



การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอรายการ คิดได้คิดดี ที่มีผลต่อการรับชมของผู้ชม

นาย ณัฐพงษ์ ชำนาญเอื้อ
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา ปฏิบัติการ
กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ.2562



รายการ คิดได้คิดดี
KHONKAEN UNIVERSITY

www.kku.ac.th
www.kkuchannel.com



คำนำ

การศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอรายการ คิดได้คิดดีที่มีผลต่อการรับชมของผู้ชม หรือ KKU Research งานวิจัยสู่สังคม (เดิม) ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นข้อมูล แนวทางในการแก้ปัญหาในการพัฒนากระบวนการผลิตและบริหารจัดการรูปแบบรายการ และเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตรายการเผยแพร่ทางโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต KKU CHANNEL ต่อไปในอนาคต

ผู้ดำเนินการศึกษาหวังว่ารายงานการศึกษานี้วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอรายการ คิดได้คิดดี หรือ KKU Research งานวิจัยสู่สังคม (เดิม) ฉบับนี้ จะสามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินการพัฒนาการผลิตรายการเพื่อสื่อสารกับประชาคมมหาวิทยาลัยขอนแก่น และประชาชนทั่วไปโดยใช้รายการ คิดได้คิดดี เป็นกรณีศึกษา พร้อมทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อขององค์กรที่มีอย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ต่างๆตามยุทธศาสตร์พันธกิจและทิศทางการบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

ณัฐพงษ์ ชำนาญเอื้อ

นักวิชาการโสตทัศนศึกษา ปฏิบัติการ

พ.ศ.2562

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตของการวิเคราะห์	4
1.5 คำจำกัดความเบื้องต้น	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์	6
2.2 ตัวอย่างรายการโทรทัศน์ รายการ คิดได้คิดดี	15
บทที่ 3 การดำเนินงาน	
2.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน	21
2.4 แผนภูมิขั้นตอนการดำเนินงาน	22
บทที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	23
3.1 ข้อเสนอแนะและแนวทางพัฒนา	23
3.2 สรุปผลการวิเคราะห์	25

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ (พ.ศ. 2558 – 2562) ด้วยเป้าหมาย มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มาตรฐาน ความเป็นเลิศมีบทบาทในการชี้นำตอบสนองความต้องการและเตือนสติของสังคม เป็นที่ยอมรับของสังคมในระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระดับชาติ และระดับนานาชาติเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ อันดับ 1 ใน 80 ของเอเชีย อันดับ1 ใน400 ของโลก

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี กองสื่อสารองค์กร (Communication Affairs Division) สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถูกจัดตั้งขึ้น โดยมีวิสัยทัศน์ เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก (We communicate KKU to citizen of the world) และมีพันธกิจ กองสื่อสารองค์กร มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อสารและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ชุมชน สังคม หรือสาธารณชน หรือองค์กรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยได้รับทราบพร้อมทั้งการสร้าง ความเข้าใจที่ดี การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย เฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์ วารสารข่าว ข่าวกิจกรรมมหาวิทยาลัย ป้ายประชาสัมพันธ์ ข่าวการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการของบุคลากรมหาวิทยาลัยการบันทึกภาพกิจกรรมสำคัญและพิธีการต่างๆ ของมหาวิทยาลัย รวมถึงกิจกรรมพิธีการส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเข้าใจที่ดี การสร้างระบบต้อนรับบุคคลสำคัญ ระบบการส่งเสริมสนับสนุนทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมสนับสนุนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน และการอำนวยความสะดวกในติดต่อประสานงานแหล่งข่าว การให้ข้อมูลสารสนเทศต่างๆ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ของชุมชน สังคม หรือสาธารณชน หรือองค์กรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัย การรายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของมหาวิทยาลัย และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

ปัจจุบันการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์มีการปรับตัวอย่างมาก เนื่องจากเกิดการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกและในประเทศไทย รวมทั้งการขยายตัวของอุตสาหกรรมสมาร์ทโฟน ทำให้เกิดพฤติกรรมการสื่อสารผ่าน “เครือข่ายสังคม” (Social Network) ที่กำลังมีการขยายตัวและส่งผลกระทบต่อกลไกการรับรู้ข่าวสาร การกระตุ้นเชิงพฤติกรรม การบริโภค การมีส่วนร่วม และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกิดการเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่มักเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารเป็นหลัก จนถึงปัจจุบันนักประชาสัมพันธ์ต้องปรับตัวโดยใช้โอกาสจากสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) ให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการนำเสนอข้อมูลเชิงเนื้อหาขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยมีเว็บไซต์ ซึ่งนำเสนอกิจกรรมหรือเรื่องราวที่มีความสนใจร่วมกัน ถือเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพบว่าข้อมูลข่าวสารที่องค์กรระดับโลกต่างๆ ต้องการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ เผยแพร่บนสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) มีเนื้อหาสาระสำคัญ 10 ประเด็น ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กร ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ (Business, Market Positioning) ข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร (Executive Vision) ข้อมูลที่แสดงถึงคุณค่าของสินค้าและบริการ (Product and Service Value) ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพัน และสร้างความมั่นใจ (Communication for Engagement) ข้อมูลบทวิเคราะห์ และคำปรึกษา (Data / Research Service and Consultant) ข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งกำหนดการสำคัญขององค์กร (Corporate and Marketing Agenda) ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความก้าวหน้า นวัตกรรม และเครือข่าย (Innovation and Business Connection) ข้อมูลเพื่อแสดงให้เกิดการยอมรับ และการเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expert, Award, Ranking) และข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม (Social Content) (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2553)

จากพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงมหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ <https://www.kku.ac.th/index.php?l=th> ขึ้นเพื่อสนองตอบกลุ่มเป้าหมาย ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีเนื้อหาสาระครอบคลุม 10 ประเด็น ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอน ข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของผู้บริหารมหาวิทยาลัย ข้อมูลที่แสดงถึงคุณภาพของการผลิตบัณฑิตและบัณฑิตที่พึงประสงค์ ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพัน และสร้างความมั่นใจกับกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลบทวิเคราะห์ และคำปรึกษาของหน่วยงานต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย ข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งกำหนดการสำคัญของมหาวิทยาลัย ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความก้าวหน้า นวัตกรรม และเครือข่ายของมหาวิทยาลัย ข้อมูลเพื่อแสดงให้เกิดการยอมรับและการเป็นนักวิจัยหรือผู้เชี่ยวชาญ และข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมในบทบาทของนักวิชาการ นอกจากเว็บไซต์แล้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ยังได้เผยแพร่เนื้อหาในลักษณะดังกล่าวไปในเครือข่ายสังคม (Social Network) อื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะ youtube ผ่านทาง <https://www.youtube.com/user/KKUchannel> โดยเริ่มเผยแพร่เป็นครั้งแรกเมื่อ 17 มีนาคม 2552 ปัจจุบัน มีผู้ติดตาม 33,953 คน ซึ่ง รายการคิดได้คิดดี หรือ KKU Research งานวิจัยสู่สังคม (เดิม) เป็นรายการหนึ่งที่เผยแพร่ในช่องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้วยเช่นกัน

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLR68E59Jpk8v0Cx73fQSc5CjFh9-AK9M> โดยเผยแพร่เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2561 มีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก เผยแพร่ผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมุ่งเน้นการนำเสนอที่เข้าใจง่าย ซึ่งการเผยแพร่เนื้อหาไปยังประชาชนนี้ สื่อมวลชนนับเป็นผู้รับสารอีกกลุ่มหนึ่งที่ผู้ศึกษาต้องการที่จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติเนื่องจาก บทบาทหน้าที่ที่สื่อมวลชนตามที่ Danis Mcquail (Danis Mcquail : 79) ได้ให้หลักการบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ในหนังสือ “Theory of Media and Theory of Society) ที่ระบุถึง หน้าที่ การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นการทำหน้าที่ในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร โดยการทำหน้าที่นั้นได้หมายรวมไปถึงการ ส่งเสริมความคิด และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาและความเจริญก้าวหน้าในสังคมได้อย่างสะดวก ฉะนั้นกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนคือผู้รับสาร ในขณะเดียวกันยังมีบทบาทในการเผยแพร่เนื้อหาไปสู่ประชาชนในวงกว้างอีกด้วย

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอรายการ คิดได้คิดดี หรือ KCU Research งานวิจัยสู่สังคม (เดิม) จึงเป็นประโยชน์เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสีย หรือผู้ผลิต ทราบถึงกระบวนการผลิต ข้อบกพร่อง ปัญหาและอุปสรรค ในขณะเดียวกัน ยังสามารถนำไปเป็นข้อมูล เพื่อให้นักประชาสัมพันธ์และนักวิชาการโสตทัศนศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในฐานะผู้สร้างสรรค์รายการ ปรับปรุงพัฒนารูปแบบการนำเสนอ เพื่อส่งเสริมภาพภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัย และนำไปสู่การสร้างสรรคเนื้อหา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร ทั้งประชาชนทั่วไป และ สื่อมวลชน อันจะนำไปสู่การชิงพื้นที่ข่าวที่มากขึ้น สร้างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น สนับสนุนวิสัยทัศน์การเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก”ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการผลิต ข้อบกพร่อง ปัญหาและอุปสรรค รายการคิดได้คิดดี เพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

1.2.2 เพื่อกระจายข่าวสารงานวิจัย เพื่อการประชาสัมพันธ์ออกไปยังผู้รับสารผ่านรายการคิดได้คิดดี

1.2.1 เพื่อหาข้อมูลในการนำไปสู่แนวทางการพัฒนารายการคิดได้คิดดี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เกิดกระบวนการศึกษารูปแบบและระบบการผลิตรายการคิดได้คิดดี สำหรับเผยแพร่บนเว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

1.3.2 ข่าวสารงานวิจัย กิจกรรมของมหาวิทยาลัยได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง

1.4 ขอบเขตของการวิเคราะห์

การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบรายการ โดยการเลือกรายการคิดได้คิดดี ที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ Youtube จำนวน 6 ตอน โดยออกอากาศตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม 2561 – 9 พฤษภาคม 2562 ประกอบไปด้วย เรื่อง มหัศจรรย์สารสกัดยางนา สวยครบองค์รวม ปลอดภัยด้วยธรรมชาติ จักรยานไหมคันแรกของโลก แอปพลิเคชัน คัดกรองภาวะอหิวาต์แอฟริกาในเด็ก สถานีตรวจวัดอากาศแบบไร้สาย การเกษตรแบบแม่นยำ ชุดตรวจพยาธิใบไม้ตับสำเร็จรูปชนิดเร็ว โรงเรือนอัจฉริยะ เพิ่มผลผลิตจิ้งหรีดช่วยเกษตรกรไทย

วิเคราะห์สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ข้อบกพร่อง ปัญหา และอุปสรรค มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการผลิตรายการคิดได้คิดดี ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

1.5 คำจำกัดความเบื้องต้น

รายการคิดได้คิดดี หมายถึง รายการที่นำเสนอผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เข้าใจง่าย โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง Youtube

การวิเคราะห์ หมายถึง การแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อยที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อทำความเข้าใจแต่ละส่วนให้แจ่มแจ้ง รวมทั้งการสืบค้นความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ เพื่อดูว่าส่วนประกอบปลีกย่อยนั้นสามารถเข้ากันได้หรือไม่ สัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างแท้จริง โดยพื้นฐานแล้ว การวิเคราะห์ถือเป็นทักษะที่มนุษย์ฝึกได้

รูปแบบ หมายถึง ลักษณะที่กำหนดขึ้นเป็นหลัก หรือแนวทางมาตรฐานซึ่งยอมรับ และใช้กันทั่วไป

การวิจัย หมายถึง กระบวนการค้นคว้าหาความรู้ที่มีระบบเพื่อตอบประเด็นที่สงสัย โดยมีระเบียบวิธีอันเป็นที่ยอมรับในศาสตร์แต่ละศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

Social Network คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน ผ่าน Internet ซึ่งเป็นเว็บไซต์ช่วยให้ค้นหาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่ายๆ เราสามารถที่จะสร้างพื้นที่ส่วนตัวขึ้นมา เพื่อแนะนำตัวเองได้ โดยเลือกได้ว่าต้องการรู้จักกับใคร หรือเป็นเพื่อนกับใคร ก็ได้ ตัวอย่าง Social Network เช่น Facebook, MySpace.com, twitter เป็นต้น

Youtube คือ เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรีคะ โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ เนื้อหาของ YouTube ประกอบด้วย คลิปวิดีโอ ที่ให้บริการรับชมกันผ่านหน้าเว็บแบบฟรีๆ ไม่เสียเงิน โดยคลิปวิดีโอส่วนใหญ่จะมาจากทางบ้าน หรือใครๆ ที่ต้องการโชว์ความสามารถต่างๆ ของตนเองก็สามารถอัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นสู่หน้าเว็บได้

YouTube ใช้ระบบในการให้บริการโดยใช้โปรแกรม Adobe Flash เรียบเรียงเนื้อหาบนเว็บไซต์ รวมไปถึงไฟล์วิดีโอตัวอย่าง ไฟล์หนังละคร มิวสิควิดีโอ และวิดีโอจากทางบ้าน โดยไฟล์วิดีโอที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ส่วนมากเป็นเพียงไฟล์คลิปสั้นๆ เท่านั้น ความยาวเพียงไม่กี่นาที ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าชมได้ง่าย โดยมีการแบ่งประเภทและจัดอันดับไฟล์คลิปวิดีโอ ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ล่าสุด ไฟล์ที่มีผู้ชมมากที่สุด ไฟล์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกชมได้อย่างสะดวก เพื่อเลือกสิ่งที่พอใจสูงสุด และยังมีบริการที่สามารถดูวิดีโอได้ที่ละเฟรม โดยเลือกดูส่วนใดๆ ของวิดีโอก็ได้

เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไป แบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่น ๆ ใส่ไว้ใน Youtube ได้ แม้จะก่อตั้งได้เพียงไม่นาน (youtube ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2005) Youtube เติบโตอย่างรวดเร็วมาก เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและได้รับความนิยมทั่วโลก ต่อมาปี ค.ศ.2006 กูเกิ้ลซื้อ Youtube ตอนนี้อยู่ทุบจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของกูเกิ้ลแล้ว

ปัจจุบัน YouTube เป็นเว็บไซต์ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วอย่างมากบนอินเทอร์เน็ต โดยในหนึ่งวันมีผู้เข้าชมเปิดคลิปวิดีโอถึง 100 ล้านเรื่องต่อวัน และในแต่ละวันจะมีผู้เข้ามาอัปโหลดคลิปวิดีโอใหม่ๆ ถึง 65,000 วิดีโอคลิป เฉลี่ยต่อเดือนมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์นี้ถึง 20 ล้านคน ภายในเว็บไซต์ YouTube มีไฟล์วิดีโอทั้งหมดมากกว่า 6 ล้านไฟล์ โดยวิดีโอที่แพร่ภาพอยู่บน YouTube มีทั้งภาพยนตร์ คลิปจากรายการทีวี และมิวสิควิดีโอ รวมถึงวิดีโอสมัครเล่นที่เรียกว่า บล็อกวิดีโอ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์

การผลิตรายการหลายๆประเภทจะถ่ายทำกันภายในและภายนอกสตูดิโอ โดยมีการวางแผนและเตรียมงานมาเป็นอย่างดีก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง โดยทั่วไปการผลิตรายการประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน

1. ขั้นวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning)
2. ขั้นเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal)
3. ขั้นการผลิตรายการ (Production)
4. ขั้นหลังการผลิตรายการ (Postproduction)

รายละเอียดในแต่ละขั้นตอนมีดังต่อไปนี้

1.ขั้นวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning)

ขั้นตอนก่อนการผลิตเป็นขั้นตอนของการวางแผน ประชุมบุคลากรฝ่ายต่างๆ เตรียมงานให้พร้อมก่อนการบันทึกเสียง หรือการถ่ายทำรายการ นับเป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญมาก รายละเอียดของขั้นตอนก่อนการผลิตมีดังนี้

1.1 วางแผนทางการผลิต

ผู้ผลิตรายการ (producer) เป็นผู้ดำเนินการประชุมทีมงานฝ่ายต่างๆ ที่คัดเลือกให้มาร่วมงาน โดยแจ้งให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของรายการที่จะทำ เช่น กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบรายการ วัตถุประสงค์ของการผลิต วันเวลาการออกอากาศ งบประมาณ เพื่อให้ทุกฝ่ายทำความเข้าใจให้ตรงกันแล้ววางแผนในส่วนของตนที่จะทำการผลิตต่อไป

1.2 การเขียนบท

ผู้เขียนบท (Script Writer) เป็นผู้ได้รับมอบหมายงานจากผู้ผลิตรายการ โดยต้องทำความเข้าใจกับรายละเอียดของรายการให้ชัดเจนเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการเขียนบท เช่น กลุ่มผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร อยู่ในช่วงวัยใด ความสนใจของเขาเป็นอย่างไร รายการนั้นมีความยาวในการนำเสนอเท่าใด วัตถุประสงค์การผลิตเป็นเช่นไร จากนั้นจึงค้นคว้าหาข้อมูลเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอสู่ผู้ชม โดยต้องทำให้มีความน่าสนใจน่ารับชมรับฟัง

บท (Script) เป็นส่วนสำคัญของการผลิตรายการ ซึ่งการเขียนบทของสื่อโทรทัศน์จะเน้นรายละเอียดทั้งด้านภาพและเสียง

1.3 การเตรียมวัสดุรายการ

ในส่วนของการผลิตรายการโทรทัศน์จะมีความละเอียดซับซ้อนจึงต้องแบ่งทีมงานรับผิดชอบการทำงานด้านศิลปกรรม ได้แก่ ทีมฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก (Set & Props) ทีมเสื้อผ้า (Costume) ทีมแต่งหน้า (Make Up) และทีมกราฟิก (Graphic)

1.4 การประสานงาน

ในทีมงานผู้ผลิตจะมีผู้ประสานงานนัดหมายการประชุม ติดตามความคืบหน้าของงาน ทำสำเนาบทแจกทีมงานทุกฝ่าย ติดต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง สถานที่ วันและเวลาที่กำหนด แจ้งฝ่ายเทคนิคในวันที่จะบันทึกเทป นัดหมายพิธีกร แขกรับเชิญ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ ผู้ทำหน้าที่ประสานงานเป็นแกนกลางในการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

ขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ 8 ประเด็นหลัก คือ

- การพัฒนาแนวความคิด
- การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการผลิตรายการ
- การวิเคราะห์ผู้ชมเป้าหมาย
- การจัดทำงบประมาณ
- การค้นคว้าหาข้อมูล
- การกำหนดวิธีในการผลิตรายการ
- การเขียนโครงสร้างรายการและบทโทรทัศน์
- การประชุมทีมงานผลิตรายการ

2.ขั้นเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal)

ขั้นเตรียมการผลิตรายการนี้เป็นขั้นตอนที่ประกอบไปด้วยการจัดเตรียม (Setup)

การจัดเตรียม (Setup) ทีมงานทุกคนต้องเตรียมงานทุกอย่างให้พร้อมก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง เวลาที่ใช้ในการจัดเตรียมนี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของรายการที่จะผลิตและงบประมาณที่ได้รับซึ่งถูกกำหนดมาในขั้นตอนที่แล้ว ทีมงานทุกคนต้องรู้จักหน้าที่ของตนเองและควบคุมดูแลซึ่งกันและกันเองให้งานประสบความสำเร็จ

การจัดเตรียมประกอบไปด้วยการดำเนินการดังนี้

- การจัดเตรียมกล้องบันทึกภาพ
- การจัดเตรียมไฟ
- การปรับแต่งเสียง ทดสอบเสียง
- การจัดเตรียมการ์ดสำหรับบันทึกเทปรายการ

ในการเตรียมงานนั้นทีมงานทุกคนควรทำหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบไปพร้อมๆกัน เช่น ขณะที่พนักงานเตรียมพื้นที่ถ่ายทำ ผู้ควบคุมแสงควรจัดแสงไปด้วยขณะที่จัดแสงอยู่นั้น ผู้ควบคุมเสียงควร

ปรับแต่งเสียงให้ได้ระดับที่สมดุล ขณะที่กำลังจัดเตรียมพื้นที่การถ่ายทำ ผู้กำกับเทคนิคควรตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ทุกชนิดที่ช่างภาพควรปรับแต่งภาพและมุมกล้องให้พร้อม ดังนั้นการจัดเตรียมรายละเอียดและอุปกรณ์ต่างๆในห้องควบคุมห้องจัดรายการจำเป็นต้องดำเนินไปพร้อมๆกันกับการจัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำ

การจัดเตรียมงาน คือ ปัจจัยสำคัญที่บ่งบอกว่า การผลิตรายการจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ถ้ามีรายละเอียดบางอย่างในขั้นตอนนี้ที่ทีมงานได้ละเลยไป ทีมงานผู้นั้นจะต้องจัดเตรียมหรือแก้ไขในขั้นการซ่อมซึ่งจะทำให้เสียเวลามากขึ้น รวมทั้งเกิดความล่าช้าแก่องค์ประกอบอื่นๆที่ต้องใช้เวลาสำหรับการซ่อมด้วยเช่นกัน

3. ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)

ขั้นตอนการผลิตรายการคือขั้นตอนของการบันทึกเทปรายการหรือถ่ายทอดสด หลังจาก que ที่ทีมงานทุกฝ่ายเตรียมความพร้อมมาเป็นอย่างดี ในวันถ่ายทำจริงจะเป็นการรวมทีมงานมาประจำที่ห้องสตูดิโอหรือพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นสถานที่ถ่ายทำ เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในขณะบันทึกเทปหรือออกอากาศสด

3.1 การบันทึกเทป (On videotape) วิธีการนี้เป็นที่นิยมของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ช่วยให้การดำเนินงานไม่ยุ่งยากเพราะไม่จำเป็นต้องถ่ายทำตามลำดับเหตุการณ์หรือตลอดเหตุการณ์โดยไม่หยุดกล้อง วิธีการ คือ บันทึกการลงเทปจากนั้นนำเทปไปตัดต่อและผสมเสียงเพื่อเป็นรายการที่สมบูรณ์พร้อมออกอากาศต่อไป การถ่ายทำด้วยการบันทึกนี้ทำให้ทีมงานสามารถควบคุมและดูแลการทำงานได้เป็นอย่างดี ผู้กำกับรายการมีโอกาสกำหนดภาพ แสง และเสียงมากขึ้น อย่างไรก็ตามการถ่ายทำด้วยวิธีนี้จะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมาก

3.2 การถ่ายทอดสด (Live)

เมื่อเริ่มเปิดรายการการถ่ายทำจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันไปจนจบรายการโดยไม่มีการหยุดกล้อง รายการที่ผลิตโดยการถ่ายทอดสดนี้จะเริ่มต้นและสิ้นสุดภายในช่วงเวลาที่ทางสถานีได้กำหนดไว้ การถ่ายทอดสดนี้จะจบลงที่ขั้นตอนการผลิต (Production) โดยไม่มีขั้นหลังการผลิตรายการ (Postproduction) การถ่ายทอดสดจะมีทั้งข้อดีและข้อเสีย คือ สามารถรายงานและนำเสนอเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นจริงไปยังผู้ชมกลุ่มเป้าหมายได้ในขณะเดียวกันทีมงานต้องเอาใจใส่และมีความระมัดระวังมากเป็นพิเศษขณะกำลังผลิตรายการ เนื่องจากเมื่อมีปัญหาและสิ่งผิดพลาดใด ๆ เกิดขึ้นจะไม่สามารถแก้ไขโดยวิธีการตัดต่อได้เลย การผลิตรายการทั้งที่เป็นการบันทึกเทปและการถ่ายทอดสดนี้สามารถถ่ายทำทั้งในและนอกสถานที่ ซึ่งจะใช้สถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับพิจารณาของทีมงานตามความเหมาะสมในแต่ละประเด็นที่นำเสนอ

4. ขั้นตอนการผลิตรายการ (Postproduction)

ขั้นตอนการผลิตรายการเป็นขั้นตอนการตัดต่อรายการและประเมินผลการทำงานของทีมงาน นับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตรายการ อธิบายได้ดังนี้

4.1 การตัดต่อ ใช้กับรายการที่บันทึกเทปเก็บไว้ ออกอากาศภายหลัง การตัดต่อมีจุดประสงค์เพื่อร้อยเรียงรายการให้ต่อเนื่อง จัดลำดับประเด็นให้เข้าใจง่าย ตัดสิ่งที่ทำให้เยิ่นเย้อ เพิ่มความน่าสนใจด้วยเสียงดนตรีและเสียงประกอบให้ดูสมจริง ทำให้รายการนั้น ๆ มีความสมบูรณ์ที่สุด การตัดต่อรายการเกี่ยวข้องกับการลำดับภาพ ใส่กราฟิกและลงเสียงประกอบ ผู้ตัดต่อต้องเลือกลำดับภาพอย่างสื่อความหมาย เลือกเพลงและเสียงประกอบให้ได้อารมณ์ความรู้สึกตามความต้องการของผู้เขียนบท โดยให้เนื้อหาสาระยังอยู่ครบและได้รับบรรยากาศในการชมไปพร้อม ๆ กัน

4.2 การประเมินผล ภายหลังจากการผลิตรายการออกอากาศเสร็จสิ้นแล้วทุกครั้ง ทีมงานจะมีการประชุมเพื่อประเมินผลการทำงานของแต่ละฝ่าย เพื่อพิจารณาว่าการทำงานที่ผ่านมาครั้งนั้นมีข้อบกพร่องควรแก้ไขหรือไม่ อันเป็นแนวทางปรับปรุงการทำงานในการผลิตรายการในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น นอกจากนี้ทีมงานยังต้องรับฟังเสียงตอบรับจากผู้ชมภายหลังการรับชมรายการ ข้อเสนอแนะ ดิชมตลอดจนข้อเสนอแนะต่าง ๆ มีส่วนพัฒนาและกำหนดแนวทางเนื้อหารายการในครั้งหน้าได้ ขั้นตอนการผลิตรายการนั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากไม่รูปแบบของรายการโทรทัศน์ก่อน

เครื่องอุปกรณ์ทางเทคนิคที่ผลิตภาพ

1. กล้องโทรทัศน์หรือกล้องบันทึกภาพชนิดต่างๆที่ใช้ในการผลิตประเภทต่างๆ
2. เลนส์ชนิดต่างๆ
3. อุปกรณ์ประกอบกล้องเพื่อใช้ในการผลิตและถ่ายทำในลักษณะต่างๆ
4. เครื่องเล่นและบันทึกเทปโทรทัศน์ประเภทต่างๆขนาดต่างๆ
5. เครื่องทำภาคพิเศษ

เครื่องมือต่าง ๆ คือสิ่งที่สำคัญในการผลิตรายการ แต่เพื่อให้สามารถได้รายการที่ดูน่าตื่นเต้นจึงต้องมีการเทคนิคทางแสงเข้ามาด้วย

ความเข้าใจเรื่องภาพ

ขนาดภาพ

1. Extreme Long Shot (ELS) เป็นขนาดภาพที่กว้างมาก ส่วนใหญ่จะใช้เพื่อแนะนำสถานที่ แสดงภาพรวมทั้งหมดของฉากนั้นๆ
2. Long Shot (ELS) ภาพกว้าง ที่เจาะจงสถานที่มากขึ้น เพื่อแสดงความสำคัญของภาพ

3. Medium Shot (MS) ภาพระยะปานกลาง เป็นภาพวัตถุในระยะปานกลางเพื่อ ตัดฉากหลังและรายละเอียดอื่นๆที่ไม่จำเป็นออกไป และเน้นเรื่องราวที่เราต้องนำเสนอ รายละเอียดจะเห็นมากมากขึ้น เช่นภาพครึ่งตัว

4. Close Up (CU) ภาพระยะใกล้ เป็นภาพที่ตัดฉากหลังออกทั้ง เพื่อเน้นในสิ่งที่เราต้องการนำเสนอ เช่น สีหน้า แผลที่ขา ที่มือกำลังเขียนหนังสือ เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นภาพที่ใช้สื่อด้วยภาษากาย มากกว่าการสื่อด้วยการพูด

5. Extreme Close Up (ECU) ภาพใกล้มาก จะเน้นเจาะจง เฉพาะจุดที่สำคัญเท่านั้น เช่น เฉพาะแววตา ปาก เพื่อแสดงอารมณ์ของภาพ

มุมภาพ

- ภาพมุมสูง / มุมกด - ให้ความรู้สึกกดดัน หรือตกต่ำของตัวละคร
- ภาพระดับสายตา - เป็นทั่วไป คล้ายแทนสายตาผู้ชม
- ภาพมุมต่ำ / มุมเงย - ให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ มีพลัง อำนาจ
- มุมภาพจะลักษณะที่ถ่าย เพื่อบอกเนื้อหา และลักษณะภาพที่ถ่าย เช่น
- ภาพที่ถ่ายจากมุมสูง (aerial shot / bird's eyes view)
- ภาพครึ่งอก (Bust Shot)
- ภาพเอียง (Canted Shot)
- ภาพถ่ายข้ามไหล่ (Cross Shot / X Shot)
- ภาพเต็มตัว (Full Shot)
- ภาพบุคคล 2 คนครึ่งตัว (Two Shot / Double Shot)

ลักษณะของภาพ

- ภาพแบบออฟเจคทีฟ (Objective Shot) เป็นการถ่ายภาพในลักษณะแทนสายตาของผู้ชม
- ภาพแบบซับเจคทีฟ (Subjective Shot) เป็นการถ่ายภาพในลักษณะกล้องจะตั้งอยู่ในตำแหน่งแทนสายตาของผู้แสดง

การเคลื่อนกล้อง

- การแพนกล้อง (Panning) หมายถึง การเคลื่อนที่ของกล้องตามแนวนอนไปทางซ้าย หรือไปทางขวา โดยกล้องยังอยู่ ณ จุดเดิม

- การทิลท์ (Tilting) หมายถึง การเคลื่อนกล้องตามแนวตั้ง จากล่างขึ้นบน และจากบนลงล่าง โดยกล้องยังอยู่ ณ จุดเดิม เพื่อให้เห็นวัตถุตามแนวตั้งเช่น ภาพอาคารสูง
- การซูม (Zooming) หมายถึง การเปลี่ยนความยาวโฟกัสของเลนส์ ในขณะที่ถ่ายภาพโดยใช้เลนส์ซูม ทำให้มุมมองภาพ เปลี่ยนไป ถ้าเปลี่ยนความยาวโฟกัสสั้นลง มุมจะกว้าง แต่ถ้าปรับความยาวโฟกัสให้ยาว มุมภาพจะแคบลง ดังนั้นการซูมจะช่วยเปลี่ยนขนาดของวัตถุให้ใหญ่ขึ้น (Zoom In) หรือเปลี่ยนขนาดของวัตถุให้เล็กลง (Zoom Out) ได้โดยตั้งขาตั้งกล้องไม่ต้องขยับเปลี่ยนตำแหน่งกล้องไป
- การดอลลี่ (Dolling) หมายถึง การเคลื่อนกล้อง เข้าหาวัตถุ เรียกว่า Dolly in หรือการเคลื่อนไหวยกออกจากวัตถุ เรียกว่า Dolly out การดอลลี่ (Dolly) จะคล้ายซูม (Zoom) ความลึกของภาพจะมากกว่าการซูม
- การแทร็ค (Trucking / Tracking) หมายถึง การเคลื่อนกล้องไปด้านซ้ายหรือขวาให้ขนานกับวัตถุ การแทร็ค จะคล้ายกับการแพน แต่จะให้ความรู้สึกเคลื่อนผู้ชมเคลื่อนที่ เพราะฉากจะมีการเปลี่ยนแปลงตามการเคลื่อนกล้อง
- การอาร์ค (Arking) หมายถึง การเคลื่อนกล้องในแนวเป็นรูปครึ่งวงกลม
- การเครน (Booming / Craning) หมายถึง การเคลื่อนกล้องแนวตั้ง ขึ้นลง
- การดี โฟกัส (De focus)
หมายถึงการปรับเลนส์ภาพทำให้เบลอก่อนที่จะเปลี่ยนภาพแล้วกลับมาชัดอีกครั้ง (ส่วนใหญ่จะใช้ในกรณีเป็นความนึกคิดของตัวละคร)
- การชิฟ โฟกัส (Shift focus)
หมายถึง การปรับความคมชัดของภาพ จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อให้ผู้ชมสนใจตรงจุดที่เราโฟกัสนั่นเอง
- สติลชีต (Still Shot) หมายถึง การถ่ายภาพโดยไม่เคลื่อนกล้อง ใช้มากในการถ่ายทำรายการทั่วไป เป็นภาพที่เห็นกันโดยทั่วไป

ความต่อเนื่อง และสมจริง

แกนสนทนา หรือแกน 180 องศา (Axis Line / Conversation Line / 180. Line)
หมายถึง เส้นสายตาระหว่างคู่สนทนา มีเพื่อป้องกันการสับสนของผู้ชม นั่นคือ ไม่ว่าจะย้ายกล้องไปทิศทางใด ก็ไม่ควรจะข้ามเส้นสมมติเส้นนี้ เพราะถ้าถ่ายข้ามเส้น 180 นี้ จะทำให้ ภาพที่ออกมา จะเป็นมุกกลับกัน ยกเว้นกรณีที่ถ่าย Shot เดียวต่อเนื่อง แล้วเคลื่อนกล้องข้ามเส้น 180 นี้ไป

องค์ประกอบภาพ

กฎ 3 ส่วน: เป็นการแบ่งเฟรมภาพ ออกเป็น 3 ส่วนทั้งแนวตั้งและแนวนอน เพื่อเป็นแนวในการที่จะเน้นสิ่งที่เราต้องการจะสื่อ

เส้นนำสายตา

- เส้นทแยงมุม
- เส้นสามเหลี่ยม
- เส้นรัศมี
- ความสมดุลของภาพ

อุปกรณ์ทางเทคนิคที่ใช้แสง

1. โคมไฟที่ให้แสงจ้าหรือให้แสงแรง (hard light) ชนิดต่างๆทั้งที่ใช้ในห้องส่ง
2. โคมไฟที่ให้แสงกระจายหรือแสงนุ่ม (Soft light) ชนิดต่างๆทั้งที่ใช้ในห้องส่ง
3. วัสดุและอุปกรณ์ประกอบโคมไฟส่องสว่างในการถ่ายทำประเภทต่างๆ

นอกจากเทคนิคไฟและอีกอย่างที่สำคัญ คือเทคนิคเสียง

เครื่องอุปกรณ์ทางเทคนิคที่ผลิตเสียง

1. ไมโครโฟนประเภทต่างๆ
2. เครื่องเล่นและบันทึกเสียง
3. เครื่องขยายเสียง
4. เครื่องปรุงแต่งเสียง
5. เครื่องทำเสียงพิเศษ
6. เครื่องเล่นแผ่นเสียง

เทคนิคเสียงทำให้ในรายการนั้น ๆ มีความตื่นเต้น ซึ่งถ้าหากเป็นการถ่ายทำข้างนอกสตูดิโอ นั้นอาจจะทำให้เราพบปัญหาต่าง ๆ จึงต้องมีอุปกรณ์ปรับควบคุมและผสมผสานสัญญาณภาพและเสียงขึ้น

การตัดต่อลำดับภาพ

การตัดต่อลำดับภาพนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ให้มีความน่าสนใจ โดยเทคนิคการตัดต่อลำดับภาพเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญในการบันทาลให้เรื่องราวที่ถ่ายทำมาน่าสนใจ ดังนั้น การตัดต่อลำดับภาพจึงมีความสำคัญที่พอจะสรุปได้ดังนี้

1.ช่วยต่อเชื่อมภาพ การถ่ายทำรายการวิทยุโทรทัศน์ไม่นิยมแช่กล้องจับภาพหรือฉากใดนิ่งนานๆ เพราะจะทำให้ผู้ชมเบื่อหน่าย จึงมีการถ่ายช็อตสั้นๆ จัดภาพในมุมต่างๆกัน รายการที่ผลิตในสตูดิโอมักจะเป็นตอนยาวๆและมีการตัดต่อระหว่างการผลิตและหลังการผลิต

2.ช่วยแก้ไขส่วนบกพร่อง แม้บางครั้งในการบันทึกเทปมีการระมัดระวังแต่ยังพบข้อบกพร่องอยู่เสมอ การตัดต่อสามารถใช้ได้โดยตัดภาพที่ไม่พึงปรารถนาออกได้

3.ช่วยจำกัดเวลา เวลาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เป็นเวลาที่มียค่ามาก การผลิตรายการจึงต้องให้ความยาวของรายการพอดีกับช่วงเวลาที่กำหนด ดังนั้น ผู้ตัดต่อจึงต้องลำดับภาพเรื่องราวให้ได้เวลาพอดีในกระบวนการตัดต่อ

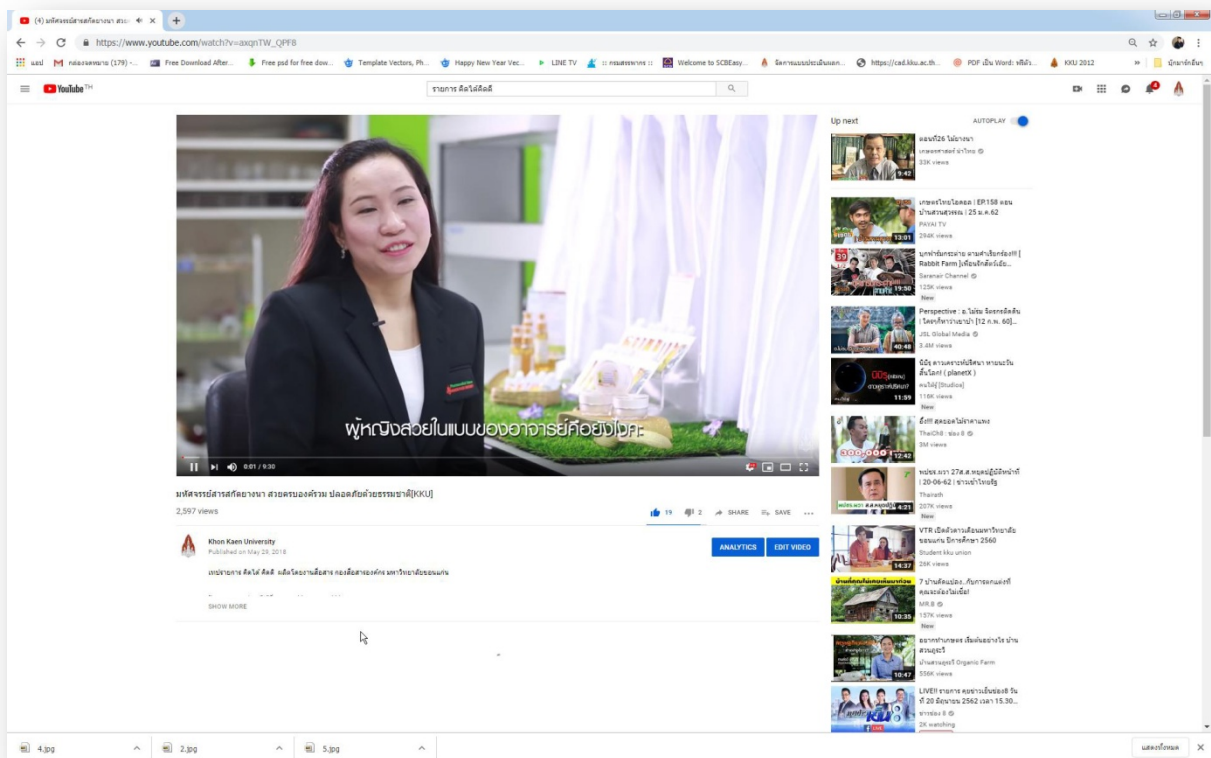
4.ช่วยสร้างเรื่องราวอย่างต่อเนื่อง การลำดับภาพเป็นการนำภาพแต่ละฉากแต่ละตอนมาต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน บางตอนอาจต้องใช้เทคนิคพิเศษในการทำภาพจางซ้อน (Dissolve) กวาดภาพ (Wipe) หรือเทคนิคอื่นๆ อาจต้องเพิ่มเสียงแบคกราวนด์และเสียงพิเศษต่างๆเข้าช่วยจึงจะทำให้รายการสมบูรณ์ได้เรื่องราวตามต้องการ

การตัดต่อรายการก็เพื่อให้รายการที่ถ่ายทำนั้นมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและยังทำให้รายการนั้น ได้รับความตื่นตาตื่นใจผู้ที่รับชม จึงทำให้เกิดการประจักษ์การรับชมของรายการโทรทัศน์ต่างๆ

2.2 ตัวอย่างรายการโทรทัศน์ (รายการ คิดได้คิดดี)

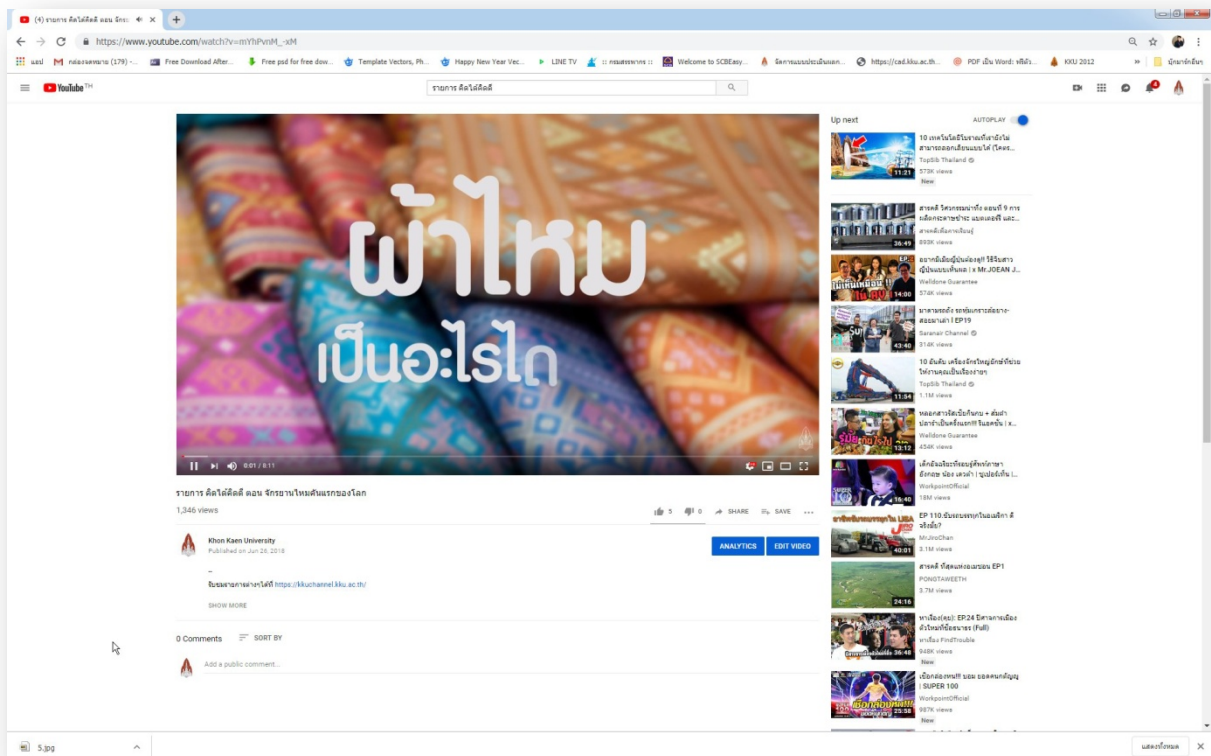
1. รายการคิดได้คิดดี ตอน มหัศจรรย์สารสกัดจากนา สวดยครอบครมปลอดภัยด้วยธรรมชาติ

"ต้นยางนา" นอกจากมีคุณประโยชน์ด้านการเกษตรเป็นพลังงานทดแทนแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ ยังค้นพบว่าสารสกัดจาก "เปลือกยางนา" มีฤทธิ์เชิงเวชสำอาง เสริมสุขภาพผิวอีกด้วย โดยในเปลือกยางนาสามารถสกัดสารเรสเวราทรอล (Resveratrol) ซึ่งเป็นสารสำคัญตัวเดียวกันกับที่มักนิยมใส่ในเครื่องสำอางตามเคาเตอร์แบรนด์ในปัจจุบัน และออกฤทธิ์ครอบคลุมครอบคลุมดูแลทุกสภาพผิว



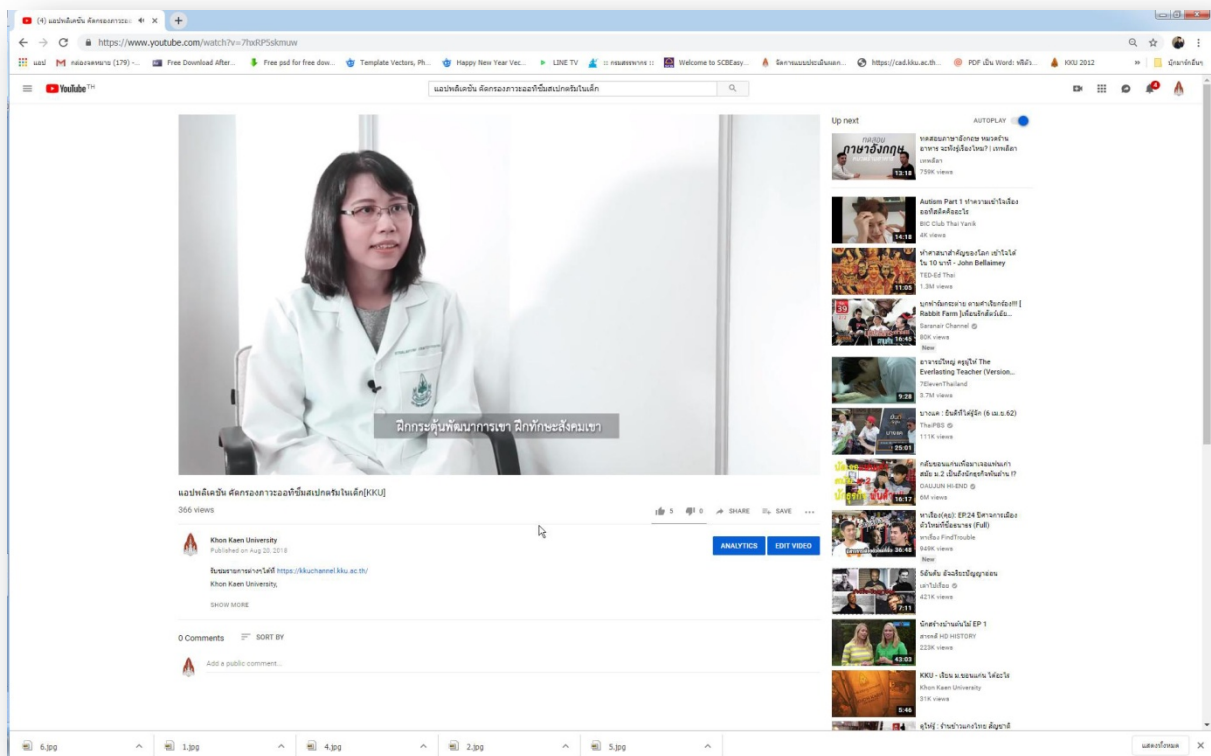
2. รายการคิดได้คิดดี ตอน จักรยานไหมคันแรกของโลก

การวิจัยเรื่อง “จักรยานจากผ้าไหม คันแรกของโลก (The World’s first Bicycle Silk)” ได้รับแรงบันดาลใจมาจาก การประยุกต์วัสดุในท้องถิ่นอย่างผ้าไหม ที่นอกจากจะใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน การทำเครื่องสำอาง ยังสามารถนำไปต่อยอดเป็นวัสดุทดแทนอื่นๆเนื่องจาก ไหมมีลักษณะของโครงสร้างที่มีความแข็งแรง การรับแรง เทียบเท่ากับเหล็ก จากแนวคิดดังกล่าวจึงนำมาสู่การประดิษฐ์โครงรถจักรยานที่มีไหมเป็นส่วนประกอบ



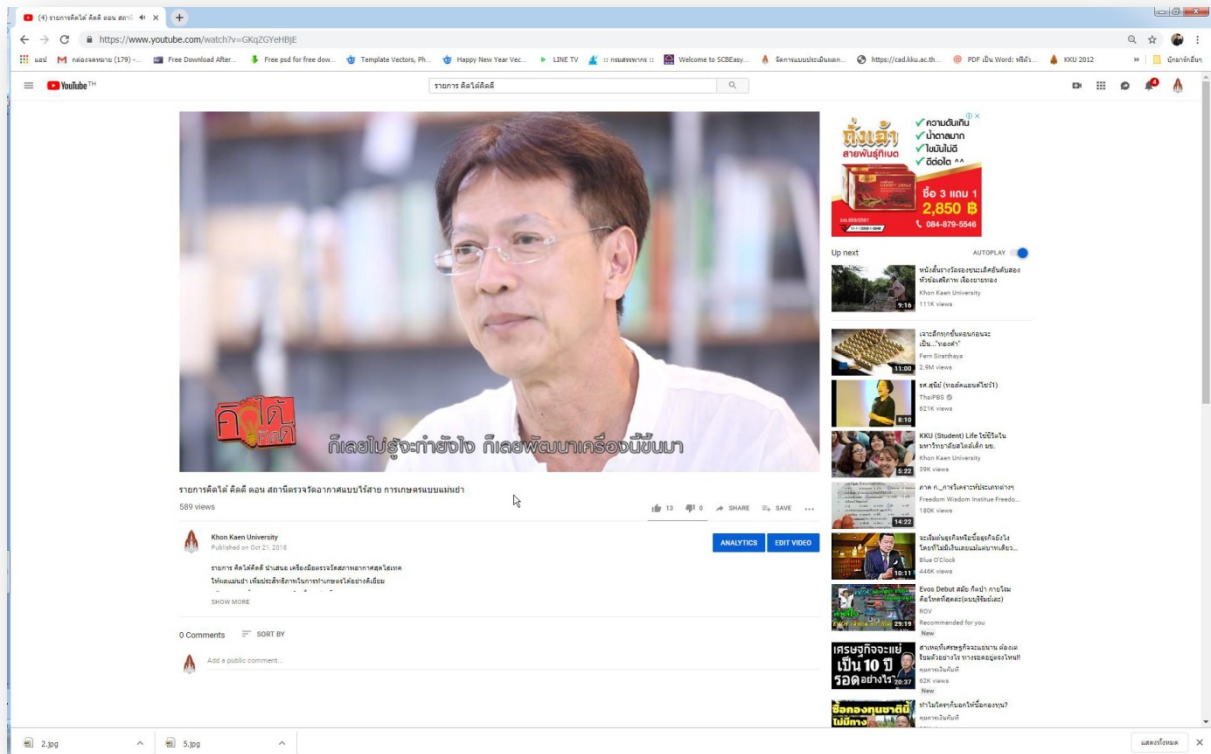
3. รายการคิดได้คิดดี ตอน แอปพลิเคชัน คัดกรองภาวะออทิซึมสเปกตรัมในเด็ก

ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมกับภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น นำโดยรศ.ดร.นพ. ชานุชัย พานทองวิริยะกุล คณบดีคณะแพทยศาสตร์ พร้อมด้วย ผศ.พญ. กุศลาภรณ์ ชัยอุดมสม หัวหน้าโครงการวิจัยฯ และศ.นพ.สุชาติ พหลภาคย์ ผู้ก่อตั้งศูนย์ออทิซึมสเปกตรัม ร่วมกับ รศ.ดร.กานดา สายแก้ว ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สร้างเครื่องมือพัฒนาการคัดกรองภาวะออทิซึม ที่เรียกว่า “แอปพลิเคชันคัดกรองภาวะออทิซึมสเปกตรัมในเด็ก” โดยการนำแบบประเมินอาการเบื้องต้นของเด็กจากแบบประเมินมาตรฐานด้วยคำถาม 20 ข้อ มาสร้างเป็นแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ปกครองสามารถประเมินอาการเบื้องต้นของบุตรหลานได้ด้วยตนเอง เพื่อยกระดับการรักษาผู้ป่วยในภาวะออทิซึม นำไปสู่การรักษาได้ทันเวลา และทำให้เด็กที่มีภาวะออทิซึมสเปกตรัมสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข



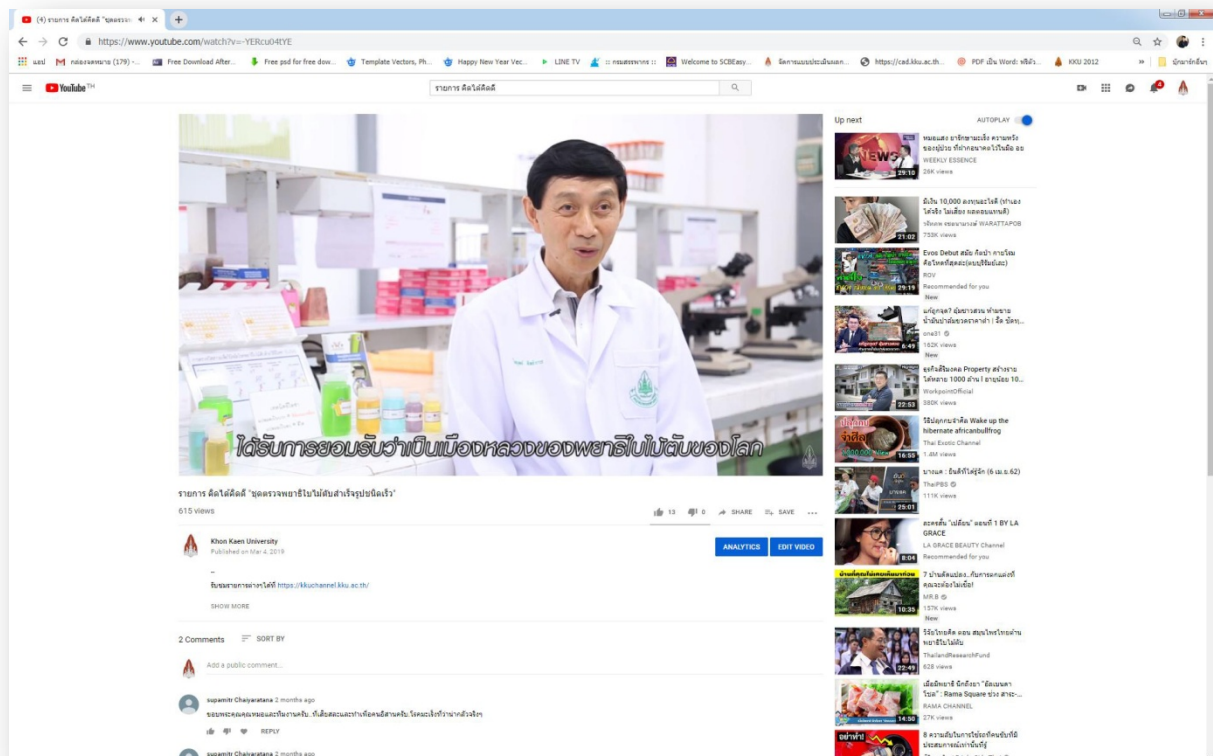
4. รายการคิดได้คิดดี ตอน สถานีตรวจวัดอากาศแบบไร้สายการเกษตรแบบแม่นยำ

สภาพอากาศมีผลโดยตรง ต่อผลผลิตการเกษตร ยังมีข้อมูลสภาพอากาศละเอียด ยิ่งตัดสินใจได้แม่นยำขึ้น ผศ.ดร.เกริก ปั่นแห่งเพชร พัฒนาสถานีตรวจวัดอากาศแบบไร้สาย และระบบสารสนเทศเพื่อการเกษตรแม่นยำ ไม่ต้องจ้อเทคโนโลยีต่างประเทศที่มีราคาแพง พัฒนาเป็นระบบสารสนเทศ ที่ Update ข้อมูลรวดเร็ว ระดับ “รายชั่วโมง” ที่แม่นยำ



5. รายการคิดได้คิดดี ตอน ชุดตรวจพยาธิใบไม้ตับสำเร็จรูปชนิดเร็ว

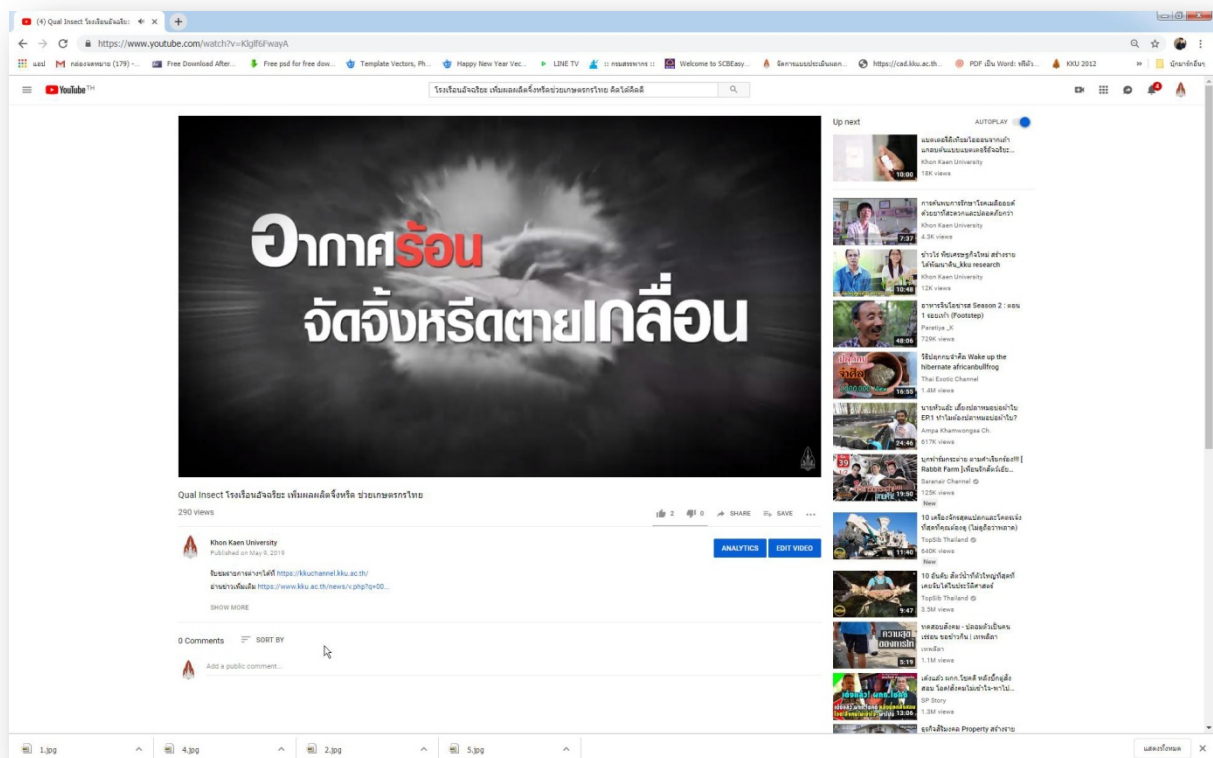
ชุดตรวจหาพยาธิใบไม้ตับด้วยปัสสาวะนั้น ตรวจสอบได้ด้วยตนเอง และหาซื้อได้ในราคาชุดละ 150-200 บาท โดยผู้ทดสอบเมื่อนำปัสสาวะใส่ลงไปในห้องทดสอบแล้วนั้น การทดสอบก็จะบอกค่าปฏิกิริยา คือ 1 ชีตไม่พบพยาธิใบไม้ตับ แต่ถ้าขึ้น 2 ชีตจัดอยู่ในกลุ่มที่ต้องเข้ารับการตรวจสอบเบื้องต้น เพื่อประเมินสถานการณ์และเข้ารับการรักษาให้ได้อย่างทันท่วงที



6. รายการคิดได้คิดดี ตอน โรงเรือนอัจฉริยะ เพิ่มผลผลิตจังหวัดช่วยเกษตรกรไทย

ภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาที่ทุกประเทศ และทุกสาขาอาชีพต้องเผชิญ อุณหภูมิที่กำลังสูงขึ้นเรื่อย ๆ นี้ ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อมนุษย์เท่านั้น แต่ยังส่งผลโดยตรงกับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสัตว์เศรษฐกิจอย่าง จิ้งหรีด ซึ่งโดยปกติมักอยู่ในอากาศชื้น หรืออยู่ในอากาศร้อนสุดไม่เกิน 32 องศา แต่สภาพอากาศในปัจจุบัน ส่งผลให้สัตว์เศรษฐกิจชนิดนี้ตายเกลื่อนโรงเรือน ผลผลิตเกษตรกรลดลงอย่างมาก กระทบโดยตรงกับรายได้ และในบางรายอาจก่อให้เกิดหนี้สิน หลายคนล้มเลิกอาชีพนำไปสู่ปัญหาชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยอุทยานวิทยาศาสตร์ จิงสนับสนุนให้นักศึกษา พัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ ต่อยอดแนวคิด สตาร์ทอัพ สร้างโรงเรือนอัจฉริยะ (Qual Insect) ช่วยเกษตรกรไทยในภาวะแล้งจัดให้พอ บรรเทาได้ จนกว่าฤดูฝนนี้จะมาถึง



บทที่ 3

การดำเนินงาน

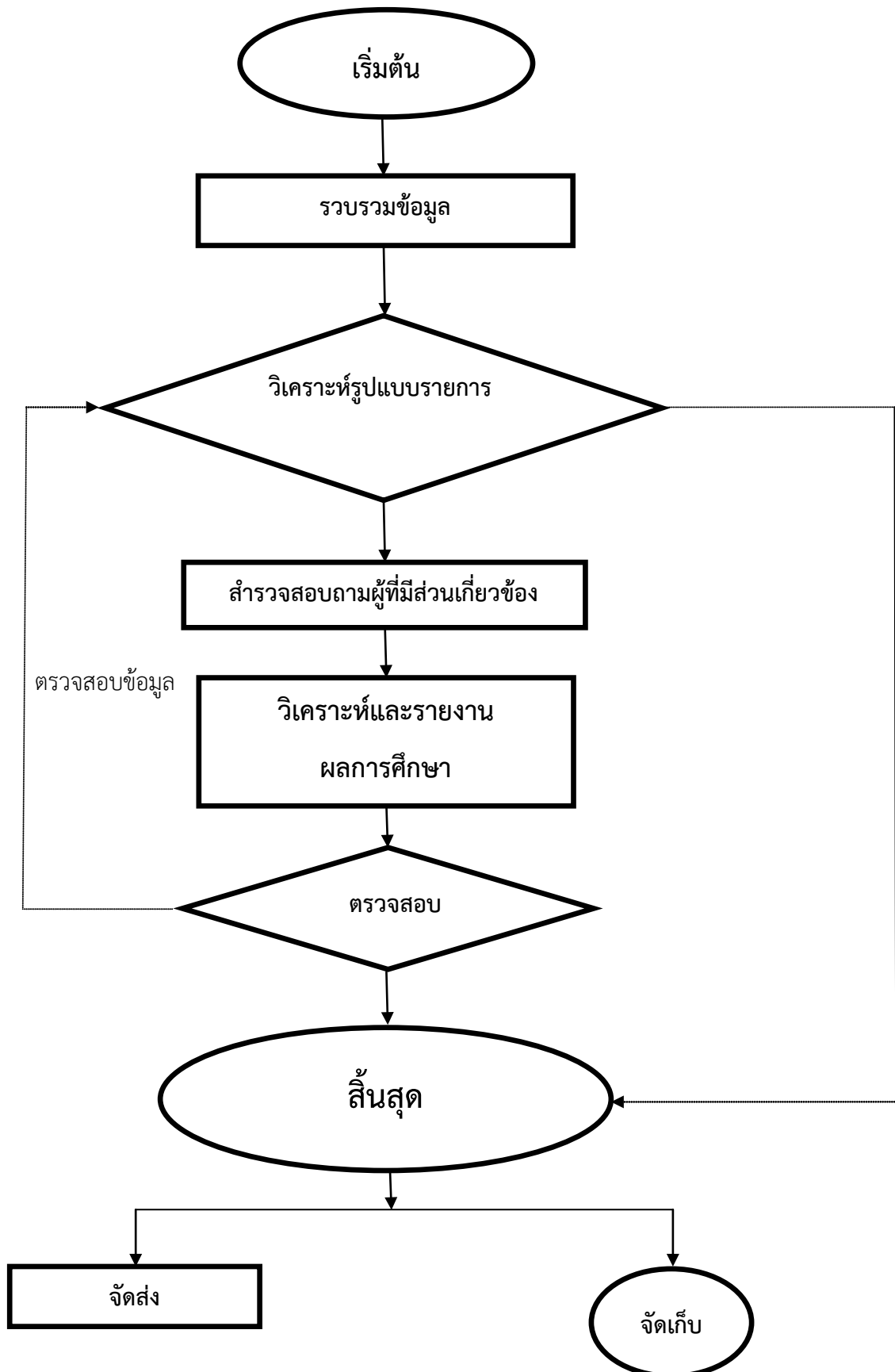
3.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

การดำเนินงานการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอรายการ คิดได้คิดดี หรือ KKU Research งานวิจัยสู่สังคม (เดิม) ประกอบด้วยขั้นตอนหลักคือ

1. การศึกษารวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมเนื้อหาความสำคัญของการนำรายการมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง youtube / เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น / เว็บไซต์ Kku Channel และเพจ facebook ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. การนำข้อมูลที่ได้รับ ปัญหา อุปสรรค คำแนะนำจากแหล่งต่างๆจากผู้ชม มาวิเคราะห์ถึงรูปแบบรายการในปัจจุบัน กับแนวโน้มความต้องการในการรับชมรายการบนโลกออนไลน์
3. จัดเก็บข้อมูล วิเคราะห์ผลสำรวจและรายงานผล

3.2 แผนภูมิขั้นตอนการดำเนินงาน

การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ
การนำเสนอรายการ คิดได้คิดดี ที่มีผลต่อผู้ชม หรือ KKU Research งานวิจัยสู่สังคม (เดิม)



บทที่ 3

สรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

4.1 ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนา

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	แนวทางการพัฒนา
1	“กราฟิกสีดำ ที่เป็นลูกเล่นที่สื่อดูคำพูดอาจารย์หมอ ให้ ย้ำ เป็นประโยคให้คนดูอ่านตาม ไม่ขัด มันเป็นสีดำ มัน จมข้อความตัวหนังสือ ยาวไป ถ้าทำประโยคให้กระชับ และ เพิ่มเวลาให้คนอ่านให้ทัน จะดีมาก	วางแผนการทำงาน ออกแบบกราฟิกไม่ให้สี ตัวหนังสือจมแบคกราว เพิ่มระยะเวลาแต่ละ เฟรมภาพให้นานขึ้น
2	การตัดต่อมีดนตรีประกอบทำให้เข้าใจง่าย ผ่อนคลาย มีการเน้นย้ำช่วงประเด็นสำคัญ “เข้าใจง่าย ตรงที่มีดนตรี มีการตัดต่อ ที่หยุดคำพูดคุณ หมอเพราะว่าบางคนฟังไปเรื่อย ๆ โดยไม่ได้คิดอะไร แต่เมื่อย้ำ มันทำให้ผู้ชมสนใจประเด็นที่ต้องการย้ำ”	ค้นหาดนตรีประกอบให้เข้าเนื้อหามากที่สุด หรือจัดทำงบประมาณในการซื้อดนตรีประกอบ ที่ถูกต้องลิขสิทธิ์ต่อไป
3	“เนื้อหา กำลังพอดี ไม่ยาวเกินไป ถ้าเนื้อหาไม่สำคัญและ ยาวไปคนจะไม่ดู”	ไม่ทำรายการที่มีความยาวมากเกินไป ส่งผล ต่อผู้ชม อาจเกิดความเบื่อหน่ายได้
4	“จุดเด่นของวิดีโอคือให้ความรู้ เช่น นวัตกรรมบางตัว เวลาเป็นข่าวจะเป็นข่าวสั้นๆ เวลาในการนำเสนอไม่ได้ให้ พื้นที่เยอะ การนำเสนอคลิปเหล่านี้ให้ เป็นการนำเสนอ เรื่องเชิงสร้างสรรค์ดี ให้ความรู้ด้วย ทำให้คนรู้ว่าไม่ได้มี แค่วาลบที่เกิดขึ้นในสังคม มีมุมดีๆที่เกิดขึ้น นวัตกรรม ดีๆ สมุนไพรดีๆ ข้อมูลทางการแพทย์ที่เราไม่เคยรู้”	พยายามมองหานวัตกรรม ผลงานวิจัยที่เป็นที่ สนใจ ให้ความรู้แก่สังคม เชิงสร้างสรรค์ นำไป ต่อยอดได้
5	“ดูแล้วไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นฟิอาร์มมหาวิทยาลัย ไม่รู้สึกละเอียด เหมือนเป็นสลับทั่วไป”	ปรับรูปแบบรายการ พัฒนาเทคนิคการถ่ายทำ ตัดต่อ ให้เป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น
6	“เนื้อหา รายการให้ความรู้ มีการใช้กราฟิก ในการตัดต่อ ทำให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น พยายามเอา CG TEXT ขึ้นมาใช้ เพื่อให้มีความน่ารักมากขึ้น ก็ช่วยได้ในระดับหนึ่ง”	พัฒนาเทคนิคการถ่ายทำ ตัดต่อ ออกแบบ กราฟิก เสียงดนตรีประกอบ ให้เป็นที่น่าสนใจ มากยิ่งขึ้น

7	“ถ้าพูดในฐานะคนรับสื่อ อย่างเรื่องพยาธิในตับ เราอาจจะทำให้เข้าใจง่ายกว่านั้นก็ได้ ไม่จำเป็นจะต้องทางการซะทีเดียว มันต้องยืดหยุ่นได้ การทำให้รีแล็กซ์ ช่วยให้คนเพลิดเพลินไปกับคอนเทนต์ ถ้าอธิบายๆ มากเกินไปบางทีทำให้คนดูอึดอัด”	พัฒนาการวางรูปแบบรายการ วางสคริปต์รายการ ให้กระชับ แปลความหมายให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจในเนื้อหาผลงานวิจัยได้ง่ายขึ้น
8	“ถ้าเราไปเจอแหล่งข้อมูลที่เข้าใจยาก ก็อาจจะเข้าใจยาก เช่น เราเข้าไปในห้องสมุด ไปอ่านเล่มวิจัย มันก็อาจจะเข้าใจยาก เพราะมีข้อมูลเยอะแยะ แต่สมมุติถูกย่อมาเป็นบทความที่เข้าใจง่ายมันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องไกลตัว”	ปรับปรุงเนื้อหารายการให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายต่อไป
9	“หลายอย่างไม่เคยรู้ ก็รู้ อย่างพยาธิในตับ ได้รู้ว่ามีชุดตรวจขนาดเล็กเหมือนชุดตรวจครรภ์ซึ่งหมอพยายามทำเพื่อลดข้อจำกัด ในการดูแลผู้ป่วย และ ประหยัดงบ”	พยายามมองหา นวัตกรรม เทคโนโลยีในหลากหลายด้าน ผลงานวิจัยที่เป็นที่สนใจ ให้ความรู้แก่สังคม เชิงสร้างสรรค์ นำไปต่อยอดได้
10	“คนสนใจข่าวคลิปเยอะขึ้น เปรียบเทียบจากบริษัทที่เคยอยู่ก่อนหน้านี้ ตอนแรกก็เล่นข่าวคลิป แต่พอเปลี่ยนผู้บริหาร ผู้บริหารต้องการให้เป็นข่าวพรีเมียม เขาเข้าใจว่าคนไม่ดูข่าวคลิป เพราะว่าคนดูจากโทรศัพท์ตัวเองอยู่แล้ว แล้วเพิ่มข่าวให้เป็นพรีเมียม แต่ปรากฏว่า เรทติ้งต่างกันเยอะ พอปรับมาเป็นข่าวพรีเมียม ที่เป็นข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ที่อยู่ใกล้ตัวคน คนไม่ค่อยสนใจ ในขณะที่อีกช่องจึงทำเหมือนที่เราเคยทำมาก่อน ฐานคนดูกลับเยอะขึ้น ตอนนี้ เขากลับตีตลาด”	พัฒนาการคลิปรายการ ให้ตอบสนองผู้ชมที่มีพฤติกรรม การเข้าถึงสื่อที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน และอนาคต

4.2 สรุปผลการวิเคราะห์

ความคิดเห็นที่มีต่อด้านภาพ ในรายการ

บางครั้งภาพไม่โฟกัสในจุด ที่ต้องการเน้นย้ำ ภาพไม่สัมพันธ์กับเนื้อหา ทำให้ผู้ชมสับสนซึ่งความคิดเห็นดังกล่าว หากเนื้อหามุ่งเน้นสร้างควรเข้าใจ ภาพในขณะนั้นควรมีความชัดเจน เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจง่าย การตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้กราฟฟิก ในการตัดต่อที่สี ไม่เด่นชัดทำให้ผู้ชมอ่านยาก และการทิ้งระยะเวลาให้เหมาะสมกับการขึ้นตัวหนังสือประเด็นนี้ ถือว่าเกี่ยวข้องกับ การต้องทำให้สนุก (Go for the Funny) ทำให้สั้น (Keep it Short)เนื่องจากการใช้กราฟฟิก ในการตัดต่อ เป็นส่วนหนึ่ง ในการเพิ่มสีสันในการนำเสนอรายการ แต่ในกรณีนี้ การใช้กราฟฟิก กลับเป็นอุปสรรคในการรับสาร ประกอบกับเวลาที่ต้องทำให้เนื้อหาสั้น จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างรับสารไม่ชัดเจน ผู้ศึกษาจึงเห็นว่า ในการผลิตรายการ สามารถทำได้ แต่ต้องพิจารณาการใช้สีของกราฟฟิก และ เวลา ให้สัมพันธ์กับข้อความตัวอักษร เพื่อให้ผู้รับสาร เห็นกราฟฟิกที่ชัดเจน และ สามารถอ่านข้อความ เข้าใจเนื้อหาที่ผู้ผลิตรายการต้องการถ่ายทอด

ความคิดเห็นที่มีต่อด้านเนื้อหา ในรายการ

การตัดต่อมีดนตรีประกอบทำให้เข้าใจง่าย ผ่อนคลาย มีการเน้นย้ำช่วงประเด็นสำคัญเนื้อหาไม่ยาวเกินไป ซึ่งจุดเด่นของวิดีโอคือให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย เป็นการเผยแพร่เรื่องสร้างสรรค์ในสังคม และยังเห็นตรงกันว่าไม่ถูกยัดเยียด การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม้ว่ารายการคิดได้คิดดี จะมุ่งเน้นการนำเสนอเกี่ยวกับ งานวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นก็ตาม

ความคิดเห็นที่มีต่อด้านความรู้เกี่ยวกับงานวิจัย ในรายการ

งานวิจัยบางชิ้น ไม่ได้นำไปใช้จริง งานวิจัยที่เป็นเล่ม เข้าใจยาก แต่ หากถูกเรียบเรียงใหม่ ให้กระชับจะเข้าใจง่ายขึ้น

ความคิดเห็นที่มีต่อด้านความรู้สึกที่มีต่อรายการ

จากหัวข้อความรู้เกี่ยวกับงานวิจัย สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ต่องานวิจัย โดยเป็นความรู้สึกที่เห็นว่าการวิจัยมีความซับซ้อน ขณะเดียวกันเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ชมรายการคิดได้คิดดีที่นำเสนองานวิจัยผ่านยูทูบ กลับรู้สึกไปในทิศทางบวก ที่สะท้อนมาในหลายประเด็น ไม่ว่าจะเป็นชอบการนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอ ที่สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อของคนในยุค เนื้อหาน่าเชื่อถือ เพราะ ผู้ทำวิจัยเป็นผู้เล่าด้วยตนเอง มีการเล่าเรื่องน่าสนใจผ่านการตัดต่อ มีการภาพพิกัดแล้วได้ความรู้ ซึ่งความรู้สึกในทิศทางบวกนี้

นอกจากนี้ยังมีเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาคุณภาพของรายการดังนี้ การใช้สีกราฟิกควรใช้สีที่ตัดกับภาพ เพื่อให้สามารถอ่านได้อย่างชัดเจน ควรระบุกลุ่มเป้าหมายชัดเจน จะทำให้การผลิตเนื้อหาเข้าถึงผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น ควรขยายความในสิ่งที่ผู้ชมไม่คุ้นเคย สิ่งบางอย่างที่มีชื่อเฉพาะ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจมากยิ่งขึ้น