิตรายการอึ่งที่งเสียว หากแต่ที่มบริหารและที่มงานผลิตรายการได้ให้ ความสำคัญและใส่ใจอยู่ตลอดเวลา เห็นได้จากการประชุมหาข้อบกพร่องและแนวทางพัฒนา แก่ไข เพื่อให้รายการดำเนินไปอย่างราบรื่น ถูกทำนองคลองธรรม เป็นที่ถูกใจผู้ชม สามารถสร้าง ความนิยมรายการเพื่อให้ผู้โฆษณาสนใจที่จะนำเงินมาลงทุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยภายนอก ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับที่ McQuail (1994) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยภายนอกสามารถส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ หากองค์กรใดมีวิธีการนำสถานการณ์ของ ข่าวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ย่อมได้เปรียบคู่แข่ง แต่ทั้งนี้การดำเนินการ ผลิตของสื่อจำเป็นต้องอยู่ภายใต้กฎหมายหรือพระราชบัญญัติต่าง ๆ ที่ภาครัฐบาลเป็นผู้กำหนด โดยต้องคำนึงถึงความชอบ ความสนใจของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหาที่ผลิตและช่องทางที่ผู้ชมกำลังสนใจ หรือนิยมกันอยู่ในขณะนั้น อีกมุมหนึ่งของปัจจัยภายนอกนี้ คือแรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจที่สื่อ จำเป็นต้องสนใจความเป็นไปของคู่แข่ง สำนักข่าวต่าง ๆ ที่มีข้อมูลอันล้ำค่า ผู้โฆษณาและเจ้าของ เงินทุนในการผลิต ทั้งหมดนี้นับเป็นองค์ประกอบที่สื่อมวลชนจะละเลยมิได้ สำหรับเรื่องความ สนใจในความต้องการของผู้ชมรายการ สอดคล้องกับที่ดารา ที่ปะปาล (2555) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่ง ดึงดูดใจที่นิยมใช้เพื่อหวังผลทางการตลาดนั้นมีหลายแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดึงดูดใจด้วย คุณภาพของเนื้อหา ความแปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร การดึงดูดใจด้วยดารา คนดังเป็นการจูงใจที่มี อิทธิพลต่อความสนใจของผู้ชมเป็นอย่างมาก การดึงดูดใจด้วยความกลัว ซึ่งเป็นการนำเสนอ ความกลัวพร้อมทั้งการหาทางออกให้แก่ผู้ชม รวมทั้งการดึงดูดใจด้วยอารมณ์ขัน ซึ่งเป็นกลวิธีที่ ได้รับความนิยมน้อยอย่างต่อเนื่อง

5) วิธีชีวิตและอุปนิสัยการเสพสื่อของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ชมรายการอึ่งที่งเสียวเป็นกลุ่มคนที่มีหลากหลายอาชีพ เวลาว่างของกลุ่มเป้าหมายจึง ไม่แน่นอน สังเกตได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเลือกชมรายการผ่าน โทรศัพท์มือถือของตนเอง ผังบริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เข้าใจในจุดนี้จึงมีนโยบายให้ทีมงาน รายการนำเนื้อหารายการลงในสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อรักษฐานผู้ชมที่ถึงแม้ว่ายอดความนิยม รายการอาจจะไม่สามารถนับได้จากช่องทางดังกล่าว หากแต่ความคิดเห็นของผู้ชมที่แสดงออกมา สามารถชี้ให้เห็นถึงทิศทางความชอบและนำไปพัฒนารายการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับที่ชวัล เกษมเนตร (2557) ได้กล่าวไว้ว่า ผลจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร ทำให้ผู้ชมมีช่องทางการรับชมที่เพิ่มขึ้น ทั้งทางยูทูป (Youtube) ไลน์ทีวี (Line TV) หรือแม้แต่

เฟซบุ๊ก (Facebook) การเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมงนี้ทำให้ผู้ชมสามารถชมรายการโทรทัศน์ที่ตนเองชื่นชอบได้ไม่จำกัดสถานที่และเวลา หากสื่อมวลชนใดให้ความสนใจ ศึกษานิสัยการรับชมและความต้องการของผู้ชมเป้าหมายอย่างละเอียดทุกครั้ง สื่อนั้นก็จะสามารถประสบความสำเร็จทำให้รายการเข้าไปอยู่ในใจผู้ชมเป้าหมายได้ไม่ยาก

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

7.2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีของประเทศไทย โดยเปรียบเทียบกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีของต่างประเทศในประเภทเดียวกัน เพื่อให้ได้คำตอบทางการวิจัยที่หลากหลาย แตกต่างไปจากเดิม

7.2.2 กลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีไม่จำเป็นจะต้องวิเคราะห์ผ่านสื่อโทรทัศน์เพียงสื่อเดียว ผู้ที่สนใจสามารถนำเอาหลักการดังกล่าวที่ผู้วิจัยใช้ ไปวิเคราะห์ร่วมกับสื่อประเภทอื่นได้ เช่น กลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีที่ออกอากาศทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาชีพ

สำหรับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดี ผู้สร้างสรรค์ทั้งฝ่ายบริหารและทีมงานผลิตรายการควรคำนึงถึงขั้นตอนที่สำคัญอยู่ 3 ขั้นตอน ได้แก่

7.3.1 นักวิชาชีพควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนก่อนการผลิตรายการ (Pre-production) โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่ออ้างอิงไปสู่รสนิยม ความชื่นชอบของผู้ชมรายการและนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาเป็นรูปแบบรายการ เนื้อหาและวิธีการนำเสนอให้อยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง จากนั้นทำการคัดเลือกพิธีกรที่สามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ชมได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวในอารมณ์ต่าง ๆ ตามเนื้อหาที่ผลิตได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับความเชื่อและรสนิยมของผู้ชม การกำหนดเสียงบรรยายให้เหมาะสมนับเป็นเรื่องที่ละเลยไม่ได้ เนื่องจากมีอิทธิพลอย่างมากต่ออารมณ์และความประทับใจของผู้ชม อีกขั้นตอนที่สำคัญ คือการคัดเลือกทีมงานที่มีความสามารถตรงกับประเภทรายการที่ผลิตจะช่วยให้ออกมามีคุณภาพและตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชม รวมทั้งต้องจัดหาอุปกรณ์การผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเอื้อประโยชน์แก่ผู้ผลิตทำให้สามารถทำงานได้อย่างราบรื่น

7.3.2 ลำดับต่อมา นักวิชาชีพควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) โดยเริ่มจากการกำหนดงบประมาณในการถ่ายทำและระบบในการเบิกจ่ายให้ชัดเจน คำนึงถึงงบประมาณการผลิตรายการและงบประมาณในส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวทีมงานทั้งหมด จากนั้นเริ่มหาข้อมูลให้ครบถ้วน ทุกสื่อ ทุกมิติ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ตหรือแม้แต่การเจาะข้อมูลถึงตัวบุคคล ควรทำบทโทรทัศน์ประเภทที่เหมาะสมกับรายการ

ลักษณะของเนื้อหาที่น่าสนใจ เป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของกล้อง นักวิชาชีพจำเป็นต้องตีความเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อ เพื่อกำหนดอุปกรณ์การถ่ายทำที่เหมาะสม เช่น หากต้องการความสมจริง ควรใช้การถ่ายแบบมือถือถือกล้อง (Handheld) การถ่ายทำเพื่อแสดงถึงอาณาบริเวณที่กว้างใหญ่ควรเลือกใช้กล้องโดรน และหากต้องการถ่ายทำภาพในบริเวณที่กล้องขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าได้ จำเป็นต้องใช้กล้องที่มีขนาดเล็กอย่าง กล้อง Go Pro แทน

กลวิธีการถ่ายทำเป็นสิ่งที่นักวิชาชีพต้องคำนึงถึง เนื่องจากธรรมชาติของรายการสารคดีมีความหลากหลาย หากนำเสนอเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้ จำเป็นต้องมีการวางแผนการถ่ายทำเพื่อให้ได้ภาพที่ตรงกับความต้องการในการนำเสนอมากที่สุด การใช้กลวิธีการถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) ควบคู่กับกลวิธีการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act) สามารถชดเชยข้อบกพร่องนี้ ด้วยการจำลองสถานการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริงในตำแหน่งที่กล้องสามารถบันทึกเรื่องราวได้ชัดเจนที่สุด รวมถึงสามารถถ่ายทำซ้ำ เปลี่ยนขนาดภาพและมุมกล้องเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการนำเสนอ

7.3.3 ขั้นตอนสุดท้าย นักวิชาชีพควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post-production) ซึ่งต้องกำหนดและชี้ชัดในแนวคิดการตัดต่อว่าต้องการสื่อสารแบบใด โดยไม่ละทิ้งความชื่นชอบของผู้ชมเป้าหมาย เมื่อได้แนวคิดแล้วจึงเลือกกลวิธีการตัดต่อให้เหมาะสมกับรายการและเนื้อหาที่น่าสนใจ อาจเลือกใช้กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพช้า (Slow-motion) เพื่อเน้นย้ำรายละเอียดต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ชมเห็นภาพและเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนขึ้น กลวิธีการตัดต่อโดยใช้ภาพเร็ว (Fast Speed) สามารถสร้างความตื่นเต้น เร้าใจและอธิบายความสำคัญของสิ่งที่เห็นแบบรวดเร็ว เหมาะกับกิจกรรมที่มีความยาวแต่ไม่สามารถตัดทอนเนื้อหาได้ กลวิธีการตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse) เป็นกลวิธีที่ช่วยให้นักวิชาชีพสามารถถ่ายทอดเรื่องราวตามสภาพความเป็นจริงในการดำเนินกิจกรรมได้อย่างครบถ้วน ช่วยประหยัดเวลาทำงานภายใต้ข้อจำกัดเรื่องเงินได้ กลวิธีการตัดต่อด้วยการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-in) พร้อมเสียงประกอบ ในกรณีที่ต้องการสร้าง

ความสงสัยแก่ผู้ชม นักวิชาชีพสามารถนำกลวิธีนี้ไปใช้ เพื่อกระตุ้นความสนใจ เป็นการส่งอารมณ์ และเน้นย้ำให้เห็นถึงความตื่นเต้นที่กำลังจะเกิดขึ้น

การจัดวางองค์ประกอบเรื่องเสียง ทั้งเสียงพูด เสียงบรรยาย เสียงเพลง และเสียงประกอบให้เหมาะสมถูกต้องกับเนื้อหาและจังหวะในการนำเสนอ เป็นเรื่องสำคัญไม่แพ้งานด้านภาพ เสียงที่มีคุณภาพ ตรงกับเนื้อเรื่องมีอิทธิพลต่ออารมณ์และความประทับใจของผู้ชม ส่งผลให้เกิดการคล้อยตาม มีความรู้สึกร่วมและดึงดูดให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากชมรายการ

การเพิ่มช่องทางการออกอากาศ เพื่อตอบใจภัยสำหรับผู้ชมที่ไม่มีเวลาชมบนหน้าจอโทรทัศน์เป็นสิ่งที่ยังปฏิบัติ เนื่องจากปัจจุบันวิถีชีวิตและอุปนิสัยการเสพสื่อของผู้ชมเปลี่ยนไป ผู้ชมส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ กอปรกับเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเข้าถึงโซเชียลมีเดียได้ตลอด 24 ชั่วโมงจึงนับเป็นความสะดวกที่ทุกคนพึงพา ดังนั้นนักวิชาชีพควรนำรายการที่ตนผลิต เผยแพร่ในช่องทางนี้ควบคู่กับสื่อหลัก เพื่อนำข้อมูลความคิดเห็นของผู้ชม มาต่อยอดปรับปรุงเนื้อหารายการให้มีคุณภาพดีขึ้น

นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่จะลืมมิได้ คือจริยธรรมสื่อ นักวิชาชีพต้องมีความเข้าใจในกฎหมายหรือระเบียบว่าด้วยการตรวจพิจารณาเนื้อหาออกอากาศ รวมทั้งต้องเข้มงวดในการตัดทอนเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือผิดกฎหมายทั้ง อีกทั้งยังควรมีการประชุมแก้ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขในเรื่องนี้อย่างเป็นประจำ เพื่อให้เกิดการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้รายการที่ผลิตมีคุณภาพ สามารถออกอากาศได้ในระยะยาวต่อไป

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์, และนิพาดา เทวกุล. (2549). การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการผลิตรายการโทรทัศน์. ใน *การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง หน่วยที่ 1-5* (น. 59-61). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- คมสัน รัตนะสิมากุล. (2555). *หลักการเขียนบทวิทยุกระจายเสียงและบทวิทยุโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวัล เกษมเนตร. (2557). *กลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์เอสเอ็ม อี ดีแตกและผลกระทบที่มีต่อธนาคารกสิกรไทยและผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมรายการ* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ดารา ทีปะปาล. (2555, 9 กุมภาพันธ์). การสื่อสารการตลาด (สิ่งดึงดูดใจในการโฆษณา) [Web log message]. สืบค้นจาก <http://free4marketingad.blogspot.com>
- ทิพย์วัลย์ ว่องวรการวิทย์. (2551). *รายการสารคดีเชิงข่าวสื่อบีซีวีตทางสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7*. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธีรภาพ โลหิตกุล. (2552). *กว่าจะเป็นสารคดี*. กรุงเทพฯ : อ่านเอาเรื่อง.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2557). *ว้าว! โฆษณา*. สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th>
- ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล. (2547). *เศรษฐศาสตร์การจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล. (2530). คุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ตามความเหมาะสมของวิชาชีพ. ใน *การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-4* (น. 35-37). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บริษัทเดอะเน็ลสัน คอมปะเนี่ (ประเทศไทย) จำกัด. (2560). *ตัวเลขการเปิดรับชม (Reach) รายการอึ้งที่งเสี่ยว*. สืบค้นจาก <https://www.nielsen.com/th>
- ปมูข ศุภสาร, จ้านรรค์ อักษรามงคล, และพิไลพรรณ ปุกนุด. (2530). *การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2558). ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค. ใน *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-7* (น. 9). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชบัณฑิตสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รายการอึ้งทิ้งเสียว. (2560). *รายการอึ้งทิ้งเสียว*. กรุงเทพฯ : สถานีโทรทัศน์ช่อง 8.
- รัชดาภรณ์ มอญขาม. (2554). *วิธีการนำเสนอเชิงละครในรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์*.
กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภา อุดมพันธ์. (2538). *การผลิตสื่อโทรทัศน์และวีดิทัศน์*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระศักดิ์ จันทร์สงแสง. (2561, 5 กุมภาพันธ์). *เรื่องดีด้วยกลวิธีการเล่า* [Web log message].
สืบค้นจาก <https://www.sarakadee.com>
- ศศิกร ฉันทเสรษฐ์. (2547). บทบาทด้านการจัดระบบงาน. ใน *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน*
หน่วยที่ 9-15 (น. 5). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.
- สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. (ม.ป.ป.). *กลุ่มรายการสารคดีและสารประโยชน์*. สืบค้นจาก
<http://www2.thaipbs.or.th>
- สมคิด ธีรศิลป์. (2540). *การผลิตรายการโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมเจตน์ เมฆพ่ายพ. (2552). *การผลิตรายการโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. (2548). *การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตลอเมริกัน*. กรุงเทพฯ :
อ.ที. พับลิชชิง.
- สันทัด ทองรินทร์. (2550). *การบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์*. ใน *การผลิตรายการโทรทัศน์*
เบื้องต้น หน่วยที่ 1-7 (น. 2-5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สาวิตรี สอสูงศักดิ์. (2552). *ศึกษาระบบการผลิตรายการดีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3*
(Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *การสำรวจการใช้เวลาของประชากร พ.ศ. 2558*. กรุงเทพฯ:
ผู้แต่ง.
- สินีนาด วิมุกตานนท์. (2557). *รายงานผลการฝึกอบรมหลักสูตรการเป็นพิธีกรอบรมมือ*
อาชีพ. กรุงเทพฯ : สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุธี พลพงษ์. (2550). *การติดต่อลำดับภาพรายการโทรทัศน์*. ใน *การผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น*
หน่วยที่ 8-15 (น. 11-24). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุมน อยู่สิน. (2547). *พัฒนาการทางด้านรายการโทรทัศน์*. ใน *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน*
หน่วยที่ 1-8 (น. 329). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุรพงษ์ โสภนะเสถียร. (2559). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : ระเบียบทอง.
- สุรัชดา สุบรรณ ณ อยุธยา. (ม.ป.ป.). *ลักษณะของสื่อวิทยุโทรทัศน์: ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านวิทยุโทรทัศน์*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- หฤทัย คำชาย. (2554). *บทบาทของรายการโทรทัศน์กับนอกกะลาต่อเยาวชนผู้ร่วมโครงการฉบับ
จูนีเยอร์ (Unpublished Master's thesis)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อรรช มณีสงฆ์. (ม.ป.ป.). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th>
- อังกูร ตะวันวง. (2558). *กระบวนการนำเสนอรูปแบบสารคดีเชิงละครในรายการสารคดีเชิง
ข่าวเรื่องจริงผ่านจอ (Unpublished Master's thesis)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุไรภรณ์ ทองนอก. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ :กรณีศึกษา
รายการ Princess Diary ทางสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ ทีวี (Unpublished Master's
thesis)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Barley, S. (2010, 24 November). Wildlife film-maker: Everybody's faking it [Web log
message]. Retrieved from [https://www.newscientist.com/article/mg20827885-
600-wildlife-film-maker-everybodys-faking-it/](https://www.newscientist.com/article/mg20827885-600-wildlife-film-maker-everybodys-faking-it/)
- Cohen, B.C. (1963). *The Press, the Public and Foreign Policy*. New Jersey :
Princeton University Press.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior* (6th ed.).
Chicago: The Dryden Press.
- Lippmann, W. (1921). *Public Opinion*. New York : Macmillan.
- Mccombs, M. (2004). *Setting The Agenda : The Mass Media and Public Opinion*.
UK : Polity Press.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory* (3rd ed.). London: Sage.
- Weaver, D. H. (1996). What Voters Learn From Media. In K. H. Jamieson (Ed.),
The Media and Politics (pp. 46-47). California : Sage.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	เอกกรินทร์ กววมงคล
วัน เดือน ปีเกิด	24 ตุลาคม 2516
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์, 2537 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, 2561
ที่อยู่ปัจจุบัน	17 ซอยจันทน์ 18/7 แยก 24 แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
สถานที่ทำงาน	สถานีโทรทัศน์ช่อง 8
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการฝ่ายรายการ

