

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ของผู้ชมต่อรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะและแนวทางการผลิตรายการของผู้ผลิต รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”
2. เจตนารมณ์ต่อบทบาทของรายการต่อผู้ชม รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”
3. การรับรู้ของผู้ชมต่อลักษณะและแนวทางการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”
4. การรับรู้ของผู้ชมต่อบทบาทในด้านต่าง ๆ ของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ผู้ผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” และกลุ่มผู้ชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” จำนวน 14 ท่าน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแนวคำถามที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ข่าว บทความจากอินเทอร์เน็ต และสื่อต่าง ๆ โดยนำเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

### สรุปผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 ผู้ผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

##### 1.1 ลักษณะและแนวการผลิตรายการ

###### 1.1.1 รูปแบบการนำเสนอรายการ

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ที่นำเสนอรูปแบบการสัมภาษณ์แขกรับเชิญเป็นหลัก จะมีความหลากหลายในรูปแบบการนำเสนอ โดยนำเสนอสาระประโยชน์ที่ได้จากชีวิตจริงของแขกรับเชิญ ซึ่งนำเสนอมุมมองที่ไม่เคยเปิดเผยในสื่อมวลชนแขนงใดมาก่อน

ประเด็นเนื้อหาที่นำมาเสนอให้ผู้ชมรายการแต่ละครั้งนั้น พิธีกรสามารถชี้แนะบางส่วน ส่วนที่เหลือจะเป็นส่วนที่ผู้ชมรายการต้องนำไปคิด โดยเนื้อหารายการเข้มข้น คุยกัน

แบบสบายๆ นำเสนอหรือคงความเป็นแบบเฉพาะ (Exclusive) โดยใช้ความแข็งแกร่งด้านภาพลักษณ์ของพิธีกรเข้ามาแทน

การสร้างบรรยากาศในสตูดิโอที่ทันสมัย การจัดฉาก (Scenery & Props) ที่โปร่ง ไม่อึดอัด ใช้แสง สี สดใส มีเพลงประจำของรายการบ่งบอกเฉพาะว่าเป็นสุริวิภา ทำให้แขกรับเชิญและผู้ชมรายการ มีความสุข

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” เป็นรายการบันเทิงเทปโทรทัศน์ การบันเทิงเทปโทรทัศน์ไม่ได้แพร่ภาพในทันที สามารถเก็บไว้แพร่ภาพทีหลังได้ซึ่งเมื่อทำการบันทึกแล้ว อาจมีการแก้ไข ตัดต่อลำดับภาพได้ การบันทึกเทปสามารถเตรียมไว้ล่วงหน้า มีข้อบกพร่องน้อย และประหยัด

1.1.2 จุดเด่น เน้นการสร้างความแตกต่างจากรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์อื่น ๆ โดยมีจุดยืนหลักอยู่ 2 ด้าน คือ

#### ด้านแขกรับเชิญ

เป็นกลุ่มนักธุรกิจชั้นนำเท่านั้น เลือกผู้ที่จะนำเรื่องราวมาถ่ายทอดและเกิดประโยชน์ให้กับผู้ชมรายการเกี่ยวกับสาระในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข มีความหลากหลาย นำเสนอ ซึ่งไม่ใช่แวดวงบันเทิงเป็นหลัก และประสบความสำเร็จ

#### ด้านของพิธีกร

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ดำเนินรายการโดย คุณหม่อม สุริวิภา กุลตังวัฒนา ซึ่งมีความโดดเด่นทางด้านภาพลักษณ์ และมีศักยภาพความสามารถของการทำหน้าที่พิธีกรหญิง จึงได้นำมาตั้งเป็นชื่อรายการ

นอกจากนี้คุณสุริวิภา ยังมีบทบาทอื่น ๆ นอกจากการเป็นพิธีกรคือมีบทบาทด้านความคิด รูปแบบรายการ การเลือกแขกรับเชิญ การหาข้อมูลที่จะนำเสนอ และที่สำคัญที่สุดคือ การสร้างความคุ้นเคยกับแขกรับเชิญล่วงหน้า เพื่อให้การนำเสนอในรายการมีความเป็นกันเองและมีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด

#### 1.1.3 กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของรายการมีอายุตั้งแต่ 18 – 45 ปี เน้นกลุ่มผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>สัมภาษณ์ วิจารณ์ โอฬารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

### ข้อสังเกต ในเชิงปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตรายการ

สำหรับการติชมของผู้ชมรายการ เป็นกำลังใจต่อการทำงานที่แสดงว่า ผู้ชมให้ความสนใจกับรายการ โดยยอมรับข้อเสนอแนะบางประการ ไปปรับรูปแบบและการสื่อสารของรายการให้น่าสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการส่วนใหญ่ให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ของแขกรับเชิญ

#### 1.2 เจตนารมณ์ต่อบทบาทของรายการต่อผู้ชมรายการ

จากการสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการพบว่า รายการนี้ถึงแม้ยังไม่เคยมีการวัดประสิทธิผลอย่างเป็นทางการ แต่จากปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้ชมรายการ และยังได้ให้ความเห็นว่า ส่วนใหญ่แล้วจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชม โดยในการนำเสนอรายการในแต่ละตอนซึ่งมีบทบาทต่อผู้ชมรายการแตกต่างกันออกไป เพื่อต้องการจูงใจให้ผู้ชมรายการดำเนินชีวิตไปในทางที่เหมาะสม โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่ของตนเอง ทำประโยชน์เพื่อตนเอง เพื่อครอบครัว และเพื่อสังคมเท่าที่ความสามารถของแต่ละบุคคลจะทำได้ โดยสื่อสารผ่านแขกรับเชิญ ซึ่งประสบความสำเร็จ โดยมีใช้ความสำเร็จด้านฐานะความเป็นอยู่ แต่เป็นความสำเร็จที่ค้นพบความสุขอย่างแท้จริง ทำให้พอประมวลได้ถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้ชมรายการ โดยผู้ผลิตรายการ ได้ยกตัวอย่างดังนี้

#### บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจ

การแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า โดยนำเสนอเรื่องความสำเร็จของคน ในการที่จะทำอะไรก็ได้ที่เป็นสิ่งดี เพื่อตัวเราเอง เพื่อสังคม เพื่อครอบครัว

ก็จะเป็นเทปคุณอ้อย สินีนาถ ณ พัทลุง คนเขียนหนังสือเข็มทิศชีวิตซึ่งเป็นกระจกสะท้อนชีวิต สมรรถภาพความสุขของคนไทย ล่าสุดมี Feedback จากคนเขียน e-mail มาทางทีมงานของเราและทางแขกรับเชิญคือคุณอ้อย ว่ามีผู้ชมท่านหนึ่งทำให้เขาได้หยุดคิดฆ่าตัวตาย ซึ่งผู้ฟังท่านนี้มีอาการท้อแท้ หมดหวัง มีปัญหาชีวิตครอบครัว หลังจากเขาได้ชมเทปคุณสินีนาถ ทำให้เขาไม่ฆ่าตัวตาย ทำให้ชีวิตนี้มีความหวังขึ้นมา<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>สัมภาษณ์ วีรณา โอฬารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

### บทบาทในการดำเนินชีวิตให้มีความสุข

การดำเนินชีวิตให้กับตัวเอง ทำได้ด้วยตนเอง หาวิธีแก้ไขโดยวิธีต่าง ๆ เพื่อค้นหาความสุขที่แท้จริงในชีวิต

“การค้นหาความสุขให้กับตัวเอง เช่น บทบาทในการดำเนินชีวิตก็จะเป็นเทพของคุณที่อุป ดารณีนุช โพธิปิติ ได้สลัดวิญญาณนักท่องราตรี ทิ้งคราบขี้เมา และหันมาใช้หลักธรรมเพื่อค้นหาความสุขที่แท้จริงของชีวิตครอบครัว”<sup>3</sup>

“คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร เขาทำรายการโทรทัศน์บนเส้นทางความสำเร็จมากกว่า 20 ปี แต่เป็นคนที่มีความพอเพียง เป็นคนรักครอบครัวมาก ความสุขของคุณวิวัฒน์ก็คือ ความพอเพียงและความสำเร็จของลูก”<sup>4</sup>

### บทบาทในการค้นหาความสุขให้กับตัวเอง

รายการสุริวิภาที่เริ่มจากจุดเล็ก เริ่มจุดประกายจากผู้ชมรายการที่นั่งชมรายการอยู่ ซึ่งให้ค้นหาความสุขที่ดี รายการมีส่วนที่สามารถค้นหาความสุขของผู้ชมรายการได้

“ยกตัวอย่าง เช่น คุณเมตตา สุดสวาท อดีตกรรมการผู้จัดการ บริษัท Propaganda จำกัด ที่มีชื่อเสียงวงการ Product Design เขาไม่มีความสุขจากการทำงาน วันหนึ่งเขาไปเที่ยวหัวหินแล้วหยิบสีนํ้ามาวาดรูป ก็เริ่มเรียนรู้ว่าทำอย่างไรให้หลบความวุ่นวายเธอจึงลาออกจางานละทิ้งทุกอย่าง หันมาใช้ชีวิตสมถะเรียบง่ายและยืนบนเส้นทางความสุขที่พึ่งค้นพบ”<sup>5</sup>

### บทบาทผู้ชี้นำประเด็นให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจ

ผู้ผลิตรายการจะเป็นผู้ชี้นำประเด็น ซึ่งในที่นี้หมายถึงนำเสนอเรื่องราวของแขกรับเชิญที่เป็นตัวอย่างที่ดีแก่ผู้ชมรายการ เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น ดังตัวอย่างของแขกรับเชิญคือ คุณสุริยน และคุณเมกา เมกาว่าดี ศรีอรทัยกุล เจ้าของกิจการอัญมณี ซึ่งสามารถดำเนินธุรกิจต่อ

---

<sup>3</sup>สัมภาษณ์ วิรณา โอฟารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

<sup>4</sup>สัมภาษณ์ วิรณา โอฟารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

<sup>5</sup>สัมภาษณ์ วิรณา โอฟารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

จากกลุ่มคุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งเจริญรุ่งเรืองให้ก้าวหน้าขึ้นกว่าเดิม โดยการเน้น การบริการลูกค้าแบบ ซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา

ก็จะเป็นตอนที่เราเสนอเรื่องของคุณสุรียน – คุณเมกา เมกาวาตี ศรีอรทัยกุล กรรมการผู้จัดการ บิวตี้เจมส์ ที่ส่งออกอัญมณี โดยสืบทอดมาจากกลุ่มคุณพ่อ คุณแม่ กว่า 80 ปี ของคุณสุรียน มีการพัฒนาให้ดีขึ้นจนเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากขึ้น จนทำรายได้มหาศาล โดยยึดถือความซื่อสัตย์ ความตรงไปตรงมา กับลูกค้า จนประสบความสำเร็จ<sup>6</sup>

#### บทบาทในการเรียนรู้ชีวิต

การเรียนรู้ชีวิตของเขารับเชิญ จากอดีตที่ไม่สมบูรณ์ เรียนรู้ในสิ่งที่ผิดพลาด กลับมาแก้ไข จนกระทั่งปัจจุบันสมบูรณ์ เป็นตัวอย่างในการทำชีวิต

“ของคุณสงกรานต์ เตชะณรงค์ ลูกชายเจ้าของธุรกิจนับพันล้านบนอาณาจักร เกือบ 5 พันไร่ แห่งโบนนินซ่า ที่เขาใหญ่ ช่วงหนึ่งของชีวิตที่เขาก้าวผิดพลาดไป พัวพันกับยาเสพติด เขายินดีตีแผ่เรื่องราวนี้ให้ผู้ชมรายการ เพื่อเป็นอุทาหรณ์ โดยที่ไม่รู้สึกอายถึงแม้ครอบครัวอยู่ในระดับเศรษฐี มีหน้ามีตาในสังคมก็ตาม”<sup>7</sup>

#### บทบาทในการปรับเปลี่ยนทัศนคติบางประการให้มั่นคงยิ่งขึ้น

บทบาทของเขารับเชิญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดี ให้เป็นทัศนคติที่ดีเพื่อ จะทำให้ชีวิตมีความสุข

ดิฉันขอยกตัวอย่างเทพ ดร.วรัญญา สะอาดเยี่ยม เรื่องพลังแห่งการคิดบวก พลังแห่งความรัก การดูแลตัวเอง ตรรกะแห่งความสุข บนพื้นฐานของคุณธรรมความดี เขาได้เปลี่ยนวิธีคิดได้โดยการอ่าน The Science of Getting Rich และ The Secret ซึ่งทั้งสองเล่มก็เปลี่ยนชีวิตเขาได้ ความคิดเปลี่ยน มีความสุขมากขึ้น ร่าเริง แจ่มใส มีจุดยืน กล้าที่จะเปลี่ยนตัวเองการยอมรับตัวเองและยอมรับผู้อื่น เป็นจุด ๆ หนึ่งที่จะทำให้คนเรามีความสุข คนเราต้องสร้างพลังแห่งความสุข

---

<sup>6</sup> สัมภาษณ์ วีรณา โอปารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

<sup>7</sup> สัมภาษณ์ วีรณา โอปารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

เปลี่ยนมุมมอง เป็นอะไรก็ได้ที่ Positive เป็นบวก ฝึกยิ้มให้ ให้กลายเป็นความ  
เคยชินติดตัวไป แล้วจะได้ความสุข<sup>8</sup>

#### สำหรับบทบาทในการสร้างสถานะภาพบุคคล

บทบาทในการสร้างสถานะภาพบุคคล เป็นบทบาทที่ทำให้แขกรับเชิญที่ไม่รู้จัก  
ให้เป็นแขกรับเชิญที่ผู้ชมรายการรู้จัก หรือถ้ารู้จักแขกรับเชิญท่านนั้นแล้วก็ตาม ก็อาจยังไม่รู้ในอีก  
แง่มุมอื่นๆก็ได้ ดังนั้นการเลือกแขกรับเชิญมาเปิดเผย ต้องมีการกลั่นกรอง และผ่านการคัดเลือก  
เป็นอย่างดี

เน้นเรื่องการประสบความสำเร็จ โดยการนำเสนอเรื่องความสำเร็จของคุณ  
เพื่อที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ชม ในการที่จะลุกขึ้นมาทำอะไรๆ เพื่อตัว  
คุณเอง เพื่อสังคม เพื่อครอบครัว เป็นตัวจุดประกายความคิดมากกว่า  
ความสำเร็จของรายการไม่ได้มุ่งไปที่การมีเงินของแขกรับเชิญ ความรวยให้  
คุณค่าน้อยเกินไป สำหรับรายการสุริวิภา ความสำเร็จที่เราให้คุณค่าก็คือ  
ความสำเร็จที่ค้นพบความสุขอย่างแท้จริง<sup>9</sup>

#### บทบาทในเชิงประโยชน์ต่อสังคม

ผู้ผลิตรายการแสดงความเห็นว่า รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์“สุริวิภา” ได้จัดกิจกรรม  
“สุริวิภาแชร์ริตี้” (Surivipa Charity) ขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อแบ่งปันความสุข และมอบประโยชน์  
ให้แก่สังคม

ทุก ๆ เดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ซึ่งตรงกับครบรอบวันเกิดของรายการ ในปี 2007  
ซึ่งเป็นปีแรกของเราที่จัด “สุริวิภาแชร์ริตี้ 2007” โดยรายได้สมทบทุนให้ “มูลนิธิ  
ชัยพัฒนา” ได้เงินมากมายถึง 760,000 บาท เพื่อช่วยเหลือเด็กกำพร้าจาก  
เหตุการณ์สึนามิ และครบรอบ 2 ปี เรามีการจัด “สุริวิภาแชร์ริตี้ 2008” ในวัน  
อาทิตย์ที่ 24 กุมภาพันธ์ 2008 ที่เซ็นทรัลเวิลด์ โดยรายได้ทั้งหมดนำเข้าสมทบ  
“มูลนิธิแพทย์อาสา สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี พอ.สว.” เพื่อถวายเป็น

---

<sup>8</sup> สัมภาษณ์ วีรณา โอฬารรักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์  
“สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

<sup>9</sup> สัมภาษณ์ วีรณา โอฬารรักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์  
“สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

พระราชกุศลแด่ สมเด็จพระพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ เงินบริจาคจากการจัดงานได้ 1,500,000 กว่าบาท”<sup>10</sup>

## ส่วนที่ 2 ผู้ชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

### 1. ข้อมูลเบื้องต้น

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมมีจำนวน 14 คน โดยสามารถแจกแจงข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมได้ ดังต่อไปนี้

#### 1.1 เพศ

เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 8 คน และเพศชาย 6 คน

#### 1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 45 ปี

#### 1.3 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 11 คน ระดับปริญญาโทจำนวน 2 คน และอนุปริญญา 1 คน

#### 1.4 อาชีพ

พนักงานองค์กรหรือบริษัท จำนวน 6 คน ธุรกิจส่วนตัว 3 คน ข้าราชการ 2 คน นักศึกษา 2 คน และเป็นแม่บ้าน 1 คน

#### 1.5 รายได้

อยู่ในช่วง 15,000 – 80,000 บาทต่อเดือนแตกต่างกันออกไปแต่ละบุคคล

### 2. พฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ทั่วไปและรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

จากผลการศึกษา ความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนรับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน โดยจะรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละครั้งเฉลี่ย 3-5 ชั่วโมง จำนวน 10 คน , 1-2 ชั่วโมง จำนวน 2 คน และมากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 2 คน และ รับชมรายการโทรทัศน์ช่วงเดียวกัน คือช่วงเวลา 20.30 – 24.30 น. จำนวน 11 คน ช่วงเวลา 20.30-22.30 น. จำนวน 2 คน และ ตั้งแต่ช่วงเวลา 18.00 – 24.30 น. จำนวน 1 คน

---

<sup>10</sup>สัมภาษณ์ วีรณา โอฬารรักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์“สุริวิภา”ของ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 6 คน 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 4 คน 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 คน และ 4 ครั้งต่อเดือน (ทุกครั้ง) จำนวน 2 คน

## 2.1 การรับรู้ของผู้ชมต่อลักษณะและแนวทางการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

### 2.1.1 รูปแบบการนำเสนอรายการ

กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบและยอมรับในความเป็นผู้เชี่ยวชาญของทีมงาน ในการค้นคว้าหาข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความแปลกใหม่มานำเสนอให้ผู้ชมรายการได้รับ ได้ เห็น ประกอบกับข้อมูลที่ได้รับส่วนมากเป็นข้อมูลเชิงลึก และน่าเชื่อถือ

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเรื่องรูปแบบการนำเสนอว่า เป็นการพูดคุยกัน แบบกันเองกระชับ การดำเนินรายการมีความต่อเนื่องกลมกลืนกันในทุกสัดส่วน เวลาในการ ออกอากาศเหมาะสมไม่ยาวนานจนเกินไป ทางรายการนำเสนออยู่ให้เนื้อที่สอดคล้องกับอารมณ์ ของผู้ชมได้ดี

สำหรับรูปแบบที่รายการได้นำเสนอนั้น มีความโดดเด่นแตกต่างจาก รายการวาไรตี้อื่น ๆ ทั่วไปที่นำเสนอ ตกลงการนำเสนอเรื่องราวไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในข่าวหน้า หนังสือพิมพ์ แกร็บเชิญไม่ได้ถูกนำเสนอจากรายการวาไรตี้อื่นมาก่อน

### 2.1.2 บรรยายภาค

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าด้านบรรยายภาคของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” การจัดฉากต้องดูสบาย ๆ ฉาก แสงไฟ เสียงเพลงประจำรายการบ่งบอกถึงความเป็น เอกลักษณะของรายการสุริวิภาจริง ๆ โคมไฟที่เรียงรายอยู่แบบมีระเบียบเป็นกันเอง เฟอริไนเจอร์ที่ แกร็บเชิญและพิธีกรนั่งดูง่าย ๆ เรียบ ๆ สบาย ๆ ทำให้แกร็บเชิญ และผู้ชมที่บ้าน มีความสุข

### 2.1.3 พิธีกร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชื่นชอบในบทบาทการดำเนินรายการของพิธีกร หญิง คุณແພ່ມ สุริวิภา กุลตั้งวัฒนา เกี่ยวกับทักษะและความสามารถในการดำเนินรายการ คือ พูดจาชัดถ้อยชัดคำ เสียงบรรยายก็ฟังดูรื่นหู รู้จักใช้ความหมายของภาษาไทยได้ชัดเจน ทำให้สื่อ ความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย

เป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดผู้ชม ที่มีความสามารถและสร้างควา  
น่าสนใจให้แก่รายการ ทำให้บรรยากาศในรายการเป็นกันเอง มีวาทีศิลป์ แสดงการใช้ภาษาไทยได้  
ดีเยี่ยม ไหวพริบปฏิภาณและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่ดี มีข้อมูลในการทำการบ้านดี

ส่วนบุคคลลักษณะของคุณสุริวิภา ก็มีเอกลักษณ์เฉพาะที่น่าเชื่อถือ การ  
แต่งกายที่เหมาะสม อีกทั้งรายการยังนำชื่อของพิธีกรหญิงเดี่ยวมาตั้งเป็นชื่อรายการ เป็นจุดเด่น  
หลักของรายการ จึงทำให้ผู้ชมทราบว่าใครคือพิธีกร

#### 2.1.4 แซกรับเชิญ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ แสดงทัศนคติว่าแซกรับเชิญของรายการวาไรตี้  
ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ซึ่งเป็นจุดขายหลักที่โดดเด่นและสร้างความแตกต่างจากรายการวาไรตี้ทอล์ค  
โชว์อื่น ๆ โดยให้ความเห็นว่าแซกรับเชิญที่รายการเชิญมา เป็นกลุ่มการดำเนินชีวิตที่ดี มีคุณธรรม  
ทำประโยชน์ให้กับสังคม ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ครอบครัว มีชื่อเสียงจากตนเอง  
และวงศ์ตระกูล

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า แซกรับเชิญที่ไม่เคยนำเสนอเรื่องราว  
ผ่านรายการต่าง ๆ หรือสื่อแขนงอื่น ๆ มาก่อน แซกรับเชิญเหล่านี้ไม่ใช่คนในแวดวงบันเทิง อาจอยู่  
ในธุรกิจที่ผู้ชมรายการรับรู้แต่ไม่รู้จักตัวตนมาก่อน การมีชื่อเสียงอาจจะมาจากฐานะบรรพบุรุษ แต่ละ  
สัปดาห์มีการเสนอเรื่องราวแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการอยากรู้ของผู้ชมได้  
เป็นอย่างดี ลักษณะของแซกรับเชิญเช่นนี้ได้สร้างความแตกต่างให้กับรายการนี้ และเป็นเสน่ห์ที่  
ชวนให้ติดตาม

#### 2.1.5 เนื้อหา

สรุปผลจากการศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่รับชมรายการ  
วาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” แสดงความคิดเห็นว่า ด้านการรับรู้ลักษณะของเนื้อหาและรูปแบบการ  
นำเสนอของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ว่ารายการมีเนื้อหาสาระดีน่าเชื่อถือ และความ  
บันเทิงควบคู่กันไป หรือเป็นรายการประเภทสาระบันเทิง (Edutainment) โดยนำเสนอสาระผ่าน  
แนวทางการดำเนินชีวิตของแซกรับเชิญ เป็นความรู้ ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ ส่งเสริมความคิด  
และได้รับความบันเทิงจากชม ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าด้านรูปแบบการนำเสนอเป็นสาระที่มีทั้ง  
ความรู้และความบันเทิงไม่เครียดเหมือนรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์อื่น ๆ ที่นำเสนอเรื่องราวที่หดหู่  
รันทด น่าสงสาร นอกจากนี้รายการสุริวิภายังนำเสนอเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย เรื่องราวทันสมัย  
สอดแทรก ที่ไม่น่าเบื่อแทนที่ความบันเทิง หรือมีผลต่อความรู้สึกของผู้ชม

## 2.2 การรับรู้ของผู้ชมต่อบทบาทในด้านต่างๆของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

สรุปผลจากการศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้บทบาทของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ในบทบาทหลาย ๆ ด้าน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” มีบทบาทต่อผู้ชมรายการ ดังนี้

### บทบาทสร้างแรงบันดาลใจ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการนี้ว่า เป็นเรื่องของ การการนำเสนอเรื่องความสำเร็จของบุคคล การดำเนินชีวิตในแง่มุมต่าง ๆ การดำเนินชีวิตแบบซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา การดำเนินชีวิตแบบใช้หลักธรรมะ การใช้ชีวิตอย่างมีความสุข การรักครอบครัว เพื่อที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ชม ที่จะทำความดี เพื่อตัวเอง เพื่อสังคม เพื่อครอบครัว การรู้จักเริ่มต้นที่จะลุกขึ้นมาต่อสู้กับความล้มเหลว เพื่อประสบความสำเร็จในชีวิต

ดิฉันขอยกตัวอย่าง ครอบครัวคุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร ที่ทำให้ดิฉันเกิดแรงบันดาลใจในการที่จะมีครอบครัวแล้วดำเนินชีวิตแบบคุณวิวัฒน์ เขามีหลักในการคิดเรื่องชีวิตที่พอเพียง ทั้ง ๆ ที่เขาประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและรายการโทรทัศน์ ซึ่งรายการโทรทัศน์ก็มีแค่รายการเดียว แต่เขาก็บอกว่าเหมาะสมแล้ว และได้สอนให้ลูกใช้ชีวิตเป็นอยู่อย่างพอเพียง คุณวิวัฒน์มีวิธีการดำเนินชีวิตที่ไม่หิวหว่า โอ้อ้ออย่างคนอื่น ๆ แต่ทุกอย่างกลับดำเนินไปด้วยความเรียบง่ายด้วยความเข้าใจในความเป็นอยู่อย่างพอเพียง กับครอบครัวอันอบอุ่น<sup>11</sup>

### บทบาทเป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการนี้ว่า เป็นบทบาทในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาให้ผู้ชมรายการ ได้รู้จักผู้อื่นและสังคมอื่น ทำให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน นับเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความปรารถนาที่จะร่วมมือกันปรับใช้ได้บางโอกาส รู้จักเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน

สำหรับอีกแง่มุมหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อกระตุ้นให้คนในสังคมมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากขึ้น ซึ่งแต่ละสัปดาห์จะเห็นตัวอย่างที่หลากหลาย ตัวอย่างบางตัวอย่างเข้ากับชีวิตบางคน ถ้าผู้ชมรายการนำไปปรับใช้ สังคมจะน่าอยู่มากขึ้น

รายการนี้ ให้ความรู้เพิ่มเติมและให้สารประโยชน์กับผู้ชมได้ในแง่แนวคิดปรับใช้ได้บ้าง บางโอกาสรู้จักเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน เช่น การใส่ใจในคนที่เรารัก

<sup>11</sup>สัมภาษณ์ ฌภัทร เลิศพิบูล, ตัวแทนชายประกัน, 16 เมษายน 2551.

ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นคน ผมคิดว่านำไปใช้กับการรักสัตว์เลี้ยง และเอาใจใส่กับสัตว์ก็สามารถทำได้เหมือนกันครับ<sup>12</sup>

#### บทบาททำหน้าที่เป็นครู

กลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการนี้ว่า มีบทบาทในการศึกษา ให้ความรู้แก่ผู้ชมรายการทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง สอนเรื่องความพยายาม ความอดทน ทุกคนต้องมีความพยายามไม่ท้อแท้ โดยนำมาเหตุผลมาปรับใช้เรื่องเรียนหนังสือ เรื่องการทำงาน ต้องพยายาม ขยัน อดทน สามารถหลอหลอมความคิด ทศนคติ และค่านิยมที่ดีให้แก่ผู้ชมรายการ

“ผมว่าได้แง่คิดบางแง่มุม สอนผมหรือผู้ชมท่านอื่น ๆ ได้ไม่มากนักน้อย กระตุ้นและให้เกิดมโนภาพ และ ให้ความรู้แก่ผู้ชมรายการในด้านการพัฒนาต่าง ๆ เช่น ความเข้มแข็งต่อจิตใจ การข้ามผ่านอุปสรรค”<sup>13</sup>

#### บทบาทในการช่วยการตัดสินใจในทางอ้อมในแง่ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการนี้ว่า เป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อมให้ผู้ชมรายการเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมเดิมกระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้น ต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสำคัญ

รายการสุริยวิภาเป็นการแพร่เรื่องราวของแซกรับเชิญซึ่งเป็นสื่อบุคคล ที่รายการจงใจนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่น่าเสนอ เพื่อเป็นจุดกระตุ้นให้ผู้ชมรายการได้รับรู้ และเกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดและค่านิยมที่ดีกว่าเดิม

รายการนี้เป็นการแพร่เรื่องราวของแซกรับเชิญ เป็นกระจกที่ส่องให้สังคมได้รู้ว่ามีมุม ๆ หนึ่งของสังคมยังมีเรื่องราวตัวอย่างที่ดี ๆ มุมที่สังคมอื่น ๆ ยังเข้าไปไม่ถึง รายการนี้มีส่วนช่วยให้คนที่อยากเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาตนเองในอนาคตได้มีโอกาสบ้าง อาจจะน้อยหรือมากก็แล้วแต่ครับ”<sup>14</sup>

#### บทบาทเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการนี้ว่า โดยเฉพาะสิ่งแปลกใหม่หรือทัศนคติสังคมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนทำให้เกิดสภาวะการตัดสินใจว่า จะเป็นตามสมัยนิยม

<sup>12</sup> สัมภาษณ์ ปริญญา แก้วทะนง, นักศึกษาปริญญาตรี, 21 เมษายน 2551.

<sup>13</sup> สัมภาษณ์ วิทยา แสงประดับ, พนักงานขายฝ่ายจัดเลี้ยง, 21 เมษายน 2551.

<sup>14</sup> สัมภาษณ์ ปริญญา แก้วทะนง, นักศึกษาปริญญาตรี, 21 เมษายน 2551.

ดี หรือจะยึดถือของเก่าดี ซึ่งถ้ามีการนำเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุ มีผล มีน้ำหนัก ก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

ผมคิดว่ารายการนี้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เรามองคนรวยหรือพวกไฮโซเสียใหม่ อาจจะทำให้เขาใช้แต่เงิน ไม่มีสมอง แต่ว่าจริง ๆ แล้วเขามีอะไรมากมาย ต้องรับผิดชอบกับหลายสิ่งหลายอย่าง ทั้งครอบครัว ลูกน้อง อื่น ๆ อีกมากมาย ผมว่าได้แง่คิดบางแง่บางมุม อย่างมีเหตุมีผลได้ไม่มากนัก<sup>15</sup>

#### บทบาทเป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น

กลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการนี้ว่า ได้กระตุ้นและให้มโนภาพรวมทั้งความรู้แก่ผู้ชมรายการในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันว่าควรจะพัฒนามากขึ้นในอนาคต

การนำเรื่องมาให้ชมก็เหมาะสมแล้ว ผมชอบเรื่องเกี่ยวกับแนวอนาคต การคิดค้นสิ่งที่ดีที่ช่วยทุก ๆ คนได้ด้วย ไม่ใช่สิ่งที่มีประโยชน์แค่คน ๆ เดียว เช่นการคิดเครื่องมือแพทย์ด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยชีวิตคน การคิดค้นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการช่วยให้การศึกษาของกลุ่มเยาวชนพัฒนาขึ้น<sup>16</sup>

### การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง “การรับรู้ของผู้ชมต่อรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” ครั้งนี้ ใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ทั้งผู้ผลิต และกลุ่มผู้ชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” อันเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. ลักษณะและแนวทางการผลิตรายการของผู้ผลิต รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”
2. เจตนารมณ์ต่อบทบาทของรายการต่อผู้ชม รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”
3. การรับรู้ของผู้ชมต่อลักษณะและแนวทางการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”
4. การรับรู้ของผู้ชมต่อบทบาทในด้านต่าง ๆ ของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

<sup>15</sup> สัมภาษณ์ ชาญวิทย์ ขวลิขิต, ธุรกิจส่วนตัว, 15 เมษายน 2551.

<sup>16</sup> สัมภาษณ์ ณัฐผล เอมะวรรณนะ, ประสานงานต่างประเทศ, 16 เมษายน 2551.

## ส่วนที่ 1 ผู้ผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

### 1.1 ลักษณะและแนวการผลิตรายการ

#### 1.1.1 รูปแบบการนำเสนอรายการ

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ที่นำเสนอรูปแบบการสัมภาษณ์แขกรับเชิญเป็นหลัก มีความหลากหลายในรูปแบบการนำเสนอ โดยนำเสนอสาระประโยชน์ที่ได้จากชีวิตจริงของแขกรับเชิญ ซึ่งนำเสนอมุมมองที่ไม่เคยเปิดเผยในสื่อมวลชนแขนงใดมาก่อน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้ ที่ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง<sup>17</sup> ได้กล่าวว่า รายการวาไรตี้ที่ดีควรมีวิธีการนำเสนอแขกรับเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ เป็นวิธีดึงดูดผู้ชมได้ดีทางหนึ่ง มาร่วมรายการโดยมีความหลากหลาย

ประเด็นเนื้อหาที่นำมาเสนอให้ผู้ชมรายการแต่ละครั้งนั้น ผู้ดำเนินรายการสามารถชี้นำบางส่วน ส่วนที่เหลือจะเป็นส่วนที่ผู้ชมรายการต้องนำไปคิด โดยเนื้อหารายการเข้มข้น คุ้ยกันแบบสบาย ๆ นำเสนอหรือคงความเป็นแบบเฉพาะ (Exclusive) โดยใช้ความแข็งแกร่งด้านภาพลักษณ์ของพิธีกรเข้ามาแทน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ช่อผกา วิริยานนท์<sup>18</sup> เรื่องกระบวนการสร้างและรักษาความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์พบว่า กระบวนการสร้างความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์ ประกอบด้วย บุคลิกภาพส่วนบุคคล ความสามารถเฉพาะบุคคลในการสื่อสารสภาพแวดล้อมในการทำงาน การสร้างภาพลักษณ์ ส่วนกระบวนการรักษาความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์ ประกอบด้วยการรักษาคุณภาพในการทำงานและการรักษาภาพลักษณ์ โดยทั้ง 2 กระบวนการนี้ต้องดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

การสร้างบรรยากาศในสตูดิโอที่ทันสมัย การจัดฉาก (Scenery & Props) ที่โปร่ง ไม่อึดอัด ใช้แสง สี สดใส มีเพลงประจำของรายการบ่งบอกเฉพาะว่าเป็นสุริวิภา ทำให้แขกรับเชิญและผู้ชมรายการ มีความสุข สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้ ที่ ชัยยงค์

---

<sup>17</sup> ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นิคม ทาแดง, “ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์, หน่วยที่ 8-15 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530), น.41.

<sup>18</sup> ช่อผกา วิริยานนท์, “กระบวนการสร้างและรักษาความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

พรหมวงค์ และนิคม ทาแดง<sup>19</sup> ได้กล่าวว่า รายการวาไรตี้ ไม่ว่าจะเป็นรายการเกมโชว์ ทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้โดยตรงก็ตาม จะมีลักษณะที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจ ในการใช้เทคนิคทางด้านแสงและสีล้วนต่าง ๆ ได้แก่ ไฟกระพริบ ไฟวิ่ง ที่ส่องเป็นลำดับจำนวนมาก ยิ่งทำให้เพิ่มความรู้สึกในมิติของอารมณ์มากขึ้น นอกจากนี้ใช้สิ่งแวดล้อมทางด้านฉาก แสง สี แล้ว เสียงยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เสริมบรรยากาศให้ตื่นเต้นมากขึ้น

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” เป็นรายการบันเทิงเทปโทรทัศน์ การบันเทิงเทปโทรทัศน์ไม่ได้แพร่ภาพในทันที สามารถเก็บไว้แพร่ภาพทีหลังได้ซึ่งเมื่อทำการบันทึกแล้ว อาจมีการแก้ไข ตัดต่อลำดับภาพได้ การบันทึกเทปสามารถเตรียมไว้ล่วงหน้า มีข้อบกพร่องน้อย และประหยัด ซึ่งตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ ของ วีระ ไทยพานิช<sup>20</sup> ที่กล่าวว่า รายการสดต้องแพร่ภาพทันที ในขณะที่รายการบันทึกเทปสามารถซ่อมการแสดงและแก้ไขข้อผิดพลาดได้

1.1.2 จุดเด่น เน้นการสร้างความแตกต่างจากรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์อื่น ๆ โดยมีจุดยืนหลักอยู่ 2 ด้าน คือ

#### ด้านแซกรับเชิญ

จากการศึกษาทฤษฎีบทบาทหน้าที่สื่อสารมวลชนในการพัฒนาของ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm)<sup>21</sup> ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ารายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ที่มีจุดยืนในการเชิญกลุ่มนักธุรกิจชั้นนำมาเป็นแซกรับเชิญหลักของรายการ โดยมีการสร้างสถานะภาพของแซกรับเชิญให้เป็นบุคคลที่ผู้ชมรายการต้องการรับรู้ เป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทสร้างสถานะภาพให้บุคคล (The mass media can confer status) ซึ่งจะนำประโยชน์ด้านการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จมาสู่ผู้ชมรายการ แซกรับเชิญไม่ใช่แวดวงบันเทิงเป็นหลัก และมีความคิดแบบวิถีทางการดำเนินชีวิต (Life Style) อันเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ

<sup>19</sup> ชัยยงค์ พรหมวงค์ และ นิคม ทาแดง, “ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์, น. 41.

<sup>20</sup> วีระ ไทยพานิช, เทคโนโลยีการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), น. 75.

<sup>21</sup> Wilbur Schramm, Mass Media and National Development (California: Stanford University Press, 1964), pp. 127-144.

### ด้านของพิธีกร

คุณหม่อม สุริวิภา กุลตังวัฒนา ผู้ดำเนินรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ซึ่งเป็นผู้หนึ่งในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆผ่านความคิดของแขกรับเชิญ ผ่านรายการให้ผู้ชมได้รับรู้ บทบาทและบุคลิกภาพของคุณหม่อม สุริวิภา กุลตังวัฒนา มีความโดดเด่นทางด้านภาพลักษณ์ และมีศักยภาพความสามารถของพิธีกรหญิง จึงได้นำมาตั้งเป็นชื่อรายการ ซึ่งผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงการรับรู้ของผู้ชมต่อลักษณะและแนวทางการผลิตรายการที่มีต่อพิธีกรในส่วนต่อไป

1.1.3 กลุ่มเป้าหมายของรายการ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายของรายการมีอายุตั้งแต่ 18 – 45 ปี เน้นกลุ่มผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 ของกลุ่มผู้ชมทั้งหมด<sup>22</sup>

### 1.2 เจตนารมณ์ต่อบทบาทของรายการต่อผู้ชมรายการ

สิ่งที่รายการได้นำเสนอนั้นได้สะท้อนเรื่องราว จากปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้ชม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชม โดยในการนำเสนอรายการในแต่ละตอนจะมีบทบาทต่อผู้ชมรายการแตกต่างกันออกไปเพื่อต้องการจุดประกายให้ผู้รับชมรายการ ดำเนินชีวิตไปในทางที่เหมาะสม ซึ่งลักษณะดังกล่าว วิลเบอร์ แชรรัมม์ (Wilbur Schramm)<sup>23</sup> ได้เสนอแนวคิดในเรื่องบทบาทสื่อสารมวลชนกับการพัฒนา สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

1. สื่อสารมวลชนสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspiration) โดยเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ แสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า
2. สื่อสารมวลชนได้ทำหน้าที่สนับสนุนประชาชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความคิดเห็น ทัศนคติ และการตัดสินใจความเป็นอยู่ของตนเองและสังคมให้ดีขึ้น (The mass media can widen horizons) สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาให้ประชาชน ได้รู้จักสิ่งอื่นและสังคมอื่น
3. สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้แนะประเด็นให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) สื่อมวลชนจะเป็นผู้ชี้แนะประเด็นมาทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น อันเป็นบทบาทหนึ่งที่ทำให้ประเด็นในการพัฒนาเป็นสิ่งที่น่าสนใจและเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อประชาชนได้

<sup>22</sup> สัมภาษณ์ วีรณา โภฬารักษ์ธรรม, Executive Producer รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” บริษัท เจ เอส แอล จำกัด, 22 เมษายน 2551.

<sup>23</sup> Wilbur Schramm, op.cit., footnote 21, pp. 127-144.

4. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) สื่อมวลชนทำหน้าที่ให้การศึกษาคือให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต

5. บทบาทในการปรับเปลี่ยนทัศนคติบางประการให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held, and slightly canalize stronger attitudes) ทัศนคติสังคมใหม่เข้ามามีส่วนทำให้เกิดสภาวะการตัดสินใจ จะเป็นตามสมัยนิยมดีหรือจะยึดถือของเก่าดี ซึ่งในจังหวะนี้ ถ้าสื่อมวลชนนำเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุ มีผล มีน้ำหนัก ก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

จากผลการศึกษาแนวคิดของผู้ผลิตรายการ พบว่า รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ได้ทำหน้าที่บทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนในการสร้างความบันเทิงจากการรับชมรายการ (To Entertain) ควบคู่กับ การให้ความรู้รอบตัว (To Educate) และการโน้มน้าวให้สังคมเกิดการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น (To persuade) ซึ่งสามารถกล่าวสรุปได้ว่า รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” มีเนื้อหาและรูปแบบรายการสอดคล้องแนวคิดเรื่องเอดูเทนเมนต์ (Edutainment) หรือ สารบันเทิง ดังที่ Singhal & Rogers อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล<sup>24</sup> ได้กล่าวไว้ว่า เอดูเทนเมนต์ คือเป็นรายการ ที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสาร และสาระความรู้ในด้านต่าง ๆ สอดแทรกเข้ากับความบันเทิง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนได้เป็นอย่างดี

สำหรับบทบาทในเชิงประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งเป็นหลักการของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม ฟิลิปป์ คอร์ทเลอร์ (Philip Kotler)<sup>25</sup> ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ได้ให้นิยามของ Corporate Social Responsibility หรือ CSR ไว้ว่า หมายถึง ความรับผิดชอบต่อในการปรับปรุงความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการอุทิศทรัพยากรของบริษัทให้โดยสมัครใจ ไม่ได้ถูกควบคุมโดยกฎหมาย หรือข้อบังคับใด ๆ ก็ตาม ซึ่งหมายรวมถึง สภาพความ

<sup>24</sup> ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, “เอดูเทนเมนต์ : สื่อสารบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม,” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัทเอ็ดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด, 2543), น. 287-298.

<sup>25</sup> Philip Kotler, Corporate Social Responsibility (New Jersey: Wiley, John & Sons, Inc., 2004), อ้างถึงใน “CSR เทรนด์ล่าสุดมาแรง ของการทำธุรกิจเพื่อสังคมโลกยุคใหม่,” ฐานเศรษฐกิจ (27-30 พฤษภาคม 2550):21.

เป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม เป็นกิจกรรมหลักที่ดำเนินการโดยบริษัทเพื่อสนับสนุนประเด็นทางสังคมและทำให้พันธะสัญญาในความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท

หลักการของธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม จึงอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่า ธุรกิจกับสังคม จะต้องอยู่ร่วมกัน อย่างช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันช่วยกันลดจุดอ่อนต่อกัน

ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติของความเป็นมนุษย์ มิติของความเป็นมนุษย์ คือความเคารพ เห็นคุณค่า ซึ่งกันและกัน สร้างความสัมพันธ์ใน ลักษณะมนุษย์สัมพันธ์ มนุษย์ อย่างคนที่เท่าเทียมกัน เห็นอกเห็นใจกัน นี่คือนวัตกรรมที่ธุรกิจขนาดใหญ่ ที่มีภาพของความยิ่งใหญ่และทันสมัย ควรได้สร้างขึ้น ผ่านกิจกรรมธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

สำหรับรายการสุริวิภาได้จัดกิจกรรม “สุริวิภาแชร์ริตี้” (Surivipa Charity) เพื่อแบ่งปันความสุข และมอบประโยชน์ให้แก่สังคมขึ้น ถือว่าเป็นบทบาทในเชิงทำประโยชน์ต่อสังคมที่ธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยกันทำกิจกรรมและช่วยเหลือสังคม

## ส่วนที่ 2 ผู้ชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

### 1. ข้อมูลเบื้องต้น

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง และกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 18 – 45 ปี จบระดับชั้นปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานองค์กรหรือบริษัท และมีรายได้ 15,000 – 80,000 บาทต่อเดือน แตกต่างกันไปแต่ละบุคคล

### 2. พฤติกรรมกาเปิดรับชมโทรทัศน์ทั่วไปและรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

จากผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สูง ไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดที่ไม่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน อีกทั้งในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละครั้งนั้นก็ใช้เวลาเฉลี่ย 3-5 ชั่วโมง และรับชมรายการโทรทัศน์ช่วงเดียวกัน คือช่วงเวลา 20.30 – 24.30 น. และกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน และ 4 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ที่ โจเซฟ แคลป์เปอร์ (Joseph T. Klapper)<sup>26</sup> กล่าวว่า การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ของกลุ่มตัวอย่างที่เชื่อว่าผู้รับ

<sup>26</sup> Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp. 19-23.

สารแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก รับรู้เรื่องราวของ แขกรับเชิญในแง่มุมต่าง ๆ และเกิดแรงบันดาลใจต้องการให้ชีวิตมีความสุข ตามที่รายการฯ นำเสนอ เพราะเชื่อว่าเรื่องราวที่ได้รับเป็นสิ่งที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception) แตกต่างกันไป ตามแต่ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น

กลุ่มตัวอย่างจดจำรายการฯ ที่ออกอากาศในตอนที่ตัวเองชื่นชอบได้ และสามารถบอกเล่าความรู้สึกประทับใจที่ได้รับจากการชมเนื้อหาที่น่าสนใจในตอนนั้น ๆ สอดคล้องกับกระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) คือกลุ่มตัวอย่างจะเลือกจดจำเนื้อหาในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง

## 2.1 การรับรู้ของผู้ชมต่อลักษณะและแนวทางการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

จากผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้แสดงทัศนคติซึ่งเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อลักษณะและแนวทางการผลิตรายการดังกล่าว ซึ่งมีผลการศึกษาเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

### 2.1.1 รูปแบบการนำเสนอรายการ

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” จัดอยู่ในรายการประเภทวาไรตี้ทอล์คโชว์ ซึ่งเป็นรายการที่มีเนื้อหาเชิงเอดูเทนเมนต์ หรือ รายการสาระบันเทิง เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด และสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินใจสำหรับผู้ชม และทำให้เกิดมุมมองใหม่ ประกอบไปด้วยเนื้อหาสาระที่เสริมสร้างความรู้ต่างๆ เข้ากับความบันเทิงโดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิด คำนึงรับรู้ และมีการประพฤติปฏิบัติตน ในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม ดังที่ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล<sup>27</sup> ได้กล่าวไว้ว่า เอดูเทนเมนต์ ก็คือ เครื่องมือที่เชื่อมประสานโลกบันเทิงและโลกสาระความรู้เข้าไว้ด้วยกัน โดยดึงเอกลักษณ์ของแต่ละด้านมาผสมผสานกัน

### 2.1.2 บรรยากาศ

ด้านบรรยากาศของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” เสียงเพลงประจำรายการบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของรายการสุริวิภาจริง ๆ โคมไฟที่เรียงรายอยู่แบบมีระเบียบเป็นกันเอง ทำให้แขกรับเชิญ และผู้ชมรายการมีความสุข

<sup>27</sup> ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, น. 287-298.

### 2.1.3 พิธีกร

คุณหม่อม สุวิภา กุลตั้งวัฒนา พิธีกรวาไรตี้ทอล์คโชว์“สุวิภา” ซึ่งเป็นผู้หนึ่งที่เสนอเรื่องราวผ่านความคิดร่วมกับแขกรับเชิญ และนำมาบอกเล่าผ่านรายการให้ผู้ชมรายการได้รับรู้ พิธีกรนับว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้ผู้ชมติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ชื่นชอบความสามารถในการดำเนินรายการของ คุณหม่อม สุวิภา กุลตั้งวัฒนา เพราะมีความน่าเชื่อถือ พูดจาชัดถ้อยชัดคำ บุคลิกภาพเหมาะสม ซึ่งลักษณะดังกล่าวสามารถอธิบายได้ตาม ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ของ อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura)<sup>28</sup> ซึ่งกล่าวไว้ว่า บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมใหม่ ๆ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่น ผ่านทางประสบการณ์ตรง หรือการเรียนรู้ผ่านแม่แบบที่ปรากฏในสื่อสารมวลชน ซึ่งเราอาจพบพฤติกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวผ่าน “การเลียนแบบ” บุคคลอื่นในรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ

### 2.1.4 แขกรับเชิญ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ แสดงทัศนะว่าแขกรับเชิญของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุวิภา” ซึ่งเป็นจุดขายหลักที่โดดเด่นและสร้างความแตกต่างจากรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์อื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้ ของ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง<sup>29</sup> กล่าวไว้ว่า การเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ มาร่วมรายการ ก็เป็นวิธีดึงดูดผู้ชมรายการได้ดีทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม คุณสมบัตินี้ของแขกรับเชิญที่ร่วมรายการนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยให้ความเห็นว่าแขกรับเชิญที่รายการเชิญมา เป็นกลุ่มการดำเนินชีวิตที่ดี ทำประโยชน์ให้กับสังคม ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ครอบครัว มีชื่อเสียงจากตนเองและวงศ์ตระกูล

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า แขกรับเชิญที่ไม่เคยนำเสนอเรื่องราวผ่านรายการต่าง ๆ หรือสื่อแขนงอื่น ๆ มาก่อนเลย แขกรับเชิญเหล่านี้ไม่ใช่คนในแวดวงบันเทิง อาจจะไม่อยู่ในธุรกิจที่ผู้ชมรายการรับรู้แต่ไม่รู้จักตัวตนมาก่อน การมีชื่อเสียงอาจจะมาจากหุ่นบรรพบุรุษ แต่ละดับตาให้มีการเสนอเรื่องราวแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการอยากรู้ของผู้ชมรายการได้เป็นอย่างดี ลักษณะของแขกรับเชิญเช่นนี้ได้สร้างความแตกต่างและ

<sup>28</sup> Albert Bandura, Social Learning Theory, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 291.

<sup>29</sup> ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นิคม ทาแดง, “ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์, น.41.

โดดเด่นให้กับรายการนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ แอน ทองประสม<sup>30</sup> จากการศึกษาพบว่า สาเหตุของการชมรายการเพราะ แกร็บเชิญในทุกช่วงของรายการมีผลต่อการเลือกรับชม

### 2.1.5 เนื้อหา

สรุปผลจากการศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่รับชมรายการ วาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” แสดงความคิดเห็น ด้านการรับรู้ลักษณะของเนื้อหาและรูปแบบการ นำเสนอของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ว่ารายการมีเนื้อหาสาระดีน่าเชื่อถือ และความ บันเทิงควบคู่กันไป หรือเป็นรายการประเภทสาระบันเทิง (Edutainment) ซึ่งลักษณะดังกล่าว สามารถอธิบายได้ตาม ทฤษฎีการเล่น (Play Theory) ของ วิลเลียม สตีเฟนสัน (William Stephenson)<sup>31</sup> กล่าวว่า หน้าที่หลักของสื่อสารมวลชนนั้น มิใช่การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มที่ เข้าใจ กัน หากแต่เป็นการให้ความสนุกสนานบันเทิงใจมากกว่า ความจำเป็นที่สื่อสารมวลชนต้องมาทำ หน้าที่สร้างความบันเทิงเป็นหลักนี้ เนื่องมาจากสภาพชีวิตที่เป็นจริงของผู้คน ในระบบทุนนิยม อุตสาหกรรมที่มีความกดดันและความตึงเครียดอย่างสูงในชีวิตการทำงาน ดังนั้นเมื่อหมดจากช่วง ชีวิตดังกล่าว ประชาชนจึงต้องการช่วงเวลาพักในระหว่างรอยต่อของชีวิต

ทฤษฎีการเล่นให้ข้อคิดสำหรับการสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ ในด้าน การออกแบบสื่อให้มีเสน่ห์ เพื่อดึงดูดบุคคลเข้ามาสู่ขบวนการเล่น หรือเปิดรับเอดูเทนเมนต์อย่าง สมัยครีเอ การกระทำดังกล่าวเป็นเสมือนการทอดสะพาน เพื่อนำพาผู้ชมไปสู่กระบวนการเรียนรู้ สาระที่เหมาะสมต่อไป

### 2.2 การรับรู้ของผู้ชมต่อบทบาทในด้านต่างๆ ของรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา”

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ สื่อมวลชนในทัศนะการรับรู้ของผู้ชม พบว่ารายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” มีบทบาทในการ สร้างแรงบันดาลใจเด่นชัดที่สุด

นอกจากนี้ยังมีบทบาทอื่น ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับบทบาทต่าง ๆ ได้แก่ บทบาทที่เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น/ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่

<sup>30</sup> แอน ทองประสม, “พฤติกรรมกรเปิดรับ และความคิดเห็นของผู้ชมต่อรูปแบบและ พิธีกรรายการ แอน-นัท ไม่จำกัด,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

<sup>31</sup> William Stephenson, The Play Theory of Mass Communication (Chicago: University of Chicago Press, 1968), pp. 64-65.

ประชาชนอย่างกว้างขวาง บทบาททำหน้าที่เป็นครู บทบาทเป็นผู้ชี้นำประเด็นให้เกิดสิ่งที่หน้าสนใจขึ้น บทบาทเกิดการกระบวนกรตัดสินใจในทางอ้อมในแง่ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ บทบาทสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ดีแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น บทบาทเป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น

บทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชน มีผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางด้านสังคมโดยรวมและบุคคลโดยรวมทั้งทางลบและทางบวก ในชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไป การสื่อสารมวลชนเข้าไปแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งเพื่อความบันเทิง การรับรู้ข่าวสารความรู้ เพราะฉะนั้น หากสื่อมวลชนได้ตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีต่อประชาชน และรู้ถึงบทบาทในด้านต่างๆที่เกิดขึ้นจากการกระทำของสื่อ และพยายามกำหนดบทบาทหน้าที่ในทิศทางที่ถูกต้อง ก็จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม สามารถสรุปประเด็นตามแนวคิดของ วิลเบอร์ แชรम्म (Wilbur Schramm)<sup>32</sup> ได้ดังนี้

1. สื่อมวลชนสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspiration) โดยเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิด ความอยากอยู่ดีกินดีให้เกิดหรือแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า
2. สื่อมวลชนเป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mass media can widen horizons) สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาให้ประชาชน ได้รู้จักผู้อื่นและสังคมอื่น ทำให้ประชาชนแต่ละสังคมเกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความปรารถนาที่จะร่วมมือกัน
3. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) สื่อมวลชนทำหน้าที่ให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง
4. สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้นำประเด็นให้เกิดสิ่งที่หน้าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) สื่อมวลชนจะเป็นผู้ชี้นำประเด็นมาทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น อันเป็นบทบาทสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเด็นในการพัฒนาเป็นสิ่งที่น่าสนใจขึ้น อันเป็นบทบาทสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเด็นในการพัฒนาเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อประชาชนได้

<sup>32</sup>Wilbur Schramm, op.cit., footnote 21, pp. 127-144.

5. สื่อมวลชนเกิดการกระบวนกรตัดสินใจในทางอ้อมในแง่ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) สื่อมวลชนจะเป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อมให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมเดิม กระบวนกรตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้น ต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสำคัญ

6. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held, and slightly canalize stronger attitudes) โดยเฉพาะสิ่งแปลกใหม่หรือทัศนคติสังคมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนร่วมทำให้เกิดสภาวะการตัดสินใจว่า จะเป็นตามสมัยนิยมดีหรือจะยึดถือของเก่าดี ซึ่งถ้าสื่อมวลชนนำเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุ มีผล มีน้ำหนัก ก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

7. สื่อมวลชนเป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can encourage for development) สื่อมวลชนได้กระตุ้นและให้มโนภาพรวมทั้งความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันว่าควรจะพัฒนามากขึ้นในอนาคต

การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความจำเป็น และอารมณ์ และปัจจัยภายนอกของสิ่งกระตุ้น ได้แก่ การได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึก ดังนั้นมนุษย์ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจึงนับเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่นำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ สื่อมวลชนมีอิทธิพลเหนือจิตใจของประชาชน ซึ่งถูกกำหนดและชักจูงให้เกิดความรู้สึกหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว นอกจากนี้แล้ว เอดูเทนเมนต์ เป็นเสมือนทางเลือกหนึ่งในการนำประโยชน์จากสื่อบันเทิงในโลกธุรกิจมาผนวกเข้ากับสาระความรู้ทางสังคม สื่อมวลชนจึงต้องตระหนักในหน้าที่ที่จะต้องกระทำและมองดูบทบาทของตนที่จะมีส่วนจรรโลงสังคมให้ดีขึ้น และปรับบทบาทของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และช่วยเป็นกระจกสะท้อนภาพปัญหาและทางแก้ไขปัญหาให้แก่สังคมด้วย

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดสรรเนื้อหาให้มีความบันเทิงมากขึ้น ลดเนื้อหาสาระที่หนัก ๆ ลงในบางครั้ง เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชมรายการมากขึ้น

2. ด้านฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก ควรเปลี่ยนเพื่อไม่ให้ซ้ำซากจำเจ ทำให้ผู้ชมรายการรู้สึกต่อรายการว่ามีสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาอยู่ตลอดเวลา
3. การนำเสนอเรื่องราวของแขกรับเชิญ ทางฝ่ายผู้ผลิตรายการควรวางแผนไว้ล่วงหน้า และข้อมูลต่าง ๆ ของแขกรับเชิญต้องมีความน่าเชื่อถือ
4. สถานีโทรทัศน์ และผู้ผลิตรายการ ควรส่งเสริมรายการเอดูเทนเมนต์ เพราะรายการดังกล่าวสามารถให้ทั้งสาระและความบันเทิงแก่ท่านผู้ชมรายการ
5. สถานีโทรทัศน์ควรให้ความสำคัญในเชิงบทบาทของรายการ ว่าสามารถทำอะไรต่อผู้ชม ไม่ว่าจะรายการนั้นจะเป็นรายการที่ให้ความบันเทิง หรือรายการที่ให้การศึกษาก็ตาม เพื่อให้บทบาทนั้นชัดเจน
6. ผู้ผลิตรายการควรมีเจตนาอารมณ์ หรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการนั้น ควรต้องมีบทบาทต่อสังคม
7. สถานที่ศึกษาที่มีการเรียน การสอนเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน ควรแนะนำและสอนให้นักศึกษาได้รู้จักใช้รายการทางด้านเอดูเทนเมนต์ในเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น
8. ในการเลือกชมรายการ ผู้ชมควรจะมีการรู้เท่าทันในการที่จะมองสิ่งที่เป็นทั้งประโยชน์และเป็นโทษ จากรายการที่เป็นสาระบันเทิง หรือรายการที่มีสาระล้วน ๆ
9. รายการที่ประสบความสำเร็จแล้ว สามารถดึงดูดผู้ชมได้ ควรมีแนวคิดในการคืนประโยชน์ต่อสังคม เช่น ทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ในปัจจุบันมีผู้ผลิตรายการประเภทวาไรตี้ทอล์คโชว์ เป็นจำนวนมากและโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีประจำตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ และออกอากาศในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกัน คือ ต่อจากละครหลังข่าว ทั้งนี้ การวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบ การรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ ในช่วงเวลาและวันเดียวกันกับรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ที่ออกอากาศในช่องโทรทัศน์อื่น ๆ ช่อง 3 5 7 และ 11 เพื่อทราบถึงการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์อื่น ๆ โดยนำผลการวิจัยมาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบรายการให้ดียิ่งขึ้น
2. ควรมีการทำกรวิจัยเรื่องเดียวกันนี้ในวงกว้างมากขึ้น โดยศึกษาประชากรในเขตต่างจังหวัด เพราะ รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” ได้แพร่ภาพไปทั่วประเทศ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ อาจจะไม่แตกต่างกันระหว่างผู้ชมในกรุงเทพมหานคร และผู้ชมในเขตภูมิภาค รวมทั้งอาจจะได้ความ

คิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อการวางแผน ปรับปรุง ปรับเปลี่ยนรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ครอบคลุมความคิดเห็นของผู้ชมได้กว้างขึ้น

4. สามารถศึกษาด้านผู้ผลิตรายการในเชิงศึกษาเปรียบเทียบกับรายการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อพัฒนารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ทอล์คโชว์ให้เป็นรายการที่ให้ประโยชน์ต่อผู้ชมรายการต่อไป

5. ควรมีการศึกษาเหตุผลของการที่รายการนี้ไม่เป็นที่นิยมของผู้ชมรายการบางกลุ่ม เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริง เกี่ยวกับสาเหตุที่ไม่ชมรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ “สุริวิภา” เพื่อช่วยในการวางแผนผลิตรายการโทรทัศน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมต่อไป