

กลยุทธ์การสร้างสรรครายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษารายการ VRZO

Strategies on the Program Production for Presentation through the Television Station via Internet: A Case Study of VRZO Program

ญานิศา ไชยศรีหา¹ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์² วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์³ และสิริวันทน ชัยญาณะ⁴
Yanisa Chaisriha¹, Piyawan Siriprasertisilpa², Wittaya Damrongkietisak³ and
Siriwan Chaiyana⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรครายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษารายการ VRZO มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แนวคิดการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO 2) กลยุทธ์ในการสร้างสรรครายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO 3) การประเมินผลรายการ และ 4) เจตคติของผู้รับชมที่มีต่อแนวคิดการสร้างสรรครายการ VRZO กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีจำนวน 114 คน แยกเป็นเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้สร้างสรรครายการ VRZO และเชิงปริมาณ โดยการสอบถามเจตคติต่อความคิดการสร้างสรรครายการของผู้รับชมรายการ VRZO ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตรายการ VRZO มีแนวคิดในการสร้างสรรครายการจากการสังเกตพฤติกรรมของวัยรุ่นที่ชอบนำปัญหาส่วนตัวไปปรึกษาบุคคลอื่นในเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อให้วัยรุ่นได้เปิดกว้างทางความคิด และรู้เท่าทันสังคม รวมทั้งเป็นการสะท้อนความคิดเห็นของวัยรุ่นสู่สังคม จึงเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดในการสร้างสรรครายการ VRZO จากแนวคิดจึงนำมาสู่กลยุทธ์ในการสร้างสรรครายการ ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ 2) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ 3) ขั้นตอนการถ่ายทำ และ 4) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ ทั้งนี้ ผู้ผลิตรายการ VRZO มีกระบวนการประเมินผลรายการ 2 รูปแบบ คือ 1) Formative Evaluation ซึ่งประกอบด้วย การประเมิน Pilot testing, On going Evaluation และ 2) Summative Evaluation ในด้านเจตคติของผู้รับชมรายการ พบว่า ผู้รับชมรายการมีเจตคติที่ดีต่อแนวคิดการสร้างสรรครายการ VRZO ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบรายการ เทคนิคการนำเสนอ และผู้ดำเนินรายการ ที่มีความสนุกสนาน แปลกใหม่ และน่าสนใจ ทั้งนี้ เพื่อให้รายการสามารถสะท้อนความคิดเห็นให้วัยรุ่นรู้เท่าทันสังคม ผู้ผลิตรายการจึงควรสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีสาระและความน่าเชื่อถือให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : สถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต กลยุทธ์การสร้างสรรครายการ VRZO

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

² อาจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

³ รองศาสตราจารย์ ดร. คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ABSTRACT

This study aimed to investigate, 1) ideas on program production for presentation through the television station via internet, a case study of VRZO program, 2) strategies on the VRZO program production for presentation through the television station via internet, 3) VRZO program assessment, and 4) attitudes of VRZO program audiences towards ideas on the VRZO program production. The sample group in this study consisted of 114 people watching the VRZO program in Chiang Mai province. The qualitative data collection administered with VRZO program audiences.

The findings showed that the VRZO program producer produced the program based on his observation about Thai teenagers. He found that they liked to talk about their problems to others via social online networks. This led to his ideas to produce the VRZO program. The strategies on the VRZO program production comprised 4 steps: 1) planning before producing the program, 2) preparing the program production, 3) producing the program, and 4) after producing the program. The VRZO program producer had 2 forms of the program assessment; 1) formative evaluation (pilot testing, on going) and 2) summative evaluation. Based on attitudes of the audiences, it was found that they had positive attitudes toward the VRZO program production. in terms of content, style, presentation technique, and moderator that there were joyful and novel. To reflect ideas for teenagers to see through the society, the VRZO program producer should produce content which is clearer and more reliable.

Keywords : Television station via internet, Strategies on VRZO program production

บทนำ

จากการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ จนเกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทำให้ปัจจุบันประชาชนได้รับรู้ข่าวสารอย่างไร้ขีดจำกัด และมีช่องทางให้เลือกรับรู้อย่างหลากหลายมากยิ่งขึ้น และกิจกรรมหนึ่งซึ่งกำลังได้รับความนิยมในขณะนี้ คือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตในการติดตามข้อมูลข่าวสาร รวมถึงสารบันเทิงในรูปแบบของสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ ไอพีทีวี (Internet Protocol Television) ซึ่งเป็นบริการแบบมัลติมีเดีย ที่ให้บริการทั้งภาพ เสียง และข้อมูลได้พร้อมกัน ปัจจุบันจำนวนของสถานีโทรทัศน์ทั่วโลกมีอยู่ในระดับหลายร้อยช่องแต่เมื่อเข้าสู่ยุค ไอพีทีวี ผู้ชมจะมีทางเลือกในการค้นหา และเลือกดูรายการโทรทัศน์ต่างๆจากทั่วทุกมุมโลกอย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้ประชาชนไม่ต้องเป็นฝ่ายรับเหมือนในอดีตอีกต่อไป

รายการ VRZO เป็นรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมสูงสุดรายการหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งออกอากาศทางยูทิวบ์ (YouTube) และเคยได้รับรางวัล Honors จาก YouTube อเมริกา ในฐานะที่เป็นรายการออนไลน์ที่มีคนเข้าชมมากที่สุดเป็นอันดับ 9 ของโลก เนื้อหาหลักของรายการ VRZO คือ VRZO 100 Vote เป็นการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 100 คน เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ในสังคม รวมทั้งยังมีรายการช่วงพิเศษอื่น ๆ อาทิ VRZO Hungry รายการนิทานสอนใจ รายการ What the Fat และรายการ Lovely Pet เป็นต้น ปัจจุบันรายการ VRZO มีสถิติผู้เข้าชมรายการมากกว่า 400,000,000 ล้านครั้ง และทุกรายการของ VRZO ล้วนมีผู้สนับสนุนอย่างต่อเนื่องเมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนา สังคมมีการเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ด้านการสื่อสารจึงต้องมีการ

ปรับเปลี่ยน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวความคิดการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO รวมถึงกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการ การประเมินผลรายการ และเจตคติของผู้รับชมที่มีต่อแนวความคิดการสร้างสรรค์รายการ VRZO ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา รายการ VRZO เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษา

จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบเจาะจง (purposive sampling) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีจำนวน 114 คน ทั้งนี้ การวิจัยในเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับชมรายการ VRZO ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ VRZO และเจตคติของผู้รับชมรายการต่อแนวความคิดการสร้างสรรค์รายการ VRZO ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2556 – เดือนธันวาคม 2556 ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in- depth interview) ผู้สร้างสรรค์รายการ VRZO เพื่อศึกษาแนวความคิดการสร้างสรรค์รายการ กลยุทธ์การสร้างรายการ การบริหารงาน นโยบาย แนวคิด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

ผลการวิจัย

1. แนวความคิดการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO

จากการศึกษาแนวความคิดการสร้างสรรค์รายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO พบว่า ผู้ผลิตรายการมีแนวความคิดสร้างสรรค์ จากการสังเกตพฤติกรรมของวัยรุ่น จนเกิด

ความคิดริเริ่มอยากสร้างสรรค์ผลงานเพื่อเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลข่าวสารในมุมมองที่ตรงกับเจตคติของตนเอง กล่าวคือ ผู้ผลิตรายการ VRZO ได้สังเกตเห็นพฤติกรรมของเด็ก หรือวัยรุ่น ในสังคมปัจจุบันที่ชอบเขียนข้อความระบายปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือขอความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก และจากการสังเกตพบว่า จะมีกลุ่มคนมาแสดงความคิดเห็น หรือให้คำแนะนำที่แตกต่างกันไป ตามประสบการณ์หรือตามความคิดเห็นส่วนตัว โดยผู้ผลิตรายการ VRZO ได้ตระหนักถึงปัญหาว่าความคิดเห็นเหล่านั้นยังไม่น่าเชื่อถือที่เพียงพอ และอาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจของวัยรุ่นได้ ดังนั้น จึงได้รวบรวมและศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมดังกล่าวเพื่อนำมาวิเคราะห์ และหาช่องทางในการนำเสนอความคิดเห็นหรือข้อมูลข่าวสารที่มีความแตกต่างและหลากหลาย โดยที่ปัจจุบันการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทกับวัยรุ่นมากขึ้น ประกอบกับการผลิตรายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตต้องใช้งบประมาณในการลงทุนมาก ผู้ผลิตรายการ VRZO จึงเกิดแนวคิดอยากผลิตสื่อที่เป็นศูนย์รวมความคิดเห็นของวัยรุ่น หรือศูนย์รวมปัญหาของวัยรุ่นทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเสนอความคิดเห็นของวัยรุ่นสู่สังคม รวมทั้งผู้ผลิตรายการ VRZO มีแนวคิดว่าจะอะไรที่เป็นปัญหาในสังคม อะไรที่เป็นปัญหาในชีวิตประจำวัน คนย่อมน่าสนใจ เนื่องจากคนเป็นสัตว์สังคมย่อมอยากรู้ความคิดเห็นของคนอื่น ทั้งนี้ เพื่อให้รายการสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้ ผู้ผลิตรายการจึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการให้สนุก และตลก เพราะถ้ารายการมีเนื้อหาที่เครียด หรือเป็นรายการที่จืดจาง จะทำให้กลุ่มผู้ชมเป้าหมายไม่สนใจ ถ้าดูแล้วสนุก อย่างน้อยก็ให้คนดูได้ยิ้มขำ ทำให้อยากรู้ อยากดู และได้แนวคิดจนเกิดการเรียนรู้

2. กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO รายการ VRZO เป็นรายการวาไรตี้ที่มี

เนื้อหาหลักคือการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่น เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ในสังคม จากการศึกษาพบว่า รายการ VRZO มีกระบวนการสร้างสรรค์รายการ 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.1 ขั้นการวางแผนก่อนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการ VRZO ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์รายการที่เป็นศูนย์รวมในการนำเสนอและสะท้อนความคิดเห็นของวัยรุ่นสู่สังคม โดยกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น ทั้งนี้ ด้วยข้อจำกัดในด้านงบประมาณ ผู้ผลิตรายการจึงบริหารจัดการข้อจำกัด โดยการประยุกต์ใช้กล้อง DSLR ที่มีอยู่มาใช้ในการถ่ายทำ และใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวในการตัดต่อ ส่วนบุคลากรล้วนมาจากกลุ่มเพื่อนและคนสนิท ทั้งนี้ ทีมงานได้เริ่มต้นสร้างสรรค์รูปแบบรายการโดยการสัมภาษณ์ “คนดูดี” คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีความโดดเด่นในด้านบุคลิก หน้าตา การแต่งกาย รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม จำนวน 100 คน และเลือกสถานที่การถ่ายทำ คือ ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีวัยรุ่นอยู่จำนวนมาก ส่วนช่องทางการสื่อสารทีมงานเลือกนำเสนอทางยูทิวบ์ (YouTube) เนื่องจากเป็นช่องทางการนำเสนอเนื้อหารายการสู่สังคมได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

2.2 ขั้นการเตรียมการผลิตรายการ ได้แก่ การจัดเตรียมหัวข้อในการสัมภาษณ์ ซึ่งสร้างสรรค์จากการศึกษา และประเมินประเด็นต่าง ๆ ในสังคมที่วัยรุ่นสนใจ โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมุมมองของความรัก ส่วนพิธีกรหลักในการดำเนินรายการ คือ คุณสุรภ หลิกภัย ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของลูกชายอดีตนายกรัชมุนตรี และพิธีกรหญิงซึ่งล้วนแต่เป็นคนที่มีหน้าตาดี มีบุคลิกโดดเด่น และเป็นที่รู้จักในสังคม อาทิ ชัญญา ทามาดะ หม่อมราชวงศ์แมนณฤมาศ ยุคล และปัจจุบัน คือ มัลลิกา หลิกภัย เน็ตไอดอล และอดีตพิธีกรรายการสตอร์เบอร์รี่ซีสเค้ก

2.3 ขั้นการถ่ายทำ เนื่องจากรูปแบบรายการเน้นความสนุกสนาน ผู้ผลิตรายการจึงได้

ประยุกต์ใช้ไมโครโฟนไก่ที่สามารถนำมาบีบให้มีเสียงเพื่อสร้างสีสันและสร้างอารมณ์ขันเวลาสัมภาษณ์ ซึ่งหลาย ๆ คนเรียกว่า “เซอร์จอร์จ” และเพื่อเป็นการสร้างความจดจำให้กับผู้ชม ผู้ผลิตรายการจึงได้สร้างสรรค์เทคนิคการนำเสนอโดยการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สรุปแนวคิดของตนเองจากวลี “ขอสามคำ”

2.4 ขั้นหลังผลิตรายการ ได้แก่ การเลือกภาพ ลำดับภาพ การตัดต่อ ซึ่งผู้ผลิตรายการได้สร้างสรรค์โดยการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emotion) ดนตรีและเอฟเฟ็คต่าง ๆ มาประกอบในเนื้อหา เพื่อส่งเสริมการสื่ออารมณ์ให้มีความสนุกสนานและมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น และมีการโปรโมทรายการในเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นระยะ อาทิ การแชร์รูปภาพของทีมงานขณะที่มีการถ่ายทำรายการ หรือขณะที่กำลังตัดต่อ รวมทั้ง การแชร์ลิงค์รายการตอนใหม่ผ่าน Facebook, Instagram, Twitter ของรายการและของทีมงาน ซึ่งล้วนแต่มีกลุ่มแฟนคลับติดตามอยู่จำนวนมาก

3. การประเมินผลรายการ

ผู้ผลิตรายการ VRZO มีกระบวนการประเมินผลรายการ 2 รูปแบบ คือ 1) Formative evaluation เป็นการประเมินความก้าวหน้าระหว่างการผลิตรายการทุกขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วยการประเมิน Pilot testing คือ การประเมินคุณภาพทางเทคนิค เนื้อหา การผสมผสาน จังหวะการเชื่อมต่อเวลา และความน่าสนใจของรายการก่อนออกอากาศ และ On going Evaluation คือ การประเมินความก้าวหน้าระหว่างการผลิตรายการ ทั้งในช่วงเริ่มต้นการผลิต และระหว่างที่นำเสนอไปแล้วเป็นระยะ เพื่อนำผลการประเมินไปปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และ 2) Summative evaluation เป็นการประเมินสรุปผลการดำเนินงานว่าบรรลุวัตถุประสงค์เพียงใด เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบรายการต่อไป

4. เจตคติของผู้รับชมที่มีต่อแนวคิดการ

สร้างสรรค์รายการ VRZO จากการศึกษา พบว่า ผู้รับชมรายการ VRZO มีเจตคติต่อแนวทางการสร้างสรรค์รายการ ดังนี้ 1) เนื้อหารายการ มีความเพลิดเพลิน น่าสนใจ และมีความแปลกใหม่มาก สามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย ทั้งนี้ ประมาณ 2 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าผู้ผลิตรายการควรเพิ่มสาระ และความน่าเชื่อถือในเนื้อหารายการให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 2) รูปแบบรายการและเทคนิคการนำเสนอ มีความทันสมัย แปลกใหม่ และน่าสนใจมาก แต่ประมาณ 2 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ารายการยังขาดความน่าติดตามเนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการรับชมนานเกินไป จึงส่งผลให้ผู้ชมรายการบางส่วนเลิกรับชมเฉพาะเนื้อหาในส่วนที่ชื่นชอบ และ 3) ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ดำเนินรายการ มีความรู้แจ้ง สนุกสนาน และมีชีวิตชีวา มาก แต่ประมาณ 2 ใน 5 ของผู้รับชมเสนอให้พิธีกรนำเสนอหรือสอดแทรกสาระในรายการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้มากยิ่งขึ้น ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะในการสร้างสรรค์รายการดังต่อไปนี้ 1) เพื่อให้การสร้างสรรค์รายการ VRZO สามารถสะท้อนแนวคิดของวัยรุ่นให้ผู้ใหญ่ได้รับรู้ และนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคมได้ ผู้ผลิตรายการ VRZO จึงควรสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย และสอดแทรกเนื้อหาสาระในรายการให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 2) กลุ่มผู้ชมรายการเป็นเยาวชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรับชมได้แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงควรคำนึงถึงความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหาและภาษาในการสื่อสารให้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. แนวคิดการสร้างสรรค์รายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษารายการ VRZO ผู้ผลิตรายการมีแนวทางการ

สร้างสรรค์รายการที่เกิดจากความสามารถในการมองเห็นปัญหา และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ที่เกิดจากการเรียนรู้จนเข้าใจ และเกิดปฏิกิริยาตอบสนองจนเกิดความคิดเชิงจินตนาการ ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การประดิษฐ์หรือคิดค้นสิ่งแปลกใหม่ หรือเพื่อการแก้ไขปัญหาที่ค้นพบ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับ ทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของ Mednick (1972 อ้างถึงใน ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์, 2546 : 6) ซึ่งกล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ โดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ต่อเนื่องกันไป ผู้มีความคิดสร้างสรรค์คือผู้ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง “สิ่งเร้า” กับ “การตอบสนอง” ได้แตกต่างหลากหลาย และแปลกใหม่ เป็นผู้มีประสิทธิภาพในการค้นพบความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ระหว่างสิ่งต่าง ๆ รวมถึงมีความสามารถในการแก้ปัญหาและผลิตผลงานใหม่ขึ้นอย่างมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เพื่อศึกษากระบวนการคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตรายการ VRZO ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาตามหลักการวิเคราะห์กระบวนการคิดสร้างสรรค์ พบว่า มีความสอดคล้องกับกระบวนการคิดสร้างสรรค์ 7 ขั้นตอน ของชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์ (2546 : 11-13) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การชี้ปัญหาหรือระบุประเด็นปัญหาให้ชัดเจน เป็นการ “ค้นหาความจริง” (fact finding) และ “ค้นพบปัญหา” (problem finding) ซึ่งผู้ผลิตรายการ VRZO ได้เริ่มจุดประกายแนวคิดในการผลิตรายการจากการค้นพบปัญหาของวัยรุ่น และได้ตระหนักถึงปัญหาของวัยรุ่นในปัจจุบันที่มีพฤติกรรมชอบนำปัญหาลงไปปรึกษาบุคคลอื่น ซึ่งปัจจุบันพบว่าวัยรุ่นนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสาร

ขั้นที่ 2 การรวบรวมข้อมูลหลังจากการสังเกตพฤติกรรมของวัยรุ่น ผู้ผลิตรายการ VRZO

ได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้พบว่า บุคคลที่มาให้แนวคิดต่าง ๆ ในสังคมออนไลน์นั้น มักนำ ความคิดเห็นส่วนตัวมาเป็นแนวทางในการให้คำแนะนำในเชิงบังคับว่าต้องแก้ไขปัญหามาในทิศทางใดถึงจะเป็นสิ่งที่ถูกต้อง ซึ่งผู้ผลิตรายการมองว่าเป็นวิธีการให้คำแนะนำที่ไม่ถูกต้อง

ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ จากขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล ทำให้ผู้ผลิตรายการพบว่าข้อมูลต่าง ๆ ในสังคมออนไลน์ยังไม่มีควมน่าเชื่อถือที่เพียงพอ เพราะเป็นเพียงความคิดเห็นส่วนตัวของคนเพียงไม่กี่คน การให้คำแนะนำที่ดีควรเป็นความคิดเห็นที่หลากหลาย เพราะแต่ละคนมีปัญหาที่แตกต่างกันที่สำคัญควรให้วัยรุ่นได้ตัดสินใจเองว่าข้อมูลไหนที่เหมาะสมที่จะนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาของแต่ละบุคคล

ขั้นที่ 4 การใช้ความคิดคัดเลือกข้อมูล เมื่อผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ผลิตรายการจึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ เพื่อเป็นศูนย์รวมความคิดเห็นของวัยรุ่น เกี่ยวกับปัญหาของวัยรุ่นโดยเฉพาะ เพื่อเป็นช่องทางให้วัยรุ่นได้รับความรู้ ความคิดเห็นของคนในสังคมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 5 การประมวลผลความคิด เพื่อให้วัยรุ่นได้เปิดกว้างทางความคิด และรู้เท่าทันสังคม ผู้ผลิตรายการจึงมีแนวคิดในการนำเสนอข้อมูลทั้งในด้านที่ดีและไม่ดี เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ และให้วัยรุ่นรู้ว่าสังคมไม่ได้มีด้านเดียว ไม่ได้มีแค่สีขาว หรือ สีดำ แต่มันเป็นสีเทา

ขั้นที่ 6 การสังเคราะห์ เมื่อได้แนวคิดเบื้องต้นในการผลิตรายการแล้ว ผู้ผลิตรายการได้รวบรวมและเชื่อมต่อองค์ประกอบของปัญหาต่าง ๆ เข้าด้วยกัน รวมทั้งผู้ผลิตรายการมีแนวคิดที่ว่า เรื่องราวที่เป็นปัญหาในสังคม หรือเป็นปัญหาในชีวิตประจำวัน คนย่อมสนใจและอยากรู้อยากเห็น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านการสื่อสารมวลชนของ McCombs and Becker (1979) อ้างถึง

ใน ทิพย์วรรณ แสงศรี, 2546 : 33) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการติดตามและสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ที่ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้ และมนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decision) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อสถานะ หรือเหตุการณ์รอบตัว

ดังนั้นผู้ผลิตรายการจึงได้วางแผนการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ที่มีรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) เป็นรายการที่เป็นศูนย์รวมความคิดเห็นของวัยรุ่น มีเนื้อหาพร้อมสมัย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และมีรูปแบบการนำเสนอที่ชัดเจน
- 2) นำเสนอความคิดเห็นของวัยรุ่นสู่สังคมในมุมมองที่แตกต่าง ทั้งด้านบวกและด้านลบ

- 3) กำหนดรูปแบบการนำเสนอเหมือนนิทานอีสป คือ เน้นความสนุกสนานมีชีวิตชีวา แต่ให้ข้อคิดในการแก้ไขปัญหาชีวิตของวัยรุ่น

ขั้นที่ 7 การประเมินผล เมื่อเกิดประกายความคิดสร้างสรรค์ขึ้นแล้ว ผู้ผลิตรายการจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาประเมินผลความเป็นไปได้ และนำมาสู่การผลิตรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถนำเสนอความคิดเห็นสู่สังคมได้ และใช้งบประมาณในการลงทุนไม่มาก

2. กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของรายการ VRZO ในทุกขั้นตอนของการผลิตรายการโทรทัศน์ มีปัจจัยและองค์ประกอบรายละเอียดต่าง ๆ มากมายเข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น คน (man) วัสดุอุปกรณ์ (material) งบประมาณ (money) การจัดการ (management) รวมไปถึง เวลา (time) ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจะต้องมีการวางแผนงานอย่างรัดกุมและต้องมีการจัดเตรียมรายละเอียดในการ

ถ่ายทำอย่างสมบูรณ์ (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548 : 12) ทั้งนี้ ในขั้นตอนการผลิตรายการ VRZO มีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของวิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2553 : ออนไลน์) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นการวางแผนก่อนการผลิตรายการ ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการผลิตรายการเพื่อจุดประสงค์อะไร การวิเคราะห์บุคคลเป้าหมาย ว่าผู้ชมเป็นใคร ต้องการรู้เนื้อหาอะไร มีเจตคติอย่างไรกับเรื่องที่เรานำเสนอ วิเคราะห์ข้อจำกัด ด้านกฎหมาย เครื่องมือการผลิต บุคลากร และงบประมาณ การกำหนดรูปแบบรายการว่าจะใช้รูปแบบใด การวางแผนเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการ เช่น ฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก ดนตรี ศิลปกรรมและกราฟิก สถานที่ถ่ายทำ การกำหนดวันเวลาในการถ่ายทำ

2.2 ขั้นการเตรียมการผลิตรายการ เป็นขั้นเตรียมงาน ประกอบด้วย การเขียนบทรายการ (script) การกำหนดผู้กำกับรายการ การหาผู้ร่วมรายการ การจัดทำไตเติ้ลและศิลปกรรม การจัดการทั่วไป การประชุมฝ่ายผลิต เพื่อสร้างความเข้าใจและแก้ไขข้อผิดพลาดก่อนการถ่ายทำ รวมถึงการจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก ในขั้นตอนนี้ผู้ผลิตรายการ VRZO จะให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมหัวข้อในการสัมภาษณ์ ซึ่งมีการสร้างสรรค์เนื้อหาในประเด็นที่วัยรุ่นสนใจ เข้าใจง่าย อาทิ เนื้อหาเกี่ยวกับความรัก มานำเสนอความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยการสัมภาษณ์บุคคลที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีชื่อเสียง หรือมีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการคัดเลือกพิธีกรที่เป็นที่รู้จักของคนในสังคม ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิด 4 C's Model of Effective Communication ของ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2555 : ออนไลน์) ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพสี่ข้อใหม่ (Back to the Basic) ดังนี้

1) Comprehension (เข้าถึง, เข้าใจ) ผู้รับสารต้องเข้าถึงและเข้าใจในเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ว่าเนื้อหาอะไรที่ผู้ฟังสามารถเข้าถึงได้ทันที โดยการกำหนดเนื้อหาที่ชัดเจน ละเอียด รวมถึงสามารถเข้าใจได้ง่าย
2) Connection (มีความหมาย, เข้าอารมณ์) เนื้อหาที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับประสบการณ์/ชีวิตของผู้รับสาร รวมถึงมีความหมาย มีความสำคัญ หรือ มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในชีวิต ซึ่งกลไกการนำไปใช้ คือ การตอบสนองเชิงอารมณ์ อาทิ ความกังวล, ความตื่นเต้น, ความโกรธ, ความหลงใหล, ความสนุก, ความสุข, ความเศร้า เป็นต้น
3) Credibility (เชื่อถือ, ศรัทธา) ความเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญมาก แม้เข้าใจ เข้าอารมณ์ หากขาดความเชื่อถือก็ไม่สามารถทำให้สิ่งที่ต้องการสื่อสารประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้น จึงควรสร้างความเชื่อถือ จาก ผู้พูด เนื้อหา หรือเทคนิคการนำเสนอ
4) Contagiousness (แพร่กระจายง่าย ติดต่อกัน) การทำให้ผู้รับสาร ใช้ข่าวสาร และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว เนื้อหาของรายการต้องมีพลัง มีความแปลกใหม่ มีความแตกต่าง รวมถึงชวนจดจำ ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นให้มีการตอบสนองทางอารมณ์อย่างชัดเจน และทำให้รายการมีศักยภาพทำให้คนพูดถึง พูดต่อ อย่างแพร่หลาย

2.3 ขั้นการถ่ายทำ ประกอบด้วย การถ่ายทำและการบันทึกเสียง ซึ่งจะมียุติประกอบที่เกี่ยวข้องด้าน อุปกรณ์ พิธีกร ผู้ถูกสัมภาษณ์ ฉาก ระยะเวลา การเคลื่อนกล้อง และองค์ประกอบภาพ ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละส่วนผู้ผลิตรายการจะให้ความสำคัญในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบรายการ ความสะดวก ความเหมาะสมหรือความพึงพอใจของผู้ผลิตรายการ

2.4 ขั้นหลังผลิตรายการ ประกอบด้วย การเลือกภาพ การลำดับภาพ การตัดต่อ การประกอบดนตรีและ effect การถ่ายไตเติ้ลและลำดับไตเติ้ล การใส่คำบรรยาย การทดสอบ การทำสำเนา การประชาสัมพันธ์ และการประเมินผล (ประเมินสื่อ

ประเมินวิธีการ ประเมินการตอบสนองของผู้ชม และ ประเมินสิ่งแวดล้อม) ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้วิเคราะห์ กระบวนการประเมินผลรายการของผู้ผลิตรายการ VRZO ในขั้นตอนการประเมินผลรายการต่อไป

3. การประเมินผลรายการ การประเมิน โดยทั่วไปมักจะมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การแสวงหา แนวทางตัดสินใจต่อการดำเนินงาน ว่าควรจะดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และศึกษาว่า ระหว่างดำเนินงานมีปัญหาอะไรที่ควรปรับปรุงแก้ไข จากการวิเคราะห์การประเมินผลรายการ VRZO พบว่า รูปแบบการประเมินมีความสอดคล้องกับ แนวคิด ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัด รายการวิทยุ ของวิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2553 : ออนไลน์) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การประเมินผลรายการ ประกอบด้วย Pilot testing คือ การประเมินคุณภาพ ทางเทคนิค เนื้อหา การผสมผสาน จังหวะการเชื่อม ต่อเวลา และความน่าสนใจ On-going คือ การ ประเมินรูปแบบการทำงานให้ตรงตามจุดประสงค์ และ Summative คือ การประเมินการเปลี่ยนแปลง ความพอใจ ความรู้ รวมถึงเจตคติของผู้ชมต่อรายการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นิคม ทาแดง (2540 : 707-708) ได้กล่าวไว้ว่า ขั้นตอน หลังการผลิตรายการนอกเหนือจากการติดต่อ ผสม เสียง และการประเมินผู้ชมรายการแล้วควรประเมิน คุณภาพรายการด้วย

4. เจตคติของผู้รับชมที่มีต่อแนวคิดการสร้างสรรครายการ VRZO จากการศึกษาพบว่า เจตคติ ที่มีต่อรายการ VRZO มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการรับชมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมมากที่สุด และสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการรับชมรายการของ กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบร้อยละ 90 มีวัตถุประสงค์ในการรับชมรายการเพื่อความ บันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แอน ทองประสม

(2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และความ คิดเห็นของผู้ชมต่อรูปแบบและพิธีกรรายการ แอน-นัท ไม่จำกัด พบว่า เหตุผลสำคัญในการเลือกชมรายการ คือ ชมเพราะรูปแบบการนำเสนอของรายการมีความ น่าสนใจ เนื้อหาของรายการช่วยสร้างความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และทำให้เกิดมุมมองใหม่ที่นำไป ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งยังช่วยให้ ทราบความเคลื่อนไหวในสังคมได้เป็นอย่างดี สาเหตุที่ กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติค่อนข้างต่ำในด้านสาระ/แนวคิด ที่ได้จากการรับชมรายการ ความมีคุณค่า ความน่าเชื่อ ถือ และความน่าติดตามของรายการ นั้น อาจเนื่องมา จาก รูปแบบการนำเสนอของรายการ VRZO เน้นความ สนุกสนานมากเกินไป หรืออาจเนื่องมาจากกลุ่ม ตัวอย่างยังไม่สามารถตีความจากสารที่ผู้ผลิตรายการ ต้องการสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ อีกทั้ง เนื้อหา ในรายการเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ถูก สัมภาษณ์จึงทำให้เนื้อหาของรายการยังไม่มีมีความน่า เชื่อถือที่เพียงพอ ทั้งนี้ ความน่าเชื่อถือของรายการ เป็น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารประสบ ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นผู้ผลิตรายการจึงควร ตระหนักถึงความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2555: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักการสื่อสารอย่างมี ประสิทธิภาพยุคใหม่ (back to the basic) ว่า ความเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญมาก แม้เข้าใจ เราอารมณ์ หากขาดความเชื่อถือ ก็ไม่สามารถทำให้สิ่งที่ต้องการ สื่อสารประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้น จึงควรสร้างความเชื่อถือ จาก ผู้พูด เนื้อหา หรือเทคนิคการนำเสนอ

สรุปผลการวิจัย

การสร้างสรรครายการเพื่อนำเสนอทาง สถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ของรายการ VRZO ได้ดำเนินการตามกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนวางแผนก่อนการผลิตรายการ

2. ขั้นการเตรียมการผลิตรายการ
3. ขั้นการถ่ายทำ
4. ขั้นหลังผลิตรายการ

ทั้งนี้ การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้ผลิตรายการต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับ คน (man) วัสดุอุปกรณ์ (material) งบประมาณ (money) การจัดการ (management) รวมถึง เวลา (time) และที่สำคัญ ผู้ผลิตรายการควรวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบในการสร้างสรรค์รายการที่สำคัญ ดังนี้ 1) Comprehension (เข้าถึง, เข้าใจ) ผู้รับสารต้องเข้าถึงและเข้าใจในเนื้อหาโดยการวิเคราะห์ว่าเนื้อหาอะไรที่ผู้ฟังสามารถเข้าถึงได้ทันที โดยการกำหนดเนื้อหาที่ชัดเจน เฉียบคม รวมถึงสามารถเข้าใจได้ง่าย 2) Connection (มีความหมาย, เข้าอารมณ์) เนื้อหาที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับประสบการณ์/ชีวิตของผู้รับสาร รวมถึงมีความหมายมีความสำคัญ หรือ มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในชีวิต ซึ่งกลไกการนำไปใช้ คือ การตอบสนองเชิงอารมณ์ อาทิ ความกังวล ความตื่นเต้น ความโกรธ ความหลงใหล ความสนุก ความสุข ความเศร้า เป็นต้น 3) Credibility (เชื่อถือ, ศรัทธา) ความเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญมาก แม้เข้าใจ เข้าอารมณ์ หากขาดความเชื่อถือก็ไม่สามารถทำให้สิ่งที่ต้องการสื่อสารประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้น จึงควรสร้างความเชื่อถือ จาก ผู้พูด เนื้อหา หรือเทคนิคการนำเสนอ 4) Contagiousness (แพร่กระจายง่าย ติดต่อกัน) การทำให้ผู้รับสาร ใช้ข่าวสาร และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว นั้น เนื้อหาของรายการต้องมีพลัง มีความแปลกใหม่ มีความแตกต่าง รวมถึงชวนจดจำ ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นให้มีการตอบสนองทางอารมณ์อย่างชัดเจน และทำให้รายการมีศักยภาพทำให้คนพูดถึง พูดต่อ อย่างแพร่หลาย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรครายการเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษารายการ VRZO พบว่า ความคิดสร้างสรรค์

เกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลายประการ ส่วนหลักการที่จะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้นั้น โดยทั่วไปแล้ว จะมาจากความคิดที่อิสระ ซึ่งจะนำไปสู่การแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และสุดท้าย คือ การลงมือปฏิบัติให้เกิดสิ่งที่สร้างสรรค์ออกมาให้เหมาะสมกับความต้องการมากที่สุด ทั้งนี้ รายการ VRZO มีแนวคิดในการสร้างสรรค์รายการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับประสบการณ์/ชีวิตของวัยรุ่น รวมทั้ง มีเทคนิคการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์ ทันสมัย และแปลกใหม่ ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของวัยรุ่นได้ดี ทั้งนี้ ผู้รับชมรายการ VRZO มีข้อเสนอแนะในการสร้างสรรค์รายการ ดังนี้

1. เพื่อให้การสร้างสรรค์รายการ VRZO ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น ผู้ผลิตรายการจึงควรสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย และสอดแทรกเนื้อหาสาระในรายการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากกลุ่มผู้ชมเป็นเยาวชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรับชมได้แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงควรคำนึงถึงความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหาและภาษาในการสื่อสารให้มากขึ้น

3. ผู้บริหาร/ผู้ผลิต/ประชาชนที่สนใจผลิตรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต ควรมีความคิดที่อิสระ เปิดกว้าง และมีความยืดหยุ่นในการสร้างสรรค์รายการใหม่ ๆ โดยการเริ่มต้นสังเกต และวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ในสังคมใกล้ตัว เพื่อหาคำตอบที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่การกำหนดรูปแบบรายการให้มีความเหมาะสมและประสบผลสำเร็จ

4. นักวิชาการและอาจารย์ที่สอนทางด้านโทรทัศน์ ควรส่งเสริมให้นักเรียน/นักศึกษา เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความ

สร้างสรรค์ มีความแปลก และแตกต่าง จากรายการทั่วไปในปัจจุบัน

5. ผู้บริหาร/ผู้ผลิต/ประชาชน/นักธุรกิจที่สนใจผลิตรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต ควรให้ความสำคัญในการวางแผนการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ อาทิ บุคลากร งบประมาณ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการ และการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้รายการประสบความสำเร็จ

6. การประเมินผลรายการ เป็นขั้นตอนสำคัญที่ผู้บริหาร/ผู้ผลิต/ประชาชน/นักธุรกิจที่สนใจผลิตรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตควรให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่การปรับปรุงรายการในด้านกระบวนการทำงาน วัตถุประสงค์ รวมถึงเป้าหมายการทำงานให้มีรูปแบบที่ตรงตามวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

- ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. (2548). **ความคิดสร้างสรรค์ Creative Thinking**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง. (2540). **กระบวนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ในความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทิพย์วรรณ แสงศรี. (2546). **การวิเคราะห์เนื้อหา ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จาก นิตยสารลิซ่า**. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. (2548). **การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตล์อเมริกัน**. กรุงเทพฯ: อี.ที.พัลลิกซ์.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. วีอาร์โซ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2557, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B9%82%E0%B8%8B>

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. (2546). **บริบทและหลักการสื่อสาร**. เอกสารประกอบการสอนวิชา ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

..... (2553). **การผลิตรายการโทรทัศน์**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2557, จาก http://www.infocommmju.com/icarticle/images/stories/icarticles/ajwittaya/TV_production.pdf

..... (2555). **หลักการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพยุคใหม่**. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก http://www.infocommmju.com/icarticle/images/stories/icarticles/ajwittaya/4Cs_model_of_Effective1.pdf

แอน ทองประสม. (2548). **พฤติกรรม การเปิดรับ และความคิดเห็นของผู้ชมต่อรูปแบบและวิธีการรายการ แอน-นัท ไม่จำกัด**. กรุงเทพฯ : (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตการบริหารสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).