

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การรณรงค์ส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว เป็นเรื่องที่มีมวลชนแขนงต่าง ๆ ยังไม่มีใครให้ความสนใจมากเท่าใดนัก อย่างไรก็ตาม เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าสถาบันครอบครัวเป็นสถาบันซึ่งมีความสำคัญในฐานะที่เป็นรากฐานในการพัฒนาสังคม และจำเป็นที่จะต้องมีการรณรงค์ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวทุกคนมีความรัก ความเข้าใจอันดีต่อกัน การร่วมสร้างสถาบันครอบครัวให้มีความเข้มแข็งจะทำให้เรามีเกราะป้องกันปัญหาต่าง ๆ ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม ในขณะที่เดียวกันก็เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปเช่นกันว่า สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มีบทบาทไม่น้อยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กระตุ้นความสนใจ และมีอิทธิพลต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารหรือผู้ชมรายการ

การสร้างกระแสสถาบันครอบครัวโดยผ่านสื่อโทรทัศน์จึงเป็นอีกมุมมองหนึ่งที่น่าสนใจ เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาในด้านใดด้านหนึ่ง การส่งเสริมและชี้ให้เห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัวผ่านสื่อโทรทัศน์จะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จะมีวิธีการดำเนินการอย่างไร และจะมีสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใดนั้น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือผู้ส่งสารจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินงานให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยจะต้องพยายามสร้างความสอดคล้องระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายใน กับ โอกาสและภาวะคุกคามหรืออุปสรรค ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอก

ในงานวิจัยชิ้นนี้มีมุ่งศึกษาเรื่องกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ซึ่งจากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวประกอบด้วย

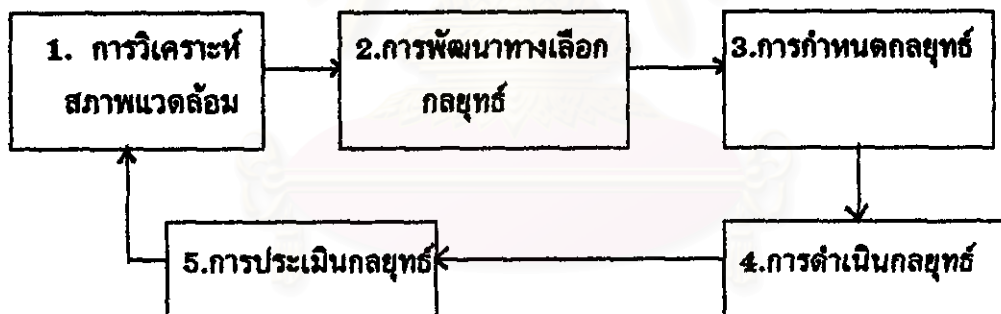
1. กลยุทธ์การสร้างการจดจำ
2. กลยุทธ์การสร้างความสนใจ
3. กลยุทธ์การมีส่วนร่วม
4. กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง
5. กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน
6. กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน
7. กลยุทธ์สาระบันเทิง

โดยกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นนี้ ล้วนมีที่มาตามขั้นตอนกระบวนการของการวางแผนกลยุทธ์ตามลำดับ คือ

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
2. การพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์
3. การกำหนดกลยุทธ์หลัก
4. การดำเนินกลยุทธ์
5. การประเมินกลยุทธ์

โดยกระบวนการวางแผนมีพัฒนาการตามลำดับขั้น ดังนี้

#### กระบวนการพิจารณาจัดวางแผนกลยุทธ์



ในที่นี้ผู้วิจัยใคร่นำเสนอกระบวนการในการวางแผนกลยุทธ์ไปทีละขั้นตอนตามลำดับ คือ

#### 1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

##### 1.1 สภาพแวดล้อมภายใน

##### ก. จุดแข็ง (Strengths)

จุดแข็งในที่นี้ หมายถึง ข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ ซึ่งประเด็นนี้มีความสำคัญและมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงไปในรายละเอียด เนื่องจาก การที่

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือผู้ส่งสารจะดำเนินงานจนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ นั้น จะต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากจุดแข็ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบภายในที่อยู่ตลอดเวลา

ได้มีการศึกษาและวิจัยมาไม่ต่ำกว่า 50 ปี และเป็นที่ยอมรับว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับ แม้จะไม่มีข้อสรุปชัดเจนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับมากน้อยเพียงใด แต่การศึกษาวิจัยก็ทำให้เราได้พบข้อสรุป หรือข้อค้นพบที่ว่า สื่อมวลชนมีผลต่อผู้รับอย่างแน่นอนไม่มากก็น้อย ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และไม่เวลาใดก็เวลาหนึ่ง (พีระ จิรโสภณ, 2537)

สื่อมวลชนแต่ละชนิดย่อมมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อแต่ละประเภท และเมื่อกล่าวถึงสื่อโทรทัศน์ แน่นนอนที่สุด สื่อโทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารค่อนข้างมาก และโดดเด่นด้วยคุณสมบัติพิเศษที่รวมเอาสื่อวิทยุ ภาพยนตร์และหนังสือพิมพ์เข้าไว้ด้วยกัน โทรทัศน์สามารถแสดงภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ผู้ชมได้อย่างชัดเจนที่สุด การได้เห็นภาพและการได้ยินเสียงจะเป็นคุณสมบัติเด่นในการให้ความรู้ทัศนคติ ค่านิยม และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับสุดท้ายคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ความสำคัญและความทรงอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ เกิดจากการที่สื่อประเภทนี้สามารถถ่ายทอดสาระ ความรู้ ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวของสังคมไปยังผู้คนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน และยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนในทุกระดับ ทุกหมู่เหล่าและยังคงทวีบทบาทในสังคมมากขึ้นตามลำดับ โดยจุดแข็งของสื่อโทรทัศน์อาจสรุปได้ดังนี้

1. เป็นสื่อที่เข้าใจง่าย และสร้างการจดจำได้อย่างรวดเร็ว ผู้ชมสามารถทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสาร และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับชมจากสื่อโทรทัศน์ได้โดยง่ายแม้จะมีข้อจำกัดในด้านการอ่าน เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง องค์ประกอบต่าง ๆ ในรายการโทรทัศน์หนึ่งรายการ ไม่ว่าจะเป็นภาพ , เสียงบรรยาย และดนตรีประกอบเป็นสิ่งที่เร้าความสนใจ และ ทำให้รับรู้เรื่องราวข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วไปอย่างแพร่หลาย การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือการสร้างกระแสต่าง ๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ย่อมทำให้เรื่องดังกล่าวเป็นที่รู้จัก จดจำ วิกฤตการณ์ในหมู่คนจำนวนมากภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

2. เป็นสื่อที่แพร่หลายในสังคมไทย สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอยู่แทบจะทุกหลังคาเรือนในประเทศไทย และประชาชนเองก็นิยมบริโภคข่าวสารและแสวงหาความบันเทิงจากสื่อชนิดนี้ อาจกล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นแหล่งความบันเทิงภายในบ้านของคนไทยที่ได้รับความนิยมอย่างสูงสุด ผู้ชมไม่ต้องเสียเวลาเดินทางและค่าใช้จ่ายในการชมซึ่งต่างจากภาพยนตร์ ไม่ต้องเสียค่า

บริการเหมือนการไปเที่ยวสถานบันเทิง เมื่อเป็นเช่นนี้ โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนมากที่สุด โดยเฉพาะในเขตเมือง

3. เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ผู้ชมจึงสามารถเห็นภาพของบุคคลที่ตกเป็นข่าว และได้ยินเสียงพูดของบุคคลเหล่านั้นจริง ๆ การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ทางสื่อโทรทัศน์จึงสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก

### ข. จุดอ่อน (Weaknesses)

จุดอ่อนในการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน ถือเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของการดำเนินงาน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือผู้ส่งสารจะต้องกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถลบล้างหรือแก้ไขปรับปรุงจุดอ่อนนั้นให้ดีขึ้น

แม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะมีจุดแข็งหลายประการและเอื้อประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ สิ่งที่เราจะละเลยเสียมิได้ประการหนึ่ง คือ สื่อทุกประเภทย่อมมีข้อจำกัดหรือจุดอ่อนในตัวเอง ซึ่งจุดอ่อนของสื่อโทรทัศน์ ได้แก่

1. เป็นสื่อที่มีราคาแพง เครื่องรับโทรทัศน์เป็นสิ่งที่มีความแพงสำหรับประชาชนในชนบทหรือท้องถิ่นห่างไกลซึ่งมีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำ ดังนั้นการเข้าถึงของสื่อประเภทนี้ในประชาชนกลุ่มดังกล่าวจึงค่อนข้างต่ำ

2. เป็นสื่อที่มีต้นทุนในการผลิตสูง ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการโทรทัศน์ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องลงทุนทั้งในส่วนการผลิต (Production) และค่าเวลาดอกอากาศ ดังนั้นเมื่อผู้ผลิตจะลงมือผลิตรายการใด ๆ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการใช้เงินอย่างรอบคอบและคุ้มค่ามากที่สุด

3. เป็นสื่อที่มีปัจจัยแวดล้อมในการเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ชม การชมรายการโทรทัศน์อยู่กับบ้าน ผู้ชมมีโอกาสที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กับการดูโทรทัศน์ เช่น การรับประทานอาหาร ทำความสะอาดบ้าน ทำการบ้าน สนทนาระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือแม้กระทั่งการกดรีโมท (Remote) เปลี่ยนช่องสัญญาณ

เมื่อผู้ชมสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะที่ชมรายการโทรทัศน์ได้ตามความพอใจก็ถือเป็นความท้าทายประการหนึ่งสำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือผู้ส่งสารว่าจะทำอย่างไร

เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามรายการของตนได้โดยตลอด และไม่พลาดข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการจะนำเสนอ

4. เป็นสื่อที่ตรวจสอบปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) ของผู้ชมได้ยาก จุดอ่อนข้อนี้มักพบในสื่อมวลชนทุกประเภท เพราะการส่งข้อมูลข่าวสารของสื่อประเภทนี้ต้องส่งผ่านช่องทางการสื่อสาร และถ่ายทอดสู่ผู้รับจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ผู้ส่งสารไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับผู้รับโดยตรง จึงไม่สามารถทราบปฏิริยาตอบสนองของผู้รับสารได้ในทันที ต่างจากสื่อบุคคลซึ่งผู้ส่งสารมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้รับ ผู้ส่งสารจะสามารถสังเกตปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) จากฝ่ายตรงข้ามหรือผู้รับสารได้

ปฏิริยาตอบกลับ หรือ Feedback มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ กล่าวคือผู้ผลิตรายการสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปเป็นแนวทางในปรับปรุงรายการของตนให้มีประสิทธิผลและตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากที่สุด ซึ่งหากผู้ผลิตปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนตรงนี้ได้ ก็จะเป็นโอกาสที่จะทำให้การรณรงค์ด้วยสื่อโทรทัศน์มีประสิทธิผลมากขึ้น

## 1.2 สภาพแวดล้อมภายนอก

### ก. โอกาส (Opportunities)

โอกาสเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการรณรงค์ ผู้ผลิตรายการหรือผู้ส่งสารจำต้องคาดคะเนถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นระยะ ๆ เพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านั้น การสร้างกระแสสถาบันครอบครัวผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งเป็นโอกาสได้ดังนี้

1. รายการบันเทิงที่มีอยู่เป็นจำนวนมากทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายและมองหาทางเลือกใหม่ เมื่อสำรวจผังรายการของสถานีโทรทัศน์ ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์และสถานีข่าวไอทีวี พบว่าปัจจุบันผังรายการประกอบด้วยรายการประเภทบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ รายการดังกล่าว ได้แก่ เกมโชว์ ทอล์คโชว์ วาไรตี้ และละคร (นำเน่า) ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า รายการที่ปรากฏบนผังรายการเหล่านั้นล้วนมุ่งนำเสนอความบันเทิงสู่ผู้ชมแต่เพียงอย่างเดียว ส่วนรายการประเภทสาระบันเทิงและมีเนื้อหาเกี่ยวกับสถาบันครอบครัวยังมีน้อยมาก การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวจึงอาจเป็นทางเลือกใหม่ ความซ้ำ

ซากจำเจที่ต้องพบเจออยู่เป็นประจำ อาจทำให้ผู้ชมเกิดความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงจากรายการที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งก็นับเป็นโอกาสอันดีสำหรับการเริ่มต้นสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

2. กระแสความตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว ในช่วงเวลาที่ผ่านมสถาบันครอบครัวเป็นสิ่งที่ถูกละเลย สมาชิกในครอบครัวไม่ได้ให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญ ครอบครัวเป็นสิ่งใกล้ตัวที่ถูกลืมข้าม คนในครอบครัวเหมือนคนกันเองหรือคนคุ้นเคยที่ไม่จำเป็นต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเอาใจใส่และมอบความเข้าใจต่อกัน กระแสแห่งการพัฒนาทำให้คนต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของตนเอง ทุกคนต้องทำงาน ดังนั้นความสนใจทั้งหมดซึ่งควรจะอยู่กับครอบครัวจึงถูกเบี่ยงเบนไปสู่สังคมภายนอกครอบครัว เช่น เจ้านาย ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือใครก็ตามที่เอื้อประโยชน์ให้ได้ตามความต้องการ

นอกจากนี้ ในปัจจุบันประเทศไทยยังต้องเผชิญภาวะวิกฤติทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม กล่าวคือ

-ด้านเศรษฐกิจ ประชาชนจำนวนมากถูกเลิกจ้างเพราะบริษัทได้รับผลกระทบจากภาวะการหดตัวทางเศรษฐกิจ เกิดปัญหาการว่างงานและปัญหาด้านคุณภาพชีวิตของประชาชน

-ด้านสังคม ปัญหาสังคมทวีความรุนแรงขึ้น ทั้งปัญหาวัยรุ่น ปัญหาความไม่เป็นระเบียบในครอบครัว ปัญหาการหย่าร้าง ปัญหาคนชราที่ถูกทอดทิ้งและตกเป็นภาระแก่สังคม นอกจากนี้การว่างงานยังทำให้เกิดความเครียด นำมาซึ่งปัญหาด้านสุขภาพจิตและการแก้ปัญหาด้วยการฆ่าตัวตาย

ภาวะวิกฤติดังกล่าวได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางจากนักวิชาการและสื่อมวลชน และมีการลงความเห็นว่สถาบันครอบครัวน่าจะเป็นทางออกของปัญหาทั้งหมด ดังนั้นเมื่อปลายปีที่ผ่านมาต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน กระแสของการสร้างครอบครัวที่เข้มแข็งเพื่อเห็นเกราะป้องกันปัญหาที่น่าเสนอข้างต้นจึงเริ่มก่อรูปชัดเจนขึ้น การสร้างกระแสสถาบันครอบครัวของสื่อมวลชนเพื่อแก้ปัญหาภาวะวิกฤติที่ประเทศชาติกำลังเผชิญอยู่ จึงทำให้สถาบันครอบครัวได้รับความสนใจจากสมาชิกในสังคมมากขึ้นตามลำดับ

ในขณะเดียวกันกับที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ได้ปรับกระบวนการทัศน์ในการพัฒนาใหม่ โดยกำหนดให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ประเด็นนี้

สถาบันครอบครัวเข้ามามีบทบาทในการหล่อหลอมกล่อมเกลาและพัฒนาศักยภาพของคนซึ่งเป็นตัวจักรสำคัญของการพัฒนา สถาบันครอบครัวจึงทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นในระดับนโยบายของประเทศ

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นมาเป็นโอกาสในการทำให้รายการโทรทัศน์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาได้รับความสนใจจากผู้ชม

3. ประชาชนพักผ่อนด้วยการดูโทรทัศน์มากขึ้น ภาวะบีบคั้นทางเศรษฐกิจทำให้ประชาชนจำเป็นต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด และต้องตัดรายจ่ายที่ฟุ่มเฟือยทิ้งไปโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการพักผ่อนและการหาความบันเทิง ในอดีตการชมภาพยนตร์และการท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงต่าง ๆ เป็นวิธีการพักผ่อนที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ปัจจุบันวิธีการพักผ่อนหาความบันเทิงเริ่มมีทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ การพักผ่อนหาความบันเทิงอยู่กับบ้านเป็นวิธีที่มีการยอมรับปฏิบัติมากขึ้น โดยเฉพาะการพักผ่อนหาความบันเทิงจากการชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งไม่ต้องเสียค่าบริการ อีกทั้งยังสามารถชมได้ทั้งครอบครัวและได้ทุกเวลาที่ต้องการ

เมื่อปัญหาการว่างงานและปัญหาเศรษฐกิจทำให้เกิดการใช้จ่ายอย่างประหยัด คนอยู่กับบ้านมากขึ้น และโทรทัศน์เป็นแหล่งบันเทิงภายในบ้านที่ได้รับความนิยม โอกาสที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะสร้างกระแสสถาบันครอบครัวก็ย่อมมีมากขึ้นตามจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ที่เพิ่มขึ้น

### ข.ภาวะคุกคามหรืออุปสรรค (Threats)

ภาวะคุกคามหรืออุปสรรคเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งภาวะคุกคามหรืออุปสรรคในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ได้แก่

1. การพัฒนาเกมโชว์ใหม่ ๆ จากประสบการณ์การทำงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ของผู้วิจัย และการพูดคุยกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการผลิตรายการเกมโชว์ว่า เกมโชว์เป็นรายการที่หาผู้สนับสนุนรายการค่อนข้างง่าย และขั้นตอนในการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน ในขณะที่เดียวกันผู้ชมเองก็ยังพอใจที่จะหาความบันเทิงจากการชมการแข่งขันเกมของดารานักแสดงหรือศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ

นอกจากนี้การประสบความสำเร็จของรายการเกมโชว์ในอดีต อาทิ มาตามันด์, คู่หูพลิกล้อ หรือ ชิงร้อยชิงล้าน โดยรายการเหล่านี้มีการผลิตออกสู่สายตาประชาชนอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 5 ปี ปราบฎการณ์เช่นนี้ผู้ผลิตสามารถแสวงหาผลกำไรจากรายการลักษณะนี้ได้ในระยะเวลานาน ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคหลัง ๆ หรือในรุ่นต่อ ๆ มา เลือกที่จะผลิตรายการเกมโชว์มากกว่ารายการโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ และเมื่อมีการผลิตมาก ย่อมก่อให้เกิดการแข่งขันเพื่อที่จะดึงดูดผู้ชมให้เป็นแฟนรายการของตนเองอย่างเหนียวแน่นและยาวนานที่สุด การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นี้เอง ทำให้เกิดความพยายามที่จะคิดค้นเกมในรูปแบบที่แปลกใหม่ ตื่นเต้น เร้าใจ มานำเสนอผู้ชมอยู่ตลอดเวลา

ภาวะคุกคามนี้จะส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวในแง่การดึงดูดความสนใจของผู้ชม เพราะเกมใหม่ ๆ ที่พัฒนาขึ้นตลอดเวลา มีความทันสมัย ย่อมจะเบียดเบียนและเร้าความสนใจของผู้ชมได้ดีกว่ารายการที่มุ่งสาระส่งเสริมสถาบันครอบครัว

2. ผู้ผลิตไม่นิยมผลิตรายการส่งเสริมสถาบันครอบครัว ทำให้การณรงค์ขาดความต่อเนื่อง ประเด็นนี้สืบเนื่องมาจากภาวะคุกคามประการแรกที่ได้กล่าวไปแล้ว การไม่ตระหนักในคุณค่า และความสำคัญของการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว และให้ความสำคัญต่อรายการบันเทิงประเภทอื่น อาทิ เกมโชว์ ทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้ ซึ่งจะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจนกว่านั้น อาจเป็นอุปสรรคทำให้การณรงค์เรื่องสถาบันครอบครัวขาดความต่อเนื่องและไม่มีน้ำหนัก ขาดการตอกย้ำให้เกิดการจดจำ จนไม่อาจสร้างกระแสให้เกิดขึ้นได้ ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วการรณรงค์นั้นจำเป็นจะต้องมีการตอกย้ำ และสร้างความต่อเนื่องในการให้ข่าวสารอยู่ตลอดเวลา หากผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวออกสู่สายตาประชาชนมากขึ้น ผลในการรับรู้หรือกระแสในเรื่องนี้ก็จะแรงขึ้น

3. เจ้าของสินค้าและบริการนิยมให้การสนับสนุนรายการบันเทิง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ผู้สนับสนุนหรือผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หลายราย กล่าวถึงความสำคัญของผู้สนับสนุนรายการว่า ผู้อุปถัมภ์รายการมีผลต่อความอยู่รอดของรายการ ถึงแม้จะไม่ทั้งหมด แต่ก็ถือว่ามีความสำคัญมาก และผู้อุปถัมภ์รายการส่วนใหญ่มักให้ความสนใจและให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์ประเภทรายการบันเทิงเป็นอันดับแรก ๆ เพราะมีผู้ติดตามชมจำนวนมาก ทำให้โอกาสเข้าถึงของสินค้ามีมากขึ้นตามไปด้วย



รายการที่เจ้าของสินค้าหรือบริการให้ความสนใจ ได้แก่ รายการประเภทเกมโชว์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงมักนิยมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทดังกล่าว สำหรับรายการที่มีสาระ มักประสบปัญหาเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการ ดังนั้นเมื่อผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีดำริจะผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีสาระเกี่ยวกับการส่งเสริมสถาบันครอบครัวก็อาจจะต้องประสบปัญหาในข้อนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4. ประชาชนไม่นิยมรายการที่นำเสนอสาระเต็มรูปแบบ แม้รายการบันเทิงที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบันจะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายและพยายามมองหาทางเลือกใหม่ แต่นั่นก็ยังไม่ใช่คำตอบว่าประชาชนจะหันมานิยมชมชอบรายการที่มีสาระเต็มรูปแบบ เนื่องจากสภาพความบีบคั้นทางเศรษฐกิจทำให้คนไทยเกิดความเครียด ผู้ชมจึงยังพอใจที่จะใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ

## 2. การพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์

หลังจากที่ผู้ผลิตรายการได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์รายการ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ และกำหนดกลยุทธ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวมีการพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์ ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางแสดงการพัฒนาทางเลือกกลยุทธ์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

ที่มา	กลยุทธ์
<p>1.โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าใจง่ายและสร้างการจดจำได้ดี (จุดแข็ง)</p> <p>2.มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม (อุปสรรค)</p>	<p>กลยุทธ์การสร้างการจดจำ</p>
<p>1.โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าใจง่าย มีทั้งภาพและเสียง (จุดแข็ง)</p> <p>2.โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีปัจจัยในการเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ชม (จุดอ่อน)</p> <p>3.ประชาชนไม่นิยมรายการสาระเต็มรูปแบบ (อุปสรรค)</p>	<p>กลยุทธ์การสร้างความสนใจ</p>
<p>1.สื่อโทรทัศน์ตรวจสอบ Feedback ชาก (จุดอ่อน)</p> <p>2.เครื่องรับโทรทัศน์มีราคาแพง (จุดอ่อน)</p> <p>3.ต้นทุนในการผลิตรายการสูง (จุดอ่อน)</p> <p>4.กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว (โอกาส)</p> <p>5.ผู้ผลิตรายการไม่นิยมผลิตรายการเพื่อครอบครัว ทำให้ การรณรงค์ ขาดความต่อเนื่อง (อุปสรรค)</p>	<p>กลยุทธ์การมีส่วนร่วม</p>
<p>1.โทรทัศน์เป็นสื่อที่ตรวจสอบ Feedback ได้ชาก (จุดอ่อน)</p> <p>2.กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว (โอกาส)</p>	<p>กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง</p>

ที่มา	กลยุทธ์
1. โทรศัพท์เป็นสื่อที่แพร่หลายในสังคมไทย (จุดแข็ง) 2. ประชาชนพักผ่อนโดยการดูโทรศัพท์มากขึ้น (โอกาส)	กลยุทธ์การเรียนรู้ จากแม่แบบในสื่อมวลชน
1. เจ้าของสินค้าและบริการนิยมให้การสนับสนุนรายการบันเทิง (อุปสรรค) 2. มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่มาดึงดูดความสนใจของผู้ชม (อุปสรรค)	กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน
1. ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายรายการบันเทิง และมองหาทางเลือกใหม่ (โอกาส) 2. กระแสการตื่นตัวเรื่องสถาบันครอบครัว (โอกาส) 3. มีการพัฒนาเกมโชว์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม (อุปสรรค) 4. ประชาชนไม่นิยมรายการสาระเต็มรูปแบบ (อุปสรรค)	กลยุทธ์สาระบันเทิง

### 3. การกำหนดกลยุทธ์

เมื่อผู้ผลิตได้ใช้ข้อมูลจากการประเมินสภาวะแวดล้อมเป็นพื้นฐานในการพัฒนากลยุทธ์ เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์รายการแล้ว แต่ละรายการจะมีการกำหนดกลยุทธ์หลัก ๆ ที่จะใช้การดำเนินงานผลิตรายการของตนตามความเหมาะสม ซึ่งจากการศึกษาพบว่ารายการโทรศัพท์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวทั้ง 3 รายการซึ่งเป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการที่มีทั้งคล้ายคลึงและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางเปรียบเทียบกลยุทธ์ในรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

รายการ	กลยุทธ์						
	การสร้าง การจูงใจ	การสร้าง ความ สนใจ	การมีส่วนร่วม	การสื่อสาร 2 ทาง	การเรียนรู้จากแม่ แบบ ๗	การวาง จุดขายที่ ชัดเจน	สาระ บันเทิง
โลกใบ เล็ก	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓
เที่ยงวัน กันเอง	—	✓	✓	—	✓	✓	✓
บ้านเลข ที่ ๕	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายถึง การใช้กลยุทธ์นี้

4.การดำเนินกลยุทธ์ (กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการ)

ขั้นตอนของการดำเนินกลยุทธ์หรือกลวิธีในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ผู้วิจัยใคร่นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- 1.รายการโลกใบเล็ก
- 2.รายการเที่ยงวันกันเอง
- 3.รายการบ้านเลขที่ ๕

## โลกใบเล็ก : โลกสำหรับทุกคนในครอบครัว

รายการโลกใบเล็ก ออกอากาศครั้งแรกเมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ดำเนินการผลิตโดยบริษัท มาร์คส เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ปัจจุบันออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 8.00 - 8.45 น.ทาง ไทยทีวีสีช่อง 3

กลุ่มเป้าหมายของรายการ ประกอบด้วย

- 1.กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ครอบครัวคนรุ่นใหม่ อายุ 25 ปี ขึ้นไป
- 2.กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ พ่อบ้าน แม่บ้านยุคใหม่ที่กำลังใช้ชีวิตคู่และต้องการสร้างครอบครัวที่อบอุ่น รวมไปถึงหนุ่มสาววัยทำงานและลูกบ้านวัยรุ่นที่อาจไม่มีเวลาหรือมองข้ามความสัมพันธ์ในครอบครัว

การนำเสนอเนื้อหาจัดทำในลักษณะวาไรตี้รูปแบบครอบครัว มีการแปลงคอลัมน์เพื่อการนำเสนอแนวคิดและเนื้อหาที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้

1.ช่วง Family Time ให้ความสำคัญกับการใช้เวลากับครอบครัว โดยปัจจุบันเน้นหนักเรื่องการเตรียมอาหารเข้าสำหรับสมาชิกทุกคนในครอบครัว

2.ช่วง Family Care นำเสนอสาระความรู้สำหรับครอบครัว เป็นเกร็ดความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยเน้นเคล็ดลับที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพโดยตรงทั้งในเรื่องการรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ การออกกำลังกาย รวมทั้งการสอบถามเคล็ดลับการดูแลสุขภาพของบุคคลซึ่งมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก

3.ช่วง Family Talk เป็นช่วงสนทนากับบุคคลที่น่าสนใจ โดยบุคคลนั้นจะต้องมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก หรือเป็นบุคคลที่ให้ความสำคัญต่อสถาบันครอบครัว มีครอบครัวที่อบอุ่น เพื่อให้ผู้ชมสามารถนำเกร็ดชีวิตของบุคคลเหล่านั้นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเองได้

4.ช่วง Family Health นำเสนอเรื่องราวของเด็กที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ เป็นช่วงเกี่ยวกับเคล็ดลับเด็กเก่ง เพื่อให้คุณพ่อคุณแม่ นำเคล็ดลับ ความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในการดูแลบุตรหลานของตน

5. ช่วง Family Kitchen จะแนะนำร้านอาหารซึ่งเหมาะสำหรับการพาครอบครัวไปรับประทานอาหารนอกบ้านในวันหยุด โดยร้านอาหารที่นำเสนอ นั้นจะเป็นร้านที่ขึ้นชื่อเรื่องความอร่อย และราคาไม่แพง

6. ช่วง Family Focus เป็นช่วงที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านและครอบครัวได้ร่วมสนุกกับทางรายการ โดยการตระเวนแข่งขันเกมง่าย ๆ นอกสถานที่ และมอบบัตรรับประทานอาหารที่ร้าน S & P ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนช่วงให้เป็นรางวัลแก่ผู้ชนะการแข่งขัน

ความยาวในการออกอากาศของแต่ละช่วงจะเฉลี่ยน้ำหนักหรือมีการปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมและความน่าสนใจของเรื่องราวที่นำเสนอ

### คุณค่าของรายการ

รายการโลกใบเล็กมีจุดกำเนิดจากการที่คุณสินจัย เปล่งพานิช ซึ่งมีหุ้นส่วนอยู่ใน บริษัท มาร์คส เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ใช้เวลาในวันหยุดชมรายการโทรทัศน์กับลูก ๆ แต่ในขณะนั้นยังไม่มีรายการโทรทัศน์ใดเลยที่นำเสนอสาระประโยชน์สำหรับครอบครัว และสมาชิกทุกคนในครอบครัวสามารถร่วมชมรายการด้วยกันได้ ดังนั้นเมื่อมีโอกาสผลิตรายการโทรทัศน์ คุณสินจัยจึงได้เสนอให้มีการจัดทำรายการในลักษณะดังกล่าว เพื่อให้เป็นรายการโทรทัศน์สำหรับครอบครัว และมีเจตนาที่จะให้ผู้ชมนำสาระที่ได้จากการชมรายการไปปรับใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว คุณศิริพร เกษตรศิริ Creative Director ของรายการ ซึ่งเป็นผู้ที่ควบคุมการสร้างสรรค์รายการ ได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า

“พ่อกบอกว่าเคยดูรายการกับลูก ๆ แล้วรู้สึกว่าการทีวีในช่วงนั้น คือเมื่อประมาณ 4-5 ปีที่แล้ว ไม่มีรายการอะไรที่ครอบครัวสามารถดูได้พร้อม ๆ กัน ส่วนมากก็จะเป็น เด็กก็จะดูได้ในส่วนของเค้า รายการผู้ใหญ่ก็ผู้ใหญ่ไปเลย ไม่มีรายการอะไรที่ภายใน 1 ชั่วโมงหรือครึ่งชั่วโมงพ่อแม่ลูกสามารถมาดูด้วยกันแล้วแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ นี่คือที่มาของการทำรายการนี้ขึ้น”

นอกจากนี้คุณสินชัย เป็ล่งพานิช ผู้ซึ่งเป็นเจ้าของแนวคิดในการสร้างสรรค์รายการ และพิธีกรของโลกใบเล็ก ยังได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการผลิตรายการว่า

“จริง ๆ ตั้งใจว่าทั้งครอบครัวสามารถดูได้หมดเลย หมายความว่าเราต้องการให้เกิดความเข้าใจในสมาชิกแต่ละวัยด้วย พุดง่าย ๆ อย่างช่วงวัยรุ่น เขาก็จะมีช่องว่างกับพ่อแม่เป็นวัยที่ค่อนข้างจะมีปัญหา เราก็เลยอยากจะนำเสนอในแง่ที่ว่าบางครั้งถ้าพ่อแม่ได้รู้สิ่งที่เปลี่ยนแปลงหรือสิ่งที่เป็นความต้องการของวัยรุ่นบางทีอาจจะเข้าใจในวัยของลูกมากขึ้นหรือ ในขณะที่เดียวกันลูกได้ดูในสิ่งที่มีคือชีวิตครอบครัวนะ เราต้องมีความเข้าใจกัน เพราะฉะนั้นนี่คือพื้นฐาน คือสิ่งหนึ่งที่เรา กำลังจะบอกกับคนดูว่าเมื่อคุณดูแล้วคุณอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรง แต่คุณได้เก็บเกี่ยวอะไรแล้วไปเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว นี่คือนจุดประสงค์หลัก ๆ ของเรา

### การดำเนินกลยุทธ์ (กลวิธี) ในการสร้างสรรค์รายการ

#### 1. กลยุทธ์การสร้างการจดจำ

รายการโลกใบเล็กเปิดตัวการสร้างกระแสสถาบันครอบครัวด้วยกลยุทธ์การสร้างการจดจำ โดยมีกลวิธีในการสอดแทรกภาพความเป็นครอบครัวลงไปในองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของรายการ เนื่องจากทีมงานมีความเชื่อว่า การเน้นย้ำให้กลุ่มเป้าหมายได้ฟังและได้เห็นภาพบ่อย ๆ จะทำให้เกิดการจดจำและเกิดการเรียนรู้ไปในขณะเดียวกัน ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวประกอบด้วย

1.1 ชื่อรายการ ชื่อของรายการสื่อให้ผู้ชมทราบว่า โลกใบเล็ก เป็นรายการสำหรับครอบครัว เป็นการสื่อความหมายโดยนัย ซึ่ง คุณศิริพร เกษตรศิริ Creative Director ของรายการโลกใบเล็ก เล่าว่า

“เราต้องการจะสื่อความหมายตั้งแต่ชื่อรายการ ชื่อรายการมีความหมายมาก คำว่า โลกใบเล็กในที่นี้หมายถึง ครอบครัว ซึ่งเป็นโลกใบเล็ก ๆ ที่อยู่ในโลกใบใหญ่คือสังคม ถ้าคนเข้าใจ จะชัดเจนตั้งแต่ชื่อรายการแล้วว่า เป็นรายการสำหรับครอบครัว”

1.2 ภาพเปิด หรือไตเติ้ล (Title) รายการ ภาพเปิดหรือไตเติ้ลรายการจะทำให้ผู้ชมทราบรายละเอียดคร่าว ๆ เกี่ยวกับรายการ ซึ่งไตเติ้ลของรายการโลกใบเล็กจะสื่อถึงความรัก ความผูกพันภายในครอบครัวของผู้ดำเนินรายการ คือ คุณสินจัย เปล่งพานิช ภาพที่น่าเสนอเป็น ภาพการทำกิจกรรมวันว่างภายในครอบครัวระหว่างพ่อแม่และลูกในรีสอร์ทแห่งหนึ่ง ระหว่างการพักผ่อนจะมีการทำกิจกรรมร่วมกัน อาทิ การพายเรือ ปั่นจักรยาน อ่านหนังสือ ถ่ายภาพ โดยทุกคนในครอบครัวมีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส แสดงถึงความสุขและความเบิกบานที่ได้รับจากการใช้เวลาว่างทำกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัว

1.3 ข้อความ (Copy) ที่ใช้ในภาพเปิดหรือไตเติ้ล (Title) รายการ ในภาพเปิดรายการ จะมีข้อความแสดงรายชื่อของทีมงาน ผู้ผลิตรายการโลกใบเล็กเพิ่มน้ำหนักของความเป็นครอบครัวโดยใส่คำบรรยายเสมือนทีมงานทุกคนคือคนในครอบครัวเดียวกัน อาทิ

(ชื่อพิธีกร) *	คุณแม่แสนสวย
(ชื่อทีมงาน)	ลูก ๆ จอมขี้
(ทีมงาน)	พี่ชายที่แสนดี
(ทีมงาน)	น้องชายจอมซน
(ทีมงาน)	หลานชายช่างคิด
(ทีมงาน)	พี่สาวแสนขยัน
(ทีมงาน)	พี่สาวนักคำนวณ
(ที่ปรึกษารายการ)	คุณอาที่คอยแนะนำ
(ที่ปรึกษารายการ)	คุณป้าที่คอยช่วยเหลือ
(ผู้ควบคุมการผลิต)	พี่ใหญ่เจ้าของบ้าน
(ผู้อำนวยการผลิต)	คุณพ่อที่คอยให้กำลังใจ

\*หมายเหตุ ข้อความในวงเล็บด้านหน้าจะเป็นรายชื่อของทีมงาน ซึ่งทุกคนจะมีคำอธิบายเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการทำงานอยู่ด้านหลัง เป็นการสื่อโดยนัยว่า งานใด ๆ ก็ตามจะสำเร็จลงได้นั้นด้วยความร่วมมือ ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันของคนภายในครอบครัว

1.4 เพลงเปิดรายการ เพลงเปิดรายการโลกใบเล็กมีเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวซึ่งเป็นรากฐานของโลกใบใหญ่คือสังคม โดยเนื้อเพลงมีดังนี้



“ยามเราคิดถึงชีวิตเขาวิชัย  
 เก็บฝันมาใส่เอาไว้เต็มใจ  
 เดินเล่นริมสวนชวนเพื่อนบ้านใกล้  
 วาดฝันบนทรายระบายพากฟ้า  
 ในโลกใบเล็กเด็กน้อยฝันใฝ่  
 วาดโลกสวยใสไว้ในใจตน  
 ในโลกใบนี้ที่คนทุกคน  
 รวมเป็นสังคมสุขสมเกื้อกูล  
 เก็บเศษใบไม้มาร้อยเป็นบ้าน  
 เก็บฝันวันวานสานเป็นโลกใหม่  
 แต่งเติมชีวิตความคิดกว้างไกล  
 วาดโลกใบใหม่ให้ดีกว่าเดิม”

นอกจากนี้ จังหวะที่สดใส สนุกสนานของเพลงยังช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีแก่ผู้ชม  
 ในการเปิดชมรายการในเช้าวันหยุดอีกด้วย

### 1.5 คำขวัญ (Slogan)

“โลกใบเล็กมีสโลแกนว่า โลกใบเล็ก โลกสำหรับทุกคนใน  
ครอบครัว ถ้าใช้ในครัว จะพูดคำนี้ตลอด เพราะเราพยายามจะย้ำว่าโลก  
 ใบเล็กเป็นรายการสำหรับทุกคนนะ”

จากคำบอกเล่าของคุณศิริพร ทำให้ทราบว่าทีมงานพยายามจะเน้นย้ำเรื่องครอบครัวด้วย  
 คำขวัญ โดยในส่วนนี้จะพยายามสอดแทรกไว้ในบทรายการและคิวพิธีกร เป็นการสร้างการจดจำ  
 วิธีหนึ่ง

1.6 ชื่อคอลัมน์ ดังที่ได้กล่าวในตอนต้นว่า รายการโลกใบเล็กมีการนำเสนอในรูปแบบ  
 ปกิณกะ (Variety) แบ่งรายการเป็นคอลัมน์ต่าง ๆ โดยมีแนวคิดหรือเนื้อหาที่แตกต่างกันไป  
 อย่างไรก็ดี ชื่อของคอลัมน์แต่ละคอลัมน์จะขึ้นต้นด้วยคำ ๆ เดียวกัน คือ Family (ครอบครัว)

## 2. กลยุทธ์การสร้างความสนใจ

2.1 รูปแบบรายการ รายการโลกใบเล็กเป็นรายการปกิณกะบันเทิง มีความหลากหลาย (Variety) โดยการแบ่งคอลัมน์ในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งแต่ละคอลัมน์มีแนวคิด (Concept) ที่ชัดเจนจะส่งผลให้รายการมีความกระชับ ชวนติดตาม คุณศิริพร บอกถึงข้อดีในการแบ่งคอลัมน์ในรายการว่า

“การแบ่งเป็นคอลัมน์ จะทำให้คนดูไม่รู้สึกเบื่อในการที่จะติดตามดูเราไปจนจบ เพราะมันจะมีความหลากหลายตลอดเวลา Concept ของแต่ละช่วง เค้จะมีสไตล์แตกต่างกันออกไปตามช่วงของเค้ อย่าง Family Talk เนี่ยจะเป็นช่วงสบาย ๆ ที่ทุกคนดูได้ เยี่ยมบ้านคนดัง ไปดูวันว่าง หรืองานอดิเรกของดาราที่คนดูชื่นชอบ เรื่องอาหารเข้าสำหรับครอบครัวดูได้ใน Family Time ถ้าเบื่อ ๆ อยากรหาร้านอาหารอร่อย ๆ ราคาไม่แพง สำหรับพาครอบครัวออกไปทานข้าวนอกบ้านในวันหยุด ก็ต้องดู Family Kitchen”

## 2.2 เนื้อหารายการ ผู้ผลิตรายการมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอ ดังนี้

1. เป็นเรื่องที่มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ จากการติดตามชมรายการซึ่งออกอากาศในเดือนธันวาคม 2541 เนื้อหาของรายการจะมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ ผู้ผลิตจะทำหน้าที่รายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แต่เหตุการณ์ที่หยิบมานำเสนอจะต้องเป็นประโยชน์ต่อครอบครัว อาทิ เดือนธันวาคมเป็นช่วงที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 รายการนำเสนอเรื่องศูนย์กีฬา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต แต่นำเสนอในประเด็นของความสวยงามของสถานที่ ซึ่งเหมาะแก่การพาครอบครัวไปพักผ่อนและเที่ยวชมในวันหยุด เป็นการสนับสนุนให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกัน คุณศิริพร เกษตรศิริ ผู้สร้างสรรค์รายการกล่าวว่า

“เราจะดูกระแส อย่างวัดที่ 6 ที่ผ่านมา เรื่องราวที่น่าสนใจ คือเรื่องศูนย์กีฬามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต เรื่องของเอเชียนเกมส์ มันมีกระแสความน่าสนใจ ประเด็นของเรื่องมันมีความทันสมัย อยู่ในตัว แล้วจะเห็นว่าสนามกีฬา ธรรมศาสตร์ รังสิต เป็นสนามที่สวยงามมาก ๆ แล้วก็มีความยิ่งใหญ่ เป็นความภาคภูมิใจของคนไทยอีกที่หนึ่ง เราก็ไปเอามาให้ดูกัน”

2. บุคคลซึ่งเป็นแขกรับเชิญต้องเป็นที่รู้จัก อยู่ในความสนใจและเป็นคนรักครอบครัว ในช่วง Family Talk ทางรายการจะพาไปเยี่ยมชมวันว่างวันพักผ่อนของดารานักแสดงหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งอาจจะเป็นการพาชมบ้าน ให้เห็นการจัดตกแต่งบ้านให้สวยงามน่าอยู่หรือ เป็นอริยาบทสหาย ๆ ของบุคคลเหล่านั้นซึ่งประชาชนไม่ค่อยได้เห็นภาพดังกล่าวบ่อยนัก คุณศิริพร เกษตรศิริ กล่าวว่า

“...จะนำเสนอเรื่องของคนที่อยู่ในความสนใจ คือถ้าเค้าอยู่ในความสนใจ อยู่ใน Timing นั้นๆ เรายังนำเสนอเรื่องราวของเค้า ครอบครัวของเค้า กระแสก็จะตามมา”

“ด้วย Target ของรายการ เรายังมองว่าน่าจะนำเสนอคนที่เป็นที่รู้จัก แต่ความเป็นที่รู้จักไม่ใช่ว่าเป็นดาราย่างเดียว หรือเป็นดารา แต่เค้าไม่มีอะไรที่เราจะมาคุยเลข สมมติอย่างทฤษฎี หิมะทองคำ เราได้ข้อมูลมาว่าเค้าเป็นคนรักบ้าน อีกอย่างคือบ้านเค้าสวย เค้าชอบแต่งบ้าน แต่เราก็ยังไม่ปักใจเชื่อว่าเค้าโอเคหรือเปล่า บ้านอาจจะสวย แต่เค้าเป็นคนไม่รักบ้าน ไม่ชอบอยู่บ้าน ก็ผิด Concept ไปนิดนึง เราก็ไป Pre - pro (Pre - Production)หาข้อมูล ก็รู้ว่า โอเค เค้ารักบ้าน ชอบอยู่บ้าน ก็นำเสนอได้ น่าสนใจ เราจะเลือกคนนิดนึงเวลาที่จะสัมภาษณ์”

2.3 พิธีกร รายการโลกใบเล็กมีผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกรเพียงคนเดียว คือ คุณสินชัย เปล่งพานิช ซึ่งเป็นดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง คุณสินชัยช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้แก่รายการโลกใบเล็ก เนื่องจาก

1. การเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง คุณสินชัย เปล่งพานิช เป็นผู้มีชื่อเสียงในฐานะที่เป็นนักแสดงที่มีความสามารถ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยินชอบของผู้ชมจำนวนมาก การมาทำงานพิธีกรอาจจะเพิ่มความน่าสนใจอย่างหนึ่งคือทำให้หลายคนอยากรู้ว่า คุณสินชัยจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเทียบเท่ากับงานการแสดงที่เธอได้แสดงความสามารถเอาไว้ก่อนหน้านี้หรือไม่ และผลพลอยได้อีกประการหนึ่งก็คือ แฟนภาพยนตร์หรือแฟนละครของคุณสินชัย อาจจะติดตามผลงานพิธีกรของเธอด้วย ส่งผลให้รายการมีผู้ชมเพิ่มขึ้น

2. ภาพความเป็นจริงทางสังคม คุณสินชัย เปล่งพานิช เป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว เธอเป็นภรรยาที่ดีของคุณฉัตรชัย เปล่งพานิช และเป็นแม่ที่ดีของลูกถึง 3

คน ภาพความเป็นคนรักครอบครัวของคุณสินจัยมักปรากฏให้เห็นเสมอ ๆ ในระหว่างการชมรายการ คุณศิริพรกล่าวถึงสาเหตุในการเลือกคุณสินจัยมาทำหน้าที่พิธีกรว่า

“เราเลือกพิธีกรเพราะดูเค้าเป็นคุณแม่ ซึ่งแม้อาจจะไม่ใช่พิธีกรที่ดีเยี่ยม แต่เค้าแทนบทบาทของครอบครัวได้ชัด”

3. ความสามารถเฉพาะตัว เนื่องจากผู้ผลิตต้องการที่จะให้รายการโลกใบเล็กเป็นรายการสำหรับครอบครัว ผู้ชมรายการจึงเป็นสมาชิกทุกเพศทุกวัยในครอบครัว ผู้ดำเนินรายการจะต้องใช้ความสามารถในการสื่อความหมายกับพ่อแม่ และลูกซึ่งเป็นเด็กวัยต่าง ๆ คุณสินจัยเล่าถึงการทำงานของเธอว่า

“นึกคิดว่าพิธีกรมีบทบาทมากนะคะที่จะโน้มน้าวให้ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว คือมันจะไม่เหมือนรายการเกมโชว์ หรือรายการที่เน้นความสนุกสนาน พิธีกรสำหรับรายการครอบครัวจึงจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือ การพูดจาจะต้องชัดเจน อักขระถูกต้อง แล้วการที่เราจะมากพูดอะไรให้คนดู นกกว่าที่สำคัญเราควรเชื่อในสิ่งนั้นก่อน เชื่อว่ามันดีแล้วจะถ่ายทอดได้ดี แต่จะไม่ทำตัวเป็นผู้มาสอนคนดู คือ รายการแบบนี้จริง ๆ แล้วคนที่ดูก็คือพ่อแม่ เค้าอาจจะคิดว่า เอออีกแล้ว จะมาสอนอะไรเค้าอีก นกไม่อยากจะให้เกิดความรู้สึกแบบนั้น ต้องพยายามทำให้เค้ารู้สึกว่าเหมือนเรา มาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันมากกว่า เพราะนกเองก็มีครอบครัวเป็นแม่ แล้วก็ลูก นกเจอแบบนี้มา นกก็มาเล่าให้ฟัง”

“...จริง ๆ แล้วก็ไม่มีอะไรพิเศษ แต่จะทำให้ดูสบาย ๆ เป็นกันเอง จะพยายามพูดจาให้ชัดถ้อยชัดคำ เป็นตัวของตัวเอง การแต่งตัวก็มีส่วน เพราะจะช่วยสร้างสีสัน หน้าตาต้องยิ้มแย้มแจ่มใส คนดูจะได้รู้สึก Relax เวลาที่ดูเรา”

ผู้ควบคุมการผลิตกล่าวถึงความสามารถพิเศษของคุณสินจัยว่า

“...เค้าจะเอาตัวเองเข้าไปสัมผัส ไปแทนที่คนที่เค้าสัมภาษณ์พูดคุยว่าสมมติว่าเค้าอยู่ตรงนั้น สิ่งที่เค้าอยากพูด ความรู้สึกที่เค้าอยากบอกคืออะไร”

### 3. กลยุทธ์การมีส่วนร่วมเพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับครอบครัว

การชมรายการบันเทิงผู้ชมจะได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลินจากการชมเพียงอย่างเดียว แต่สำหรับรายการโทรทัศน์ประเภทสาระเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนั้น นอกจากผู้ชมจะได้รับความเพลิดเพลินจากการชมแล้ว ผู้ผลิตยังต้องการให้ผู้ชมได้รับข้อคิด และเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถาบันครอบครัว และท้ายสุด คือ มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นรายการประเภทส่งเสริมสถาบันครอบครัว จึงไม่อาจหยุดการสื่อสารกับผู้ชมไว้เพียงแค่เวลาออกอากาศของรายการเท่านั้น

รายการโลกใบเล็ก มีกลวิธีที่จะสร้างการเรียนรู้เรื่องสถาบันครอบครัวต่อเนื่องจากการชมรายการที่ออกอากาศในวันอาทิตย์เพียง 45 นาที โดยการให้ผู้ชมรายการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษที่ทางรายการจัดขึ้น กิจกรรมดังกล่าวคือ โลกใบเล็กสัญจร คุณศิริพรเล่าถึงการทำกิจกรรมพิเศษนี้ว่า

“โลกใบเล็กสัญจร เป็นกิจกรรมที่เริ่มมาพร้อม ๆ กับการทำรายการ คือ เราทำรายการมาสักระยะหนึ่งก็รู้สึกที่น่าจะเปิดโอกาสให้คนดูเขาเข้ามามีส่วนร่วม แล้วก็ทำกิจกรรมอะไรบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์ต่อครอบครัวของเขา”

“...กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ให้ครอบครัวตามภาคต่าง ๆ สมัครเข้ามา โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เลย เราเน้นว่าการมาเข้าร่วมกิจกรรมต้องมาทั้งหมดครอบครัว เราจะไปจัดกิจกรรมตามภาคต่าง ๆ หมุนเวียนไปทุกปี จัด 2 วัน 1 คืน ในวันแรกจะเป็นการละลายพฤติกรรม เริ่มจากละลายพฤติกรรมในครอบครัวเค้า แล้วก็ละลายพฤติกรรมระหว่างครอบครัวที่มา ให้เค้าได้รู้จักกัน หลังจากนั้นจึงเป็นกิจกรรมที่พ่อแม่ลูกได้ช่วยกัน หรือคนในครอบครัวได้ช่วยกัน สุดท้ายเราได้รับ Feedback ดีมากจากกิจกรรมอันนี้ หลายคนพูดว่ารู้สึกประทับใจในส่วนที่ว่า เค้าได้ทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน บางคนไม่เคยรู้ว่าลูกชอบอะไร เค้าไม่เคยอุ้มลูก ไม่เคยเล่นเกมกับลูก หรือเอาลูกขึ้นหลังเล่นเกมกับครอบครัวอื่น ทุกคนจะปลื้มกับกิจกรรมนี้”

เมื่อกล่าวถึงความคาดหวังจากกิจกรรมนี้ ผู้วิจัยได้รับคำตอบว่า

“ถ้าพูดในแง่คนทำงาน กิจกรรมนี้อาจจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนได้ในทันที คงต้องพูดว่าเราได้เข้าไปเป็นเหมือนจุดเริ่มต้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราไม่ได้เข้าไปเปลี่ยนเค้าในขณะนั้น แต่เราเข้าไปจุดประกาย เราได้เข้าไปบอกพ่อแม่เค้าว่า คุณเหนื่อยมาจากการทำงานทั้งวัน ก่อนนอนคุณเข้าไปคุยกับลูกสักนิด คุณได้เข้าไปช่วยเค้าทำการบ้านหรือถามเค้าว่าวันนี้อยู่โรงเรียนหนูทำอะไรบ้าง ถ้าคุณได้มีเวลาคุยกับเค้า ไม่ต้องทำอะไรเยอะแยะหรอก คุณจะได้อะไรจากที่คุณไม่เคยได้มาก่อน เช่น จะได้ว่าลูกสนใจอะไรอยู่ในเวลานี้ ลูกมีปัญหามั้ย ลูกเองก็จะหันมาคุยกับคุณเวลาที่เค้ามีปัญหา ไม่ต้องหันไปหาคนอื่น คบเพื่อนไม่ดี หรือพึ่งยาเสพติด เหมือนกับเราพยายามจะบอกคุณว่าคุณควรจะใช้เวลาตรงนี้นะ”

คุณสินชัย เปล่งพานิช เป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการจัดกิจกรรมโลกใบเล็กสัญญา และได้นำครอบครัวของตนเองเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวทุกครั้ง เธอเล่าถึงการเข้าร่วมกิจกรรมของเธอว่า

“จะไปร่วมทำกิจกรรมทุกปี ไปเป็นพิธีกรในงาน แล้วก็พาครอบครัวไปร่วมกิจกรรม นกลงไปทำเองเพราะไม่อยากให้เค้ารู้สึกว่าเป็นเค้าสนุก ไม่ใช่มาแล้วเราไปเป็นพิธีกรอยู่บนเวทีอย่างเดียว ก็เลขต้องเดี๋ยวขึ้นเวทีเป็นพิธีกร แป๊ปนี่ก็ลงไปเล่นเกมกับคนทางบ้าน บางคนบอกว่าเหนื่อยแทน แต่เราก็แฮปปี้ สุดท้ายเค้าก็รู้สึกที่เราไม่ทิ้งเค้าเหมือนซื่อใจกัน มันสร้างความเชื่อถือให้เราด้วย”

นอกเหนือจากการทำกิจกรรมโลกใบเล็กสัญญาแล้ว ทางรายการยังเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในโลกใบเล็กด้วยวิธีอื่น ๆ ได้แก่

- การเปิดโอกาสให้ผู้ชมเขียนจดหมายแนะนำรายการ
- การให้ผู้ชมร่วมสนุกตอบปัญหาชิงรางวัลในช่วง เคล็ดลับเด็กเก่ง

#### 4. กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง

นอกจากกิจกรรมโลกใบเล็กสัญจรจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมเพื่อสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับครอบครัวแล้ว ยังทำให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางระหว่างผู้ผลิตรายการและผู้ชม กล่าวคือมีการรับและส่งข้อมูลในเวลาเดียวกัน ผู้ผลิตรายการจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มาร่วมกิจกรรมเพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานครั้งต่อไป ขณะเดียวกันผู้ร่วมกิจกรรมก็ได้รับความรู้ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของครอบครัว และแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว

คุณสินจัยให้ทัศนะในประเด็นนี้ว่า

**“...โลกใบเล็กสัญจร เป็นแหล่งข้อมูลที่ดีมาก เพราะเราได้พูดคุย แลกเปลี่ยนเกี่ยวกับเรื่องราวปัญหาที่ครอบครัวเจอ เราช่วยให้ครอบครัวได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งที่พ่อแม่บางคนไม่ค่อยได้ใกล้ชิด ลูกขนาดเอาลูกซีหลัง หรือเล่นเกมกัน มันเป็นเหมือนการช่วยสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวของผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรม แม้ปีหนึ่ง ๆ อาจจะมีจำนวนครอบครัวมาเข้าร่วมไม่ถึงกับล้านหลาม แต่เราเชื่อว่าทุกครอบครัวที่กลับไปเค้าจะเอาใจใส่ในความรู้สึกของกันและกันมากขึ้น”**

#### 5. กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน

รายการโลกใบเล็กมุ่งให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้เรื่องสถาบันครอบครัวโดยผ่านบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จัก โดยมีความเชื่อว่า การเรียนรู้ผ่านแม่แบบสัญลักษณ์ ซึ่งได้แก่ คนหรือกลุ่มคนในสื่อมวลชน โดยเฉพาะภาพยนตร์ และโทรทัศน์ จะเป็นกลวิธีหนึ่งในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี การได้เห็นภาพและได้ยินทั้งเสียงจะเป็นสิ่งที่จะช่วยในการดึงดูดความสนใจ ซึ่งคุณศิริพรได้กล่าวถึงความตั้งใจที่จะให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้เมื่อได้ชมรายการว่า

**“รายการของเราทุกคนดูได้ ทุกคนสามารถเก็บเกี่ยวอะไรได้ เป็นการให้ความรู้เรื่องครอบครัวกับเค้า บางทีเรื่องครอบครัวที่มีปัญหาก็จะเป็นอุทาหรณ์ให้กับคนอื่น ๆ ด้วย เราจะสามารถสัมผัสกับครอบครัวหลาย ๆ รูปแบบจากสื่อตัวนี้ ทำให้เราได้รู้ว่า จริง ๆ ในสังคม ครอบครัวมันมีรูปแบบหรือมุมมองการดำเนินชีวิตเยอะมาก**

เรื่องบางเรื่อง ครอบครัวบางครอบครัวที่มีความสุขอยู่แล้ว คุณแล้วจะต้องรู้สึกว่าคุณต้องรักษา ส่วนที่ดีนี้เอาไว้ แต่ในกรณีที่ล้มเหลวเหมือนกัน คุณแล้วเออ..ในสังคมไม่ได้มีเราคนเดียวที่ผิดหวังจากเรื่องตรงนี้ แต่ยังมีคนอื่นซึ่งเค้าสามารถสู้มาจนถึงวันนี้ได้ เหมือนเป็นกำลังใจให้กับเค้า”

“...บางทีไปคุยกับผู้ใหญ่ ซึ่งในชีวิตผ่านอะไรมามาก คือจะไม่ได้อึดติดอยู่เฉพาะเรื่องของครอบครัว ก็จะเป็นมุมมองในการใช้ชีวิต เช่นคุณพิชัย รัตตกุล เราได้มุมมองว่าการใช้ชีวิตเราจะไปจำกัดมันมากไม่ได้ มันมีครรลองของมัน ถ้าคนดูแล้วเก็บเกี่ยว มันน่าจะได้อะไรเยอะ”

#### 6. กลยุทธ์สาระนั้นเทิง (Edutainment)

โลกใบเล็กเลือกนำเสนอรายการในลักษณะสาระนั้นเทิงเพื่อให้ผู้ชมรายการไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับสาระความรู้เพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว จากเรื่องราวที่ทางรายการจะนำเสนอ ในระหว่างการชมรายการผู้ชมจะไม่รู้สึกว่ารายการนำเสนอสาระวิชาการที่น่าเบื่อ เพราะที่ทีมงานได้พยายามผสมผสานสอดแทรกเนื้อหาสาระไปกับความบันเทิง ซึ่งคุณศิริพรกล่าวถึงความบันเทิงของรายการว่า

“จริง ๆ แล้ว จะเรียกว่าโลกใบเล็กเป็นรายการประเภทสาระนั้นเทิงก็ว่าได้ เพราะเราไม่ต้องการจะเป็นเหมือนกับสาระยึดเย็ด ดูแล้วคุณต้องเป็นวิชาการ แต่เราอยากใช้คำว่าสาระและบันเทิง เนื้อหาของรายการเราจะเป็นเรื่องของสาระแล้วแฝงความบันเทิง เหมือนกับว่าเรามีคุณเปิดมาแล้วดูอะไรที่มันสดชื่น สบาย ๆ ไม่เป็นอะไรที่มันนั่งคุยแบบเครียด ๆ รูปแบบที่นำเสนอมันเหมือนกับว่าเรื่องของภาพเองก็จะมีส่วน คือภาพจะสวย จะเป็น Concept ของรายการ คือไม่แข็ง ไม่ดูเป็นวิชาการ”



## เที่ยงวันกันเอง : ภาพความประทับใจในจอแก้ว

ภาพที่ผู้ชมรายการโทรทัศน์คุ้นเคยทุกเที่ยงวันเสาร์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 คือ ภาพของดาราสีลปินที่มีชื่อเสียง และครอบครัวได้มาเล่าเรื่องราวความซาบซึ้งประทับใจระหว่างกันและกัน ในความทรงจำนั้นมีทั้งความสนุกสนาน เสียงหัวเราะ และบ่อยครั้งก็มีน้ำตา ซึ่งเบื้องหลังคือความปิติในความผูกพันของครอบครัวดาราสีลปินเหล่านั้น

หากมองโดยภาพรวมจะพบว่า รายการเที่ยงวันกันเองมีความโดดเด่นในแง่ของการให้ความสำคัญต่อสถาบันครอบครัวซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้ชมละเอียด ในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการมักไม่ได้ให้ความสนใจต่อการผลิตรายการที่มีเนื้อหาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวเท่าใดนัก เมื่อทีมงานผลิตรายการกลุ่มหนึ่งมีคำริที่จะผลิตรายการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมในเรื่องที่ถูกมองข้าม โจทย์ข้อนี้จึงค่อนข้างจะยากและท้าทายความสามารถของพวกเขาไม่น้อยเลย

คุณจินดาหรรษา จิระคุณ ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ของรายการเที่ยงวันกันเอง เล่าถึงแนวคิดเบื้องต้นต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ว่า

“โดยพื้นฐานแล้วพี่อยากทำรายการที่ทำแล้วคนดูได้อะไรบ้าง ไม่อยากให้คนดูสนุก ซ้ำ หรือมันอย่างเดียว ถ้าได้แค่นั้นมันไม่คุ้ม เฉพาะค่า production ก็เป็นแสน รวมค่าเวลาอีก โทษ ๆ เราก็มีโอกาสได้ใช้เงินจำนวนมาก แล้วก็ผลิตรายการออกมาให้คนนับแสนนับล้านดู ทำไมเราไม่ใช่โอกาส พี่ถือว่าตรงนี่คือโอกาสที่เราจะทำอะไรให้สังคมก็ได้”

“...รายการสำหรับครอบครัว อย่างน้อยมันก็เป็นตัวอย่างได้ เพราะว่ารากฐานที่สำคัญจริง ๆ ของสังคมมันอยู่ที่บ้าน ปิรามิดนะฐานมันก็คือบ้าน จุดเล็ก ๆ ที่จะรวมเป็นสังคมก็คือบ้าน คือครอบครัว แต่ละครครอบครัว ซึ่งถ้าเราสามารถทำรายการที่สร้างกระแสครอบครัวขึ้นได้ พี่ว่าสังคมมันจะดี..”

ด้วยแนวความคิดนี้เอง รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเพื่อสร้างความรัก ความเข้าใจ และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นภายในครอบครัวรายการหนึ่งจึงได้ปรากฏสู่สายตาผู้ชม



“...อีกอย่างหนึ่ง ภาพของดาราคมนองไม่เห็นในเรื่องของความ  
 กตัญญู ไม่มีใครรู้หรือบางคน ดาราบางคนมาจากครอบครัวที่เป็น  
 ศูนย์ คนจะมองว่าดาราทูหระ มีชีวิตที่สุขสบาย แต่ไม่รู้ว่าจะมีวันนี้  
 เค้ำพยายามมากแค่ไหน เค้ำไม่ใช่ nine to five เค้ำทำ 24 ชม. เค้ำทำ  
 เพื่อใคร เค้ำไม่ได้ทำเพื่อตัวเค้ำเอง แต่เค้ำมีสิ่งที่จะต้องรับผิดชอบคือพ่อ  
 แม่พี่น้องอีกตั้งไม่รู้กี่คน ตรงนี่คือมุมมองที่จะให้คนดูว่า จะดูเอาสนุก  
 หรือเอาแง่คิด เราไม่สามารถไปบังคับเค้ำได้ แต่ส่วนหนึ่งคือเรา  
 พยายาม”

### การดำเนินกลยุทธ์ (กลวิธี) ในการสร้างสรรค์รายการ

คุณจินดาหระ กล่าวถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของรายการ ว่า

“สิ่งที่ทำให้คนพูดถึงเที่ยงวันกันเอง หนึ่งคือ รูปแบบรายการ  
 สองคือ แนวทางการนำเสนอ และสามคือพิธีกร”

คำกล่าวข้างต้นแสดงถึงการวางกลยุทธ์ของรายการ โดยกลยุทธ์และการดำเนินกลยุทธ์  
 ของรายการเที่ยงวันกันเอง มีดังต่อไปนี้

#### 1. กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน

การทำให้รายการเป็นที่จดจำ และได้รับความนิยมจากผู้ชม รายการจะต้องมีจุดขายที่  
 สามารถดึงดูดผู้ชม (Compelling Selling Point) รายการเที่ยงวันกันเองจัดได้ว่าเป็นรายการที่มี  
 จุดขายที่ชัดเจนและโดดเด่น คือ เรื่องของความซาบซึ้งประทับใจระหว่างศิลปินดารา และ  
 ครอบครัว ซึ่งจุดขายดังกล่าวนี้ไม่มีให้เห็นบ่อยนักในรายการโทรทัศน์บ้านเรา ส่งผลให้รายการได้  
 ได้รับความนิยมและออกอากาศติดต่อกันเป็นเวลา 6 ปี คุณจินดาหระ เล่าว่า

“สิ่งที่คนดูนึกถึงเราจะเป็นเรื่องของความซาบซึ้ง ความประทับใจ  
 เที่ยงวันกันเองจะเป็นรายการที่ได้ชื่อว่าเรียกน้ำตาคน โดยความ  
 ตั้งใจจริง ๆ ไม่ได้ต้องการให้เค้ำมาร้องไห้ แต่เรากำลังพูดความจริงกัน  
 ถ้าชีวิตเค้ำสนุกก็ไม่จำเป็นต้องไปหาเรื่องมาให้เค้ำร้องไห้ ส่วนมาก  
 เรื่องราวมันจะพาไปเอง และ feeling ของคนมันจะขึ้นมาเองมากกว่า”

“คนที่เราเชิญมาก็เป็นศิลปิน ซึ่งความอ่อนไหวของเค้าก็มีมากกว่าคนทั่วไปอยู่แล้ว เรื่องเดียวกันถ้าให้เราหรือคนธรรมดาไปแล้ว อาจจะไม่ร้องก็ได้ แต่ด้วยความที่เค้าเป็นดารา เป็นคน *sensitive* เป็นคนอ่อนไหว โดย *character* ของคนที่เป็นศิลปินมันก็ไหวตามไป แต่ถ้าถามว่าจำเป็นต้องไปจิกม๊ยะ ไม่นะ... ที่ว่าคนเราที่จะร้องให้มันมีอยู่ 2 เรื่อง คือ ทุกข์ใจ กับ สุขใจ ปิติ เหมือนกับลูกร้องเพลงให้แม่ ถ้าแม่เค้าจะร้องให้ เค้าไม่ได้ทุกข์ใจนะ เค้าดีใจ เค้าดีใจ เป็นเรื่องของความประทับใจ”

ดังนั้นผู้ที่ติดตามชมรายการเที่ยงวันกันเองเป็นประจำ มักเคยชินกับภาพความประทับใจระหว่างดารากับครอบครัว ในช่วงท้ายรายการจะเป็นช่วงที่น่าเสนอเรื่องราวของดารากับความไม่เข้าใจของครอบครัว ในช่วงนี้พิธีกรจะเปิดโอกาสให้ดาราับเชิญพูดถึงความไม่เข้าใจ หรือความน้อยใจที่มีต่อพ่อแม่ ในขณะที่เดียวกันก็เปิดโอกาสให้พ่อแม่ได้อธิบายในสิ่งที่ลูกไม่เข้าใจ ช่วงเวลานี้เองที่พ่อแม่ลูกจะได้ปรับความเข้าใจกันและได้พูดความในใจที่มีต่อกัน ลูกบางคนที่ไม่เข้าใจพ่อแม่ ผิดมาตลอด จะมีโอกาสขอโทษและพูดความรู้สึกที่แท้จริงของตนที่มีต่อครอบครัว ซึ่งพ่อแม่หลายคนก็ตื่นต้นกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจนกลั้นน้ำตาไว้ไม่อยู่ และผู้ชมรายการจำนวนไม่น้อยที่ติดตามชมรายการเพราะอยากเห็นภาพความประทับใจเหล่านี้

คุณจินดาหราเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า

“ครอบครัวอยู่ด้วยกันทุกวัน มันมีเรื่องบางเรื่องที่ไม่เคยพูดกัน เช่น เรื่องของความรู้สึก ดาราบางคนอาจจะรู้สึกน้อยใจพ่อแม่มาตลอด ซึ่งเค้าไม่เคยพูดและตัวเค้าเองก็ไม่เคยถามเหตุผล จนพิธีกรถามว่า โอเค.. มีเรื่องตรงนี้ใช่ไหม ? ทำไมถึงเกิดขึ้น ? พ่อแม่จะได้อั้วว่า เออ..ลูกคิดอย่างนี้เหอ ในขณะที่เดียวกันเราก็จะถามพ่อแม่ว่า ถ้าเกิดเค้ารู้ว่าลูกเค้าคิดอย่างนี้แล้วเขาจะทำอย่างไร ผิดพลาดอะไรกัน ขอโทษ เสียใจกันได้ เราต้องการจะบอกว่าดาราก็คือคน ชีวิตเค้าก็เหมือนคนปกติทั่วไป”

## 2.กลยุทธ์การสร้างความสนใจ

2.1รูปแบบรายการ รายการที่ขงวันกันเองมีรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างสนทมาบ้านเทิงหรือทอล์คโชว์ (Talkshow) และเกมโชว์ จากการวิเคราะห์สภาพปัจจัยแวดล้อมภายนอกเกี่ยวกับการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวทำให้ทีมงานผู้ผลิตรายการทราบว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่ยังให้ความสนใจและนิยมชมชอบรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง โดยเฉพาะเกมโชว์ ผู้ผลิตรายการที่ขงวันกันเองจึงได้ผนวกความเป็นเกมโชว์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของรายการเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยให้ครอบครัวคิดป็นดาว่ามีกาตอนปัญหาและสะสมคะแนนเพื่อเปิดแผ่นป้ายสะสมเงินรางวัล นอกจากนี้ความเป็นเกมโชว์ยังเอื้อประโยชน์ต่อรายการด้านการให้การสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย

คุณจินดาหาว กล่าวถึงที่มาของการจัดทำรายการที่ขงวันกันเองในรูปแบบที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบันว่า

“ทำทอล์คโชว์ล้วน ๆ มันจะน่าเบื่อ คืออยู่ดี ๆ เขาคน ๆ หนึ่งมาตั้งแล้วก็พูดเรื่องราวชีวิตของเค้าไปเรื่อย ๆ แต่ต้องการสร้างความรู้สึกให้สนุกขึ้นมาชนิดนึงเลยทำเป็นเกมโชว์ อีกเรื่องคือเรื่องของการขายโฆษณา โดยความเป็นเกมโชว์เราทำโน่นทำนี่ได้อีกตั้งเยอะ แต่เราเน้นความเป็นทอล์คโชว์อยู่แล้ว การทำเป็นเกมโชว์คือส่วนเสริมเล็ก ๆ เหมือนกับเป็นเงินติดกระเป๋าเล็ก ๆ โอเค คุณเล่าเรื่องราวชีวิตแล้วเราก็ให้อะไรคุณติดกระเป๋ากลับไป แทนที่จะได้ค่าตัว 2 หมื่นบาท แต่เราพาคคุณมาลุ้นอีกชนิดหนึ่งคือให้คุณเปิดแผ่นป้าย คือความเป็นเกมโชว์ทั้งรายการมีความเป็นเกมโชว์อยู่ประมาณ 5 นาที นิดเดียวเอง จริง ๆ ก็คือ ทอล์คโชว์ แต่บวกเกมโชว์เข้าไปเพื่อให้มีผลทางการโฆษณาเท่านั้นเอง”

2.2ผู้ร่วมรายการ บนพื้นฐานของความเป็นจริง ประชาชนทั่วไปมักให้ความสนใจกับเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะเรื่องราวประวัติชีวิตของดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง รายการที่ขงวันกันเองจึงสื่อสารเรื่องการส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของสถาบันครอบครัวโดยผ่านดารา นักร้อง นักแสดง สาระประโยชน์ที่ผู้ชมรายการจะได้รับจึงมักแทรกอยู่ในเรื่องราวในประสบการณ์ชีวิตของดารานักแสดงเหล่านั้น

คุณจินดาหรรษา จิระคุณ เล่าถึงกลยุทธ์ในข้อนี้ว่า

“เที่ยงวันกันเอง เป็นรายการที่เน้นเรื่องราวในครอบครัว จุดประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ แล้วก็มีการยก case ของคนมาเป็นตัวอย่าง โดยเลือกคนที่อยู่ในความสนใจ เช่น ดารา นักร้อง หรืออะไรก็ตามที่ หนึ่ง เราเล่นเรื่องความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องดาราของคุณ คนมักจะอยากรู้อยากเห็นเรื่องราวของดารา แต่ถ้าเราเล่นเรื่องทั่วไปมันก็ยังไม่ได้ให้อะไรกับสังคม ก็เลยหยิบเรื่องของครอบครัวมาเล่น เพราะมันนำศึกษา อย่างในเรื่องของบางครอบครัวมีบทเรียนที่ทำให้บางคนเอาไปใช้ได้ โดยส่วนใหญ่จะมีมุมมองให้เห็น”

“...เราต้องการจะบอกว่าดาราก็คือคน ชีวิตเค้าก็เหมือนคนปกติทั่วไป เรื่องที่เราเอามาเปิดเผยก็เป็นเรื่องของความรัก ความรักที่น่ารัก ๆ เรื่องตอนเด็ก ๆ ที่เค้าเคยทำของ ทำอะไรให้พ่อแม่ พ่อแม่ก็จะเอามาให้ดู ทำเมื่อตอน 5 ขวบ บางคนไม่เคยรู้เลยว่า ตั้งแต่เค้าอายุ 5 ขวบ จนถึง 30 เนี่ย แม่เก็บของชิ้นนี้เอาไว้ 25 ปี แล้วจำเรื่องราว จำ detail จำคำพูดได้ทุกอย่าง มันเป็นเรื่องของการสร้างความรู้สึกที่ดีในครอบครัว”

ดังนั้นผู้ร่วมรายการหรือแขกรับเชิญในรายการเที่ยงวันกันเองจึงมักเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยส่วนใหญ่จะเป็นดารา นักร้องนักแสดงที่กำลังเป็นที่สนใจหรือกำลังมีผลงานอยู่ในช่วงเวลานั้น ๆ โดยที่เรื่องราวชีวิตของบุคคลเหล่านั้นจะต้องให้ข้อคิดและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมโดยเฉพาะในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว คุณจินดาหรรษากล่าวว่า

“โจทย์ของพีมีแคว่ว่า **เค้าเป็นคนที่อยู่ในความสนใจหรือเปล่า จะครอบครัวสมบูรณ์หรือแห้ววันก็เอามาออก ไม่ว่าครอบครัวเค้าจะเป็นลักษณะไหนก็ตามที่ อยู่ที่เราพยายามจับประเด็นให้เค้าว่า คนดูดูแล้วจะได้อะไรจากชีวิตเค้า**”

คำบอกเล่าของผู้ควบคุมการผลิตสอดคล้องกับผลการติดตามชมเทปรายการโทรทัศน์ซึ่งออกอากาศในเดือนกันยายน 2541 โดยผู้วิจัยพบว่า ดารารับเชิญในช่วงดังกล่าวจัดได้ว่ากำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน กล่าวคือ

- สัปดาห์ที่ 1 ออกอากาศ 5 ก.ย. 41  
 ดารารับเชิญคือ วุฒินันท์ ภิรมย์ภักดี  
 เป็นทายาทบุญรอดบริวเวอรี่ และกำลังมีผลงานเพลง
- สัปดาห์ที่ 2 ออกอากาศ 12 ก.ย.41  
 ดารารับเชิญคือ คิมเบอร์ลี ฮูเวอร์  
 กำลังมีผลงานละครเรื่อง ฉลุย ทางไทยทีวีสีช่อง 3 และเป็นนางแบบ  
 โฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
- สัปดาห์ที่ 3 ออกอากาศ 19 ก.ย. 41  
 ดารารับเชิญคือ นवलปรานค์ ตรีชิต  
 เป็นดารานางแบบชื่อดังในอดีต เพิ่งเดินทางกลับจากสหรัฐอเมริกาหลัง  
 จากไปใช้ชีวิตที่นั่นนานหลายปี  
 และกำลังมีผลงานด้านการแสดงทางไทยทีวีสีช่อง 3
- สัปดาห์ที่ 4 ออกอากาศ 26 ก.ย. 41  
 ดารารับเชิญคือ ณัฐนันท์ คุณวัฒน์  
 เป็นนักแสดงหน้าใหม่ที่มาแรง และกำลังมีผลงานละคร

2.3 แนวทางการนำเสนอ ความน่าสนใจของรายการของเที่ยงวันกันเองเกิดจากแนวทางการนำเสนอเรื่องราวความประทับใจที่เกิดขึ้นในชีวิตของคนดัง โดยมีการแบ่งการนำเสนอเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงชีวิตในวัยเด็ก ช่วงวัยทำงาน และช่วงสุดท้ายคือช่วงความผูกพันและความประทับใจระหว่างคนดังกับครอบครัว ซึ่งเรื่องบางเรื่องเป็นเรื่องที่ไม่เคยได้รับการเปิดเผยมาก่อน ทำให้ผู้ชมติดตามชมรายการด้วยความสนใจ คุณแซมเล่าว่า

“จุดประสงค์ในการทำรายการ คือ ขาย climax ให้ได้ เริ่มจากช่วงที่สนุกที่สุดในวัยเด็ก ช่วงในการทำงาน และสุดท้ายเป็นช่วงความรัก ความผูกพันซึ่งที่สุดของความสุข ความซาบซึ้ง ประทับใจหรือความผูกพันของบางคนบางครั้งก็มีน้ำตา”

2.4 พิธีกร คุณยุรนันท์ ภมรมนตรี พิธีกรของรายการ มีบทบาทในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมรายการได้เป็นอย่างดี เนื่องจาก

1. การเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง ทำให้มีผู้ชมจำนวนมากเฝ้าติดตามชมผลงาน นอกจากนี้ความเป็นนักแสดงยังเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินรายการอีกด้วย ซึ่งประเด็นนี้คุณแซมเล่าว่า

**“ความเป็นนักแสดงช่วยพี่ในเรื่องของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าว่าตรงนี้จะทำอย่างไร เช่น ช่วงสุดท้ายของรายการจะเป็นเรื่องของครอบครัวกับความไม่เข้าใจ อ่านข้อมูลแล้วก็เหมือนนิยายเรื่องหนึ่ง เราจะซึมซับมาก ต้องศึกษาว่ามันเกิดอะไรขึ้น แล้วถ้าเป็นเราเราจะทำอย่างไร ตรงนี้แหละ คือการใช้ความเป็นนักแสดงและเรchnerรู้ถึงปัญหาต่าง ๆ ”**

2. ความสามารถเฉพาะตัว พิธีกรรายการเที่ยงวันกันเองต้องมีความรู้สึกร่วมกับแขกรับเชิญ เพราะนอกจากเรื่องราวที่พูดคุยในรายการจะเป็นข้อเท็จจริงแล้วยังเป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกของแขกรับเชิญที่เกิดขึ้น ณ เวลานั้น การเข้าใจถึงความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์ จะทำให้การดำเนินรายการ และการสัมภาษณ์พูดคุยเป็นไปอย่างราบรื่น เหมาะสมกับจังหวะและโอกาส

คุณแซมเล่าถึงการทำงานว่า

**“การทำงานแรก ๆ ยาก จะทำยังไงให้ครอบครัวเค้ารู้สึกคุ้นเคยกับเราและรู้สึกสนิทสนมจังเลย แคะเอาดารามาคุยเฉย ๆ มาทอล์คกันมันง่าย เค้ารู้ว่าควรจะทำอย่างไรเพราะเป็นศิลปิน แต่ทำไงให้พ่อแม่ไว้ใจที่จะพูด จะคุย จะเล่า เรื่องในบ้านให้เราฟัง เพราะเรื่องในบ้านบางทีก็ไม่ใช่เรื่องที่จะมาเล่าให้ใครต่อใครฟัง”**

**“เค้าต้องเชื่อมั่นซิว่า พี่องเรื่องนี้แล้ว พี่แซมซึ่งเป็นพี่ในวงการช่วยเตือนน้องหน่อยนะ ช่วยแนะนำน้องนะ ทำให้เค้ารู้สึก อย่างน้อยไม่ใช้พี่น้องในครอบครัว ก็เป็นพี่น้องในวงการ ชึ่งเรากลมกลืนกับเค้ามาก เค้ายังแฮปปี้ ต้องสร้างความไว้ใจให้เกิดขึ้นให้ได้ แรก ๆ ขนาดต้องนัดให้มาก่อนเวลา มากินข้าวกัน สร้างความเป็นกันเอง**



อย่างกลัวพี่เลย พี่ไม่ใช่คนอื่นนะ มา open มาคุยกัน ได้ผลมาก บางครอบครัวต้องซื้อใจกันนานมาก กว่าพ่อแม่เค้าจะรู้สึกว่าเราโอเคจริง ๆ”

คุณแซมยกตัวอย่างการทำงานซึ่งต้องใช้เทคนิคพิเศษส่วนตัวเพื่อให้การบันทึกรายการเป็นไปอย่างราบรื่นว่า

“...อย่าง โกะตี้ แม่เค้าไม่ออก ยังไงก็ไม่ออก เค้าเพิ่งทะเลาะกับพ่อมา เค้านั่งร้องไห้ เค้าไม่ออก ลูกเสียใจมาก ลูกก็ร้องไห้ อุตสาห์ไปรับแม่มาทั้งที่แม่เมา ลูกออกกับพ่อ ก็ขึ้นซิม พี่ก็สั่งพักรักษาแล้ว ก็เดินไปหาแม่เค้าพูดกับแม่เค้าว่า เนี่ยนะ โกะตี้ ดีกว่าที่คิดไว้เยอะเลย วันนี้ออกทีวีเค้ามีความสุขจะตาย แม่น่าจะออกกับเค้าสักหน่อยนะ อย่างน้อยเค้าจะได้ดีใจว่าตัวเองก็มีพ่อแม่ครบเหมือนกับคนอื่นเค้า แม่ไม่ต้องกลัวไม่สวยนะ เดี๋ยวจะให้ช่างแต่งหน้าเค้าจัดการให้ พี่ก็พาเค้าไปห้องแต่งตัว สั่งช่างแต่งหน้าว่า ทำให้แม่สวยที่สุด พยายามทำให้เค้ามั่นใจและรู้สึกว่าเค้ามีค่าสำหรับลูกเค้า ไม่ใช่ตัวตอออกมาฮินให้คนหัวเราะ ทำเออะ ไม่ใช่ทำเพื่อใครก็ทำเพื่อลูก ลูกเข้าน่ารัก ลูกเค้าหล่อ เค้าก็ทำ เทปนั้นออกมาก็น่ารักมาก”

ผู้ควบคุมการผลิต อธิบายถึงจุดเด่นของพิธีกรของตนเองว่า

“พิธีกรโดยตัวเค้านั้นเป็นคนทำการบ้าน แล้วโดยข้อมูลที่ให้ไปเค้าสามารถจับประเด็นได้ สามารถที่จะถ่ายทอดออกมาได้ ให้แขกรับเชิญไวใจและเล่าออกมาได้ คือโดยตัวพิธีกรไม่ใช่สักแต่ถาม ถาม ถาม แล้วจบ แต่รายการที่เขยวันกันเองมันจะต้อง share ความรู้สึกกับคนที่มาออกได้ ซึ่งไม่ใช่พิธีกรทุกคนที่ทำได้ การ share ความรู้สึก การมีอารมณ์ร่วมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้รายการมัน work”

3. ภาพความเป็นจริงทางสังคมของพิธีกร ความเป็นคนสนุกสนานของคุณแซมช่วยสร้างสีสันให้กับรายการ คุณแซมจะมีกลวิธีในการสร้างความสนุกสนานในระหว่างการสนทนากับดาวารับเชิญและครอบครัวได้อย่างกลมกลืน เป็นธรรมชาติ นอกจากนี้การประสบความสำเร็จด้านชีวิตครอบครัวยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือต่อการเป็นพิธีกรรายการเพื่อครอบครัวอีกด้วย คุณแซมกล่าวถึงการเป็นพิธีกรในรายการที่เขยวันกันเองว่า

“พี่เป็นเหมือนตัวกลาง เป็นตัวแทนระหว่างศิลปินดารามา ออก เพราะทุกคนจะเรียกเรา รุ่นน้องก็เป็นพี่ รุ่นพี่ก็เป็นน้อง เพราะ ฉะนั้นเราจะเป็นตัวแทนของดารานั่นเอง ในทางกลับกันเราก็เป็นตัว แทนของคนดูด้วยว่าทำอะไรจะให้ความกลมกลืนมากที่สุด เช่น การเชื่อมพ่อกับลูก เพราะเราก็เป็นพ่อคน ในขณะที่เขาก็น่าจะเป็น ลูกเหมือนกัน เพราะฉะนั้นมันจะเป็น position ที่พอดีว่า พ่อ ทำไมทำ อย่างนี้กับลูก ลูกทำไมคิดอย่างนี้ พี่ก็ผ่านการคิดมาก่อน จึงพอจะรู้ว่า ทำอย่างไรให้พ่อแม่ลูกประสานกันได้ แล้วก็สื่อให้คนดูเห็นว่า เห็นมั้ย คำยังเป็นอย่างนี้ แล้วคุณละ ทำไมไม่ทำ..”

“...พี่จะเป็นอะไรที่เป็นตัวของตัวเองมาก จะ present ตลอด เวลาไม่ได้ โดยเฉพาะรายการที่อยู่นาน ๆ อย่างนี้ จะมา present กันไม่ ได้ อย่างภาพครอบครัวที่อบอุ่น พี่เป็นอย่างไรคนก็รับรู้อยู่ ไม่ต้อง present ว่าตัวเองเป็นคนสนุกสนานอะไรด้วย ที่สำคัญเราจะต้องดึง หัวใจของรายการออกมาให้ได้ว่ารายการกำลังจะสื่ออะไร”

ผู้ควบคุมการผลิต กล่าวเสริมในประเด็นนี้ว่า

“จริง ๆ ก็คือ คำเป็น คำแสดงบทบาทโดยทีมงานไม่ต้องเข้าไปยุ่ง โดยส่วนหนึ่งเราไปอาศัยความเป็นตัวคำ”

### 3. กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน

ตั้งที่ได้กล่าวแล้วในตอนต้นว่า รายการที่เขย่งวันกันเอง วางกลยุทธ์ไว้ที่ความอยากรู้อยาก เห็นเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียง จุดประสงค์คือต้องการให้ผู้ชมรายการเกิดการเรียนรู้จากแม่แบบซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เขาได้ชมจากสื่อมวลชน

คุณยุรนันท์ พิธีกรของรายการเล่าว่า

“รายการจะพยายามยกปัญหาให้เห็นว่า ไขปัญหาที่ว่ามัน รุนแรง ลองมาดูครอบครัวอื่นดูบ้าง ครอบครัวอื่น คำโดนอะไรที่ หนักหนากว่านี้ด้วยซ้ำ เพราะฉะนั้นรายการนี้จะบอกใคร ๆ อีก

หลาย ๆ คน ว่า จงต่อสู้เถอะ ที่จำเป็นต้องใช้ดาราทั้งหมด ต้องใช้คนที่คนรู้จักทั้งหมด เพื่อเป็นตัวแทนให้ได้ทราบว่าเรื่องราวทั้งหมดเกิดขึ้นจริง ถ้า make ขึ้น เอาเรื่องคนใดคนหนึ่งมาพูด บางทีคนเค้าก็ไม่เชื่อ หรือกว่าเรื่องเหล่านี้มันเกิดขึ้นจริง”

#### 4. กลยุทธ์การมีส่วนร่วม

เพียงวันกันเอง มีการทำกิจกรรมพิเศษเพื่อตอกย้ำเรื่องสถาบันครอบครัวแก่ผู้ชมด้วยการจัดทำ “โครงการครอบครัวในดวงใจ” โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมทงบ้านร่วมส่งไปรษณียบัตรลงคะแนนให้กับครอบครัวดาราที่ตนเองประทับใจมากที่สุดจากการชมรายการ ครอบครัวดาราที่ได้คะแนนเสียงสูงสุดจะได้รับรางวัลครอบครัวในดวงใจประจำปีนั้น ๆ ผู้ชมที่ลงคะแนนให้ครอบครัวที่ชนะการโหวต จะได้รับรางวัลจากการจับไปรษณียบัตรหาผู้โชคดี

กว่าที่ผู้ชมจะลงคะแนนให้กับครอบครัวดาราครอบครัวใดครอบครัวหนึ่ง ย่อมหมายถึงว่า เขาจะต้องเกิดความประทับใจกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับชีวิตของดาราคคนนั้น เขาต้องสามารถจดจำเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ และอาจจะนำบทเรียนที่ได้จากประสบการณ์ชีวิตดาราที่เขาชื่นชอบไปปรับใช้เพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเองและครอบครัว

ผู้ควบคุมการผลิตแสดงทัศนคติเกี่ยวกับผลที่คาดว่าจะเกิดจากกิจกรรมนี้ว่า

“มันอาจช่วยเปลี่ยนแปลง สร้างทัศนคติได้ เชื่อว่าทำได้ แต่ไม่ใช่ 100 % แค่ 10 % ก็ดีแล้ว 5 % ก็ถือว่าประสบความสำเร็จ ไม่ได้หวังว่าจะเปลี่ยนโลกด้วยสื่อ แต่หวังว่าคนดูล้านคนมีสัก 2 ครอบครัวที่ดูแล้วเอาใช้ได้กับชีวิตตัวเองแล้วได้ผล ก็ดีแล้ว ในส่วนตัวที่ถือว่าประสบความสำเร็จ การจะเปลี่ยนความคิดคนได้มันจะต้องมีอะไรหลายอย่างมารองรับ อย่างเช่น attitude ของคนอื่น สภาพแวดล้อมทางสังคม ปัจจัยอีกประมาณ 100 อย่าง แต่เราจุดประกายได้”

## 5. กลยุทธ์สาระบันเทิง (Edutainment)

รายการเที่ยงวันกันเอง ใช้กลยุทธ์นี้โดยนำเสนอสาระข้อคิด เรื่องการส่งเสริมสถาบันครอบครัวผ่านคำบอกเล่าประสบการณ์ชีวิตครอบครัวของดารานักแสดงซึ่งเป็นที่รู้จักในช่วงทอล์คโชว์ และเพิ่มสีสันความสนุกสนานในการติดตามชมรายการโดยให้ดาราที่มาร่วมรายการและครอบครัวตอบปัญหาทายใจกันเพื่อสะสมคะแนนและเปิดป้ายสะสมเงินรางวัลในช่วงท้ายรายการ

คุณจินดาหรา ซึ่งเป็นผู้ควบคุมการผลิตรายการ กล่าวว่

“...คนมักจะอยากรู้ อยากเห็นเรื่องราวของดารา แต่ถ้าเราเล่นเรื่องทั่วไปมันก็ยังไม่ดีให้อะไรกับสังคม ก็เลยหยิบเรื่องของครอบครัวมาเล่นเพราะมันน่าศึกษา อย่างในเรื่องของบางครอบครัวมีบทเรียนที่ทำให้บางคนเอาไปใช้ได้ โดยส่วนใหญ่จะมีมุมมองให้เห็น”

ส่วนผู้ดำเนินรายการได้กล่าวถึงนารูปแบบของเกมโชว์มาใช้ในรายการว่า

“เที่ยงวันกันเองไม่กล้าใช้คำว่าเกมโชว์ จริง ๆ มันเป็นทอล์ค แต่มันมีการเปิดแผ่นป้ายขึ้นมาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ มีการลุ้น เป็นโบนัส เกิดการขยับแผ่นป้ายได้ ทำให้รายการมีลักษณะเป็น commercial”

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บ้านหลังนี้เรามีจริงใจ มีความหอมละไมของความรักของเรา

บ้านหลังนี้ : บ้านเลขที่ ๕

“บ้านเลขที่ ๕” เป็นรายการปกิณกะสาระบันเทิง หรือ วาไรตี้ (Variety) เนื่องจากมีเนื้อหาทั้งสาระและความบันเทิงประกอบกัน เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อ 1 ตุลาคม 2535 ปัจจุบันออกอากาศสัปดาห์วันจันทร์ - ศุกร์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เวลา 7.00 - 9.00 น.

กลุ่มเป้าหมายของรายการ ประกอบด้วย

- 1.กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มแม่บ้าน อายุ 25 ปีขึ้นไป
- 2.กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ กลุ่มคนทำงานและเจ้าของกิจการต่าง ๆ ที่มีโอกาสดูโทรทัศน์ในช่วงเช้านอกจากบ้านไปทำงาน

เนื่องจากมีเวลาออกอากาศถึง 2 ชั่วโมง รายการบ้านเลขที่ ๕ จึงได้นำเสนอเนื้อหาโดยจัดแบ่งเป็น 17 คอลัมน์ (จำนวนคอลัมน์อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินรายการและกระแสความสนใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลานั้น ๆ) ซึ่งในเดือนธันวาคม 2541 รายการบ้านเลขที่ ๕ ประกอบด้วยคอลัมน์ต่าง ๆ ดังนี้

### 1.เปิดฟ้าเมืองไทย

เป็นการรายงานข่าวประจำวันในรูปแบบที่เป็นกันเอง โดยพิธีกรจะหยิบยกภาพข่าวต่าง ๆ จากหน้าหนังสือพิมพ์รายวันขึ้นมาแนะนำเสนอแก่ผู้ชมในลักษณะการเล่าสู่กันฟัง ข่าวที่นำมาเสนอนั้นส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเบา ๆ หรือข่าวเหตุการณ์ที่สร้างอารมณ์ขันแก่ผู้ชม

### 2.มาเชื่อมมาเยือน

นำเสนอเรื่องราวชีวิตของบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงสังคม อาทิ ศิลปินดารา, นักร้องนักแสดง, นักธุรกิจ, นักการเมือง รวมถึงบุคคลเด่นในข่าวหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเพื่อให้ผู้ชมรายการสามารถนำประสบการณ์และเกร็ดชีวิตของแขกรับเชิญไปปรับใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน

### 3.เที่ยวทั่วไทยกับ ททท.

เป็นสารคดีท่องเที่ยวสั้น ๆ ออกอากาศทุกวันอังคารและวันพุธ มีพิธีกรนอกสถานที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดต่าง ๆ สอดรับกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

### 4.แม่ลูกผูกพันกับบีทาแก่น

นำเสนอเรื่องความรักความผูกพันในครอบครัวและเคล็ดลับการเลี้ยงลูกของดารานักแสดงและบุคคลที่มีชื่อเสียง

### 5.เพื่อนคู่คิด

เป็นการตอบปัญหา ซึ่งผู้ชมทางบ้านเขียนจดหมายมาขอคำปรึกษาจากวิทยากร คือ อาจารย์สุพัตรา สุภาพ จุดประสงค์เพื่อให้ผู้ชมได้มีผู้รับฟังปัญหาและมีทางออก ปัญหาส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องภายในครอบครัวของผู้ชมเอง

### 6. Amazing Beauty กับ บอดี เซพ

นำเสนอสาระความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษารูปร่างของสุขภาพสตรีให้มีความงดงามสมส่วน โดยจะเน้นในเรื่องการบริหารร่างกายควบคู่ไปกับการดูแลให้คำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ

### 7. Health and Beauty

นำเสนอวิธีการดูแลสุขภาพและความงามที่สามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง เช่น การแนะนำสูตรการทำสมุนไพรบำรุงผิวพรรณ หรือ การเลือกรับประทานอาหารเพื่อให้มีผิวพรรณที่สวยงาม

### 8. หมายประจำบ้าน

นำเสนอเรื่องราวกฎหมายใกล้ตัว โดยมีคุณเสรี สุวรรณภานนท์ เลขาธิการสภาทนายความเป็นวิทยากร ปัญหากฎหมายที่ใช้ในการสนทนาอาจนำมาจากข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามหน้าหนังสือพิมพ์ หรือจากจดหมายของผู้ชมทางบ้าน

### 9. โลกน่ารักกับสวนสัตว์พาต้า

เป็นสารคดีชีวิตสัตว์ประกอบการบรรยายที่สนุกสนาน ตอนที่ขั้วของช่วงจะมีคำถามจากเรื่องราวที่ได้นำเสนอเพื่อให้ผู้ชมทางบ้านได้ร่วมสนุก โดยโทรศัพท์เข้ามาตอบปัญหาชิงรางวัล ผู้ที่ตอบปัญหาถูก จะได้รับสิทธิ์ในการซื้อสินค้าซึ่งได้รับการสนับสนุนจากห้างพาต้าได้ในราคาเพียง 1 บาทเท่านั้น

### 10. มุมบันเทิง

นำเสนอสาระบันเทิงตามสถานการณ์และข่าวคราวที่เกิดขึ้นในวงการบันเทิงทุกประเภททั้ง ดนตรี ละคร หนังสือ และการแนะนำภาพยนตร์เด่นทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งเบื้องหลังวงการบันเทิงต่าง ๆ การฝึกซ้อมของศิลปินนักแสดง นักร้อง ความเป็นมา และบทวิเคราะห์ผลงานบันเทิงที่ได้รับการกล่าวถึงในช่วงเวลานั้น ๆ

### 11. เปิดครัวทั่วไทย

นำเสนออาหารเด่นในท้องถิ่นต่าง ๆ ทุกภูมิภาคทั่วประเทศไทยเพื่อเป็นการสร้างกระแสความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น

### 12. BRAUN Happy Healthy Day

เสนอแนะสูตรการทำอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการแนะนำเคล็ดลับเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

### 13. Happy Zone กับ ไบรท์โซน

ให้ความรู้แก่ผู้ชมเกี่ยวกับประโยชน์ของไอโซนต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และมีการแนะนำสินค้าเครื่องผลิตไอโซนซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนช่วงในตอนท้าย

### 14. นานาอาชีพ

จากสภาวะการณปัจจุบันซึ่งมีผู้ถูกเลิกจ้างและตกงานเป็นจำนวนมาก ทางรายการจึงได้นำเสนออาชีพซึ่งผู้สนใจสามารถนำไปประกอบเป็นอาชีพเสริมหรืออาชีพหลักได้โดยไม่ต้องใช้ต้นทุนในการประกอบการมากนัก เป็นการเสนอทางเลือกให้แก่ผู้ชม

### 15. อร่อยนอกบ้าน

นำเสนอร้านอาหารที่มีคุณสมบัติตรงกับสโลแกนของช่วง คือ อร่อย สะอาด บรรยากาศดี เพื่อเป็นการยกระดับสุขอนามัยของร้านอาหารทั่วไป และเป็นการแนะนำร้านอาหารสำหรับการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มเป้าหมาย

### 16. My Baby กับ เบบี้มาซด์

แนะนำเคล็ดลับในการเลี้ยงลูกของคุณพ่อคุณแม่มือใหม่ เริ่มตั้งแต่ช่วงที่คุณแม่ตั้งครรภ์จนกระทั่งถึง 1 ขวบ วิธีการปฏิบัติเพื่อให้ลูกมีพัฒนาการที่สมวัย

### 17.VIP Talk

นำเสนอสาระน่ารู้ ความรู้รอบตัวทั่ว ๆ ไปที่ประชาชนควรรู้โดยวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ดร.วิพรรณ เจริญวิชา อธิการบดี Asian University

พิธีกรหลักของรายการ ซึ่งทำหน้าที่ดำเนินรายการสด ณ ห้องส่งของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ประกอบด้วย คุณสาวตรี สามิภักดิ์, คุณยอดมยุ ภมรมนตรี และคุณตระการ พันธุมเลิศสุจี

จากการศึกษาพบว่า รายการบ้านเลขที่ ๕ ส่งเสริมสถาบันครอบครัวโดยนำเสนอสาระบันเทิงต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนำความรู้ที่ได้จากการชมรายการไปเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในครอบครัว อาทิ การแนะนำอาชีพเพื่อการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว, การแนะนำกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการใช้เวลาว่างกับครอบครัว, การดูแลสุขภาพ, การทำอาหาร และโดยเฉพาะเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัวและการเลี้ยงดูบุตร รายการบ้านเลขที่ ๕ จะให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เห็นได้จากการมีคอลัมน์เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวถึง 2 คอลัมน์ คือ My Baby กับเบบี๋มาซด์ และ แม่ลูกผูกพันกับป้าทากัน

คุณใจดาว ชักตัน ผู้ควบคุมการผลิตช่วง My Baby กับเบบี๋มาซด์ และ แม่ลูกผูกพันกับป้าทากัน อธิบายแนวคิดและรูปแบบของช่วงทั้ง 2 ว่า

“My Baby กับเบบี๋มาซด์ จะเป็นช่วงที่จัดนำขึ้นเพื่อแนะนำคุณพ่อคุณแม่่มือใหม่ เริ่มตั้งแต่ตั้งท้องจนลูกมีอายุ 1 ขวบ วิธีเลี้ยงลูกให้เป็นเด็กฉลาด เราจะบอกตั้งแต่วิธีการดูแลตัวเองทุกอย่าง ไม่ว่าจะ เป็นวิธีการออกกำลัง การบริหารร่างกายของคุณแม่ การรับประทานอาหารเพื่อให้ลูกในท้องแข็งแรง สุขภาพดี จนกระทั่งคลอด”

สำหรับช่วง แม่ลูกผูกพันกับป้าทากัน คุณใจดาวเล่าว่า

“การนำเสนอของแม่ลูกผูกพันกับป้าทากัน ใน 1 อาทิตย์จะออกอากาศ 3 วัน คือจันทร์ พุธ ศุกร์ แต่ละวันจะมี Concept ที่แตกต่างกัน อย่างวันจันทร์จะเป็นเรื่องครอบครัวคนถึง ไม่ว่าจะ เป็นดารา นักการเมือง เป็นคนที่อยู่ในความสนใจ วันพุธเป็นแนวชนคนเก่ง เป็นเรื่องเด็กที่เรียนเก่งหรือมีความสามารถในด้านต่าง ๆ วันศุกร์เป็นกิจกรรมของเด็ก ๆ และครอบครัว เป็นการแนะนำหรือนำเสนอ



กิจกรรมที่ทำร่วมกันภายในครอบครัวเพื่อให้คนในครอบครัวมีความ  
ใกล้ชิดและผูกพันกัน”

### คุณค่าของรายการ

จากการสัมภาษณ์ทีมงานผู้ผลิตรายการ พบว่า คุณประโยชน์ที่ผู้ชมรายการบ้านเลขที่ ๕ จะได้รับ คือ **สาระความรู้เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว** เนื่องจากรายการมีลักษณะ เป็นปกิณกะ (Variety) ผู้ผลิตจึงมีโอกาสนำเสนอสาระที่หลากหลายเพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้ชมและเก็บเกี่ยวไปใช้ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัว ผู้สร้างสรรค์รายการ เล่าว่า

“ในความหลากหลายของรายการ คนดูจะได้เลือกกว่าอะไรคือสิ่ง ที่เป็นประโยชน์กับเขา เราส่งเสริมในเรื่องครอบครัว เราให้ความรู้เรื่อง การประกอบอาชีพ การทำอาหาร เคล็ดลับการเลี้ยงลูก การดูแล สุขภาพ ใน 2 ชั่วโมงมีเรื่องเขอะแยะไปหมด ดูแล้วก็เลือกเอาว่าอะไรที่ ตรงใจ เป็นประโยชน์ เราไม่บังคับ คนดูเลือกได้ ที่แน่ ๆ มั่นใจได้ว่า เรื่องที่นำเสนอคนดูได้ประโยชน์แน่นอน”

### การดำเนินกลยุทธ์ (กลยุทธ์) ในการสร้างสรรค์รายการ

#### 1.กลยุทธ์การสร้างการจดจำ

สิ่งที่ช่วยทำให้รายการเป็นที่จดจำ และช่วยตอกย้ำเรื่องสถาบันครอบครัวให้แก่ผู้ชมใน รายการบ้านเลขที่ ๕ ได้แก่

1.1 ชื่อรายการ “บ้านเลขที่ ๕” สื่อความหมายถึง การเป็นรายการเพื่อครอบครัว เนื้อหาของรายการเป็นเรื่องที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว และผู้ชมสามารถ ติดตามชมรายการได้ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

1.2 การวางบทบาทพิธีกร รายการพยายามสร้างเอกลักษณ์ความเป็นครอบครัวโดยสร้าง ภาพของผู้ดำเนินรายการทั้ง 3 เสมือนคนในครอบครัวเดียวกันโดยคุณยอดมณี ภรรยาคนแรก ภาพของพี่ชายคนโตของบ้าน, คุณสาวตรี สามิภักดิ์ เสมือนพี่สาวคนรอง และคุณตระการ พันธุ์

มเลศรุจี แทนภาพของน้องชายคนเล็ก ซึ่งพิธีกรของรายการคือคุณยอดมุนและคุณตระกูลได้พูดถึงบทบาทของตนในรายการตามลำดับ ดังนี้

“คนดูจะติดภาพของพี่เหมือนเป็นพี่ใหญ่ในบ้าน เป็นภาพที่วางกันมา 7 ปีแล้ว คงเป็นอย่างอื่นไปไม่ได้ การนำเสนอของพี่ก็จะเป็นมุมมองของคนที่ไม่ค่อยจะ เย็นหน่อย Cool หน่อย”

“บทบาทของเราก็คือเด็กวัยรุ่น คนมีไฟ คนรุ่นใหม่ ตัวเองจะเหมือนตัวเองเป็นคน ๆ หนึ่งในครอบครัว”

1.3การจัดบรรยากาศในการนำเสนอ การตกแต่งภาพครอบครัวหรือความเป็นบ้านในรายการบ้านเลขที่ ๕ สื่อด้วยรูปแบบการจัดฉากซึ่งค่อนข้างจะเป็นเอกลักษณ์ คือ จัดเป็นห้องต่าง ๆ ของบ้าน ดังต่อไปนี้

-ฉากสวนหน้าบ้าน ใช้สำหรับสนทนาในช่วงเปิดฟ้าเมืองไทย, ทนายประจำบ้าน และเพื่อนคู่คิด

-ฉากห้องนั่งเล่น ใช้สนทนาในช่วงมาเยี่ยมมาเยือน และช่วงสัมภาษณ์สดอื่น ๆ ที่ค่อนข้างต้องการความเป็นทางการ เพราะบรรยากาศจะเหมือนห้องรับแขกในบ้านใช้ต้อนรับแขกรับเชิญของรายการ

-ฉากห้องครัว ใช้สำหรับสาธิตการประกอบอาหารง่าย ๆ ที่คุณแม่บ้านสามารถทำให้สมาชิกในครอบครัวรับประทานร่วมกันในวันหยุดสุดสัปดาห์

เอกลักษณ์ที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งในรายการบ้านเลขที่ ๕ คือการที่พิธีกรของรายการพยายามเน้นย้ำว่าความเป็นบ้านและครอบครัว ด้วยการแทนคำว่ารายการ ด้วยคำว่า “บ้าน” อาทิ

“แขกรับเชิญที่มาเยี่ยมบ้านเราในวันนี้”

“ใครจะดูสูตรอาหารไม่ทันเขียนจดหมายมาถามที่บ้านเราก็ได้นะคะ”

## 2. กลยุทธ์การสร้างความสนใจ

รายการบ้านเลขที่ ๕ มีเวลาในการออกอากาศยาวนานถึง 2 ชั่วโมง ในความเป็นจริงผู้ชมอาจไม่สามารถติดตามชมรายการได้ตั้งแต่ต้นจนจบ แต่ทีมงานผู้ผลิตก็พยายามที่จะทำให้รายการมีความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ชมรายการชมรายการให้นานที่สุดโดยกลวิธีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 รูปแบบรายการ รายการบ้านเลขที่ ๕ มีรูปแบบเป็นปกิณกะสาระบันเทิง หรือ วาไรตี้ (Variety) แบ่งโครงสร้างรายการออกเป็นคอลัมน์ต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายถึง 17 คอลัมน์ ประโยชน์คือการสร้างสรรค์เนื้อหาได้อย่างไม่ซ้ำรูปแบบ ผู้ชมรายการสามารถเลือกชมคอลัมน์ต่าง ๆ ได้ตามความสนใจ

2.2 เนื้อหารายการ เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการเป็นสาระเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ , การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร เพื่อการใช้เวลากับครอบครัวในวันหยุด, การทำอาหาร, การดูแลสุขภาพ, เคล็ดลับการเลี้ยงลูก และการแนะนำอาชีพเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ครอบครัว โดยประเด็นต่าง ๆ ที่นำเสนอในรายการเหล่านี้มีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ

2.2.1 หากเป็นข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้ด้านต่าง ๆ ต้องเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจ หรือการวิพากษ์วิจารณ์ของประชาชน เน้นความสดทันเหตุการณ์เพราะเป็นรายการที่ออกอากาศสดทุกวัน

2.2.2 หากเป็นบุคคล ต้องเป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก หรือเรื่องราวชีวิตมีข้อคิดหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เน้นบุคคลในข่าว

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอยกตัวอย่างเนื้อหาที่ได้จากการติดตามชมรายการซึ่งออกอากาศในเดือนธันวาคม 2541 ดังนี้

ตารางออกอากาศรายการบ้านเลขที่ ๕ ประจำเดือนธันวาคม 2541

จันทร์ที่ 21 ธันวาคม 2541

คอลัมน์ (ช่วง)	คอน
1.เปิดฟ้าเมืองไทย	ข่าวพิธีปิดกีฬาเอเชียนเกมส์
2.มาเยี่ยมมาเยือน	แดนนักสู้หัวใจสิงห์ (แขกรับเชิญ คือโค้ชและนักฟุตบอลทีมชาติไทย)
3.เที่ยวทั่วไทยกับ ททท.	อยุธยาชายศิงฟ้า
4.แม่ลูกผูกพันกับบี ทาเกิน	ครอบครัววรัทธี ฐานะจาโร (กัญจนชูศักดิ์)
5.เพื่อนคู่คิด	วิถีคลายความเครียด
6. Amazing Beauty กับ Body Shape	วิธีลดน้ำหนักหลังคลอด
7.ทนายประจำบ้าน	ท่าอย่างไรนักกีฬาไทยจึงจะมีคุณภาพ
8.โลกน่ารักกับสวน สัตว์พาต้า	นกเขาแขก
9.มุมนั้นเท็ง	กว่าจะมาเป็นราชินีลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์ (แขกรับเชิญ : รัชนิกร พันธุ์มณี)

ตัวอย่างเนื้อหาที่นำมาแสดงเป็นตัวอย่างในที่นี้จะเห็นว่า ในช่วงเปิดฟ้าเมืองไทย, มาเยี่ยมมาเยือน, เที่ยวทั่วไทยกับ ททท., และทนายประจำบ้าน จะนำเสนอเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน คือข่าวกีฬาเอเชียนเกมส์ ซึ่งได้ทำพิธีปิดไปในวันที่ 20 ธันวาคม ในวันรุ่งขึ้นคือ 21 ธันวาคม รายการบ้านเลขที่ ๕ ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้โดยพูดคุยเรื่องข่าวพิธีปิดในช่วงเปิดฟ้าเมืองไทย, สัมภาษณ์และสนทนากับโค้ชและนักกีฬาฟุตบอลทีมชาติไทยในช่วงมาเยี่ยมมาเยือน รวมถึงมีการสนทนาเกี่ยวกับกฎหมายและนโยบายของรัฐในการสนับสนุนและส่งเสริมนักกีฬาทิมาชาติให้มีคุณภาพมากขึ้นในช่วงทนายประจำบ้าน ส่วนในช่วงเที่ยวทั่วไทยกับ

ททท. นั้นมีประเด็นการนำเสนอที่แตกต่างออกไป อย่างไรก็ตามก็ดีเรื่องที่น่าเสนอยังมีความร่วมสมัย และทันเหตุการณ์เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กำลังจะจัดงานอยุธยาศรัยฟ้า ซึ่งเป็นการจัดงานเฉลิมฉลองและแสดงความภาคภูมิใจกับการเป็นมรดกโลกของโบราณสถานในจังหวัด ในส่วนนี้ ทางผู้ผลิตมีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอ เพื่อให้ผู้ชมและครอบครัวมีโอกาสได้ใช้เวลาในวันหยุดร่วมกันโดยการไปเที่ยวพักผ่อนและหาความรู้ในงานดังกล่าว

2.3 พิธีกร พิธีกรหลักของรายการบ้านเลขที่ ๕ ทั้ง 3 ท่านล้วนเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับ ในด้านการแสดงมาก่อน ความเป็นดาราของพิธีกรทำให้มีผู้ชมสนใจติดตามชมรายการส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งคือเขาเหล่านั้นได้ผนวกเอาความสามารถในด้านการแสดงมาใช้ในการดำเนินรายการ ด้วย

คุณสาวตรี สามีภักดี กล่าวถึงข้อดีในการมาทำงานพิธีกรของนักแสดงว่า

“ต้องบอกว่าพี่ไม่ได้เป็นพิธีกรมาตั้งแต่แรก พี่เป็นคนเล่นหนัง และก็เป็นคนเล่นละคร เรื่องของชื่อเสียงพี่สะสมมาตั้งแต่ในส่วนของ การทำงานตรงนั้นมาแล้ว คนรู้จักพี่จากตรงนั้นมาก่อน อาจจะเป็นเรื่อง ง่ายนิดนึงเมื่อพี่มาทำงานพิธีกร คนจะรู้จักเลยว่าเราเป็นใคร อันนี้อาจ จะได้เปรียบ”

“...และในเรื่องของการแสดง บางที่เราสามารถกำหนดบทบาท ของตัวเองได้ เช่น ทำให้มันสนุกหน่อย น้ำเสียงให้มันเศร้าหน่อย ให้ น้ำเสียงสนุกหน่อย หรือ ความตื่นเต้นนี่เราสามารถควบคุม Control ตัวเองได้ ไม่ให้มันออกนอกหน้า คือ คุณอารมณ์อยู่ อย่างบางทีนะไอ้ โห ตื่นเต้นแทบตาย หรือ เมื่อกี้เพิ่งร้องไห้แทบตาย แต่ก็มาทำงานได้ หรือโกรธแทบตาย แต่เข้ามาเราต้องยิ้มได้ เพราะนี่คือความรับผิดชอบ ในหน้าที่การงานของเรา เราต้องทำให้ดีที่สุด เรื่องส่วนตัวเอาไว้ทีหลัง นี่คือข้อได้เปรียบของนักแสดงที่มาเป็นพิธีกร”

จากการศึกษาพบว่าพิธีกรรายการบ้านเลขที่ ๕ มีกลวิธีในการดำเนินรายการดังนี้

1. แสดงความเป็นธรรมชาติและเป็นตัวของตัวเอง เนื่องจากรายการบ้านเลขที่ ๕ เป็นรายการสดและออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เป็นเรื่องยากที่ผู้ดำเนินรายการจะควบคุม ตัวเองให้นำเสนอภาพที่ไม่ใช่ตัวตนที่แท้จริงของตนเอง ความเป็นตัวของตัวเองจะทำให้ตัวพิธีกร

เองทำงานง่ายขึ้น เนื่องจากเป็นธรรมชาติของตนเองอยู่แล้ว ไม่ต้องเตรียมตัวหรือซักซ้อมก่อนที่  
รายการจะออกอากาศมากนัก

คุณยอดมณี กล่าวว่

“เพราะบ้านเลขที่ ๕ เป็นรายการสด เชื่อได้เลยว่าพิธีกรที่นั่งตรง  
นั้นต้องเป็นตัวของตัวเอง จริงใจกับคนดู ถ้าเราจริงใจกับเค้าเหมือน  
กับเราซื้อใจคนดูได้เมื่อไหร่ เมื่อนั้นเราจะสามารถโน้มน้าวได้ แต่ถ้า  
เราสร้างให้เค้าเชื่อถือเราไม่ได้ เราไม่มีภาพแห่งความน่าเชื่อถือเลย  
ไม่ต้องแค้คนดูหรอก เจ้าของรายการก็อาจจะบอกว่า เปลี่ยนพิธีกรดี  
กว่า”

คุณสาวตรีกล่าวถึงความป็นตัวของตัวเองในการดำเนินรายการของเธอว่า

“ที่เป็นอย่างไรที่จะพูดไปอย่างนั้น สิ่งที่พูดคือสิ่งที่เกิดจากตัว  
เอง จะไม่ make ขึ้นมา เพราะโกหกไม่ใช่เรื่องดี มันจำยาก ความจริง  
คือสิ่งที่ไม่ต้องหาคำตอบว่าคราวที่แล้วพูดว่าอะไร เป็นตัวเรา พูดใน  
เรื่องจริงที่เกิดกับตัวเรา อย่าเสแสร้ง”

2. ต้องมีความรู้ลึกจุ่มต่อสิ่งที่นำเสนอ วิธีการนำเสนอรายการสำหรับครอบ  
ครัวแตกต่างจากรายการประเภทเกมโชว์หรือรายการบันเทิงเนื่องจากรายการเพื่อครอบครัวต้อง  
การให้กลุ่มเป้าหมายนำความรู้ที่ได้จากการชมรายการไปปฏิบัติ ดังนั้นพิธีกรจะต้องมีความน่าเชื่อ  
ถือและมีความรู้ลึกจุ่มไปกับสิ่งที่กำลังนำเสนอ

คุณตระกูล พันธุมเลิศรุจี กล่าวว่

“โดยหน้าที่ พิธีกรเป็นผู้นำสาร เราเหมือนสื่ออย่างหนึ่งเหมือน  
กันที่จะนำข้อความ ความคิดเห็น ทศนะต่าง ๆ ไปยังคนดู อย่างไร  
เรื่องเกี่ยวกับสถาบันครอบครัวเนี่ย อย่างน้อยเราก้ต้องนำเสนอในเรื่อง  
ที่จับต้องได้ เราต้องเห็นจริง เห็นดีเห็นงามกับมันด้วย เราถึงจะนำ  
เสนอได้อย่างแนบเนียน”

3. ต้องมีความรอบรู้ในเรื่องต่าง ๆ การแบ่งคอลัมน์ในการนำเสนอเป็น 17 คอลัมน์ทำให้เนื้อหาที่นำเสนอในรายการมีความหลากหลายสูง พิธีกรจึงจำเป็นต้องมีความรอบรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ

คุณยอดมณีให้ทัศนะในประเด็นนี้ว่า

“คนเป็นพิธีกรต้องอ่านมาก รู้มาก พูดให้น้อย เพราะเราต้องการให้แขกที่มาในรายการนั้นได้พูดอย่างเต็มที่ ถ้ารู้มาก พูดมาก ก็ไปทำ Talk show ต้องดูว่าเราทำอะไรอยู่”

คุณตระการกล่าวเสริมว่า

“การเป็นพิธีกรน่าจะได้ทำการศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่าจะไม่ได้สัมผัสด้วยตัวเองก็น่าจะได้ศึกษาจากสื่อรอบ ๆ ด้านที่เราเห็นกันอยู่ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ หรือจากการพูดคุยกับคนที่มีประสบการณ์ หรือการได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ อะไรทำนองนี้”

4. การมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รายการซึ่งออกอากาศสด มักประสบกับปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ เช่น เวลาในการสัมภาษณ์ไม่เพียงพอ, แขกรับเชิญตอบไม่ตรงประเด็น, ผู้ร่วมรายการไม่มาร่วมรายการตามที่นัดหมาย ดังนั้นพิธีกรจะต้องมีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาและทำให้รายการดำเนินไปอย่างราบรื่น

คุณยอดมณี เล่าถึงการดำเนินรายการและการแก้ปัญหาว่า

“เวลาสัมภาษณ์ใครก็ตาม ในส่วนของเรื่องผลกระทบเราก็ต้องมองด้วย กระแทกกับใคร คำผิดจริงจนขนาดเราต้องไปกระทบเค้าขนาดนั้นหรือ หรือถ้าเค้าผิดจริงเราหาทางออกให้เขาแล้วหรือยัง การทำรายการบ้านเลขที่ ๕ จะไม่ปล่อยให้แขกรับเชิญคนใดคนหนึ่งหลังชนฝา ควรจะต้องมีทางให้เค้าถอย เค้าหลบ ให้เค้าสบายใจ พูดคุยแล้วได้เสนออะไรให้คนดูทางบ้าน ถ้าพอแล้วอย่าไปจี้อะไรให้มากจนเกินไป”

คุณสาวตรี กล่าวเสริมว่า

“...รายการบ้านเลขที่ ๕ มิจันทร์ - ศุกร แล้วพี่ทำมาตั้งแต่ต้น  
ทุก ๆ วันคือการเรียนรู้ จะมีปัญหาเกิดขึ้นใหม่ ๆ ปัญหามันเกิดขึ้นได้  
ทุกวันอาจจะไม่ซ้ำกันเลย ก็พยายามทำให้มันผ่านพ้นไปให้ดีที่สุด”

5. เป็นกันเองกับผู้ชม เนื่องจากรายการบ้านเลขที่ ๕ เป็นรายการที่นำเสนอในช่วงเช้า (เริ่มออกอากาศ 07.00น.) ผู้ดำเนินรายการจะต้องสร้างความสดชื่น และทำให้ผู้ชมรู้สึกผ่อนคลายในการชมรายการ พิธีกรจึงต้องแสดงความเป็นกันเองและยิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการชมรายการของผู้ชม

คุณสาวตรี สามีกักดีเล่าถึงกลวิธีของเธอว่า

“ในส่วนตัวพี่ บุคลิก ลักษณะ Character ของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ด้วยตัวพี่เอง ที่เป็นพิธีกรที่ต้องยืนตลอดเวลา นั่นก็เป็นส่วนหนึ่ง แล้วพี่ก็เชื่อว่า น้ำเสียงก็มีส่วนสำคัญ อีกอย่างรายการไม่ใช่เฉพาะคนเมืองหลวงอย่างเดียว ยังมีคนที่อยู่ต่างจังหวัด ต้องใช้ภาษาที่ง่าย เข้าใจง่าย มีคำอธิบายที่ฟังแล้วรู้เรื่องเลย”

คุณตระการมีกลวิธีส่วนตัวคือ

“ต้นจะนำเสนอในลักษณะของการเป็นตัวแทนของวัยรุ่น สื่อสิ่ง  
ที่เราต้องการจะนำเสนอให้คนในรุ่นที่ใกล้เคียงกันเราได้รับ บางทีอาจจะ  
เป็นความคิดเห็นของเราในตอนนั้นแล้วอยากจะแบ่งปันให้คนอื่น  
เพราะฉะนั้น ภาษา การแสดงออก หรือวิธีการพูดโน้มน้าวทำให้คนเชื่อ  
จะต้องมีเทคนิคที่แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ แล้วรูปแบบรายการมันจะ  
เป็นรูปแบบที่สบาย ๆ เหมือนกับคนที่อยู่ในบ้าน เหมือนข้างบ้านกัน  
เนี่ย เข้ามาก็มาทักทาย พูดคุยกัน เพราะฉะนั้นภาษา การแสดงออก  
มันค่อนข้างจะสบาย ๆ ไม่มีรูปแบบที่เดียว”



### 3. กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน

รายการบ้านเลขที่ ๕ มุ่งส่งเสริมสถาบันครอบครัวโดยนำเสนอให้บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่าง ๆ มาเล่าถึงชีวิตครอบครัว การครองเรือน เพื่อให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้เรื่องสถาบันครอบครัวจากบุคคลเหล่านั้น จากการศึกษารายการซึ่งออกอากาศในเดือนธันวาคม 2541 พบว่ารายการบ้านเลขที่ ๕ ในช่วงแม่ลูกผูกพันกับบิดาเกิน มีแขกรับเชิญดังต่อไปนี้

14 ธันวาคม 2541	แขกรับเชิญ	ได้แก่	ครอบครัวขวัญฤดี กลมกล่อม
21 ธันวาคม 2541	แขกรับเชิญ	ได้แก่	ครอบครัววรทัช กาญจนชูศักดิ์
23 ธันวาคม 2541	แขกรับเชิญ	ได้แก่	ต่อลาภ เสธชูโสธรและน้องชาย

คุณใจดาว ชักตัน ผู้ดูแลช่วงแม่ลูกผูกพันกับบิดาเกิน เล่าถึงการเลือกแขกรับเชิญในช่วงของเธอว่า

“จะเลือกครอบครัวที่มีพ่อแม่ลูกเป็นคนดัง อาจจะมีลูก 2 - 3 คนก็ได้ แต่ถ้าในกรณีที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่นพ่อแม่แยกกัน พ่อเลี้ยงลูกคนเดียว อย่างเช่น อ่ำพล เป็นทั้งพ่อแม่ในเวลาเดียวกัน ปัญหาตรงนี้มีมันหลีกเลี่ยงไม่ได้ ครอบครัวแตกแยก คุณจะทำอะไร ทำยังไงให้ลูกรู้สึกว่าการครอบครัวไม่ได้แตกแยก ให้ครอบครัวอื่นรู้ว่าถ้าครอบครัวคุณแตกแยกอย่างครอบครัวนี้...คุณควรจะทำอย่างไรให้มันสมบูรณ์ได้”

นอกจากนี้เธอเล่ารายละเอียดของ ช่วงแม่ลูกผูกพันกับบิดาเกิน ว่า

“ตอนที่เกี่ยวกับครอบครัวคนดัง เราจะเน้นในเรื่องความรู้สึก เมื่อได้เป็นพ่อคนแม่คน อย่างครอบครัวโตโต้ ลูกตาล- ภรรยาเค้าจะบอกว่า ตอนลูกตุคนมเค้าน้ำตาซึม ไม่ได้ซึมเพราะเจ็บ แต่เกิดความรู้สึกว่าสมัยเค้าเป็นเด็กก็คงเป็นอย่างนี้นะ ทำให้เค้ามีความรู้สึกรักพ่อกับแม่มากขึ้น”

“... เราจะถามว่า พอมีลูกแล้วเค้าเลี้ยงดูอย่างไร มันให้มุมมองในแต่ละครอบครัวให้คนดูเอาไปเป็นทำตาม วิธีการแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน แล้วเราก็จะให้เค้าพูดถึงคำนิยามของคำว่า ครอบครัว ว่าหมายถึงอะไร แล้วฝากถึงผู้ชมที่บ้าน ฝากถึงผู้ชมก็วิธีการเลี้ยงลูก

ให้เข้ากับยุคสมัย เช่น โดโดเค้าจะบอกว่า เค้าไม่ได้ชื่อของเล่นแพง ๆ ให้ลูกเลย รถถังเด็กคันละ 35 บาทให้เค้าเล่นก็พอ เสื้อผ้าลูกก็เก็บไว้ให้ลูกคนที่ 2 ที่ 3 ใส่ต่อไปอีก”

“ถ้าเป็นวันหยุดก็เป็นสาวชนคนเก่ง เอาคนเก่งมาให้ดูเป็นตัวอย่าง เน้นในเรื่องของความสามารถของเด็ก เน้นว่าพ่อแม่และครอบครัวมีบทบาทมากในการที่จะช่วยให้เด็กมีวันนี้ มีวันที่เค้ามีความสามารถและได้รับการยอมรับ อีกส่วนหนึ่งคือเราเป็นเหมือนตัวแทนของเด็กที่จะให้พ่อแม่รู้ว่าเค้าต้องการอะไร เค้าจะไปทางใดทางหนึ่ง ถ้าดีก็ควรสนับสนุน เป็นตัวอย่างสำหรับเด็กคนอื่น ๆ ด้วยว่า อะไรก็ตามไม่ใช่ได้มาง่าย ๆ ทุกอย่างต้องมีความพยายาม”

“สำหรับที่ออกอากาศในวันศุกร์ เราเน้นกิจกรรมสำหรับครอบครัว หรือเด็กกับกิจกรรมต่าง ๆ วันครุที่ผ่านมาเราเคยทำเรื่องเด็กกับครุ เป็นเรื่องครุข้างถนนและมูลนิธิสร้างสวรรค์เด็ก เรานำเสนอว่า ครุไม่ได้เป็นแค่ครุ เค้าเอาเด็กมาเลี้ยงเหมือนเป็นพ่อแม่ เราต้องการสื่อว่า ขนาดไม่ใช่พ่อแม่เค้ายังดูแลเหมือนพ่อแม่เลย พ่อแม่ของเด็กจริง ๆ ก็น่าจะดูแลเด็กให้มากกว่านี้ เป็นการจุดประกายให้พ่อแม่ และคิดว่าควรใส่ใจ ให้คำปรึกษา รักเด็ก ไม่ใช่แค่ทำหน้าที่สอนหนังสืออย่างเดียว ควรเป็นอะไรที่มากกว่านั้น”

การเลือกดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นแขกรับเชิญ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้เรื่องสถาบันครอบครัวแก่ผู้ชม ซึ่งคุณใจดาวกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“ในส่วนคนดู เค้าจะเชื่อ เพราะเค้าได้เห็นทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียง มันไม่เหมือนกับวิทยุที่ได้ยินแต่เสียง คุณจะมา make เขาก็ได้ แต่ทีวี เค้าได้เห็นภาพดารา และดาราได้พูดออกมาตรงนั้นเลย เค้าก็เชื่อ คนดูก็จะเอาเป็นแบบ แล้ว feedback มันก็โอเค”

#### 4. กลยุทธ์การมีส่วนร่วม

กลวิธีสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมในรายการบ้านเลขที่ ๔ มี 3 ลักษณะ ได้แก่

4.1 การเปิดสายโทรศัพท์ให้ผู้ชมทางบ้านพูดคุยและแสดงความคิดเห็นในขณะที่ยังรายการออกอากาศสด เป็นการโต้ตอบในลักษณะ Interaction

4.2 การเปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งจดหมายและไปรษณียบัตรเข้ามาแนะนำรายการ, ปรัชญาชีวิตเกี่ยวกับปัญหาข้อข้องใจต่าง ๆ

คุณใจดาวเล่าว่า

“อย่างที่ทำช่วงเด็กตอนนี้ มีจดหมาย ไปรษณียบัตรเข้ามาเยอะ จะเขียนมาถาม เช่นว่าลูกติดตุ๊กตีก่อนนอนจะทำอย่างไร , ลูก 1 ขวบแล้วยังไม่เดินจะทำให้ลูกเดินได้อย่างไร ตรงนี้วัดได้ว่าเค้าเชื่อถือ ถ้าเค้าทำอะไรไม่ได้ เค้าก็จะเขียนจดหมายหรือโทรมาถาม เราจะแนะนำเค้าก็ทำตาม”

#### 4.3 การจัดกิจกรรมพิเศษ

คุณใจดาว พูดถึงการทำกิจกรรมพิเศษของรายการ ว่า

“จัดกิจกรรมพิเศษ มันได้ชัด ๆ เราได้พบกับแฟนรายการของเราโดยตรง ได้รับความต้องการของเขา กิจกรรมที่เราทำก็คงเป็นในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับครอบครัว ที่คิดไว้ปลายเดือนกุมภาพันธ์จะมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเด็ก เช่น การนวดตัว อาจจะเป็นคอร์ส การนวดตัวให้ลูก แต่ยังไม่ได้ออก”

#### 5. กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง

การเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยการโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยกับพิธีกรและแขกรับเชิญในรายการ, การเขียนจดหมายและไปรษณียบัตร และการเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางรายการจัดขึ้น ทำให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางโดยผู้ผลิตและผู้ชมมีการสื่อสารโต้ตอบ

กันและกัน ผู้ผลิตสามารถนำข้อมูลที่ได้จากผู้ชมไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขรายการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมมากขึ้น ในขณะที่ผู้ชมก็ได้รับความรู้สาระเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวจากการเข้าร่วมกิจกรรม

## 6. กลยุทธ์สาระบันเทิง (Edutainment)

รายการบ้านเลขที่ ๕ มีเวลาในการออกอากาศถึง 2 ชั่วโมง และมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอสาระเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว ปัจจัยทั้ง 2 ประการอาจทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายที่จะติดตามชมรายการ ทางผู้ผลิตจึงนำกลยุทธ์เอดูเทนเมนต์มาใช้โดยนำเสนอรายการในรูปแบบวาไรตี้ (Variety) มีเนื้อหารายการที่หลากหลาย ทั้งสาระเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว และความบันเทิง เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกเพลิดเพลินในการติดตามชมรายการ

## 5. การประเมินกลยุทธ์

ขั้นตอนการประเมินกลยุทธ์ผู้ผลิตรายการจะทำการตรวจสอบกิจกรรมและผลการดำเนินงาน รวมทั้งสำรวจปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงกลยุทธ์และทำให้การผลิตรายการมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ดังนี้

### 1. รายการโลกใบเล็ก ปัญหาที่พบได้แก่

#### 1. การค้นคว้าข้อมูล

รายการโลกใบเล็ก ประสบปัญหาเกี่ยวกับการค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาผลิตรายการ เนื่องจากทีมงานจะต้องพยายามคิดและคาดเดาว่าเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของพ่อแม่ ผู้ปกครองคืออะไร ต้องพยายามแทนความรู้สึกและความต้องการของผู้ชมรายการให้ได้ ซึ่งในบางครั้งทีมงานก็ยอมรับว่า เรื่องที่นำเสนอไปอาจจะไม่ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของครอบครัวผู้ชมรายการเท่าที่ควร คุณศิริพร อธิบายถึงปัญหานี้ว่า

“มันยากในเรื่องของการ Research ข้อมูล ถ้าได้ข้อมูลที่ใช่ ทุกอย่างมันจะง่ายแล้ว อาจจะเป็นเรื่องจำนวนของทีมงานด้วย แล้วมันค่อนข้าง Sensitive ว่าเป็นรายการของครอบครัว เด็กดูเยอะ เราต้อง

เลือกเรื่องมาก ๆ ปัญหาเริ่มต้นจึงเป็นเรื่องของการเลือกหรือจับประเด็นในการนำเสนอ”

“...ต้องบอกนิดนึงว่า ทีมงานไม่ใช่คนที่มีครบครัน แต่เป็นการหาข้อมูลในการทำงาน ดังนั้นจึงเป็นความยากเหมือนกันที่จะเข้าใจว่าคนดูอยากดูอะไร”

“...มันเป็นเหมือนมุมมองของคนกลุ่มหนึ่งที่ทำงาน แต่ความจริงคือเรากำลังทำสื่อให้คนส่วนใหญ่ดู บางทีมีปัญหาว่าเหมือนกับเราไปปรับเปลี่ยนในสิ่งที่คืออยู่แล้ว เหมือนกับเราจับจุดผิด หลายมุมมองมากกว่าจะลงตัว บางทีปรับสไตส์ของคิวนิดนึง เช่น ไปอ้อมภาพเพราะเราต้องการสีสัน ต้องการความแปลกใหม่ มันกลายเป็นไม่ใช่แล้ว นี่เป็นการยกตัวอย่างให้เห็นว่า มันเป็นเรื่อง Sensitive ว่าเราตัดสินใจอะไร ก็ต้องกลับมาดูที่จุดเดิมว่า มันใช่สิ่งที่ Target ต้องการหรือเปล่า”

นอกจากนี้ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลยังสร้างความยากลำบากในการทำงานให้แก่พิธีกร โดยคุณสินจัย แสดงทัศนะเสริมในประเด็นนี้ว่า

“ปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของข้อมูล ต้องคิด ต้องประชุมกันมากกว่าจะนำเสนออะไรที่เป็นประโยชน์แก่คนดู ในขณะเดียวกันจะต้องดูแล้วน่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ ไม่ทำให้เค้ารู้สึกว่ามีมาสอนเค้าอีก น่าเบื่อ คนดูจะต้องดูรายการเราด้วยความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ในขณะเดียวกันก็ได้สาระที่เค้าจะนำไปใช้ในชีวิตของเขาได้ ในส่วนของคุณเองก็ไม่มีปัญหาอะไร อาจจะเป็นเพราะชินแล้ว”

จากคำบอกเล่าของคุณสินจัยในตอนท้าย ทำให้เราพบปัญหาอีกประการหนึ่งสำหรับรายการโลกใบเล็ก นั่นคือ ด้วยการออกอากาศติดต่อกันเป็นเวลานาน 5 ปี ทำให้ทีมงานเคยชินในการทำงานในรูปแบบเดิม ๆ และบางครั้งก็มองไม่เห็นว่ามีสิ่งไหนที่ตันทำอยู่คือปัญหาเพราะเกิดความเคยชินในการทำงาน ความเคยชินที่เห็นว่าปัญหาไม่ใช่ปัญหาอาจจะส่งผลต่อการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ สำหรับผู้ชมรายการ

## 2. ผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor)

จากการศึกษา พบว่ารายการประสบปัญหาเรื่องการหาผู้อุปถัมภ์รายการโดยเฉพาะในช่วงปีแรก ๆ ของการจัดทำรายการ เจ้าของสินค้าหรือบริการมักให้ความสนใจกับรายการบันเทิงมากกว่ารายการสาระเนื่องจากมีกลุ่มผู้ชมที่ใหญ่และกว้างกว่า คุณสินจัย เป็นผู้ซึ่งมีหน้าที่ในการหาผู้อุปถัมภ์รายการของโลกใบเล็ก เล่าว่า

“สิ่งที่ยาก คือ เรื่องของสปอนเซอร์ ซึ่งส่วนใหญ่เค้ามักจะให้ความสนใจกับรายการเกมโชว์หรือรายการประเภทเน้นความบันเทิงเป็นอันดับแรก ๆ รายการสาระเพื่อครอบครัวแบบนี้จะเป็นรายการอันดับท้าย ๆ ที่เค้านึกถึง เวลาไปหาสปอนเซอร์จะค่อนข้างยากนิดนึง”

ดังนั้นเมื่อหาผู้อุปถัมภ์รายการได้ยาก ทางรายการจึงจำเป็นต้องยื่นข้อเสนอ (Proposal) แก่เจ้าของสินค้าและบริการโดยการปรับเนื้อหาของรายการบางส่วนเพื่อให้เจ้าของสินค้าเกิดความสนใจและรู้สึกว่าเขาได้ใช้เงินอย่างคุ้มค่าหากมาให้การสนับสนุนรายการประเภทนี้ ที่เห็นอย่างชัดเจน คือแต่เดิมรายการได้กำหนดแนวคิดของช่วง Family Time ว่าเป็นช่วงสำหรับการแนะนำสถานที่ , ภาพยนตร์ที่น่าสนใจ , หนังสือใหม่หรือความบันเทิงต่าง ๆ ที่เห็นว่าเหมาะสำหรับครอบครัว โดยกิจกรรมนั้น ๆ จะช่วยเพิ่มความผูกพันและการใช้เวลาแก่กันและกันของสมาชิกในครอบครัว ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นการนำเสนอการเตรียมอาหารเข้าสำหรับครอบครัว เนื่องจากผู้สนับสนุนช่วงคือ เคลลือกซ์ ซึ่งเป็นอาหารเข้าประเภทซีเรียลที่ทำจากธัญพืช คุณศิริพร ยกตัวอย่างอิทธิพลต่อผู้อุปถัมภ์รายการว่า

“ช่วง Family Time ตอนนี่ไม่ได้เป็นเรื่องของกิจกรรมภายในครอบครัว เราปรับมาเป็นเรื่องของอาหารเข้า อันนี้ขอมารับว่าแฝงสปอนเซอร์ คนทำทีวีจะรู้ว่าสปอนเซอร์ เข้ามามี Power ในการทำงาน แต่ก็ไม่ถึงกับเข้ามามีบทบาทหรืออิทธิพลต่อการปรับรูปแบบรายการซะทีเดียว อย่าง เคลลือกซ์ ถ้ามองในแง่สปอนเซอร์เราก็ยอมรับ ทางรายการมีข้อตกลงว่าใน 1 เดือนจะมี 1 วิชาที่พูดให้เคลลือกซ์”

ดังนั้น จากการชมรายการจึงพบว่า ในช่วง Family time ทางรายการจะเน้นหนักในเรื่องของอาหารเข้าประเภทซีเรียลซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์ช่วง คือ เคลลือกซ์ โดยไม่สามารถ

หลีกเลี่ยงไปพูดถึงเรื่องการใช้เวลากับครอบครัวซึ่งเป็นแนวคิด (Concept) ของช่วงที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ต้นได้เลย

### 3. เวลาในการออกอากาศ

รายการโลกใบเล็ก ออกอากาศในช่วง 8.00 - 8.45 น. ของวันอาทิตย์ ช่วงเวลาดังกล่าวนับว่าค่อนข้างเข้าเกินไปสำหรับวันหยุด จึงอาจทำให้ผู้ชมบางกลุ่มพลาดโอกาสในการชม การมีช่วงเวลาที่เหมาะสมจะทำให้รายการมีผู้ชมมากขึ้น ซึ่งเวลาที่ทางผู้ผลิตรายการโลกใบเล็กเห็นว่าเหมาะสมคือเย็นวันอาทิตย์ซึ่งเป็นเวลาที่สมาชิกในครอบครัวมักจะอยู่พร้อมหน้ากัน คุณศิริพรกล่าวถึงปัญหาในข้อนี้ว่า

“ขอมริบว่า 8 โมงค่อนข้างเข้าเกินไป เริ่มแรกเราอยู่ที่ขงวันอาทิตย์ 1 ชั่วโมง แล้วก็ในวันเสาร์ แล้วก็กลับมาเป็นเช้าวันอาทิตย์ พอย้ายมาเช้าวันอาทิตย์ เราเจอปัญหาว่าเข้าเกินไป ถ้า 9 โมงหรือ 10 โมงจะโอเค จริง ๆ แล้วอยากได้เย็นวันอาทิตย์มากกว่า”

## 2. รายการที่ขงวันกันเอง ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่

### 1. การค้นคว้าข้อมูลในการทำรายการ

การทำรายการเกี่ยวกับประวัติชีวิตบุคคล และบางเรื่องเป็นเรื่องที่ไม่เคยได้รับการเปิดเผยมาก่อนถือเป็นความยากลำบากในการทำงานของทีมงานผู้ผลิตรายการที่ขงวันกันเอง คุณจินดาหรรษาเล่าว่า

“ปัญหาคือการทำข้อมูล มันต้องเช็คเยอะ บางทีแม่ลูกเองยังพูดไม่เหมือนกันเลย เราทำเรื่องหนึ่ง ต้องสัมภาษณ์คนเป็นสิบเพื่อให้ได้เรื่องจริงที่สุด เพราะดาราบางคนมีเรื่อง *behind the scene* คือเรื่องที่ไม่อยากพูด เราต้องเรียนรู้ว่าเรื่องนี้พูดได้ เรื่องนี้พูดไม่ได้คือเกิดความเสียหาย แต่ถ้าเราสามารถเอาเรื่อง *behind the scene* ออกมาทำได้แล้วไม่เสียหายกับชีวิตเค้ามันก็น่าทำ”

“...เรามีทีมข้อมูลเยอะมาก มันต้องใช้คนเยอะ ต้องมีการ *cross check* หลาย ๆ ฝ่าย แล้วก็ *check* ด้วยว่าควรออกหรือไม่ควรออก

ออกแล้วได้อะไร รายการจะตั้งเธอ เค้าจะเสียหายมัย ต้อง concern แล้ว อย่าง เอิร์ท ณัฐนันท์ ไม่มีใครรู้หรือกว่าพ่อแม่เค้าแยกกัน separate แต่ไม่ได้ divorce เราจะไม่พูดว่าพ่อแม่เค้าแยกกัน แต่อยู่คนละบ้าน เราต้องหาจังหวะวิธีการไล่เรื่องให้ดี อย่าให้เค้าเสียหาย ให้คนดูคิดเอาเอง บทสคริปต์ก็สำคัญ การตัดสินใจเลือกเรื่องที่จะนำเสนอก็สำคัญ”

การค้นคว้าข้อมูลของดาวรับเชิญไม่เพียงแต่จะเป็นปัญหาสำหรับทีมงานเท่านั้น พิธีกรของรายการได้กล่าวถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของตนเองว่า

“ข้อมูล บางทีข้อมูลมันไม่พอ นางที่รู้สึกว่ามันซ้ำซาก เราเคยได้รับรู้จากการที่ศิลปินไปออกรายการอื่นมาบ้างแล้ว บางทีก็นำเสนออะไรที่มันไม่ใช่ ทำไมจะต้องเอาตบไตใส่หุงเค้าขนาดนั้น หรือเรื่องที่มีมันรุนแรงเกินไป มีบางเรื่องที่มีมันพูดไม่ได้ แล้วเราต้องปกป้องแขกรับเชิญ เป็นพิธีกรต้องขายรายการก็จริง แต่เราก็เป็นศิลปินดารา เราควรจะรู้ว่า อะไรที่เค้าจะได้และอะไรที่เค้าจะเสียต่อให้รายการเราจะขายได้ ก็ขอไม่ทำ เพราะเราเป็นศิลปินคนหนึ่ง ถ้าเราทำไปแล้ว ต่อไปใครจะไวใจพี่แซมคนนี้”

## 2.สภาวะเศรษฐกิจ

เป็นที่ยอมรับว่าสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อทุกวงการ โดยเฉพาะวงการโทรทัศน์ บริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการเที่ยงวันกันเองก็ได้รับผลกระทบจากสภาวะดังกล่าว การผลิตรายการจึงต้องมีการปรับปรุงรูปแบบเพื่อลดต้นทุนในการผลิต การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้อย่างชัดเจนในรายการเที่ยงวันกันเองคือ การลดจำนวนพิธีกรลง เดิมทีเดี่ยวรายการเที่ยงวันกันเองมีพิธีกรหลัก 1 ท่าน คือคุณยุรนันท์ ภวรมนตรี และมีผู้ช่วยพิธีกร ทำหน้าที่ในการอ่านตัวเลือกของคำถาม และเปิดแผ่นป้าย ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษารายการเที่ยงวันกันเองมีพิธีกรเพียงคนเดียว คือ คุณยุรนันท์ ในส่วนผู้ช่วยพิธีกรได้ปรับออกไป



พิธีกรหนึ่งเดียวของรายการกล่าวถึงบทบาทของผู้ช่วยพิธีกรและสาเหตุในการปรับออกไป  
ว่า

“รายการมันเป็นทอล์คโชว์ พิธีกรหญิงไม่ใช่พิธีกรร่วม แต่เป็นผู้ช่วยพิธีกร ช่วยสร้างสีสัน ให้ดูมีความหลากหลายขึ้น พิธีกรหญิงจะเป็นผู้ช่วยในการโยนมุขและ การเปิดแผ่นป้าย จริง ๆ มันเป็นทอล์คโชว์ จะมีพิธีกรคนเดียวก็ได้ มีผู้ช่วยที่ชอบ แต่ต้องงดไปด้วยเงื่อนไขทางเศรษฐกิจว่ามันไม่มีงบ แล้วมันก็ได้เปลี่ยนรูปแบบไปแล้ว มันใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยในการเปิดแผ่นป้ายแล้ว...”

### 3.นโยบายของสถานีโทรทัศน์

การผลิตงานออกเผยแพร่ของสื่อมวลชนนั้นจะเกี่ยวเนื่องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ หลายประการ เมื่อได้ทำการผลิตงานจนเสร็จสิ้นแล้ว สิ่งที่เป็นภาระกิจต่อเนื่องคือ การคิดหาวิธีทำให้ผลงานที่สร้างขึ้นนั้นได้เผยแพร่ออกสู่การรับรู้ของประชาชน ซึ่งแม้รายการบางรายการซึ่งมีเวลาออกอากาศที่แน่นอนอยู่แล้วบางครั้งก็ต้องประสบปัญหา เนื่องจากการปรับเปลี่ยนนโยบายของสถานีโทรทัศน์ ส่งผลให้ถูกสั่งปิดรายการ และงดออกอากาศ หรือ หลุดผังรายการภายหลังจากการปรับปรุงผังรายการของสถานีโทรทัศน์ในแต่ละครั้ง

รายการเที่ยงวันกันเองเป็นรายการหนึ่งซึ่งประสบปัญหาดังกล่าว เนื่องจากการปรับผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเดือนตุลาคม 2541 รายการเที่ยงวันกันเองถูกปรับออก และมีการนำรายการเกมจาร์ชน ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์เต็มรูปแบบ (ผลิตรายการโดยบริษัท เวิร์คพอยน์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ซึ่งเป็น 1 ในกลุ่มเทเลไฟฟ์) มาทดแทนในช่วงเวลาเดียวกัน

ผู้ควบคุมการผลิตของรายการเที่ยงวันกันเอง กล่าวถึงสาเหตุที่ต้องหยุดการผลิตรายการซึ่งทำติดต่อกันมาเป็นเวลานานและกำลังก้าวสู่ปีที่ 7 ของการผลิตว่า

“คือตั้งแต่ มันเลิกไป พอเลิกไป สิ่งที่ได้รับคือทุกคนเสียชีวิต ทุกคนถามว่าทำไมเลิก มันเป็นเหตุผลของช่อง 5 ไม่ใช่ของรายการ เพราะรายการไม่ขายเลย มันเป็นเรื่องของเวลา การจัดผังรายการของช่อง 5 ซึ่งเค้าคงไม่ต้องการรายการรูปแบบลักษณะอย่างนี้ในช่วงเวลาดังกล่าว เค้าก็เลยถอด”

คุณแซมกล่าวถึงการหลุดมุ้งของรายการซึ่งตนเองรักและผูกพันว่า

“ที่รักมันมาก เพราะทำมาตั้งแต่แรก แล้วเมืองไทยก็ไม่ค่อยมี รายการไหนที่ใส่ใจสถาบันครอบครัวเท่าที่เขย่งวันกันเอง ปีนี้ ต้นปีก็จะ จัดโครงการครอบครัวในดวงใจ ศิลปินก็จะพาพ่อแม่พี่น้องมาสังสรรค์ มันเกิดความผูกพัน ซึ่งเดี๋ยวนี้ไม่มี ที่เสียดายตรงนี้นะมาก”

“...ได้ยินเสียงเรียกร้องเยอะมาก แต่ว่าเราก็เป็นแค่พิธีกร ไม่ใช่ เจ้าของรายการ ทำอะไรไปมากกว่านี้ไม่ได้ เมื่อมันจะต้องเลิก ไม่ได้ เลิกด้วยเหตุผลว่ามันไม่ประสบความสำเร็จ แต่เลิกไปเพราะเหตุผล อะไรบางอย่างที่เราล่วงรู้ไม่ได้ ก็ปล่อยมันไป”

### 3. รายการบ้านเลขที่ ๔ ปัญหาและอุปสรรคที่พบได้แก่

#### 1. เวลาในการนำเสนอ

เนื่องจากรายการบ้านเลขที่ ๔ เป็นรายการซึ่งออกอากาศสด (Live Program in Studio) ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ รายการสดจะประสบปัญหาในเรื่องของการควบคุมเวลาในแต่ละช่วง คุณ ยอดมณี เล่าว่า

“ปัญหานั้นมีทุกวันอยู่แล้วสำหรับรายการสด เพราะมันมีเวลา เป็นตัวกำหนด ในการพูดคุยนั้นบางครั้งยังไม่จบ ไม่เข้า point ไม่เข้า ประเด็น แต่เวลาเริ่มคองแล้ว หรือไม่กี่นาทีจะหมดเวลา ทำยังไงล่ะจะ ได้”

ในส่วนของเวลาในการออกอากาศที่ยาวถึง 2 ชั่วโมงจะทำให้ผู้ชมไม่สามารถติดตามชม รายการตั้งแต่ต้นจนจบและอาจพลาดสาระสำคัญบางประการ รวมทั้งเวลาในการออกอากาศซึ่ง เริ่มตั้งแต่ 07.00 น. นับว่าเป็นเวลาที่ค่อนข้างเช้า ผู้ชมอาจจะไม่สามารถติดตามชมรายการได้ทุก วัน

## 2.การแบ่งโครงสร้างของรายการ

การแบ่งขอยโครงสร้างของรายการออกเป็นคอลัมน์จำนวนมากถึง 17 คอลัมน์ทำให้ช่วงต่าง ๆ ได้เวลาในการนำเสนอเพียง 5 - 7 นาที ซึ่งบางครั้งนับว่าเป็นเวลาที่ค่อนข้างน้อยสำหรับการนำเสนอประเด็นปัญหาเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือการสร้างกระแสต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง นอกจากนี้การมีจำนวนคอลัมน์มาก ๆ ทำให้รายการมีความหลากหลายสูง การสื่อแนวคิดเรื่องบางเรื่องอาจจะถูกกลบเกลื่อน หรือลบล้างไปกับเนื้อหาของช่วงต่าง ๆ อีก 16 ช่วงที่เหลือได้

## 3.นโยบายของสถานี

ความเป็นรายการสดและออกอากาศทุกวันทำให้รายการต้องนำเสนอในเรื่องที่มีความสดใหม่และทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา แต่นโยบายของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นั้นมีข้อบังคับเกี่ยวกับการตรวจเทปก่อนออกอากาศ หรือการเซ็นเซอร์เทป ว่าจะต้องส่งเทปให้สถานีตรวจก่อนออกอากาศล่วงหน้า 3 วัน เรื่องบางเรื่องที่น่าเสนอจึงไม่สดหรือทันเหตุการณ์เท่าใดนัก

## 4.สภาวะเศรษฐกิจ

ความตกต่ำของสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรค์รายการเป็นอันมาก ที่เห็นได้ชัดเจนคือแต่เดิมรายการบ้านเลขที่ ๕ นั้นจัดได้ว่าเป็นรายการที่มีเนื้อหาเน้นหนักในเรื่องความรักความผูกพันในครอบครัว ปัจจุบันมีเพียง 2 ช่วงที่ยังคงแนวคิดเรื่องสถาบันครอบครัวเอาไว้ ส่วนคอลัมน์อื่น ๆ นั้นมีการปรับเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการตลาดและผู้อุปถัมภ์รายการ เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้รายการอยู่รอดได้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย