

กลยุทธ์การสร้างสรรค้รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

นางสาวพวงชมพู บำรุงสุข



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-664-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**CREATIVE STRATEGIES TO PROMOTE FAMILY TIE
THROUGH TELEVISION PROGRAMMING**

MISS POUNGCHOMPOO BUMRUNGSOOK

สถาบันวิทยบริการ

**A Thesis Submitted in Partail Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Development Communication)**

Department of Public Relations

Graduate School

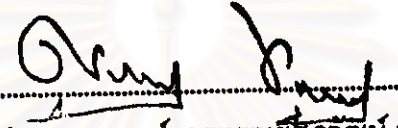
Chulalongkorn University

Academic Year 1998

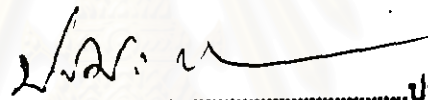
ISBN 974-331-864-7


หัวข้อวิทยานิพนธ์ กลยุทธ์การสร้างสรรคฺรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว
โดย นางสาวพวงชมพู บำรุงสุข
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

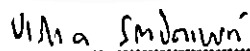
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์นายแพทย์สุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

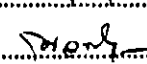
วงศ์ชมพู่ บำรุงสุข : กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว
(CREATIVE STREGIES TO PROMOTE FAMILY TIE THROUGH TELEVISION
PROGRAMMING) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญถือ , 130 หน้า.
ISBN 974-331-664-7.

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์, กลวิธี รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการ
สร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว โดยศึกษาเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ 3
รายการ คือ รายการโลกใบเล็ก, เทียงวันกันเอง และบ้านเลขที่ ๕ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำโดยการ
สัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-Infomant Interview) ในการสร้างสรรครายการดังกล่าว
ข้างต้นจำนวน 11 คน, การสังเกตและติดตามชมรายการในวันเวลาที่ออกอากาศและการศึกษาจาก
เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ได้แก่
1) กลยุทธ์การสร้างการจดจำ 2) กลยุทธ์การสร้างความสนใจ 3) กลยุทธ์การมีส่วนร่วม 4) กลยุทธ์การ
สื่อสาร 2 ทง 5) กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน 6) กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน และ
7) กลยุทธ์สาระบันเทิง โดยแต่ละรายการจะมีกลวิธีในการดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยแวด
ล้อมต่าง ๆ คือ วันเวลาในการออกอากาศ, กลุ่มเป้าหมาย, ความยาวของรายการ, ความถี่ในการออก
อากาศ และผู้สนับสนุนรายการ ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริม
สถาบันครอบครัว ได้แก่ 1) การค้นคว้าข้อมูล 2) ผู้สนับสนุนรายการ 3) นโยบายสถานี 4) เวลา
ในการออกอากาศ 5) การแบ่งโครงสร้างรายการ และ 6) สภาวะเศรษฐกิจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2541.....

ลายมือชื่อนิติ พวงชมพู บำรุงสุข
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

4085095828 MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: CREATIVE STRATEGIES / PROMOTE / FAMILY TIE / TELEVISION
PROGRAMMING

PONGCHOMPOO BUMRUNGSOOK : CREATIVE STRATEGIES TO PROMOTE
FAMILY TIE THROUGH TELEVISION PROGRAMMING. THESIS ADVISOR :
. ASSOC.PROF.THANAWADEE BOONLOU, Ph.D. 130pp. ISBN 974-331-664-7.

The objective of this study is to explore strategies and tactics used in 3 TV programs which promoted family tie. Indepth interview was conducted with 11 key - informants along with observing production and broadcast content. By comparing "Lok Bai Lek" "Theing Wan Kan Ang" and "Ban Lek Tee Ha" seven strategies were found in those three programs , namely : 1) retention solicitation 2) generating interest 3) audience participation 4) interactive two - way communication 5) role modeling 6) compelling selling point and 7) edutainment

However, each program had different tactics depending upon different air-time, target groups, length of air-time, frequency and sponsor. As for obstacles or threats to promote family relations through television programming, the research result revealed 6 types of obstacles or threats namely : 1) information search 2) program sponsor 3) policy of TV station 4) air-timing 5) program structure and 6) program cost.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่อนิติกร..... พวงชมพู ทุ่งสูง
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... Thanawadee Boonlou
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม..... -

กิตติกรรมประกาศ



พี่ชายคนหนึ่งเคยบอกว่า ชีวิตเป็นของเรา จะดีจะร้าย จะสุขจะทุกข์ เราเท่านั้นที่เป็นคนกำหนด วันนั้นจำได้ว่ามีกำลังใจที่จะทำอะไร ๆ ด้วยตัวเองมากขึ้นหลังจากที่มักจะเอาชีวิตไปอิงคนรอบข้างและรอความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ จากคนเหล่านั้น

มาถึงวันนี้ความเข้มแข็งของตัวเองทำให้พบกับความสำเร็จ แต่ตามว่าถ้าไม่มีครูดี รุ่นพี่ดี เพื่อนดี สถาบันดี ผู้ชายดี ๆ และครอบครัวที่แสนดี จะมีชีวิตที่ดี ๆ อย่างวันนี้...จะมีแรงใจมุ่งมั่นจนมีวิทยานิพนธ์เป็นของตัวเองได้หรือเปล่า - ก็คงยาก...

ขอบคุณหมดหัวใจ

ครูดีที่คอยชี้แนะให้คำปรึกษาด้านวิชาการ : รศ.ดร.ธนวดี บุญลือ, รศ.ดร.ปรมะ สตะเวทิน, อ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล

รุ่นพี่ดี ๆ ที่ช่วยให้ข้อมูลและบริจาคอุปกรณ์ต่าง ๆ นานา : พี่นก สินจัย พี่น้อง โลกใบเล็ก พี่แซม ยูนันท์ พี่น้ำตาล พี่กบ พี่เกียง แห่งเที่ยงวันกันเองและ พี่ต้น ตระการ พี่ต๋อง สาวตรี พี่ขอมบุญ พี่ตุ้ม พี่ปู พี่เล็ก พี่กบ หนู่ม เจียบ แห่งบ้านเลขที่ ๕

เพื่อนดี ๆ ที่คอยลดแรงเฉื่อยและคอยเสริมวิตามีนจนแอกทีฟขึ้น : เด็กผู้หญิง, โย้สาว เครือฟ้า, ใจทิพย์ นักเรียนสายอาชีพ และเพื่อน Dev.comm. ร่วมรุ่นทุกคน

สถาบันดี ๆ ที่ให้อุดมการณ์และปัจจัยแห่งการลงทุน (เงิน..) : วารสาร มธ., นิเทศ จุฬาฯ, กันตนา และมีเดีย ออฟ มีเดียส์

ผู้ชายแสนดีที่ให้ความรัก เสียหัวเราะ และตุ๊กตาหมู : บอย (เก่งมาจากไหนก็แพ้หัวใจอย่างเธอ)

และครอบครัวแสนดีที่อดทนกับลูกสาวคนสุดท้องได้อย่างไม่เบื่อหน่าย : พ่อ แม่และพี่ หนู่ม

ขอบคุณทุกคนที่ได้รู้จัก คุณคือโรงเรียนที่ให้ประสบการณ์แห่งการเรียนรู้อย่างยอดเยี่ยม
ขอบคุณจริง ๆ

พวงชมพู บำรุงสุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและเหตุผลในการศึกษา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	9
1.3 ปัญหาในการวิจัย.....	9
1.4 ขอบเขตในการวิจัย.....	9
1.5 นิยามศัพท์.....	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม.....	12
2.2 แนวคิดเรื่องกระบวนการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์.....	14
2.3 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา.....	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว.....	24
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์.....	28
2.6 แนวคิดเรื่องรูปแบบรายการโทรทัศน์.....	29
2.7 แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์.....	33
2.8 แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์.....	34
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	38
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	38
3.2 แหล่งข้อมูล.....	38
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	40
3.5 วิธีการคัดเลือกข้อมูล.....	41
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
3.8 การนำเสนอข้อมูล.....	43
4 ผลการวิจัย.....	44
4.1 รายงานโลกใบเล็ก.....	56
4.2 รายงานที่ขงวันกันเอง.....	68
4.3 รายงานบ้านเลขที่ ๕.....	80
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	103
5.2 อภิปรายผล.....	111
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	116
รายงานอ้างอิง.....	119
ภาคผนวก.....	123
-ตารางแสดงองค์ประกอบของรายการซึ่งเป็นตัวอย่างในการศึกษา.....	124
-แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)...	126
-แบบบันทึก (Note) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	128
-แบบวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	129
ประวัติผู้วิจัย.....	130

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางแสดงการพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริม สถาบันครอบครัว.....	53
ตารางแสดงการกำหนดกลยุทธ์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบัน ครอบครัว.....	55
ตารางแสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการใช้สื่อโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว.....	104
ตารางเปรียบเทียบการดำเนินกลยุทธ์ (กลยุทธ์)รายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว.....	108
ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว.....	110

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย