

ชื่อวิทยานิพนธ์ การสร้างสรรค์รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

ผู้วิจัย นางสาวรัชฌิมา ปิยะเจริญทรัพย์ รหัสนักศึกษา 2581500051

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัจน์ สุทธิโยธิน

(2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันศักดิ์ ทองรินทร์ ปีการศึกษา 2559

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) แนวความคิดในการสร้างสรรค์รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี (2) วิธีการนำเสนอรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี (3) กลยุทธ์ในการจัดรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ทางไลน์ทีวี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลที่ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 4 คน ประกอบด้วย ผู้ผลิตรายการ ผู้สร้างสรรค์รายการ ช่างภาพ และช่างตัดต่อรายการ/กราฟิก ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) มาแล้วไม่น้อยกว่า 20 ตอน และ (2) รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ซีซั่นที่ 1 ที่ออกอากาศตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงตุลาคม 2559 จำนวน 15 ตอน โดยคัดเลือกเฉพาะตอนที่มีค่าเฉลี่ยความนิยมไม่น้อยกว่า 3,000,000 ยอดรับชม เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์และแบบวิเคราะห์เนื้อหารายการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) แนวความคิดในการสร้างสรรค์รายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) เป็นการนำเสนอเรื่องราวการใช้ชีวิตคู่ของครอบครัว ในแง่มุมการเผชิญสถานการณ์ปัญหาและการแก้ไขปัญหา ผ่านชีวิตของศิลปินผู้มีชื่อเสียง (2) วิธีการนำเสนอรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) นำเสนอด้วยรูปแบบเรียลลิตีโชว์ ความยาว 15 – 20 นาที ในแต่ละตอนโดยไม่มีช่วงพักเล่าเรื่องราวไปตามธรรมชาติโดยไม่มีการเขียนบทที่สมบูรณ์และนำเสนอตามโครงสร้าง 3 ส่วนคือ การเล่าปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ วิธีการแก้ปัญหา และบทสรุปของเรื่อง ไม่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าชัดเจน การผลิตรายการนำเสนอเรื่องราวโดยพิธีกรผู้เล่าเรื่องราวของตนเองและดำเนินชีวิตไปตามสถานการณ์ต่างๆ การถ่ายทำเน้นตามสถานการณ์จริงโดยไม่มีการสร้างฉาก (3) กลยุทธ์การจัดรายการ โอ้ เบบี้! (Oh Baby!) ใช้กลยุทธ์การสร้างข่าวลือหรือการสร้างกระแส กลยุทธ์การออกอากาศแบบสัปดาห์เว้นสัปดาห์ และกลยุทธ์การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการจากสื่อใหม่

คำสำคัญ รายการเรียลลิตีโชว์ การสร้างสรรค์รายการ ไลน์ทีวี

**Thesis title:** Creation of the “Oh Baby!” Program on Line TV

**Researcher:** Miss Raksina Piyachaloensab; **ID:** 2581500051;

**Degree:** Master of Communication Arts;

**Thesis advisors:** (1) Dr. Nattawat Sutiyotin, Associate Professor; (2) Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor; **Academic year:** 2016

### **Abstract**

The objectives of this research were to study: (1) the concepts behind the creation of the “Oh Baby!” program on Line TV; (2) presentation methods used for the “Oh Baby!” program on Line TV; and (3) management strategies used for the “Oh Baby!” program on Line TV.

This was a qualitative research. The sources studies comprised 4 key informants, consisting of a producer, a creator, a cameraman and a graphics editor who had experience working on no less than 20 episodes of the “Oh Baby!” program; and 15 episodes from the first season of the “Oh Baby!” program that were broadcast between March and October 2016, selected from the most popular episodes with no less than 3,000,000 views. The data collection tools were an interview form and a content analysis form. Data were analyzed using descriptive analysis.

The results showed that: (1) the concept behind the “Oh Baby!” program was to present the story of the family relationships of a famous celebrity couple in terms of how they dealt with problems and difficulties; (2) the “Oh Baby!” program was presented in the reality show format, with episodes lasting 15-20 minutes with no advertising break. The story proceeded naturally with no completely prepared scripts and a 3-part structure comprising explanation of the problem or difficult situation, the method of resolving it, and the conclusion. These were not completely planned out ahead of time. In the program the host told about his story and lived his life in the different situations, and the filming aimed to show real situations with no stage effects or scene creation; and (3) the management strategies of the “Oh Baby!” program were to create rumors, gossip and social trends, to broadcast one episode every other week, and to elicit viewer participation through new media.

**Keywords:** Reality Show Program, Program Creation, Line TV