จุดมุ่งหมาย เนื้อหา และวิธีการนำเสนอในการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์

นางสาวณัชชา วานิชอังกูร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3581-2

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AIM, CONTENT AND PRESENTATION IN COMMUNICATING THROUGH SHORT TELEVISION FEATURE PROGRAM

Miss Natcha Vanich-Angkul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3581-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์	จุดมุ่งหมาย เนื้อหา และวิธีการนำเสนอในการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์
โดย	นางสาวณัชชา วานิชอังกูร
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์)

.....กรรมการ
(อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว)

.....กรรมการ
(อาจารย์เมธา เสรีธนาวงศ์)

ณัชชา วานิชอังกูร : จุดมุ่งหมาย เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์. (Aim,Content and Presentation in Communicating Through Short Television Feature Program) อ. ที่ปรึกษา : ผศ.เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์,127หน้า. ISBN 974-17-3581-2

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของผู้ที่ต้องการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ ลักษณะเนื้อหาและวิธีการนำเสนอเพื่อตอบสนองต่อจุดมุ่งหมายนั้น โดยอาศัยแนวคิดบทบาทสื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางสังคม แนวคิดสื่อมวลชนกับบทบาทด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ แนวคิดเรื่องการออกแบบเนื้อหาสารทางโทรทัศน์ และแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของรายการสารคดีทางโทรทัศน์

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ในบรรดาผู้ที่ต้องการสื่อสารผ่านสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ที่เป็นองค์กรราชการนั้น มีจุดมุ่งหมายที่แท้จริงเพื่อให้ความรู้ที่สัมพันธ์กับภารกิจขององค์กร และประชาสัมพันธ์ผลงานเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานขององค์กร และใช้วิธีการนำเสนอด้วยเสียงบรรยายประกอบภาพ หรือมีพิธีกรดำเนินรายการ และมีการสัมภาษณ์ รวมทั้งใช้วิธีการอ้างพยานเพื่อเป็นการยืนยันข้อมูล สำหรับกลุ่มรัฐวิสาหกิจพบว่ามีจุดมุ่งหมายที่แท้จริง คือ ประชาสัมพันธ์ผลงานขององค์กรและเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้วยการนำเสนอเนื้อหาตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กรและเผยแพร่กิจกรรมด้านการส่งเสริมสังคม และใช้วิธีการนำเสนอมีทั้งเสียงบรรยายประกอบภาพ ละครสั้น พิธีกรดำเนินรายการและการอ้างพยาน ส่วนองค์กรเอกชนนั้นแยกจุดมุ่งหมายที่แท้จริงเป็น 2 แบบคือ จุดมุ่งหมายโฆษณาผลิตภัณฑ์ขององค์กร ด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่จูงใจผู้ชม โดยเลือกกล่าวถึงด้านดีของผลิตภัณฑ์และอาศัยเหตุผลด้วยการนำจุดเด่นของสินค้ามาไว้ในรายการ และใช้วิธีการนำเสนอด้วยแบบที่มีพิธีกรดำเนินรายการ การนำสินค้ามาเป็นอุปกรณ์ประกอบฉาก ละคร การสาธิตและการอ้างพยานรวมทั้งการใช้สโลแกนและระบุชื่อผู้สนับสนุนเพื่อตอกย้ำผู้บริโภค และจุดมุ่งหมายอีกแบบหนึ่ง คือให้ความรู้พร้อมกับเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้องค์ ด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับปัญหาสังคมและแสดงความห่วงใยสังคม โดยใช้วิธีการนำเสนอแบบที่มีทั้งเสียงบรรยายประกอบภาพ มีพิธีกรดำเนินรายการ และการสัมภาษณ์ รวมทั้งการใช้สโลแกนและพร้อมกับระบุชื่อผู้สนับสนุนเพื่อตอกย้ำผู้บริโภค

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน ลายมือชื่อนิสิต ณัชชา วานิชอังกูร

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา 2546

4385084128 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: AIM / CONTENT AND PRESENTATION / SHORT TELEVISION FEATURE PROGRAM /

NATCHA VANICH-ANGKUL : AIM, CONTENT AND PRESENTATION IN COMMUNICATING THROUGH SHORT TELEVISION FEATURE PROGRAM. THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR GRIRGGIAT PUNPIPUTT 127pp.

ISBN 974-17-3581-2

The objectives of this qualitative research are to find out the true aims of the advocates through short television feature, and to understand the content and the presentation that are designed to serve such aims. The research is based on 4 concepts namely; mass communication as a society - wide process: the mediation of social relations, mass media for advertising and public relation, television message design and the elements of television feature.

It is found that most government advocates aim to provide knowledge relevant to their responsibilities, and to promote their images by publicizing their performances. The content of the programs is largely related to their works. The presentation includes narrated visions, on - camera presenters, interviews and testimonial. Likewise, most state enterprises aim to promote their images and to publicize their performances. The content is mostly about their responsibilities and social contribution. As for the presentation, narrated vision, dramatization, on - camera presenters as well as testimonial are used. Among private organizations, the aims of the advocates can be divided into 2 groups: those who aim to promote their products and the others who aim to provide knowledge or information that in turn promote their images. The former present the content that relates directly to the products and use various presentation techniques such as celebrity or famous presenters, drama, demonstration, testimonial and often show the symbols and slogans. The latter present the content that shows their social concern or provide knowledge. The presentation includes narrated vision, presenters, interviews and almost always shows the symbols of the organizations together with their slogans.

Department Mass Communication
Field of study Mass Communication
Academic year 2003

Student's signature NATCHA VANICH-ANGKUL
Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณแม่ ผู้ซึ่งเป็นแรงผลักดันในการศึกษาอีกขั้นหนึ่งในชีวิตข้าพเจ้า และเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าในเวลาที่ท้อแท้เสมอมา คุณพ่อและพี่สาวผู้ซึ่งเห็นความสำคัญของการศึกษา ขอบคุณเพื่อนรักทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจ ความกรุณาจากหน่วยงานองค์กร และบริษัทผลิตรายการที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นอกจากเป็นเครื่องแสดงถึงความสำเร็จทางการศึกษาแล้ว ยังช่วยสร้างความรู้ และความอดทนให้แก่ข้าพเจ้า และสิ่งสำคัญคือความกรุณาที่คณาจารย์ทุกท่านได้สละเวลาให้คำแนะนำ ผศ.เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์ ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และอาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว

ณัชชา วานิชอังกูร

พฤษภาคม 2547

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....จ
กิตติกรรมประกาศ.....ฉ
สารบัญ.....ช
สารบัญตาราง.....ฌ
สารบัญแผนภาพ.....ญ

บทที่

1. บทนำ.....1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....1
ปัญหานำวิจัย.....8
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....8
ขอบเขตของการวิจัย.....9
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....9

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....10
แนวคิดบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลาง.....10
เชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางสังคม.....
แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับบทบาทด้านการ.....14
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์.....
แนวคิดเรื่องการออกแบบเนื้อหาสารโทรทัศน์.....21
แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของรายการสารคดี.....22
โทรทัศน์
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....25

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....27
แหล่งข้อมูล.....27

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....29
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....32

4. จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์.....33

5. เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในการสื่อสารผ่านสารคดีสั้นทางโทรทัศน์.....70

6.สรุปผลของการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ.....119
ข้อเสนอแนะ.....122
ข้อจำกัดในการทำวิจัย.....122

รายการอ้างอิง.....123
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....127

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

1. ตารางที่1 แสดงการจำแนกผู้ต้องการทำการสื่อสาร จุดมุ่งหมายที่แท้จริงและเนื้อหาของรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์.....115

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ หน้า

1. แผนภาพที่1 สื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างเหตุการณ์หรือพลังทางสังคมกับผู้รับสารหรือสาธารณชนในสังคม..... 13