

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี” แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

ตอนที่ 2 แนวความคิดในการสร้างสรรค์รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

ตอนที่ 3 วิธีการนำเสนอรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

ตอนที่ 4 กลยุทธ์ในการจัดรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

ชื่อรายการ	โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)
สถานที่เผยแพร่	ไลน์ทีวี
วันที่เผยแพร่	ทุกวันศุกร์เว้นศุกร์
เวลาที่เผยแพร่	12.30 น.
ความยาวของรายการ	15 นาที – 20 นาที



ภาพที่ 4.1 ภาพรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) นำเสนอและเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตของครอบครัวดารา/บุคคลมีชื่อเสียงครอบครัวหนึ่ง ที่เริ่มตั้งแต่การเริ่มต้นด้วยงานแต่งงาน จนไปถึงการคลอดลูก โดยมีพิธีกรและผู้ดำเนินรายการ คือบุคคลคนเดียวกัน ออกอากาศ ทุกวันศุกร์เว้นศุกร์ เวลา 12.30 น. ทางไลน์ทีวี ผลิตโดยบริษัท ู๊ดดีเวิลด์ จำกัด โดยซีซั่นที่ 1 ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 - 31 ตุลาคม 2559 เป็นจำนวนตอนทั้งหมด 15 ตอน ความยาวในแต่ละตอนอยู่ที่ 15 นาที – 20 นาที ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางตอนเผยแพร่และแสดงค่าความนิยมรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

EP.	ชื่อตอน	ยอดคนดู	ความยาว
0	งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!!	4,647,663	17.53 นาที
1	คุณหมอมะ ลูกหนูจะหัวบวมมั้ยคะ	4,736,364	16.34 นาที
2	ห้ามคนท้องเที่ยวสงกรานต์!	3,306,407	15.54 นาที
3	บ้านของฉัน ผันสลาย	2,770,332	17.32 นาที
4	ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป	3,137,879	21.31 นาที
5	รักหรือจริงจังหยอกเล่น	1,908,328	19.49 นาที
6	ออกไม่ออกบอกแม่ที	2,594,255	14.56 นาที
7	ในที่สุดเราก็ได้พบกัน	3,501,966	19.26 นาที
8	สามีแห่งชาติ	2,268,926	12.59 นาที
9	เป่าเป่าเลี้ยงง่ายโตไว	2,598,178	17.57 นาที
10	มนุษย์แม่ ในที่สุดฉันก็เข้าใจ	2,046,771	18.16 นาที
11	ครอบครัวที่ดี เริ่มต้นที่...งาน	2,766,954	17.53 นาที
12	Supermom กระเตงลูกออกนอกบ้าน	2,548,746	19.01 นาที
13	เมียจ๋า ขอลาบวช	1,696,834	17.31 นาที
14	ก่อนจะพบกันใหม่ (ตอนเจ้เป่าจัดเต็ม)	3,008,086	18.23 นาที

ความคิดเริ่มแรก (Idea) ของรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

การเริ่มต้นจากสิ่งที่อยู่รอบตัว และเป็นกระแสในขณะนั้นคุณสุเมธทิพย์ ชี (ก๊ับก๊ับ) ได้ตั้งท้องกับ คุณธรรสภาคย์ ชี (ป๊อ) ก่อนที่จะมีการแต่งงานกัน จึงเป็นโอกาสที่ทางผู้ผลิตมองเห็นว่าจะสามารถเป็นกระแสได้ในทันที เมื่อรายการมีการเผยแพร่ออกไป เพราะคุณก๊ับก๊ับมีบุคลิกภาพที่แรง และถือว่าเป็นที่รู้จักของกลุ่มเด็กวัยรุ่นในยุคสมัยนี้นั่นคือ เป็นคนพูดตรงๆ กล้าคิด กล้าแสดงออก มีความคิดแปลกแหวกแนว และสร้างสรรค์ ไม่ตามเทรน แต่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และการที่เขาทั้งคู่เริ่มอยู่ในภาวะที่พร้อมที่จะมีครอบครัวได้ ด้วยภูมิหลังของสองครอบครัวพร้อมที่จะช่วยเหลือ เรื่องที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนอยากที่จะติดตามชม โดยมีแนวความคิดหลักในการนำเสนอคือ พ่อแม่มือใหม่วัยรุ่น ที่จะเป็นการบอกเล่าชีวิต ในรูปแบบที่คุณก๊ับก๊ับจะทำหน้าที่เป็นทั้ง พิธีกร และผู้ดำเนินรายการ ซึ่งรายการนี้จะเหมือนภาพสะท้อนที่อยากให้ผู้รับสารดูแล้วเป็นภาพ สะท้อนมองกลับที่ครอบครัวของเขา แล้วเขาก็จะเห็นว่า ครอบครัวที่เข้าใจกันเป็นอย่างไร ครอบครัวที่ คอยช่วยเหลือกันเป็นอย่างไร จริงๆแล้วแต่ละครอบครัวมีวิธีการเลี้ยงลูกที่แตกต่างกัน ในครั้งนี้จึงเกิด เป็นรายการบันเทิงที่มีชื่อว่ารายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

นายสาโรจน์ คุณาธนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า

“ก็ตอนแรกก๊ับก๊ับท้องคือคบกับป๊อแล้ว วันหนึ่งที่วุฒิดี๊ยังมีตื่นมาคุยอยู่กับตอนนั้นเขายัง ไม่ได้บอกใครบอกข้างในก่อน ก่อนที่จะแถลงข่าวว่าท้องแล้ว ทางทีมงานก็เลยคุยกันว่าเราน่าจะทำ อะไรที่แบบ เกี่ยวกับเรื่องนี้ เพราะว่านี่เป็นกระแสเลยทันที” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

ตอนที่ 2 แนวความคิดในการสร้างสรรค์รายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

จากการวิเคราะห์รายการบันเทิงที่อยู่ทางช่องทางไลน์ทีวี ที่มีอันดับความนิยมในระดับสูงสุด ได้แก่ รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ได้รับอันดับความนิยม 106130 โดยรายการที่นำมาวิเคราะห์นี้เป็นรายการที่ผลิตและเผยแพร่ในช่วงซีซั่น 1 เผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 - 31 ตุลาคม 2559 และคัดเลือกศึกษาเฉพาะรายการตอนที่มีค่าเฉลี่ยความนิยม อยู่ที่มากกว่า 3,000,000 ขึ้นไป ถือว่าเป็นค่าเฉลี่ยกลางของอันดับความนิยมของทั้งซีซั่น 1

ตารางที่ 4.2 ตารางตอนเผยแพร่ที่มีอันดับความนิยมมากกว่า 3,000,000 ขึ้นไป

EP.	ชื่อตอน	ยอดคนดู
0	งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!!	4,647,663
1	คุณหมอคะ ลูกหนูจะหวั่นบมัยคะ	4,736,364
2	ห้ามคนท้องเที่ยวสงกรานต์!	3,306,407
4	ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป	3,137,879
7	ในที่สุดเราก็ได้พบกัน	3,501,966
14	ก่อนจะพบกันใหม่ (ตอนเจ้เป่าจัดเต็ม)	3,008,086

2.1 แก่นของรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เกิดขึ้นจากสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นและกำลังจะเกิดเป็นกระแสข่าว กล่าวคือ เมื่อคุณก๊ับกับ พิธีกร/ดำเนินรายการ ตั้งครรภ์ก่อนการแถลงข่าวผู้บริหาร คุณวุฒิชร มิลินทจินดา (คุณวุฒิดี้) ผู้บริหารบริษัท วู้ดดี้ เวิลด์ จำกัด ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของคุณวุฒิดี้ ทำให้เกิดแนวความคิดที่จะทำรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ขึ้น

โดยแก่น (Theme) ของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เป็นการเผชิญสถานการณ์การตั้งครรภ์ของพ่อแม่วัยรุ่น นำไปสู่การรับมือกับสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นตั้งแต่แต่งงาน ไปจนถึงการคลอดลูก สิ่งที่ได้รับสารจะได้เห็นคือ สิ่งที่ตรงใจ สิ่งที่ยากรู้แต่ไม่กล้าพูด ไม่กล้าถามใคร หรือเป็นสิ่งที่มากระทบจิตใจของมนุษย์ปกติที่มักไม่กล้าเปิดเผยในมุมมองด้านนี้ออกมา และความประหลาด แตกต่างของครอบครัวนี้ที่ไม่ได้เหมือนครอบครัวอื่นๆธรรมดาทั่วไป คือ การหยิบยกลักษณะ (Character) ของตัวละครของเรื่องออกมาให้ชัดเจน พร้อมทั้งรูปแบบที่มีความบันเทิง สนุกสนาน และเกิดขึ้นภายใต้เส้นเรื่องของความเป็นจริงของครอบครัว

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “แก่นของรายการ คือ การเดินทางของคนเป็นพ่อแม่มือใหม่ ตั้งแต่ท้องจนถึง
 คลอด และก็คือความประหลาดของครอบครัวนี้ คือวิธีของเขา วิธีคิดที่แตกต่าง” (สัมภาษณ์,
 16 มิถุนายน 2560)

2.2 แนวความคิดของรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

แนวความคิด (Concept) ของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) คือ การเผชิญ
 สถานการณ์ของคนเป็นพ่อแม่มือใหม่ ตั้งแต่ตั้งครรภ์จนถึงการคลอดลูก โดยการสร้างสรรค์
 ประเด็นที่ทำให้โดนใจผู้ชมคือ การนำเสนอเรื่องจริงที่ทุกคนจะต้องไปสู่ภาวะแบบนี้ ที่แต่งงานมี
 ลูก แล้วผู้ชมก็จะกลับมาย้อนคิดว่า ถ้าผู้ชมอยู่ในสถานการณ์แบบนี้ ต้องทำอะไร หรือว่าถ้าผู้ชม
 อยากรู้คำถามอย่างนี้ ผู้ชมจะสามารถถามหมอได้ การโยงกันของเนื้อเรื่องจะทำให้ผู้ชมตามดูว่าจะ
 เกิดอะไรขึ้น

2.3 วัตถุประสงค์ของรายการ

วัตถุประสงค์ของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ที่ผู้ผลิตกำหนดไว้ มี 3 ประการ คือ
 ประการแรก การแบ่งปันประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในครอบครัว ภายใต้การนำเสนอเนื้อหาของการ
 เริ่มต้นชีวิตครอบครัวไปจนถึงการมีบุตร ประการที่สอง คือ เมื่อผู้รับสารรับชมรายการเกิดความ
 สนุกสนาน และความบันเทิงขณะที่รับชม และประการที่สาม เพื่อให้เห็นวิธีการคิด การแก้ปัญหา
 และมองสะท้อนกลับไปยังชีวิตครอบครัวของตนเอง

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “มันเหมือนภาพสะท้อนที่อยากให้เขาดูแล้วเป็นภาพสะท้อนมองกลับที่ครอบครัว
 เขา แล้วเขาก็จะเห็นว่า ครอบครัวที่เข้าใจกันเป็นอย่างไร ครอบครัวที่ support กันเป็นอย่างไร คือ
 ครอบครัวไม่มีแบบแผน เราไม่อยากจะคนไทยหรือคนดูคิดว่า พ่อแม่ ต้องแบบนี้ ครอบครัวต้อง
 เป็นแบบนี้คือ เดี่ยวนี้ไม่ใช่” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

นายชนาคุณ น้าอบเชย Creative รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “ได้ความสนุกและสอดแทรกสาระ” (สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2560)

2.4 โครงสร้างของรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

โครงสร้างของรายการที่สำคัญ มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ส่วนแรกผู้ดำเนินเรื่อง (Narrator) ส่วนที่สองคือ เรื่องราว (Story) ชีวิตของ คุณก๊วยก๊วย และส่วนที่สาม คือ ฉาก (Scene) ที่เกิดเรื่องราวขึ้น

ส่วนแรกผู้ดำเนินเรื่อง(Narrator) คือ การนำเสนอถึงความน่ารัก ความแรง ความเป็นไอดอลของครอบครัวนี้ออกมา คือ การดึงเอาความที่คุณก๊วยก๊วย เป็นคนพูดตรงๆ กล้าคิด กล้าแสดงออก มีความคิดแปลกแหวกแนว และสร้างสรรค์ ไม่ตามกระแสสังคม แต่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง

ส่วนที่สอง คือ เรื่องราว (Story) ชีวิตของ คุณก๊วยก๊วยผู้ดำเนินเรื่อง ที่เกิดขึ้นใน ระหว่างการเผชิญสถานการณ์การแต่งงาน ไปจนถึงคลอดลูก คือเรื่องราวของครอบครัวนี้ ที่ไม่มี ครอบครัวไหนสามารถเลียนแบบได้ เพราะฉะนั้นจุดสำคัญ คือตัวละครแต่ละครอบครัวและเรื่อง ของครอบครัวที่เป็นเอกลักษณ์ของ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทำให้รายการอื่นเลียนแบบไม่ได้

นายสาโรจน์ คุณาชนิส Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “จุดสำคัญ คือตัวละครแต่ละครอบครัวและเรื่องของครอบครัวนี้ที่เป็น เอกลักษณ์ของโอ้เบบี้ มันเลยลอกเลียนแบบไม่ได้ รายการอื่นที่ทำจะไม่ลงรายละเอียดครอบครัว นี่คือนี่สิ่งที่เราแตกต่าง” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

เนื้อเรื่องมีการเล่าให้เห็นว่าชีวิตจริงของคนเรามีมิติใดบ้าง ไม่ใช่แค่เพียงครอบครัว เล็กๆ พ่อ แม่ ลูก แต่ยังมีญาติพี่น้อง มีคุณย่า มีคนรอบตัว ที่มีผลต่อการดำรงชีวิต จนสรุปออกมา เป็นตอนในการเผยแพร่ดังต่อไปนี้

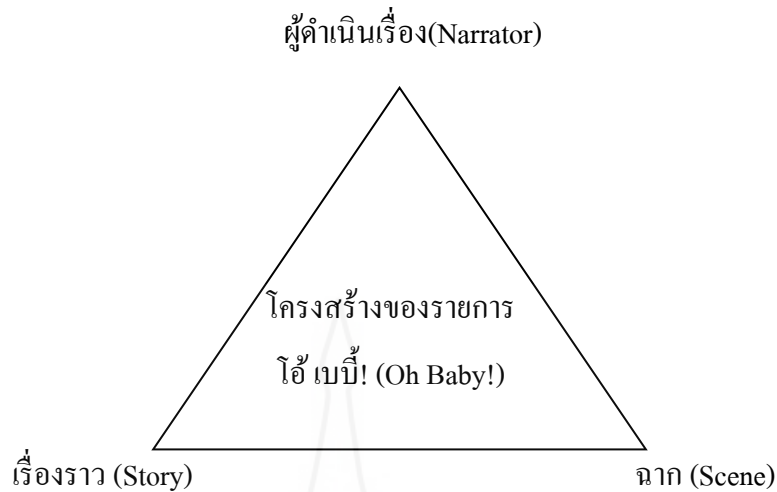
ตารางที่ 4.3 ตารางตอนเผยแพร่รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

EP.	ชื่อตอน
0	งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!!
1	คุณหมอกะ ลูกหนูจะหวั่นบ๊วยกะ
2	ห้ามคนท้องเที่ยวสงกรานต์!

ตารางที่ 4.3 ตารางตอนเผยแพร่รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

EP.	ชื่อตอน
3	บ้านของฉัน ผันสลาย
4	ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป
5	รักหรือจึงหยอกเล่น
6	ออกไม่ออกบอกแม่ที
7	ในที่สุดเราก็ได้พบกัน
8	สามีแห่งชาติ
9	เป่าเป่าเลี้ยงง่ายโตไว
10	มนุษย์แม่ ในที่สุดฉันก็เข้าใจ
11	ครอบครัวที่ดี เริ่มต้นที่...งาน
12	Supermom กระเตงลูกออกนอกบ้าน
13	เมียจ๋า ขอลาบวช
14	ก่อนจะพบกันใหม่ (ตอนเจ้าเป่าจัดเต็ม)

ส่วนที่สาม คือ ฉาก (Scene) ที่เกิดเรื่องราวขึ้น การเลือกฉากที่จะนำเสนอในรายการ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นจะเป็นตัวกำหนดฉาก ซึ่งเหตุการณ์โดยส่วนใหญ่ มี 2 สถานที่เป็นอย่างต่ำ เพื่อให้เกิดความหลากหลายทางการใช้ภาพและการเล่าเรื่อง คือ บ้าน และโรงพยาบาล



ภาพที่ 4.2 โครงสร้างของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

2.5 เนื้อหารายการ

เนื้อหาหลักของรายการมีการนำเสนอเรื่องราวของครอบครัวคุณก๊ับก๊ิบที่หลากหลาย โดยนำเสนอในระยะตั้งแต่การเริ่มต้นมีครอบครัว การใช้ชีวิตอยู่ด้วยกัน ถือการแต่งงาน ไปจนถึงการมีบุตร เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตของครอบครัวดาราครอบครัวหนึ่งที่มิชื่อเสียง โดยอิงพื้นฐานจากความเป็นจริง แต่มีการนำมาเล่าให้มีความสนุก มีอารมณ์สมากขึ้นในการรับชม โดยจะแบ่งออกเป็นตอนย่อยเพื่อให้เห็นการเกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลง ของชีวิตที่ดำเนินไปในขณะช่วงเวลาตั้งแต่การแต่งงาน ไปจนถึงการมีบุตร เนื้อหาแบ่งออกเป็นทั้งหมด 15 ตอน ประกอบด้วย

EP.0 ตอน งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!! เนื้อหาของตอนนี้จะนำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์/เหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นในงานแต่งงาน และเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดอย่างซุดเพื่อนเจ้าสาวที่มาไม่ทัน งานนี้จะแก้ไขปัญหากันแบบไหน และเป็นเพราะอะไรที่ซุดไม่มา

EP.1 ตอน คุณหมอมะ ลูกหนูจะหวับมัยยะ ความอึดอันที่ไม่ได้ มีเซ็กส์กันหลายเดือน ทำให้ทั้งคู่ต้องหาวิธีต่างๆ เพื่อที่จะระบาย ซึ่งทั้งสองก็ยังเป็นคู่รักหนุ่มสาวไฟแรง ด้วยกันทั้งคู่ งานนี้จึงต้องขอไปปรึกษาคุณหมอ แต่ว่าคุณแม่ของก๊ับก๊ิบนี้สิไม่ยอมปล่อยให้ไปหาคุณหมอเองเลยสักครั้งเดียว

EP.2 ตอน ห้ามคนท้องเที่ยวสงกรานต์! เมื่อท้องแล้ว ชีวิตก็ต้องไม่เหมือนเดิม แต่ก๊ับก๊ิบยังรั้น อยากไปเที่ยวปาร์ตี้สงกรานต์ โดยที่ใครห้ามก็ไม่ฟัง แต่การหนีแม่มาเที่ยวครั้งนี้ก็ไม่ได้เป็นอย่างที่ตัวเองคิด ต้องมีการเตรียมการมากมาย โดยคุณสามีต้องรับภาระดูแลอย่างเต็มพิกัด

EP.3 ตอน บ้านของฉัน ผันสลาย ครอบครัวใหม่ ก็ต้องพร้อมด้วยบ้านใหม่เพื่อเตรียมต้องรับ Baby แต่บ้านในฝัน กลับไม่เป็นตามที่คิด เมื่อพระ และหมอดูดวงจู้ยี้ ที่นับถือ มาบอกว่าต้องแก้บ้าน จนแทบจะต้องทุบบ้านทิ้ง!

EP.4 ตอน ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป เมื่อคนท้อง เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งร่างกายและจิตใจ แม้ว่าจะอยากมีความแซ่บ ตามเดิม กู้บก็ยังไม่อาจจะต้านทานความเหวี่ยงของตัวเองได้ จนกระทบคนรอบข้างไปหมด คนที่รับแรงกดดันหนักสุด คือ คุณสามีนั่นเอง

EP.5 ตอน รักหรือจึงหยอกเล่น ก่อนที่ลูกจะคลอด ตามธรรมเนียมต้องจัดงานให้พี่ป้าน้าอา มาให้ของขวัญกับน้องเป่าเป่า ในงาน Baby shower เพื่อนๆ สุดเปรี้ยว และคารามากันเพียบ ไปๆมาๆ กู้บโดนเพื่อนเผา แต่ไม่พอเพราะท้ายที่สุดกลายเป็นปีที่เจ็บซ้ำกว่า บวกกับเซอร์ไพรส์ จากเพื่อนๆ ที่นำทั้งความสนุกสนาน เสียงหัวเราะ และน้ำตามาให้ด้วย

EP.6 ตอน ออกไม่ออกบอกแม่ที กู้บก็จะต้องลดธรรมชาติต้องใจรั่มๆ รอเวลาที่ร่างกายพร้อม แม้ว่าเบบี๋จะจ่ออยู่ เตรียมออกมาแล้วก็ตาม กู้บก็เลยถือโอกาสที่ยังไหวอยู่ไปไหว้พระ แจ๊ค และถ่ายรูปโค้งสุดท้ายของคนท้องสุด sexy ไว้เป็นอัลบั้มส่วนตัว บังเอิญเจอหมอวัง แล้วความลับที่ไม่เคยเปิดเผยกับคนภายนอกก็เผยออกมา

EP.7 ตอน ในที่สุดเราก็ได้พบกัน ในที่สุดเราก็ได้พบกัน เป่าเป่า การลดธรรมชาติไม่ใช่เรื่องง่ายอย่างที่คิด แล้วอะไรเป็นสาเหตุให้กู้บกับทนเจ็บขนาดนี้ โดยที่ไม่ยอมฉีดยาอะไรเลย แล้วตกลงเป่าเป่าหน้าเหมือน กู้บกับหรือบ๊ี้กันแน่

EP.8 ตอน สามีแห่งชาติ ภายนอกอาจจะดูเป็นวัยรุ่น แต่กลับเป็นครอบครัวนี้เลี้ยงลูกเองแบบ 100% มาดูกันว่าทั้งคู่จะโปรขนาดไหน

EP.9 ตอน เป่าเป่าเลี้ยงง่ายโตไว 1 เดือนผ่านไปกับครอบครัวมือใหม่ ทั้งคู่ได้ทุ่มเทกับการดูแลเป่าเป่าทั้งเดือน ลูกสาวก็มีพัฒนาการขึ้นมาเรื่อยๆ วันนี้ ทั้งคู่ก็อยากจะจู้จี้กันบ้างแล้ว

EP.10 ตอน มนุษย์แม่ ในที่สุดฉันก็เข้าใจ วันคืนความสุขให้กู้บกับ บีเลยอยากจะให้นางได้พัก ได้เสริมสวยบ้าง โดยจะเป็นหนึ่งวันที่นางจะได้ทำตามใจตัวเองแล้วคุณสามีก็จะทำกับข้าวให้กินทุกอย่าง แต่บางทีนางก็กินไป

EP.11 ตอน ครอบครัวที่ดี เริ่มต้นที่...งาน ในวันที่ทั้งคู่เริ่มปรับตัวกับการมีลูกได้แล้ว ก็เป็นเวลาที่ยกอยากจะกลับมาทำงานอีกครั้ง แต่เมื่อต้องกลับมาทำงานแล้วใครจะเป็นคนเลี้ยงลูก ทางออกคือการหาพี่เลี้ยงให้ลูก แต่จะได้พี่เลี้ยงหรือไม่

EP.12 ตอน Supermom กระเตงลูกออกนอกบ้าน ในที่สุดก็ถึงวันที่กู้บกับจะต้องกลับมาสู่วงการบันเทิง ต้องจัดรายการ ต้องทำกิจกรรมมากมาย บางครั้งก็ต้องหิ้วเป่าเป่าไปด้วย และอีกไม่นาน บีก็จะลาบวชเป็นเวลา 1 เดือน...คราวนี้ กู้บกับต้องกลายเป็น Supermom อย่างแท้จริง

EP.13 ตอน เมียจำ ขอลาบวช วันเกิดกับปีที่ 2 เต็มอิ่มกับความสุขในการให้ที่บ้านเด็กอ่อนชอยเสียใหญ่และการคบกันปีนี้ไม่ได้จัดเต็มเหมือนเดิมอย่างที่เคยได้ปีที่แล้ว กับเลยจัดการแกล้งโดยการเอาที่ตรวจครรภ์มาแกล้งว่าท้องก่อนจะไปบวช แต่ปีกลับบอกว่าเป็นไปไม่ได้เพราะใส่ถุง เมื่อวันพิธีบวชมาถึงทุกคนชื่นมื่นสนุกสนาน ถึงจะคนละศาสนา ก็รับรู้สึกเคารพพระบิณฑูร์ขึ้นมาแบบบอกไม่ถูก แถมการท่างันครั้งนี้ทำให้กับเข้าใจแล้วว่ารักบี้มากขนาดไหน

EP.14 ตอน ก่อนจะพบกันใหม่ (ตอนเจ๊ป้าจัดเต็ม) ร่วมฉลองพระใหม่เลี้ยงเพลพระบิณฑูร์ที่วัดท่าไม้พร้อม อพเทกจิวัตรพระบิณฑูร์ ร่วมฟังธรรมะจากพระบิณฑูร์ และแน่นอนว่าเมื่อสามีไม่อยู่หนูก็รำเริงออกเที่ยวตามประสาสาวโสด (เพราะสามีไม่อยู่) แต่ทำไมมันไม่สนุกเหมือนก่อนการค้นพบว่าเราโตขึ้น ความเต็มที่ที่เคยมีแต่ก่อนก็เหลือไว้แต่ความทรงจำให้นั่งเฝ้ากับกลุ่มเพื่อนพร้อมเปิดใจกรณีข่าว ม้า อรณา และพวกเกรียนโซเซิลทั้งหลาย

รายการที่ทำขึ้นในลักษณะดังกล่าว เป็นเรื่องราวที่ทำให้ผู้รับสารหันมาให้ความสนใจได้มาก เพราะรายการมีการนำเรื่องราวที่ไม่เคยเปิดเผยที่ไหนมานำเสนอบางแง่มุม เช่น เรื่องเพศซึ่งเป็นเรื่องที่ขัดต่อวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมที่คนไทยจะพูดถึงออกมามีเสน่ห์น่าสนใจ

และด้วยวิถีชีวิตคนในปัจจุบันที่รับแรงขึ้น การนำเสนอรายการในสื่อออนไลน์จึงต้องตอบสนองต่อความว่องไวของวิถีชีวิตมนุษย์ในปัจจุบัน รวมถึงเนื้อหาการทำรายการให้มีความสั้น กระชับ เข้าใจง่าย เนื้อหาไม่ซับซ้อน

ตอนที่ 3 วิธีการนำเสนอรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

วิธีการนำเสนอรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี นั้นสามารถแบ่งองค์ประกอบได้ 3 หัวข้อดังนี้

1. ระยะเวลาการนำเสนอของรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)
2. รูปแบบรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)
3. วิธีการนำเสนอรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

3.1 ระยะเวลาการนำเสนอของรายการ พบว่า ความยาวของรายการอยู่ที่ 15 – 20 นาที โดยไม่มีการแบ่งเบรก สามารถดูจบได้ในหนึ่งตอน โดยมีการเล่าเรื่องที่กระชับ ไม่ต้องเล่าย้อนความไปมา การดำเนินรายการจะดำเนินเนื้อเรื่องไปอย่างรวดเร็ว เพราะระยะเวลาความยาวในการเผยแพร่มีผลต่อการติดตามดูจนจบรายการของผู้ชม กล่าวคือ เนื่องจากช่องทางการเผยแพร่ของรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) นั้นเป็นช่องทางออนไลน์ทางไลน์ทีวี ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้รับสารรับชม

โดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ดังนั้น ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน หรือทำอะไรก็สามารถรับชมรายการได้ด้วยความง่ายในการเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา และด้วยวิธีการดำเนินชีวิตที่รีบเร่ง ทำให้ผู้รับสารไม่สามารถที่จะรับชมอะไรได้ในระยะเวลาที่ยาวนาน

นายชนาคุณ น้าอบเชย Creative รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “15 – 20 นาที เพราะว่า คือเดี๋ยวนี้ต้องเข้าใจว่า โลกมันทำให้ทุกคนสมาธิสั้นลงเราไม่สามารถเสพอะไรยาวๆได้” (สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2560)

3.2 รูปแบบรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!)

รูปแบบรายการของ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

3.2.1 เป็นรายการที่มีความเป็นเรียลลิตี้ (Really) ซึ่งในรูปแบบเรียลลิตี้ เน้นให้เห็นถึงเหตุการณ์/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ คือคุณก๊ับก๊ับ ที่เกิดขึ้นในการเผชิญสถานการณ์ในชีวิตครอบครัว

3.2.2 การแสดงที่เป็นกึ่งละคร โดยเมื่อเกิดการเผชิญสถานการณ์ในชีวิตครอบครัวขึ้น จะมีการแสดงความรู้สึกที่มากขึ้นเกินกว่าอารมณ์ปกติของคนทั่วไปที่เกิดในสถานการณ์นั้นๆ พร้อมทั้งมีการเร่งเร้าอารมณ์ในบางเหตุการณ์จากพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ คือคุณก๊ับก๊ับ หรือแขกรับเชิญ เพื่อเพิ่มอรรถรสในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น

3.2.3 ความสนุกบนเรื่องราวชีวิตของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ความตลก ความดราม่า และความตื่นเต้น ที่เกิดขึ้น

ความตลก โดยสิ่งที่ทำให้เกิดความตลก ความบันเทิงของแต่ละตอนคือ อิริยาบถ หรือการแสดงออกของตัวละครแต่ละคนในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และสิ่งนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจ อย่างเช่นในตอน คุณหมอกะ ลูกหนูจะหวั่นบ๊วยกะ ซึ่งมีเนื้อหาในการนำเสนอเกี่ยวกับทางเพศ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจ จนเกิดเป็นสถานการณ์จำลองขึ้นถึงการอยากมีเพศสัมพันธ์ในระหว่างที่ท้องจะทำได้หรือไม่ รายการได้มีการเล่าถึงสถานการณ์ในกรณีที่มีเพศสัมพันธ์กันไม่ได้ว่าจะต้องใช้อุปกรณ์ช่วยสำหรับผู้ชาย และปล่อยให้อิริยาบถของสามีภรรยาแสดงออกมา เพื่อให้เกิดอรรถรสในการรับชม

ความดราม่า เปรียบเสมือนเป็น จุดสำคัญ(climax) ของเรื่องและผู้ผลิตชุดหลุมไว้ให้มีความสนุกมากยิ่งขึ้น จากในตอน “ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป” จะมีการพูดถึงปัญหาที่คุณก๊ับก๊ับเริ่มท้องโตมากขึ้น กับช่วงฮอร์โมนอารมณ์คนท้องที่เปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดการเอาแต่ใจ ในมุมมองของคุณก๊ับก๊ับก็จะถูกถ่ายทอดออกมาให้เห็นถึงอารมณ์อ่อนไหวของคนท้อง นำไปสู่การ

แก้ปัญหาของคุณบีที่เป็นสามีที่ต้องคอยมาเอาอกเอาใจทำตามที่คุณก๊ับก๊ีบต้องการ คือ อยากกิน อยากได้ อะไรก็ต้องจัดการให้เธอ แต่ในขณะที่เขานำเสนอในมุมที่คุณบีต้องทำงานไม่สามารถตามใจ ได้ตลอด ซึ่งตรงนี้เปรียบเสมือนการขุดหลุมจากเรื่องจริงของพื้นฐานชีวิตมนุษย์ที่คนเป็นสามีต้อง ทำงานและต้องทำตามใจภรรยาด้วย จึงทำให้เกิดความไม่พอใจกันทางอารมณ์ขึ้น ทั้งสองฝ่ายจึงมี วิธีการแก้ปัญหาโดยคุณบีเลือกที่จะทำตามใจคุณก๊ับก๊ีบไปก่อน แต่ทำให้เกิดความไม่พอใจในจิตใจขึ้น จนสุดท้ายมีคนกลางเข้ามาไกล่เกลี่ย ให้เข้าใจถึงใจเขาใจเรา นำไปสู่บทสรุปการที่ทั้งสองคนปรับ ความเข้าใจและมองเห็นอีกฝ่ายมากกว่ามองเห็นแต่ตนเอง

ความตื้นตัน เมื่อผู้ชมได้เห็นการเผชิญสถานการณ์ของคุณก๊ับก๊ีบ ในแต่ละตอนที่ เกิดขึ้น ทำให้เกิดความรู้สึกสนุก ลุ้น และตื้นตัน จนเกิดการติดตามต่อจนจบ อย่างเช่นในตอน งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!! เนื้อหาของตอนจะเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแต่งงานของ ดาราที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไร จึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความอยากรู้อยากเห็น และตื้นตัน ไปกับสถานการณ์ที่ซุดเพื่อนเจ้าสาวยังไม่ถึง ทำให้เกิดอารมณ์ลุ้นตามไปจนจบรายการ

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี! (Oh Baby!) กล่าวว่า
“เสนออย่างหนึ่งของรายการเรียลลิตี้ คือ มีเวลาที่จะเข้าไปถึงตัวละครที่เป็น Topic ของเรื่องลึกขึ้นเรื่อยๆ” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

สำหรับรูปแบบรายการที่สร้างสรรค์ มีการวางแผนล่วงหน้าไว้แล้วว่าในแต่ละ ตอนนั้น มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอะไรบ้าง ซึ่งรายการ โอ้ เบบี! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี ในซีซั่น 1 คือ การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวของการแต่งงาน ดังครบท ไปจนถึงการคลอดลูก

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี! (Oh Baby!) กล่าวว่า
“มันถูกขายมาก่อนแล้ว มันวางโครงเรื่องไว้แล้ว เพราะว่าเขาซื้อไว้ก่อนแล้ว เพราะกระแสมันดังมากไม่มีใครไม่พูดถึงเรื่องก๊ับก๊ีบกับบี แล้วพอ ไลน์ทีวีเขารู้ว่าเราจะทำเขาก็เลย เอาเลย” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

3.3 วิธีการนำเสนอรายการโอ้ เบบี! (Oh Baby!)

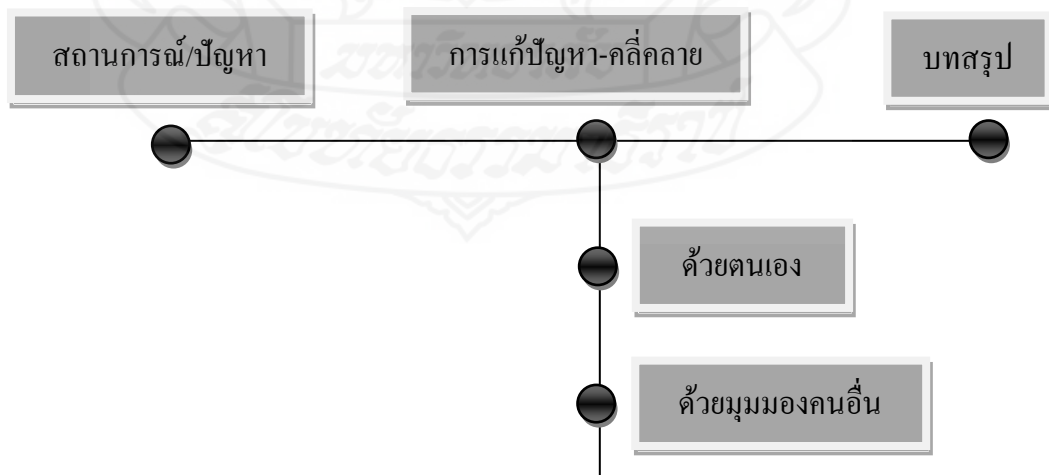
3.3.1 การวางลำดับการนำเสนอรายการโอ้ เบบี! (Oh Baby!)

ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการนำเสนอสถานการณ์/ปัญหา ของเรื่องที่จะนำเสนอในหนึ่งตอน โดยจะมีปัญหาหลักเป็นหัวข้อใหญ่หนึ่งตอนและบางตอนอาจมี

ปัญหาของมาเสริม เช่น ในตอน ท้องก็ต้องยอมรับ กับชีวิตที่เปลี่ยนไป สถานการณ์ที่เกิดขึ้นคือ อายุครรภ์ที่เริ่มมากขึ้นของคุณก๊ับก๊ีบ ทำให้ต้องพักการทำงานประจำไว้ก่อน ปัญหาของคือ อารมณ์ฮอร์โมนที่เปลี่ยนไปของคุณแม่ที่ใกล้คลอด

ส่วนที่สอง เป็นการแก้ไขปัญหา-คลี่คลายสถานการณ์/ปัญหา ที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองของตัวเองหรือมุมมองของคนอื่น อย่างเช่นในตอนแรก งานแต่งสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!! สถานการณ์ที่เกิดขึ้นคือ ซุดเพื่อนเจ้าสาวมาไม่ทัน และการพยายามแก้ปัญหานั้นคือ หาซุดของคนอื่นที่พอมียืมมาก่อน หรือ เป็นการคลี่คลายสถานการณ์/ปัญหา ที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองของคนอื่นหรือการแก้ไขสถานการณ์/ปัญหา ที่ต่อเนื่องจากเหตุการณ์แรกที่เกิดขึ้นเพื่อให้เกิดความชัดเจน ในกรณีแรก ในตอน คุณหมอมะ ลูกหนูจะหวั่นบ๊มบี้คะ ที่คุณก๊ับก๊ีบอยากทราบว่าการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งครรภ์จะเป็นอันตรายหรือไม่ ซึ่งก็จะมีวิธีการนำเสนอที่เป็นการพยายามหาคำตอบด้วยตัวเองด้วยวิธีการต่างๆ และนำไปสู่ในส่วนที่สามคือการแก้ไขปัญหานั้นด้วยการหาคำตอบที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญคือคุณหมอ ส่วนในกรณีที่สอง อย่างเช่นในตอน งานแต่งสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!! ได้มีการคลี่คลายสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยการหาซุดของคนอื่นที่พอมียืมมาก่อน และมีการเล่าเพิ่มในส่วนที่สามนี้คือการปลดปมเรื่องราวคลี่คลายว่าเพราะเหตุใดซุดถึงมาไม่ทัน แล้วผู้ดำเนินรายการ (คุณก๊ับก๊ีบ) มีการพูดคุยเพื่อทำความเข้าใจกับผู้ผลิตซุดอย่างไร

ทำให้นำไปสู่โครงสร้างส่วนที่สาม คือ บทสรุปของสถานการณ์/ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมไปถึงข้อคิดหรือคติสอนใจ หรือบทเรียนที่ได้รับจากเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น อย่างเช่นในตอน งานแต่งสุดหรู แต่เพื่อนหนู..ซุดหาย!!!! บทสรุปที่ได้คือ ความละเอียดรอบครอบ และความใส่ใจในเรื่องนั้นๆ



ภาพที่ 4.3 การวางลำดับการนำเสนอรายการ โอ้ เบบี! (Oh Baby!)

3.3.2 การเล่าเรื่อง

1) สไตส์การเล่าเรื่อง ไม่มีการใช้เสียงบรรยาย แต่จะเป็นการใช้เสียงคุณก๊ับก๊ับ ผู้ดำเนินเรื่องในการอธิบายเรื่องราว เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้เรื่องราวของคนที่เล่าได้ดีกว่าการใช้เสียงบรรยายจากบุคคลที่สาม แต่เสียงจากผู้ดำเนินเรื่องไม่ได้ทำหน้าที่ในการเล่าเรื่องทั้งหมด แต่ทำหน้าที่ในการขยายอารมณ์ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ เช่น ในตอน “งานแต่งงานสุดหรู แต่เพื่อนหนู...ซดหาย!!! มีปัญหาเกิดขึ้นที่ซดเพื่อนเจ้าสาวยังไม่มาส่ง มีการเล่าตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่มีการสัมภาษณ์ คุณก๊ับก๊ับ เพื่อบอกเล่าถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สถานการณ์ และความรู้สึกในขณะนั้น จนในที่สุด ต้องมีการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อถึงเวลาแต่ซดเพื่อนเจ้าสาวยังไม่มา การใช้เสียงสัมภาษณ์ เข้ามาทำให้ผู้รับสารที่ชมเข้าถึงตัวอารมณ์ของคนเป็นเจ้าสาวอย่าง คุณก๊ับก๊ับได้ชัดเจนขึ้น

2) รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เป็นรายการที่ถ่ายไปตามสถานการณ์ที่ผู้ผลิตได้วางแผนไว้แล้วตั้งแต่ต้น โดยมีเพียงโครงสร้างสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในตอนนั้น และปล่อยให้ทุกอย่างเกิดขึ้นและเป็นไปตามความเป็นจริง เมื่อถ่ายทำเสร็จ ก็จะนำเข้าห้องตัดต่อเลยโดยที่ไม่มีสคริปต์หรือบทรายการ แต่ใช้วิธีการเล่าที่เป็นไปตามโครงสร้างรายการคือ สถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้น วิธีการแก้ไขปัญหา และบทสรุปของแต่ละตอน

รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ไม่มีการเขียนบทสมมุติ ก่อนการถ่ายทำมีแค่โครงคร่าวๆว่า ในหนึ่งตอนจะต้องเกิดปัญหาอะไรขึ้นบ้าง และมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร จนนำไปสู่การมีบทสรุปของเรื่องราวในตอนนั้น แต่ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องมาเพื่อขยายความสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

นายชนาคูด น้าอบเชย Creative รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “ความสนุกของมันคือการคลุ้มคลั่งๆ เพราะเราต้องการเอาตัวเขาออกมา
 เราก็แค่ดึงความเป็นเขาออกมาสิ ในกรอบที่เรากำหนดอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2560)

วิธีการทำงานในรูปแบบที่ไม่มีบทหรือสคริปต์รายการ เมื่อถ่ายทำเสร็จแล้ว สถานการณ์ในแต่ละตอนที่ผู้ผลิตวางแผนไว้ มีการนำภาพที่ถ่ายมาให้กับตัดต่อเพื่อเรียงร้อย แต่ละสถานการณ์ไว้ก่อน หลังจากนั้นผู้ผลิตรายการหรือผู้สร้างสรรค์รายการ เป็นผู้เข้ามาเรียงประเด็น และเนื้อเรื่องให้เกิดความสนุก และไม่หลุดจากโครงสร้างเรื่อง สุดท้ายตัดต่อก็จะมีหน้าที่ทำให้งานออกมาสวมบูรณ์ กลมกล่อม และเกิดความลงตัวในเรื่องทั้งตอน

นายสาโรจน์ คุณาธนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “ไม่ต้องเขียนบท เอาโครงและเรียงขึ้นให้ช่างตัดเลย ช่างตัดจะมาเรียงขึ้น เช่น มีซีนในห้องนอน มีซีนไปหาหมอ เขาจะทำหน้าที่ตัดเรียงเป็นก้อนไว้ก่อน แล้วค่อยมาคว่ำมีช่องโหว่อะไรบ้าง ที่นี้ก็จะเอาที่นั่งคุยกัน Voxpop มาใส่เข้าไปอธิบายแต่ละอันว่าเกิดอะไรขึ้น แล้วดูภาพรวมว่าแบบเน้นตรงไหน แล้วค่อยๆเอาส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องออกก่อน แล้วเราก็มารู้ว่าเหตุการณ์มันเกิดขึ้นตามที่เราวางแพลนคร่าวๆไว้ไหม คราวนี้เราก็จัดวางให้ดูเข้าใจง่าย เพราะว่าบางทีบางข้อมันดูไม่เข้าใจ เพราะว่าบางทีเราเข้าใจไม่ได้ เราก็แก้ปัญหาโดยให้เห็นสถานการณ์คร่าวๆ และถ้าเสียงไม่ชัดเราขึ้นซับ แล้วก็ถ้าดูไม่เข้าใจเราขยายความโดยการมานั่ง Voxpop” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

นายธนาคุณ น้าอบเชย Creative รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “ก็ไปวางหน้าเครื่องเลยว่าเล่าแบบไหนๆ ก็ไปเอาตรงนี้ออกมา เพราะเราไปอยู่หน้ากองเราจะมีเซ็นส์แล้วว่า ตรงนี้สนุก ตรงนี้ขำ จะเอาตรงนี้มาใส่ คือเราจะเริ่มจากทำตัวที่เซอร์ก่อน พอตัวที่เซอร์ได้ ก็เปรียบเสมือนแผนที่เล็กๆแล้วก็จะนำไปสู่แผนที่ใหญ่ แล้วก็ฟังคอนเทรนวาแบบตรงไหนเอาตรงไหนไม่เอา” (สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2560)

3.3.3 เนื้อหาสามารถยืดหยุ่นได้ โดยเนื้อหาของแต่ละตอนที่น่าสนใจนั้น เกิดจากการพูดคุยกันระหว่างผู้ผลิตรายการ ผู้สร้างสคริปต์รายการและพิธีกร โดยมีการวางแผนเนื้อหาของแต่ละตอนไว้ตั้งแต่เริ่มแรกรายการ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นจะเป็นการเตรียมข้อมูลแบบคร่าวๆ เพราะสถานการณ์ของแต่ละเรื่องราวนั้น อิงอยู่กับความเป็นจริง ดังนั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อย่างเช่น ใน EP.0 จุดเด่นของเรื่องคือ งานแต่งงาน เราก็จะเตรียมไปถ่ายงานแต่งงาน แต่เราจะไปประเมินสถานการณ์หน้างานอีกทีว่าเราจะจับเนื้อตรงไหนมาเป็นประเด็น อย่างในตอนนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการที่ชุดเพื่อนเจ้าสาวมาไม่ทัน เราก็ถ่ายตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แล้วมาประเมินเพื่อเก็บข้อมูลถ่ายในส่วนประกอบอื่นๆ ให้ครบเรื่อง อีกรูปแบบหนึ่งของการเตรียมข้อมูลนั้นคือ กรณีเรื่องของตอน “คุณหมอคะ ลูกหนูจะหัวบวมมั้ยคะ” ตอนนี้ผู้ผลิตจะวางประเด็นของเรื่องซึ่งเกี่ยวกับเรื่องเพศ แล้วก็เกิดการประชุมกันในทีมงานเพื่อมารับทราบเนื้อหา และเกิดการคุยข้อมูลแบบสองทางคือทางพิธีกรคุยกับก๊ิบ และทางคุณบี เพื่อให้ทั้งสองคนรู้เรื่องราวที่จะเกิดขึ้นในคนละมิติ แต่ภายใต้หัวข้อเดียวกัน การที่ผู้ผลิตมีการเตรียมข้อมูลในลักษณะนี้เพื่อต้องการให้เกิด ปฏิริยาโต้ตอบ (Reaction) ขึ้นในขณะทันตันทันใดตอนถ่ายทำ เพื่อให้เกิดความสนุกมากยิ่งขึ้น

ความสัมพันธ์ ของบุคคลต่างๆที่เกิดขึ้น ในช่วงเวลาที่มีอิทธิพลต่อกันและกัน รายการ โอ เบบี้! (Oh Baby!) มีการนำเสนอในมิติอื่นๆด้วยที่ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องที่เกิดขึ้น หรือ กระทบต่อพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเท่านั้น แต่ยังมีการเล่าให้เห็นมิติที่รอบด้านในวิถีของมนุษย์ที่เกิดขึ้นจริง โดยในตอน ห้ามคนท้องเที่ยวสงกรานต์! มีการนำเสนอเนื้อหาถึงความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวคุณก๊ับก๊ับ ที่เมื่อคุณก๊ับก๊ับท้อง คนในครอบครัวไม่มีทางที่จะอนุญาตให้ไปเล่นสงกรานต์อย่างแน่นอน นำไปสู่การกระทำหรือสถานการณ์แรกที่เกิดขึ้นนั้นคือการที่คนในครอบครัวคุณก๊ับก๊ับทั้งหมดเดินทางไปต่างประเทศทำให้ไม่มีใครที่จะขัดขวางการไปเที่ยวสงกรานต์ได้

3.3.4 ฉากที่นำเสนอในรายการ โอ เบบี้! (Oh Baby!) สถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นตัวกำหนดฉากในการถ่ายทำ ซึ่งเหตุการณ์มี 2 สถานที่เป็นอย่างต่ำ เพื่อให้เกิดความหลากหลายทางการใช้ภาพและการเล่าเรื่อง โดยในหนึ่งตอนจะมีการใช้ฉากในการนำเสนอ เพียง 2-3 ฉาก แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น อย่างเช่นในตอน “ในที่สุดเราก็ได้พบกัน” ซึ่งเนื้อหาเกี่ยวกับตอนคลอดลูก เพราะฉะนั้นสถานที่หลักคือ โรงพยาบาล โดยส่วนมากผู้ผลิตจะไม่ได้มีการไปดูสถานที่ถ่ายทำก่อนเพราะค่อนข้างจะอิงกับความเป็นจริง ดังนั้นจึงไม่ต้องไปเพื่อเตรียมหรือทำให้ดูต่างจากความเป็นจริง แต่ในกรณีบางตอนที่ผู้ผลิตต้องไปดูฉากก่อนการถ่ายทำจริง อย่างเช่น ตอน “รักหลอกจึงหยอกเล่น” ซึ่งจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการจัดงานปาร์ตี้ จึงทำให้ต้องมีการดูฉากถ่ายทำ ก่อนการถ่ายทำจริง เพื่อจะได้จัดเตรียมฉากให้สอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ

3.3.5 พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ พบว่า พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้รับชมรายการตัดสินใจรับชมรายการ พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ เป็นคนที่มีชื่อเสียงและเป็นเน็ตไอดอลของสังคมในยุคนี้ เพื่อให้เกิดแรงดึงดูดผู้ชมในการรับชมรายการ โดยเลือกจากบุคลิกที่โดดเด่น ทั้งเรื่องการพูดที่ตรงไปตรงมา ความกล้าคิด กล้าตัดสินใจ และมีความสนุกสนาน

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “คาแรกเตอร์ของผู้เดินเรื่อง ถ้ามันไม่ใช่มันก็ไม่สนุก คาแรกเตอร์มันคือความเป็นก๊ับบี้ อย่างที่บอก ว่าจุดเด่นของเรื่องคือความจ๊กจี้ คือ สามิภรรยาพูดกูมีคนที่จ๊กจี้ละ สามิภรรยาที่อยู่พูดเรื่องเช็กชคนก็จ๊กจี้ละ ไปหลอกแม่คนที่จ๊กจี้ละ ความจ๊กจี้มันคือความกล้าที่ครอบครัวนี้จะกล้าทำ และอีกอย่างคือ เขามีความเป็นพิธีกร เขามีความเป็นนักแสดง เขาเล่นได้จริง”
 (สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2560)

เรื่องราวในการนำเสนอที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ที่เราเคยได้รับชมคือ พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ มีการเปิดเผยตัวตนที่แท้จริง ทั้งที่ตนเองเป็นดารา บุคคลมีชื่อเสียง การเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงให้ผู้ชมได้เข้ามาเห็นอีกมุมหนึ่งของดารา ซึ่งรายการอื่นไม่กล้าที่จะทำ ทำให้รายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ได้รับความนิยมจากผู้ชม

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “สิ่งหนึ่งที่จะเกิดขึ้นคือ ดาราห้ามเซ็นเซอร์ตัวเอง ตอนนี้สิ่งหนึ่งที่ก๊ิบบี้ประสบความสำเร็จมาก คือ ก๊ิบบี้ไม่เซ็นเซอร์ตัวเอง เขารู้ว่าอะไรที่เป็นตัวเอง เขารู้ว่าเส้นของการเซ็นเซอร์ตัวเอง เขาตั้งขึ้นมาในคินึง เขาก่อนข้างเปิดเผยตัวเองพอสมควร แต่มันก็มีเส้นที่แบบว่าอันนี้ไม่ได้ ไม่เป็นไร เรารู้แต่แค่แบบเส้นนี้เขาตั้งขึ้นมาแล้วมันคันคิ มัน ไปได้ไกลกว่าคนอื่นในถ้าดารากล้าให้เปิดห้องคอนโดตัวเอง มีหลายรายการมากที่ไปถ่ายบ้านดารา แต่เป็นบ้านตัวอย่างเพราะดาราไม่ยอมให้เข้าไปอยู่กับของส่วนตัวเขาหรือว่าเขาไปดูว่าบ้านเขาเป็นอย่างไร ถ้าดารากล้าที่จะให้คนเห็นชีวิตจริงๆขึ้นมากจะมีรายการแบบนี้เกิดขึ้นมาเยอะ” (สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2560)

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “นี่คือสิ่งที่ทำให้คนรู้สึกที่เราให้ความสำคัญกับครอบครัวจริงๆเขาไม่ได้มาเป็นตัวเด่นตลอดเวลา แต่การที่ทำให้คนเห็นเขาหรือรู้จักเขามันคือสิ่งที่ดี คือสิ่งที่ทำให้รู้สึกว่าการครอบครัวมีตัวละครอื่นๆ ดังนั้นเราเล่าความจริง อันนี้คือสิ่งที่เรารู้สึกว่ารายการอื่นยังไม่กล้าเข้าไปถึงคือการทำให้คนธรรมดาามีคาแรกเตอร์ เราว่ามันจะช่วยเสริมกัน เพราะสุดท้ายแล้วถ้าเราเล่าความสัมพันธ์ระหว่างคนธรรมดากับดารากับสไตล์มันมีเหตุผล เพราะว่ามันจะทำให้คนรู้สึกได้ว่าเข้าถึง” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

ภาษาที่ใช้ในรายการ เนื่องจากเป็นรายการที่เผยแพร่ในออนไลน์ทำให้การควบคุมด้านการใช้ภาษาไม่เข้มงวดเท่ากับการเผยแพร่ในรายการโทรทัศน์ ดังนั้น ภาษาที่พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ หรือแม้กระทั่งแขกรับเชิญ ใช้พูดเป็นคำพูดในลักษณะที่เป็นกันเองแบบเพื่อนพูดกับเพื่อน เช่น การพูดคำหยาบ การพูดเหน็บแนม การกระชิบกระชาบ การล้อเล่น เป็นต้น

นายสาโรจน์ คุณานเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “เรารู้สึกอย่างหนึ่งว่าข้อดีของรายการเราที่อยู่ออนไลน์ มันห้ามได้เพราะคอน
 เท้นเรามันห้าม เพราะว่าเราเป็นเหตุเป็นผล เราไม่ได้เอาแต่ห้าม อาจจะแรงขอแรงไว้ก่อน สุดท้าย
 เราต้องจบให้ได้ว่าเราห้ามเพราะอะไร พอสุดท้ายแล้วเราก็จบที่ว่ามันคือความจริง”
 (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

การให้ความหมายคำพูดที่แสดงออกของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ในวิธีการนำเสนอ
 ของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ มีการใช้ถ้อยคำภาษาที่ตรงไปตรงมา และมีการพูดสรุปเรื่องราว
 สถานการณ์ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละตอน ทำให้ผู้รับสารหรือผู้ชมไม่จำเป็นต้อง
 ตีความหมายในแต่ละตอนแบบลึกซึ้ง เพียงแค่รับชมก็จะเข้าใจความหมายในชั้นต้นได้อย่างดี
 ด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ด้วยการใช้ภาษาพูดที่เป็นกันเองเข้าใจง่าย และ
 ตรงไปตรงมา แต่ความหมายที่ผู้ผลิตต้องการจะสื่อสารไปยังผู้รับสารนั้น สามารถมองได้หลายมิติ
 แล้วแต่ว่าผู้รับสารจะมีภูมิหลังทางด้านวิถีชีวิต หรือมุมมองการมองเรื่องในมิติด้านใดบ้าง เนื้อหาใน
 การนำเสนอในแต่ละสถานการณ์นั้น ผู้วิจัยพบว่า มีความหมายแฝงในเนื้อหาที่ต้องการจะนำเสนอ
 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงความหมายแฝงในเนื้อหา

EP.	ชื่อตอน	ความหมายตรง	ความหมายแฝง
0	งานแต่งสุดหรู แต่ เพื่อนหนู..ซดหาย!!!!	เมื่อซดเพื่อนเจ้าสาวมาไม่ ทัน จะเกิดอะไรขึ้น	มีการบอกเล่าถึงการแต่งงานด้วย พิธีของศาสนาคริสต์ และเห็น มิตรภาพ ความสัมพันธ์ระหว่าง ดารา กับเพื่อนร่วมงานจนได้รับ ความไว้วางใจให้มาจัดงานแต่งงาน
1	คุณหมอกะ ลูกหนูจะ หวั่นบ๊วยกะ	การตอบข้อสงสัยเรื่อง เช็กซ์ในระหว่างที่ตั้งครรภ์ ได้หรือไม่	ความห่วงใยของครอบครัว ที่เริ่ม ตั้งแต่ แม่คุณก๊ับกับห่วงคุณก๊ับกับ และ คุณก๊ับกับห่วงลูกในท้อง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

EP.	ชื่อบท	ความหมายตรง	ความหมายแฝง
2	ห้ามคนท้องเที่ยว สงกรานต์!	การที่คนท้องไปเที่ยว สงกรานต์ได้หรือไม่	- คนท้องไม่ใช่คนป่วย จึงสามารถ ดำเนินชีวิตได้อย่างคนปกติ เพียงแต่ต้องมีการระมัดระวัง มากกว่าคนปกติทั่วไป - การเป็นคุณแม่ที่วัยรุ่น ยังมีความสุข ความอยากเที่ยว
4	ท้องก็ต้องยอมรับ กับ ชีวิตที่เปลี่ยนไป	การรับมือการสอร์โมนคน ท้องที่เปลี่ยนไป	การโฆษณาการดื่มนมแอนมัม ในขณะที่หิว มีประโยชน์ ต่อคนท้อง
7	ในที่สุดเราก็ได้พบกัน	ความรู้สึกเมื่อได้พบหน้า ลูกครั้งแรก	ถ่ายทอดถึงคำนิยาม และธรรม เนียมการรับขวัญเด็กแรกเกิด ด้วยการที่คนรอบข้างซื้อของขวัญ มาให้ จัดงานต้อนรับเด็กแรกเกิด
14	ก่อนจะพบกันใหม่ (ตอนเจ้าเปาจัดเต็ม)	ชีวิตที่เปลี่ยนไปหลังจากมีลูก	การนำเสนอบทสรุปเรื่องราวใน ชีวิตช่วงแรก เพื่อทิ้งท้ายนำไปสู่ ภาคต่อไป

3.3.6 การนำเสนอภาพในรายการโอ้ เบบี! (Oh Baby!) พบว่า ภาพส่วนใหญ่จะเป็นภาพลักษณะแทนสายตาคณดู ด้วยความที่รายการต้องการความสมจริง ดังนั้นภาพส่วนใหญ่ที่ออกมาจึงเป็นภาพที่เน้นถ่ายตามสถานการณ์ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ในกรณีที่เรื่องราวนำเสนอ มีความละเอียดอ่อน ใช้วิธีการถ่ายภาพเข้ามามีส่วนให้เนื้อเรื่องมีความอ่อนโยน เช่น ในตอนที่คุยถึงเรื่องของเพศไม่ไปถ่ายภาพแคบหรือภาพใกล้ชิดจนเกินไป แต่จะใช้อุปกรณ์เสริมกล้องตัวเล็ก (Gopro) ที่จะตั้งอยู่เป็นภาพกว้างมุมใด มุมหนึ่ง เพื่อให้รู้สึกว่าเป็นความรู้สึกที่ไม่เจาะจงจนเกินไป



ภาพที่ 4.4 ลักษณะภาพแทนสายตาคนดู 1



ภาพที่ 4.5 ลักษณะภาพแทนสายตาคนดู 2



ภาพที่ 4.6 ลักษณะภาพกว้างที่ใช้พูดถึงเรื่องเพศ

รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) มีการถ่ายทำตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นลักษณะภาพ หรือมุมกล้องที่ออกมา จึงมีลักษณะของการเคลื่อนที่อยู่ตลอดเวลา ยกเว้นในเวลาที่พิธีกรรายงานสถานการณ์หรือเหตุการณ์ตรงหน้ากล้อง หรือการสัมภาษณ์ ที่จะใช้กล้องตั้งนิ่งๆ

นายโชติ บุญชูสนอง ช่างภาพ รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “การถ่ายกล้องต้องไม่คงที่ แต่ถ้าเป็นงานเซตกล้องก็ต้องคงที่ ทุกอย่างขยับ ส่วนงานเรียล กล้องขยับ จริงๆแล้วใช้ความเข้าใจมากกว่า” (สัมภาษณ์, 27 มิถุนายน 2560)

การถ่ายภาพ โดยรายการอื่นๆไปจะมีการทำฉาก จัดแสง และมีการถ่ายภาพที่ค่อนข้างสร้างสรรค์ในมุมต่างๆ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลิน และทุกอย่างดูสวยงาม สมบูรณ์แบบ แต่รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ไม่ได้มีการสร้างสรรค์มุมภาพ หรือประดิษฐ์มุมภาพ เนื่องจากการถ่ายทำที่เป็นเหตุการณ์/สถานการณ์จริง ทำให้ไม่สามารถใช้เวลาในการประดิษฐ์มุมภาพได้นาน และถ้าต้องมีการประดิษฐ์มุมภาพ หรือมีฉาก แสง ที่ดูสมบูรณ์แบบ ก็จะทำให้อารมณ์ของเรื่องกลายเป็นการแต่งขึ้น และดูขัดกับเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการส่งต่อไปยังผู้รับสาร

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “คือ พอทำในทีวีมันจะมีความประดิษฐ์ ภาพต้องสวย แต่ในไลน์เราไม่ค่อยประดิษฐ์ แต่ความไม่ประดิษฐ์ จะทำให้มันดูเด็กลง มันทำให้งานเด็กลง มันทำให้ดูเรียลขึ้น ดูจริง เด็กนี่เด็กไม่ค่อยชอบดูประดิษฐ์ ถ้าเขาอยากดูประดิษฐ์เขาก็ไปดูหนัง ถ้าดูเรียลลิตีมันอยากให้คนดูใช้ชีวิตจริงๆ แล้วอีกส่วนหนึ่งคือ การใช้ภาพจากกล้องมือถือมาเล่าเรื่อง เราว่ารายการอื่นยังไม่ทำเราก่อน อย่างตอนแบบเราแอบถ่ายแฟน ก็แบบถ่ายจากมือถือ เอาภาพมือถือมาใส่ เพราะเรารู้สึกว่ามันจริง เพราะคือสิ่งที่คนมีอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นใช้เออะ คุณภาพจะตกก็ใช้ไปเหอะ เพราะอารมณ์มันได้ มันผูกพันกับเรา” (สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2560)

3.3.7 องค์ประกอบการนำเสนอ พบว่า องค์ประกอบการนำเสนอจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ เนื้อเรื่อง นั้นหมายถึง ปัญหา สถานการณ์ เหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นในหนึ่งตอน ซึ่งเป็นการถ่ายทำไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น คุณสมบัติสำคัญของช่างภาพคือ จะต้องมองเห็นให้เร็วกว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น คือต้องรู้จักการคาดการณ์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการบันทึกภาพได้ทัน ส่วนที่ 2 คือ การทำหน้าที่ของพิธีกร ที่คอยรายงานว่าวันนี้มาที่ไหน มาเพื่อทำอะไร หรือผู้ชมจะได้เห็นอะไรบ้าง

ที่เกิดขึ้นในตอนนั้น พร้อมคอยรายงานสถานการณ์หรือนำไปดูเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์นั้นๆ และส่วนสุดท้ายคือการสัมภาษณ์ เป็นการนั่งสัมภาษณ์ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้น ณ เหตุการณ์ตอนนั้น



ภาพที่ 4.7 การนั่งสัมภาษณ์ถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้น ณ เหตุการณ์ตอนนั้น

3.3.8 วิธีการนำเสนอในกรณีที่ไม่น่าเป็นไปตามแผนที่ตามไว้ พบว่า บางสถานการณ์ไม่น่าเป็นไปตามที่ผู้ผลิตได้ตั้งไว้ อย่างเช่น ตอนแรกทางผู้ผลิตมีการวางไว้ว่า EP.5 จะเล่าถึงเรื่องราวตอนคลอด แต่เมื่อถึงเวลาจริง ปรากฏว่ายังไม่สามารถที่จะคลอดได้ ดังนั้น จึงต้องมีทางออกที่จะดึงคนให้รอดูตอนคลอดจริงๆ ด้วยการสร้างความเข้ามาเล่าก่อนที่จะถึงตอนคลอด นั่นคือความเข้ามาในเรื่องของอารมณ์สอร์โมนที่คนท้องต้องเจอ จนทำให้คนท้องกลายเป็นคนเอาแต่ใจ ซึ่งเป็นเรื่องความที่ใกล้ตัว ที่เกิดขึ้นจริง ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจได้และยังคงรอดติดตามต่อไป

3.3.9 การลำดับภาพ พบว่า การลำดับภาพในรายการเป็นการลำดับภาพตามโครงสร้างของรายการคือ เริ่มจากปัญหา หนทางแก้ไขปัญหา และบทสรุปของเรื่องราว โดยตัดต่อทำหน้าที่ในการตัดเป็นสถานการณ์ เป็นฉากเรียงลำดับไว้ก่อน แล้วผู้ผลิตหรือผู้สร้างสรรค์รายการทำหน้าที่ในการเข้ามาช่วยเรียงประเด็น ทำให้เรื่องนั้นสนุกยิ่งขึ้น โดยไม่ได้มีบทสมบูรณ์ เทคนิคในการลำดับภาพที่สำคัญคือ ในเนื้อตอนความยาว 15-20 นาที ในหนึ่งตอนไม่สามารถที่จะเล่าแบบค่อยๆ ไล่อารมณ์หรือจุดสำคัญ (Climax) ขึ้นได้ แต่ทุกนาทีจะต้องมีอารมณ์คลุกๆเข้ามา ทุกนาทีต้องมีคำพูดที่โดนใจผู้ชมออกมา เพราะรายการสั้นเนื้อเรื่องจึงควรต้องมีการเล่าแบบรวดเร็วและตรงประเด็น

เช่น จังหวัดที่มีคน 2 คนพูดเดียวกัน จังหวัดการตัดจะต้องเร็วหน่อย แล้วค่อยจบอารมณ์ด้วยภาพที่ต่างไปจากเดิม ให้รู้สึกว่จบอารมณ์กับเรื่องที่พูดแล้ว จากนั้นตอนที่ คุณคุยกับกับคุณบีมีการเถียงกัน จังหวัดการตัดจะเป็นจังหวัดที่ตัดสองคนสลับไปมาอย่างรวดเร็ว แล้วพอจบบทสนทนาเราก็ตัดหน้าลูกถือเปาเปาขึ้นมารับ เพื่อให้เกิดความน่ารักหรือเตรียมโยงเข้าสู่ เรื่องราวต่อไป ส่วนจังหวัดตกก็ควรตัดจนเพื่อให้เร็วขึ้นตกขึ้น มันจะสนุก แล้วจะต้องเร่งบีทดนตรีให้เร็ว

ในขั้นตอนการลำดับภาพ ก่อนที่จะมีการลำดับภาพ มีการวางจังหวะอารมณ์ ของวิดีโอทั้งหมดไว้แล้ว และด้วยความที่รายการที่เผยแพร่ในออนไลน์ ผู้ชมสามารถเลิกชมรายการ เมื่อไหร่ก็ได้ ดังนั้นจึงต้องทำให้เรื่องสนุกอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ชมรอดูจนจบ แต่ไม่ใช่ทุกตอนที่ จะสนุกหรือตก บางตอนอาจซึ่งร้องไห้ ขึ้นอยู่กับว่าตอนนั้นจะเป็นแนวความคิดใด แล้วดึงหัวใจ สำคัญของเรื่องออกมาเล่า นอกจากนี้การใช้ภาพมาปะคันระหว่างที่พิธีกรกำลังพูดหรือดำเนินเรื่อง จะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจและเห็นภาพตามไปกับผู้เล่าที่กำลังเล่า เพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อของเนื้อเรื่อง ได้ เมื่อจะเปลี่ยนสถานการณ์ หรือเรื่องราวกำลังจะเปลี่ยนไป มีการใช้ภาพกว้างของสถานที่นั้นๆ เพื่อเข้ามานำพา หรือเปลี่ยนเรื่องไปในทิศทางต่อไป ช่วยให้ผู้ชมไม่ง่วงกับเรื่องราว

3.3.10 การใช้กราฟิก หรือ ตัวอักษร พบว่า มีการใช้กราฟิกขึ้นบางตอน ในลักษณะ ของภาพการ์ตูน การใช้กราฟิกเข้ามาในรายการจะทำให้อารมณ์ของเรื่องดูน่ารัก สนุกสนานขึ้น ส่วนใหญ่กราฟิกพบได้ในตอนที่เป็นเรื่องราวขำขัน ตก มีการทำกราฟิกเน้นขึ้นมา โดยใช้กราฟิก เป็นลายเส้น เช่น ในตอนที่คุณบีกับตลกใจก็จะมีการขึ้นกราฟิกกระจายออก เพื่อเน้นอากัปกิริยา ให้ชัดเจน

ธนากร สายเชื้อ ตัดต่อ/กราฟิกรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “กราฟิกมีผลทำให้งานดูน่ารักขึ้นมาเลย มีผลให้คนสนใจมากขึ้นใส่กราฟิก ตามที่เล่นมุขขึ้นมา” (สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2560)



ภาพที่ 4.8 ภาพกราฟิกรายการ

ในกรณีที่มีการพูดถึงสถานการณ์ต่างๆ ในภาพกว้างจะมีการขึ้นบรรยายข้อความตามบทสนทนา เนื่องจากรายการมีช่องทางการเผยแพร่ทางไลน์ทีวี และเรื่องราวในการนำเสนอถ่ายจากเหตุการณ์/สถานการณ์ที่เป็นเรื่องจริง การบันทึกเสียงอาจได้ยินไม่ชัดเจน ผู้ชมส่วนใหญ่นิยมชมทางโทรศัพท์มือถือ ลักษณะการรับชมจึงต้องมีการฟังดูโทรศัพท์ บางสถานที่ไม่สามารถเปิดเสียงดังได้ ดังนั้น การขึ้นบรรยายข้อความตามบทสนทนาด้วยตัวหนังสือ จะทำให้อำนวยความสะดวกในการรับชมรายการให้กับผู้รับชมรายการได้

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “เพราะว่า คนที่เสพมือถือเขาสมาธิสั้นลง สอง เขาต้องฟัง ต้องทำจับได้เด็ด แม้กระทั่งว่าพูดภาษาไทย เพราะว่ามันจอลึกใจ เวลาเราดูทีวีบางที่เราจะอ่านปากกัน แต่พอจอลึก มันอ่านปากไม่ทัน บางทีช็อตกว้างมันเล็กมากเลยไม่รู้ว่าเขาพูดว่าอะไรเขาก็จะอ่าน บางทีถ้าสังเกตดูให้ดี” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)



ภาพที่ 4.9 การขึ้นบรรยายตามคำพูด

3.3.11 การใช้เพลงประกอบ พบว่า จะมีเพลง 2 ลักษณะคือ จะมีเพลงที่มีเนื้อร้องใช้เป็นเพลงประกอบประจำรายการ และเพลงที่ไม่มีเนื้อร้อง ใช้ในสถานการณ์ตามช่วงอารมณ์ของเรื่อง เช่น จังหวะที่เศร้า เสียใจ ก็จะเป็นเสียงดนตรีเศร้าๆคลอๆไปในช่วงนั้น แต่อารมณ์โดยรวมของรายการจะเน้นสนุก น่ารัก ตลก แต่จะไม่ใช้เสียงเพลงตลกที่เราเคยได้ยินแบบทั่วไป จะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อ และการใช้เพลงที่สนุกจะช่วยให้รายการที่ออกมาดูสนุกไปกับจังหวะเพลงที่น่าฟังไปด้วย

ตอนที่ 4 กลยุทธ์ในการจัดรายการโอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

4.1 กลยุทธ์การจัดรายการให้ได้รับความนิยม พบว่า กลยุทธ์แรกการนำเสนอประเด็นที่เป็นข่าว หรือประเด็นที่กำลังถูกมองให้ความสนใจ ลำดับต่อมา คือ การที่พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นด้นแบบ (Idol) ของเด็กในยุคใหม่ นั่นคือ คุณก๊ับก๊ับ ที่มีลักษณะที่ดูเป็นผู้หญิงแรงคือ เป็นคนพูดตรงๆ กล้าคิด กล้าแสดงออก มีความคิดแปลกแหวกแนว และสร้างสรรค์ ไม่ตามกระแสนิยม แต่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง

นายสาโรจน์ คุณานเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “ตอนแรกก็บ๊อบบี้ก็ต้องคบกับบีแล้ว วันหนึ่งบีก็ยังมีต้นมาคุยอยู่กับบีตอนนั้นเขายังไม่ได้บอกใครบอกข้างในก่อนก่อนที่จะแถลงข่าวว่าท้องแล้ว ทางทีมงานก็เลยคุยกันว่าเราน่าจะทำอะไรที่แบบ เกี่ยวกับเรื่องนี้ เพราะว่านี่เป็นกระแสเลยทันที” (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2560)

นอกจากเป็นเรื่องที่เป็นข่าวอยู่ในกระแส รวมถึงตัวพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้นแบบ (Idol) ของเด็กในยุคใหม่ กลยุทธ์อีกประการคือ การทำเนื้อหารายการให้โดนใจ ทำออกไปแล้วต้องให้เป็นกระแส คือ เป็นเรื่องราวที่ต้องมีการเผชิญหน้า การเผชิญหน้าคือสิ่งที่คนไทยไม่กล้าทำ แต่มีความต้องการให้ทุกอย่างชัดเจน หรือที่เราเรียกว่า “ดราม่า” ความดราม่าต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในรายการจะเป็นสิ่งที่ผู้ชมชอบดู

ในการทำเรียลลิตี้รูปแบบใหม่จะให้ความสำคัญกับคนรอบข้าง บริบทแวดล้อมของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เพราะคนรอบข้างจะเข้ามาช่วยให้เนื้อเรื่องรายการดูมีน้ำหนักดูมีความเป็นจริงมากขึ้น

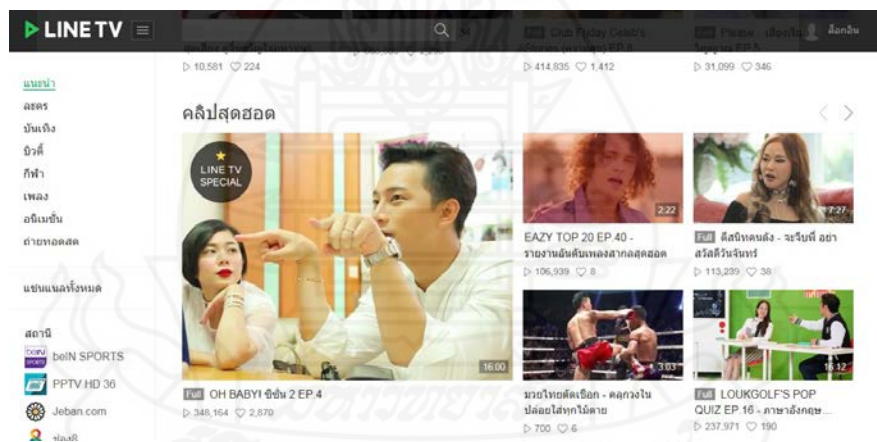
4.2 กลยุทธ์การเผยแพร่รายการ พบว่า รายการมีการเผยแพร่ทุกวันศุกร์เว้นศุกร์ เวลาเที่ยงครึ่ง คือ สุครี่นี่จะเป็นตอนที่เผยแพร่ตามผังรายการ สุครี่ถัดไปจะเป็นตัวอย่างรายการ (Teaser) ของตอนต่อไป สัปดาห์ถัดไปอีกสัปดาห์จะเป็นตอนที่เผยแพร่ตามผังรายการ ทางไลน์ทีวีมีผังตารางเผยแพร่จัดไว้อย่างแน่นอน เพื่อให้ผู้ชมรอดูติดตามชมการเผยแพร่ สิ่งสำคัญของการเผยแพร่แบบสัปดาห์เว้นสัปดาห์คือ รายการแต่ละรายการมีระยะเวลาที่ผู้ชมเข้าชมรายการเป็นของตัวเอง เพื่อจะได้ไม่ทับซ้อน ไม่ชนกันของแต่ละรายการ และเพื่อเป็นการเร้าความสนใจในการติดตามชมให้ผู้ชมเกิดการรอคอยที่จะติดตามชมการเผยแพร่

นายสาโรจน์ คุณานเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า
 “ทางไลน์ทีวีเขามีตารางจัดไว้ว่า เขาอยากจะให้รายการแต่ละรายการมี Timing มันจะได้ไม่ทับกัน จะได้ไม่ชนกัน เพราะว่า สมมติว่ารายการหนึ่งดังแล้วมันออกทับอีกรายการหนึ่ง ถ้าสังเกตมันจะมีคอลัมน์ ที่จะดูว่ารายการไหนขึ้นก่อน รายการไหนเป็นไฮไลต์ เพราะไม่อยากให้มันทับกัน ไม่อยากให้เป็นเหมือนทีวีที่ทับกัน แล้วก็ Timing ของการดูย้อนหลัง ใช้ Timing ในการดูที่นานกว่ารายการที่ออนแอร์ เวลาในการออนแอร์ที่แน่นอน ก็เหมือนรายการทีวี เพื่อให้คนรอ ให้คนรู้ว่ามาประจำ เพราะว่ามันมีคนรอจริงๆนะ ถ้าสังเกตคือโค่นค่าอะ ค่าในทีเซอร์อะ เคยสังเกตไปครั้งหนึ่งเทปเสร็จไม่ทัน หรือว่าไปค่าในเพจยูทูป คือนึกออกปะเมื่อก่อนเวลาละครมาซ้ำ เราจะก้มหน้าก้มตารับกรรม แต่พอเดี๋ยวนี้คือถ้ารายการมาเลขนี้โค่นค่าเลย” (สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2560)

โดยทางไลน์ทีวีมีคอลัมน์ที่บอกว่ารายการใดถึงเวลาเผยแพร่ รายการใดเป็นไฮไลต์ เพราะไม่อยากให้เวลาทับซ้อนกัน ไม่อยากให้มีเหมือนทีวีที่ทับซ้อนเวลาแต่ละรายการกัน และระยะเวลาของการดูย้อนหลัง ใช้ระยะเวลาในการดูที่นานกว่ารายการที่เผยแพร่ ต้องใช้ระยะเวลาการที่ผู้ชมจะเข้าไปดูนานกว่า เพราะผู้ชมไม่ได้ฉันทรับชมในเวลาเดียวกันทั้งหมด บางครั้งในเวลาเผยแพร่ผู้ชมอาจไม่ได้รับชม ดังนั้น จึงต้องให้เวลากับผู้ชมมากขึ้นในการหาคลิปหรือว่าตามคลิป

4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการนำเสนอรายการ พบว่า การเผยแพร่รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เผยแพร่ทางไลน์ทีวี เพียงช่องทางเดียว โดยมีการปล่อยตัวอย่างรายการ (Teaser) และมีตัวแบนเนอร์ (Banner) คือการวางโฆษณาลงบนหน้าเว็บของไลน์ทีวี แล้วเมื่อใกล้วันเผยแพร่จะมีขึ้นเป็นไฮไลต์ พร้อมทั้งมีการส่งแจ้งเตือนให้กับผู้ใช้ไลน์ เพื่อให้ทราบว่ารายการกำลังจะเผยแพร่แล้ว

4.4 กลยุทธ์การส่งเสริมรายการ พบว่า เริ่มจากการทำตัวอย่างรายการ (Teaser) ก่อน เพราะตัวอย่างรายการ (Teaser) จะเปรียบเสมือนแผนที่เล็กๆ แล้วนำไปสู่แผนที่ใหญ่ โดยจะทำให้เกิดอารมณ์ที่อยากกรอดูต่อ มีลักษณะสำคัญคือ สั้น แต่ต้องดึงดูด และบอกภาพรวมของเรื่องแต่จะไม่เฉลยหมด ด้วยความยาวประมาณ 45 วินาที



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างการขึ้นโปรโมทในไลน์ทีวี

นอกจากนี้ ทางรายการมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการทาง Facebook, Instagram และประชาสัมพันธ์ผ่าน Page Woody รวมทั้งใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการทีวี โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการต้นมาคุย ซึ่งมีคุณวุฒิธร มลิณทจินดา (คุณวุฒิดี้) เป็นพิธีกรหลักในการดำเนินรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท รายการมีฐานผู้ชมจำนวนมาก และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ตัวอย่างรายการ (Teaser) ในวันพฤหัสบดีที่ออกอากาศ เป็นพิธีกรร่วมจัดรายการ



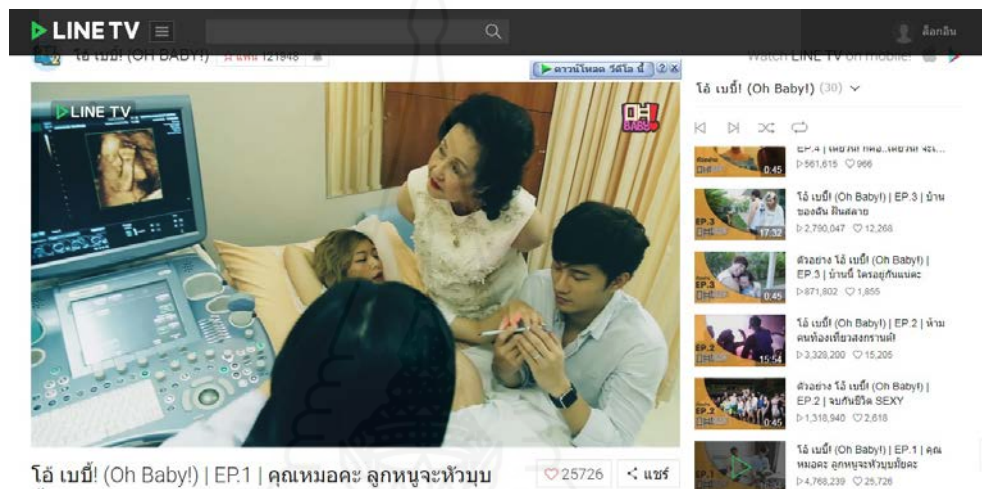
ภาพที่ 4.11 การประชาสัมพันธ์ผ่านรายการตื่นมาคุย 1



ภาพที่ 4.12 การประชาสัมพันธ์ผ่านรายการตื่นมาคุย 2

4.5 กลยุทธ์การสร้างความสะดวกในการเข้าถึงรายการ การจัดเรียงลำดับคลิปเผยแพร่พบว่า ส่งผลต่อการที่ผู้ชมอยากเข้ามาดูต่อ กล่าวคือ การเรียงลำดับคลิปเผยแพร่ของไลน์ทีวี มีการเรียงจากตอนใหม่ล่าสุดที่เผยแพร่แล้วเรียงย้อนไปจนถึงตอนแรก เพื่อบูรโพสต์ (Boost Post) คือเมื่อผู้ชมดูตอนใหม่แล้วสนุก หรือเกิดความอยากรู้อยากเห็นมากขึ้น ผู้ชมจะไล่ตามดูย้อนหลัง ตรงนี้คือ เจตนาของการ บูรโพสต์ (Boost Post) เพื่อให้เกิดการติดตามดูต่อ หรือดูย้อนหลัง แต่ถ้าเป็นช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ไลน์ทีวี ส่วนใหญ่จะเรียงไปข้างหลังคือจากตอนปัจจุบันไปเรื่อยๆ จนถึงตอนจบ หรือว่า จะต้องมานั่งจัดตารางการดูด้วยตนเองถ้าเป็นสมาชิก แต่ไลน์ทีวีอำนวยความสะดวกให้ผู้รับชม

นายสาโรจน์ คุณาธเนศ Producer รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “เราจะให้คนเข้าไปดูใหม่ก่อนเพราะว่ามันเพิ่งมา เพื่อบูช โปสยอควิว แต่ถ้าคนดูไม่รู้เรื่อง ก็จะตามไปดูได้ตามดูได้เลย เริ่มตั้งแต่ต้นได้เลย อย่างไลน์เขาจะลงให้มันสามารถรับต่อได้เลย อย่างคนดูยูทูปมันจะแบบไล่ไปข้างหลัง ไม่ได้เรียงต้องมานั่งหาจัดเพลย์ลิสเอง ไลน์เขาจัดเพลย์ลิสให้ คนดูที่แบบดูตอนนี้จบบุป รับต่อได้เลย” (สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2560)



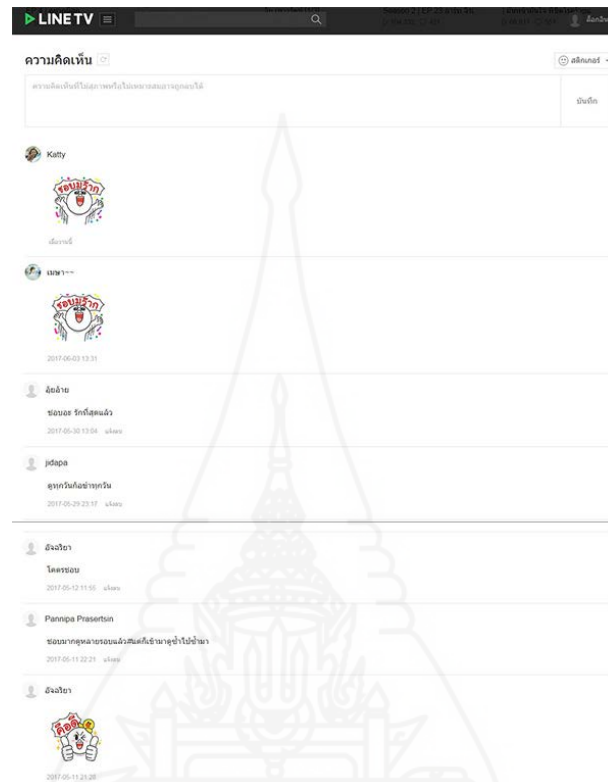
ภาพที่ 4.13 การจัดเรียงตอนเผยแพร่ให้มีการเข้าถึงได้ง่าย

4.6 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ พบว่า กลุ่มเป้าหมายของรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) คือบุคคลที่อายุไม่เกิน 33 หรือ 35 ปี หรือคนในยุคเก่าที่อยากให้ลองเปิดใจกับครอบครัวรุ่นใหม่ และคนรุ่นใหม่ที่มีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกับครอบครัวนี้

นายธนาคุณ น้าอบเชย Creative รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) กล่าวว่า “เราก็มองว่าแบบไม่เกิน 33 หรือ 35 ประมาณนี้ ไม่ได้คาดหวังว่าให้ผู้ใหญ่ดู” (สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2560)

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงอายุที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี สื่อใหม่ชนิดนี้ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้มีกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ชมได้มีส่วนเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ได้คลิปวิดีโอการเผยแพร่ในแต่ละตอน แต่ผู้ผลิตไม่ได้มีความสนใจว่าผู้ชมจะชอบชมอะไร เพราะผู้ผลิตไม่ได้เชื่อถือการแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ผู้ผลิตดูว่าจุดชี้วัดคือ

ผู้ชมทำอะไร ผู้ชมสนุกกับเรื่องอะไร ผู้ผลิตจะไม่มีการไปถามว่าผู้ชมอยากดูอะไร แต่ผู้ผลิตดูว่าสิ่งที่ผลิตออกมาแล้วอะไรคือสิ่งที่ผู้ชมชอบหรือไม่ชอบ



ภาพที่ 4.14 ช่องแสดงความคิดเห็นในไลน์ทีวี