

[เอกกรินทร์ , ฉลองรัฐ หน้า 129-138]



กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

Production Process of Presentation of “Aung Tung Seaw” Television Program on Channel 8

เอกกรินทร์ กวยมงคล* วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชลมารค** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Eakarin Goymongkol. College of Communication Arts. Rangsit University.

Chalongrat Chermanchonlamark. College of Communication Arts. Rangsit University.

Email : Eakarin_G@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 และปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการ กำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับกลวิธี การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์และรายการสารคดี แนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการ ทฤษฎีการ กำหนดควาระข่าวสารและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร เป็นแนวทางในการศึกษาและ วิเคราะห์งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์วิดิทัศน์รายการ (Document Analysis) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์ รายการ รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงทึ่งเสี้ยวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 เริ่มต้นจากการ กำหนดเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเรื่องราวเป็น 4 ประเภท คือกินแปลก วิถีชีวิตพื้น บ้าน ความสามารถคนและสถานที่แปลก ผสานกับการจัดวางตำแหน่งเรื่องที่นำเสนอไว้น่าสนใจที่สุดในลำดับแรก ของการออกอากาศทุกครั้ง มีการคัดเลือกพิธีกรที่เป็นนักร้อง นักแสดงเพื่อกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจาก ผู้ชม มีการจัดทำงบประมาณโดยคำนึงถึงงบประมาณ 2 ประเภท คืองบประมาณการผลิตรายการและงบ ค่าจ้างทีมงานผลิต ทีมผลิตรายการใช้การหาข้อมูลแบบหลายมิติ ทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ตและการ ลงพื้นที่จริงเพื่อสำรวจ นอกจากนี้รายการอิงทึ่งเสี้ยวยังใช้บทโทรทัศน์แบบเค้าโครงเพื่อความสะดวกในการ เปลี่ยนแปลงขณะถ่ายทำและใช้การเดินเรื่องโดยเจ้าของเรื่องเป็นผู้เดินเรื่อง รวมถึงมีการถ่ายทำแบบใช้มือ ถือกล้องถ่าย (Handheld) เป็นหลัก เพื่อสร้างความสมจริง สำหรับกลวิธีการถ่ายทำที่นิยมใช้ คือ การถ่าย

* เอกกรินทร์ กวยมงคล: นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

** ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชลมารค (ผศ.ดร.): อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ทำแบบจัดฉาก (Setup) และการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act) รวมถึงการใช้กลวิธีการตัดต่อที่หลากหลาย เช่น การตัดต่อโดยใช้ภาพช้า (Slow-motion) การตัดต่อโดยใช้ภาพเร็ว (Fast Speed) การตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse) และการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-In) ประกอบกับการใช้เสียงบรรยาย เสียงเพลง และเสียงประกอบพิเศษที่เหมาะสมกับบรรยากาศของเรื่อง

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งตึงเสียงมีดังนี้ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ การจัดการด้านต่าง ๆ ทั้งการวางแผนการผลิต งบประมาณและการควบคุมคุณภาพรายการ ซึ่งมี การวางระเบียบและมาตรการไว้อย่างชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา ประกอบกับการคัดเลือกทีมงานที่มีความชำนาญในการผลิตรายการสารคดีเป็นการเฉพาะ รวมถึงมีการใช้อุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัย ทำให้ปัจจัยที่ควบคุมได้เหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด 2) ปัจจัยภายนอก เป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ฝ่ายบริหารรายการอึ่งตึงเสียงจึงมีนโยบายที่รัดกุมในการเฝ้าระวังและแก้ปัญหา ตั้งแต่การคัดสรรแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ และเรื่องราวที่ทันสมัยตรงใจผู้ชมเป้าหมาย เพื่อการสร้างความนิยมรายการทำให้ผู้โฆษณาหันมาสนใจและนำเงินมาลงทุนอย่างต่อเนื่อง มีการปลูกฝังจริยธรรมสื่อแก่ทีมงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอรายการให้อยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายที่ควบคุมเนื้อหาในการออกอากาศ (Censor) มีการปรับการออกอากาศในหลายสื่อเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมทั้งทาง ยูทูบ (Youtube) และเฟซบุ๊ก (Facebook) รวมถึงมีการศึกษารายการคู่แข่งเพื่อปรับตัวเองตลอดเวลา ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้รายการอึ่งตึงเสียงได้รับความนิยมอยู่ในอันดับต้นของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 มาตลอดระยะเวลา 4 ปี

Abstract

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

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

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

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

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

ความเป็นมาและความสำคัญ

สื่อโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ด้วยจุดเด่นที่ชัดเจน คือสามารถแจ้งข่าวสาร สารประโยชน์ สร้างความสนุกสนาน รวมถึงสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชมได้ทันทีขณะรับชม โดยปัจจุบันมีสถานีโทรทัศน์เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองผู้ชมมากมาย ดังเช่นสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่มีมากถึง 26 สถานี อาทิ สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี เป็นต้น ซึ่งผู้ชมสามารถรับชมเรื่องราว ความบันเทิงและสาระได้แบบไม่จำเป็นต้องเสียค่าบริการเพิ่มแต่อย่างใด

สำหรับรูปแบบของรายการโทรทัศน์มีมากมายหลายประเภท เช่นรายการข่าว รายการละคร รายการบันเทิง รายการเพลง รายการเด็ก ฯลฯ ประเภทรายการต่าง ๆ มักถูกสลับสับเปลี่ยน หมุนเวียนผลิตรายการออกสู่สายตาผู้ชมในปริมาณมากและต่อเนื่อง หากจะมีแต่เพียงรายการสารคดี รายการที่อุดมไปด้วยสาระและบันเทิง ที่มักถูกจำกัดไว้ในปริมาณน้อย ดังเช่นที่หุทัย คำชาย (2554 : 8) ได้รวบรวมข้อมูลไว้ว่า จากการที่ผู้ชมรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นคนดูแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche) จึงทำให้ผังรายการของสถานีโทรทัศน์มีรายการสารคดีออกอากาศในสัดส่วนที่น้อยมาก ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์จำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์และวิธีการผลิตใหม่ให้ตรงใจผู้ชม เข้ากับยุคสมัยและ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ชมได้ตลอดเวลา

รายการอิงฟ้าเสียง เป็นรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ที่สามารถแหวกกฎเกณฑ์ข้างต้นและ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

มีการพัฒนาปรับปรุงทั้งด้านเนื้อหาและกระบวนการผลิตมาต่อเนื่องยาวนานกว่า 4 ปี โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2557 เวลา 16.00 น. มีผู้ดำเนินรายการ 3 ท่านสลับหมุนเวียนกัน คือ คุณก้อง สุทธิราช วงศ์เทเวศร์ คุณสมจิตร จงจอหอ และคุณมด ณปภัช วัฒนากมลวุฒิ รายการอิงอิงอิงเสี้ยวถูกผลิตขึ้นบนความตั้งใจที่จะตอบใจความต้องการของผู้ชม ที่มีรสนิยมชอบ ความแปลก ตื่นเต้น ผ่านเรื่องราว 4 ประเภท ประกอบด้วย

1. วิถีชีวิตพื้นบ้าน (Local) การเข้าไปสังเกตความเป็นอยู่ของชาวไทยที่อยู่ตามท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศแบบเกาะติดและเผยให้เห็นถึงวิถีการใช้ชีวิตที่แปลก บางครั้งอาจมีการทำกิจกรรมที่เสี่ยงต่อชีวิต เช่น การล่าต่อหลุมมรณะ หมอจัดกระดูก หมู่บ้านนักล่างูจาง ฯลฯ

2. กินแปลก (Eat) เปิดเมนูพิสดารทั่วทุกภาคของประเทศไทย เช่น เมนูแมงป่องแช่น้ำปลา ไล่จิ้งจอกงูจาง เปิบพิสดารลาบแยะ ฯลฯ

3. ความสามารถ (Talent) การพาผู้ชมไปพบกับความสามารถพิเศษที่ไม่มีใครเหมือนและ ไม่เหมือนใครของพี่น้องชาวไทยทั่วประเทศ เช่น คนฟันเหล็กเคี้ยวเหล็ก เด่นหัวเหล็ก มนุษย์พริกแห้ง เมืองน่าน ฯลฯ

4. สถานที่แปลก (Place) เปิดสถานที่แปลกพร้อมความลับเกี่ยวกับที่นั้น ๆ เพื่อต่อยอดความรู้รอบตัวของผู้ชมรายการ เช่น ภูมิเมรุ พิพิธภณัฐ 200 ล้าน พระอุโบสถหินเขี้ยวหนุมาน ฯลฯ

จุดเริ่มต้นการผลิตรายการอิงอิงอิงเสี้ยวเกิดขึ้นในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557 ปีนั้นมีการปรับเปลี่ยนทางการเมืองทำให้ทุกภาคส่วนหยุดชะงัก ประกอบกับรัฐบาลใหม่เน้นเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจ เร่งความเจริญในทุกช่องทาง รวมทั้งอยากให้ประชาชนรู้สึกผ่อนคลาย คณะผู้บริหารช่อง 8 ในฐานะ สื่อบันเทิงจึงลงความเห็นว่าควรเร่งทำหน้าทีนี้ โดยได้มีคำสั่งให้ผลิตรายการบันเทิงที่ตอบใจผู้ชมซึ่งรักความแปลก ตื่นเต้นและต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ เนื่องจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย คือผู้ชมทั่วประเทศล้วนมีวัฒนธรรมที่หลากหลายและแตกต่างกัน เช่น คำพูด ภาษา ความเชื่อ ประเพณี ฯลฯ เนื้อหารายการจึงให้ความสำคัญกับความแตกต่างนี้ โดยพยายามนำเสนอเรื่องราวอันหลากหลายของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ซ่อนตัวอยู่ในทุกภาคของประเทศ เช่น ตามติดชีวิตชนเผ่าปากเอะญอที่เชียงใหม่ ตะลุยอีสานกินไล่จิ้งจอก งูจางที่สุรินทร์ ดูม้าทรงที่เทศกาลถือศีลกินผัก จ.ภูเก็ต ฯลฯ

สำหรับการปฏิบัติงานของทีมผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นพนักงานของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 โดยตรง เริ่มจากการค้นหาเรื่องราวที่น่าสนใจ ภายใต้แก่นเรื่องทั้ง 4 ประเภทข้างต้น เมื่อได้ข้อมูลแล้วทีมงานจะทำหน้าที่สังเคราะห์ข้อมูลให้กลายเป็นบทโทรทัศน์สำหรับถ่ายทำ โดยความยาวของการเล่าเรื่องจะถูกจำกัดด้วยระยะเวลาเพียง 10 นาทีต่อ 1 เรื่องเท่านั้น แต่เนื่องจากเรื่องที่ถูกนำมาผลิตมีรายละเอียดหรือมิติที่หลากหลาย ทีมงานจึงจำเป็นต้องประกอบสร้าง (Construct) โดยเลือกเอาเรื่องที่สำคัญที่สุดหรือหัวใจของเรื่องออกมาเล่าให้ผู้ชมเข้าใจ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ชวนติดตาม และกระชับข้อไว

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษากระบวนการสร้างสรรค์รายการที่มีผลิตรายการอิงอิงอิงเสี้ยว ได้สังเคราะห์ประสบการณ์การทำงานจริงและนำมาพลิกแพลง ปรับปรุงเพื่อผลิตรายการออกมามีคุณภาพและโดดเด่น โดยเจาะลึกไปยังวิธีการกำหนดแนวคิดหัวเรื่องในการผลิต การถ่ายทำที่ใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ และการตัดต่อเพื่อสร้างสรรค์ให้รายการมีความพิเศษ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการทั้งในส่วนปัจจัยภายในองค์กรอันได้แก่ นโยบายของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 อุปกรณ์การผลิต งบประมาณและความสามารถของบุคลากรในการผลิตรายการอิงอิงอิงเสี้ยว และปัจจัยภายนอก ได้แก่ รสนิยมและความชื่นชอบของผู้ชมรายการอิงอิงอิงเสี้ยว สถานการณ์สังคมที่เกิดขึ้นในช่วง การรับชมรายการ ภูมิปัญญา และการควบคุมการออกอากาศรายการ รายการคู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน รวมทั้งช่องทางการเผยแพร่

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ออกอากาศรายการอิงตึงเสียง ด้วยการสืบหาข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมีส่วนในการกำหนดนโยบายรายการต่าง ๆ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ที่ทีมงานผู้สร้างสรรค์ ตลอดจนผู้ชมรายการเป้าหมาย (Target Audience) ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์รายการอิงตึงเสียงของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ในครั้งนี้จะสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน อันจะเป็นประโยชน์สำหรับนำไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ของไทยให้มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์รายการอิงตึงเสียงของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการ อิงตึงเสียงของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตข้อมูลรายการอิงตึงเสียง โดยคัดเลือกจากวิถีทัศน์รายการตอนที่ประสบความสำเร็จ มีความนิยมรายการ (Rating) ในระดับสูง และมีความโดดเด่นทางด้านกลวิธีการสร้างสรรค์ โดยคัดเลือกข้อมูลทั้งหมดจากรายการอิงตึงเสียงที่ออกอากาศในปีพ.ศ. 2560

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเข้าสู่ปัญหา การวิจัย และใช้วิเคราะห์ข้อมูล โดยมีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์และรายการสารคดี

แนวคิดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์และรายการสารคดีบอกให้ทราบถึงขั้นตอนในการคิดสร้างสรรค์ ทั้งขั้นตอนก่อนการถ่ายทำรายการ (Pre-Production) ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ (Production) และขั้นตอนหลังการถ่ายทำรายการ (Post-Production) องค์ประกอบการผลิตรายการ พิธีกร บทโทรทัศน์ เทคนิคการถ่ายทำ เทคนิคการตัดต่อลำดับภาพ และเสียงต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดข้างต้นไปทำการวิเคราะห์การสร้างสรรค์รายการอิงตึงเสียงได้ในทุกขั้นตอนการผลิต

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

แม็คควอล (McQuail, 1994 : 190-191) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการหรือ การทำงานของสื่อสารมวลชนไว้ว่า การตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์กร มักเกิดจาก แรงกระตุ้นและผลักดันจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปวิเคราะห์และอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับรายการอิงตึงเสียง ซึ่งได้รับผลกระทบจากปัจจัยเหล่านี้

3. ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)

การกำหนดวาระข่าวสารนับเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพในการที่สื่อมวลชนใช้กำหนดโครงสร้างและประเด็นหลักต่อสังคม ทฤษฎีนี้สามารถบอกถึงผลการจัดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนได้ เช่นที่แม็กเวลล์ (Maxwell, 2004 : 6) ได้อธิบายไว้ว่า ภาพความจริงที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารเกิดจากข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งสื่อมวลชนได้นำเสนอ แต่ทั้งนี้การเลือกรับรู้ข่าวสาร ประชาชนจะเลือกรับแต่ในประเด็นที่ตนเองสนใจ หรือเรื่องราวที่มีข้อมูลขัดแย้งกับความคิดของตนเองในระดับที่ต่ำ หากแต่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะมีมาก ก็ต่อเมื่อประเด็นที่ถูก

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

นำเสนอผ่านสื่อมีความสอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนในระดับสูง ผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีนี้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์การคัดเลือกหัวเรื่องที่จะถูกนำมาผลิตของรายการได้

4. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งดึงดูดใจต่อผู้รับสาร

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเครื่องมือหลักในกำหนดทิศทางการเลือกชมรายการโทรทัศน์ว่าจะตัดสินใจชมรายการประเภทใด เมื่อไหร่ ด้วยวิธีไหน ทั้งนี้สิ่งที่ผู้บริโภคเลือกมักจะตอบสนองต่อความต้องการของตัวเองเป็นหลัก โดยแต่ละคนจะมีความชอบที่แตกต่างกันไป ผู้ผลิตรายการสามารถสร้างสิ่งดึงดูดใจผู้ชมได้หลายลักษณะ เช่นดึงดูดด้วยดาราดึงดูดด้วยความกลัว หรือดึงดูดด้วยอารมณ์ขัน ฯลฯ ผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีนี้ไปวิเคราะห์พฤติกรรมความชื่นชอบของผู้ชมที่มีต่อรายการซึ่งทิ้งเสียได้เป็นอย่างดี

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้วิจัยใช้ในครั้งนี้คือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยการศึกษาเนื้อหารายการด้วยการวิเคราะห์หัตถ์ทัศนัยการ (Document Analysis) และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องกลวิธีการสร้างสรรค์รายการซึ่งทิ้งเสียของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 รวมทั้งการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ชมรายการเป้าหมาย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์และปัญหาคำถามวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบที่ทำให้รายการซึ่งทิ้งเสียประสบความสำเร็จทั้งในแง่ความนิยมรายการและรายได้นั้น มาจากการที่ทีมงานนำกลวิธีการสร้างสรรค์รายการที่เล็งเห็นว่าเป็นประโยชน์ รวมถึงถูกใจผู้ชมเป้าหมายมาใช้ อีกทั้งยังคำนึงถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อตัวรายการ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกันดังนี้

1. กลวิธีการสร้างสรรค์รายการซึ่งทิ้งเสียของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1.1) การกำหนดเนื้อหาของรายการซึ่งทิ้งเสีย (Pre-Production)

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนแรกในการผลิตรายการซึ่งทิ้งเสีย เริ่มต้นที่ฝ่ายบริหารของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 และทีมผลิตรายการซึ่งทิ้งเสียได้ศึกษารวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งชื่นชอบในเรื่องตื่นเต้น แปลกใหม่ รวมทั้งความรู้ใหม่ที่ไม่เคยทราบมาก่อน ข้อมูลทั้งหมดถูกวิเคราะห์หากลั่นกรองออกมาเป็นแนวคิดหัวเรื่อง 4 ประเภท คือ กินแปลก วิถีชีวิตพื้นบ้าน ความสามารถคน และสถานที่แปลก ขั้นตอนนี้แสดงให้เห็นว่าสื่อเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารอย่างแท้จริง (Agenda Setting) ในการคัดเลือกและจัดวางเรื่องราวให้แก่ผู้ชม

สำหรับพิธีกร ผู้วิจัยพบว่าเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญเพราะได้เลือกใช้พิธีกรที่เป็นนักร้อง นักแสดง ซึ่งเป็นที่รู้จักและมีบุคลิกสนุกสนาน เป็นกันเอง ทำให้ผู้ชมเกิดการยอมรับได้ไม่ยาก การควบคุมคุณภาพรายการเป็นอีกเรื่องที่สำคัญ จากข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ช่วงเริ่มต้นรายการมีการคัดเลือกเรื่องที่จะนำเสนอพร้อมกับควบคุมคุณภาพการผลิตอย่างเข้มข้น ต่อเมื่อทีมงานเข้าใจและสามารถผลิตรายการได้ตามนโยบายแล้ว ฝ่ายบริหารยังคงมีการควบคุมอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเฝ้าระวังจับตาดูรายการที่ออกอากาศทุกตอน รวมทั้งมอบหมายให้ผู้บริหารระดับรองลงไปดูแลอย่างใกล้ชิด

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

1.2) กลวิธีการถ่ายทำรายการอึ่งที่เสียว (Production)

จากการศึกษาพบว่า ด้วยประสบการณ์ในสายงานผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ทำให้งบประมาณการผลิตมีการกำหนดรูปแบบที่ชัดเจนและยืดหยุ่น สามารถปรับใช้ได้กับรายการหลากหลายรูปแบบ สำหรับการหาข้อมูลในการผลิตมีการใช้กลวิธีที่หลากหลาย เริ่มตั้งแต่การสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต นิติสารและหนังสือพิมพ์จนถึงการติดต่อไปยังบุคคลที่ 3 ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลหรือแม้แต่สถานีตำรวจ และเนื่องจากรายการอึ่งที่เสียวมีลักษณะคล้ายรายการสด จึงไม่สามารถกำหนดเหตุการณ์ล่วงหน้าได้ บทโทรทัศน์จึงใช้วิธีเขียนแบบ คำโครง ภายใต้สูตรการเดินเรื่องเพื่อให้เจ้าของเรื่องเป็นตัวเดินเรื่อง ทำให้เรื่องราวที่ถ่ายทอดสมจริง มีพลัง

สำหรับกลวิธีในการถ่ายทำมีหลายวิธีด้วยกัน เริ่มจากการใช้อุปกรณ์กล้องดิจิทัล ซึ่งเป็นกล้องพื้นฐานที่ทุกรายการนิยมใช้ แต่จะถ่ายทำแบบการถือมือถือกล้อง (Handheld) เพื่อให้ได้ภาพที่มีอารมณ์เหมือนจริงที่สุด นอกจากนี้ยังเสริมด้วยกล้องโดรนถ่ายภาพมุมสูง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของพื้นที่ที่ถ่ายทำ และกล้อง Go Pro กล้องตัวเล็กสำหรับติดตามร่างกายของแขกรับเชิญเพื่อให้ได้ภาพแทนสายตา ผู้ชมจะรู้สึกเหมือนทำกิจกรรมนั้นด้วยตัวเอง นอกจากนี้ยังมีกลวิธีการถ่ายทำอีกหลายรูปแบบตั้งแต่การถ่ายทำแบบจัดฉาก (Setup) เพื่อความสมบูรณ์ของเรื่องราว หากเหตุการณ์ใดไม่สามารถคาดเดาได้หรือมีแนวโน้มจะไม่สมฤทธิ์ผลตามที่ทีมงานคาดหวัง กลวิธีนี้จะถูกหยิบมาใช้ทันที และการถ่ายซ้ำหรือทำซ้ำ (Re-act) เป็นเทคนิคที่ช่วยให้ผู้ชมได้เห็นเหตุการณ์แบบชัดเจน ด้วยการแสดงภาพแบบหลายครั้ง หลายมุม อีกทั้งยังช่วยสร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้นให้กับรายการได้เป็นอย่างดี

1.3) กลวิธีหลังการถ่ายทำรายการอึ่งที่เสียว (Post-Production)

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่รายการจะออกอากาศ คือขั้นตอนการตัดต่อ ลำดับภาพเป็นการรวมทุกอย่างที่ถ่ายทำมาไว้ด้วยกัน ในรูปแบบของการจัดวางเล่าเรื่อง ที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งรายการอึ่งที่เสียวต้องอยู่บนนโยบายที่ต้องเล่าเรื่องอย่างกระชับ ตรงประเด็น ภายใต้เวลาเพียงแค่ 10 นาที ต่อ 1 เรื่อง ขั้นตอนนี้มีการใช้กลวิธีมากมายเริ่มจาก 1) การใช้ภาพช้า (Slow-motion) เพื่อเน้นย้ำให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากบางเรื่องราวสายตาของมนุษย์ไม่สามารถจับภาพได้ครบทุกรายละเอียด แต่กลวิธีนี้จำเป็นต้องมีการวางแผนในการถ่ายทำล่วงหน้า 2) การใช้ภาพเร็ว (Fast Speed) มีส่วนสำคัญในการเล่าเรื่องที่ยาวมากให้สรุปจบภายในเวลาอันสั้น บางเหตุการณ์มีความหมายในการสื่อสาร หากถูกตัดทิ้งไป ผู้ชมอาจเกิดความสงสัย ดังนั้นกลวิธีนี้จึงถูกนำมาอธิบายเรื่องที่ยาวแต่สำคัญให้สั้นลงได้ 3) การตัดต่อแบบเร่งเวลา (Time-lapse) กลวิธีนี้เกิดจากเวลาในการถ่ายทำที่ถูกจำกัด บางกิจกรรมอาจต้องใช้เวลามากมายชั่วโมงหรือเป็นวัน การตัดต่อลักษณะนี้จะช่วยย่อเวลา ผ่านการใช้ภาพที่แสดงถึงเวลาที่เปลี่ยนไป เช่นภาพพระอาทิตย์ค่อย ๆ ตก ผู้ชมจะทราบว่าเวลาได้ล่วงเลยจากบ่ายมาเป็นกลางคืนนั่นเอง 4) กลวิธีที่สำคัญและถูกนำมาใช้ในทุกระบบ คือการดึงภาพให้ใหญ่ขึ้น (Zoom-In) พร้อมใส่เสียงประกอบ เพื่อดึงดูดความสนใจ ทำให้ผู้ชมเกิดความสงสัยและต้องการที่จะติดตามรายการต่อเพื่อหาคำตอบ รวมทั้งเน้นย้ำให้เห็นถึงความตื่นเต้นที่กำลังจะเกิดขึ้น

สำหรับเสียงในรายการอึ่งที่เสียวมีอยู่ด้วยกัน 3 ลักษณะคือ 1) เสียงบรรยาย มี การกำหนดจากฝ่ายบริหารให้ใช้เสียงบรรยายเพศชายที่แสดงได้ทั้งอารมณ์จริงจัง เป็นกันเอง ตื่นเต้นและขำขัน เสียงบรรยายในรายการทำหน้าที่ 2 แบบ คือการให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่พิธีกรไม่ได้ให้ และการสรุปข้อมูลจากสิ่งที่พิธีกรบอกไป ซึ่งวิธีการใช้เสียงบรรยายของรายการมีการคัดเลือกได้อย่างเหมาะสมและมีอิทธิพลต่ออารมณ์ รวมถึงความประทับใจของผู้ชมรายการ 2) เสียงเพลง มีการเตรียมเสียงเพลงแยกไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน และมี

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

วิธีการเลือกใช้เพลงให้ตรงกับบรรยากาศของเรื่อง ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม คล้อยตามรายการได้ง่ายขึ้น
3) เสียงประกอบพิเศษ (Sound Effect) ช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของรายการ และเสริมสร้างบรรยากาศต่าง ๆ ทั้งน่ากลัว ตื่นเต้น หรือขำขัน

2. ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งตึงเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ไว้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1) ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งตึงเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในประกอบด้วย การจัดการ (Management) การทำงานของฝ่ายบริหารสถานีและทีมงานรายการอึ่งตึงเสียวที่มีโจทย์ชัดเจน ในการพยายามสร้างความนิยมรายการให้สูงตามนโยบายการเลือกเรื่องที่ฝ่ายบริหารวางไว้ เพื่อโอกาสในการหารายได้จากโฆษณา อีกทั้งยังมีการปลูกฝังเรื่องจริยธรรมสื่อให้กับทีมงานเพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อผู้ชม รวมถึงการจัดการงบประมาณ ที่มีการออกแบบสร้างระบบการจัดตั้งงบประมาณและการเบิกจ่ายอย่างรัดกุม

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือการผลิต (Technical) ผู้วิจัยพบว่า อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของรายการอึ่งตึงเสียว ซึ่งอุปกรณ์ที่นำมาใช้มีคุณภาพอยู่ในระดับสากล นับเป็นตัวช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถการผลิต ซึ่งยังผลต่อการสร้างคุณภาพและความน่าสนใจให้กับรายการ ทำให้ความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงพอที่จะกระตุ้นและดึงดูดให้ ผู้โฆษณาสนใจและหันมาลงทุนได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านบุคลากรมืออาชีพ (Media Professional) พบว่า ปัจจัยภายในข้อนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ใส่ใจและลงมือคัดเลือก ควบคุม รวมถึงพัฒนาทีมงานผลิตให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ความชอบของผู้ชมเป้าหมายอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ความนิยมรายการอยู่ในระดับสูงมาโดยตลอด อีกทั้งยังเกิดผลตอบรับที่ดีจากผู้ชม ซึ่งเกิดความประทับใจและทั้งในความสามารถของทีมผลิตรายการ

2.1) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลวิธีการสร้างสรรค์รายการอึ่งตึงเสียวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า สถานการณ์ของข่าวสารในปัจจุบันและกระแสวัฒนธรรม (Event Plus Constant Information and Culture Supply) มีผลต่อเนื้อหารายการ ซึ่งรายการอึ่งตึงเสียวมีการสืบหาข้อมูลหรือเรื่องราวที่กำลังเป็นที่สนใจในวงสังคมมาประยุกต์ใช้ รวมทั้งมีการคำนึงถึงวาระหรือ วันสำคัญที่กำลังจะมาถึง ตลอดจนนำประเด็นและความเชื่อที่ได้รับการยอมรับจากผู้ชมมาผลิตเป็นเนื้อหารายการเสมอ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจในการรับชม

แรงกดดันทางด้านสังคมและการเมือง (Social and Political Pressures) พบว่า รายการอึ่งตึงเสียวเป็นรายการที่สุ่มเสี่ยงทางด้านภาพและเนื้อหาที่ออกอากาศ โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทก๊ากและคนที่มีความสามารถแปลก แต่ผู้ผลิตรายการก็ให้ความสำคัญกับเรื่องจริยธรรมสื่อและการตัดทอนเนื้อหาที่ไม่สมควรนำออกอากาศ ถึงแม้เนื้อหาที่ถูกตัดทอนไปอาจจะมีส่วนต่อสีสันของรายการและทำให้การสื่อสารไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ แต่ด้วยนโยบายที่ชัดเจนของสถานีประกอบกับความเข้าใจอันดีของผู้ผลิตจึงมีมาตรการที่ชัดเจนในการปล่อยภาพและเนื้อหาที่เหมาะสมออกอากาศ ทำใหัรายการสามารถออกอากาศได้แบบเต็มอรรถรสและมีคุณภาพที่ดีตามกฎหมายกำหนด

ความสนใจ ความต้องการของผู้ชมและช่องทางการสื่อสาร (Distribution Channels and Audience

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

Interest / Demand) ผู้วิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลและศึกษารสนิยม ความชอบของผู้ชมเป้าหมาย เป็นอย่างดี ทำให้สามารถกำหนดเรื่องที่จะนำออกอากาศได้อย่างชัดเจน ตรงใจผู้ชม วัดได้จากผลความนิยม รายการที่สูงและเสียงตอบรับจากผู้ชมในการออกอากาศ ซึ่งสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้ว่า มีความชื่นชอบในเรื่องราวที่หลากหลาย ทั้งวัฒนธรรมความเป็นอยู่ เรื่องแปลกใหม่ไม่เคยรู้มาก่อน เรื่องที่เป็นสาระ เรื่องฮาขัน รวมทั้งเรื่องราวลึกลับน่ากลัว ซึ่งทุกเรื่องได้ถูกทีมงานกลั่นกรองและนำเสนอภายใต้ หัวเรื่อง 4 ประเภทของรายการอยู่แล้ว อีกทั้งทีมผลิตรายการยิ่งซึ่งเสียได้มีการปรับตัวให้เข้ากับวิถีการรับชมของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการส่งเนื้อหารายการออกอากาศในช่องทางต่าง ๆ อาทิ ยูทูบ (Youtube) หรือ เฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อตอบใจทียสำหรับผู้ชมที่ไม่มีเวลาชมบนหน้าจอโทรทัศน์อีกด้วย

แรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Pressures) พบว่า การผลิตรายการยิ่งซึ่งเสียจำเป็นต้อง วิเคราะห์รายการคู่แข่งถึงข้อดี ข้อเสีย รวมทั้งหาประเด็นและวิธีการนำเสนอที่ไม่ซ้ำ ขณะเดียวกันยังสืบค้น ข้อมูลจากสำนักข่าวต่างๆ (News / Information Agencies) เพื่อนำมาซึ่งหัวเรื่องที่น่าสนใจ อันจะส่งผลต่อ ความนิยมรายการให้สามารถอยู่ในระดับสูงตามเกณฑ์ที่ผู้โฆษณาต้องการ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า วิถีชีวิตและอุปนิสัยการเสพสื่อของผู้ชมที่เปลี่ยนไปมีส่วนสำคัญในการเลือก รับชมรายการ เนื่องจากผู้ชมรายการยิ่งซึ่งเสียเป็นกลุ่มคนหลากหลายอาชีพ เวลารว่างจึงไม่แน่นอน สังเกต ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเลือกชมรายการผ่านโทรศัพท์มือถือของตนเอง ในเวลาที่สะดวกเท่านั้น ดังนั้นทีมงานรายการจึงปรับตัว นำเนื้อหารายการลงในสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อ รักษาฐานผู้ชมรายการไว้นั่นเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีของประเทศไทย โดยเปรียบ เทียบกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีของต่างประเทศในประเภทเดียวกัน เพื่อให้ได้คำตอบทางการ วิจัยที่หลากหลาย แตกต่างไปจากเดิม
2. ควรมีการวิเคราะห์ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีในสื่อประเภทอื่นๆ เช่น กลวิธีการสร้างสรรค์สารคดีที่เผยแพร่ผ่านสื่อภาพยนตร์ กลวิธีการสร้างสรรค์รายการสารคดีที่ออกอากาศทาง สื่อออนไลน์ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- ธีรภาพ โลหิตกุล. (2552). **กว่าจะเป็นสารคดี**. กรุงเทพฯ : อ่านเอาเรื่อง. [Thiraphap Lohitkun. (2009). **Becoming Documentaries**. Bangkok : An Ao Rueang.]
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2558). “ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค”. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-7**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Yutthana Thamcharoen. (2015). “Definition of Consumer Behaviors”. **Consumer Behavior Analysis, Unit 1-7**. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat University.]
- สันต์ ทองรินทร์. (2550). “การบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์”. **การผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น หน่วยที่ 1-7**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Santhat Thongrin. (2007). “Administration of Television Program Production”. **Basic Television Program Production, Unit 1-7**. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat University.]
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2559). **ทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ระเบียงทอง. [Suraphong Sothanasathian. (2016). **Theory of Communication**. Bangkok : Rabiang Thong Printing House.]
- หฤทัย คำชาย. (2554). **บทบาทของรายการโทรทัศน์กับนอกกะลาต่อเยาวชนผู้ร่วมโครงการบจูเนียร์**. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Haruethai Khakhai. (2011). **Roles of Kop Nok Khala Television Program towards the Youth in Kop Junior Project**. Bangkok : Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.]
- McCombs, Maxwell. (2004). **Setting The Agenda : The Mass Media and Public Opinion**. London : Polity Press.
- McQuail, Denis. (1994). **Mass Communication Theory**. London : Sage.