



การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ
DEVELOPING BROADCAST ENTERTAINMENT VIA LINE OFFICIAL ACCOUNT
FOR SENIOR CITIZENS



ลิลลี่ แม่คกร้าจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

การพัฒนาช่องข่าวบนเท็งผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DEVELOPING BROADCAST ENTERTAINMENT VIA LINE OFFICIAL ACCOUNT
FOR SENIOR CITIZENS



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Master of Arts (Design for Business))
College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

2020

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ
ของ
ลิลลี่ แม็คกร้าธ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณ แพทยานนท์) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียาภรณ์ เจริญบุตร)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์)

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย
ผู้วิจัย	ลิลลี่ แม็คกร๊าธ
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวัน แพทยานนท์

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย 2. เพื่อพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย เพื่อเป็นแนวทางในการสังเคราะห์และนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาการผลิตข่าวบันเทิงที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย สามารถนำไปต่อยอดเป็นการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account และเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถรองรับสังคมสูงวัยที่กำลังจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยมีข้อมูลที่เป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจถึงความต้องการของผู้สูงวัยที่มีต่อการรับชมข่าวบันเทิง ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก 2 กลุ่ม คือ 1. ผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัย ได้แก่ อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ศิลปินแห่งชาติ และชมรมผู้สูงอายุมศว 2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการข่าวบันเทิง ได้แก่ ผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัย ฝ่ายประสานงาน ฝ่ายการตลาด และฝ่ายออกแบบองค์ประกอบศิลป์ เพื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์และได้นำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาต้นแบบช่องรายการข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย จากการศึกษาจึงได้นำข้อมูลมาวางแผนกระบวนการผลิตรายการเป็นขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นตอนก่อนการผลิต พบว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เนื่องจากต้องนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวางแผนให้รอบคอบรัดกุม โดยความต้องการด้านเนื้อหารายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรก่อให้เกิดทัศนคติในด้านบวก และมีประโยชน์ต่อการรับชม เช่น เรื่องสวัสดิการ เรื่องเตือนภัย และพิธีกรหรือศิลปินดาราที่นำเสนอต้องมีบุคลิกลักษณะที่สุภาพ เป็นกันเอง การจัดวางผลิตภัณฑ์ต้องมีความแนบเนียนไปกับเนื้อหารายการ 2.ขั้นตอนการผลิต พบว่าควรตรวจสอบทุกอย่างอีกครั้งและซักซ้อมจึงเริ่มการผลิต 3.ขั้นตอนหลังการผลิต พบว่าองค์ประกอบศิลป์เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญสำหรับการทำรายการสำหรับผู้สูงวัย หากตัวเล็ก สีสั่นดูชัด ก็จะไม่สามารถสื่อสารไปถึงผู้สูงวัย เนื่องจากการทำช่องรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยนั้น ต้องทำด้วยความเข้าใจ ตรงใจ ไม่ใช่ถูกใจ

คำสำคัญ : การพัฒนา, ข่าวบันเทิง, LINE Official Account, ผู้สูงวัย, ช่องข่าว

Title	DEVELOPING BROADCAST ENTERTAINMENT VIA LINE OFFICIAL ACCOUNT FOR SENIOR CITIZENS
Author	LILLY MCGRATH
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Porawan Pattayanon

The objectives of this research are: (1) to study the production process of making entertainment news for the elderly population; and (2) to develop a channel via an official LINE account. In doing so, the researcher hopes to develop and explore the ways in which entertainment news can be used to target senior citizens via the LINE Official Account, as this group is a growing demographic. The information used in this study was obtained via qualitative methods to obtain information, and then used to understand the aforementioned demographic through various interviews with two groups: (1) elderly consumers: The Director-General of the Department of Elderly Affairs, National Artist and The SWU Elderly Club; (2) entertainment news program production specialists, entertainment news program producers, senior program producers, coordinators, marketing and art designers. The following three steps are required to create a LINE Official Account: (1) pre-production process: to give the greatest significance in the post-production process, as the targeted demographic demands positive, relaxing, and socially beneficial entertainment news. The hosts and special guest stars on the show must be respectful and polite, but at the same time fun and engaging. The product placement must be consistent with the content of the program: (2) production process: everything should be rechecked and rehearsed to begin production; and (3) post-production process: the overall production of mood and tone plays an important role in the presentation, as small texts and overly vibrant colors do not make for an effective means of communication. Moreover, creating entertainment news for the elderly should be conducted with an understanding of the elderly.

Keyword : DEVELOPING, BROADCAST, ENTERTAINMENT, LINE OFFICIAL ACCOUNT, SENIOR CITIZENS

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรวัน แพทยานนท์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และคอยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องจนสำเร็จออกมาเป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์ ที่ได้ชี้แนะแนวทางในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และขอพระขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน รวมทั้งคณะกรรมการผู้ควบคุมสารนิพนธ์สำหรับการแสดงความคิดเห็นเพื่อเติมเต็มให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒสำหรับโครงการทุน 70 ปี ในการสนับสนุนด้านทุนทรัพย์และให้โอกาสทางการศึกษา

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน และกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ที่ได้ให้ความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย เพื่อใช้ประกอบการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ และเป็นทุนทางความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้ในการทำงานต่อไป

ขอขอบพระคุณอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ท่านสุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ และทุก ๆ ท่าน สำหรับการสละเวลาและให้ความร่วมมือโดยการให้สัมภาษณ์ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณอาจารย์ปึก อาจารย์น้ำนุ่น อาจารย์อุ้ย อาจารย์แบงค์ อาจารย์เอมี และพี่หยก ที่ช่วยชี้แนะแนวทางตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงเจ้าหน้าที่ของสาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจที่ให้การแนะนำในขั้นตอนการจัดการต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งกับภาครัฐและเอกชน และผู้ที่สนใจศึกษาต่อ ส่วนคุณประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยนี้ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกเพื่อมอบให้คุณแม่ คุณพ่อ ที่ได้อบรมสั่งสอนและเป็นแรงบันดาลใจในการจะทำการสิ่งต่าง ๆ ให้ลุล่วงอย่างเข้มแข็ง ตลอดจนครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอนความรู้เสมอมา

ลิลลี่ แม็คกร๊าธ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัย.....	8
1.แนวคิดเรื่องผู้สูงวัย.....	8
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงวัย	11
3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการข่าวบันเทิง	17
4.แนวคิดเกี่ยวกับLINE Official Account.....	27
5.ทฤษฎี Product Placement	29
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
1.การคัดเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
4.การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล.....	42
5.การออกแบบองค์ประกอบศิลป์.....	42
6.การพัฒนาช่องข่าวบนเทงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย.....	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	45
4.1 เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตรายการข่าวบนเทงสำหรับผู้สูงวัย.....	45
4.2 เพื่อพัฒนาช่องข่าวบนเทงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย.....	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
1.สรุปผลการวิจัย.....	90
2.อภิปรายผลการวิจัย.....	97
3.ข้อเสนอแนะ.....	105
บรรณานุกรม.....	107
ภาคผนวก.....	112
ประวัติผู้เขียน.....	169

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ข้อมูลสถิติผู้สูงวัย เพื่อแสดงจำนวนตัวเลขผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี	1
ตาราง 2 ข้อมูลจำนวนผู้รับชมข่าวบันเทิงผ่านรายการ Oneบันเทิง โดยแบ่งตามช่วงอายุ.....	3
ตาราง 3 แสดงจำนวนอายุและอาชีพของผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	46
ตาราง 4 แสดงคำตอบจากคำถามปลายเปิดในประเด็นที่เกี่ยวกับการใช้สื่อและการรับข่าวสาร บันเทิงของผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	47
ตาราง 5 ตารางแสดงงบประมาณในการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย 1 เทป.....	69



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 รายการสำหรับผู้สูงวัย ลุยไม่รู้โรย	14
ภาพประกอบ 2 ช่องสถานีโทรทัศน์สำหรับผู้สูงวัย เพลินทีวี	15
ภาพประกอบ 3 รายการสำหรับผู้สูงวัย GenO(LD) สูงวัยไปด้วยกัน	15
ภาพประกอบ 4 รายการสำหรับผู้สูงวัย คุณชวนคิดกับ สุวิษ ทิดบัว	16
ภาพประกอบ 5 รายการข่าวบันเทิง Oneบันเทิง	24
ภาพประกอบ 6 รายการข่าวบันเทิง ยำบันเทิง	25
ภาพประกอบ 7 รายการข่าวบันเทิง ครอบครัวบันเทิงออนไลน์	25
ภาพประกอบ 8 รายการข่าวบันเทิง เรียงคิวบันเทิง	26
ภาพประกอบ 9 แสดงสีสันทันที่ใช้ในช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	77
ภาพประกอบ 10 แสดงฟอนต์หลักและฟอนต์รองที่ใช้ในช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	78
ภาพประกอบ 11 แสดงขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	83
ภาพประกอบ 12 แสดงตราสัญลักษณ์ช่องรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	86
ภาพประกอบ 13 แสดงต้นแบบช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย	87
ภาพประกอบ 14 แสดงการสัมภาษณ์อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ	89
ภาพประกอบ 15 แสดงแผนภูมิสรุปผลการวิจัย	96

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการแพทย์และสาธารณสุขก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว ประชากรมีความรู้ความสามารถด้านการดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดี รู้จักวางแผนชีวิตในระยะยาวมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ประชากรไทยมีอายุยืนยาวขึ้น จากนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 คาดว่าประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอดในปี 2574 จะก่อให้เกิดโอกาสและธุรกิจใหม่ ๆ ในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุที่เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การนำองค์ความรู้หรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิตและรองรับการบริการของประเทศจะถือเป็นความท้าทายสำคัญในภายภาคหน้า (ราชกิจจานุเบกษา,2561)

นายภูษพงศ์ โนดไธสง ผู้อำนวยการสำนักงานสถิติแห่งชาติ กล่าวว่า เราสามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 ช่วงวัย คือ (ผู้สูงอายุวัยต้น) อายุ 60-69 ปี, (ผู้สูงอายุวัยกลาง) อายุ 70-79 ปี, (ผู้สูงอายุวัยปลาย) อายุ 80 ปีขึ้นไป และพบว่า ผู้สูงอายุของประเทศไทยโดยส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วงวัยต้น ร้อยละ 57.4 ของผู้สูงอายุทั้งหมด (ภูษพงศ์ ,2561) **กล่าวคือ**ในประเทศไทยจำนวนประชากรผู้สูงวัยมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี

ตาราง 1 ข้อมูลสถิติผู้สูงวัย เพื่อแสดงจำนวนตัวเลขผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

ปี พ.ศ.	จำนวน (ล้าน)
2559	9.9
2560	10.2
2561	10.6
2562	11.1

ที่มา: เว็บไซต์กรมกิจการผู้สูงอายุ

จากตารางสถิติผู้สูงอายุจะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 จำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2562 จำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นถึง 1.2 ล้านคน และแนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สะท้อนให้เห็นโอกาสความท้าทายทางธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการใช้สื่อของผู้สูงอายุ โดยส่วนใหญ่ใช้สื่อเพื่อเป็นการตอบสนองการดำเนินชีวิตประจำวันทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น เพื่อเป็นความรู้ในด้านการดูแลสุขภาพ เพื่อเปิดรับข่าวสาร เพื่อคลายเหงา หรือเพื่อความบันเทิง (ระวีวรรณ, ญาศิณี, 2560) จากการตั้งข้อสังเกตของผู้วิจัย พบว่าสื่อที่ผู้สูงอายุได้มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีทั้งในลักษณะของสื่อดั้งเดิม (สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ) และสื่อใหม่ (โซเชียลมีเดีย)

ในปัจจุบันมีแนวโน้มในการใช้สื่อใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ทำให้เกิด สื่อโซเชียลมีเดีย และช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ทั้งอินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารข้อมูลด้านต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ เพราะเทคโนโลยีเหล่านี้ไม่มีเงื่อนไขด้านเวลาและสถานที่ตายตัว สามารถอำนวยความสะดวกได้มากกว่าสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ จึงมีแนวโน้มที่ผู้สูงอายุพร้อมที่จะเปิดประสบการณ์ในการเรียนรู้การและยอมรับที่จะใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียหรือช่องทางการสื่อสารจากอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น (สุวิช ธีระโคตร และ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2561)

ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยหัวข้อ “การวิเคราะห์เนื้อหาข้อความและความต้องการข่าวสารผ่านไลน์ของผู้สูงอายุ” ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า LINE เป็นโซเชียลมีเดียยอดนิยมอันดับหนึ่งของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งจะเปิดใช้ช่องทาง LINE ทันทีที่ตื่นนอน และจะเปิดใช้อีกในช่วงเวลาว่าง รวมไปถึงก่อนนอน โดยเนื้อหาที่ทั้งหมดจะ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เรื่องที่เป็นกระแสสังคม เรื่องสินค้าและบริการ เรื่องบันเทิง เป็นต้น (The Bangkok Insight, 2564)

ผู้สูงอายุจะมีสังคมในกลุ่มเพื่อน ลูกหลาน หรือบุคคลที่รู้จักในการแลกเปลี่ยนส่งต่อข่าวสารกันและกันเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยจึงเลือกช่องทาง LINE Official Account ในการนำเสนอข่าวสารบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุมีความถนัดและเรียนรู้การใช้งานจนเกิดความเคยชินกับ LINE มาแล้วโดยส่วนใหญ่จึงเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ควรเลือกนำมาใช้ในการนำเสนอข่าวสารบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ

เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย ผู้สูงอายุจึงมีอิสระทางความคิดที่จะรับชมประเภทข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกได้ตามต้องการ โดยนอกเหนือจาก ข้อมูลเคล็ดลี้ลับสุขภาพ

ข้อคิดธรรมชาติ รายการประกวดร้องเพลงที่ผลิตมาเพื่อครองใจผู้สูงอายุแล้ว ชาวบ้านเทิงเป็น ชาวสารรูปแบบหนึ่งที่ผู้สูงวัยสนใจ ดังจะเห็นได้จากตารางข้อมูลจำนวนผู้สูงวัยโดยแสดงในแถบสี เหลืองที่รับชมชาวบ้านเทิงผ่านรายการ “Oneบ้านเทิง” ทางช่องOne31 ตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม พ.ศ. 2563

ตาราง 2 ข้อมูลจำนวนผู้รับชมชาวบ้านเทิงผ่านรายการ Oneบ้านเทิง โดยแบ่งตามช่วงอายุ

Variable		
Target \ 2nd Description (grouped)	AV	TOTAL TV
ALL 4+	234,925	5,060,011
ALL 15+ NW	222,668	4,641,298
ALL 15+ BKK	65,804	1,051,295
ALL 15+ UR	74,987	1,426,628
ALL 15+ RU	81,876	2,163,375
ALL 15+ BU	140,791	2,477,923
AGE(4-14 YRS)	12,257	418,713
AGE(15-24 YRS)	11,446	322,755
AGE(25-34 YRS)	17,048	433,986
AGE(35-44 YRS)	37,606	777,684
AGE(45-49 YRS)	25,593	476,252
AGE (50-59 YRS)	45,497	988,438
AGE (60+ YRS)	79,761	1,560,573

ที่มา: The Nielsen Media Research. 2563.

จากตารางจะเห็นได้ว่าการแบ่งช่วงอายุ โดยช่วงอายุผู้สูงวัยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการรับชมรายการชาวบ้านเทิงมากที่สุดจำนวน 79,761 คน รองลงมาคือช่วงอายุ 50-59 ปี จำนวน 45,497 คน และช่วงอายุ 35-44 ปี จำนวน 37,606 คน ตามลำดับ ชาวบ้านเทิงจึงถือเป็นข่าวที่ผู้สูงวัยนิยมติดตาม เพราะผู้สูงวัยเป็นวัยที่ไม่ต้องการความรู้สึกตึงเครียด ต้องการหัวเราะหรือผ่อนคลาย

คล้ายอารมณ์จากการดูข่าวบันเทิงที่สร้างรอยยิ้มหรือเสียงหัวเราะได้มากกว่าข่าวอาชญากรรมหรือข่าวสารทั่วไป นอกจากนี้ยังสามารถนำเคล็ดลับการใช้ชีวิตของศิลปิน ดารา มาปรับใช้เป็นข้อคิดในชีวิตได้ (patsy, 2562) รวมทั้งยังมีข่าวสารในการติดตามผลงานละคร ผลงานเพลง ภาพยนตร์ หรือรายการวาไรตี้ ที่ผู้สูงวัยสามารถติดตามเพื่อความเพลิดเพลิน เป็นมุมที่น่ารักเสริมสร้างอารมณ์เชิงบวกและอาจสร้างพลังใจให้กลับมามีความสุขในการดำเนินชีวิตได้มากขึ้นอีกด้วย

ซึ่งหากกล่าวถึงรายการทั่วไปที่ไม่เฉพาะเจาะจงเพื่อผู้สูงวัยในปัจจุบันถือว่ามีสัดส่วนค่อนข้างมากจากเวลาการออกอากาศ เนื่องด้วยมีปัจจัยด้านทุนการผลิตหรือเงินสนับสนุนจากสินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง สินค้าในท้องตลาดมุ่งเน้นไปที่วัยรุ่นและวัยทำงาน จึงไม่สามารถผลิตรายการเพื่อผู้สูงวัยได้โดยตรง ทางสถานีโทรทัศน์มีความกังวลเรื่องเรตติ้ง (rating) หรือตัวเลขความนิยมของประชาชนในการดูรายการนั้น ๆ เป็นสำคัญ นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการต่าง ๆ ยังให้ความสำคัญกับกระแสของรายการเพื่อให้เป็นที่กล่าวถึงในโลกโซเชียล หรือกระแสแบบปากต่อปาก ถ้าเนื้อหาสนุกแรง ถึงใจ เป็นที่จดจำ ก็จะถูกนำไปพูดถึงจำนวนมาก (บุญณัฐ, 2560) ถือเป็นกระแสประชาสัมพันธ์รายการไปในตัว แต่ทั้งหมดที่กล่าวมานี้มาจากเหตุผลที่ต้องเอาตัวรอดในอุตสาหกรรมการผลิตสื่อ เพื่อต้องเอาตัวรอดและหลีกเลี่ยงภาวะขาดทุน เห็นได้ชัดว่ารูปแบบและเนื้อหารายการประเภทนำเสนอเพื่อผู้สูงวัยมีจำนวนน้อยไม่สามารถตอบสนองต่อผู้สูงวัยได้เพียงพอ และเนื้อหาไม่สนับสนุนการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยคือไม่ตรงตามความต้องการในด้านครอบครัว แนวคิด ความสนุกสนานได้หัวเราะในมุมบวก ไม่มีเกร็ดความรู้ด้านสุขภาพ จะทำให้ผู้สูงวัยไม่มีความสุข ไม่ได้รับอรรถรสที่ต้องการ ดังนั้นการผลิตสื่อเพื่อผู้สูงวัยจึงต้องผ่านกระบวนการศึกษาพฤติกรรมเพื่อการนำเสนอที่เหมาะสมแต่ยังได้อรรถรสไม่น่าเบื่อ (นวกัทร์, พัทธ์ศักดิ์, 2562) ซึ่งถือเป็นความท้าทายในการผลิตรายการเพื่อผู้สูงวัยและควรให้ความสำคัญอย่างมากตามยุทธศาสตร์ของแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545 - 2564) 1 ใน 5 ยุทธศาสตร์ระบุว่าต้องมีมาตรการ ส่งเสริม สนับสนุนสื่อทุกประเภทให้มีรายการเพื่อผู้สูงอายุ และสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้ และสามารถเข้าถึงข่าวสารและสื่อได้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า หากสามารถพัฒนาช่องรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างแท้จริง มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จะก่อให้เกิดช่องทางธุรกิจโดยการโฆษณา แนะนำสินค้า และผลิตภัณฑ์เพื่อผู้สูงวัย หรือ Product Placement ผ่านเนื้อหาข่าวบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากความน่าสนใจของตลาดกลุ่มผู้สูงวัยส่วนหนึ่ง คือ การมีเวลา มีความสนใจที่จะซื้อสินค้าในหมวดที่ต้องการอย่างแท้จริง เช่น ครีมลดเลือนริ้วรอย หรืออาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เป็นต้น (rattiya, 2561) จากบทสัมภาษณ์ของผู้สูงวัยที่มีประสบการณ์ในการติดตามข่าวบันเทิง ได้ให้

สัมภาษณ์ไว้ว่า “ปกติเวลาดูข่าวอันไหนที่ดูรุนแรงเกินไปก็จะเปลี่ยนช่องแต่ถ้าเป็นพวกบันเทิงหรือรายการเบา ๆ ก็จะไม่เปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ไม่ได้เปลี่ยนช่อง ไปจนถึงช่วงท้ายที่ขายของ อันไหนที่สนใจ เห็นโปรโมชันดีก็ซื้อ อย่างล่าสุดก็ซื้อคอลลาเจนแบบซอง 1 แกรม 1 เพราะช่วยเรื่องไขข้อและได้ผิวด้วย” (รวิทิชา ไวยนันท์, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2563) จากบทสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงวัยมีความสบายใจในการติดตามข่าวสารบันเทิงและยังมีแนวโน้มสูงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับช่วงวัยอีกด้วย ดังนั้นช่องทางการสื่อสารสื่อในรูปแบบข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยจึงเป็นรูปแบบที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก

โดยจะเห็นได้จากผลการวิจัยด้านการตลาด จากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า สื่อที่ผู้สูงวัยมีการเปิดใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สื่อทาง LINE 50% เนื่องจากใช้งานง่ายในการติดต่อสื่อสาร สื่อทางโทรทัศน์ 24% เนื่องจากเปิดทิ้งไว้เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา และสื่อทาง Face book 16% เนื่องจากผู้สูงวัยมองว่าใช้งานยากกว่า LINE ส่วนการเข้าถึงรูปแบบการประชาสัมพันธ์สินค้ามากที่สุด 3 อันดับแรกคือ โฆษณาทีวี วิดีโอคลิป และรูปภาพ (ฐานเศรษฐกิจ, 2561)(เอกสารจากเว็บไซต์) ดังนั้น LINE เป็นช่องทางที่เหมาะสมจะทำการตลาดโดยสอดแทรก Product placement ไปส่วนใดส่วนหนึ่งในเนื้อหารายการ หรือทางช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าจำนวนประชากรผู้สูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และในอนาคตประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงวัยแบบเต็มตัว ประกอบกับในปัจจุบันยังไม่มีธุรกิจที่ใช้ช่องทางการสื่อสารข่าวบันเทิงที่เฉพาะเจาะจงสำหรับผู้สูงวัยอย่างชัดเจนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นโอกาสสำหรับการศึกษาและพัฒนา “ช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย” เพื่อนำองค์ความรู้จากการวิจัยมาพัฒนาในด้านการออกแบบลักษณะเฉพาะต่อการนำเสนอ รูปแบบเนื้อหา การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่สามารถอำนวยความสะดวกผ่านโซเชียลมีเดียโดยเหมาะสมกับผู้สูงวัยอย่าง LINE Official Account เพื่อต่อยอดเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคตโดยมีรายได้จากการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือ Product Placement ในรายการที่นำเสนออีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย
2. เพื่อพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในเรื่องการติดตามข่าวบันเทิงของผู้สูงวัยมาใช้กำหนดรูปแบบ ประเภทและเนื้อหาข่าวบันเทิง
2. เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารและรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ช่องทางการสื่อสารเนื้อหาข่าวบันเทิงที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมสำหรับผู้สูงวัย
2. เพื่อเป็นช่องทางคลายเหงาให้กับผู้สูงวัยที่มีผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของวัยในด้านจิตใจ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาเรื่องของ กระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยโดยผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบ LINE Official Account โดยใส่ลิงก์รายการจาก YouTube และประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook ใช้การศึกษาจากการสัมภาษณ์บุคคล 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ผลิตรายการบันเทิง ได้แก่ ผู้บริหารสถานี บรรณาธิการข่าวบันเทิง ฝ่ายองค์ประกอบศิลป์ และกลุ่มผู้บริโภคคือ ผู้สูงวัยที่มีอิทธิพล นอกจากนี้มีการค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาในครั้งนี้จะเริ่ม การศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่ช่วง เดือนกุมภาพันธ์ 2563 – เดือนเมษายน 2564

ประชากรที่ใช้

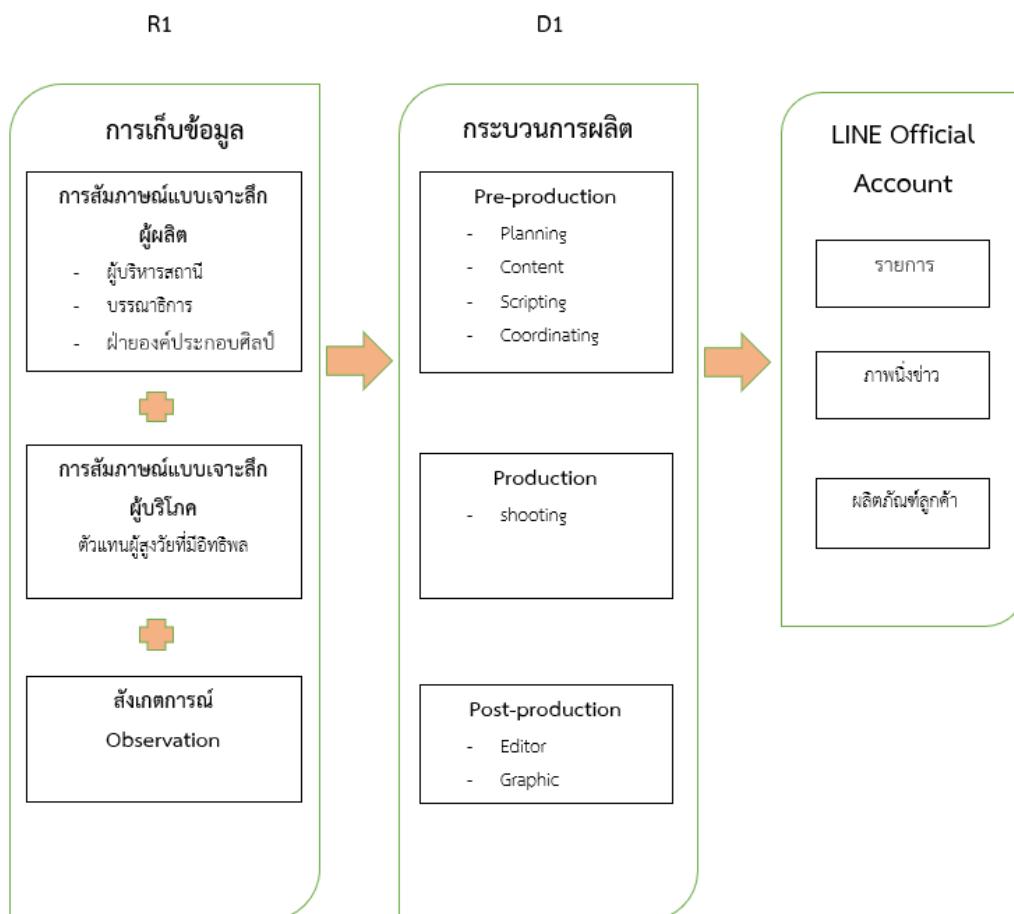
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ศิลปินแห่งชาติ และชมรมผู้สูงอายุมุสลิม ที่มีประสบการณ์การติดตามข่าวบันเทิงอย่างน้อย 1 ครั้ง ต่อ 1 สัปดาห์ รวมทั้งผู้บริหารสถานี บรรณาธิการข่าวบันเทิง ฝ่ายองค์ประกอบศิลป์ ฝ่ายประสานงานรายการ และฝ่ายการตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้สูงวัย หมายถึง ผู้สูงวัยคนไทยที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ณ วันที่ทำการเก็บข้อมูล
2. ข่าวบันเทิง หมายถึง ข่าวสารข้อมูลที่มีเนื้อหาความบันเทิง เกี่ยวกับ ศิลปิน นักแสดง นักร้อง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับแวดวงบันเทิงทุก ๆ ด้านที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยตามที่ได้เก็บข้อมูล
3. การพัฒนา หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบ และเนื้อหาข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

4. LINE Official Account คือ ช่องทางการสื่อสารข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย โดยมี คลิป รายการ ภาพนิ่ง และโฆษณาผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมจึงได้พบแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “พัฒนาช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย” โดยผู้วิจัยต้องการศึกษาในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตามช่องทางการสื่อสารข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพัฒนารูปแบบ และเนื้อหาข่าวบันเทิง เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา ดังจะแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดเรื่องผู้สูงวัย
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงวัย
3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการข่าวบันเทิง
4. แนวคิดเกี่ยวกับ LINE Official Account
5. ทฤษฎี Product Placement
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องผู้สูงวัย

เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2505 พลตำรวจตรี หลวงอรรถสิทธิสุนทร ได้บัญญัติคำว่า ผู้สูงอายุ มาใช้เป็นครั้งแรกในการประชุมแพทย์อาวุโสและผู้สูงอายุจากองค์กรต่าง ๆ จนได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลาย ในปัจจุบันเนื่องจากพ็กรุ่นให้ความรู้สึกที่ดีกว่าคำว่า “คนแก่” หรือ “คนชรา”(ฐิติมา ,2560) ปัจจุบันคำว่าผู้สูงอายุ ถูกปรับเปลี่ยนการเรียกและสามารถใช้คำอื่นทดแทนได้ เช่น ผู้สูงวัย ผู้อาวุโส หรือผู้เฒ่า เป็นต้น

ผู้สูงวัยเป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขของอายุว่ามีอายุมาก โดยนิยมนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด องค์กรอนามัยโลกไม่สามารถนิยามความหมายของผู้สูงวัยได้ เนื่องจากเกณฑ์การแบ่งอายุของผู้สูงวัยในบางประเทศไม่เท่ากันโดยพิจารณาจากสุขภาพ หรืออายุเฉลี่ยจากประชากรในประเทศนั้น มีตั้งแต่อายุ 60 ปี 65 ปี 70 ปี และ 75 ปีขึ้นไป (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ, 2546) ส่วนสำนักงานสถิติแห่งชาติของประเทศไทย ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า เป็นสังคมที่มีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) จากการให้ความหมายของผู้สูงวัยข้างต้นสรุปได้ว่า เป็นบุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปนับตั้งแต่แรกเกิด ทุกเพศ จึงนับได้ว่าเป็นผู้สูงวัย

โดยสามารถแบ่งเป็นผู้สูงวัยตอนต้น ตอนกลาง และตอนปลาย ผู้สูงวัยตอนต้น (young-old) คือ ผู้สูงวัยที่มีอายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปี ส่วนใหญ่มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง สามารถช่วยเหลือตนเองได้ บางส่วนยังทำงานหาเลี้ยงชีพด้วยตนเอง ผู้สูงวัยตอนกลาง (middle-age old) คือ ผู้สูงวัยที่มีอายุระหว่าง 70 ถึง 79 ปี ส่วนใหญ่เริ่มมีภาวะเจ็บป่วยเพิ่มขึ้น แต่ยังสามารถช่วยเหลือตนเองได้บ้างในบางรายที่ไม่ได้มีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรัง และผู้สูงวัยตอนปลาย (very old-old) คือ ผู้สูงวัยที่มีอายุนับตั้งแต่ 80 ปี เป็นต้นไป มีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรัง มีภาวะทุพพลภาพช่วยเหลือตัวเองได้ลดลง และมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงอายุขัย (อุทัยทิพย์ เจียวิวรรณ์ กุล อ่างถึงใน ธิโสธร ,2563) นอกจากนี้ผู้สูงวัยมักจะเกษียณที่อายุ 60 ปี จากการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเกษียณอายุของข้าราชการบำนาญ ของกระทรวงศึกษาธิการพบว่า การทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวและสังคมอย่างสม่ำเสมอของผู้สูงวัย จะทำให้มีความพึงพอใจในการเกษียณอายุราชการมากกว่าผู้ทำกิจกรรมน้อย (สมศรี กันธาลา อ่างถึงใน พงษ์มณฑา, 2560) ผู้สูงวัยที่อยู่ในกลุ่มร่วมกิจกรรมกับครอบครัวและสังคมน้อยจะรู้สึกใจหาย จากความเคยชินที่ต้องตื่นเช้าไปทำงานทุกวัน ต้องกลายเป็นอยู่บ้าน ผู้สูงวัยบางส่วนยังไม่พร้อมปรับเปลี่ยนพฤติกรรม จึงพยายามหาอะไรทำเพราะยังมีแรงมีเวลาเพื่อสร้างคุณค่าให้กับตนเอง บางส่วนต้องทำงานที่เป็นลักษณะทำจากที่บ้าน หรือเป็นแม่บ้าน ไม่ได้ออกไปข้างนอกเหมือนที่เคย ทำให้รู้สึกเบื่อหน่ายกับชีวิต โดดเดี่ยว รู้สึกตนเองไม่มีประโยชน์ เพราะฉะนั้น การให้คุณค่ากับผู้สูงวัยไม่ว่าจะการดูแล การให้เวลา เห็นความสำคัญ พาไปทำกิจกรรมนอกบ้าน จึงถือเป็นเรื่องที่ควรทำเป็นอย่างยิ่ง (เกษมและกุลยา ตันติผลาชีวะ อ่างถึงใน พลอยพรรณ, 2559) ให้ข้อพิจารณาความสูงวัยของบุคคล ดังนี้

1.1 ความหมายของผู้สูงวัย

1.1.1 ในแง่ของการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย พบว่า การเปลี่ยนแปลงแรกที่ได้สังเกตเห็นได้ชัดว่าเข้าสู่ช่วงเวลาสูงวัยคือ สายตาวาวขึ้น ผมหงอก ริ้วรอย โดยทั่วไปสายตาจะเริ่มเปลี่ยนตั้งแต่อายุ 40 หลังจากนั้นจะเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเรื่อย ๆ การได้ยิน ความสามารถในการจำ ซึ่ลึ่มงายขึ้น เมื่อมีปัญหาสุขภาพส่วนใหญ่จะใช้เวลารักษาอย่างระมัดระวังและยาวนานกว่าเดิม แต่ในบางท่านที่ออกกำลังกาย หรือดูแลตัวเองเป็นอย่างดีตั้งแต่หนุ่มสาวก็อาจมีความเปลี่ยนแปลงทางสรีระต่างกันไป ฉะนั้นเป็นเรื่องยากที่จะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายได้อย่างชัดเจน

1.1.2. พิจารณาในแง่จิตใจ ผู้สูงวัยเป็นวัยที่ผ่านประสบการณ์มามาก ฉะนั้นในการโน้มน้าวให้เปลี่ยนความเชื่อ หรือแนะนำให้รู้จักกับสิ่งใหม่ ๆ จึงเป็นเรื่องยาก อาจต้องใช้ระยะเวลา ยาวนาน หรืออาจจะไม่เปิดใจเลย ฉะนั้นการปฏิบัติกับผู้สูงวัยจึงต้องเป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

ใจเย็น โน้มน้าวแบบให้ผู้สูงวัยไม่รู้สึกรู้สึกถูกลดคุณค่าหรือละทิ้งความเชื่อของตนเสียทีเดียว ไม่เช่นนั้นก็จะกระทบกับจิตใจของผู้สูงวัย เช่นมีอาการน้อยใจ หงุดหงิด ขี้บ่น และรู้สึกถูกทอดทิ้งในที่สุด

1.1.3. พิจารณาในแง่ของสังคม ผู้สูงวัยเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในเรื่องประสบการณ์ชีวิต จึงต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านอายุหรือศักยภาพทำให้บางบทบาทในสังคมถูกลดลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลนั้น ๆ ด้วยว่าจะยังได้รับการยอมรับมากขึ้นหรือน้อยลง

1.1.4. พิจารณาในแง่กฎหมาย กฎหมายได้กำหนดความสูงวัยตามปฏิทินแตกต่างกันไปตาม สภาพสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

(positioningmag.com, 2016) กล่าวถึงการรับมือกับผู้สูงวัยว่าการจะผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อให้ถูกใจผู้สูงวัย ไม่ใช่เพื่อความโดดเด่น แต่เป็นการคลายความกังวล ทั้งทางร่างกายและจิตใจซึ่งผู้สูงวัยมีความกังวลเรื่องสุขภาพ ความเป็นอยู่ ผู้ออกแบบสินค้าและบริการจึงต้องมีการเรียนรู้เพื่อที่จะปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมผู้สูงวัย ดังนี้

1.2 กระบวนการคิดเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้สูงวัย

1.2.1. นวัตกรรม (Innovation) ต้องมีสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมาเพื่อตอบสนองใจของกลุ่มผู้สูงวัยโดยเฉพาะ ยกตัวอย่าง นวัตกรรมเรื่องสุขภาพจะเป็นที่สนใจเป็นอย่างมาก

1.2.2 แพคเกจจิ้ง (Packaging) ต้องสามารถอำนวยความสะดวกกับผู้สูงวัย โดยเฉพาะ เช่น ขวดที่เปิดง่ายบอกวิธีชัดเจน ตัวหนังสือที่ใหญ่บอกโภชนาการครบถ้วน หรือขนาดสินค้าที่จับพกพาง่ายเหมาะกับทานคนเดียว ไปจนถึงการออกแบบสีต่าง ๆ ตัวอักษร สี ขนาดต้องเหมาะสม ดูง่าย

1.2.3 โปรโมชัน (Promotion) ควรมีโปรโมชันพิเศษเพื่อลูกค้ากลุ่มผู้สูงวัยโดยเฉพาะ ให้รู้สึกพิเศษและดึงดูดความสนใจได้ดี

1.2.4 บริการเดลิเวอรี (Delivery) เป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจทั้งออฟไลน์ (Off line) และออนไลน์ (On line) ผู้สูงวัยชอบซื้อที่สินค้าที่ตรงกลุ่มความต้องการ มีความมั่นใจในการซื้อ เช่นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ความงาม เครื่องออกกำลังกายเบา ๆ แต่ไม่มีกำลังในการเดินทางไปซื้อและถือกลับมาด้วยตนเอง การมีบริการส่งสินค้าถึงที่ จะทำให้ได้เปรียบมากขึ้น

1.2.5 จุดพักผ่อน (Rest spot) ควรมีจุดพักผ่อนพิเศษสำหรับผู้สูงวัยในพื้นที่ให้บริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความสะดวกสบาย

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าแม้โดยรวมจะเห็นว่าผู้สูงวัยมีความเสื่อมถอยทางลักษณะทางกายภาพ เริ่มมีโรคต่าง ๆ รุมเร้า และดูแลตนเองได้น้อยลง แต่ในแง่บวก ผู้สูงวัยมีความคิดที่

ทรงคุณค่า เนื่องจากผ่านการสั่งสมประสบการณ์มาอย่างยาวนาน สามารถสอน มอบองค์ความรู้ ในมุมมองแบบภาพกว้างและกลิ่นกรองออกมาผ่านทัศนคติได้อย่างดีจากสิ่งที่เคยประสบพบเจอ ให้กับคนรุ่นหลัง นับเป็นบุคคลสำคัญ ที่ควรยกย่องและใส่ใจ ในทางกลับกัน หากการดูแลของ ครอบครัวไม่มากพอ ลูกหลานหรือคนในบ้านทิ้งขว้าง ก็อาจนำมาซึ่งความรู้สึกว่าเหว่ มองตนเอง ว่าไร้คุณค่า และคิดว่าเป็นภาระต่อครอบครัวต่อสังคม เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องสุขภาพร่างกาย เป็นทุนเดิม ดังนั้นการเรียนรู้อัตโนมัติไม่ใช่การโยนหน้าที่ให้กับผู้สูงอายุ แต่คนในครอบครัวรวมถึง ผู้ผลิตสินค้าและบริการควรทำความเข้าใจเพื่อการเพื่อรองรับสังคมสูงวัยผู้สูงอายุอยู่ร่วมกันอย่างมี ศักยภาพในอนาคต

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุนั้น มีหลากหลายเหตุผลและขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นช่วงอายุที่มีประสิทธิภาพทางด้านร่างกายลดน้อยลง จึงมีพฤติกรรมการใช้สื่อ เพื่อรองรับหรือเอื้อประโยชน์ทางด้านร่างกายและจิตใจ จากงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง สื่อเพื่อผู้สูงอายุ ในประเทศไทย กล่าวว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ผู้สูงวัยมีอัตราการชมโทรทัศน์ร้อยละ 81.3 และ เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2551 เป็นร้อยละ 84.6 ส่วนประเภทของรายการที่เปิดรับมากที่สุด คือ ข่าว คิด เป็นร้อยละ 65.2 รองลงไป คือ บันเทิงร้อยละ 28.5 และสารคดีความรู้ทั่วไปร้อยละ 5.5 (รัตนา และ ระวี, 2554) จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ผู้สูงวัยเปิดรับสื่อมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ พระราชบัญญัติผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2546 ที่มีมาตรการกำหนดข้อปฏิบัติต่อผู้สูงอายุเพื่อรองรับ ประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

จากงานวิจัยของ (จากรุวรรณ, สันทัด และ วิทยาธร, 2559) กล่าวว่าผู้สูงวัยมีการเปิดรับ ความต้องการและใช้ประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์หลัก ๆ 3 ข้อ คือ

1. เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ผู้สูงวัยส่วนใหญ่อยู่แต่กับบ้านจึงต้องการรับรู้เรื่องราว ความเป็นไปของบ้านเมือง เพื่อที่จะสามารถเอามาพูดคุยสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวหรือ คนในสังคมได้

2. เพื่อสร้างความสุข ความเพลิดเพลินและคลายเหงา ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลง ทางเศรษฐกิจและสังคมส่งผลให้คนในครอบครัวต้องออกไปทำอาชีพนอกบ้าน บางคนทำมากกว่า 1 อาชีพเพื่อยกระดับเศรษฐกิจในครอบครัวและเพื่อให้รองรับกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น น.ส.สตรีรัตน์ ร่วมสุข พนักงานออฟฟิศในย่านชิดลม ให้สัมภาษณ์กับบีบีซีไทย (bbc.com, 2562) "แพงขึ้นทุกอย่างเลยคะ อย่างอาหาร ถ้าเกิดว่ากินแบบ 2-3 อย่าง ราคาเคยอยู่ที่ประมาณ 30 บาท 35 บาท ตอนนี้ก็จะประมาณ 50-55 บาท ที่กินทุกวัน" บางครอบครัวต้องทำงานต่างถิ่นที่อยู่ จึงทำให้ผู้สูง

วัยถูกทอดทิ้งอยู่ที่บ้าน ทำให้รู้สึกโดดเดี่ยว การไม่ได้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมบ้านเดียวกันกับคนในครอบครัว ทำให้ปรับตัวอยู่ร่วมกันยาก ผู้สูงวัยจึงใช้ช่องทางการรับสื่อเหล่านี้เป็นเพื่อน บางคนเปิดทิ้งไปเรื่อย ๆ ทั้งวัน เพื่อใช้เวลาให้หมดไปในแต่ละวัน

3. เพื่อนำเนื้อหาไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเอง ผู้สูงวัยมีการเปิดรับสื่อทุกวันและนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องของการจัดระบบในชีวิตประจำวัน รายการประเภทที่เห็นได้ชัดเจน คือ รายการสุขภาพ และรายการธรรมะ ผู้สูงวัยมีความใส่ใจในสุขภาพของตนเองมากขึ้นจึงมีความจำเป็นต้องมีความรู้ไว้ป้องกัน รักษา หรือฟื้นฟู เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ส่วนรายการธรรมะสามารถปลอบประโลมใจ มองบวก มีแนวคิดในการดำเนินชีวิตที่ดีสามารถนำไปสอนลูกหลานได้

นพ.นันทศักดิ์ ธรรมานวัตร ผู้อำนวยการสถาบันเวชศาสตร์ให้สัมภาษณ์กับโพสต์ทูเดย์ (suchons.wordpress.com, 2555) ในประเด็น สื่ออาจไม่ใช่เพื่อน อย่าให้ทีวีดูแลคนแก่ ว่า “สื่อมีหลายรูปแบบมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ต้องเข้าใจและเท่าทันพฤติกรรม หากปล่อยให้ผู้สูงอายุใช้ สื่อที่ปลุกกระตุ้นด้วยการด่าทอฝ่ายตรงข้ามเพียงอย่างเดียวเป็นอันตรายต่อผู้สูงอายุมาก หากบุตรหลานได้ยินได้ฟังว่าท่านกำลังรับฟังหรือสนใจที่จะติดตามก็ควรที่จะบอกท่านให้ฟังสิ่งอื่นหรือพยายามทำความเข้าใจกับท่านว่ามันจะเกิดผลเสียอย่างไร” จากคำสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่านอกจากผู้สูงวัยเห็นว่าโทรทัศน์เป็นเพื่อนคลายเหงา จึงเลือกรับข่าวสารตลอดทั้งวัน คนในครอบครัวก็มีแนวคิดเช่นเดียวกันคือทิ้งให้ผู้สูงวัยอยู่กับโทรทัศน์ เพราะไม่มีเวลาดูแล แต่ในสถานที่ที่ออกอากาศตลอดวันไม่ได้มีข่าวสารแง่บวกเพียงอย่างเดียว หากผู้สูงวัยรับข่าวสารที่ไม่ได้ทำเพื่อผู้สูงวัยโดยตรงอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านจิตใจตามมา

2.1 ช่องทางการรับข่าวสารของผู้สูงวัยสามารถเลือกช่องทางได้มากขึ้น ดังนี้

2.1.1 สื่อดั้งเดิม (old media) อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ที่ผู้สูงวัยนิยมในการรับชมซึ่งออกอากาศเป็นวันเวลาที่กำหนด ถือเป็นสื่อแบบทางเดียว คือผู้รับสารได้รับสารเพียงอย่างเดียว คือการผูกขาดในฐานะผู้สร้างคอนเทนต์ กับการผูกขาดการเป็นผู้รับ (อรรถณัฐ, 2560) ต่อมาจึงมีการพัฒนาให้สามารถโต้ตอบได้ผ่านทางโทรศัพท์หรือส่งข้อความ จึงถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทกับผู้สูงวัยเพราะเข้าถึงคนได้ทีละมาก ๆ และง่ายต่อการเปิดรับข่าวสาร

2.1.2 สื่อใหม่ (new media) คือโซเชียลมีเดีย อาทิ Youtube Facebook และช่องทางการสื่อสารออนไลน์ อาทิ Line Whatsapp เป็นต้น อาจกล่าวถึง “สื่อใหม่” ได้ว่า หมายถึง

เนื้อหาที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านช่องทางที่แตกต่างกันทางออนไลน์ ช่องทางเหล่านี้เกิดขึ้นมาจากการเปลี่ยนทางเทคโนโลยี ถือเป็น การสื่อสารแบบสองทางคือสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ผลิตและผู้รับสาร สามารถตรวจสอบผลตอบรับจากการสื่อสารได้ทันทีที่มีคนรับสารแล้วแสดงความคิดเห็น ในแง่ของธุรกิจ งบประมาณของการโฆษณาสินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะใช้เงินไปกับการโฆษณาในสื่อใหม่มากขึ้น (gramdigital.net, 2018)

กาญจนา แก้วเทพ (2539) ให้ความหมายถึงคำว่า สื่อใหม่ (New Media) ไว้ว่า เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลที่สามารถกระจายข่าวไปได้อย่างรวดเร็วและกว้างไกล เช่น ไมโครอิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมต่าง ๆ ที่รวมเอาเสียง ข้อความและภาพไว้ในสื่อเดียวกัน และเห็นว่า สื่อใหม่ มักจะไม่ใช้สื่อที่ถือกำเนิดใหม่แบบถอดด้าม แต่เกิดจากการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติบางประการของสื่อเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น โทรศัพท์ ที่เคยอยู่ในระบบสายและเป็นระบบ analog เมื่อแปรสภาพมาเป็น โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือมือถือ ใช้ระบบ digital และสามารถเชื่อมต่อกับสื่ออื่น ๆ ได้ เช่น คอมพิวเตอร์ เราจึงเรียกโทรศัพท์ว่าเป็นสื่อใหม่ เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ (กฤษณะ แสงจันทร์, 2562) ที่กล่าวถึงสื่อใหม่ที่ผู้รับสารสามารถโต้กลับกันได้กับผู้สื่อสารจึงก่อให้เกิดการกำหนดวาระข่าวสารดังนี้

2.2 การกำหนดวาระข่าวสารเมื่อเข้าสู่ยุคสังคมออนไลน์

เมื่อเข้าสู่ยุคที่สังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ในการกำหนดวาระข่าวสารจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปจากยุคที่รายการโทรทัศน์รุ่งเรือง ในอดีต สื่อดั้งเดิม (old media) มีอำนาจในการกำหนดวาระข่าวสารเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้รับสารติดตาม และเป็นผู้รับผิดชอบในการคิดวิเคราะห์ต่อข่าวสารนั้น ๆ เพียงฝ่ายเดียว แต่เมื่อสื่อใหม่ (new media) อย่างโซเชียลมีเดีย อาทิ YouTube Facebook และช่องทางการสื่อสารออนไลน์ อาทิ Line WhatsApp เข้ามามีบทบาทจึงทำให้การกำหนดวาระข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงคือผู้รับสาร เป็นได้ทั้งผู้ส่งสาร สามารถโต้ตอบกันไปมา คือการกำหนดวาระข่าวสารแบบผันกลับ (อภิภู กิตติกำธร, 2561 อ้างถึงใน กฤษณะ แสงจันทร์, 2562) เนื่องจากสื่อใหม่เป็นช่องทางที่มีบทบาทในการรับรู้ข่าวสาร และเผยแพร่ข่าวสารที่สนใจหรือสร้างเนื้อหาเพิ่มเติมได้ ส่งผลให้วาระข่าวสารที่เกิดขึ้นแต่ครั้งในปัจจุบันเกิดจากการได้รับความสนใจในสังคมออนไลน์ เป็นการหลายข้อจำกัดเดิม ๆ ในการรับข่าวสารที่จะต้องรอเวลาเข้า บ่าย เย็น คำ รายวัน รายสัปดาห์ รายปีของสื่อเก่า (old media) แต่ในยุคสังคมออนไลน์ ผู้รับสาร ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่ จึงมีอิสระในการเลือกรับข่าวสาร แสดงความคิดเห็น แชร์

ข่าว จนเกิดเป็นประเด็นต่าง ๆ เกิดขึ้นและต่อยอกไปมากมาย วาระข่าวสารและเนื้อหาจึงต้องไปตามทิศทางของสังคมมากขึ้น

ยิ่งโดยเฉพาะผู้สูงวัยในปัจจุบันมีความพร้อมในการเปิดรับเทคโนโลยีมากขึ้น อิทธิพลจากยุคสังคมออนไลน์ย่อมเข้าสู่สังคมของผู้สูงวัยมากขึ้นเรื่อย ๆ จากนี้ไปอาจต้องลบภาพจำต่อมุมมองกับผู้สูงวัยว่าเป็นผู้ที่ไม่สนใจเรื่องเทคโนโลยีหรือไม่เปิดใจรับสิ่งใหม่ ในทางตรงกันข้ามผู้สูงวัยพร้อมที่จะเรียนรู้เพื่อเพิ่มความสามารถการใช้งานทั้งอินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เพื่อความสะดวกสบายที่มากขึ้น เว็บไซต์การตลาด (marketingoops.com, 2019) ระบุว่า ไม่ควรรี้อายุกำหนดตัวตนของผู้สูงวัย ควรศึกษาความชอบ การใช้ชีวิต หรือความต้องการอย่างแท้จริง จะสามารถทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้สูงวัยมาประเมินสถานการณ์และวางแผนต่าง ๆ ได้อย่างถูกทิศทาง

เมื่อสังคมออนไลน์เข้าสู่ผู้สูงวัยอย่างเต็มตัวแต่ยังไม่มีผู้ผลิตรายการผ่านสื่อใหม่ (new media) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงวัยจากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัยนั้นยังผลิตผ่านสื่อเก่า (old media) อย่างโทรทัศน์ และต้องยอมรับว่ารายการต่าง ๆ ในปัจจุบันที่ผลิตขึ้นมาเพื่อผู้สูงวัยนั้นมีจำนวนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับรายการสำหรับเด็ก วัยรุ่น วัยหนุ่มสาว หรือวัยทำงาน เนื่องด้วยมีตัวแปรเรื่อง Rating เข้ามาเกี่ยวข้องในการแข่งขันกันแต่ละช่องและกระแสที่ถูกพูดถึงตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยผู้วิจัยขอยกตัวอย่างรายการสำหรับผู้สูงวัยที่ผลิตขึ้นมาในประเทศไทย อาทิ รายการลุยไม่รู้โรย ออกอากาศทางช่อง Thai PBS ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 05.30 – 05.55 น. วัตถุประสงค์คือ เสริมพลังการใช้ชีวิตในช่วงบั้นปลายให้มองเห็นคุณค่าของการมีชีวิตอยู่ เพื่อก้าวออกมาใช้ชีวิตในฐานะพลเมืองอาวุโสของสังคมได้อย่างสง่างาม



ภาพประกอบ 1 รายการสำหรับผู้สูงวัย ลุยไม่รู้โรย

ที่มา: จากเว็บไซต์ Thai PBS. 2564.

สถานีโทรทัศน์ช่องเพลินทีวี ผลิตโดยบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) นำเสนอเนื้อหา รายการหลายประเภท ตามที่กลุ่มเป้าหมายหลัก อย่างผู้สูงอายุให้ความสนใจ เริ่มออกอากาศ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2558 มีคำขวัญว่า ทุกนาที มีความสุข ต่อมาได้ยุติออกอากาศในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 (pptvhd36.com)



ภาพประกอบ 2 ช่องสถานีโทรทัศน์สำหรับผู้สูงวัย เพลินทีวี

ที่มา: เว็บไซต์ Thai.pr.net. 2558.

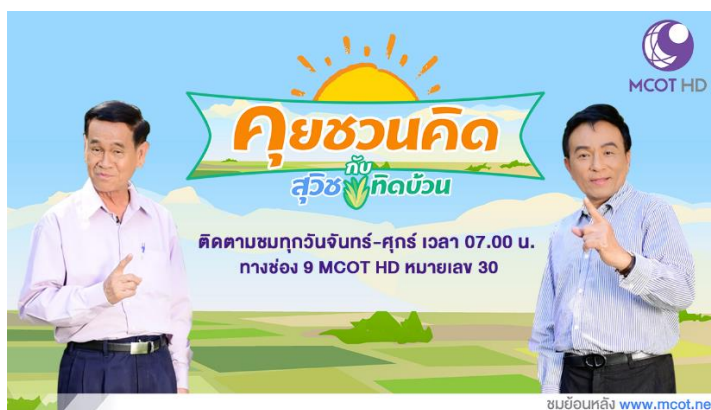
รายการ GenO(LD) สูงวัยไปด้วยกัน สารคดีที่ทำให้เห็นความเป็นจริงของสังคม สูงอายุ โดยมุ่งสร้างความเข้าใจองค์ประกอบของช่วงวัยที่หลากหลายในสังคมไทย สร้างทัศนคติเชิงบวกระหว่างวัย ชี้ให้เห็นถึงความตระหนักในการเตรียมชีวิตตนเองให้อยู่ในสังคมสูงอายุอย่างมีคุณภาพในอนาคต ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 20.20 – 21.10 น. ทาง Thai PBS เทปสุดท้าย ออกอากาศเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2560



ภาพประกอบ 3 รายการสำหรับผู้สูงวัย GenO(LD) สูงวัยไปด้วยกัน

ที่มา: เว็บไซต์ Thai PBS. 2560.

รายการคุยชวนคิด กับสุวิษ ติตบัววน จะเป็นรายการสดเล่าข่าวพร้อมวิเคราะห์ เจาะ
กระแสข่าวสังคม และอัปเดตข่าวดังให้ข้อคิดกับผู้ชมโดยกลุ่มเป้าหมายคือผู้สูงวัย ออกอากาศทุก
วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 07.00 - 09.00 น. เทปสุดท้ายออกอากาศ เดือน ธันวาคม พ .ศ.2561



ภาพประกอบ 4 รายการสำหรับผู้สูงวัย คุยชวนคิดกับ สุวิษ ติตบัววน

ที่มา: เว็บไซต์ Mcot. 2561.

จากรายการสำหรับผู้สูงวัยที่ยกตัวอย่างมาข้างต้น มีเพียงรายการเดียว คือ ลุยไม่รู้
โรยที่ยังคงออกอากาศอยู่ทางช่อง Thai PBS นอกนั้นยุติการออกอากาศไปแล้วทั้งสิ้น และจะเห็น
ได้ว่าช่วงเวลาที่รายการลุยไม่รู้โรยออกอากาศ คือ 05.30 – 05.55 น. ซึ่งเป็นเวลาค่อนข้างเช้า เป็น
สิ่งที่ยืนยันได้ว่าสื่อโทรทัศน์ปัจจุบันในประเทศไทยยังต้องต่อสู้กับอีกหลายปัจจัยเพื่อที่จะผลิต
รายการสำหรับผู้สูงวัยโดยตรงซึ่งถือเป็นเรื่องยากและท้าทายไม่น้อย โดยเฉพาะเมื่อมีสื่อโซเชียล
มีเดียมาแทนที่ที่ผู้สูงวัยสามารถดูรายการอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ได้โดยไม่มีข้อจำกัด และไม่
จำเป็นต้องดูสดตามเวลาที่ออกอากาศ หากเวลานั้นเข้าเกินไปหรือไม่สะดวกที่จะรับชม เนื่องจาก
สามารถดูย้อนหลังได้ในอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงวัยที่กล่าวมา
ข้างต้นนอกเหนือจากรายการที่ให้ข้อคิดแล้ว ผู้สูงวัยยังชอบดูรายการประเภทวาไรตี้ ที่มาใน
รูปแบบการประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ลูกกรุง และรายการบันเทิงที่สามารถมอบเสียงหัวเราะได้อีก
ด้วย ดังนั้นรายการสำหรับผู้สูงวัยโดยตรงจึงถูกลดทอนความสำคัญลงไป

อาจกล่าวสรุปได้ว่า การผสมผสานกันของสื่อเก่า และสื่อใหม่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ
ในการสื่อสาร ลักษณะเด่นของสื่อดิจิทัลที่ถูกพัฒนาโดยนวัตกรรมด้านคอมพิวเตอร์และ
โทรคมนาคม คือการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันที (Interactive) จึงเกิดการเปลี่ยนแปลง

จากรูปแบบการสื่อสารเดิม ๆ คือ จากผู้รับสารสามารถกลายเป็นผู้ส่งสารได้เช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงเกิดการแลกเปลี่ยนทางด้านข้อมูล และองค์ความรู้ใหม่ๆ มากมาย ผ่านการสื่อสารทาง อินเทอร์เน็ต ในรูปแบบสังคมจำลอง จนพัฒนามากลายเป็น สังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ กลายเป็นอีกช่องทางการสื่อสารที่ถูกใช้มากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และถือเป็นอีกสื่อใหม่ที่ ได้รับความนิยมนับปัจจุบัน หนึ่งในประเภทสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ผู้ใช้งานสามารถใช้เพื่อ รับข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเป็นช่องทางที่ผู้วิจัยเลือกที่จะนำมาพัฒนาเป็นช่อง ขาวบันเทิงเพื่อผู้สูงวัยคือ Line @ YouTube และ Facebook ซึ่งสามารถเปิดรับข่าวสาร และ แลกเปลี่ยนความเห็นในเวลาใดก็ได้และมีต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการผลิต ต่ำกว่ารูปแบบสื่อดั้งเดิม

3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการข่าวบันเทิง

3.1 แนวคิดเรื่องการผลิตรายการ

การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัยนั้น มีการผลิต รายการข่าวบันเทิงเป็นส่วนสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังคำกล่าวของ ดร.บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา ที่เคยกล่าวไว้ว่า “ภาพยนตร์” เป็นศิลปะแขนงที่ 7 ที่รวมเอาศิลปะทั้ง 6 แขนงเอาไว้ด้วยกัน คือ วรรณกรรม จิตรกรรม ปะติมากรรม สถาปัตยกรรม ดนตรี ละคร ดังนั้นโทรทัศน์คือการต่อยอดของภาพยนตร์ที่อาศัยวิทยาการและนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามา เป็นเครื่องมือแทนฟิล์มภาพยนตร์นั่นเอง ในการผลิตรายการจึงมีรายละเอียดของบทบาทหน้าที่ของ ทีมที่ผลิตรายการดังนี้

(Saksit Seingdung, radioandtelevisionproduction.wordpress.com)

1. ผู้อำนวยการผลิต Executive Producer เป็นผู้บริหารระดับสูง มีหน้าที่ การจัด ร้าง จัดทำ ควบคุมงบประมาณการผลิต เป็นแหล่งสนับสนุนด้านการหางบประมาณ และดูแล รับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ถ้าในระดับองค์กร มีตำแหน่งเทียบเท่ากับ CEO

2. ผู้ควบคุมการผลิต Producer ดูแล ควบคุม และบริหารการผลิตรายการ

ในทุกด้าน เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดในการผลิตรายการโทรทัศน์

3. ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต Co-producer เป็นผู้ช่วยของ Producer

ในด้านต่าง ๆ

4. ผู้สร้างสรรค์รายการ Creative พัฒนาและสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ รายการให้น่าสนใจ

5. Script-writer ร้อยเรียงเนื้อหา ผลิตบทสำหรับพิธีกร และรายการ

6. ประสานงาน Co-ordinator มีหน้าที่ติดต่อประสานงาน ทั้งภายนอก (แขกรับเชิญ / สถานที่ / อาหาร ฯลฯ) และภายใน (ฝ่ายต่าง ๆ) ให้ทำงานได้อย่างราบรื่นและสัมพันธ์กัน

7. ศิลปกรรม ดูแล ผลิตและออกแบบฉาก และบรรยากาศให้เป็นไปตามเนื้อหา
ในรายการ

8. ช่างภาพ Cameraman

9. ผู้กำกับเทคนิค (Technical Director)

10. ช่างกล้อง (Camera Operators)

11. ช่างเทคนิคด้านแสง (Lighting Technician) หรือ ผู้กำกับแสง

12. ช่างเทคนิคด้านภาพ (Video Engineer) หรือ ผู้กำกับภาพ

13.ช่างเทคนิคด้านเสียง (Audio Engineer) หรือผู้กำกับเสียง

14.ช่างเทคนิคผู้ควบคุมการตัดต่อ (Videotape Editor)

15.ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (Production Assistant)

16.ผู้กำกับเวที (Floor or Stage Manager)

ทีมที่ผลิตรายการทุกคนมีบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและวัตถุประสงค์ของการผลิตรายการ บางคนสามารถทำหน้าที่ได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับขอบเขตความสามารถ เมื่อมีทีมที่รู้บทบาทหน้าที่ของตนเองแล้วแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ยังต้องคำนึงถึงการวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิต (สุรัญชญา สิทธิพิบูล, อ่างถึงใน อุษษา ศิลปเรื่องวิไล, 2562) โดยประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1.1 ขั้นตอนแรก Pre-Production ขั้นตอนเตรียมการผลิต นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตสื่อ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางเค้าโครง ประชุมทีมวางแผนการผลิต การเขียนสคริปต์ การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ การเตรียมกล้อง ทีมตัดต่อ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์ไฟ พิธีกรหรือนักแสดง เสื้อผ้า แต่งหน้า ทำผม เป็นต้น ขั้นตอนนี้สำคัญมาก หากจัดเตรียมรายละเอียดได้ดี จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยขั้นตอนเตรียมการผลิต (pre-production) ประกอบด้วย

3.1.1.1 การแสวงหาแนวคิด เป็นภารกิจแรกของผู้ผลิตสื่อที่หาแนวคิดหรือเรื่องราวที่จะสามารถมอบประโยชน์ อะไรต่อผู้รับสื่อ และแนวคิดที่ได้นั้นคืออย่างไร ในการผลิตข่าวบันเทิงหมายถึงการออกไปหาแหล่งข่าวจากศิลปิน ดารา ว่าเกิดเรื่องราวใดขึ้น

3.1.1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ (objective) เมื่อได้เรื่องที่จะทำการผลิตสื่อแล้วต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสื่อว่าจะก่อให้เกิดทัศนคติในลักษณะใด

3.1.1.3 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (target audience) ว่ามีลักษณะอย่างไร เป็นการทำความรู้จักผู้ชมในแง่มุมต่าง ๆ เกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ความสนใจ ความต้องการ และจำนวนผู้ชม เพื่อให้สามารถผลิตสื่อได้ตรงความต้องการมากที่สุด

3.1.1.4 การเขียนบทวีดิทัศน์ (script writing) ทำการวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูล ทำการลำดับประเด็นหลักประเด็นรองแล้วจึงนำมาเขียนบทเพื่อให้ผู้ชมได้รับสารตามที่กำหนดไว้

3.1.1.5 การกำหนดวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิตสื่อ ต้องทราบว่าจะใช้อุปกรณ์อะไรบ้าง เพื่อจะได้จัดหาได้ทันในวันที่ทำการผลิต

3.1.1.6 การกำหนดผู้แสดง พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ โดยในที่นี้จะใช้กรอบแนวคิด SPEAKING ของไฮม์ (ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ, 2559) ในการเลือกคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นพิธีกร ดังนี้ 1. S = Setting/ Scene พิธีกรจะต้องเข้าใจว่างานที่ตนกำลังจะทำนั้นเป็นงานประเภทใด รู้จักสถานที่ว่าสิ่งใดอยู่ตรงจุดใด เพื่อจะได้เข้าใจบรรยากาศของงาน 2. P = Participant คือผู้ร่วมสื่อสาร ต้องวิเคราะห์ผู้ฟังว่ามีลักษณะอย่างไรเพื่อจะได้สื่อสารออกมาให้ตรงกลุ่มสร้างเพื่อความน่าเชื่อถือ และใช้ภาษาได้ถูกต้องเหมาะสม 3. E = Ends คือจุดมุ่งหมายวัตถุประสงค์ของรายการเพื่ออะไรหรือก่อให้เกิดสิ่งใดขึ้นจากการพูดของพิธีกร 4. A = Act Sequence เรียงลำดับในเรื่องที่ต้องการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง สามารถแทรกความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมและถูกจังหวะเวลา 5. K = Key พิธีกรควรรู้จักเลือกใช้โทนเสียงให้เหมาะสมกับเรื่องราวที่พูดหรือเมื่อต้องการเน้นเพื่อให้ความหมายคมชัดขึ้นแต่ไม่ควรเกินธรรมชาติ 6. I = Instrumentalities พิธีกรควรรู้จักเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารโดยเฉพาะไมค์ทำความคุ้นเคยใช้ให้ถูกต้อง หรือแม้กระทั่งภาพประกอบที่ต้องการเน้นในการสื่อสาร 7. N = Norm of interaction and Interpretion คือบรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ พิธีกรต้องมีการสื่อสารรับส่งที่ดีกับพิธีกรร่วม เข้าใจวัจนภาษาจากผู้รับสาร มีความปรารถนาดี รับผิดชอบต่อคำพูดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ 8. G = Genre พิธีกรต้องรู้จักประเภทที่ต้องการสื่อสาร เช่น ในรายการหรือในการจัดงานมีลักษณะคำพูดที่เป็นลักษณะเฉพาะ มีป้าย หรือข้อความ พิธีกรก็ควรใช้ภาษาให้เข้าใจได้เพื่อเป็นไปตามแผนที่วางไว้

3.1.1.7การจัดทำงบประมาณ โดยทั่วไปจะมีการตั้งงบประมาณไว้ก่อนแล้ว แต่ในขั้นนี้จะเป็น การกำหนดการใช้งบประมาณโดยละเอียด ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

3.1.2 ขั้นตอนที่สอง Production ขั้นตอนการผลิตมีองค์ประกอบดังนี้

3.1.2.1 ด้านบุคลากร ในการผลิตรายการประกอบด้วยการทำงานจากหลายหน้าที่ซึ่งต้องใช้บุคคลที่มีความถนัด แตกต่างกันไป แต่ทุกคนต้องร่วมกันทำงานเป็นทีม เพื่อจุดมุ่งหมายในการผลิตให้เห็นออกมาเป็นภาพเดียวกัน

3.1.2.2 ด้านสถานที่ในการถ่ายทำ ในวันที่มีการถ่ายทำสถานที่ที่จะต้องเตรียมพร้อมที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลาเริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการผลิต ต้องกำหนดให้ชัดเจน การควบคุมแสงสว่าง คุมเสียงรบกวน สิ่งเหล่านี้สามารถควบคุมได้จากข้อมูลการเตรียมการผลิตข้างต้น เพื่อที่ถึงวันถ่ายทำจะสามารถจัดการปัญหาและไม่มีอุปสรรคในการถ่ายทำ

3.1.2.3 ด้านอุปกรณ์ในการผลิตรายการ ต้องมีการเตรียมความพร้อมมาในขั้นตอนก่อนหน้า โดยในวันผลิตคือวันที่ต้องใช้อุปกรณ์ และควรมีอุปกรณ์สำรองเพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยเฉพาะ กล้อง อุปกรณ์เก็บความจำ เสียง แสง ฉาก สิ่งเหล่านี้ไม่ควรมีปัญหาเกิดขึ้นในวันถ่ายทำ

3.1.2.4 ด้านพิธีกรหรือผู้ร่วมดำเนินรายการ ควรมีการเตรียมพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อพร้อมกับการทำงานอย่างเต็มที่เพราะเป็นอีกหนึ่งหน้าที่สำคัญที่จะทำให้การถ่ายทำราบรื่น รวดเร็ว ควรมีการทำความเข้าใจกับบทที่ต้องพูด ซักซ้อมให้เตรียมก่อนบันทึกภาพ

3.1.3 ขั้นตอนที่สาม Post-production คือ ขั้นตอนหลังการผลิตมีองค์ประกอบดังนี้

3.1.3.1การตัดต่อหรือลำดับภาพ เป็นการเชื่อมต่อเนื้อหา เรื่องราว หรือตัดทอนสิ่งที่ไม่ต้องการออกไป โดยการตัดต่อทั้งภาพและเสียงจากการบันทึกเทป เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบที่ตั้งเป้าหมายไว้

3.1.3.2 ใส่เสียงดนตรี เสียงบรรยาย หรือเพลงประกอบ หลังจากได้เนื้อหาสมบูรณ์แล้ว เพื่อเป็นการเพิ่มอรรถรส

3.1.3.3 ใส่กราฟฟิกคำพูด เพื่อแสดงถึงหัวข้อในการพูดคุยเรื่องต่าง ๆ หรือต้องการเน้นย้ำเนื้อหาให้โดดเด่นมากขึ้น

จากแนวคิดในเรื่องการผลิตรายการ และองค์ประกอบในการผลิตรายการโดยยึดหลัก Pre-Production ขั้นตอนเตรียมการผลิต, Production ขั้นตอนการผลิต และ Post-

production คือขั้นตอนหลังการผลิต ผู้วิจัยเห็นว่าควรยึดหลักทั้งสองแนวคิดนี้ในการเริ่มต้นทำรายการข่าวบันเทิงเพื่อผู้สูงวัย เพราะจะสามารถวางแผนได้อย่างรอบคอบ รัดกุม และถูกต้องตามหลักของขั้นตอนการผลิตรายการ รวมถึงนำไปใช้เป็นกรอบในการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อที่จะนำมาผลิตรายการข่าวบันเทิงเพื่อผู้สูงวัยต่อไป

3.2 แนวคิดเรื่องข่าวบันเทิง

ข่าวบันเทิง (Entertainment News) เป็นการผสมกันระหว่างรายการประเภทข่าว (Journalism) กับรายการประเภทบันเทิง (Entertainment) เนื้อหาจึงมีการนำเสนอเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่อยู่ในแวดวงบันเทิงโดยเฉพาะ นำเสนอออกมาในรูปแบบข่าว สกู๊ปสั้น ๆ กระชับ ในเวลาที่กำหนด เพื่อให้ผู้ชมได้รับสารอย่างชัดเจนในเวลาอันสั้น (Jaturawan, 2013 และ Apiromvijit, 2011 อ้างถึงใน พัชรินทร์, มนธิยา และ ธรณธร, 2561) ส่วนความหมายของคำว่า บันเทิงของ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ในเชิงเนื้อหาพบว่า ความบันเทิงมีองค์ประกอบของจินตนาการ (Fantasy) และความไม่เครียด สนุกสนาน (Entertain) ส่วนคำว่าข่าวเป็นเรื่องของสาร (Substance) บันเทิงคือเรื่องไม่มีสาร (Absurd) ทั้งสองคำมารวมกันจึงกลายเป็นขั้วตรงกันข้าม ข่าวบันเทิงเป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในการติดตามเนื่องจากมีลักษณะเป็นข่าวเบา (soft news) ไม่เครียด ต่างจากข่าวที่เน้นหนักไปทางสารความรู้ผ่านการรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ในบ้านเมือง โดยจะนำเสนอความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิง โดยเฉพาะ ทั้งศิลปิน ดารา นักแสดง นักร้อง ผลงานทางด้านภาพยนตร์ ละคร ดนตรี ศิลปกรรม วรรณกรรม (วรางคณา, 2559 อ้างถึงใน อานนท์, 2561) โดยข่าวบุคคลในแวดวงบันเทิง เป็นที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจและสามารถเข้าถึงได้ง่ายเป็นที่รู้จัก ส่งผลให้การติดตามข่าวบันเทิงสามารถนำไปเป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตประจำวันของผู้รับสารได้ โดยใช้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมข่าวบันเทิงจึงเป็นที่นิยม (อรวี บุณนาค, 2554) (เอกธิดา เสริมทอง, 2561) ได้กำหนดตัวชี้วัดคุณค่าของข่าว ว่าในแต่ละข่าวนั้นมีความน่าสนใจที่ประชาชนควรต้องรู้อย่างไรบ้างเพราะส่งผลกระทบต่อคนหมู่มาก

3.3 คุณค่าของข่าวควรมีหลักการดังนี้

3.3.1. ความสดใหม่ รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ (Timeliness or Immediacy) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ผู้รับข่าวสารต้องการทราบเหตุการณ์ที่ทันท่วงที โดยเฉพาะถ้าทราบก่อนใคร เพื่อจะนำไปบอกต่อ พูดคุย ปรับปรุง แก้ไข และพร้อมรับสถานการณ์

3.3.2. ความใกล้ชิด (Proximity or Nearness) คือ ความใกล้ชิดระหว่างผู้รับสารกับเรื่องราวเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ผู้คนมักจะสนใจเรื่องราวที่ใกล้ตัวมากที่สุด หรือมีตนเองเป็นส่วนเกี่ยวข้อง

3.3.3. ความโดดเด่น หรือความมีชื่อเสียง (Prominence) คือบุคคล สถานที่ การกระทำ หรือเหตุการณ์ ที่กำลังมีชื่อเสียง อยู่ในกระแสเป็นที่สนใจได้มากกว่า

3.3.4. ผลกระทบ (Impact or Consequence) คือ เหตุการณ์ใหญ่ ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อคนหมู่มากมักจะเป็นที่น่าสนใจมากกว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับคนหมู่น้อย

3.3.5. ความแปลก ความผิดปกติ หรือผิดธรรมชาติ (Unusualness or Oddity) คือข่าวที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเรื่องลึกลับ ชวนให้ติดตาม ข่าวลักษณะนี้ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ผู้รับสาร แต่ไม่ควรนำเสนอมากเกินไป

3.3.6. ความมีเงื่อนงำ (Suspense) เหตุการณ์ที่มีเรื่องราวซับซ้อนให้ต้องติดตาม ค้นหาความจริง มีเบาะแสที่ละนิดหรือยังไม่ถูกแก้ไข ลักษณะคล้ายกับดูละคร ผู้รับสารจะมีความรู้สึกอยากติดตามดูต่อไปเรื่อย ๆ

3.3.7. ความขัดแย้งหรือการแข่งขัน (Conflict or Combat) คือ การนำเสนอข่าวที่มีประเด็นเป็นมูลเหตุจากความขัดแย้ง มีประเด็นแต่ละฝ่ายโต้ไปมา หากดูลงตัวไม่ได้

3.3.8. ข่าวเร้าอารมณ์ (Emotion or Human Interest) คือ ข่าวที่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึกสะท้อนใจ ตื่นเต้น หรือสงสาร จะสามารถเป็นกระแสที่พูดถึงในสังคมของผู้รับสาร

3.3.9. เรื่องทางเพศหรือเรื่องอื้อฉาว (Sex and Scandals) เช่นข่าวการแต่งงาน ข่าวการหย่าร้าง ข่าวทำนองขู้สาว หรือข่าวการถูกล่วงละเมิดทางเพศ เป็นข่าวที่เกิดขึ้นรายวันและได้รับความสนใจจากผู้รับสารไม่น้อย

3.3.10. ความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลง (Progress and Change) ข่าวสารที่เกี่ยวกับการพัฒนาค้นพบสิ่งประดิษฐ์ใหม่ เช่น หุ่นยนต์ ตัวยารักษาโรค เป็นต้น

3.3.11. ภัยพิบัติ (Disaster) คือข่าวเกี่ยวกับภัยธรรมชาติที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินทั้งในถิ่นที่อยู่หรือต่างถิ่น แม้กระทั่งข่าวก่อการร้ายที่ทำให้เกิดสงครามใหญ่ เป็นต้น

คุณค่าเหล่านี้เป็นถือเป็นองค์ประกอบในการนำเสนอข่าวสารเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสารหรือให้คุณค่าในแง่ใดแง่หนึ่ง ในส่วนของเนื้อหาข่าวบันเทิง (พัชรินทร์, 2560) ได้กำหนดว่าข่าวบันเทิงในหมวดใดที่มีการนำเสนอมากที่สุดเรียงลำดับ ดังนี้

3.4 เนื้อหาข่าวบันเทิง

3.4.1. เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวส่วนตัว ของศิลปิน ดารา นักแสดง นักร้อง หรือผู้มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ที่อยู่ในแวดวงบันเทิง โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องคู่รักใหม่ เลิกรากัน มือที่สาม

ห้องก่อนแต่ง เรื่องคู่พระเอกนางเอกที่แฟนคลับ (Fan club) (ความหมายของพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายความว่า เป็น กลุ่มคนที่ชอบหรือคลั่งไคล้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยคำนี้มาจาก คำว่า Fanatic (แฟ-เน-ติก) ซึ่งหมายถึง ความคลั่งไคล้ ตั้งใจลุ่มอยากให้มีผลงานละครร่วมกันหรืออยากให้เป็นคู่รักกันจริง ๆ รวมถึงเรื่อง ชีวิตส่วนตัวเช่น ตามหาครอบครัว ชีวิตตกอับ การเสียชีวิต หรือมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

3.4.2. เนื้อหาเกี่ยวกับผลงาน ของศิลปิน ดารา ที่นำเสนอ เช่นผลงานละคร ชิทคอม รับประทานอาหาร มีความแปลกใหม่ น่าสนใจอย่างไร หรือเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเบื้องหลังที่หาชมได้ยาก การเปิดตัวภาพยนตร์ บวงสรวงละคร เป็นต้น

3.4.3. เนื้อหาที่เกี่ยวกับวงการเพลง การออกเพลงใหม่ ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำมิวสิควิดีโอ เปิดตัวคอนเสิร์ตใหญ่ หรือการกลับมารวมตัวกันของนักร้องที่เคยมีชื่อเสียง แม้กระทั่งนักแสดงหันมาจับไมค์ เป็นต้น

3.4.4. เนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เป็นการซื้อเวลาออกอากาศเพื่อโปรโมทสินค้าหรือบริการ โดยการคัดสรรแต่ละครที่นำเสนอออกไปต้องผ่านหน้าที่ของบรรณาธิการข่าว ซึ่งเป็นหน้าที่ที่สำคัญที่สุด ที่จะตัดสินใจนำข่าวสารใดออกสู่ผู้รับสารโดยส่งผลกระทบต่อไปในวงกว้างสามารถสร้างอิทธิพลทางความคิดได้ ตามแนวคิดของเคิร์ท เลอวิน (Kurt Lewin) นักจิตวิทยาสังคมชาวเยอรมัน ว่าในกระบวนการสื่อสารนั้น จะต้อง มีผู้หนึ่งที่ทำหน้าที่กั้นกรองข่าวสาร ก็คือ ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร คือทฤษฎีผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper Theory) ที่กล่าวถึงการที่นักสื่อสารมวลชนมีหน้าที่คัดสรร กรองกรอง เน้นย้ำเรื่องราวต่าง ๆ ก่อนที่จะปล่อยประตูไปยังผู้รับสาร จะเลือกปิดหรือเปิดประตูข่าวสาร อำนาจหน้าที่นั้นต้องอยู่ในมือบรรณาธิการโดยกองบรรณาธิการข่าวโดยส่วนใหญ่ก็มีคดีความ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 หรือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 ตามมาซึ่งสามารถทนความผิดได้ดังนี้ อันดับหนึ่ง หมิ่นประมาท บุคคล อันดับสอง อาชญากรรมคอมพิวเตอร์โดยแท้ อันดับสาม ดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ พระราชินี และรัชทายาท อันดับสี่ ความผิดฐานฉ้อโกง หรือหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต อันดับห้า เผยแพร่ภาพลามก อันดับหก เผยแพร่โปรแกรมที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย อันดับเจ็ด เนื้อหาที่เกี่ยวกับความมั่นคง และเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่สามารถระบุได้ (สาวตรี สุขศรีและคณะ,อ้างถึงใน เสาวลักษณ์ ศรีสุวรรณ ,2563) สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (ctj.or.th, 2563) ได้ระบุจริยธรรมอาชีพสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

1. ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น
2. ให้ประชาชนได้ทราบข่าวเฉพาะที่เป็นจริง การเสนอข่าวสารใด ๆ ออกพิมพ์โฆษณาเผยแพร่ ถ้าปรากฏว่าไม่ตรงตามความเป็นจริง ต้องรีบจัดการแก้ไขให้ถูกต้องโดยไว
3. ในการได้มาซึ่งข่าว ภาพ หรือข้อมูลอื่นใดมาเป็นของตน ต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์เท่านั้น
4. เคารพในความวางใจของผู้ให้ข่าว และรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว
5. ปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือหมู่คณะใด ๆ โดยไม่ชอบธรรม
6. ไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติหรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ฉะนั้นจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ทำหน้าที่ในแวดวงข่าวทุกลำดับทั้งข่าวสารทั่วไปหรือข่าวบันเทิงพึงมี ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว คนเขียนข่าวช่างภาพ ทีมติดต่อ ไปจนถึงบรรณาธิการข่าว

หากกล่าวถึงรายการบันเทิงในประเทศไทยปัจจุบันมีหลายรายการในแต่ละสถานีที่ผลิตขึ้นมาในหลากหลายรูปแบบ บางรายการนำเสนอข่าวบันเทิงในรูปแบบประกาศข่าว บางรายการนำเสนอในรูปแบบการนั่งคุยวิเคราะห์เล่าข่าว บางรายการนำเสนอในรูปแบบสอหดแทรกผลงานละครหรือเพลงในแต่ละสถานี ซึ่งก็ล้วนผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของฐานคนดูในแต่ละช่องสถานี ยกตัวอย่างเช่น รายการ Oneบันเทิง ทางช่อง One31 ออกอากาศเวลา 12.15 น. ออกอากาศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 และในช่วงข่าวเย็นช่องOne 17.00



ภาพประกอบ 5 รายการข่าวบันเทิง Oneบันเทิง

ที่มา: www.facebook.com/oneบันเทิง.2564.

ต่อมาช่องOne31ได้ตัดยอดรายการบันเทิงออนไลน์ขึ้นมาอีก 1 รายการ เป็นการนั่งเล่าข่าวโดยมีพิธีกร 3 คน คือ พิธีกรจากสื่อโทรทัศน์ 1 คน ผู้สื่อข่าว 1 คน และ คนเขียนข่าวอีก 1 คน เป็นการเล่าโดยผู้ลงนามเองเพื่อความเจาะลึกแวดวงบันเทิง ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี 18.30 น. ในเพจ Oneบันเทิง ชื่อรายการ “ย่าบ้านเท็ง”



ภาพประกอบ 6 รายการข่าวบ้านเท็ง ย่าบ้านเท็ง

ที่มา: www.facebook.com/oneบันเทิง. 2563.

ในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ในอดีตช่วงครอบครัวบ้านเท็งเคยออกอากาศในโทรทัศน์ช่อง 3 แต่ต่อมาได้มีการปรับมาเป็นรูปแบบออนไลน์ในชื่อ “ครอบครัวบ้านเท็งออนไลน์” ทุกวันจันทร์ – ศุกร์ 08.00 น. ในเพจ เรื่องเล่าเช้านี้โดยใช้พิธีกรเป็นคนเบื้องหลังแวดวงบันเทิง



ภาพประกอบ 7 รายการข่าวบ้านเท็ง ครอบครัวบ้านเท็งออนไลน์

ที่มา: www.facebook.com/เรื่องเล่าเช้านี้. 2563.

รายการ “เรียงคิวบันเทิง” ออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 16.00 น. หรือปรับเปลี่ยนตามศิลปินรับเชิญ ทาง www.sanook.com และ ทางเพจ Facebook sanook



ภาพประกอบ 8 รายการข่าวบันเทิง เรียงคิวบันเทิง

ที่มา: [www.facebook.com/sanook. 2560.](https://www.facebook.com/sanook.2560)

จากรายการบันเทิงที่ยกตัวอย่างมาข้างต้นจะเห็นว่าปัจจุบันมีแนวโน้มการหันมาทำรายการทางออนไลน์มากขึ้นหรือทำควบคู่กันไปทั้งสื่อดั้งเดิม (Old media) โทรทัศน์ และสื่อใหม่ (New media) Facebook YouTube กันมากขึ้น

การจะหาแนวคิดเรื่องของช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยนั้น ควรใช้ข้อมูลเรื่องรายการสำหรับผู้สูงวัยและรายการข่าวบันเทิงมาเป็นส่วนประกอบ จะทำให้เห็นมิติต่าง ๆ ในการผลิตของข่าวบันเทิงและความต้องการจากผู้สูงวัยที่จะยอมรับในการติดตามดูข่าวสารแต่ละข่าว ซึ่งเหตุผลของผู้ติดตามข่าวสารบันเทิงอาจจะมองรายการข่าวบันเทิงเป็นการอัปเดตข้อมูลเพื่อความบันเทิงไม่เครียด แต่หากมองลึกลงไปกว่านั้นข่าวสารบันเทิงทั่วไปที่เห็นปัจจุบันไม่ใช่เพื่อความบันเทิงที่ผู้รับข่าวสารต้องการแต่เพียงอย่างเดียว ยังเป็นข่าวสารความตลกรำ (drama) ซึ่งคำนี้หากแปลตรงตัวจากพจนานุกรม หมายถึง ละคร หรือเรื่องราวที่เกินจริง ในทางบันเทิงหรือในโลกโซเชียลจึงใช้คำนี้แทนเรื่องราวที่กล่าวถึงแล้วสนุก รั้าใจ ชวนติดตามจากรีวิวของศิลปิน ดารา นักแสดง ก่อให้เกิดความใคร่รู้ โดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้ง ปัญหาของคู่รักดารา สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดการอยากตามหาข้อเท็จจริง เป็นแรงจูงใจในการผลักดันเพื่อแสวงหาคำตอบสนองตามพื้นฐานความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีของ Maslow (ประภัสสร, 2560) เพื่อค้นพบคำตอบให้กับตนเอง เมื่อได้คำตอบในเรื่องนั้นแล้วก็จะเกิดความต้องการใหม่ขึ้นมาแล้ว

ค้นหาติดตามข่าวสารนั้น ๆ ต่อไป ดังนั้นการนำเสนอช่องข่าวบันเทิงโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงมาประกอบกับแนวคิดผู้สูงวัยจะทำให้เกิดช่องข่าวบันเทิงที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยมากขึ้น

4.แนวคิดเกี่ยวกับLINE Official Account

LINE Official Account คือบัญชี LINE รูปแบบใหม่โดยบริษัท LINE ที่ใช้แชทคุยกันอยู่ในปัจจุบันเกือบทุกคน โดยเปลี่ยนแปลงจาก LINE@ ที่ถือว่าเป็นอีกหนึ่งอาวุธของพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ ใช้ในการปิดการขายกับลูกค้าผ่านการพูดคุยตอบโต้ โดยในปัจจุบันมีการปรับปรุงครั้งใหญ่มาเป็น LINE Official Account หรือ LINE OA เพื่อรองรับลูกค้า SME (ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) และลูกค้าองค์กรให้มาใช้บริการภายใต้แพลตฟอร์มเดียวกัน ที่ผ่านมา LINE@ ได้รับความนิยมนอย่างมากสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในไทย โดยมีบัญชีผู้ใช้งานมากกว่า 2.7 ล้านราย จากทั้งหมดประมาณ 3 ล้านราย (Nipa, 2020) แต่ปัญหาของ LINE@ คือความถี่ในการส่งข้อความจนเกิดเป็นการรบกวนลูกค้ามากเกินไป และการบริการที่ไม่ละเอียดครอบคลุม ด้วยเหตุนี้บริษัท LINE จึงพัฒนาแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับการใช้งานในเชิงธุรกิจมากขึ้นในชื่อ LINE Official Account โดยผู้วิจัยได้รวบรวมองค์ประกอบเด่น ๆ จาก (โสภา พิมพิสิริพานิชย์, 2562) ที่กล่าวถึงประโยชน์การใช้งาน LINE Official Account ดังต่อไปนี้

4.1 LINE OFFICIAL Account มีบัญชีที่แบ่งออกมาเป็น 3 ประเภท คือ

4.1.1 บัญชีทั่วไป (Unverified Account) มีสัญลักษณ์เป็นโลโก้เทา เป็นบัญชีบุคคลทั่วไปหรือร้านค้าออนไลน์อื่นๆ ที่สามารถใช้บริการได้เหมือนบัญชีฟรีเมียมและบัญชีรับรอง แต่จะไม่สามารถค้นหาเจอได้จากการสุ่มพิมพ์คำสำคัญ (keyword) และสามารถซื้อบัญชีฟรีเมียมหรือซื้อแพ็คเกจเพิ่มเติมได้ภายหลัง

4.1.2 บัญชีรับรอง (Verified Account) มีสัญลักษณ์เป็นโลโก้สีน้ำเงิน คือบัญชีที่ได้รับการรับรองจาก LINEตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนด เป็นธุรกิจที่มีการจดทะเบียนหรือมีหน้าร้าน มีสถานที่ประกอบการชัดเจน ประกอบธุรกิจโปร่งใสอยู่ในศีลธรรม สามารถค้นหาเจอได้จากการสุ่มพิมพ์คำสำคัญ (keyword) ในแอปพลิเคชัน LINE

4.1.3 บัญชีฟรีเมียม (Premium Account) มีสัญลักษณ์เป็นโลโก้เขียว คือบัญชีรูปแบบพิเศษซึ่งเงินไขต้องติดต่อกับบริษัท LINE โดยตรง สามารถค้นหาเจอได้จากการสุ่มพิมพ์คำสำคัญ (keyword) ในแอปพลิเคชัน LINE เช่นหากต้องการค้นหาโรงงานผลิตครีม ก็จะได้แสดงผลขึ้นมาแม้ไม่ได้ติดตามอยู่ ทำให้ลูกค้าสามารถเจอบัญชีของร้านค้าได้ง่ายขึ้น

4.2 เครื่องมือ Rich Content สามารถใช้งานได้ทุกบัญชี ต่างจาก Line@ ที่มีกาใช้งานได้เฉพาะบัญชีระดับสูง โดยแบ่งเป็น

4.2.1 Rich Message คือรูปภาพสี่เหลี่ยมจัตุรัส ที่สามารถฝังลิงค์ที่รูปภาพได้และสามารถฝังได้สูงสุด 6 ลิงก์ใน 1 รูปภาพหากอยากกระตุ้นให้คนแตะลิงก์ เช่น ลิงก์ยูทูป ลิงก์เฟซบุ๊ก ต้องออกแบบภาพให้เสมือนมีปุ่ม และข้อดีคือจะกระตุ้นให้คนสนใจเพราะขนาดรูปจะใหญ่เต็มจอ และประหยัดข้อความที่เราจะส่งถึงลูกค้า โดยข้อความทั้งหมดจะถูกยัดลงในลิงก์

4.2.2 Rich Video เป็นวิดีโอที่มีขนาดใหญ่เต็มจอเมื่อถือและจะเล่นอัตโนมัติ สามารถใส่ลิงก์เพิ่มเข้าไปได้ โดยเพิ่มปุ่มแอ็กชัน และระบุว่าจะให้แสดงชื่อว่าอะไร เช่น ดูเพิ่มเติม สมัคร เป็นต้น โดยไฟล์ขนาดไม่เกิน 200 MB

4.2.3 Rich Menu เป็นเมนูที่ปรากฏบริเวณแบนเนอร์ขณะที่ลูกค้าใช้บริการ สามารถฝังลิงก์ไว้ในรูปภาพนั้น ๆ ได้ โดยสามารถเลือกรูปแบบได้ว่าเมื่อลูกค้ากดจะให้ตอบกลับเป็นรูปแบบใด และสามารถกำหนดเวลาได้ว่าจะให้แสดงผลตั้งแต่วันที่เท่าใดถึงเท่าใด

4.3 สร้าง LINE Chatbot คือการตั้งค่าข้อความอัตโนมัติ โดยสามารถสร้างไว้ได้หลายข้อความและตั้งค่าวัน เวลา เพื่อที่จะให้ระบบทำงานได้ หากเวลาซ้อนกัน ระบบก็จะสุ่มแสดงผลข้อความที่เวลาทับซ้อนสลับกันไป หากไม่ได้ตั้งเวลาข้อความจะทำงานตลอดเวลาที่มีลูกค้าแชทเข้ามา นอกจากนี้ยังสามารถตั้งค่าคำสำคัญ (Keyword) ที่ลูกค้าแชทเข้ามาหาได้เพื่อสามารถตอบกลับลูกค้าได้โดยอัตโนมัติ เช่น “ขอเบอร์บัญชี” เราก็สามารถตั้งค่าไว้เพื่อตอบกลับเป็นเลขที่บัญชีได้เลย เป็นต้น หากอยากแชทตอบกลับข้อความเองก็สามารถตั้งค่าเวลาเพื่อตอบกลับข้อความเองได้อีกด้วย

4.4 ระบบ Analytic หรือการวิเคราะห์ข้อมูล LINE Official Account จะมีระบบการแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูล จำนวนผู้ติดตาม จำนวนข้อความที่ส่งพร้อมกัน จำนวนข้อความแชท จำนวนการมีส่วนร่วมในแต่ละโพสต์ โดยแสดงผลเป็นกราฟแบ่งตามสีต่าง ๆ เพื่อให้ดูได้ง่าย นอกจากนั้นยังสามารถส่งข้อความแบบระบุกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำมากขึ้น ด้วยการเลือกเพศ อายุ ตำแหน่งที่อยู่ รวมถึงความยาวนานในการเพิ่มเป็นเพื่อนกันมา ดังนั้นในการส่งข้อความแต่ละครั้งจะสามารถทำได้แม่นยำมากขึ้นเพราะใช้ข้อมูลเหล่านี้มาเจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงเห็นแล้วว่า LINE Official Account เหมาะสมที่จะใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย เนื่องจากประโยชน์แต่ละข้อดังที่ระบุมานี้ สามารถอำนวยความสะดวกสำหรับใส่รายการที่เป็นคลิปวิดีโอ ภาพนิ่งข่าว หรือโฆษณาโปรโมชันผลิตภัณฑ์สินค้า

ต่าง ๆ ผ่านลิงก์ก็ได้ รวมไปถึงการตั้งระบบตอบกลับข้อความอัตโนมัติ จะช่วยอำนวยความสะดวกในแง่ที่อยากจะทักทายผู้สูงวัยในแต่ละวันตามช่วงเวลาสำคัญได้อีกด้วย

5.ทฤษฎี Product Placement

Ford and Ford (1993) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า Product Placement หมายถึงการนำสินค้าหรือบริการไปใส่หรือแทรกไว้ในรายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์โดย มีการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินหรือสินค้าให้กับ ผู้ผลิตหรือเจ้าของรายการนั้น ๆ โดยที่อาจจะมีตัวสินค้าและบริการแฝงอยู่ในคอนเทนต์ทั้งแบบจงใจหรือแนบเนียน หรือกล่าวคือการทำให้สินค้าปรากฏอยู่ในรายการ (กุลนารี เสือโรจน์ , 2563) สอดคล้องกับการให้ความหมายของ (เสรี วงษ์มณฑา,2546) ว่า Product Placement คือการอธิบายสินค้าด้วยการสอดแทรกลักษณะของสินค้าเข้าไปในส่วนที่ไม่ใช่เนื้อหาของโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคซึมซับได้อย่างแนบเนียนที่สุด

ประเภทของโฆษณาแฝง

(ปวรยศ จันทรเพ็ญ, 2560, น. 102-103) ได้อธิบายลักษณะของโฆษณาแฝงหรือ Product Placement ว่าสามารถแบ่งออกได้ 5 รูปแบบดังนี้

1.การแฝงภาพกราฟิก มีการปรากฏตราสัญลักษณ์เกิดขึ้น อาจมีในภาพข่าวหรือในขณะพิธีกรกำลังเล่าอยู่ตรงมุมใดมุมหนึ่ง

2.การแฝงสปอตสั้น เช่นมีเสียงพากย์ขึ้นมาว่า สนับสนุนโดย และเอ่ยชื่อพร้อมปรากฏภาพตราสัญลักษณ์นั้นแบบเต็มจอ

3.การแฝงกับวัตถุ คือการใส่แผ่นป้ายตราสินค้าหรือตัวสินค้า เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในรายการโดยไม่ใช้ภาพกราฟิก เช่น อาจวางบนไว้นบนโต๊ะในกรณีที่พิธีกรนั่งเล่าข่าวเพื่อให้อ่านสามารถจับภาพได้ เป็นต้น

4.การแฝงกับบุคคล คือการสอดแทรกสินค้าหรือตราสินค้าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกร เช่น สวมใส่เสื้อผ้าที่เป็นสีส้มหรือตราของสินค้านั้น ๆ และอาจให้จับหรือดื่ม เป็นต้น

5. การแฝงกับเนื้อหา เป็นการสอดแทรกสินค้าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหา รายการ ผ่านการบอกเล่าเชื่อมโยงเรื่องราวหรือสรรพคุณให้ตรงหรือสอดคล้องกลมเกลียวกับเนื้อหาข่าวสารที่ต้องการสื่อ

จากการให้ความหมายและการแบ่งประเภทของ Product Placement ข้างต้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าในปัจจุบันนี้ช่องทางการสอดแทรกตราสินค้าในรายการต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เราเห็นกันอยู่มากและปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเหล่านั้น แม้ไม่เคยสัมผัสหรือบริโภคเลย แต่ทราบว่าเป็นสินค้าประเภทใด ใช้อย่างไร และสรรพคุณคืออะไร สิ่งเหล่านี้

หมายความว่า Product Placement นั้นให้ประโยชน์กับเจ้าของสินค้า เพราะส่งผลต่อการรับรู้โดยตรงของผู้บริโภคและกลมกลืนไปกับการชมรายการมากกว่ามีโฆษณาคั่นเบรก ดังที่ (Mr.pond, marketingoops.com) กล่าวไว้ว่าระหว่างชมรายการหากมีโฆษณาสินค้ามาแทรก นั่นคือจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนหนีโฆษณาและอาจจะไม่ได้กลับมาชมรายการอีกเลย ดังนั้นวิธีการสอดแทรกผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าเข้าไปในเนื้อหาของรายการ ก็คือศาสตร์และศิลป์แห่งการทำ Product Placement ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการสื่อสารที่ยัดเยียดให้ผู้ชมได้เห็น และจดจำผลิตภัณฑ์อย่างแยบยลที่สุด โดยเฉพาะหากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการข่าวบันเทิงที่พัฒนาขึ้นมาสำหรับผู้สูงวัย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้สูงวัย

6.1 จุฑารัตน์ แสงทอง. (2560). **สังคมผู้สูงอายุ(อย่างสมบูรณ์): ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพ**.บทความวิชาการปีที่ 38 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน

ในปัจจุบันสังคมไทยกำลังเผชิญอยู่ในภาวะสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุผลจากเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุขมีความก้าวหน้าและความเจริญทัดเทียมกับชาติตะวันตก ประชากรไทยจึงมีอายุยืนยาวมากขึ้น และราว ๆ 10-20 ปี ข้างหน้าสังคมไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ และอัตราจะเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว เมื่อเกิดการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นนี้ ประชากรที่กำลังเข้าสู่วัยสูงอายุ และประชากรที่อยู่ในวัยผู้สูงอายุต้องเร่งตระหนักกับการเตรียมความพร้อมและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านร่างกายและจิตใจ ต้องปรับมุมมองใหม่ว่าตนไม่ใช่ภาระของสังคมและลูกขึ้นมาเห็นคุณค่าของตนเอง โดยการเตรียมตัวเพื่อให้ตนเองมีความรู้ ความสามารถ และมีศักยภาพ ความพร้อมที่จะช่วยกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวที่เกิดขึ้นเป็นเหตุที่ทำให้ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ จึงได้มีการวางแผน และกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้สูงวัยที่มีความหลากหลายและเหมาะสมเพื่อการพัฒนาไปสู่นโยบายที่มีความสอดคล้องต่อดำเนินชีวิตจริงในสังคมของผู้สูงวัย เป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการกำหนดแนวทางของการดำเนินงานส่งเสริม คุ้มครองด้านผู้สูงอายุ ให้เกิดความเท่าเทียมและเป็นไปในทิศทาง

เดียวกันของหลายๆ ประเทศทั่วโลก เพื่อรองรับสังคมผู้สูงวัยได้อย่างสมบูรณ์ได้มีประสิทธิภาพมากที่สุดจากบทความ สังคมผู้สูงอายุ(อย่างสมบูรณ์): ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพ ทำให้เห็นว่านับวันประชากรผู้สูงวัยเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วเนื่องจากจากวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้า แต่คนในสังคมหรือคนหนุ่มสาวกลับมองเห็นว่ากลุ่มผู้สูงวัยเป็นผู้ที่ต้องพึ่งพา

ผู้เฒ่าแบบเต็มตัว มองข้ามคุณค่าในตัวผู้สูงอายุ ซึ่งแท้จริงแล้วเราควรให้ความสนใจและความสำคัญกับกลุ่มผู้สูงอายุอย่างมากเนื่องจากเป็นส่วนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และอาจมีส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไปได้ในอนาคต จึงต้องคิดค้นสินค้าและบริการขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดผู้สูงอายุโดยเฉพาะในแง่ของจิตใจ ร่างกาย และสังคม เพื่อยกระดับสังคมสูงอายุให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

6.2 อนันต์ อนันตกุล. (2561). **สังคมสูงอายุ...ความท้าทายประเทศไทย**. เอกสารการประชุมราชบัณฑิตและภาคีสมาชิกสำนักธรรมศาสตร์และการเมือง ราชบัณฑิตยสภา

สังคมสูงอายุเป็นสถานการณ์ที่ไม่ใช่เฉพาะในประเทศไทยที่ควรตระหนักแต่เป็นสถานการณ์ที่โลกกำลังเผชิญ ซึ่งขณะนี้ ประชากรโลกได้กลายเป็นสังคมสูงอายุเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นร้อยละ 12 ของประชากรทั้งหมด ในประเทศไทยถือเป็นอันดับที่ 2 ของกลุ่มอาเซียน โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 16 กล่าวคือ 1 ใน 10 ของประชากรไทยมีอายุ 60 ปีขึ้นไปซึ่งได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และคาดว่าประเทศไทยจะเป็น “สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์” และคาดว่าประชากรไทยจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพราะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสุขภาพและการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น คนวัยทำงานต้องแบกรับภาระมากขึ้นในค่าใช้จ่ายด้านการเลี้ยงดูผู้สูงอายุ กำลังคนด้านการผลิตลดลง และในระยะยาวสังคมผู้สูงอายุจะมีการขอมลลดลงจากการวิเคราะห์สถานการณ์ของธนาคารโลก (World Bank) เพราะผู้สูงอายุมีเงินไม่เพียงพอแก่การดำรงชีพจึงไม่มีเงินเหลือออม ดังนั้น รัฐบาลจึงได้มีมาตรการเพื่อรองรับสถานการณ์ผู้สูงอายุที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็น ด้านสุขภาพ ด้านหลักประกันรายได้ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการประกอบอาชีพ เอกสารการศึกษาฉบับนี้ยังได้ศึกษาสถานการณ์สังคมสูงอายุในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ภูมิภาคอาเซียน ไปจนถึงระดับโลก โดยได้ยกตัวอย่างการบริหารจัดการสังคมสูงอายุของญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่เข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดก่อนประเทศอื่นในภูมิภาค เนื่องจากมีการวางระบบการจัดการสวัสดิการและระบบบำนาญรองรับไว้อย่างดี พร้อมทั้งเอกสารฉบับนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพิจารณาเกี่ยวกับมาตรการที่เหมาะสมสำหรับรองรับสังคมสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งถือเป็นความท้าทายของประเทศไทยในอนาคต

จากเอกสารการประชุมฉบับนี้จะเห็นได้ว่าหลายประเทศในโลกกำลังเผชิญกับสังคมสูงอายุแบบเต็มตัว จึงได้จัดทำเอกสารขึ้นมาเพื่อเป็นข้อพิจารณาและให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงสถานการณ์ของสังคมสูงอายุ ผู้วิจัยจึงเห็นได้ว่าแม้เราจะไม่ใช่หน่วยงานจากภาครัฐแต่เราควรมีส่วนร่วมหรืออย่างน้อยตระหนักถึงแนวทางที่จะรับมือกับผู้สูงอายุโดยเฉพาะคนใน

ครอบครัว หรือแม้กระทั่งเตรียมพร้อมสำหรับตนเอง สำหรับหนุ่มสาววัยทำงานที่จะต้องเป็นสังคมสูงวัยในอนาคต ดังนั้นในเรื่องนวัตกรรมของสินค้าและบริการสำหรับการรองรับสังคมสูงวัยจึงเป็นเรื่องที่ควรตระหนักเป็นอย่างยิ่งเพื่อส่งผลต่อเศรษฐกิจในภาพรวม

พฤติกรรมการใช้สื่อผู้สูงวัย

6.3 สุวิษ ธิระโคตร (2561). พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตและทัศนคติการใช้เนื้อหา ด้านสุขภาวะบนอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ,วารสารปีที่ 36 ฉบับที่ 1 : มกราคม - มีนาคม 2561

จากสถานการณ์ผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีจำนวนมากขึ้นในปัจจุบันประเทศไทยจึงต้องมีการวางแผนเพื่อทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยดีขึ้นในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะความต้องการที่จะให้ผู้สูงวัยสามารถพึ่งตนเองได้อย่างเต็มที่ อินเทอร์เน็ตจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สะดวกสบายรวดเร็วและน่าจะเข้าถึงผู้สูงวัยได้ไม่ยาก ผู้สูงวัยจึงหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก งานวิจัยนี้จึงมีการศึกษาและเปรียบเทียบการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงวัยที่มีอายุ 50-55 ปีที่มีประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพผ่านเฟซบุ๊ก และติดต่อสื่อสารกับเพื่อนซึ่งเป็นข้อดี อย่างไรก็ตามข้อเสียคือ ผู้สูงวัยบางคนเสพติดอินเทอร์เน็ตจนเกินไป และส่งผลเสียกับสุขภาพตามมา เช่น แสบตา เมื่อยคอ ปวดแขน เป็นต้น ต้องสร้างความตระหนักรู้เรื่องการใช้งาน ความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสาร และการรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตของผู้สูงวัย

จากงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่าผู้สูงวัยมีพฤติกรรมที่เปิดใจในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น เพราะมีข้อจำกัดค่อนข้างน้อยและสะดวกสบาย รวมทั้งสามารถรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตัวเองเพื่อเอามาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ผู้สูงวัยจึงเห็นความสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นกว่าเดิม จึงควรมีสินค้าบริการตอบโจทย์ในด้านนี้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงเห็นช่องทางสร้างธุรกิจโดยผ่านการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน Line Official Account สำหรับผู้สูงวัย เพื่อตอบสนองความต้องการตลาดของผู้สูงวัยโดยตรง และเพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงาให้กับผู้สูงวัยได้อีกด้วย

6.4 จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ , สันทัต ทองรินทร์ และวิทยาธร ท่อแก้ว. (2559). การพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2559

รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุมีแนวโน้มว่าจะเกิดใหม่มากขึ้น เนื่องจากประเทศไทย กำลังก้าวขึ้นสู่สังคมสูงวัย โดยมีปัจจัยที่จะนำไปสู่แผนในการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ 3 ปัจจัยด้วยกัน คือ 1) ปัจจัยภายนอก คือแนวโน้มของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น นโยบายทางภาครัฐ และ CSR ทางการตลาด 2) ปัจจัยภายใน แผนของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และนโยบายของ สถานีโทรทัศน์ 3) ปัจจัยด้านรายการ คือ คุณค่าของผู้สูงอายุตามวัฒนธรรม จิตวิทยาผู้สูงอายุ การขยายฐานอายุผู้ชม และรูปแบบรายการเพื่อผู้สูงอายุ โดยมี 4 รูปแบบ ได้แก่ รายการสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีอายุระหว่าง 60-65 ปี รายการสำหรับผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป รายการสำหรับผู้สูงอายุที่มี อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และรายการสำหรับผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้สูงวัยก็เพื่อรับข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข และเพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน จึง ควรมีรายการสำหรับผู้สูงวัยอย่างน้อย 10% ของผังรายในทก ๆ สถานีโทรทัศน์

จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการผลิต รายการเพื่อผู้สูงอายุไม่มากพอ โดยยังมีปริมาณอยู่น้อยมาก และบางรายการยังไม่สามารถฟันธงได้ว่าเป็น รายการสำหรับผู้สูงอายุอย่างแท้จริงซึ่งขัดแย้งกับปริมาณของผู้สูงอายุที่กำลังเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิต รายการต่าง ๆ ควรมีแผนหรือนโยบายในการเตรียมการผลิตรายการเพื่อผู้สูงอายุเพื่อที่จะตอบโจทย์ โดยตรงและยังสามารถอยู่รอดได้ในยุคที่กำลังแข่งขันเรตติ้งกันอีกด้วย

รายการข่าวบันเทิง

6.5 พัชรินทร์ รักสัตย์, มนทิรา ธาดานานวยชัย และ ธรรมธธร ปัญญาโสภณ . (2561). **กระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ**. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2561)

งานวิจัยนี้ศึกษาบทบาทหน้าที่ของ บรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว ซึ่งเป็นหน้าที่ สำคัญสำหรับการผลิตรายการข่าวบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกเนื้อหา คัดกรองและตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งที่ได้มา โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่รายการข่าวบันเทิงไม่ได้เกิดขึ้น เฉพาะในโทรทัศน์แต่เพียงอย่างเดียวแต่อยู่ในยุคหลอมรวมสื่อ คือมีการเพิ่มช่องทางนำเสนอผ่าน สังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก (Facebook) ,เว็บไซต์ (Website) ,ยูทูบ (YouTube) และ ไลน์ ทีวี (Line TV) เป็นต้น จากการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้บทบาทหน้าที่และกระบวนการผลิตรายการ ข่าวบันเทิงต้องมีศักยภาพในการทำงานที่หลากหลาย และรวดเร็วมากขึ้น อย่างใน 1 ข่าวหาก จะต้องมีการกระจายหลากหลายช่องทาง ก็ต้องมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายแถมยุ่งยาก ยิ่งขึ้น เลือกลงให้ถูกทางว่าสื่อใดควรนำเสนอแถมมิดทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เพื่อความเหมาะสม ส่วนผู้สื่อข่าวบันเทิงต้องมีความสามารถทั้งกระบวนการผลิตและนำเสนอข่าว เช่น ไปสัมภาษณ์

แหล่งข่าวด้วยตนเอง นำมาเขียนเรียบเรียง ตัดต่อ และลำดับภาพได้ รวมถึงสามารถใช้อุปกรณ์
รายงานข่าวจากสถานที่จริงได้ทุกรูปแบบเพื่อนำเสนอในสังคมออนไลน์ได้ทันท่วงทีอีกด้วย

จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าในยุคหลอมรวมสื่อที่ผู้คนสามารถรับข่าวสารจาก
สังคมออนไลน์ได้มากขึ้น บทบาทหน้าที่ของทีมนิเทศวิทยากรก็ต้องปรับตัวตามเช่นกัน เพราะสังคม
ออนไลน์นั้นไปเร็วมาก แร่ข่าวเร็วมาก มีภาพประกอบจากคนอื่นที่อยู่ในสถานที่นั้น แต่ด้วยความ
เป็นสื่อเราจะสามารถทำงานให้ทันต่อความอยากรู้เหตุการณ์ได้ทันท่วงทีของผู้รับสารอย่างไรที่
สำคัญข่าวสารนั้นต้องกรองแล้วว่าเป็นข้อเท็จจริงไม่ได้ถูกบิดเบือน ฉะนั้นในหนึ่งตำแหน่งหน้าที่
ยุคนี้จะต้องสามารถทำได้หลายอย่าง และเลือกรูปแบบให้เหมาะสมต่อการนำเสนอทั้งทาง
โทรทัศน์และสื่อออนไลน์อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องหาคำตอบจากการสื่อสารข่าวบันเทิง
ผ่านช่องทาง Line Official Account ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางการสื่อสารข่าวบันเทิงรูปแบบใหม่เพื่อให้
ตรงใจผู้สูงวัยมากที่สุด

6.6 กฤษณะ แสงจันทร์. (2562). **สถานการณ์ข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราดูมี
ชื่อเสียงในยุคดิจิทัลผ่านการกำหนดวาระข่าวสาร**. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (ว.ม.)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2557), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำโปรแกรมนิเทศศาสตร์ (ดิจิทัล
มัลติมีเดีย) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สำหรับการนำเสนอข่าวบันเทิง การกำหนดวาระข่าวสารถือเป็นส่วนสำคัญ ว่าผู้ส่ง
สารสื่อสารอะไรหรือให้ความสำคัญใดก็จะส่งผลโดยตรงต่อผู้รับสารด้วย ในอดีตการกำหนดวาระ
ข่าวสารส่วนใหญ่จะเป็นข่าวใหญ่ระดับประเทศที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง แต่ในปัจจุบันเรากำลัง
อยู่ในยุคดิจิทัลที่มีสื่อและช่องทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และเกิดการตอบโต้ ไม่ได้เป็นผู้รับสาร
แต่เพียงผู้เดียว การกำหนดวาระข่าวสารจึงมีมิติที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะข่าวที่เกี่ยวข้อง
กับบุคคลที่มีชื่อเสียงอย่างข่าวบันเทิง เราจะเห็นได้จากเพจเฟซบุ๊กต่าง ๆ ที่มีการแชร์ข่าวดาราดู
สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และมีการตอบโต้ได้ในทันที หมายถึงผู้รับสารสามารถตอบโต้หรือ
แชร์ข้อมูลออกไปได้ สร้างการรับรู้ในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบคลิปวิดีโอ ภาพนิ่ง
เป็นอัลบั้ม หรือการเขียนข่าว เป็นกระบวนการรูปแบบในการนำเสนอที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีที่
ทันสมัยขึ้น จึงได้รับการคอมเมนต์แสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็เชิงทัศนคติ หรือเชิงข้อมูลของ
ผู้รับสาร ทำให้เกิดแหล่งข่าวใหม่หรือต่อยอดในการนำเสนอเพื่อการติดตามข่าวบันเทิงที่น่าสนใจ
ต่อไป

จากการกำหนดวาระข่าวสารของงานวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับกระบวนการนำเสนอข่าวบนเท็งในปัจจุบันที่การแชร์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียจำเป็นต้องตอบโต้ตอบมากขึ้น สิ่งที่สื่อสารไปในช่องทางใหม่เหล่านี้ เป็นประเด็นให้กำหนดวาระข่าวสารครั้งต่อ ๆ ไปมีความสำคัญชวนติดตามมากขึ้น ต่อยอดจากข้อมูลและทัศนคติของผู้รับสารในวงกว้าง ว่าช่วงใดควรนำเสนอข่าวสารแบบใด ดาราท่านใดมีประเด็นที่ควรนำเสนอในช่วงที่กำลังมีประเด็นอยู่หรือไม่ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการติดตามของผู้รับสาร แม้กระทั่งการนำเสนอข่าวบนเท็งต่อผู้สูงวัย ก็ควรใช้วาระการกำหนดข่าวสารว่าผู้สูงวัยมีทัศนคติต่อดารากลุ่มใดแบบใด ชอบข่าวแนวไหน และเหมาะสมที่จะนำเสนอหรือไม่ จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารที่เป็นผู้สูงวัยมากน้อยเพียงใด สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการติดตามรายการข่าวบนเท็งทั้งสิ้น

6.7 เอกธิดา เสริมทอง. (2561). **ข่าวบนเท็ง ... กรอบจำกัด และการพัฒนา.** บทความวิชาการปีที่ 18 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2561

ข่าวบนเท็งถือเป็นข่าวสารรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมอย่างมาก ปัจจุบันเราจึงเห็นรายการข่าวบนเท็งเกิดขึ้นใหม่มากมายจากสื่อต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น นักวิชาการกล่าวว่ามีข้อบ่งชี้ว่าผู้ที่ชื่นชอบการดูข่าวบนเท็งโดยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยรับชมเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น อยากทราบข่าวสารก่อนใคร ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม ไม่ต้องการตกเทรนด์ และต้องการคลายเครียดจากการทำงานหรือสิ่งที่ต้องเผชิญในชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ต่อยอดว่าการรับชมข่าวบนเท็งเป็นการชมเพื่อประโยชน์ทางใจมากกว่าปัญญาไม่อาจพัฒนาไปสู่การเพิ่มเติมประโยชน์ใด ๆ ให้กับผู้รับชม นอกจากนี้ในปัจจุบันพบว่าอำนาจในการผลิตข่าวถูกเปลี่ยนกลายเป็นคนในแวดวงบนเท็งด้วยกันเองเป็นผู้สื่อข่าวทำให้การใช้พื้นที่ในการสื่อสารข่าวบนเท็งเป็นพื้นที่ที่ใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน เพราะฉะนั้นหากอยากพัฒนาและยกระดับข่าวบนเท็งไทยผู้ผลิต ผู้บริโภค และภาครัฐ ควรร่วมมือกันอย่างจริงจัง

ข่าวบนเท็งเป็นข่าวสารที่ส่วนใหญ่ถูกมองว่าไร้สาระ ไม่ได้ประโยชน์ทางปัญญา รับชมเพื่อประโยชน์ทางใจ แต่นั่นคือข้อที่ถูกต้องสำหรับจุดประสงค์การทำข่าวบนเท็งสำหรับผู้สูงวัยในหัวข้อที่ผู้วิจัยต้องการพัฒนา เพราะผู้สูงวัย ต้องการรับชมรายการบนเท็งเพื่อความคลายเครียด คลายเหงา เพื่อประโยชน์ทางใจอยู่แล้วเป็นทุนเดิม หากอยากได้ประโยชน์ได้ความรู้ก็ต้องเป็นรายการเพื่อสุขภาพ ซึ่งก็ชัดเจนว่าไม่ใช่รายการบนเท็ง เพราะรายการบนเท็งจุดประสงค์ของการรับชมนั้นก็ชมเพื่อความบันเทิงดังชื่ออยู่แล้ว

การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย

6.8 บุญรัฐ ฉัตรเสาวภักดิ์. (2560). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียสำหรับรายการโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก จึงเป็นช่องทางที่จะสามารถสื่อสารต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้นักการตลาดใช้ช่องทางนี้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของรายการโทรทัศน์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เป็นการประชาสัมพันธ์ข้ามประเภทสื่อและหาวิธีการประเมินผลว่ารายการโทรทัศน์นั้นใช้กลยุทธ์สื่อสารบนแพลตฟอร์มของโซเชียลมีเดียนี้ประสบความสำเร็จหรือไม่ เพื่อเป็นหลักฐานให้ทีมผู้ผลิตรายการมีโอกาสที่จะขายพื้นที่โฆษณาสำหรับเจ้าของสินค้า โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด คือ การทำงานร่วมกันของทีมผลิตรายการโทรทัศน์กับทีมโซเชียลมีเดียของรายการโทรทัศน์ การสร้างเนื้อหาเพื่อสื่อสารรายการผ่านโซเชียล การใช้พลังของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในโซเชียลมีเดีย สร้างชุมชนผู้ชมรายการ การเกิดเนื้อหาที่ผู้รับสารสร้างขึ้นเอง และรับฟังความรู้สึกของผู้ชมนั่นเอง

ในโลกของโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อการสื่อสารรายการโทรทัศน์หรือรายการข่าวบันเทิง ในแง่ของผู้ชม อาจจะสามารถเข้าถึงผู้คนที่ได้ง่ายกว่าและมีรูปแบบตัวชี้วัดความนิยมที่ละเอียดหลากหลาย มีกระแสตอบรับที่ชัดเจนว่าดีหรือไม่ ดังนั้นเราควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เพราะมีผลต่อการขายพื้นที่โฆษณาสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ หากได้รับความนิยมมากก็จะมีโฆษณาเข้ามาเป็นเม็ดเงินมากขึ้น

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นเรื่อง “การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ” การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือ วัฒนธรรมพรรณนา (Ethnography) โดยการศึกษาในครั้งนี้จะ เริ่มการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่ช่วง เดือนกุมภาพันธ์ 2563 – เดือนพฤษภาคม 2564 ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1.การคัดเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล
- 5.การออกแบบองค์ประกอบศิลป์
- 6.การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ

1.การคัดเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรทั้งชายและหญิงโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภครที่เป็นผู้สูงอายุโดยมีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิงอย่างน้อย 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และกลุ่มผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรทั้งชายและหญิงโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภครที่เป็นผู้สูงอายุโดยมีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิงอย่างน้อย 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และกลุ่มผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1. ผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัย

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์เพื่อที่จะทราบถึงความต้องการ เนื้อหา รูปแบบ และองค์ประกอบศิลป์ที่เหมาะสมในการผลิตช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย จึงต้องสัมภาษณ์ผู้สูงวัย โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้สูงวัย จากการคัดเลือกบุคคลที่มีตำแหน่งหน้าที่จากองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยทั้งจากภาครัฐและเอกชน และเคยรับชมข่าวบันเทิงอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คือ ผอ.กรมกิจการผู้สูงอายุ ศิลปินแห่งชาติ และชมรมผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 19 ท่าน

1.2. ผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์เพื่อที่จะทราบถึงคุณลักษณะของรายการข่าวบันเทิงที่ประสบความสำเร็จ และสามารถผลิตรายการออกมาได้ตรงกับความต้องการของผู้ชม จึงต้องสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ 1 ท่าน ผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง 1 ท่าน ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัย 2 ท่าน บรรณาธิการข่าวบันเทิง 1 ท่าน ฝ่ายประสานงานรายการ 1 ท่าน และ ทีมออกแบบองค์ประกอบศิลป์ 3 ท่าน โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกจากบุคคลที่มีประสบการณ์ในการผลิตรายการข่าวบันเทิงไม่ต่ำกว่า 3 ปี และทำงานอยู่ในสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม 10 อันดับแรกของการจัดอันดับเรตติ้งทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยรูปแบบ (Qualitative Research) คือ การวิจัยเชิงคุณภาพจากบุคคล 2 กลุ่ม เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา ผู้ศึกษาจึงได้มีการกำหนดเครื่องมือในการวิจัยที่ใช้การศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเก็บข้อมูลก่อนกระบวนการผลิต

วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)

2.1. ผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัย

คำถามลักษณะประชากรศาสตร์

-อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน

พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงวัย

-ปกติติดตามข่าวสารผ่านช่องทางใด

-ใช้ช่องทางการสื่อสารใดในการรับข่าวสารบ่อยที่สุดนอกเหนือจากโทรทัศน์

-ใช้แอปพลิเคชัน LINE หรือไม่ / บ่อยแค่ไหน

ในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย

- ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัยในด้านร่างกายหรือไม่
- หากมีรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่ออย่าง LINE อยากให้มีการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกอย่างไร

ในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ

- ดูรายการต่าง ๆ เพื่ออะไร เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข หรือเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต

- มีประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิงมากน้อยเพียงใด
- รู้จักหรือชื่นชอบข่าวบันเทิงรายการอะไร/ช่องใด/เพราะอะไร
- รู้จัก/ชื่นชอบพิธีกรข่าวบันเทิงท่านใด
- ท่านคิดอย่างไรกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน
- ชื่นชอบในการติดตามข่าวบันเทิงประเภทใด (เนื้อหา)
- การมีช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE ท่านคิดว่าอย่างไร

ในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม

- เคยสนใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอในรายการข่าวบันเทิงหรือไม่
- หากสามารถได้ตอบแสดงความเห็นเกี่ยวกับข่าวบันเทิงได้ท่านคิดว่าอย่างไร

2.2. ผู้ผลิตรายการ

2.2.1. ผู้บริหาร

คำถามลักษณะประชากรศาสตร์

- อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน
- ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

คำถาม Pre-Production

- กลุ่มเป้าหมายของสถานีคือกลุ่มใด
- มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสารบันเทิงให้ตรงกับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร
- ท่านคิดว่ามีผู้สูงวัยรับชมรายการข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน
- ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

คำถาม Production

- ในวันถ่ายทำสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด
- หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร

คำถาม Post-Production

- การติดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

-วิธีการโต้ตอบของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยมักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย

2.2.2. บรรณาธิการข่าวบันเทิง

คำถามลักษณะประชากรศาสตร์

- อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน
- ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

คำถาม Pre-Production

- มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร
- ท่านคิดว่ามีผู้สูงวัยรับชมรายการข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน
- การเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร
- การวางตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุนรายการตำแหน่งใดที่ได้ผลมากที่สุด
- วิธีการนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ ทางสถานีมีรูปแบบใดบ้าง และแบบใดได้รับความสนใจมากที่สุด

ความสนใจมากที่สุด

- ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

คำถาม Production

- ในวันถ่ายทำสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด
- หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร

คำถาม Post-Production

- การติดต่อข่าวบันเทิงมีสิ่งใดที่ควรคำนึงถึงเป็นพิเศษสำหรับผู้สูงวัย
- วิธีการโต้ตอบของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยมักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย

โซเชียลมีเดีย

2.2.3. ฝ่ายออกแบบองค์ประกอบศิลป์

คำถามลักษณะประชากรศาสตร์

- อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน
- ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

คำถาม Pre-Production

- มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร
- การวางตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุนรายการตำแหน่งใดที่ได้ผลมากที่สุด
- ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการข่าวบันเทิงเพื่อผู้สูงวัย
- การเตรียมตัวในส่วนอุปกรณ์ฉาก แสง สี เสียง กราฟฟิก

คำถาม Production

- ในวันถ่ายทำสิ่งใดที่ฝ่ายองค์ประกอบศิลป์ต้องคำนึงถึงมากที่สุด
- หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร

คำถาม Post-Production

- การตัดต่อข่าวบันเทิงมีสิ่งใดที่ควรคำนึงถึงหรือพิจารณาเป็นพิเศษสำหรับผู้สูงวัย

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ ข้อมูลประเภทบุคคลและเอกสาร

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือข้อมูลประเภทบุคคล

วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก หรือ (In-depth interview) โดยคัดเลือกกลุ่มแรก คือ กลุ่มตัวแทนผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุผศว 19 ท่าน ศิลปินแห่งชาติ 1 ท่าน และอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ 1 ท่าน และกลุ่มที่สองคือ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ 1 ท่าน ผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง 1 ท่าน ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัย 2 ท่าน บรรณาธิการข่าวบันเทิง 1 ท่าน ฝ่ายประสานงานรายการ 1 ท่าน และ ทีมออกแบบองค์ประกอบศิลป์ 3 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก โดยผู้วิจัยทำหน้าที่สัมภาษณ์สังเกตด้วยภาษา ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และได้ข้อมูลลึกที่สุด โดยมีโครงสร้างคำถาม เป็นแบบ Semi – Structure กึ่งวางโครงสร้าง โดยมีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า และระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์มีอิสระที่จะซักถามเจาะลึก นอกเหนือจากคำถามที่เตรียมไว้ และผู้ได้รับการสัมภาษณ์ก็มีอิสระในการตอบคำถามเช่นกัน

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิคือข้อมูลประเภทเอกสาร

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลเรื่อง การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้แก่

- ผังรายการบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ
- หนังสือทางวิชาการ วารสาร เอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องรายการ

ข่าว

บันเทิง

- ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต บทสัมภาษณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย หลังจาก

ที่ผู้

ศึกษาได้ทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทั้ง 2 แหล่งข้อมูล จะนำไปประมวลผล และวิเคราะห์สรุปผล และอภิปรายผลในเรื่อง การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยต่อไป

4. การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลข้อมูลในการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย” ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ บวกกับการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้รูปแบบในการผลิตช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย และนำเสนอผลการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์กระบวนการ (Procedure Analysis) (กาญจนา แก้วเทพ, 2560) เพื่อนำข้อมูลมาเข้าสู่กระบวนการคิดเชิงออกแบบ และพัฒนาออกมาเป็นต้นแบบช่องรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

5. การออกแบบองค์ประกอบศิลป์

การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ของช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย เป็นขั้นตอนหลังจากการสัมภาษณ์ และนำผลมาวิเคราะห์ ในส่วนของข้อจำกัดทางด้านร่างกายของผู้สูงวัย สิ่งที่ผู้สูงวัยต้องการ หรือสิ่งที่มีผลดีต่อผู้สูงวัย นำข้อมูลทั้งจากฝั่งผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัยและฝั่งผู้ผลิตรายการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการออกแบบสำหรับกราฟฟิกรายการและตราสัญลักษณ์รายการ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์สิ่งที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 5.1 สีเส้นที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เพื่อนำไปใช้ในช่องข่าวบันเทิง
- 5.2 รูปแบบตัวอักษรหรือฟอนต์ที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เพื่อนำไปใช้ในช่องข่าวบันเทิง
- 5.3 ตราสัญลักษณ์รายการ เพื่อนำไปใช้เป็นชื่อช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

6. การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

นอกจากการนำข้อมูลมาเข้าสู่กระบวนการออกแบบองค์ประกอบศิลป์แล้ว ยังต้องนำข้อมูลมาเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์เพื่อวางรูปแบบและทิศทางเนื้อหารายการ หรือทิศทางของช่องข่าวบันเทิง รวมทั้งการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อทำไรสำหรับการต่อยอดในการทำธุรกิจในระยะยาว โดยมีขั้นตอนที่สามารถวิเคราะห์หรือออกมาได้จากข้อมูลทั้งฝั่งผู้บริโภคและผู้ผลิตดังต่อไปนี้

- 6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากฝั่งผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัย
 - 6.1.1 ช่องทางในการเปิดรับข่าวสาร
 - 6.1.2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE
 - 6.1.3 ข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัย
 - 6.1.4 การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ในช่องรายการข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

- 6.1.5 ปัจจัยของพฤติกรรมกรับข่าวสารสำหรับผู้สูงวัย
- 6.1.6 ประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิง
- 6.1.7 รายการบันเทิงที่รับชมเป็นประจำ
- 6.1.8 ความชื่นชอบพิธีกรข่าวบันเทิง
- 6.1.9 ความชื่นชอบในการติดตามประเภทเนื้อหาข่าวบันเทิง
- 6.1.10 ความคิดเห็นในการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account

สำหรับผู้สูงวัย

- 6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากฝั่งผู้ผลิตรายการ
 - ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Pre-Production)
 - 6.2.1 การวางแผน
 - 6.2.1.1 กลุ่มเป้าหมาย
 - 6.2.1.2 วัตถุประสงค์
 - 6.2.1.3 การเลือกพิธีกร
 - 6.2.1.4 ช่องทางออกอากาศ
 - 6.2.1.5 อุปกรณ์
 - 6.2.1.6 เวลาในการออกอากาศ
 - 6.2.1.7 งบประมาณ
 - 6.2.1.8 การจัดวางผลิตภัณฑ์
 - 6.2.2 เนื้อหา
 - 6.2.2.1 อัปเดตข่าวบันเทิง
 - 6.2.2.2 ประชาสัมพันธ์ข่าวควรรู้ของผู้สูงวัย
 - 6.2.3 การเขียนบทพูด
 - 6.2.3.1 บทพูดพิธีกร
 - 6.2.3.2 อักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็น
 - 6.2.4 ประสานงาน
 - 6.2.4.1 สถานที่ถ่ายทำ
 - 6.2.4.2 พิธีกรหรือดารารับเชิญ
 - 6.2.4.3 เสื้อผ้า แต่งหน้า ทำผม
 - 6.2.4.4 อาหาร เครื่องดื่ม

6.2.4.5 กำหนดเวลาถ่ายทำ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

6.2.5 การติดต่อ

6.2.6 กราฟฟิก

เมื่อนำข้อมูลคำตอบจากฝั่งผู้บริโภคที่เป็นผู้สุงวัยและฝั่งผู้ผลิตรายการหลังจากวิเคราะห์หรือออกมาตามหัวข้อข้างต้น จึงเข้าสู่กระบวนการพัฒนาในแง่รูปแบบ หรือเนื้อหาเพื่อนำไปสู่ประโยชน์ที่ผู้สุงวัยควรจะได้รับ โดยใช้องค์ประกอบศิลป์เป็นตัวสื่อสารเพื่อพัฒนาออกมาเป็นช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สุงวัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเรื่องของการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน Line Official Account สำหรับผู้สูงอายุ การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิง และผู้สูงอายุที่เป็นผู้รับชมรายการข่าวบันเทิงเพื่อนำมาพัฒนาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

4.1 เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ

4.2 เพื่อพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ

4.1 เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ

กระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ ขั้นตอนการเตรียมการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิตซึ่งมีความสำคัญในทุก ๆ ส่วน จึงจะออกมาเป็นรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุได้ ผู้วิจัยจึงมีการสัมภาษณ์ผู้บริโภที่เป็นผู้สูงอายุและผู้ผลิตในแต่ละหน้าที่ที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Pre – Production)

ในขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่สุด เป็นการวางแผนก่อนที่จะเริ่มผลิตรายการจริง ควรให้เวลากับขั้นตอนนี้ค่อนข้างมากเนื่องจากหากวางแผนหรือเตรียมการได้ดี การผลิตรายการก็จะเป็นไปตามระเบียบขั้นตอนและลดปัญหาได้ดี ผู้วิจัยจึงสามารถแจกแจงข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนนี้โดยการสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ชุดข้อมูลหลัก ๆ คือข้อมูลจากผู้บริโภคและข้อมูลจากผู้ผลิต ดังนี้

ข้อมูลชุดแรกจากผู้บริโภค คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คำถามปลายเปิดของอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ศิลปินแห่งชาติ และผู้สูงอายุจำนวน 19 ท่าน จากชมรมผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการรับชมข่าวบันเทิงในผู้สูงอายุ เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ โดยเริ่มจากข้อมูลของชมรมผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งมีหลายช่วงอายุและหลายอาชีพ ดังตารางที่ปรากฏ

ตาราง 3 แสดงจำนวนอายุและอาชีพของผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อ	คำถาม	จำนวน	ร้อยละ
1.	อายุ		
	60 – 64 ปี	4 คน	21.05
	65 – 69 ปี	5 คน	26.32
	70 – 74 ปี	5 คน	26.32
	75 – 79 ปี	1 คน	5.26
	80 – 84 ปี	3 คน	15.79
	85 – 90 ปี	1 คน	5.26
2.	อาชีพ		
	เกษียณการทำงาน	2 คน	10.53
	ข้าราชการบำนาญ	1 คน	5.26
	ข้าราชการเกษียณ	15 คน	78.95
	แม่บ้าน	1 คน	5.26

จากตารางข้างต้น แสดงจำนวนอายุและอาชีพของผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวนทั้งหมด 19 คน แบ่งเป็นช่วงอายุ 60 – 64 ปี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 ช่วงอายุ 65 – 69 ปี 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 ช่วงอายุ 70 – 74 ปี 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 ช่วงอายุ 75 – 79 ปี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 ช่วงอายุ 80 – 84 ปี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และ 85 – 90 ปี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 เกษียณการทำงานแล้ว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 ข้าราชการบำนาญ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 ข้าราชการเกษียณ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 78.95 และเป็นแม่บ้าน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 กล่าวคือ อายุของผู้สูงวัยในชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมีตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปจนถึงอายุ 90 ปี ซึ่งถือเป็นผู้สูงวัยโดยสมบูรณ์ โดยมีช่วงอายุตั้งแต่ 65 – 74 มากที่สุดถึง 10 คน ส่วนอาชีพ มีราชการเกษียณมากที่สุดจำนวน 15 คน จาก 19 คน จะเห็นว่าเป็นผู้ที่ว่างจากภาระการทำงานแล้วโดยส่วนใหญ่

ตาราง 4 แสดงคำตอบจากคำถามปลายเปิดในประเด็นที่เกี่ยวกับการใช้สื่อและการรับข่าวสาร
 บันเทิงของผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
1.	ช่องทางในการเปิดรับข่าวสาร	-Line -วิทยุ และวิทยุในรถยนต์ -Facebook -หนังสือพิมพ์ -โทรศัพท์เคลื่อนที่ -ดูทีวีอย่างเดียว -ทุกแพลตฟอร์มที่มี -Twitter
2.	พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE	-ใช้ทุกวัน (ตอบมากที่สุด 11 คน) -วันละ 6 – 7 ชั่วโมง ต่อวัน -วันละ 3 ชั่วโมงต่อวัน -วันละ 1 ชั่วโมง -ใช้เกือบทุกวัน
3.	ข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัย	-ตัวเล็กไป และ แสงจ้าไป -ความสะดวกในการสืบค้นข้อมูล -คำศัพท์ที่ทันสมัยมากเกินไป / ใช้ อุปกรณ์สื่อสารไม่เก่ง -ไม่มีข้อจำกัด สำหรับทีวี / อุปกรณ์ สามารถปรับแต่งได้

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
4.	การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ในช่องรายการข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย	<p>-มองเห็นได้ง่าย สี แสง ใช้อักษรตัวโต เสียงเหมาะสมกับวัย โดยเฉพาะ Timeline หรือด้านบนของหน้า Line ให้สะดวกในการเข้าถึงมากที่สุด</p> <p>-มีเนื้อหาไม่ยาวจนเกินไป ภาพชัดเจน แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหามากกว่าการออกแบบ เนื้อหาควร สรุปสั้น ๆ เช่น ภาพยนตร์/musical/การแสดงที่น่าสนใจ การติดตามในขั้นตอนต่อ ๆ ไป สามารถติดตามได้ที่ไหน เน้นการสร้าง ความเข้าใจที่ง่าย ๆ</p> <p>-ควรมีรูปภาพประกอบ ใช้รูปและสีสด ช่วยให้น่าอ่าน</p> <p>-มีปุ่มกดลิงค์ปรากฏชัดเจน มีปุ่มให้บันทึกและส่งต่อได้อย่างสะดวก สามารถเปิดดูได้ทันที ไม่ซับซ้อน</p> <p>-มีคำอธิบายขั้นตอนการใช้งาน</p> <p>-ดูละเอียดอ่อนหลัง</p>

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
5.	ปัจจัยของพฤติกรรมมารับข่าวสารสำหรับผู้สูงวัย	<ul style="list-style-type: none"> -เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข และเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตแต่ความสุขนั้นต้องมีรสนิยมด้วย -เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร -เพื่อความสนุกเกี่ยวกับเกมโชว์ที่ให้สาระ ความรู้ ข่าวสาร ข้อมูลสุขภาพ -สร้างความสุข สร้างความบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว รูปภาพ เพลงอมตะ -ติดตามข่าวสาร เพื่อได้แง่คิดไปใช้ใน ชีวิต เพื่อสุขภาพ เพื่อค้นหาสิ่งที่อยากรู้ บันเทิง ข้อมูล เพื่อประโยชน์ -ต้องการทุกหัวข้อและเพื่อ Update ตัวเอง -รายการสารคดีความรู้

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
6.	ประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิง	<p>-มีทั้ง มาก ปานกลาง น้อย แตกต่างกันในแต่ละบุคคลออกไป</p> <p>-ดูข่าวบันเทิงทางทีวีบางช่อง ถ้าไรสาระหรือมีการแสดงรุนแรง จะไม่ดู</p> <p>-ดูบ้าง กับดูๆ</p> <p>-ตั้งแต่มีทีวี คือ ราว 60 ปี</p> <p>-ติดตามมานาน หลายปี แต่ไม่ได้ดูทุกวัน</p> <p>-ไม่มีเลยคะ อ่านจากไลน์ ของกลุ่มเท่านั้น</p> <p>-ไม่ค่อยใช้เพราะเปลืองพลังงาน</p>
7.	รายการบันเทิงที่รับชมเป็นประจำ	<p>-เพลงเอก และ golden song</p> <p>-ไทย พีบีเอส</p> <p>-สี่สัปดาห์ ช่อง 33 ช่องอื่นไม่ค่อยได้ดู</p> <p>-เปิดทีวีช่องใด. มีเรื่องน่าสนใจ จึงจะดู. ไม่ขึ้นชอบรายการอะไรเป็นพิเศษ</p> <p>ทุกรายการ ทุกช่อง เพราะไม่ทำให้เครียด</p> <p>-ช่อง 3 / ช่อง 31 ก็ชอบ พิธีกรชายที่จัดรายการ4ต่อ4นะคะ รายการนี้ดีคะ ทำทนายผู้ชมด้วย รายการเพลงโบราณเย็นวันเสาร์</p> <p>-รายการเพลงต่างๆ เกมโชว์</p> <p>-ดูช่อง31, 33 ไม่เลือก รายการ เปิดเจอก็ดูเหตุผลคือ มีรายการดีให้ดู</p> <p>-ช่อง 23 เพราะหลากหลาย และมีสาระ</p> <p>-ครัวคุณต๋อย ช่อง 33 ได้ความรู้เรื่องการทำอาหาร</p>

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
8.	ความชื่นชอบพิธีกรข่าวบันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - เกลือ (ไม่ทราบชื่อจริง) - เพชรรี่ พรหมช่วย - ชอบทุกคน เพราะเขาสื่อสารได้ดี - นางมหาเทวี - ปัญญา บันสุข - ลิลลี่ - คุณต๋อย - เกลือ, ปัญญา, กัน - ชอบทีมคุณกนก
9.	ความคิดเห็นกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่น่าสนใจ - มีข่าวส่วนตัวมากเกินไป - อะอะไวววาย ผู้อ่านข่าวบางคนโอเวอร์เกินไป - ไม่ค่อยสนใจมากนัก ถ้าเกี่ยวกับดารานักแสดง - เป็นข้อมูล ปกติในชีวิตคนบันเทิงส่วนหนึ่ง - ไม่มีสาระ และ ไม่ค่อยน่าเชื่อถือ - โฆษณาเรื่องที่ on air / ขายของเป็นหลัก ยาวววด้วยคะ - บางช่องนุ่งชุดชั้นในออกทีวี ไม่เหมาะสม - ชอบ แต่ต้องสุภาพควบคู่ไป - มีรายละเอียดมากเกินไป เป็นเรื่องส่วนตัว เสนอซ้ำๆ - พอแก้เบื่อได้ - พวกเขา ก็ดำเนินชีวิตปกติ แต่เราอยากรู้กันไปเอง - เป็นการวิจารณ์โดยใช้อารมณ์ส่วนตัวเข้าไปมากเกินไป - บางรายการไร้สาระ ไม่ค่อยสร้างสรรค์เท่าที่ควร

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
10.	<p>ความชื่นชอบในการติดตามประเภทเนื้อหาข่าวบันเทิง</p>	<ul style="list-style-type: none"> -ข่าวละคร ข่าวดี ๆ ของนักแสดง -ไม่ได้ติดตาม เพราะเปิดทีวีไว้ ดูไปเรื่อย ๆ เมื่อมีเวลาว่าง -การดำเนินชีวิตของคนบันเทิง -เนื้อหาที่สร้างสรรค์ -สำหรับส่วงวัย ชอบอะไรแบบยุค 60s 70s -เมียหลวง หิงไร้ เหตุผล รั้นย่า -เฟลิดเฟลิน มีประโยชน์ มีสาระ ช่วยสังคม -รายการเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ -ความสำเร็จ ความก้าวหน้าของดาราดารา -ข่าวดาราดารา การจัดงานบันเทิง -รายการประกวดเพลง และละคร -ประเภทที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม -การเมือง สารคดี สังคม

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
11.	<p>ความคิดเห็นในการจะพัฒนาช่องข่าว บันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย</p>	<p>-น่าจะดี / ดี / ดีมาก / สะดวกดี / น่าสนใจ / เข้าถึงง่าย</p> <p>-ดี เพิ่มช่องทางรับข่าว เป็นอีกหนึ่ง ทางเลือกแก่ผู้บริโภค</p> <p>-เพียงแคมีข่าวส่วนตัวของนักแสดง มากอีกช่อง</p> <p>-ควรเพิ่มสาระหรือสร้างสรรค์</p> <p>-ดี แต่จะควบคุมการแต่งกายและ ข่าวสารที่ถูกต้องไม่ทำร้ายจิตใจคน อื่น</p> <p>-ก็ดี แต่ควรเผยแพร่เฉพาะเรื่องดี ๆ คนเขาชมจะได้นำไปปฏิบัติ</p> <p>-สามารถดูได้ตลอดเวลา</p> <p>-ไม่จำเป็นไม่สนใจ จะใช้ไลน์ เมื่อ จำเป็น (ส่วนน้อย)</p> <p>-สำหรับผู้สูงวัย อาจไม่ติดตลาดกระมัง คะ</p> <p>-ดูทางทีวีจะดีกว่า</p>

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
12.	ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอในรายการข่าวบันเทิง	<p>-เคย เพราะ สินค้าสุขภาพ ของใช้</p> <p>-ไม่เคย เพราะมีขายแต่ยาบำรุงแพงๆ / จะเปลี่ยนรายการทันที</p> <p>-ไม่แน่ใจ เพราะส่วนใหญ่เป็นสินค้าเฉพาะ</p> <p>-บางสินค้า</p> <p>-น้อยมาก</p>
13.	การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารบันเทิง	<p>-น่าจะดี / น่าสนใจ</p> <p>-ยินดีที่จะแสดงความคิดเห็น แต่เคยเสนอความเห็นไป ทาง ช่อง One ได้รับคำตอบกลับมาว่าก็อย่าดูสิ เลยหมดศรัทธา</p> <p>-ขอให้พิธีกร หรือผู้อ่านข่าว ออกเสียง อักษรให้ชัดเจน คำควบกล้ำ การออกเสียง ร ล และออกเสียง ว ท้ายคำ</p> <p>-ไม่สนใจ / ไม่จำเป็น / ไม่ต้องการ / คงไม่สะดวก / คงไม่มีผลอะไร</p> <p>-ดี ได้ทราบข่าวที่กว้างขึ้น</p> <p>-ข่าวสนุกก็เห็นด้วย</p> <p>-เสนอข่าวที่มีสาระ น่าสนใจต่อการเรียนรู้</p>

จากตารางข้างต้น แสดงคำตอบจากคำถามปลายเปิดในประเด็นที่เกี่ยวกับการใช้สื่อและการรับข่าวสารบันเทิงของผู้สูงวัยจากชมรมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ในประเด็นการใช้ช่องทางการสื่อสารใดในการรับข่าวสารมากที่สุดนอกจากโทรทัศน์มากกว่าครึ่งตอบว่าใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ต ประเด็นการใช้แอปพลิเคชัน LINE บ่อยแค่ไหน มีทั้งคำตอบที่ใช้ทุกวัน วันละ 6 – 7 ชั่วโมง วันละ 3 ชั่วโมง วันละ 1 ชั่วโมง และใช้เกือบทุกวัน ผู้ที่ตอบว่าใช้ทุกวันมีมากที่สุด 11 คนจาก 19 คน กล่าวคือผู้สูงวัยส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน LINE ทุกวัน ประเด็นคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัยหรือไม่ เช่น ตัวเล็กไป มองไม่ชัด สีจัดจ้านเกินไป คำตอบโดยส่วนใหญ่ตอบว่ามีข้อจำกัดในด้านตัวหนังสือเล็กไป แสงจ้าเกินไปหรือมีปัญหาด้านการใช้งานในด้านเทคนิค ประเด็นหากมีรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่ออย่าง LINE อยากให้มีการออกแบบเพื่อง่ายต่อการใช้อย่างไร คำตอบโดยส่วนใหญ่คืออยากให้ความชัดเจนทั้งเนื้อหาในการสื่อสาร ติดตามต่อได้ที่ใดและในแง่ของการใช้งานต้องการใช้งานได้ง่าย ประเด็นการติดตามรายการต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต โดยส่วนใหญ่ มีการติดตามข่าวสารเพื่อทราบข้อมูล เพื่อสร้างความสุข และเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตแต่ความสุขนั้นต้องมีสนิมด้วยและผู้สูงวัยมีการรับชมรายการข่าวบันเทิงมากน้อยต่างกันออกไป มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ดูเลยเพราะมองว่ารายการข่าวบันเทิงในปัจจุบันไร้สาระ ไม่น่าเชื่อถือ และโดยส่วนใหญ่ดูรายการที่มีการสอดแทรกการเล่นเกมส์ หรือการประกวดร้องเพลงร่วมด้วยส่งผลทำให้รู้จักพิธีกรข่าวบันเทิงบ้าง เช่น กิตติ เชี่ยววงศ์กุล ลิลลี่ แม็คกร๊าธ เพชร พรหมช่วย ปัญญา นรินทร์กุล เป็นต้น ส่วนเนื้อหาผู้สูงวัยชื่นชอบเนื้อหาที่สร้างสรรค์ มีสาระประโยชน์ เรื่องความสำเร็จก้าวหน้า หรือเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ประเด็นการมีช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE ผู้สูงวัยคิดว่าไม่จำเป็น 4 ท่าน ที่เหลือ 15 ท่าน คิดว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สะดวกสบายแต่มีข้อแนะนำให้ระมัดระวังในการนำเสนอทั้งคำพูด การแต่งกาย และเนื้อหาไม่ควรทำร้ายจิตใจผู้อื่น ส่วนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอในรายการข่าวบันเทิงผู้สูงวัยโดยส่วนใหญ่ไม่ชอบและไม่ต้องการรับชม แต่บางท่านยอมรับว่าเคยซื้อผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์เช่นเดียวกัน นอกจากนี้หากสามารถได้ตอบแสดงความเห็นเกี่ยวกับข่าวบันเทิงได้ ผู้สูงวัยยินดีและสนใจที่จะแสดงความคิดเห็นต่อข่าวหรือรายการที่ได้รับชมอีกด้วย

สำหรับข้อมูลของฝั่งผู้บริโภครอีกสองท่านที่ได้ให้สัมภาษณ์ในคำถามปลายเปิด คือ ศิลปินแห่งชาติ สุดา ชื่นบาน และอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ซึ่งมีข้อมูลและประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ช่องทางในการเปิดรับข่าวสาร

เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากการเปิดรับข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุแตกต่างจากทุกช่วงวัย สุดา ชื่นบาน ให้ข้อมูลว่า “รับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ในสมัยก่อนเพราะไม่มีโซเชียล ปัจจุบันก็ยังอ่านหนังสือพิมพ์ ในโซเชียลอ่านบ้างแต่มองไม่ค่อยเห็น” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ให้ข้อมูลว่า “ดูทางโทรศัพท์เป็นช่องทางที่หนึ่งที่จะดูมากกว่าเพื่อน ดูทางทีวีก็ยังมีบ้างที่ใช้เวลากับกิจกรรมตรงนั้น และวิทยุก็ได้ฟังเวลาเดินทางในรถ ถ้าทางโทรศัพท์ก็จะดูข่าวผ่านลิงค์ทางไลน์ข้อมูลที่ส่งเข้ามา เฟสบุคสำหรับพี่ก็ดูน้อย แต่ถ้าเป็นผู้สูงอายุที่ออกจากภาวะที่ต้องทำงานแล้วก็อาจจะให้เฟสบุคมากขึ้น” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นช่องทางในการเปิดรับข่าวสารสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ ในฝั่งผู้บริโภคอย่างสุดา ชื่นบาน ตอบว่า ยังคงติดตามสื่อเก่าอย่างหนังสือพิมพ์ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านร่างกาย ส่วนอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ใช้สื่อใหม่อย่างโทรศัพท์โดยเฉพาะช่องทาง LINE ในการเปิดรับข่าวสาร

2. พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE

ผู้สูงวัยมีกลุ่มสังคมของตนเองในการติดต่อสื่อสารกัน จึงได้มีการศึกษาพฤติกรรมการใช้ LINE ในวัยนี้โดยเฉพาะ โดยสุดา ชื่นบาน ให้ข้อมูลว่า “ไลน์ใช้สื่อสารกับเพื่อนอย่างเดียว คนไม่รู้จักมาแอดไลน์ก็ไม่ค่อยติดต่อกับไม่ชอบ ในเฟสไม่รู้จักก็ไม่รับ” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

โดยอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยา ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในมุมมองการใช้ LINE ของผู้สูงวัยว่า “พี่คิดว่าเดี๋ยวนี้ผู้สูงอายุมีความเข้าใจในสื่อมากขึ้น อย่างเราทำงานกรมกิจการผู้สูงอายุเนี่ย โรงเรียนผู้สูงอายุ หรือชมรม หรือ ศูนย์ต่าง ๆ เราพยายามจัดการอบรมเรื่องการใช้อีเมลเข้าไปให้ท่านได้รับรู้วิธีการเหล่านี้มากขึ้น เพราะฉะนั้นพี่คิดว่าผู้สูงอายุใช้สื่อเหล่านี้มากขึ้นในสังคมปัจจุบันและในอนาคตน่าจะมีความจำเป็นที่ท่านจะต้องได้รับข้อมูลผ่านสื่ออย่างนี้มากขึ้น และที่เราพยายามให้ความรู้เข้าไปเพราะเราคิดว่า เมื่อท่านใช้มากขึ้น ท่านก็ต้องใช้อย่างถูกวิธี และก็ตามทันไม่ถูกสื่อเหล่านี้หลอกลวง เพราะบางที่มีข่าวว่าผู้สูงอายุคนนั้นผิมนี่ผิวดันมันเป็นปัญหา ก็มีการอบรมสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นกับกระบวนการของเราด้วย” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE สำหรับการนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ การให้ข้อมูลในฝั่งผู้บริโภครวมทั้งสองท่าน ทำ

ให้เห็นคำตอบว่า ผู้สูงวัยเปิดใจเรียนรู้ช่องทางการสื่อสารอย่าง LINE มากขึ้น และใช้กันค่อนข้างมากกล่าวคือใช้ทุกวัน ทั้งติดต่อสื่อสารและส่งต่อข่าวสารซึ่งกันและกัน

3. ข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยมีความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดคือ ด้านร่างกาย ดังนั้นการจะพัฒนาสื่อผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียจึงต้องคำนึงถึงข้อจำกัดบางอย่างของผู้สูงวัยเป็นสำคัญ สุธา ชื่นบาน ให้ข้อมูลไว้ว่า “ถ้าเป็นตัวเขียนตัวเล็กน่าจะมีปัญหาแต่ถ้าเขาฟังเรื่องราวไม่ได้เขียนมันง่ายกว่าเหมือนเวลาคนส่งบทมาทางเมลก็แยเลย ถ้าพูดมาไม่เป็นปัญหา” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ซึ่งข้อมูลของอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ให้คำตอบไว้ว่า “น่าจะเป็นสายตาที่เป็นข้อจำกัด พวกตัวเล็กอะไรแบบนี้ แล้วก็การสัมผัสที่ต้องใช้เวลาจำกัดหรือความเร็ว บางทีอาจจะไม่ทันถ้ามันสามารถมีเวลาในการตัดสินใจเลือกจะดีไม่เหมือนเด็ก ๆ ที่จะกดนู่นนี้ได้ทันที แต่เรื่องสายตานี้สำคัญ หนังสือต้องตัวใหญ่และก็สร้างความสะดวกออกแบบอย่างไร ตัวหนังสือต้องใหญ่ขึ้น เมื่อก่อนเราเคยแซวเวลาเพื่อนเล่นโทรศัพท์ว่าตัวหนังสือเป็นไซส์บางแค จริง ๆ คือตัวใหญ่ สีเส้นต้องสะดุดตา เรียบ ๆ เฟลน ๆ อาจจะไม่เป็นที่สังเกต” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัย เพื่อนำไปพัฒนาช่องทางชาวบ้านเชิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ทั้งสองท่านให้ข้อมูลตรงกันว่า สายตาเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของผู้สูงวัยจึงค่อนข้างมีปัญหาหากตัวหนังสือมีขนาดเล็กเกินไป ควรมีขนาดใหญ่เพื่ออ่านและรับข่าวสารได้อย่างชัดเจน

4. ปัจจัยของพฤติกรรมการรับข่าวสารสำหรับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อเหตุผลหลายอย่างแตกต่างกันออกไป จึงมีการศึกษาในประเด็นนี้เพื่อทราบคำตอบให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยสุธา ชื่นบาน ให้ข้อมูลถึงเหตุผลในการรับข่าวสารว่า “ทั้งอยากรู้ข่าวสารเพื่อแค่รู้ข่าวในวงชาวบ้านทั้งเพลิดเพลิน แต่ถ้าจะเอาอะไรไปใช้กับชีวิต เด็กรุ่นใหม่ไม่ค่อยเอาอะไรไปใช้กับชีวิตได้สักเท่าไรเวลาดู บางทีดูก็เพราะเป็นรายการบ้านเมือง การวิเคราะห์อะไรแบบนี้ก็ดู” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ให้ข้อมูลถึงเหตุผลในการเปิดรับข่าวสารว่า “ถ้าดูชาวบ้านเพื่อความเพลิดเพลิน อาจจะถูกว่าเค้าสังคมปัจจุบันมีวิถีอย่างไรกัน ดูเพื่อจะบอกกล่าวหรือสื่อสารถึงลูกหลานได้ว่ามิติต่าง ๆ ที่มองเห็นเนี่ยมันใช่หรือไม่ ควรหรือไม่ควร เพราะบางทีเราก็อยากที่จะสอนลูกหลานผ่านสื่อ บางทีเราพูดแล้วไม่มีตัวอย่างอาจจะไม่เข้าใจ มีตัวอย่างจากสื่อบันเทิงที่ดีทั้งไม่มีมุมที่สะท้อนให้เห็น เพราะฉะนั้นการทำสื่อบันเทิง

ต้องมีผลถึงตรงนี้เหมือนกันในการที่จะทำให้เป็นประโยชน์ในแง่ของการสื่อสารและต่อเนื่องไปถึง การสร้างความเข้าใจในมิติต่าง ๆ ให้กับเด็ก ๆ และเยาวชนได้ผ่านทางผู้ใหญ่ได้ด้วย” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นปัจจัยของพฤติกรรมมารับข่าวสารสำหรับผู้สูงวัย เพื่อนำไปพัฒนา ช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ทั้งสองท่านให้ข้อมูลถึงเหตุผลในการ รับชมข่าวสารต่าง ๆ ว่า เพื่อรับทราบข่าวสารว่าปัจจุบันมีวิถีอย่างไรกันบ้างและเพื่อสร้างความ เพลิดเพลิน

5. ประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิง

การรับรู้ข่าวสารในแวดวงบันเทิงแต่ละกลุ่มช่วงวัยแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ถึงประสบการณ์การรับชมข่าวบันเทิงของผู้สูงวัยเพื่อนำมาพัฒนารายการข่าวบันเทิงต่อ ซึ่งสุดา ชื่นบาน ให้ข้อมูลประเด็นนี้ไว้ว่า “คนเขียนข่าวสมัยนี้บางทีใครไม่รู้มาเขียน มันไม่เหมือนสมัยก่อน เมื่อก่อนก็คือผู้สื่อข่าวที่ดูน่าเชื่อถือ เดียวนี้บางทีไปว่าเค้าสารพัด มีสิทธิ์อะไร ฟ้องร้องได้ชัดเจนเลย สมัยก่อนเค้าไม่ถึงขนาดนี้เพราะเค้ามีจรรยาบรรณในการทำหนังสือพิมพ์เขียนบางอย่างโดน เซนเซอร์เค้าก็เขียนไม่ได้อะไรที่หนักหนา ติดตามข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์บ้าง ทุกช่องมันจะมี ช่วงหนึ่งเป็นของข่าวบันเทิงเราก็ดู ดาราวิทยุบางคนเราก็ติดตามเค้ามาจากละคร อย่างตรี ภรภัทร์ แล้วก็เปลี่ยนไปดูเรื่อย ๆ เวลานั้นไม่ตรงกัน” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนข้อมูลจากอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ กล่าวว่า “ก็ดูบ้าง ข่าวบันเทิงก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เราผ่อนคลาย เราก็ต้องเรียนรู้ในหลาย ๆ มิติ เพราะว่า ความบันเทิงก็เป็นส่วนหนึ่งของสังคม คิดว่าทั้งข่าวสารที่เป็นข่าวสารหลัก ๆ และข่าวสารบันเทิง ดนตรี ก็ดูมีติดตามแต่ถ้าหลังเกษียณแล้วเวลาสำหรับกิจกรรมตรงนี้อาจจะเยอะขึ้น อาจจะใช้เวลา ในการดูสื่อตรงนี้เยอะขึ้น อาจจะมีเวลาที่เปิดทีวีอยู่ที่บ้านมากขึ้น เพราะเดี๋ยวนี้ข่าวบันเทิงก็ไม่ใช่ว่า แค่เพียงจะให้เรารู้ว่าจะมีละครเรื่องอะไร แต่มันก็ทำให้เรารู้ว่าเค้าสื่อสารอะไรกัน เค้ามีการ เปลี่ยนแปลงอะไรกันในวงสังคมคนบันเทิงที่มีอยู่ มันก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เรารู้สถานการณ์ร่วม ไปกับสังคมด้วย เพราะบางทีเราก็มีความรู้สึกกว่า เรายังเป็นส่วนหนึ่งของสังคมก็ต้องรู้ทุก ๆ มิติ” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นการศึกษาประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย เพื่อนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้ข้อมูลในประเด็นนี้ว่า ผู้สูงวัยมีการติดตามรับชมข่าวบันเทิง แม้อาจไม่ใช่ข่าวสารหลักที่คิดว่ามีความจำเป็นต้องเปิด รับชม แต่ผู้สูงวัยก็ติดตามรับชม

6. รายการบันเทิงที่รับชมเป็นประจำ

ผู้วิจัยได้มีศึกษาเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้สูงวัยมีการติดตามรับชมรายการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทำให้ความบันเทิง เพื่อจะนำไปประกอบเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องข่าวบันเทิง โดยอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ให้ข้อมูลในการติดตามรายการบันเทิงเป็นประจำคือ “ไกลเดินซอง พิธีกรทุกรายการเค้าก็มีความถนัดในรูปแบบตามนั้น ชอบไกลเดินซอง เพราะเป็นความบันเทิงที่ไม่ต้องคิดมาก อันนี้คือถ้าเราเครียดเราเหนื่อยแล้วมาฟังรายการนี้เรารู้สึกว่ามันก็เป็นความบันเทิง ละคอมเมนต์ทั้ง 4 ท่านก็สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และมีอยู่ช่วงหนึ่งที่มีความรู้สึกว่ามันตอบโจทย์สังคมผู้สูงอายุในฐานะที่เราทำในมิติตรงนี้ มีอยู่วันหนึ่งที่มีท่านผู้สูงอายุมาเป็นผู้เข้าแข่งขันเค้าก็ชี้ให้เห็นว่าถึงจะสูงอายุแล้วก็ยังแสดงความสามารถได้ มีศักยภาพพร้อม และท่านคอมเมนต์เตอร์ก็แสดงความชื่นชมและก็สื่อสารออกมาเป็นมุมที่ดี” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นการศึกษารายการบันเทิงที่ผู้สูงวัยรับชมเป็นประจำ เพื่อนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย อธิบดีให้ข้อมูลว่าเป็นรายการประกวดร้องเพลงทองคำ คือเป็นเพลงในความทรงจำของผู้สูงวัย คือได้ชมและฟังการร้องเพลงเพราะ ๆ ซึ่งเป็นเพลงที่ผู้สูงวัยรู้จักสร้างความเพลิดเพลินในการติดตาม

7. ความคิดเห็นกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงของสื่อ และการรับข่าวสารของผู้บริโภค ส่งผลต่อทิศทางการนำเสนอข่าวสาร ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความคิดเห็นของผู้สูงวัยที่มีต่อข่าวบันเทิงในปัจจุบัน โดยอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ให้ข้อมูลว่า “ฟังเพื่อรับรู้ว่าเค้ามีอะไรเกิดขึ้นกันบ้างแล้วกลับกรองว่าสิ่งที่ได้ยินได้ฟังนั้น ได้ยินแล้วผ่านไปหรือได้ยินแล้วควรเก็บมาเพื่อสื่อสารต่อหรือบอกกล่าวนำมาใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง เพราะมีทั้งเรื่องที่ควรจะไปและมีทั้งเรื่องที่เราควรเก็บมาบอกกล่าวและเป็นประโยชน์กับคนอื่นได้ เป็น 2 ระดับ” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

ซึ่งข้อมูลของสุดา ชื่นบาน ที่ให้ไว้กล่าวว่า “เรื่องผู้ชายจะไม่สนใจเพราะมันเป็นชีวิตของเค้าไม่น่ามาใส่ใจ ถ้าเป็นศิลปินที่เราชอบเค้าไปทำกิจกรรมอย่างนั้นโอเค ถ้าเค้ามีละครมีอะไรก็ติดตาม แต่ก็ไม่ได้ติดตามลึกซึ้งเราผู้ใหญ่แล้วก็ติดตามผ่าน ๆ บางเรื่องที่ไม่ดีเราก็ไม่ค่อยอยากติดตาม บางทีแบบเอ๊ะ เพศหรือเปล่า แต่ถ้าชอบนักแสดงคนไหนก็ไม่ได้ติดตามตลอดแค่อยากเห็นว่าดูน่ารักดี เล่นละครดีก็เลยติดตามเค้า หรืออย่างตงตงเราก็ไม่เคยดูเค้า เราเห็นเค้าเล่นละครก็ดูหน่อยนึงแค่นั้นพอ” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

จากประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวบันเทิงในปัจจุบันของผู้สูงวัย เพื่อนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ซึ่งได้ข้อมูลในประเด็นนี้ว่า ผู้สูงวัยมองว่าข่าวบันเทิงในปัจจุบันมีเรื่องที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อการรับรู้มากเท่าที่ควร จึงเป็นการรับข่าวสารผ่าน ๆ ไม่เก็บมาเป็นประเด็นที่จะนำมาเป็นประโยชน์ต่อชีวิต

8.ความคิดเห็นสำหรับพิธีกรในปัจจุบัน

การนำเสนอรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย พิธีกรเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ จึงได้มีการศึกษาลักษณะพิธีกรที่ผู้สูงวัยชื่นชอบเพิ่มเติม ซึ่งสุดา ชื่นบาน ให้ข้อมูลว่า “พิธีกรสมัยนี้คำพูดไม่สุภาพ สมัยก่อนคำหยาบ มึงกู้อี้ ไม่มีสิทธิ์ออกไม่มีทางหลุดจากปากพวกเราเลย เพราะเค้าถือว่ารายการออกสู่สาธารณะเนีย คำไม่สุภาพเค้าไม่ผ่าน เช่นเวลานี้ด่ากันอื่บ้า เรียกอื่ บางคนเป็นพิธีกรชื่อดังคำที่ใช้ก็รุนแรงพอสมควร คำพวกนี้เมื่อก่อนไม่มีสิทธิ์ได้ออกมา แต่ขณะนี้โลกมันเปิด เด็ก ๆ เค้าไม่เคยเข้าใจว่าการใช้ภาษาดี ๆ มันจะเป็นยังไง กลายเป็นอู้ย เซย ในทีวีพูด แม่งงอย่างนี้มันไม่ได้ เพราะฉะนั้นพิธีกรต้องสุภาพ แล้วก็ต้องอ่านดี ๆ ไม่อย่างนั้นคุณอ่านชื่อผิด ภาษาพูดแย่ พูดไม่ชัด มันไม่ได้ จะเป็นผู้สื่อข่าวมันต้องแมน คนที่น่ารักที่สุดคือมนตรี เทียนอักษร เค้าถือพจนานุกรมภาษาไทยติดตัวไว้เลย ผิดปั๊บเปิดอ่านเลย เรายิ่งชื่นชมเค้าว่าเป็นตัวอย่างที่ดีมาก” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนข้อมูลจากอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ คือ “ถ้าในแง่ความรุนแรงหรือในมิติที่จะก่อให้เกิดการลอกเลียนแบบเราก็ต้องทำความเข้าใจว่าบางที่สร้างสื่อก็คงต้องสร้างเพื่อให้คนสนใจว่าอะไรเป็นประเด็นที่จะดึงดูดความน่าสนใจได้ทำแบบไหนแล้วจะเกิดถูกคำได้ ก็ต้องเข้าใจในมิติผู้ผลิต แต่ในอีกมิติของผู้เสพสื่อเราก็ต้องมีวิจารณญาณของเราที่จะวิเคราะห์ว่า ใ้อที่เค้าสื่อให้เรา เรารับรู้แล้วผ่านไปหรือเรารับรู้แล้วนำมาวิเคราะห์ที่ถ่วงถ่วงเสนอให้ลูกหลานได้ แต่บางครั้งถ้ามันยากเกินไปมันก็จะทำให้เกิดความไม่เข้าใจในสังคม เพราะฉะนั้นการส่งสื่อก็คงต้องมีความระมัดระวัง และก็มีความเหมาะสมพอดี ซึ่งจริง ๆ ก็คิดว่าเค้าก็มีกระบวนการเพราะเค้าก็ผ่านกบว ผ่านกรรมการมาหลาย ๆ มิติ ท่านก็คงต้องถ่วงถ่วงสิ่งเหล่านั้นออกมาจนออกมาถึงเราแล้วในฐานะผู้เสพ เพราะฉะนั้นสิ่งที่ควรจะทำให้เกิดขึ้นในสังคมคือ สร้างการรับรู้ว่าสื่อที่ออกมานั้นไม่ใช่ที่ท่านจะเสพแล้วสรุปตรงนั้นเลยคงต้องถ่วงถ่วงซึ่งกันและกันทั้งสองฝ่าย” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับพิธีกรข่าวบันเทิงในปัจจุบันของผู้สูงวัย เพื่อนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้ข้อมูลในประเด็นนี้ว่าผู้

สูงวัยขึ้นชอบพิธีกรที่สุภาพเรียบร้อย ไม่พูดคำหยาบคาย ไม่ทำตัวให้เกิดการลอกเลียนแบบในทิศทางที่ไม่เหมาะสม

9. ความชื่นชอบในการติดตามประเภทเนื้อหาข่าวบันเทิง

เนื้อหารายการเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะสามารถดึงดูดการติดตามอย่างเหนียวแน่นของผู้รับชมสุดา ขึ้นบาน ได้ให้ข้อมูลในประเด็นนี้ไว้ว่า “รุ่นเรานั้นไม่ค่อยมีใครเป็นข่าวแล้ว ถ้าเค้าจะทำให้ชายตีมันต้องเป็นรุ่นนี้ รุ่นเก่ามีแต่ข่าว เจ็บป่วยโรงพยาบาล รุ่นใหม่ก็จะมีข่าวไปเล่นละครเรื่องนี้ๆ คนนี้ไปจีบคนนั้น คนนั้นดังเมืองจีนอะไรแบบนี้ แต่ไอรุ่นเก่า ๆ ส่งข่าวมาแต่ละที เข้าโรงพยาบาลไม่ค่อยได้มีอะไรมาอัปเดต ส่วนเรื่องผู้ชายจะไม่สนใจเพราะมันเป็นชีวิตของเค้าไม่น่ามาใส่ใจ ถ้าเป็นศิลปินที่เราชอบเค้าไปทำกิจกรรมอย่างนั้นโอเค ถ้าเค้ามีละครมีอะไรก็ติดตาม แต่ก็ได้ติดตามลึกซึ่งเราผู้ใหญ่แล้วก็ติดตามผ่าน ๆ บางเรื่องที่ไม่ดีเราก็ไม่ค่อยอยากติดตาม บางทีแบบเอ๊ะ เพศหรือเปล่า แต่ถ้าชอบนักแสดงคนไหนก็ไม่ได้ติดตามตลอดแค่อยากรู้เห็นว่าดูน่ารักดี เล่นละครดีก็เลยติดตามเค้า หรืออย่างตงตงเราก็ไม่เคยดูเค้า เราเห็นเค้าเล่นละครก็ดูหน่อยนึงแค่นั้นพอ” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ ให้ข้อมูลในประเด็นนี้ไว้ว่า “ถ้ามิติของสังคมสูงวัยจริง ๆ ดารามีส่วนทำให้เกิดความน่าสนใจของการเสฟสื่อ เพราะฉะนั้นสิ่งที่เราอยากให้ผู้สูงวัยได้รับคือ รับรู้ถึงสิทธิสวัสดิการ รับรู้ถึงสิ่งที่สังคมดำเนินการว่าท่านสามารถเข้าสู่สิทธินั้นได้อย่างไร เพราะฉะนั้นด้านบันเทิงหรือดารามาเป็นตัวกลางในการที่จะสร้างมิติเหล่านี้ให้เกิดขึ้น จะเป็นประโยชน์มากขึ้น เพราะถ้าเราเอาคนในหน่วยงานในกรมกิจการผู้สูงอายุไปพูด ท่านผู้สูงอายุอาจจะไม่ได้อยากฟังเห็นหน้าแล้วไม่ได้อยากรู้ ถ้าทางบันเทิงนำมิติเหล่านี้ไปสื่อสารคือทำงานด้วยกันกับกรมกิจการผู้สูงอายุมาสื่อสารสิ่งที่เป็นประโยชน์สิทธิสวัสดิการต่าง ๆ ให้ท่านผู้สูงอายุได้รับรู้ว่า 60 ปีไปแล้วท่านจะได้อะไรบ้าง ควรจะดูแลตัวเองอย่างไรบ้าง ควรจะมีการพักผ่อนอย่างไร ออกกำลังกายอย่างไร ใช้ชีวิตอย่างไร ท่านจะได้ประโยชน์อะไรหลังใช้ชีวิตหลัง 60 ของท่านผ่านคนบันเทิง พี่ว่ามันจะทำให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น ในอนาคตก็อยากทำงานร่วมกับผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิงที่ท่านมีความประสงค์จะช่วยสังคมที่จะทำให้สิ่งเหล่านี้เข้าไปถึงมือผู้สูงอายุ อยากฝากสื่อบันเทิงเพื่อทำให้ท่านผู้สูงอายุมีความสุขในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและทำให้ท่านได้รับความรู้และเข้าใจในสิทธิสวัสดิการ ก็อยากให้มีมิติด้านความบันเทิงกับการทำงานของกรมกิจการผู้สูงอายุเป็นส่วนหนึ่งซึ่งกันและกันในอนาคตเพื่อสังคมสูงวัยที่ดี” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากประเด็นความชื่นชอบในการติดตามประเภทเนื้อหาข่าวบันเทิง เพื่อนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้ข้อมูลว่า ผู้สูงวัยชื่นชอบในการติดตามเรื่องราวศิลปินดารารุ่นใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะน่าเอ็นดู โดยชื่นชอบจากการติดตามผลงานที่แสดงความสามารถต่าง ๆ นอกจากนี้ยังชื่นชอบที่จะติดตามเรื่องราวประเภทที่ให้ประโยชน์เรื่องความรู้ที่เกี่ยวกับผู้สูงวัย

10. ความคิดเห็นในการจะพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

หากมีช่องข่าวบันเทิงที่นำเสนอโดยเฉพาะสำหรับผู้สูงวัยผ่านทาง LINE สุดา ชื่นบาน ให้ข้อมูลว่า “ไลน์เราคนเยอะมากแล้ว เครื่องมันจะเต็มในกลุ่มบางกลุ่มก็มีเป็นร้อย ๆ คน กลุ่มศิลปินแห่งชาติก็ 90 กว่าคน ไหนจะไลน์เดี่ยวเพื่อนของเราอีก อันนี้สำคัญกว่า ขนาดสำคัญกว่า เรายังไม่ค่อยกล้าส่งอะไรเพราะเกรงใจเขา เพราะในอินเทอร์เน็ตเดี๋ยวมันก็มีให้ดูเราย้อนกลับไปดูอะไรก็ได้ ยุทูปก็ดูเพราะมันสอนเย็บเสื้อสอนอะไรเยอะแยะมันน่าดูเราก็ดู ครูอาร์ยี่สอนเย็บเสื้อรี้งดูยูทูปดูย้อน ดูเฟซบุ๊กดูเหตุการณ์ปัจจุบัน” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ซึ่งข้อมูลจากอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ กล่าวว่า “ได้ความผ่อนคลาย ได้รับความเข้าใจสวัสดิการที่จะเกิดในชีวิตท่านได้อย่างเข้าถึงและมีความชัดเจนมากขึ้น”

จากประเด็นความคิดเห็นในการจะพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ผู้สูงวัยให้ความเห็นแตกต่างกัน สุดาชื่นบานกล่าวว่า ไม่สะดวกทางไลน์ เพราะต้องใช้ไลน์ติดต่อเพื่อนเยอะอยู่แล้ว จะรับชมคลิปผ่านทางอื่นมากกว่า แต่อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุกล่าวว่า ได้ความผ่อนคลายและทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงวัย

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Pre – Production)

ในขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่สุด เป็นการวางแผนก่อนที่จะเริ่มผลิตรายการจริง ควรให้เวลากับขั้นตอนนี้ค่อนข้างมากเนื่องจากหากวางแผนหรือเตรียมการได้ดี การผลิตรายการก็จะเป็นไปตามระเบียบขั้นตอนและลดปัญหาได้ดี ข้อมูลข้างต้นเป็นข้อมูลชุดแรกจากฝั่งผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัยและข้อมูลดังต่อไปนี้เป็นข้อมูลจากฝั่งผู้ผลิต

ข้อมูลชุดที่สองข้อมูลจากฝั่งผู้ผลิต คือข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในคำถามปลายเปิดสำหรับผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัย ผู้บริหารกิจการโทรทัศน์

ฝ่ายออกแบบองค์ประกอบศิลป์ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายประสานงาน และบรรณาธิการข่าวบันเทิง โดยสามารถแจกแจงหัวข้อตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning)

เป็นขั้นตอนแรกสุดของการเตรียมการ เป็นกระบวนการเตรียมการเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย ถ้าการวางแผนดีจะสามารถประหยัดเวลาและพลังงานเพื่อการไปถึงผลลัพธ์ได้เร็วยิ่งขึ้น ในขั้นตอนนี้จึงมีการวางแผนแจกแจงออกมาเป็นหัวข้อต่าง ๆ ตามข้อมูลที่ได้จากการวิจัยดังนี้

1.1. กลุ่มเป้าหมาย

การผลิตรายการต้องมีกรวางแผนกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทราบที่กำลังผลิตรายการเพื่อให้กลุ่มใดรับชม ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดแล้วว่ากลุ่มเป้าหมายคือผู้สูงวัย จึงได้สัมภาษณ์ผู้ผลิต คือ อติพร จุติมานนท์ ผู้ที่มีประสบการณ์เป็นบรรณาธิการข่าวบันเทิง 21 ปี กล่าวว่ “ถ้าผู้สูงอายุมองว่าข่าวบันเทิงไร้สาระ บางทีเค้าไม่ผิด มันแล้วแต่คน เพราะในปัจจุบันข่าวบันเทิงมีการแข่งขันค่อนข้างสูงทั้งในสื่อโทรทัศน์และออนไลน์ คือเน้นว่าสื่อใดมีความรวดเร็วกว่าก็จะมียอดแชร์หรือยอดคนดูเยอะกว่า โดยที่ยังขาดการพิจารณาถึงที่มาและความสมควรในการนำเสนอข่าวนั้น ๆ การแข่งขันสูงไม่ได้แข่งขันสูงแล้วผิดจริยธรรม การแข่งขันสูงคือการรวดเร็วในการนำเสนอทำให้มันผิดจริยธรรมเพราะเวลาเร็วมากขึ้นในการที่จะส่งข่าวออกมันทำให้เวลาตรวจสอบกลับกรองในการที่จะพิจารณามองมุมข่าวที่รอบด้านลดลง เลยทำให้เรียกว่าการแข่งขันสูงขึ้น แต่เชื่อว่านักข่าวทุกคนไม่ได้ต้องการแข่งขันแล้วผิดจริยธรรมหรอก ที่นี้คำว่าผิดจริยธรรมคือเส้นบาง ๆ ระหว่างอะไรที่ผิดและไม่ผิด บางครั้งเรื่องบางเรื่องเรียกว่า 90% ของสิ่งที่หลายคนเรียกว่าผิดจริยธรรม มันคือสีเทา บางคนมองว่าปกติ บางคนมองว่าผิดจริยธรรม มันอยู่ที่มาตรฐานแต่ละคนไม่เท่ากัน น้อยมากที่จะผิดจ้ง ๆ หรือผิดเต็ม ๆ อันนี้น้อย กับผู้สูงอายุ ต้องนำเสนอคนที่เค้ารู้จัก ถ้านำเสนอวัยรุ่นน หรือเน็ตไอดอลก็อาจจะไม่รู้จัก อันนี้ที่หนึ่งคือต้องเลือกความเคลื่อนไหวของข่าวบันเทิงดาราที่เค้ารู้จัก (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564)

ซึ่งมุมมองในเรื่องของการแข่งขัน เอลิมพล พูลสวัสดิ์ บรรณาธิการ/โปรดิวเซอร์ ช่วงครอบครัวข่าวบันเทิง เรื่องเล่าขำนี้ ได้ให้ความเห็นไว้อย่างน่าสนใจว่า “ปัจจุบันนี้ก็ยังคงเป็นการแข่งขันที่สูง เราจะได้ยินบ่อยไม่ว่าจะเป็นวงการข่าวหรือวงการข่าวบันเทิงว่าชิงแหล่งข่าวก่อนก็ได้เปรียบ มีกระแสก่อน เรื่องเหล่านี้มันก็ยังมียู่ แต่การแข่งขันปัจจุบันมันสูงก็จริงแต่มันไม่ได้สูงเหมือนสมัย ประมาณ 10 ปีก่อน ลำดับแรก ใน 10 ปีก่อนต้องยอมรับว่าสื่อโซเชียลออนไลน์ต่าง ๆ ยังไม่เข้ามามีบทบาท เยอะนัก เหมือนในปัจจุบัน สื่อหลักๆ ก็จะเป็นทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารกอสลิป ซึ่งการแข่งขันกันแน่นอนว่ามันเป็นการแข่งขันระหว่างทีวี สมัยก่อนก็แข่งขันหา

ข่าวแหล่งข่าวว่าใครก่อน ลำดับที่สอง พอคุณนั้นมันผ่านมาก็จะมีเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่นยังไม่พูดเดียวไปพูดในงานอื่นวันที่เดียว แหล่งข่าวก็จะมีเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง ลำดับที่สาม ณ วันนี้นั้นก็เปลี่ยนมาอีกกลายเป็นว่าข่าวมาจากโซเชียลซะส่วนใหญ่ ดาราสามารถใช้ช่องทางทางโซเชียลในการแถลงข่าวเองให้ข้อมูลข่าวเองโดยไม่จำเป็นจะต้องไป เจอกับผู้สื่อข่าวเลย ในมุมมองของเราเรามองเป็นสาม step” (สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2564)

จากหัวข้อเรื่องเป้าหมายในการวางแผนสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ผลการวิจัยในส่วนผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงให้คำตอบว่าข่าวบันเทิงในปัจจุบันความรวดเร็วไวเป็นสิ่งสำคัญ และการหาข่าวมาสร้างสรรค์เป็นเนื้อหารายการไม่ยากเหมือนสมัยก่อนเนื่องจากสมัยนี้หาข่าวจากเพจต่าง ๆ หรือนำข่าวมาจากโซเชียลมีเดียของศิลปินดารา ความรวดเร็วบางที่จึงยังไม่สามารถรับรองได้ว่าข่าวนั้นถูกต้องจริงหรือไม่ซึ่งต้องระมัดระวังสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงวัย

1.2 วัตถุประสงค์

การกำหนดวัตถุประสงค์ของการผลิตรายการเพื่อเป็นการหาทิศทางว่าจะผลิตมาเพื่อให้อะไรกับผู้สูงวัยซึ่ง ธิติพร จุติมานนท์ ได้กล่าวไว้ว่า “มุมมองนำเสนอต้องสร้างสรรค์หน่อย คงไม่ได้เป็นเรื่องแบบใต้สะดือหรือเป็นเรื่องตบตีกันมาก เพราะคนที่อายุเยอะ ๆ ก็จะมองดาราในข่าวบันเทิงว่าเป็นแง่ของการติดตามคนที่เค้ารัก คนที่เค้าชอบ เห็นพัฒนาของการทำงาน Movement อะไรแบบนี้ คงไม่ได้ต้อง Gossip อะไรมาก แต่ถามว่าคนกลุ่มนี้เค้าสนใจมั๊ย เค้าก็สนใจเหมือนทุกกลุ่มแหละ การนำเสนอมันต้องมีชั้นเชิง เพราะคนกลุ่มนี้เค้าโตแล้ว มีวุฒิภาวะสูงมีการศึกษามากขึ้น เพราะฉะนั้นคงเป็นอะไรที่ต้องดูดี ๆ ในการนำเสนอ แต่ถามว่าต่างกันมั๊ยคงไม่ได้ต่างกันมากทุกกลุ่มก็มีรสนิยมในการเสพข่าวบันเทิงคล้าย ๆ กัน เพียงแต่ว่ากลุ่มนี้อาจจะต้องเลือกที่เค้ารู้จัก พุดง่าย ๆ ว่าถ้าเล่าเรื่องที่เค้าไม่อยากรู้เค้าก็คงไม่อยากรู้ แต่ว่าอยากรู่มุมไหนแล้วก็สามารถลึกลับสิ่งที่มีมันเกิดขึ้นจากดาราคนนั้นคนนี้เข้าสู่ชีวิตประจำวันของเค้าได้หรือเปล่า” (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564)

ส่วนความเห็นของ สุรางค์ เปรมปรีดิ์ ผู้บริหารและผู้อยู่เบื้องหลังวงการบันเทิงมากกว่า 30 ปี ที่ให้สัมภาษณ์สำหรับมุมมองที่มีต่อข่าวบันเทิง “ข่าวบันเทิง เต็มที่ เลิกกันรู้แล้วไม่ได้อะไรกับชีวิต ข่าวที่เราต้องสนใจคืออะไรที่เราดูแล้วทันข่าวสาร” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ใกล้เคียงกับ เฉลิมพล พูลสวัสดิ์ ที่กล่าวว่า “ถามว่าเค้าอยากจะเสพ ที่เป็นกอสสิปใหม่เรื่องผัวเมียเรื่องดารา ก็ไม่ขนาดนั้น แต่อาจจะอยากรู้ดาราในยุคเขา ตอนนี้นั้นไป

ไหนแล้วทำอะไรอยู่ประมาณนี้ ไม่ใช่ดาราวัยรุ่นสมัยใหม่เพราะทาร์เก็ตที่ดูกลุ่มนี้ก็เป็นวัยรุ่นน แต่พอเป็นวัยทำงานก็จะเป็นกลุ่มนักแสดงที่เป็นกลุ่มกลาง โตขึ้นมาเป็นเจนแบบเกราวรินธร บอย ปกรณ์” (สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2564)

ส่วนความเห็นของสุทธาทิพย์ ้วยสุขกมล โปรดิวเซอร์รายการลุยไม่รู้โรย Super active รายการสำหรับผู้สูงวัย ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “อันนี้สำคัญไม่ว่าจะเป็นความรู้ สารอะไรมันต้องมาพร้อมกับความตลก ความสนุก ทำให้เราซึมซับไปได้เอง อย่างตอนนี้นี่เองด้วย สถานการณ์โควิดเรื่องของจิตใจเป็นเรื่องที่สำคัญมาก บางทีเราไม่ต้องการอะไรมาก ขอแค่มั้ม แคหัวเราะให้ได้ในแต่ละวันมันก็จะทำให้เรามีพลังในการทำอย่างอื่นต่อไปแล้ว พยายามทำให้มันสนุกด้วย” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องวัตถุประสงค์สำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ผู้เชี่ยวชาญได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า ผู้สูงวัยไม่ต้องการอยากรู้เรื่องราวที่สวนตัวจนเกินไปของศิลปินดารา ผู้สูงวัยมองว่าเรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องกลั่นกรอง ต้องใช้วิจารณญาณในการเสพ แทนที่จะดูเพื่อเป็นการเบ้าสมองหรือผ่อนคลาย ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัยจึงมองว่าการจะทำรายการบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรทำให้ผ่อนคลาย และคลายเหงามากกว่า

1.3 เลือกพิธีกร

พิธีกรเป็นส่วนสำคัญที่จะนำเสนอรูปแบบลักษณะเฉพาะของรายการ เพราะเป็นผู้ดำเนินรายการที่มีหน้าที่หลักในการสื่อสารกับผู้ชม จากความเห็นของ สุทธาวดี เนติมานนท์ โปรดิวเซอร์ผู้ดูแลภาพรวมทั้งหมดในรายการข่าวบันเทิงที่ออกอากาศทางช่อง one31 ให้ความเห็น ว่า “การนำเสนอข่าวต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการนั้น ๆ ให้คนจดจำเพราะทุกช่องเร็วหมด แต่ที่เร็วกว่าทีวีคือออนไลน์ ฉะนั้นแต่ละรายการต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองหรือมีอะไรที่รู้สึก ว่า ต้องดูรายการนี้ เช่น พิธีกร คนนำเสนอ น่าจะมีผลมาก คาแรคเตอร์พิธีกรที่ดูน่ารัก อ้อล้อ สนุก เป็นกันเอง น่าเอ็นดู เป็นมิตร จะช่วยดึงความสนใจได้” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

ความเห็นของธิดิพร จุติมานนท์ บรรณาธิการข่าวบันเทิง คือ “ก็ต้องเลือกคนที่พูดจาฉะฉานเข้าใจง่าย เล่าเรื่องรู้เรื่อง และก็ต้องมีความเป็นมิตร หน้าตา น่าเสียงดูเป็นมิตร” (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564)

สอดคล้องกับความเห็นของ สุทธาทิพย์ ้วยสุขกมล โปรดิวเซอร์รายการ สำหรับผู้สูงวัย ลุยไม่รู้โรย Super active “ทำตัวเป็นคนรุ่นใหม่ที่เข้ากับผู้สูงวัยได้ พิธีกรต้องสุภาพ นอบน้อม แต่ต้องสนุกและขี้เล่นให้มันกลมกลืนไปหมดเลย ดูแล้วมันสบายตาสบายใจเข้าหา ผู้ใหญ่ได้ คำก็พร้อมเปิดรับเรา ไม่รู้จักแต่รู้สึกว่โอเคคำรักคนนี่ บางทีผู้สูงอายุแต่ละท่านไม่

เหมือนกันเรื่องคำพูดบางท่านเราก็ต้องลงไปในโลกของเค้าแต่ทำให้สนุก บางท่านก็ตามเทรนด์ทัน” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการเลือกพิธีกรสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE

Official Account สำหรับผู้สูงวัยได้คำตอบว่า ดั้งความเห็นของ ศุภธาตดิเนติมานนท์ จากคำตอบทั้งจากฝั่งผู้ผลิตกล่าวว่าพิธีกรสำหรับรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยต้องมีลักษณะที่ดูแล้วเป็นมิตรไม่เฉพาะแค่การพูด น้ำเสียง แต่รวมไปถึงหน้า ท่าทาง การวางบุคลิก การยิ้มแย้ม หรือหัวเราะ ให้ดูเป็นธรรมชาติ พูดจาน่าฟัง สุภาพ นอบน้อม แต่มีความเป็นกันเอง

ซึ่งรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ตนเองในการทำหน้าที่พิธีกร เนื่องจากมีประสบการณ์ในการทำรายการข่าวบันเทิงผ่านทางช่อง One31 เป็นเวลา 7 ปี และมีคุณสมบัติการเป็นพิธีกรตามแนวคิด SPEAKING ของโฮมส์ (ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ, 2559) คือเข้าใจบริบทของการเล่าข่าวบันเทิง สามารถใช้ประสบการณ์ตรงในการทำหน้าที่รับผิดชอบเมื่ออยู่หน้ากล้อง การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และการวางบุคลิกให้เข้ากับเรื่องราวที่จะเล่าได้

1.4 ช่องทางออกอากาศ

ในการวางแผนต้องคำนึงว่ารูปแบบรายการและกลุ่มเป้าหมายเหมาะสมกับช่องทางการออกอากาศที่เลือกไว้คือ LINE Official Account หรือไม่ และควรทำอย่างไรให้เกิดความเหมาะสม ซึ่งผู้ผลิตอย่างธิดิพร จุติมานนท์ ได้ให้ความเห็นในประเด็นช่องทางการออกอากาศสำหรับผู้สูงวัยไว้ว่า “TV ยังเป็นอันดับ 1 จากนั้นน่าจะเฟสบุ๊ค นอกนั้นก็ไม่ได้เยอะมาก เพราะที่วิมันเต็มจอ การรับชมก็จะเพลิน คนดูดาราสวยหล่อ ดูการแต่งตัวมันมากกว่าแค่ดูข่าวปกติ” (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564)

ส่วนสุรางค์ เปรมปรีดิ์ ที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้สูงวัยมีความเห็นว่า “ส่วนตัวดูทีวีดูยูทูป และใช้ไลน์เป็นหลัก เป็นคนทำงานเลยต้องติดต่อผู้คน” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ความเห็นของ สุทธาทิพย์ ้วยสุขกมล โปรดิวเซอร์ ลุยไม่รู้โรย Super active กล่าวถึงข้อมูลจากผู้สูงอายุนับชมข่าวสารว่า “มีช่องทางออนไลน์ที่เค้าก็สามารถรับชมได้อยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องช่องทางออกอากาศสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าปัจจุบันรายการบันเทิงมี

หลากหลายรูปแบบ และหลากหลายช่องทางในการนำเสนอ สำหรับผู้สูงวัยยังคงชอบรับชมรายการต่าง ๆ ผ่านโทรทัศน์ เนื่องด้วยภาพใหญ่ชัดเจน เต็มจอ

1.5 อุปกรณ์

ในการผลิตรายการต้องประกอบไปด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ มากมาย และต้องเหมาะสมกับการถ่ายทำรายการสำหรับผู้สูงวัย จึงต้องอยู่ในขั้นตอนการวางแผนซึ่ง ศุภาวดี เนติมานนท์ ได้กล่าวในประเด็นนี้ไว้ว่า “การกำหนดวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิตรายการเป็นอีก 1 เรื่องที่สำคัญ ต้องรู้ว่าจะใช้อะไรบ้าง เพื่อจะได้จัดเตรียมได้ทันก่อนจะถึงวันที่ถ่ายทำ ไม่ว่าจะเป็น กล้องวีดีโอ ขาตั้งกล้อง ไมค์ ไมค์แบบไหน ก็ตัว ไฟयेอะมัย ตัดต่อ ฉาก เทปวีดีโอ ถ่ายที่ไหน ต้องใช้อุปกรณ์เพิ่มมัย กระดานเอาไว้เขียนหัวข้อบทพิธีกร” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

ส่วนคำตอบของสุชาติ ทวมสุวรรณ ผู้จัดการฝ่ายสตูดิโอช่อง One31 และ Gmm25 ที่มีประสบการณ์ด้านองค์ประกอบศิลป์ 10 ปีขึ้นไป กล่าวว่า “ในมุมมองของคนเตรียมเบื้องหลังเราจะต้องคุยกับทีมงาน ทีมโปรดิวเซอร์ พิธีกร ว่าในกลุ่มที่เป็นเป้าหมายที่ทางรายการต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มผู้สูงวัยเนี่ย ใจความ Messasge ที่ต้องนำเสนอออกไปมีอะไรบ้าง ในมุมมองของคนที่เป็นซัพพอร์ตว่าต้องทำให้ออกมาตรงกับความต้องการของรายการมากที่สุด มันถึงจะออกมาในรูปแบบฉาก แสง เสียง กล้องก็ตัว เพื่อที่จะไปในทิศทางเดียวกัน” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าขั้นตอนการวางแผนเป็นส่วนสำคัญที่ฝ่ายเตรียมอุปกรณ์จะต้องพูดคุยกับโปรดิวเซอร์รายการถึงรูปแบบ และทิศทางของรายการเพื่อให้เห็นภาพรายการไปในทิศทางเดียวกันและสิ่งที่จะต้องเตรียมก็ควรจัดหา กล้องวีดีโอ ถ่ายทำ ขาตั้งกล้อง อุปกรณ์การบันทึกเสียง หรือไมโครโฟนไร้สายชนิดหนีบปกเสื้อ อุปกรณ์แสง ห้องบันทึกเสียง ห้องตัดต่อ อุปกรณ์ประกอบฉาก หน่วยความจำสำหรับบันทึกภาพและเสียง หากต้องถ่ายนอกสถานที่ต้องมีหน่วยความจำสำรอง เป็นต้น

1.6 เวลาในการออกอากาศ

เวลาในการออกอากาศเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงเพราะเป้าหมายผู้รับชมรายการ มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปตามภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในแต่ละวันข้อมูลจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์มีคำตอบต่าง ๆ ดังนี้ สุรางค์ เปรมปรีดิ์ กล่าวว่า “ผู้สูงวัยนอนไม่หลับนะ นอนไม่เป็นเวลา ตื่นสาย นอนดึก บางคนนอนตี 4 ตื่นเที่ยง เคี้ยวโลวไลฟ์แล้ว กลางคืนหรือเย็น ๆ ป่าๆ” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนคำตอบของ ธิติพร จุติมานนท์ กล่าวว่า “เป็นช่วง 10 โมงเช้า ถึงสัก 5 โมงเย็น เป็นช่วงที่แม่บ้านอยู่บ้านที่คนสูงวัยอยู่บ้าน หมดภาระต่าง ๆ ในงานบ้าน หรือเลี้ยงลูก เลี้ยงหลาน พอคนในครอบครัวกลับมาจากทำงานก็ต้องเป็นช่วงเวลาครอบครัว” (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564)

และอภิวัฒน์ ภูมิมาลา ได้กล่าวถึงช่วงเวลาที่ผู้สูงวัยรับชมคอนเสิร์ตแบบลงมา อีกคือ “ผู้สูงวัยอยู่บ้านเค้าก็เปิดไปเรื่อย ผู้สูงวัยเมื่อเค้าหมดภาระในหน้าที่การงานจริง ๆ มันได้ทุก ช่วงเวลาเลย จะให้ดีกว่าจะเป็นช่วงบ่าย ๆ เพราะ ๆ อาจจะทำนู่นนี่นี่ บ่าย ๆ หมดภาระแล้วก็ อาจมานั่งสบาย ๆ ดูทีวีก็อาจเป็นช่วงที่ไม่มีใครมาทวน อย่างเป็นวันธรรมดาควรเป็น 13.00 น. – 16.00 น. หรือก่อน 17.00 น. ที่หลานกลับมาเพราะต้องดูการ์ตูนก็เป็นการเล่นโทรศัพท์กัน หรือ เวลาหลังจากนั้นลูก ๆ ก็จะมาดูละครไป” (สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2564)

ส่วนสุทธาทิพย์ วัยสุขกมล ให้ความเห็นว่า “จากประสบการณ์ทำงานตอน แรกเราคิดว่าผู้สูงวัยต้องตื่นเช้าต้องดูแล ๆ แบบตี 5 ปรากฏว่ามันไม่ใช่เรตติ้งมันก็ไม่โอเค กลายเป็นเค้าไปดูย้อนหลังเพราะเค้าตื่นไม่ทัน เลยลองปรับและดูจากพฤติกรรมของผู้สูงวัย จึง เลื่อนมาเป็น 08.30 น. เรตติ้งมันก็เริ่มดีขึ้น ก็ต้องสาย ๆ ไปเลย” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องเวลาในการออกอากาศสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าผู้สูงวัยส่วนใหญ่หมดภาระหน้าที่ แล้วจะใช้ชีวิตสบาย ๆ ไม่จำเป็นต้องเร่งรีบตื่นแต่เช้าเพื่อมารับชมรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย ที่จะออกอากาศคือช่วงเวลาประมาณ 13.00 น. เป็นช่วงเวลาหลังจากรับประทานอาหารมื้อเที่ยง แล้วนั่งเล่นอยู่บ้านพักผ่อนได้มาเปิดโทรศัพท์มือถือดูเพื่อรับความผ่อนคลาย นั่งย่อยอาหารสร้าง ความเพลิดเพลินยามบ่าย ก่อนที่ช่วงเย็นจะต้องเตรียมต้อนรับลูก ๆ หลาน ๆ ที่จะกลับมาจาก โรงเรียนหรือที่ทำงานนั่นเอง

1.7 งบประมาณ

เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องวางแผนเพราะเป็นส่วนขับเคลื่อนงานและกำหนดให้ทุก อย่างในกระบวนการสอดคล้องกับงบประมาณ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ สุชาติ ทวมสุวรรณ ผู้จัดการ ฝ่ายสตูดิโอช่อง One31 และ Gmm25 มีรายละเอียดในเรื่องงบประมาณดังนี้ “โดยทั่วไปจะมีการ ตั้งงบประมาณคร่าว ๆ ไว้ก่อนแล้ว แต่ในขั้นตอนนี้จะเป็น การกำหนดค่าใช้จ่ายงบประมาณโดย ละเอียด ตามวัตถุประสงค์และบุคคล ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทุกชั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการ ผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยซึ่งคิดเป็นค่าเช่าต่อรายการถ่ายทำ 1 เทป”

ตาราง 5 ตารางแสดงงบประมาณในการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย 1 เทป

รายละเอียด	ราคา
กล้องวีดีโอถ่ายทำ + อุปกรณ์การบันทึกเสียง	5,000
ตากล้อง	3,000
อุปกรณ์แสง	5,000
ตัดต่อ + กราฟฟิก	5,000
อุปกรณ์ประกอบฉาก	3,000
สถานที่	10,000
พิธีกร	6,000
เสื้อผ้า	2,000
แต่งหน้าทำผม	4,000
อาหารเครื่องดื่ม	2,000
โปรดิวเซอร์ + ประสานงาน	5,000
รวม	50,000

จากตารางข้างต้นแสดงงบประมาณในการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย 1 เทป ข้อมูลจากคำตอบของ สุชาติ ทวมสุวรรณ ผู้จัดการฝ่ายสตูดิโอช่อง One31 และ Gmm25 (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564) โดยใช้งบประมาณ 50,000 บาทในการเช่าอุปกรณ์และค่าตัวบุคลากรสำหรับรายการข่าวบันเทิง 1 เทป

เมื่อได้วางต้นทุนงบประมาณแล้ว จึงต้องคำนึงถึงต้นทุนและกำไร ซึ่งชลิดา สิงห์วัฒนไพจิตร Senior Manager Marketing Strategy ที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 ปีให้ข้อมูลว่า “เมื่อทราบราคางบประมาณในการถ่ายทำรายการแล้ว จึงต้องมีการหาผู้สนับสนุนรายการจากการให้เข้ามาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการเพื่อมีเงินทุนสนับสนุนเพิ่มเติมเพื่อเป็นการลดต้นทุนยังได้กำไรจากขายช่วงเวลาที่ยอดอากาศอีกด้วย

ยกตัวอย่าง

- รายการ มีทั้งหมด 10 นาที/เทป
- ช่วง tie in ลูกค้า 1 นาที
- ต้นทุนหรืองบประมาณ ในการผลิตต่อเทป (ค่าอุปกรณ์/คนทำงาน/พิธีกร/ออกอากาศ) รวมๆอยู่ที่ 50,000 บาท
- พี่ต้องขายต่อครั้งให้ได้กำไรมากกว่า 50% ของต้นทุน
- พี่จึงต้องขาย 1 นาที ราคา 150,000 บาท หักต้นทุนแล้ว 50,000 บาท เท่ากับได้ 100,000 บาทซึ่งเป็นราคาขายที่เกือบทุกช่องขายกันอยู่ตอนนี้
- ในกรณีที่ลูกค้าต่อราคาพี่ก็จะลดให้ได้แค่ไม่เกิน 5%
- จริง ๆ ในรายการหนึ่งรายการเรามีรูปแบบการขายที่เยอะแยะมาก ๆ ทั้ง commercial spot / in

program เป็นแบบที่พี่คำนวณคร่าว ๆ นะ แต่ไม่หนีจากนี้หรอก เอาจริง ๆ ถ้าได้ลูกค้าทุกอาทิตย์เราก็กำไรแล้วและถ้าบางทีมีลูกค้ามากกว่า 1 ตัวก็จะได้ไปทดแทนในวันที่ไม่มีหรือการขายอื่น ๆ ที่พี่บอก มันจะทดแทนกันได้ แต่สุดท้ายยังไงเราต้องมีลูกค้าไม่งั้นต้นทุนจะจม เช่น ถ้าเรามีต้นทุนที่ 50,000 / เทป รายการมีวีลชะ 1 ครั้ง เดือนหนึ่ง 4 ครั้ง เท่ากับ ต้นทุน 200,000 / เดือน นั่นเท่ากับว่าต่อเดือนต้องขายให้ได้ อย่างน้อย 3 ครั้ง สำหรับ tie in หรือถ้าไม่ได้พี่ต้องขายประเภทอื่น ๆ ให้ได้เพื่อมา cover ต้นทุน ซึ่งการ Tie in แบบให้พิธีกรหยิบจับได้ผลที่สุดและขายได้ราคาที่ดีที่สุด” (สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องงบประมาณสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าจากการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่มีพิธีกร 1 ท่าน และมีเนื้อหาข่าวประกอบด้วยภาพ มีต้นทุนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยอยู่ที่เทปละ 50,000 จึงต้องมีการหาผู้สนับสนุนรายการเพื่อเป็นค่าต้นทุนและได้กำไรในการทำธุรกิจโดยการขายช่วงเวลาออกอากาศที่มีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามราคา

1.8 การจัดวางผลิตภัณฑ์ (Product Placement)

เป็นอีกหนึ่งช่องที่จะสามารถหารายได้จากการประชาสัมพันธ์สินค้าแฝงในรายการ ผู้วิจัยจึงต้องการทราบว่าวิธีใดที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยมากที่สุด ซึ่ง ศุภาวดี เนติมานนท์ กล่าวไว้ว่า “อยู่ข้างล่างฉากพิธีกร จะป้ายหรือแอลอีดี คนดูจะไม่รำคาญ ถูกหลอกสายตาให้ผ่านตาบ่อยกว่า ไม่ได้มีผลต่อการซื้อ แต่มีผลให้รู้จัก แต่ถ้ามาทอล์คสินค้าจะมีผลต่อการซื้อมากกว่า เพราะมานั่งพูดสรรพคุณ แต่การขายของก็มีผลต่อเรตติ้งเช่นเดียวกัน” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

สอดคล้องกับ อธิพร จุติมานนท์ ที่กล่าวว่า “กราฟฟิกมูจอเห็นง่ายสุด เพราะบางทีอยู่ในฉากหรือจอหลังผู้ประกาศก็บัง กล้องก็ Movement แต่ถ้าเป็นมูจอเห็นชัดอยู่แล้ว สีเส้นสวยงาม โดดเด่น แต่ถ้ามีมายืนเล่าประสบการณ์ และพีเรนเตอร์คนนั้นผู้ชมสนใจ และรู้จัก คำก็อาจจะคล้อยตามและสนใจใช้สินค้า แต่เราก็ต้องเลือกสินค้าที่มันผ่านมาตรฐานทุกอย่างถูกต้องมาหมดแล้ว” (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564)

ซึ่งข้อมูลจาก อภิวัฒน์ ภูมิมาลา เพิ่มเติมมาอีกในแง่มุมมองว่า “โฆษณาที่แฝงมาเพราะมันอยู่ในเนื้อรายการอันนั้นจะมีผลกับเค้า เพราะโฆษณาบางตัวมันไปพูดถึงยารักษาโรคไปช่วยเรื่องสุขภาพซึ่งมันอาจจะข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน มันอาจจะทำให้เค้าเสียเงินเสียทองไปฟรี หรือ พลาดการรักษาที่เหมาะสมกับเค้า” (สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2564)

ส่วน เฉลิมพล พูลสวัสดิ์ ให้ข้อมูลว่า “พีคคิดว่าน่าจะเป็นจอฉากหลัง เหมือนกับรายการสมัยก่อนมันจะให้ความรู้สึกเหมือนกับว่าเค้าดูรายการทีวี ดูเนี่ยมากกว่าสำหรับรุ่นราวของเค้า อาจจะพูดไทรอินโดยที่มันก็มีสินค้าวางอยู่ตรงฉากหลังด้วยอะไรแบบนี้ ให้ข้อมูลไปเลย คิดว่าน่าจะเหมาะกับผู้สูงวัยมากกว่าเพราะเขาฟังแล้วก็รับรู้เลยโอเค” (สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2564)

ความเห็นของ สุทธาทิพย์ วยสุขกมล กล่าวว่า “ผู้สูงวัยชอบซื้อของตามรายการทีวีจริง ๆ พวกอาหารเสริม อย่างเวลาประชุมที่มรายการ ก็จะมีการคุยว่า พ่อแม่เค้าชอบอันนี้เห็นในทีวีแล้วซื้อมากิน ความดันดีขึ้น ไขข้อดีขึ้น เป็นต้น ส่วนใหญ่หนักไปทางอาหารเสริม ส่วนอุปกรณ์หม้อชาวมรามไห รองลงมา ยิ่งเวลามียี่ห้อราคาบ่อย ๆ แต่มีของแถมคุ้ม ๆ เค้าจะยังสนใจ” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

และยังมีข้อมูลจาก สุชาติ ทวมสุวรรณ ที่กล่าวไว้ว่า “เรื่องงานขาย เราต้องยอมรับว่าเป็นเรื่องเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง บางทีเงื่อนไขการขายอาจจะไม่เป็นไปตามรูปแบบรายการ บางทีอาจจะวางของเล็กใหญ่ไปจี้ ต้องมานั่งคุยกันว่าจะทำยังไงให้มันเหมาะสม มุมมองส่วนตัวของพีพีว่าการขึ้นโลโก้หรือสัญลักษณ์บนหน้าจอในปัจจุบันนี้การอยู่ด้านล่างซ้ายหรือขวาพีพีว่ามันเหมาะสมแล้ว อยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ การที่โลโก้ไปฝังอยู่กับฉากมูมมองพีพีว่ามันแปลกไปนิดนึงแน่นอนว่าลูกค้าก็อยากให้เราสัญลักษณ์มันเห็นได้ชัด ในทางกลับกันถ้ามาอยู่แล้วรบกวนพิธีกรหรือดึงดูดยาวตามากเกินไปมันก็ไม่สมควร ส่วน Product placement ที่วางคู่กับพิธีกรก็ควรจะวางอยู่ในเวลาที่ไม่บดบังหรือรบกวนจนเกินไป เช่น วางอยู่บนโต๊ะแต่ขนาดไม่ได้ใหญ่จนเกินไป อย่างบางอย่างใหญ่มาก รกเกินไป ดูขาดศิลปะในการวางจนเกินไปก็มีให้เห็นบ่อยครั้ง เพราะเรื่อง

การร่ำคานตาก็มีทุกวัยไม่ได้เป็นแค่ผู้สูงวัย มันจะย้อนกลับมาที่คำว่า hard sale” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ฝ่ายองค์ประกอบศิลป์ วงศกร นาคเนียน ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “ส่วนใหญ่เป็น Product placement เขาของมาตั้งเลยจะสามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้มากกว่า เขาโลโก้มาแปะจ้อ อาจจะไม่สื่อสารไม่ได้เท่าไรเท่ากับการพูดถึงสินค้า มันจะทำให้เกิดการรับรู้ของผู้สูงอายุดีกว่าจะไม่พูดถึงอะไร แต่ถ้าเป็นภาพนิ่งชายของ โฆษณา โลโก้ภาพนิ่ง มุมซ้ายบนน่าจะดี เพราะคนอ่านหนังสือเรียงมา จากซ้ายบน” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการจัดวางผลิตภัณฑ์สำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่า มีผู้บรรยายสรรพคุณ อาจจะเป็นพิธีกรของรายการพูดแฉไปกับเนื้อรายการข่าวบันเทิงหรือมีคนมาบรรยายสรรพคุณ โดยเฉพาะจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้สูงวัยมากกว่า คือมีการอธิบาย บรรยายสรรพคุณอย่าง ชัดเจน โดยมีผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่เพื่อให้มองเห็นได้ และต้องเป็นสินค้าที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยในด้าน สุขภาพ จะเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้สูงวัย

2.เนื้อหา (Content)

เป็นหนึ่งสิ่งที่จะต้องอยู่ในขั้นตอนวางแผน เมื่อการวางแผนเริ่มต้นด้วย กลุ่มเป้าหมายจากนั้นจึงต้องมากำหนดแนวทางของเนื้อหาว่าต้องการนำเสนอสิ่งใด หรือประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ซึ่งจากข้อมูลของการวิจัย เนื้อหาจึงสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนที่สำคัญในการ นำเสนอคือ ส่วนของการอัปเดตข่าวบันเทิง และส่วนของการประชาสัมพันธ์ข่าวควรรู้ของผู้สูงวัย

2.1 อัปเดตข่าวบันเทิง

เป็นการนำเสนอความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย โดย สุชาติ ทวมสุวรรณ กล่าวว่า “เนื้อหาข่าวในมุมมองที่ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุคือลักษณะของข่าวมัน เป็นคอนเทนท์ที่เป็นรายวัน เราไม่แน่ใจว่าแต่ละวันมีคอนเทนท์อะไรที่ต่างไปบ้าง คอนเทนท์บาง วันอาจจะเป็นเรื่องของ Gossip บางวันอาจจะเป็นเรื่องของได้แต่เพียงผู้สูงอายุอาจจะไม่ได้สนใจอันนี้ พี่ดูจากประสบการณ์คนรอบตัว แต่สิ่งหนึ่งที่จะแอบเห็นบ่อยนั้นก็คือความน่ารักของลูกดารา ดารา คนนั้นไปทำกิจกรรมอันนั้นอันนี้ เราดูจากรุ่นคุณพ่อคุณแม่ที่สื่อสารออกมาจากทาง Facebook จะ เห็นการแชร์ข่าวพวกนี้เยอะมาก แล้วกลายเป็นสังคม ชวนคนรอบข้างมาดูมาสนใจกับคอนเทนท์ที่ แชร์ด้วยกันเช่น สายฟ้าพายุลูกชมพู คือเดี๋ยวนี้ผู้สูงอายุก็เล่นไอจีแล้วก็ติดตามดาราแต่จะติดตาม เรื่องราวน่ารักๆ มากกว่าไม่ได้ติดตามเรื่องราวว่าใครตบกันเรื่อง Gossip คำจะไม่ค่อยได้ตาม ผู้สูงอายุเค้าชอบตามคอนเทนท์ที่ดาราไปทำอะไรเที่ยว เลี้ยงหมาอะไรประเภทอย่างนี้คือบท สนทนามันจะยาวมากกว่ามีการแชร์มากกว่า” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ส่วนข้อมูลจาก เฉลิมพล พูลสวัสดิ์ มองว่า “อย่างแรกเลยถ้าทำรายการ บันเทิงเพื่อผู้สูงวัยฟังเพลงก่อน เพลงของกลุ่มผู้สูงอายุที่โตมากับเขา อาจจะเป็นรูปแบบ รายการออนไลน์ที่มีเพลง สุนทราภรณ์ เพลงลูกกรุงเก่าเก่า ผู้สูงอายุเค้าฟัง ผู้สูงวัยเค้าเปิดวิทยุ เพื่อที่จะฟังเพลงเก่าเก่าเหล่านั้นนะ คลื่นวิทยุเค้ายังอนุรักษ์อยู่แต่กลับการบนสื่อออนไลน์หรือทีวีมัน ไม่ค่อยมี กลายเป็นว่าเค้าเลยต้องไปฟังเพลงในวิทยุมากกว่า หรือการที่เขาเรื่องของดาราในยุคนี้ ที่ไม่ได้แก่เกินไป เช่น พี่จ๊กนรินทร์ หรือเอาคุณเพชรามาพูดคุย เราว่ามันทำให้เขามีความสุขกับการ ที่เขาได้เสพข่าวบันเทิง ผ่านแล้วเราสามารถแทรกอะไรที่มันเปลี่ยนไปในสังคมผ่าน ดาราเหล่านั้นได้ เพราะการที่เราจะให้ คนสูงอายุเปิดรับอะไรบางอย่างมันยากมาก เพราะเค้าก็โตแล้วมีวุฒิภาวะสูง มาก หรือจะมาฟังเด็กเด็กมันเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากมาก แต่สื่อก็ยังมีประโยชน์ด้านนี้อยู่คือ เป็น การชักนำโดยผ่านดาราในยุคนี้ พี่ว่าเค้าฟังแต่มันต้องเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์นะ ไม่ใช่จะไปขาย แต่อาหารเสริมอย่างเดียว ความแซบ ความฉาว เรื่องชู้สาว เค้าก็ดูส่วนหนึ่งแต่ไม่ได้สนใจที่จะอยากรู้อะไรต่อเพิ่มเติม เพื่อจะไปเฝ้ามอยกับใคร กับคนในรุ่นราวคราวเดียวกัน เค้าก็จะเสพเหมือน ชาวทั่วไป ถ้าจะทำรายการบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรจะมีศิลปินในยุคเขามานั่งพูดคุยกันหรือเปล่า แต่รายการแบบนี้ปัจจุบันมันดูมองว่าขายไม่ได้ มันจะมีเรื่องของการขายโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วย” (สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2564)

ซึ่งไม่เหมือนกับข้อมูลจาก ศุทธาวดี เนติมานนท์ ที่กล่าวว่า “ส่วนมากคน 60 จะพูดถึงเรื่องละคร เรื่องพระเอกที่เราชอบ เลยดู ข่าวไปในมุมเรื่องราวดี ๆ ไม่ฉาวโฉ่มาก ไม่ได้ อยากรู้ลึกมาก เช่น ดาราทำดี ไม่ใช่ชู้สาวหรือเฝ้ามอยแรง ๆ อาจจะทำข่าวบันเทิงที่มีการ วิเคราะห์ที่ไม่ใช่กอสสิปหนัก ๆ เช่น ข่าวอุทธานรณ หรือคาแรคเตอร์พิธีกรที่ดูน่ารัก อ้อล้อ สนุกเป็น กันเอง น่าเอ็นดู เป็นมิตร” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

จากหัวข้อเรื่องเนื้อหาในการอัพเดทข่าวบันเทิงสำหรับการพัฒนาช่องข่าว บันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่า การเตรียม เนื้อหารายการสำหรับข่าวบันเทิงเพื่อผู้สูงวัยนั้น ไม่ควรเป็นเรื่องที่มีลักษณะทำให้จิตใจผู้สูงวัยรู้สึก หมองหม่น ว่าผู้สูงวัยไม่ชอบเรื่องในเชิงชู้สาวของศิลปินดารา แต่มักจะติดตามเรื่องราวที่ทำให้ ยิ้ม หัวเราะ หรือผ่อนคลาย กับผู้สูงวัย

2.2 ประชาสัมพันธ์ข่าวความรู้ของผู้สูงวัย

ในการติดตามข่าวสารของผู้สูงวัยนอกเหนือจากความบันเทิงเพื่อผ่อนคลาย จิตใจสำหรับผู้สูงวัยแล้วข่าวสารที่มีประโยชน์เฉพาะกับผู้สูงวัยจะทำให้ผู้สูงวัยสนใจในการติดตาม ดังข้อมูลจาก สุรางค์ เปรมปรีดี ที่กล่าวว่า “ผลิตรายการให้เค้าได้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตอยู่

เพราะเค้าร่างกายจะเสื่อมถอย ทั้งจิตใจ ทำรายการให้เค้าอยู่ในสังคมได้ เพราะอารมณ์เค้าจะเปลี่ยนไป ความรู้สึกเหมือนถูกทอดทิ้ง มันเสื่อมถอย คุณต้องทำรายการที่ให้อำนาจใจเค้าและแนะนำเค้าว่าอาหารการกิน การออกกำลังกาย ดูแลตัวเองยังไง จิตใจเป็นยังไง ให้เค้าผ่อนคลาย เพื่อไม่ให้มีปัญหาเกี่ยวกับลูกหลาน เอาจริง ๆ ต้องทำงานให้เค้ามีโอกาสที่จะได้ทำอะไร ถ้าแนะนำไม่ควรเลิกทำงานแต่อาจทำน้อยลง มีสโลว์ไลฟ์ ไปเที่ยวบ้าง อยากทำอะไรทำที่ตัวเองอยากทำ อาจจะมีตัวอย่างของที่อายุมากแล้วยังสุขภาพดี เค้าดูแลตัวเองยังไงเป็นโมเดล ต้องดูด้วยทำให้คนแก่แบบไหน คนแก่ที่ทำงานหนัก ฐานะปานกลาง ฐานะดี สอนวิธีให้เค้าไม่เครียดไม่กังวลว่าจะตายเมื่อไหร่ ไม่จำเป็นต้องเข้า อาจอาหลักธรรมในพุทธศาสนา มาคลายกังวล ดารา อย่าง กัณนภัทร เค้าก็มีแฟนคลับ ก็เอาคนที่เค้าชอบมาทำอะไรให้เค้า ไม่ใช่ข่าวเค้าอย่างเดียว เช่นเอาคลิป กัณนภัทร มาพูดแบบสดใสๆ ให้กับผู้สูงวัย เช่น ออกกำลังกายนะครีบ อย่าไปคิดว่าตัวเองอายุมาก เอาดารามาให้อำนาจใจ ทักทาย เช่นสวัสดี ตอนนี้มีผลงานใหม่ ฝากด้วยนะครีบ แบบน่ารัก ๆ เป็น โพลีทิฟ แฟน ๆ ก็เขียนจดหมาย แอดไลน์ทักทาย คุยกันได้ในทุก ๆ วัน เค้าก็จะรู้สึกที่เค้ามีความผูกพันกับรายการ เรียกเค้าพี่ ๆ ก็ได้” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ใกล้เคียงกับคำตอบจากการให้สัมภาษณ์ของ อภิวัฒน์ ภูมิมาลา ดังนี้ “ต้องเป็นด้านเรื่องเตือนภัยเยอะ ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเรื่องของเทคโนโลยี เรื่องสุขภาพ เพราะผู้สูงวัยเค้าจะมีความอ่อนไหวต่อข้อมูลข่าวสาร เค้าอาจจะโตมาอีกยุคหนึ่งที่มีการรับข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว ถนัดจากการรับจากโทรทัศน์หรือจากสื่อสิ่งพิมพ์ แต่สมัยนี้มันมีข้อมูลที่มันมาจากแหล่งออนไลน์ค่อนข้างเยอะ ซึ่งมันเป็นสื่อที่ค่อนข้างใหม่ มันจะไม่มีกรกลั่นกรองเหมือนกับสื่อที่มันเป็นโทรทัศน์ สื่อที่มันเป็นหนังสือพิมพ์ มันจะกลั่นกรองมาระดับหนึ่งมีความเป็นพิษเป็นภัยน้อยกว่า แต่พอมีสื่อใหม่เพิ่มเข้ามาเค้าก็อาจได้รับข้อมูลที่มันไม่ได้กลั่นกรอง เพราะฉะนั้นก็ควรไปสนับสนุนเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตือนภัย ข้อเท็จจริง หรืออธิบายว่าตอนนี้ในสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่มีข้อมูลเป็นแบบนี้ ความจริงเป็นยังไงนะ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้กับผู้สูงวัย เพราะภูมิด้านทานเค้าต่ำ อะไรที่ปล่อยออกมาเค้าจะเชื่อหมดว่าเป็นความจริง กสทช เค้าจะกำกับในโทรทัศน์อยู่แล้ว แต่ในสื่อออนไลน์มันเต็มที่แล้ว ข้อมูลอาจจะไม่จริงทั้งหมดหรือจริงด้านเดียวความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคจะน้อย ผู้สูงวัยก็ดูรายการบันเทิง เวลาเค้าว่างเค้าก็เปิดไปเรื่อย ยิ่งถ้ามีคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับสภาวะของเค้า เช่น เรื่องโรคภัยไข้เจ็บ กฎหมาย อันตรายที่มาจากสังคมออนไลน์ หรือจากการหลอกลวงที่เข้าถึงตัวเค้าโดยตรง ถ้าคอนเทนต์มันตรงกับสถานการณ์ของเค้า เค้าก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ” (สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการประชาสัมพันธ์ข่าวควรรู้ของผู้สูงวัยในเนื้อหาสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่า ผู้สูงอายุสนใจในเรื่องข่าวคราวความเป็นไปของบ้านเมือง โดยเฉพาะสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิทธิ สวัสดิการต่าง ๆ ที่มีต่อกลุ่มผู้สูงวัยที่ควรจะได้รับ ซึ่งหากจะทำให้รายการมีประโยชน์และชวนติดตาม ควรมีเนื้อหาที่มีข้อมูลเหล่านี้ใส่ลงไปด้วย

3. การเขียนบทพูด (Scripting)

เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างความน่าสนใจ โดยเฉพาะหากมีข้อมูลในการเขียนบทพูดที่เฉพาะเจาะจงกับผู้สูงวัย ก็สามารถสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมายของรายการได้ โดยการคิดบทพูดในงานวิจัยนี้หมายรวมถึง บทพูดพิธีกรและอักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็น โดยมีรายละเอียดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

3.1 บทพูดพิธีกร

เพื่อให้พิธีกรดำเนินรายการให้ถูกลำดับขั้นตอน และเหมาะสมกับผู้สูงวัย ซึ่งศุทธาวดี เนติมานนท์ ผู้ที่ดูภาพรวมของรายการบันเทิงในช่อง One31 และ Gmm25 ให้คำตอบไว้ว่า “การเขียนบทพูดของพิธีกรจะช่วยส่งเสริมรูปแบบรายการและบุคลิกภาพของพิธีกรให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางของเรื่องราว และเรียงลำดับเหตุการณ์ที่จะเล่าได้อย่างชัดเจน ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม 5 อย่างนี้ต้องมีให้ครบ เขียนให้คนอ่านเข้าใจง่าย ต้องคิดเสมอว่า เรื่องที่เราเขียนนั้นคนดูไม่เคยรู้มาก่อน (เพราะบางครั้งคนเขียนข่าว อาจเขียนแบบที่ตัวเองเข้าใจ รู้คนเดียว แนวรู้เบื้องหลังมาเยอะ) หรือบางครั้งเป็นเรื่องข่าวที่มีความต่อเนื่องอัปเดตเพิ่มเติมหรือมหากาพย์ต่าง ๆ เราก็จำเป็นที่จะต้องย่อความ ย่อเรื่องโดยย่อ ทุกครั้ง เพราะต้องนึกไว้เสมอว่าไม่ใช่ทุกคนที่จะตามข่าว หรือตามเรื่องนั้น ๆ ตลอดเวลาต้องเขียนความจริง ห้ามใส่ความเห็นส่วนตัว หรือ ห้ามคาดการณ์ คาดเดา หรือสรุปเรื่องนั้น ๆ เองเด็ดขาด ชื่อแหล่งข่าว หรือชื่อเฉพาะ ต้องใส่ให้ถูกต้อง ในกรณีที่เขียนเรื่องที่มีการพาดพิงถึง ต้องใส่ที่มาให้ถูกว่ามาจากที่ใด เช่น นาย ก. ได้โพสต์ด้านนาง ข. เพื่อป้องกันการโดนฟ้อง ส่วนการคิดประโยคหน้าเนื้อหาข่าวหรือใส่บาร์ข้างล่างเราต้องคิดคำพูดออกมาให้กระชับเข้าใจง่ายในประโยคสั้น ๆ ทั้งเอาไว้แปะหน้าเนื้อหาข่าวในภาพประกอบการเล่า หรืออยู่ในบาร์ด้านล่างก็แล้วแต่ เพื่อบางคนเพิ่งเปิดมาจะได้รู้ว่ากำลังพูดถึงเรื่องอะไร ต้องระวังด้วยความที่มันต้องสั้นถ้าคำพูดไม่เคลียร์อาจสับสนหรือสื่อสารผิดไปเลย” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

ส่วน สุทธาทิพย์ วยสุขกมล ให้ข้อมูลสำหรับการเขียนบทพูดที่เฉพาะเจาะจงกับผู้สูงวัยว่า “การเขียนบทพูดในรายการสำหรับผู้สูงวัยนอกจากจะเล่าเรื่องอย่างชัดเจนตามลำดับแล้ว เรื่องการใช้ศัพท์ต่าง ๆ ก็ต้องระมัดระวัง อย่าใช้คำที่เค้าเข้าใจไม่ถึง คำเฉพาะเกินไป แต่ก็ไม่ได้

หมายถึงต้องเป็นทางการเกินไป ไม่ได้หมายถึงให้ดูน่าเบื่อ เป็นคำสบาย ๆ ได้ ผู้สูงวัยบางคนเค้าก็ตามทัน แต่บางคนอาจจะงง” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการเขียนบทพูดพิธีกรสำหรับการพัฒนาของชาวบ้านเชิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าการเขียนบทพูดพิธีกรสำหรับรายการชาวบ้านเชิงเพื่อผู้สูงวัยต้องนำเสนอการเล่าเรื่องตามลำดับ ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ให้ชัดเจน ไม่สับสน โดยใช้คำศัพท์ที่สุภาพไม่หยาบคาย

3.2 อักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็น

ประโยคที่ใช้ในการสื่อสารสั้น ๆ แต่ต้องเข้าใจชัดเจน เพื่อเอาไว้อ่านพาดหัวข่าวประกอบภาพสำหรับการนำเสนอเพื่อผู้สูงวัยนั้น นอกจากต้องเข้าใจแล้วยังต้องตัวใหญ่อีกด้วย ดังข้อมูลจาก เฉลิมพล พูลสวัสดิ์ ที่กล่าวว่า “การใช้คำในการจัดรายการสำหรับผู้สูงวัยต้องง่ายแต่ไม่เชยเกินไป เพราะผู้สูงวัยบางคนก็ทันสมัย ระดับหนึ่งแต่ไม่ใช่สุดโต่ง ใช้คำแบบบังปรีเย่ ใช้คำกลางๆสื่อสารไปแล้วเค้ารู้เรื่อง คำเทคนิคไม่ควรเยอะ ตรงตรงไปเลย เค้าจะเข้าใจง่ายขึ้น ถ้าจะใช้ CG ก็ใช้ตัวใหญ่หน่อย ผู้สูงอายุนบางคนตาฝ้าฟางเพราะฉะนั้นเสียง มันก็ช่วยได้มันจะเสริมกันไปหมดสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งเสียงทั้งภาพ” (สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2564)

ใกล้เคียงกับข้อมูลจาก สุชาติ ทวมสุวรรณ ที่กล่าวว่า “อักษรเหล่านี้ขึ้นหน้าจอบ่อย เราต้องคำนึงถึงคนดู เช่น เรื่องฟอนต์ตัวหนังสือ บางทีในแบบของวัยรุ่นชอบ อาจเป็นฟอนต์ที่ผู้สูงอายุอ่านไม่รู้เรื่อง หรือไซร์ ขนาดว่าเหมาะสมมั๊ย เล็กไปมั๊ย เค้าจะอ่านได้มั๊ย ถ้าเค้าอ่านไม่ออก เค้าก็จะไม่สนใจไปเลย เพราะเค้าไม่รู้ว่าจะต้องการให้เค้าอ่านอะไร แม้กระทั่งช่วงจังหวะเวลาในการขึ้นตัวหนังสือ คือผู้สูงอายุบางอย่างก็เลื่อนถอยไปตามวัย เพราะฉะนั้น เวลาในการขึ้น ขนาดในการขึ้น บางทีมันจะย้อนแย้งกับดีไซน์บ้าง เช่น ช่อง One31 คุณบอย ถกเถียงดิ เค้าจะมีนโยบายเลยว่า อะไรก็ตามแต่ที่อยู่บนหน้าจอของวัน ขอให้มันเป็นฟอนต์ที่มีหัวและอ่านง่าย แต่ก็อย่าเรียบจนเชยเกินไป บางทีเราขึ้นหัวข้อข่าวคือเราก็ต้องสื่อสารให้คนทราบว่าเรากำลังจะบอกอะไรเค้าถ้าอ่านไม่ออกมันก็ไม่สื่อสาร บางทีความสวยงามไม่ได้มาควบคู่กับการสื่อสาร และสีสันถ้าดูชัดมากเกินไปอาจจะรบกวนในการนำเสนอ หรือเรื่องแสง จากประสบการณ์บางที่มีคอมเมนต์จากกลุ่มคนดูว่าแสงมันดูแบบกวนตา กวนใจเกินไป แล้วไม่อยากจะยิ่งทาร์เก็ต 40 ปีขึ้นไป เค้าก็ไม่ได้ชอบคัลเลอร์ฟูลที่มากจนเกินไป เค้าไปมองว่าเป็นการลดทอนความน่าเชื่อถือ” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ส่วน วงศกร นาคเนียน ตัดต่ออาวุโสอยู่ฝ่ายชาวบ้านเชิงออนไลน์ของช่องวัน 31 ที่มีประสบการณ์ 9 ปี ให้คำตอบว่า “ต้องดูง่ายไม่ดูฉลาด เค้าจะมีปัญหาด้านสุขภาพการ

มองเห็น หรือการได้ยิน เราจะใช้ตัวหนังสือที่อ่านชัดเจน สีโทนเย็นเหลือง ฟ้ำ ชมพู เย็น ๆ แต่ก็อาจจะอยู่ที่คอนเทนต์ว่าเป็นคอนเทนต์แบบไหน ถ้าเป็นคอนเทนต์เด็อนก็เป็นสีร้อน ๆ แแรง ๆ ดำ ๆ ฟร้อนที่อ่านง่ายต้องมีหัว คนสูงวัยจะไม่คุ้นกับฟร้อนสมัยใหม่มาก ต้องชัดเจน ขนาดอ่านง่าย ต้องไม่เล็กไป สีต้องคอนทราสกันชัดเจนจะหว่างตัวหนังสือกับพื้นหลัง” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

และฝ่ายองค์ประกอบศิลป์อย่าง อธิรพจน์ เทียนสุวรรณ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “สีสันเยอะหน้อยแต่ไม่ดูขนาด เพราะผู้สูงวัยเจอสีเยอะ ๆ จะลายตา หลายสีได้แต่ไม่ดูขนาด คือหลายสีแต่ไม่สด ยกตัวอย่างเช่น น้ำเงินกับฟ้า อาจใช้สีฟ้า แต่ไม่สดมาก ออกทางเข้มขึ้นหน่อย ตัวหนังสือเล็กไม่ได้ ต้องเห็นชัด” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องอักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็นสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่า อักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็นที่ประกอบอยู่ในเนื้อหาข่าวในภาพประกอบการ นอกจากการคิดคำพูดออกมาให้กระชับเข้าใจง่ายในประโยคสั้น ๆ แล้ว ในแง่ของการออกแบบขนาดต้องไม่เล็กจนเกินไป และแบบของตัวอักษรต้องมีหัวเพื่อให้ผู้สูงวัยอ่านง่าย สีสันของตัวหนังสือต้องไม่กวนตา ไม่ดูขนาด แต่ต้องดึงดูดน่ามอง

ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และเลือกใช้ สีเหลือง 7405 C สีชมพู 219 C สีน้ำเงิน 2747 C สีฟ้า 299 C ตามข้อมูลที่ได้จากการวิจัยว่าเป็นโทนสีที่เย็น สดใส แต่ไม่ดูขนาดจนเกินไป และเลือกใช้ฟอนต์หลัก ดิบี ลิม (DB Lim) ในชื่อรายการเนื่องจากไม่เขยเกินไปแต่ยังอ่านง่าย ฟอนต์รอง ศรีสยาม ตัวหนา (PSLxSriSiam Bold) เพื่อเป็นอักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็นที่ยังสามารถอ่านง่าย ตามข้อมูลที่ได้จากการวิจัย



ภาพประกอบ 9 แสดงสีสันที่ใช้ในช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย



ภาพประกอบ 10 แสดงฟอนต์หลักและฟอนต์รองที่ใช้ในช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

4. ประสานงาน (Coordinating)

หน้าที่ประสานงานเป็นอีกหนึ่งหน้าที่ที่จะต้องอยู่ในขั้นตอนการวางแผนเพื่อหาคุณสมบัติโดยเฉพาะของตำแหน่งนี้ เนื่องจากมีหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารให้ทุกคนเข้าใจตรงกัน และทำงานออกมาราบรื่นด้วยดี โดยมีหน้าที่ในการประสานงานแต่ละฝ่ายซึ่งจำแนกตามข้อมูลที่ได้ออกมาเป็นหัวข้อ ดังนี้

4.1 สถานที่ถ่ายทำ

เป็นการประสานงานในส่วนของคิวว่างแต่ละบุคคลกับสถานที่ซึ่ง วารณี อนันตวรศิลป์ ประสบการณ์ทำหน้าที่ประสานงานรายการกว่า 12 ปี ให้ข้อมูลว่า “เซ็คคิวว่างของสตูดิโอกับคนคุมสตูดิโอ บางสตูดิโอมีถ่ายหลายรายการเราต้องประสานกับเค้าต้องจองคิว ซึ่งจริงๆ เราต้องดูไปด้วยกันระหว่างคิวสตูดิโอกับคิวพิธีกร ต้องเอามาดูให้ตรงกันระหว่างคิวสตูดิโอกับคิวพิธีกร อย่างบางรายการพิธีกรเป็นดาราก็จะเอาคิวพิธีกรเป็นหลัก แล้วเอามาดูให้ตรงกับสตูดิโอ เพราะพิธีกรบางคนจะมีเงื่อนไขวันว่างที่น้อย บางทีเสาร์อาทิตย์ต้องอยู่กับลูก เราก็เลี่ยงเสาร์อาทิตย์ ดูเป็นเคสไป อย่างพิธีกรบางคนมีหลายรายการก็ต้องดูไม่ให้ชนกับเค้า ส่วนในการประสานกับหน้าที่อื่น บางสตูดิโอจะมีคนคุมเป็นศูนย์กลางเช่น ไฟ ฉาก กล้อง ช่างกล้อง ฝ่ายเสียงเบ็ดเสร็จมาแล้ว ก็จะง่ายหน่อย แต่ถ้าเป็นสตูดิโอที่ไม่มีอะไรเลยเราก็ต้องหาทีมงานตรงนี้มาให้ครบทุกหน้าที่จ้างต่างหากดูว่าต้องใช้งบเท่าไหร่ก็ดูตามรูปแบบรายการ ถ้าในสตูดิโอไม่มีสตูดิโอที่มีสิ่งเหล่านี้มาครบก็ต้องเสียเงินเพิ่มในแต่ละส่วนงาน แล้วมานัดแนะให้ตรงกัน นอกจากนี้ก็ต้องหาสถานที่แต่งหน้าแต่งตัว ให้พิธีกรหรือแขกรับเชิญเอาไว้ด้วย หรือบางรายการมีแขกเซอร์ไพรส์ก็ต้องหาสถานที่เตรียมไว้ในการเก็บตัวเค้าให้พร้อม เรื่องที่จอดรถด้วย ต้องจองเอาไว้ ดูจำนวนรถคร่าว ๆ ก็ยังดี จะได้จัดการถูก เรื่องของสถานที่พักกินข้าวของทีมงานและนักแสดงก็ต้องจัดเตรียมให้ดีกว่าควรอยู่ตรงไหน ดารา กินข้าวในได้มัย แต่ในเคสที่ถ่ายนอกสถานที่ ก็โทรคุยกับสถานที่นั้น ๆ บางทีก็ให้ถ่ายฟรีแล้วขึ้นเครดิต

ขอบคุณ บางทีก็เสียเงิน แต่ถ่ายนอกสถานที่บางทีก็เจอปัญหาที่ควบคุมยาก บางทีก็เกิดปัญหาที่สถานที่นั้น เช่นเรื่อง กำลังไฟ เป็นต้น” (สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการประสานงานสถานที่ถ่ายทำสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบว่าสิ่งสำคัญที่สุดหลังจากที่สรุปแล้วว่าถ่าย ณ สถานที่นั้น ๆ คือดูคิวว่างของสถานที่และพิธีกร ให้ตรงกับตารางของทีมงานส่วนต่าง ๆ รวมทั้งต้องมีการสำรวจสถานที่ในเรื่องของการเตรียมตัวในวันก่อนการผลิต เพื่อเตรียมความพร้อมของห้องแต่งหน้า แต่งตัว ห้องรับประทานอาหาร ที่จอดรถ เป็นต้น

4.2 พิธีกร หรือ ดารารับเชิญ

คือบุคคลที่จะต้องเช็คคิวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานที่ ซึ่ง วารณี อนันตวรราชศิลป์ ได้กล่าวว่า “พิธีกรส่วนใหญ่จะต้องเป็นผู้ใหญ่หรือโปรดิวเซอร์ที่ต้องคุยมาก่อนว่ามีรายการแบบนี้โอเคมั้ย เลือกกันมาก่อนแล้ว เราอยู่ในขั้นตอนของการที่เค้าเซย์เยสที่จะทำแล้ว และเราคุยตกลงคิว เรื่องราคาเค้าก็ต้องคุยกันมาก่อนอยู่แล้ว เราแค่ประสานในเรื่องการจ่ายค่าตัวเค้าว่าจะจ่ายอย่างไร ส่วนเรื่องคิวถ้าเป็นรายการยาวเราก็จะจองคิวเค้าไว้ถึงสิ้นปีเลยวาลือกันว่าประมาณนี้ไว้ล่ะ แล้วก่อนวันถ่ายเราก็ติดต่อไปยืนยันว่าถ่ายวันนั้นะ ก็โหมง ถ่ายก็เทพ บางคนก็มีให้ส่งสคริปต์ให้ แกรับเชิญมีใคร ถ้าเป็นดาราหรือแขกที่ไม่รู้จักรายการมาก่อน ก็ต้องอธิบายก่อนว่ารายการเป็นแบบไหน พิธีกรเป็นใคร เช่น พิธีกรที่มีชื่อเสียง ก็จะมีอิทธิพลต่อดารารับเชิญหรือแขกรับเชิญด้วยในการตอบรับที่จะมา ถือว่าเป็นอีก 1 ปัจจัย นอกจากนี้ก็ต้องอธิบายว่าให้เค้ามาทำอะไร บางทีเค้าไม่ถนัด หรือบางคนมาแค่นิดเดียว อย่างพี่ชาคริต แย้มนาม เคยมารายการก็ไม่ได้มาเล่นเกมส์ มาเป็นโจทย์ว่าชูดუნข้างที่เค้าใส่ในละครวันทองหนักก็กิโกรัม เป็นต้น แต่ก็ถือว่ามาประชาสัมพันธ์ผลงานของเค้า เค้าก็ตั้งใจมา นอกจากนั้นก็นัดหมายเวลา เสื้อผ้าเตรียมยังไง แต่งหน้าก็โหมง เสรีก็โหมง รวมไปถึงทีมงานทุกฝ่ายด้วย” (สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการประสานงานพิธีกรและดารารับเชิญสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าสิ่งสำคัญคือการนัดวันและเวลาการถ่ายทำ ทั้งพิธีกรและแขกรับเชิญ ต้องเป็นคนดูตารางว่าใครเริ่มถ่ายก็โหมง

4.3 เสื้อผ้า แต่งหน้า ทำผม

ในส่วนของการประสานงานเสื้อผ้า แต่งหน้า ทำผม วารณี อนันตวรราชศิลป์ ได้ให้คำตอบในประเด็นนี้ ดังนี้ “อันดับแรกเราดูงบประมาณเพราะเรามีแบ่งสรรปันส่วนในแต่ละฝ่ายอยู่แล้ว แล้วเราก็ดูสเปคเสื้อผ้า บางรายการ พิธีกรใส่ชุดเหมือนเดิมตลอด เป็นชุดฟอร์ม แต่อย่างบางรายการก็เปลี่ยนชุดทุกเทป ก็มีบตรงนั้นจะประหยัดก็ต่อเมื่อวันหนึ่งถ่ายหลายเทปด้วย

เพราะในค่าเสื้อผ้าก็จะมีค่าแรงของฝ่ายเสื้อผ้าต่อวันด้วย แต่งหน้าทำผมก็งบบเป็นหลัก และดูการทำงานด้วย บางรายการมีแขกรับเชิญเยอะ พิธีกรอีก เราก็ดูจากจำนวนที่เค้าควรจะได้และมีมือประกอบกัน ก็จะคุยราคากันอีกที่ว่าเรามีให้เท่านี้โอเคมั้ย” (สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการประสานงานช่างแต่งหน้า ช่างเสื้อผ้า ช่างทำผม สำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าหน้าที่ประสานงานสามารถจัดสรรงบประมาณในส่วนนี้ได้โดยคำนึงถึงความยากง่ายของงาน

4.4 อาหาร เครื่องดื่ม

เป็นสิ่งที่ทำขับเคลื่อนการผลิตรายการ ซึ่ง วารณี อนันตวรธาศิลป์ กล่าวว่า “เราเจรจาได้กับฝ่ายสวัสดิการเลือกคนที่รู้งาน มีประสบการณ์และชยัน จะทำให้เราไม่เห็น้อยเค้าจะรู้หน้าที่จัดการได้ โดยที่เราไม่เห็น้อยมาก ส่วนใหญ่เราก็จะใช้คนประจำ ถ้าเค้าไม่ว่างแล้วจะส่งคนอื่นมาเราก็ไม่เอา เราจะหาจากของเราเอง เพราะมีคนที่คุ้นมืออยู่ ถ้าคนไม่เคยทำเค้าจะไม่รู้ขั้นตอนว่าตอนนี้ถ่ายใกล้จะเบรกแล้วเค้าต้องไปเตรียมข้าวให้พิธีกรนะ จัดมาเตรียมไว้ถ่ายเสร็จเข้ามากินได้เลย ถ้าคนไม่รู้เราก็ต้องวิ่งบอก อย่างอาหารกองก็จะเป็นอีกแม่ครัวทำที่เป็นขาประจำที่สั่งมา สวัสดิการมาเป็นตัวกลางเสิร์ฟน้ำ ขนม ข้าว ส่วนการกำหนดเมนูก็จะเป็นประสานงานคิด เพราะเราทำมานานเราจะรู้ว่าแม่ครัวคนไหนทำอะไรอร่อย ช่วงโควิดจะเป็นข้าวกล่องเราก็จะจับคู่กับข้าวให้ ต้องกินอิ่มนอนหลับ ต้องเข้าคู่กันแล้วอร่อย มีความสุข เพื่อการทำงานในกอง” (สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการประสานงานอาหาร และเครื่องดื่มสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่า การจัดเตรียมในส่วนของอาหารเครื่องดื่มถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในหน้าที่นี้ประสานงานจำเป็นต้องมีประสบการณ์

4.5 กำหนดเวลาถ่ายทำ

การกำหนดเวลาในวันถ่ายทำที่ต้องอยู่ในขั้นตอนการวางแผนก่อนเริ่มการผลิต วารณี อนันตวรธาศิลป์ ได้ให้คำตอบไว้ ดังนี้ “คำนึงถึงงบประมาณเป็นอย่างแรก วางไว้ว่า 1 คิวถ่ายก็เทป ถ้ายังมีเทปมาเฉลี่ยให้เยอะขึ้น มันจะถูกกลง แล้วเราก็มานั่งวางว่าเราจะเริ่มที่กี่โมง ตั้งแต่นัดมาแต่งหน้าทำผม แล้วเริ่มถ่าย 5 4 3 2 ที่กี่โมง แล้วก็ลำดับไปเรื่อย ๆ เช่น คุณว่าเทปแรกต้องเสร็จกี่โมง เทปต่อไปเสร็จกี่โมง อย่างกำหนดไว้ว่า 1 คิวต้องเสร็จที่ไม่เกินสี่ทุ่ม แล้วแต่รายการ แต่ถ้าตึกเกินเวลาที่เราบอกเค้าไว้ว่าเสร็จไม่เกินนี้ เกินไปกว่านั้นเค้าก็จะคิดราคาอีกครั้งคิว แต่ถ้าเกินเที่ยงคืนอีกก็จะคิดเป็นอีกคิวไปเลย เพราะงบบมันจะบานปลาย เราก็จะจัดการล่วงหน้าเช่น

ตอนใกล้จะเสร็จเราก็จะปล่อยกลับในบางหน้าที่ เช่น ช่างแต่งหน้า ทำผม ที่ซึ่งชู้ไว้เดี่ยวเราทำเอง หรือสวัสดิการก็ปล่อยกลับได้ แล้วเราทำเองได้ก็ทำเอง เพื่อเราจะได้ไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่ม” (สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการประสานงานการกำหนดเวลาถ่ายทำสำหรับการพัฒนา ช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าหน้าที่ ประสานงาน เป็นหน้าที่หลักที่จะคุมงบประมาณจากทุกอย่าง หากเกินแผนที่วางไว้ต้องเตรียมหา วิธีแก้หรือมีแผนสำรอง ไม่เช่นนั้นทุกอย่างที่เกินเวลามาคืองบประมาณที่ต้องจ่ายเพิ่ม

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

ขั้นตอนนี้คือขั้นตอนที่ต้องนำสิ่งที่วางแผนไว้ในขั้นตอนการเตรียมการผลิตมาปฏิบัติ ตามลำดับที่ตั้งใจไว้เพื่อไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดหรือมีการติดขัด ดังนั้นจึงต้องมีความพร้อม ที่สุดในวันผลิตตั้งข้อมูลจาก สุรางค์ เปรมปรีดิ์ ที่กล่าวว่า “ความพร้อมทุกอย่าง สถานที่ ทีมงาน เราไม่อยากจะเสียเวลาใครโดยเฉพาะพิธีกร เราต้องรักษาอารมณ์คนมาร่วมรายการไม่ใช่หงุดหงิด จะไม่มีใจอยากทำ เตรียมสคริปต์ สภาพแวดล้อม ต้องอำนวยความสะดวก” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

ส่วนข้อมูลจาก ศุภธาวดี เนติมานนท์ กล่าวว่า “วันถ่ายทำตรวจเช็คอีกรอบก่อนเริ่ม รายการ 1 ข้อมูลที่เป็นสคริปต์ต้องเสดและถูกต้อง. 2 ภาพอินเสิร์จต่าง ๆ ที่จะต้องออกอากาศ จะต้องครบที่จะสามารถออกอากาศได้ 3 ความพร้อมไมค์ กล้อง และอะไรที่ต้องใช้เทคนิคพิเศษ 4 ต้องมีแผนสำรอง เช่น โฟนอินไม่ติด วีดีโอคอลไม่ได้ ต้องมีสคริปต์ข่าวมาสำรอง ไมค์มีเฟือมัย” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

ใกล้เคียงกับข้อมูลจาก สุชาติ ทวมสุวรรณ ที่กล่าวว่า “คือทำให้ได้ตาม pre production ที่วางไว้คืออะไรก็แล้วแต่ แต่ไม่ว่าจะรายการผู้สูงอายุหรือไม่ใช่ คือทีมงานจะต้องมีการเช็คล่วงหน้า อย่างเป็นทีมสตูดิโอที่พี่ดูแลพี่ค่อนข้างจะให้น้ำหนักกับการเตรียมความพร้อม ก่อนเข้ารายการไม่ว่าจะสดหรืออัดเทปอย่างน้อยจะต้องมีการย่ำทุกตำแหน่งอย่างน้อย 10 นาที ก่อนเริ่มอุปกรณ์ทุกอย่างจะต้องพร้อมที่สุด หรือถ้าเกิดเหตุอาเพศจริง ๆ เฉพาะหน้า เช่นเราเช็ค ใหม่เรียบร้อยแล้วมีการสนุกสนานเช่นสายไมค์ขาดอันนี้คือ uncontrol จริง ๆ เราก็ต้องหาวิธีการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้สั้นที่สุด บางทีความผิดพลาดที่อาจจะเกิดจากสิ่งไม่คาดคิด เช่น ภาพข่าว ไม่มา ตัวหนังสือผิด เรื่องพวกนี้จริง ๆ มันเป็นการแก้ปัญหาที่เราจะต้องทำให้เร็วที่สุดแต่หลังจาก นั้นถ้ามีปัญหาอะไรเกิดขึ้นสิ่งที่พี่จะต้องย่ำกับทีมคือคุยกันว่าปัญหาพวกนี้มันควบคุมไม่ได้จริง ๆ

หรือเปล่าหรือเกิดจากการประมาท หากคนวิ่งลงไปหาไมค์ตัวใหม่ เป็นต้น คือเราจะต้องมีสติหน้างาน หรือบางที่ผู้ประกาศไปเข้าห้องน้ำในช่วงพักเบรกเค้าก็คงไม่ยากให้เสียงถูกระงับไมค์ก็จะกดปุ่มmute ไว้ก่อน ด้วยความรีบกลับมาจัดรายการแล้วลืมเปิดไมค์ มันก็เคยเกิดขึ้น ที่นั่นมันขึ้นอยู่กับสติของทีมโปรดักชั่นหน้างานว่าจะแก้ปัญหาอย่างไร” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อขั้นตอนการผลิตสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่าในส่วนขั้นตอนการผลิตคือในวันถ่ายทำรายการต้องเตรียมพร้อมมาแล้วทุกอย่างตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน และเมื่อถึงขั้นตอนนี้ก็ควรตรวจทานทุกอย่างอีกครั้งในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น

- 1.ดูสถานที่ทั้งหมดให้มีความพร้อม สถานที่ผลิตรายการ ห้องแต่งหน้า แต่งตัว ห้องพักรับประทานอาหาร หรือแม้กระทั่งที่จอดรถ
- 2.ตรวจสอบภาพประกอบเนื้อหาข่าว บทพูดพิธีกร อักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็น
- 3.บุคลากรทุกฝ่าย พิธีกร ทีมงาน ทำการซักซ้อมก่อน
- 4.ควรมีแผนสำรองเมื่อเกิดเหตุไม่คาดคิดใด ๆ จะสามารถแก้ไขได้ทัน เพราะสิ่งที่เคยเกิดขึ้นบ่อยครั้งในวันถ่ายทำจากข้อมูลผลการวิจัย คือ อุปกรณ์บันทึกเสียง หรือภาพข่าวที่เสียหาย ดังนั้นการมีข่าวอื่นสำรองไว้เพิ่มเติม หรือมีอุปกรณ์บันทึกเสียงสำรองก็จะสามารถแก้ไขปัญหาในวันถ่ายทำได้ ที่สำคัญทุกคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละหน้าที่ควรมีสติให้ดีในวันทำงานเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงทีจะทำให้วันผลิตรายการผ่านพ้นไปได้ด้วยดี
- 5.ตรวจสอบอุปกรณ์ต่าง ๆ ว่ามีความชำรุดเสียหายหรืออยู่ในสภาพที่ยังสมบูรณ์หรือไม่

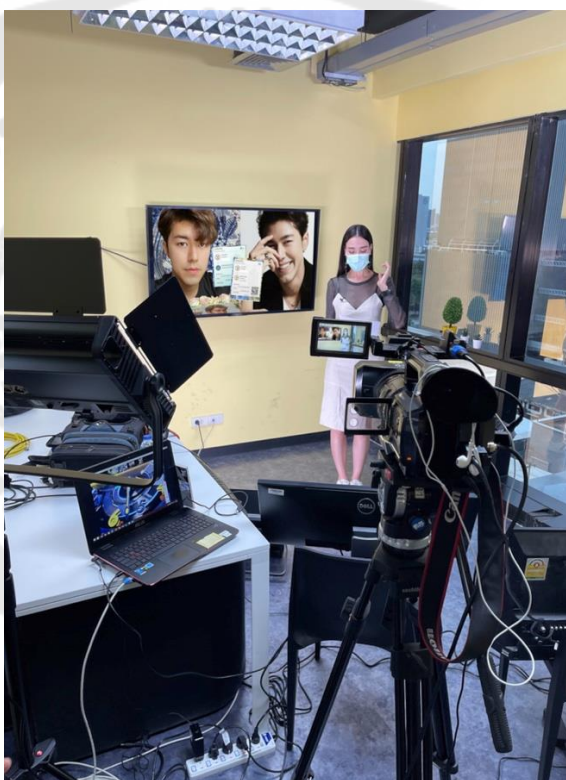
โดยในวันผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย รายการ “บันเทิงขยับเหงือก” ประกอบไปด้วยอุปกรณ์ที่เหมาะสมและเพียงพอกับการทำรายการในสถานที่ปิดที่มีพิธีกรเพียงคนเดียวตามข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

- 1.1 อุปกรณ์แสง 3 ชิ้น
- 1.2 กล้องบันทึกภาพ
- 1.3 ขาดังกล้อง
- 1.4 อุปกรณ์การบันทึกเสียง หรือไมโครโฟนไร้สายชนิดหนีบปกเสื้อ 1 ตัว (มีเผื่อไว้อีกตัว)
- 1.5 หน่วยความจำสำหรับบันทึกภาพและเสียง
- 1.6 คอมพิวเตอร์ตัดต่อ

1.7 โทรทัศน์เพื่อเอาวิดีโอภาพข่าวตามเรื่องที่แล้ว

1.8 อุปกรณ์ประกอบฉาก คือ โทรทัศน์ 1 เครื่องและผนังสีพื้นเรียบ เพื่อเอาวิดีโอภาพประชาสัมพันธ์ หรือมีข่าวที่ต้องเล่าก็สามารถขึ้นในจอโทรทัศน์ได้

เมื่อตรวจเช็คอุปกรณ์เรียบร้อยแล้วดูความพร้อมของพิธีกรและทีมงานทุกฝ่ายหรือผู้ร่วมดำเนินรายการ ควรมีการเตรียมพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อพร้อมกับการทำงานอย่างเต็มที่เพราะเป็นอีกหนึ่งหน้าที่สำคัญที่จะทำให้ขั้นตอนการผลิตราบรื่น รวดเร็ว พิธีควรมีการทำความเข้าใจกับบทที่ต้องพูด ให้เตรียมพร้อมก่อนเริ่มการบันทึกภาพ เมื่อทุกอย่างพร้อมจึงเริ่มถ่ายทำ



ภาพประกอบ 11 แสดงขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

เป็นขั้นตอนการทำงานต่อจากกระบวนการถ่ายทำ หรือในวันผลิตรายการเสร็จสิ้นแล้ว ก่อนที่จะพร้อมออกอากาศจะต้องผ่านขั้นตอนหลังการผลิต คือการตัดต่อ และทำกราฟฟิกรายการเพื่อความสมบูรณ์ โดยมีรายละเอียดข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

1. การตัดต่อ (Editor)

คือการลำดับภาพและเสียงซึ่งมีส่วนที่ต้องคำนึงถึงผู้สูงวัยโดยเฉพาะเนื่องจากข้อจำกัดทางด้านร่างกายที่ต่างจากวัยอื่น โดย วงศกร นาคเนียน กล่าวไว้ว่า “จังหวัดจะต้องไม่เร็วไป เพราะคนสูงอายุจะต้องใช้เวลาในการรับสาร ตัวหนังสือชัดเจน สื่อสารเข้าใจ หรือเสียงพูดต้องสื่อสารแล้วเข้าใจเลย” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ส่วนศุภทาวดี เนติมานนท์ กล่าวว่า “ตัดต่อถ้าต้องการให้ความรู้หรือค่อนข้างจริงจัง ต้องตัดกระชับ นำฟังและไม่น่าเบื่อ ต้องไม่นานเกินไป ตัดสลับกัน เพราะจะไม่ใส่ชวาร์นเยอะเดี๋ยวดูไม่จริงจัง ไม่ควรเกิน 3 นาที แต่ถ้าอยู่ในความสนใจของคนหมู่มาก อนุโลมความยาวได้บ้าง แต่ต้องไม่น่าเบื่อ ถ้าเนื้อหาที่น่าเบื่อต้องตัดต่อเหนื่อยหน่อย” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564)

สอดคล้องกับข้อมูลจากสุทธาทิพย์ วิทยุขกมล ที่กล่าวว่า “เราจะพยายามให้กระชับดูสนุก แต่ไม่ได้เร็วจนไม่รู้เรื่อง อะไรที่มันเป็นส่วนสำคัญจะใช้ CG ซุปเปอร์ขึ้นย๊าๆ บ่อย ๆ ตัวใหญ่ ๆ กระชับแต่อะไรที่ควรซ้าก็ซ้าเพื่อเป็นการย้ำ ขึ้นย้ำตอนพูดและตอนทำก็ย้ำอีกที่ บางทีขึ้น 4-5 รอบ” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ส่วนสุรางค์ เปรมปรีดิ์ กล่าวว่า “ตัดต่อรายการให้ผู้สูงวัยก็ตัดต่อธรรมดา ไม่ต้องสูงวัย ทุกคนมีเบื่อมีชอบเหมือนกัน” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564)

และองค์ประกอบศิลป์สุชาติ ทวมสุวรรณ ให้ข้อมูลว่า “การตัดต่อพี่ว่าควรให้น้ำหนักกับการสื่อสารอย่างการปรับเสียงให้ฟังง่าย ให้สิ่งที่เราต้องการสื่อสารมันเด่นชัดอันนี้สำคัญมาก สำหรับพี่เราไม่ควรปล่อยปละต้องดูแลให้มันออกมาได้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ และเรื่องของหน้าจอลักษณะความใสการนำเสนอต้องถูกต้อง ข้อมูลต่าง ๆ การนำเสนอภาพอะไรออกไปก็แล้วแต่อันนี้มันก็ย้อนกลับมาที่ภาพตัวรายการเองว่าคุณอาจจะขาดความรอบคอบหรือเปล่า อาจจะต้องการดูแลตรวจสอบเพิ่มเติมหรือเปล่าอันนี้ต้องให้ความสำคัญมันก็จะย้อนกลับมาว่าเราทำงานได้ถูกต้องออกมาตามที่ตั้งใจไว้หรือเปล่า อะไรที่จะต้องสื่อสารให้เขาสำหรับผู้สูงอายุนั้นต้องชัด ๆ ใหญ่ ๆ นิดหนึ่งบางที่ผู้สูงอายุไม่ได้ดูคอนเทนต์ของเราผ่านจอโทรทัศน์ขนาดจอขนาด 40 50 นิ้ว ผู้สูงอายุเองก็เป็นคนที่ติดมือถือไม่น้อยไปกว่าวัยรุ่นเพราะฉะนั้นเนี่ยถ้ามีอะไรที่มันดูเล็กลงหรือจนเกินไปมันไม่ได้เราอาจจะต้องคำนึงถึงบางอย่างที่มันเชื่อมไปตามวัย บางที่ไม่ต้องถึง

ผู้สูงอายุบางที่แค่อ่านที่ที่เราเนี่ยเราส่งอะไรที่เล็ก ๆ เกินไปเค้าก็อ่านไม่ได้แล้ว อย่างเด็กวัยรุ่นหรือวัยทำงานก็อาจจะยังพอดูได้แต่คนที่สูงอายุเค้าก็จะมองไม่เห็นจริง ๆ คอนเทนท์มันก็เรื่องหนึ่งส่วนหนึ่ง การสื่อสารก็อีกส่วนหนึ่งบางอย่างมันต้องคำนึงถึงสิ่งที่มันเชื่อมโยงไปตามวัย ไม่เช่นนั้นก็เหมือนเราไม่ใส่ใจเขา เหมือนเรารู้ว่าเค้าอ่านไม่ออกเราก็ยังไปยึดเยียดให้เขาสุดท้ายสิ่งที่เกิดขึ้นคือเค้าก็จะไม่สนใจเพราะเลือกที่จะรับชมอย่างอื่นได้ เรื่องเสียงเช่นเดียวกันบางที่มีเสียงรบกวนเข้าไปเยอะ การที่มันไม่ใช่สิ่งที่เขาต้องการ อย่างดนตรีจังหวะเท่า ๆ มันก็ไปรบกวนการสื่อสารในสิ่งที่เขากำลังดูอยู่ก็ไม่ได้อาจจะช่วยให้การสื่อสารมันไปถึงเป้าหมายที่เราตั้งใจไว้ก็ได้ มีหนึ่งกรณีที่เป็นเรื่องใกล้เคียงแต่มันคนละแบบนะอย่าง Pages อีจัน สื่อสารตัวหนังสือเรียบ ๆ ง่าย ๆ ตัวหนังสืออ่านง่ายแล้วถึงจังหวะให้คุณอ่านจบประโยค บางทีบางอย่างขึ้นตัวหนังสือมาเยอะมากให้เวลาเราสองวิเราก็รับสารไม่ทันแล้ว บางทีผู้สูงอายุเองเขาก็จะไม่สามารถอินกับ detail ได้ขนาดนั้นถ้าเขาได้รับสารที่สื่อออกมาไม่รู้เรื่องเค้าก็ปล่อยผ่านไปเลยถ้ามันจะต้องวุ่นวายขนาดนั้นแอบเชื่อว่าเค้าเลือกที่จะปล่อยผ่านมากกว่า บางทีคนเราถ้าขึ้นตัวหนังสืออะไรเยอะเยอะให้เค้าอ่านแล้วเค้าไม่รู้เรื่องเค้าก็สูญเสียการรับรู้เนื้อหาอันนั้นนั่น เหมือนแบบถ้ามันยากไปก็ไม่เป็นไรนะอะ” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการติดต่อในขั้นตอนหลังการผลิตสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ ได้คำตอบจากการสัมภาษณ์ว่า การติดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุจะต้องคำนึงถึงเรื่องจังหวะ ต้องไม่เร็วจนเกินไป แต่ในขณะเดียวกันต้องไม่ช้าจนน่าเบื่อ เน้นในส่วนที่ต้องการสื่อสารหรือส่วนที่สำคัญ ๆ บ่อย ๆ หากเร็วเกินไปจะหลุดจากความสนใจของผู้สูงอายุ แต่หากช้าไปผู้สูงอายุก็จะเบื่อหน่ายได้เช่นกัน

2. กราฟฟิก (Graphic)

กราฟฟิกเป็นหนึ่งสิ่งที่ต้องคำนึงถึงผู้สูงอายุ เนื่องจากสี สัน ขนาดหรือรูปแบบจะเป็นจุดดึงดูดความสนใจต่อผู้สูงอายุได้ โดยสุชาติ ทวมสุวรรณ กล่าวไว้ว่า “เวลาทำรายการก็ควรมี CG ด้วยที่กระชับอ่านง่ายแล้วชัดเจนมันจะช่วยตอกย้ำข้อความใจความที่เราจะสื่อสารโดยที่คำนึงว่ามันจะไปอยู่ตรงไหนถ้าเรานำเสนอผ่านมือถืออันนี้ต้องคิดแล้วว่ามันควรจะวางอยู่ตรงไหนที่คนอ่านได้เด่นชัดแล้วไม่บดบังใจความหลักที่เราจะสื่อสารออกไป สีตัวหนังสือที่เข้มจะสื่อสารได้ง่ายกว่าตัวหนังสือสีอ่อน บางทีเค้าต้อนรับสื่อสารอาจจะไม่ได้อยู่ในห้องเล็ก ๆ เค้าอาจจะทำอะไรอยู่ในสวนหรืออยู่ข้างนอกเค้าก็สามารถเล่นโซเชียลได้ทุกอย่างที่ทุกเวลาสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือบางทีตัวหนังสือโทนสีอ่อนสีขาวสีเหลืองสีพาสเทลที่วัยรุ่นน่าจะรู้สึกว่ามันสวยแต่ว่าพอเวลาไปอ่านบนหน้าจอมือถือจริง ๆ มันอ่านยากเมื่อเทียบกับสีที่เป็นโทนเข้มชัดเจนมันอ่านง่ายกว่าเยอะมากเพราะฉะนั้นพอ

เค้าอ่านง่ายมันก็ทำให้สื่อสารได้ง่ายบางที่เราอาจจะรู้สึกเซไปไหมพี่มันอาจจะมึบ้าง บางทีผู้สูงอายุก็ไม่ได้ยอมเปลี่ยนมือถือได้บ่อย ๆ อย่างผู้หญิงเค้าจะมีกระเป๋าบางคนเค้าก็จะพก iPad อย่างผู้สูงอายุผู้ชายก็จะพกเครื่องเดียวแต่พอเห็นโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ที่จอใหญ่แล้วแพ่งไปเค้าก็รู้สึกว่าไม่ไหวเสียตายนเงินก็จะถูกใจกับการใช้รุ่นเก่าที่จอมันใหญ่ หรือโทรศัพท์ที่สามารถเลือกให้ตัวใหญ่ๆได้” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ส่วนข้อมูลของวงศกร นาคเนียน คือ “ทีวีเล่าเรื่องด้วยเสียงด้วยภาพ แต่คนเสฟออนไลน์จะเน้นภาพเป็นหลักเน้นเล่าเรื่องผ่านตัวอักษร ตัวหนังสือ หรือจะเล่าเรื่องผ่านเสียงก็ได้ แต่คนออนไลน์ส่วนใหญ่เค้าจะดูมือถือบางที่ไม่ได้เปิดเสียง จึงต้องเล่าเรื่องผ่านตัวหนังสือมากกว่าในจอโทรทัศน์” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

ทำให้เห็นว่าความสำคัญของการสื่อสารผ่านกราฟฟิกโดยเฉพาะออนไลน์ต้องใส่ใจรายละเอียดเช่นเดียวกับที่ธีรพจน์ เทียมสุวรรณ กล่าววว่า “ไต่เต้ลรายการเพื่อตีความสนใจ บาร์ โลกี้ เอนเครดิต ขนาดคอนเทนต์ต้องชัด ตัวหนังสือมีขอบ กราฟฟิกต้องเน้นข้อความ ตัวโลโก้ต้องไม่เป็นมินิมอล ต้องไม่วัยรุ่นไป เพราะเค้าจะเข้าไม่ถึงแต่ก็อย่าเซยมาก” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564)

จากหัวข้อเรื่องการทำกราฟฟิกในขั้นตอนหลังการผลิตสำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย สีสันและขนาดรูปทรง ต้องสื่อสารให้ตรงใจผู้สูงวัย ไม่เน้นเท่ ไม่เน้นโดดเด่นไม่เหมือนใคร ควรดูภูมิฐาน แต่ในขณะที่เดียวกันก็ไม่น่าเบื่อ ไม่ว่าจะ เป็น สีสัน ฟอนต์ ขนาด รูปทรง ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อนำมาพัฒนาการออกแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับผู้สูงวัยดังภาพตราสัญลักษณ์ช่องรายการต่อไปนี้



ภาพประกอบ 12 แสดงตราสัญลักษณ์ช่องรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

4.2 เพื่อพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ

จากคำตอบจากการสัมภาษณ์ในหัวข้อทั้งหมดข้างต้นที่ได้มาเพื่อใช้สำหรับการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้นำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาต้นแบบรายการสำหรับผู้สูงอายุ คือการไม่นำเสนอข่าวสารที่ไม่ส่งผลอันเป็นประโยชน์กับผู้ที่ถูกกล่าวถึงหรือผู้สูงอายุที่ชมรายการ หากนำเสนอข่าวสารใด ๆ ควรวิเคราะห์ในการนำเสนอโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสื่อว่าจะก่อให้เกิดทัศนคติอย่างไร ขณะเดียวกันไม่ควรทำให้รายการมีลักษณะที่น่าเบื่อยังคงยึดถือความบันเทิงว่าขึ้นอยู่กับความสนุกสนานที่พอเหมาะสำหรับผู้สูงอายุ จึงออกมาเป็นชื่อรายการและชื่อช่อง “บันเทิงขยับเหงือก” เพื่อสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่แสดงถึงการอัปเดตข่าวบันเทิงที่สนุกสนานสามารถทำให้ผู้สูงอายุผ่อนคลายได้ โดยประกอบไปด้วย 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ รายการบันเทิงขยับเหงือก ภาพนิ่งความเคลื่อนไหวข่าวล่าสุด และการขายผลิตภัณฑ์ผู้สนับสนุนรายการ



ภาพประกอบ 13 แสดงต้นแบบช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ

ในการถ่ายทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุนอกจากจะต้องคำนึงในส่วนของเนื้อหาการรายงานความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุแล้ว จะต้องให้ความรู้เกี่ยวกับสวัสดิการหรือสิทธิต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุควรรู้อย่างแม่นยำ ชัดเจน เพื่อให้เป็นประโยชน์ ต่อสังคม สูงวัยตามเจตนารมณ์ ที่กรมกิจการผู้สูงอายุได้วางแนวทางเอาไว้ จากคำสัมภาษณ์ของท่านอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ดังนี้ “หน้าที่ของกรมในปัจจุบันเป็นหน่วยงานนโยบายวิชาการที่เราเป็นแนวทางในการ

ขับเคลื่อนเพื่อให้การดูแล ค้ำครอง พัทธ์ชัย พัฒนาผู้สูงอายุมีประสิทธิภาพ เพราะการทำงานด้านผู้สูงอายุ ไม่ได้ทำโดยกรมกิจการผู้สูงอายุที่เดียว เป็นการขับเคลื่อนในหลายมิติร่วมกัน ทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคมสภาพแวดล้อม และเทคโนโลยีด้วยในปัจจุบัน เพื่อรองรับสังคมที่ก้าวเข้ามาเป็นสังคมสูงวัย ปีนี้ปีหน้าก็จะเป็นสังคมสูงวัยที่สมบูรณ์แบบคือ 20% ของประชากรคือผู้สูงอายุ คาดว่าประมาณปี 65 ก็จะเป็นตามนั้น เพราะฉะนั้นการที่เราเข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่เรามีผู้สูงอายุเพียง 10% จนมาถึงวันนี้ก็จะเข้าสู่ 20% ก็เป็นเวลาที่มีการขับเคลื่อนด้านเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัยโดยลำดับ โดยภารกิจของกรม ทำอะไรยังไงบ้างแล้ว ก็มีการทำงานรวมกันกับหลาย ๆ หน่วยงาน ปัจจุบันเรามีแผนบูรณาการเตรียมความพร้อมโดยกรมกิจการผู้สูงอายุเป็นเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนแต่มี 2 มิติ คือ มิติด้านการเตรียมความพร้อม กับมิติด้านการพัฒนาศักยภาพ 1. มิติด้านการเตรียมความพร้อม ก็หมายถึง ทำอย่างไรที่จะเตรียมสังคม เตรียมคนในทุกช่วงวัยให้เข้าใจ และพร้อมที่จะเข้าสู่สังคมสูงวัยที่สมบูรณ์แบบขึ้น 2. มิติด้านการพัฒนาศักยภาพ หมายถึง คนที่ 60 ปีแล้ว จะทำอย่างไรให้ท่านยังคงเป็นผู้สูงอายุที่เป็น Active Aging เรียกว่าเป็นคุณภาพให้ยาวนานที่สุด ถ้าเราแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ ติดบ้าน ติดสังคม ติดเตียง เราก็อยากให้เป็นผู้ที่ติดสังคมนานที่สุด ถึงเวลาเหนื่อยอาจจะติดบ้าน แต่ให้ติดเตียงน้อยที่สุด หรือไม่ติดเตียง แล้วก็จากไปแบบมีความสุข นี่ก็เป็นมิติของการทำงานด้านผู้สูงอายุที่มีการขับเคลื่อนร่วมกันของหลาย ๆ หน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นสาธารณสุข แรงงาน หรือว่าอุดมศึกษาต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะมาช่วยกันมาดูแลในมิติเหล่านี้คะ ถ้ามิติของสังคมสูงวัยจริง ๆ ดารามีส่วนทำให้เกิดความน่าสนใจของการเสฟสื่อ เพราะฉะนั้นสิ่งที่เราอยากให้ผู้สูงวัยได้รับคือ รับรู้ถึงสิทธิสวัสดิการ รับรู้ถึงสิ่งที่สังคมดำเนินการว่าท่านสามารถเข้าสู่สิทธินั้นได้อย่างไร เพราะฉะนั้นด้านบันเทิงหรือดารามาเป็นตัวกลางในการที่จะสร้างมิติเหล่านี้ให้เกิดขึ้น จะเป็นประโยชน์มากขึ้น เพราะถ้าเราเอาคนในหน่วยงานในกรมกิจการผู้สูงอายุไปพูด ท่านผู้สูงอายุอาจจะไม่ได้อยากฟังเห็นหน้าแล้วไม่ได้อยากรู้ ถ้าทางบันเทิงนำมิติเหล่านี้ไปสื่อสารคือทำงานด้วยกันกับกรมกิจการผู้สูงอายุมาสื่อสารสิ่งที่เป็นประโยชน์สิทธิสวัสดิการต่าง ๆ ให้ท่านผู้สูงอายุได้รับรู้ว่า 60 ปีไปแล้วท่านจะได้อะไรบ้าง ควรจะดูแลตัวเองอย่างไรบ้าง ควรจะมีการพักผ่อนอย่างไร ออกกำลังกายอย่างไร ใช้ชีวิตอย่างไร ท่านจะได้ประโยชน์อะไรหลังใช้ชีวิตหลัง 60 ของท่านผ่านคนบันเทิง พี่ว่ามันจะทำให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น ในอนาคตก็อยากทำงานร่วมกับผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิงที่ท่านมีความประสงค์จะช่วยสังคมที่จะทำให้สิ่งเหล่านี้เข้าไปถึงมือผู้สูงอายุ” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564)

จากคำสัมภาษณ์ของอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุที่ท่านอนุญาตให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลถึงบทบาทหน้าที่และทิศทางการทำงานของกรมกิจการผู้สูงอายุจะเห็นได้ว่า มีการวางแผนทางอย่าง

ชัดเจนที่จะให้สังคมที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์นั้นมีความเตรียมพร้อมแบบรอบด้าน โดยให้ความสำคัญทั้งร่างกายและจิตใจ อยากรู้อยากเห็นเป็นผู้สูงอายุที่ติดสังคม รู้เท่าทันเหตุการณ์ โดยมองว่าการที่มีรายการข่าวบันเทิงที่ทำเพื่อผู้สูงวัยโดยให้ผู้ที่อยู่ในความสนใจอย่างศิลปินดาราคือ เป็นสื่อกลาง กล่าวคือเป็นผู้ที่สื่อสารข้อความที่เป็นประโยชน์ อาทิ เช่น สวัสดิการ หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อรับสิทธิ์ต่าง ๆ ก็จะเป็นอีกทางที่สามารถสื่อสารไปยังผู้สูงอายุได้อย่างน่าสนใจและเป็นประโยชน์กับตัวผู้สูงอายุเองอย่างสูงสุด



ภาพประกอบ 14 แสดงการสัมภาษณ์อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ

ที่มา (เว็บไซต์กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้ทำการประเมินคำตอบจากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งในส่วนของผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้สูงอายุและในส่วนของผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุ ทั้งในชมรมผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่เป็นศิลปินแห่งชาติ ผู้สูงอายุที่เป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงการผลิตสื่อ รวมไปถึงผู้มีอิทธิพลในการทำงานกับผู้สูงอายุอย่างท่านอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ เพื่อวิเคราะห์หาทิศทางที่จะพัฒนาการผลิตช่องข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ หลังจากได้ผลการดำเนินงานแล้ว สามารถสรุปผลการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็นหัวข้อในการสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

- 1.สรุปผลการวิจัย
- 2.อภิปรายผลการวิจัย
- 3.ข้อเสนอแนะ

1.สรุปผลการวิจัย

กระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ

จากผลการวิจัยการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุ มี 3 ขั้นตอนซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนการเตรียมการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Pre – Production) จากผลการวิจัยพบว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เนื่องจากต้องวางแผนทุกอย่างให้รอบคอบรัดกุมมากที่สุด หากเริ่มต้นการผลิตรายการโดยขาดการวางแผนจะทำให้การผลิตนั้นติดขัดเพราะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไป อันเนื่องมาจากการขาดการวางแผน เนื่องจากการวางแผนในการเตรียมการผลิตจะทำให้มีเวลาที่จะคิดอย่างรอบคอบถึงที่ต้องการและสิ่งที่ต้องทำ โดยเริ่มจากการแจกแจงสิ่งที่ต้องทำแต่ละหัวข้อดังต่อไปนี้

1.1.1 กลุ่มเป้าหมาย หาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายของรายการข่าวบันเทิง คือผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุมีพฤติกรรมที่เฉพาะและแตกต่างออกไป ซึ่งจากผลการวิจัยทำให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีทัศนคติด้านลบต่อรายการข่าวบันเทิงเพราะมีความเห็นว่ารายการข่าวบันเทิงในปัจจุบันนำเสนอเนื้อหาที่ไม่มีประโยชน์ต่อการรับฟัง เนื้อหาและถ้อยคำที่ใช้มีความรุนแรง คำพูดไม่รื่นหู เนื่องด้วย

การแข่งขันที่ต้องนำเสนอให้รวดเร็วทันข่าวมากที่สุด จึงมีเวลาที่จะกลั่นกรองข่าวและคำพูดในการนำเสนอค่อนข้างน้อย

1.1.2 วัตถุประสงค์ จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ของการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยต้องนำเสนอในแง่มุมที่ไม่ใช่มุมลบ กล่าวคือต้องนำเสนออย่างรอบคอบระมัดระวัง กลั่นกรองทั้งในส่วนเนื้อหาข่าว บทพูดพิธีกร และไม่จำเป็นจะต้องรีบนำเสนอหลังจากที่ได้แหล่งข่าวมาในทันที เนื่องด้วยยังไม่มีรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยอยู่แล้วเป็นทุนเดิม ทำให้มีเวลาที่จะวิเคราะห์แหล่งข่าวความน่าเชื่อถือ และข้อเท็จจริงในการผลิตรายการให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด นอกจากนี้ผู้สูงวัยไม่ต้องการรับรู้เรื่องราวที่ส่วนตัวจนเกินไปของศิลปิน ดารา ผู้สูงวัยมองว่าเรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องใช้วิจารณญาณในการเสพสื่อ แทนที่จะรับชมเพื่อเป็นการทำให้เบาสมองหรือผ่อนคลายอารมณ์ การจะทำรายการบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรทำให้มีความผ่อนคลายในการรับชม ชมแล้วเกิดความรู้สึกที่ดี หากรีบร้อนในการนำเสนออาจขาดการกลั่นกรองเนื้อหาและแนวทางในการนำเสนอทั้งภาพข่าวที่รุนแรงและบทพูดพิธีกรที่ไม่เหมาะสมฟังแล้วไม่เข้าใจสำหรับผู้สูงวัย

1.1.3 คัดเลือกพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ พิธีกรหลายท่านจะมีคาแรคเตอร์ที่แตกต่างกัน นอกจากความเหมาะสมของรูปแบบรายการแล้วยังต้องให้คาแรคเตอร์ของพิธีกรตรงกับเอกลักษณ์ของรายการจากผลการวิจัยผู้รับหน้าที่เป็นพิธีกรสำหรับรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยต้องมีลักษณะที่ดูแล้วเป็นมิตรทั้งการพูด น้ำเสียง รวมไปถึงหน้าตา ท่าทาง การวางบุคลิก การยิ้มแย้มหรือหัวเราะ ให้ดูเป็นธรรมชาติ ไม่แสดงออกเกินพอดี พูดจ่าน่าฟัง สุภาพ นอบน้อม แต่มีความเป็นกันเอง แต่งกายให้เหมาะสมจะทำให้ผู้สูงวัยรู้สึกผ่อนคลายและไม่รู้สึกอึดอัดในการรับชม

1.1.4 ช่องทางออกอากาศ จากผลการวิจัยยังพบว่าผู้วิจัยจะรับข่าวสารจากเพื่อนหรือคนรู้จักผ่านช่องทางไลน์โดยส่วนใหญ่ และแม้ผู้สูงวัยจะยังไม่ค่อยเปิดใจที่จะรับข่าวสารบันเทิงผ่านทางช่องทาง Line Official Account เนื่องจากเป็นเรื่องที่ยังใหม่มากและอาจต้องใช้เวลาในการปรับตัวทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในการเปิดรับรายการข่าวบันเทิงจากช่องทางเหล่านี้ แต่ช่องทางที่ผู้วิจัยตั้งใจนำเสนอยังไม่เคยมีรายการบันเทิงผ่านช่องทางดังกล่าวมาก่อน จึงต้องทำการศึกษาคำตอบทั้งจากผู้บริโภคและผู้ผลิต ฉะนั้นจากผลการวิจัยก็ชี้ชัดว่าผู้สูงวัยได้มีการเปิดใจให้กับการรับข่าวสารจากโลกอินเทอร์เน็ตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แม้บางท่านจะยังใช้สื่อเก่าอยู่บ้าง แต่การจะพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่านทาง Line Official Account สำหรับผู้สูงวัยก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจสำหรับสังคมสูงวัยอย่างเต็มตัวในอนาคต

1.1.5 อุปกรณ์ จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า การเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ตามลักษณะของรูปแบบรายการที่ต้องการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย ดังนั้นในขั้นตอนการวางแผนจึงเป็นส่วนสำคัญที่ฝ่ายเตรียมอุปกรณ์จะต้องพูดคุยกับโปรดิวเซอร์รายการถึงรูปแบบและทิศทางของรายการเพื่อให้เห็นภาพรายการไปในทิศทางเดียวกัน อุปกรณ์ที่เหมาะสมและเพียงพอกับการทำรายการในสถานที่ปิดที่มีพิธีกรเพียงคนเดียวตามข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1.1.5.1 อุปกรณ์แสง 3 ชั้น

1.1.5.2 กล้องบันทึกภาพ

1.1.5.3 ขาดังกล้อง

1.1.5.4 อุปกรณ์การบันทึกเสียง หรือไมโครโฟนไร้สายชนิดหนีบปกเสื้อ 1 ตัว (มีเผื่อไว้อีก 1 ตัว)

1.1.5.5 หน่วยความจำสำหรับบันทึกภาพและเสียง

1.1.5.6 คอมพิวเตอร์ตัดต่อ

1.1.5.7 โทรศัพท์เพื่อเอาไว้ดูภาพข่าวตามเรื่องที่แล้ว

1.1.5.8 อุปกรณ์ประกอบฉาก คือ โทรศัพท์ 1 เครื่องและผนังสีพื้นเรียบ เพื่อเอาไว้เปิดภาพประชาสัมพันธ์ หรือมีข่าวที่ต้องเล่าก็สามารถขึ้นในจอโทรศัพท์ได้

1.1.6 เวลาในการออกอากาศ จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้สูงวัยส่วนใหญ่หมดภาระหน้าที่แล้วจะใช้ชีวิตสบาย ๆ ไม่เร่งรีบตื่นแต่เช้า ไม่ได้เข้านอนแต่หัวค่ำ ดังนั้นเวลาที่เหมาะสมสำหรับรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยที่จะออกอากาศตามผลการวิจัย คือช่วงเวลาประมาณ 13.00 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากรับประทานอาหารมื้อเที่ยงแล้วนั่งเล่นอยู่บ้านพักผ่อน มีเวลาเปิดโทรศัพท์มือถือรับชมข่าวสารเพื่อรับความผ่อนคลาย นั่งย่อยอาหารสร้างความเพลิดเพลิน ยามบ่าย ไปจนถึงไม่เกิน 15.00 หรือ 16.00 น. ก่อนที่ช่วงเย็นจะต้องเตรียมต้อนรับลูก ๆ หลาน ๆ ที่จะกลับมาจากโรงเรียนหรือที่ทำงานนั่นเอง

1.1.7 งบประมาณ ก่อนการผลิตต้องมีการเตรียมตัวในเรื่องของงบประมาณซึ่งเป็นเรื่องสำคัญต่อการผลิตรายการทุกรูปแบบ แต่รายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยจากผลการวิจัยสรุปออกมาได้ว่างบประมาณต่อการผลิต 1 เทปอยู่ที่ตอนละ ประมาณ 50,000 บาท โดยรวมทุกอย่างตั้งแต่ค่าบุคคลากรไปจนถึงวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ จึงต้องมีการหาผู้สนับสนุนรายการเพื่อเป็นค่าต้นทุนและกำไรในการผลิตรายการ

1.1.8 การจัดวางผลิตภัณฑ์ โดยการขายช่วงเวลาออกอากาศที่มีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามราคา หากตราสัญลักษณ์สินค้าแฝงอยู่ในฉากหรือเป็นกราฟฟิกมุมจอ

อาจจะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือตอกย้ำให้รู้จัก ให้จำได้ แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจซื้อน้อย กล่าวคือวิธีที่ได้ผลดีที่สุดและขายช่วงเวลาออกอากาศได้ราคามากที่สุดจากผลการวิจัย คือการให้พิธีกรหยิบจับพูดถึงสินค้าให้แนบเนียนไปกับการนำเสนอเนื้อหาในรายการ ชาวบ้านเฝ้าสำหรับผู้สูงวัย โดยผู้เชี่ยวชาญกล่าวว่า การมีพิธีกรหรือบุคคลพูดบรรยายสรรพคุณและถือผลิตภัณฑ์จะดึงดูดผู้สูงวัยให้รับชมข่าวสารได้มากกว่าการวางผลิตภัณฑ์หรือตราสัญลักษณ์สินค้าไว้โดยที่ไม่พูดถึงหรือหยิบจับเลย

1.1.9 เนื้อหารายการ จากผลการวิจัยในส่วนเนื้อหาสรุปได้ว่า ควรเป็นเรื่องราวที่มีลักษณะชวนติดตามเรื่องราวชวนอารมณ์ดี ยกตัวอย่างเช่น การติดตามกิจกรรมของลูกดารา แฟนคลับของดาราที่ชื่นชอบ การทำกิจกรรมในบ้านของดารา เป็นต้น นอกจากนี้ยังชอบติดตามดารารุ่นใหม่ ๆ ที่มี รูปร่าง หน้าตา หล่อเหลา สวยงาม และบุคลิกภาพดีชวนมอง ไม่มีเรื่องราวที่ชัดเจนโดดเด่นไปในทางที่ไม่ดี หรือเป็นดาราที่มีชื่อเสียงมาจากการประกวดร้องเพลงจากรายการที่ชื่นชอบซึ่งศิลปินดารากลุ่มนี้จะครองใจผู้สูงวัยได้ไม่ยาก เนื้อหาจึงเป็นการนำเสนอให้ติดตามผลงานไม่ว่าจะเป็นเพลงหรือละครของศิลปินเหล่านี้ และยังต้องมีเนื้อหาที่กล่าวถึงสิทธิ สวัสดิการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผู้สูงวัยมาประชาสัมพันธ์ในรายการอย่างเข้าใจง่ายและชัดเจนอีกด้วย

1.1.10 การเขียนบทพูดพิธีกรและอักษรรออธิบายเนื้อหาจำเป็น จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าการเขียนบทพูดพิธีกรจะต้องไม่มีคำหยาบคาย คำศัพท์ที่เข้าใจยาก หรือคำย่อที่ไม่ได้ใช้กันโดยทั่วไป แต่ต้องเขียนเรียงลำดับในการเล่าเรื่องให้ชัดเจน เข้าใจง่าย ร้อยเรียงไปกับเรื่องราวและภาพที่กำลังเล่า ส่วนอักษรรออธิบายเนื้อหาจำเป็นที่ต้องใส่ให้สั้นเพื่อเป็นการเกริ่นเรื่องราวในการแนะนำภาพที่กำลังจะเล่า หรือแถบแสดงตัวอักษรด้านล่างหน้าจอต้องเป็นคำพูดที่อ่านแล้วเข้าใจได้เลยไม่ก่อให้เกิดความสับสนที่กำลังสื่อสารเรื่องอะไรภายในประโยคสั้น ๆ

1.1.11 ประสานงาน มีอีกหนึ่งหน้าที่มีความสำคัญอย่างมาก คือหน้าที่ประสานงาน ที่จะต้องเตรียม สถานที่ถ่ายทำ ช่างเสื้อผ้า ช่างแต่งหน้า ช่างทำผม ติดต่อนัดแนะบุคคลากรทุกฝ่าย จัดหาอาหารเครื่องดื่ม และกำหนดเวลาการถ่ายทำ หากองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น ไม่เป็นไปตามแผนงานในวันผลิตรายการ นั้นหมายถึงงบประมาณที่จะบานปลายตามไปด้วย ดังนั้นประสานงานจึงมีหน้าที่ที่ต้องควบคุมดูแลการทำงานของบุคคลากรทุกฝ่ายในทีมให้เป็นไปตามขั้นตอนหรือแผนงานที่กำหนดไว้

1.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) คือในวันที่ถ่ายทำรายการต้องมีความพร้อมมาแล้วทุกอย่างตั้งแต่ สถานที่ผลิตรายการ ห้องแต่งหน้า ห้องแต่งตัว ห้องพักรับประทานอาหาร หรือแม้กระทั่งที่จอดรถ นอกจากสถานที่แล้วควรตรวจสอบภาพประกอบเนื้อหาข่าว บทพูดพิธีกร

อักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็นว่าครบถ้วนหรือไม่ มีสิ่งใดบ้างที่ขาดหายไปหรือไม่ครบ โดยภาพและบทพูดต้องมีความสอดคล้องกัน รวมถึงบุคลากรทุกฝ่าย พิธีกร แขกรับเชิญ ทีมช่างภาพ ทีมเสียง ทีมไฟ ทีมเทคนิค ผู้ควบคุมการผลิต ผู้กำกับภาพ ควรทำการซักซ้อมก่อนที่จะเริ่มผลิตจริง เพื่อป้องกันความผิดพลาด ควรมีแผนสำรองเมื่อเกิดเหตุไม่คาดคิดใด ๆ จะสามารถแก้ไขได้ทัน เพราะสิ่งที่เคยเกิดขึ้นบ่อยครั้งในวันถ่ายทำจากข้อมูลผลการวิจัย คือ อุปกรณ์บันทึกเสียง หรือภาพข่าวที่เสียหาย ดังนั้นการมีข่าวอื่นสำรองไว้เพิ่มเติม หรือมีอุปกรณ์บันทึกเสียงสำรองก็จะสามารถแก้ไขปัญหาในวันถ่ายทำได้ ที่สำคัญทุกคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละหน้าที่ควรมีสติให้ดีในวันทำงานเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาได้ทัน่วงทีที่จะทำให้วันผลิตรายการผ่านพ้นไปได้ด้วยดี ในด้านอุปกรณ์ควรตรวจสอบอุปกรณ์ต่าง ๆ ว่ามีความชำรุดเสียหายหรืออยู่ในสภาพที่ยังสมบูรณ์หรือไม่และควรมีอุปกรณ์สำรองจากผลการวิจัยอีกหนึ่งสิ่งที่มีปัญหาคือ อุปกรณ์บันทึกเสียง หรือถ่านไฟสำรอง เมื่อตรวจเช็คอุปกรณ์เรียบร้อยแล้วดูความพร้อมของพิธีกรและทีมงานทุกฝ่ายหรือผู้ร่วมดำเนินรายการ ควรมีการเตรียมพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อพร้อมกับการทำงานอย่างเต็มที่เพราะจะทำให้ขั้นตอนการผลิตราบรื่น รวดเร็ว พิธีควรมีการทำสมาธิกับบทที่ต้องพูดให้เตรียมพร้อมก่อนเริ่มการบันทึกภาพ และเมื่อทุกอย่างพร้อมแล้วจึงเริ่มต้นการผลิตรายการ

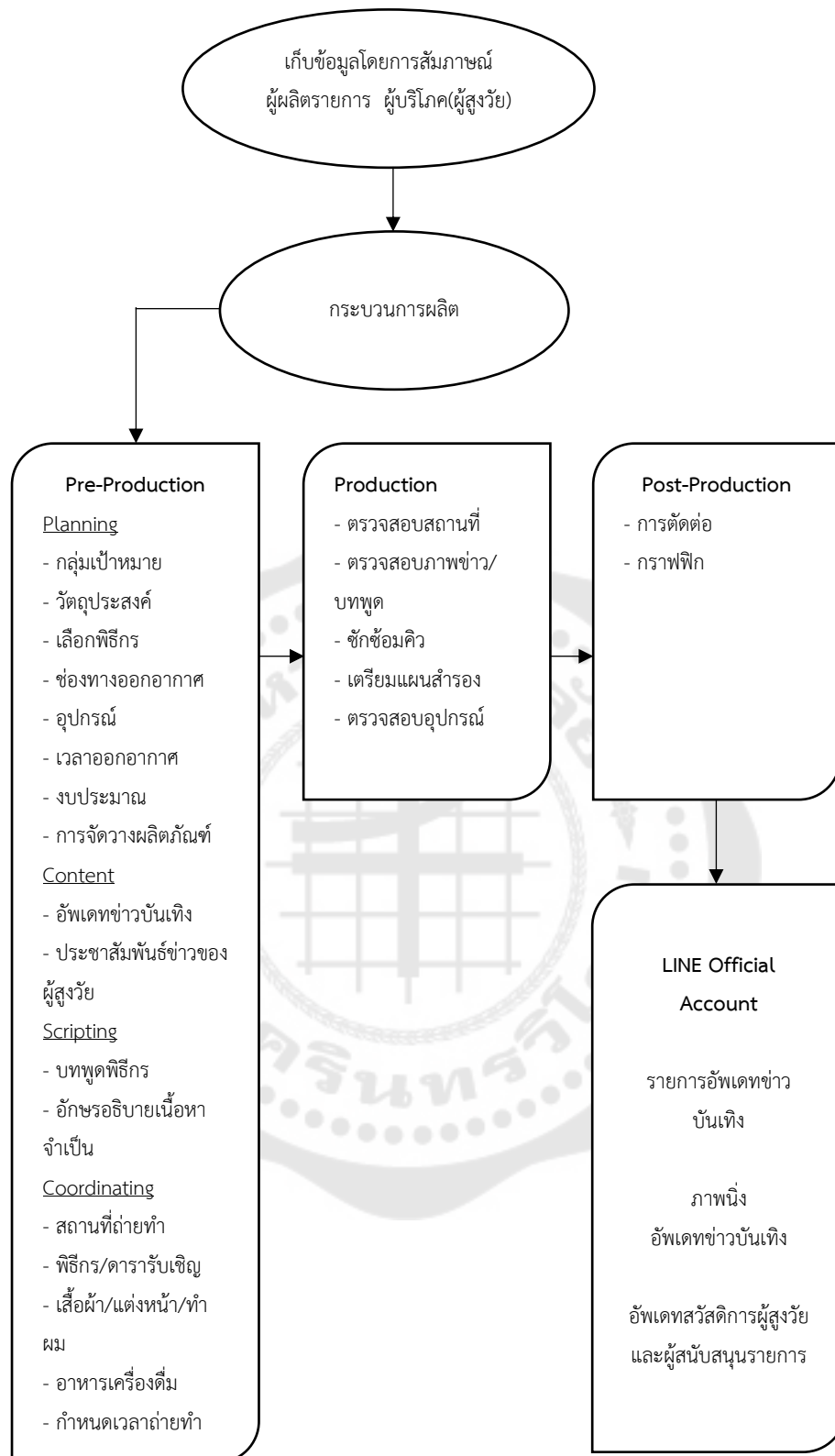
1.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) หลังจากบันทึกเทปรายการเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนการตัดต่อและใส่กราฟฟิกในรายการโดยสามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

1.3.1 การตัดต่อ (Editor) โดยผลจากการวิจัยการตัดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยจะต้องคำนึงถึงเรื่องจังหวะ ต้องไม่เร็วจนเกินไป แต่ในขณะเดียวกันต้องไม่ช้าจนน่าเบื่อ เน้นในส่วนที่ต้องการสื่อสารหรือส่วนที่สำคัญย้ำ ๆ บ่อย ๆ หากเร็วเกินไปจะหลุดจากความสนใจของผู้สูงวัย แต่หากช้าไปผู้สูงวัยก็จะเบื่อหน่ายได้เช่นเดียวกัน เสียงประกอบก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะดึงความสนใจได้แต่หากใส่เยอะเพื่อหวังจะกระตุ้นความสนใจหรือเร้าอารมณ์มากเกินไปก็จะเป็นการรบกวนการสื่อสารและจะทำให้ผู้สูงวัยไม่ได้รับข่าวสารตามที่ต้องการ

1.3.2 กราฟฟิก (Graphics) การตัดต่อนั้นมาควบคู่กันกับกราฟฟิก ไม่ว่าจะเป็นตราสัญลักษณ์รายการ หรือการขึ้นตัวอักษรแสดงเนื้อหาจำเป็น จากผลการวิจัยการทำกราฟฟิกรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย สีสันและขนาดรูปทรง ต้องสื่อสารให้เข้าใจผู้สูงวัย ไม่เน้นเท ไม่เน้นโดดเด่น ควรทำให้ดูภูมิฐาน แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่น่าเบื่อ ไม่ว่าจะเป็น สีสันต้องไม่ฉูดฉาดแต่สีไม่ฉูดฉาดจนเกินไป เช่น สีฟ้า สีน้ำเงิน สีชมพู สีเหลือง โดยที่ไม่ปรับให้สว่างจนรบกวนสายตา ลักษณะตัวอักษรต้องเป็นตัวอักษรที่อ่านง่ายมีหัวแต่ไม่เซย ขนาดตัวอักษรไม่เล็กจนเกินไป เพื่อให้

ผู้สูงวัยไม่ต้องใช้ความพยายามในการเฟื่องมองพัฒนาช่องทางข้ามันเทิ่งผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

จากผลการวิจัยของผู้สูงวัยและจากผู้ผลิตรายการข้ามันเทิ่ง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาต้นแบบช่องรายการข้ามันเทิ่งผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย คือ การไม่นำเสนอข่าวสารที่ไม่ส่งผลอันเป็นประโยชน์กับผู้ที่ถูกกล่าวถึงหรือผู้สูงวัยที่ชมรายการ หากนำเสนอข่าวสารใด ๆ ควรวิเคราะห์ห็นในการนำเสนอโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับ สื่อว่าจะก่อให้เกิดทัศนคติอย่างไร ดังนั้นเนื้อหาเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความใส่ใจเพราะมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงอย่างละเอียดอ่อนสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยโดยการทำให้เนื้อหาในการอัปเดตข่าวข้ามันเทิ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้สูงวัยยิ้มได้ และสบายใจกับการรับชม รวมถึงได้ติดตามเรื่องราวของศิลปินดารานักใหม่ที่ยื่นชอบ ไม่มีเรื่องหนัก ที่ทำให้เพิ่มความกังวลใจหรือไม่สบายใจในการติดตาม เป็นรายการที่รายงานความเคลื่อนไหวเรื่องราวในแวดวงข้ามันเทิ่งที่คัดสรรเรื่องราวในการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัย และสิ่งสำคัญที่ต้องมีในเนื้อหารายการ คือการรายงานเรื่องสิทธิ สวัสดิการ หรือเตือนภัย โดยการนำเสนอแบบชัดเจนให้กลุ่มผู้สูงวัยเข้าใจอย่างง่าย ๆ ใช้วิธีการอธิบายผ่านพิธีกรของรายการเองหรือกลุ่มศิลปินดารายื่นชอบเพื่อดึงดูดความสนใจการติดตามอันนำมาซึ่งประโยชน์ของตัวผู้สูงวัยเองอย่างสูงสุดซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกมาเป็นแผนภูมิภาพตั้งแต่ขั้นตอนการเก็บข้อมูลจนกลั่นกรองออกมาเป็นกระบวนการผลิตซึ่งสามารถแจกแจงเพื่อความเข้าใจง่าย ดังนี้



ภาพประกอบ 15 แสดงแผนภูมิสรุปผลการวิจัย

2.อภิปรายผลการวิจัย

กระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

จากผลการวิจัยการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย มี 3 ขั้นตอนซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนการเตรียมการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต สามารถอภิปรายผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Pre – Production) จากผลการวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการกล่าวว่าขั้นตอนการเตรียมการผลิตเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (สุรัญชญา สิทธิพูล, อ้างถึงใน อุษา ศิลป์เรืองวิไล, 2562) ว่าขั้นตอนนี้ นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตสื่อ เพราะเป็นขั้นตอนในการกำหนดเค้าโครง เตรียมข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยสามารถแจกแจงได้ดังนี้

2.1.1 กลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งสำคัญในขั้นตอนการวางแผนเนื่องจากสามารถทำให้เรากำหนดทิศทางในการผลิตเนื้อหาและกำหนดวัตถุประสงค์ได้อย่างไม่ไขว่เขว สามารถเข้าใจได้ตรงกันในแต่ละหน้าที่ว่าการผลิตรายการสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้คือผู้สูงวัยจะต้องเป็นอย่างไร ซึ่งตามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ ที่ได้กล่าวว่า “เพราะการทำงานด้านผู้สูงอายุ ไม่ได้ทำโดยกรมกิจการผู้สูงอายุที่เดียว เป็นการขับเคลื่อนในหลายมิติร่วมกัน ทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคมสภาพแวดล้อม และเทคโนโลยีด้วยในปัจจุบัน เพื่อรองรับสังคมที่ก้าวเข้ามาเป็นสังคมสูงวัย ปีนี้ปีหน้าก็จะเป็นสังคมสูงวัยที่สมบูรณ์แบบ” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564) จึงต้องมีสินค้าและบริการที่จะเข้ามารองรับสังคมผู้สูงวัยเพื่อเป็นการขับเคลื่อนในการทำงานตามความต้องการของกรมกิจการผู้สูงอายุที่ท่านอธิบดีได้กล่าวไว้ด้วย ช่องข่าวบันเทิงจึงเป็นอีกหนึ่งบริการที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายชัดเจนคือ ผู้สูงอายุ และจากผลการวิจัยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงวัยพบว่าผู้สูงวัยมีทัศนคติด้านลบต่อรายการข่าวบันเทิง เพราะมีความเห็นว่ารายการข่าวบันเทิงในปัจจุบันนำเสนอเนื้อหาที่ไม่มีประโยชน์ต่อการรับฟังเนื้อหาและถ้อยคำที่ใช้มีความรุนแรง คำพูดไม่รื่นหู รับชมแล้วเกิดความไม่สบายใจ ไม่ถูกใจผู้เชี่ยวชาญยังได้ให้เหตุผลว่าเป็นเพราะเหตุผลด้านการแข่งขันว่าช่องใดนำเสนอข่าวก่อนจะได้ประโยชน์ในเรื่องเรตติ้งหรือความนิยมในการรับชมรายการมากกว่า โดยมองข้ามถึงรายละเอียดในเรื่องคุณค่าของข่าวที่ (เอกธิดา เสริมทอง, 2561) ได้กำหนดตัวชี้วัดคุณค่าของข่าวไว้ว่า ในแต่ละข่าวนั้นมีความน่าสนใจที่ควรต้องรู้เพราะทันต่อเหตุการณ์ มีบุคคลที่มีชื่อเสียง ข่าวมีความแปลก ความขัดแย้ง มีเงื่อนไข เป็นเรื่องใกล้ตัว เป็นเรื่องความก้าวหน้า หรือเรื่องภัยพิบัติที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง โดยส่วนใหญ่สิ่งที่ข่าวบันเทิงในปัจจุบันนำเสนอเหมาะสมสำหรับวัยหนุ่มสาวแต่ไม่

เหมาะสมกับผู้สูงอายุเนื่องจากโดดเด่นในแง่ความเร็วทันเหตุการณ์และเป็นเรื่องอื้อฉาวเพื่อนำไปติดตามต่อหรือพูดคุยถกเถียงต่อได้

2.1.2 วัตถุประสงค์ จากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ควรมุ่งในการนำเสนอคือ ต้องนำเสนอในแง่มุมที่ไม่ใช่มุมลบ มีความรอบคอบระมัดระวัง ให้ผู้สูงอายุได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ด้วยจิตใจที่เบิกบาน สามารถนำข้อมูลหรือเนื้อหาไปปรับใช้ประโยชน์กับการดำเนินชีวิตได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จารุวรรณ, สันทัด และ วิทยาธร, 2559) กล่าวว่าผู้สูงวัยมีการเปิดรับความต้องการและใช้ประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์หลัก ๆ 3 ข้อ คือ 1. เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร 2. เพื่อสร้างความสุข ความเพลิดเพลิน 3. นำเนื้อหาไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของอธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์ อีกเช่นเดียวกันว่า “ปัจจุบันเรามีแผนบูรณาการเตรียมความพร้อมโดยกรมกิจการผู้สูงอายุเป็นเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนแต่มี 2 มิติ คือ มิติด้านการเตรียมความพร้อม กับมิติด้านการพัฒนาศักยภาพ มิติด้านการเตรียมความพร้อม ก็หมายถึง ทำอย่างไรที่จะเตรียมสังคม เตรียมคนในทุกช่วงวัยให้เข้าใจ และพร้อมที่จะเข้าสู่สังคมสูงวัยที่สมบูรณ์แบบขึ้น มิติด้านการพัฒนาศักยภาพ หมายถึง คนที่ 60 ปีแล้ว จะทำอย่างไรให้ท่านยังคงเป็นผู้สูงอายุที่เป็น Active Aging เรียกว่าเป็น วุฒิปลังให้ยาวนานที่สุด ถ้าเราแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ ติดบ้าน ติดสังคม ติดเตียง เราก็อยากให้เป็นผู้ที่ติดสังคมนานที่สุด ถึงเวลาเหนื่อยอาจจะติดบ้าน แต่ให้ติดเตียงน้อยที่สุดหรือไม่ติดเตียง แล้วก็จากไปแบบมีความสุข” (สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2564) เพราะฉะนั้นช่องรายการข่าวบันเทิงจึงมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้คือ ให้ผู้สูงวัยมีความตื่นตัว และเป็นผู้ที่ติดสังคมให้ยาวนานที่สุด

2.1.3 เลือกพิธีกร จากผลการวิจัยการคัดเลือกผู้ทำหน้าที่เป็นพิธีกรสำหรับรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยต้องมีลักษณะโดยรวมที่เป็นมิตร ไม่ว่าจะเป็น การพูด น้ำเสียง บุคลิก การยิ้มแย้ม ความเป็นธรรมชาติ แต่ไม่แสดงออกเกินพอดี สุขภาพ นอบน้อม แต่งกายให้เหมาะสมตามกาลเทศะ สอดคล้องกับแนวคิด SPEAKING ของไฮม์ (ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ, 2559) ในการเลือกคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นพิธีกร คือมีความเข้าใจในงานที่จะต้องทำ มีทักษะในการทำความรู้จักและเข้าใจกลุ่มผู้รับชมรับฟัง เพื่อวางรูปแบบสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรมชาติ ตรงกับข้อมูลการให้สัมภาษณ์จากจิตติพร จุติมานนท์ ที่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งบรรณาธิการข่าวบันเทิงและอยู่แวดวงข่าวบันเทิง 21 ปี ที่ได้กล่าวว่า “ก็ต้องเลือกคนที่พูดจาจะฉานเข้าใจง่าย เล่าเรื่องรู้เรื่อง และก็ต้องมีความเป็นมิตรหน้าตา น้ำเสียงดูเป็นมิตร แล้วก็รู้ว่า คนกลุ่มตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ผ่านประสบการณ์มีวุฒิภาวะ

พอสมควรเพราะฉะนั้นเค้าจะเสียเวลาชีวิตมาเลือกเสพอะไร เค้าก็ต้องรู้ว่าฉันหยุดดูตรงนี้ก็คงให้ประโยชน์กับฉันได้ ให้ความบันเทิงกับฉันอย่างเต็มที่” (สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2564) ผู้วิจัยพบว่าลักษณะของพิธีกรที่ทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยสิ่งที่ต้องโดดเด่นขึ้นมาคือความเป็นมิตร และการวางตัวให้ถูกกาลเทศะในลักษณะของการพูดรายงานข่าว ไม่ให้ผู้สูงวัยรู้สึกว่าผู้ผลิตกำลังทำรายการเพื่อให้ผู้สูงวัยรับชม หากแต่ควรทำให้ผู้สูงวัยรู้สึกเอ็นดู จนเกิดเป็นความผูกพันและรู้สึกดีทุกครั้งที่เปิดมาชม ซึ่งสามารถใช้ทฤษฎีนี้ได้ในการทำรายการทั่วไปสำหรับกลุ่มผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 35 – 40 ปีขึ้นไปอีกด้วย

2.1.4 ช่องทางออกอากาศ จากผลการวิจัยแม้ผู้สูงวัยจะยังไม่ค่อยเปิดใจที่จะรับข่าวสารบันเทิงผ่านทางช่องทาง Line Official Account และอาจต้องใช้เวลาในการปรับตัวทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคเนื่องจากเป็นเรื่องที่ยังใหม่มากตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สุดา ชื่นบาน ที่กล่าวว่า “ Line Official Account อันนี้จะไม่ค่อยยุ่ง เพราะไลน์เราคนเยอะมากแล้ว เครื่องมันจะเต็มในกลุ่มบางกลุ่มก็มีเป็นร้อย ๆ คน กลุ่มศิลปินแห่งชาติก็ 90 กว่าคน ไหนจะไลน์เดี่ยวเพื่อนของเราอีก อันนี้สำคัญกว่า ขนาดสำคัญกว่าเรายังไม่ค่อยกล้าส่งอะไรเพราะเกรงใจเขา เพราะในอินเทอร์เน็ตเดี๋ยวมันก็มีให้ดูเราย้อนกลับไปดูอะไรก็ได้ ดูยูทูปดูยู่ออน ดูเฟสบุ๊กดูเหตุการณ์ปัจจุบัน ไลน์ใช้สื่อสารกับเพื่อน” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564) แต่จากผลการวิจัยก็เห็นได้ว่าผู้สูงวัยได้มีการเปิดใจให้กับการรับข่าวสารจากโลกอินเทอร์เน็ตในช่องทางอื่น ๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว สอดคล้องกับบทความเว็บไซต์การตลาด (marketingoops.com, 2019) ระบุว่าผู้สูงวัยในปัจจุบันมีความพร้อมในการเปิดรับเทคโนโลยีมากขึ้น อิทธิพลจากสังคมออนไลน์กำลังเข้าสู่สังคมของผู้สูงวัยมากขึ้นเรื่อย ๆ จนอาจต้องลบล้างภาพจำต่อมุมมองกับผู้สูงวัยว่าเป็นผู้ที่ไม่สนใจเรื่องเทคโนโลยีหรือไม่เปิดใจรับสิ่งใหม่ ในทางตรงกันข้ามผู้สูงวัยพร้อมที่จะเรียนรู้และพยายามเพื่อเพิ่มความสามารถการใช้งานทั้งอินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เพื่อเดินทางเข้าสู่ความสะดวกสบายที่มากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่านทาง Line Official Account อาจเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ทำให้ผู้สูงวัยมีช่องทางในการติดตามเพื่อเป็นสังคมใหม่สำหรับผู้สูงวัยในอนาคต

2.1.5 อุปกรณ์ ต้องคำนึงถึงประเภทของรายการที่จะทำการผลิตมาเป็นอันดับแรก จึงจะสามารถกำหนดและเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม มีความเหมาะสมกับการผลิตของรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย เห็นภาพไปในทิศทางเดียวกันแล้วจึงจะสามารถประชุมเตรียมงานกับฝ่ายอุปกรณ์ว่าใช้อุปกรณ์ใด มีกี่ชิ้น ขึ้นได้ไม่จำเป็น ความสามารถของแต่ละอุปกรณ์เหมาะสมสำหรับรายการผู้สูงวัยหรือไม่ สอดคล้องกับข้อมูลในการให้สัมภาษณ์ของสุชาติ ทวมสุวรรณ

ผู้จัดการฝ่ายสตูดิโอของ One31 และ Gmm25 ที่มีประสบการณ์ด้านองค์ประกอบศิลป์ 10 ปีขึ้นไป กล่าวไว้ว่า “ในมุมมองของคนเตรียมเบื้องหลังเราจะต้องคุยกับทีมงาน ทีมโปรดิวเซอร์ พิธีกร ว่าในกลุ่มที่เป็นเป้าหมายที่ทางรายการต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มผู้สูงวัยเนี่ย ใจความ Message ที่ต้องนำเสนอออกไปมีอะไรบ้าง ในมุมมองของคนที่เป็นซัพพอร์ตว่าต้องทำให้ออกมาตรงกับความต้องการของรายการมากที่สุด มันถึงจะออกมาในรูปแบบฉาก แสง เสียง กล้องก็ตัว เพื่อที่จะไปในทิศทางเดียวกัน” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564) นอกจากนี้หากวางแผนว่าใช้อุปกรณ์ใดบ้างแล้ว เมื่อมีอุปกรณ์ควรตรวจสอบสภาพการทำงานของอุปกรณ์ทุกชิ้นว่ามีความพร้อมที่จะใช้งานมากน้อยเพียงใดอีกด้วย เพื่อจะได้ไม่เป็นปัญหาในวันผลิตรายการ

2.1.6 เวลาในการออกอากาศ เป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงเพราะผู้สูงวัยมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปตามภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในแต่ละวัน จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สุรางค์ เปรมปรีดิ์ กล่าวว่า “ผู้สูงวัยนอนไม่หลับนะ นอนไม่เป็นเวลา ตื่นสาย นอนดึก บางคนนอนตี 4 ตื่นเที่ยง เคี้ยวโลวไลฟ์แล้ว กลางคืน หรือเย็น ๆ บ่าย ๆ” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564) จากผลการวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัยได้ให้ข้อมูลว่า ผู้สูงวัยมักมีเวลาที่ต้องการผ่อนคลายอยู่ในช่วงกลางวันไปจนถึงก่อนที่ลูกหลานกลับมา จึงถือได้ว่าเป็นเวลาที่พร้อมรับข่าวสารเพื่อความผ่อนคลายและให้อยู่กับตนเองอย่างแท้จริง ตามข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อสำหรับผู้สูงวัย อภิวัฒน์ ภูมิมาลา กล่าวว่า “ผู้สูงวัยอยู่บ้านเค้าก็เปิดไปเรื่อย ผู้สูงวัยเมื่อเค้าหมดภาระในหน้าที่การงานจริง ๆ มันได้ทุกช่วงเวลาเลย จะให้ดีกว่าอาจจะเป็นช่วงบ่าย ๆ เพราะ ๆ อาจจะทำนู่นนี่นั่น บ่าย ๆ หมดภาระแล้วก็อาจมานั่งสบาย ๆ ดูทีวีก็อาจจะเป็นช่วงที่ไม่มีใครมาทวน อย่างเป็นวันธรรมดาควรเป็น 13.00 น. – 16.00 น. หรือก่อน 17.00 น. ที่หลานกลับมาเพราะต้องดูการ์ตูนก็เป็นการแย่งโทรทัศน์กัน หรือเวลาหลังจากนั้นลูก ๆ ก็จะไปดูละครไป” (สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2564) โดยส่วนใหญ่คนทั่วไปมักเข้าใจว่าผู้สูงวัยมักเข้าอนเร็ว ตั้งแต่เข้ามีด ที่ผ่านมาก็มีรายการธรรมะหรือรายการสำหรับผู้สูงวัยที่ออกอากาศในช่วงเวลาเข้ามีด แต่รายการเหล่านั้นกลับไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

2.1.7 งบประมาณ งบประมาณเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนเริ่มต้นทำรายการต่าง ๆ เพราะจะสามารถทำให้การผลิตรายการขับเคลื่อนได้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับงบประมาณ เป็นสำคัญจากผลการวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการให้ข้อมูลว่างบประมาณอยู่ที่เทปละ 50,000 บาท ซึ่งในขั้นตอนนี้เมื่อตีราคาต้นทุนต่อเทปแล้ว จึงสามารถวางแผนต่อได้ว่า จะบริหารจัดการอย่างไรต่อไป ตามข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของ ชลิดา สิงห์วัฒน์ไพจิตร Senior Manager Marketing Strategy ที่มีประสบการณ์ทำงาน 20 ปีให้ข้อมูลว่า “เมื่อทราบราคา

งบประมาณในการถ่ายทำรายการแล้ว จึงต้องมีการหาผู้สนับสนุนรายการจากการให้เข้ามาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการเพื่อมีเงินทุนสนับสนุนเพิ่มเติมเพื่อเป็นการลดต้นทุนยังได้กำไรจากขายช่วงเวลาออกอากาศอีกด้วย”ซึ่งการขายช่วงเวลาออกอากาศ หรือการให้สินค้าและบริการได้มีส่วนเข้ามาประชาสัมพันธ์จะเป็นที่อีกช่องทางที่จะสามารถหาเงินมาบริหารจัดการต้นทุนในส่วนนี้ได้

2.1.8 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในการผลิตรายการหากมีสินค้าและบริการที่ต้องการเข้ามาประชาสัมพันธ์จะต้องมีการสำรวจว่าวิธีใดที่ได้ผลดีที่สุด หรือมียอดสั่งซื้อมากที่สุด ซึ่งจากผลการวิจัยการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ได้ผลสำหรับผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยมากที่สุดคือ การให้พิธีกรหยิบจับและกล่าวถึงสรรพคุณสินค้านั้นเป็นวิธีที่ได้ผลมากที่สุด สอดคล้องกับการให้ความหมายของ (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) ว่า Product Placement คือการอธิบายสินค้าด้วยการสอดแทรกลักษณะหรือคุณประโยชน์ของสินค้าเข้าไปในส่วนที่ไม่ใช่เนื้อหาของโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคซึมซับได้อย่างแนบเนียนที่สุด โดยในที่นี้ต้องคำนึงถึงการบรรยายสรรพคุณในการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกินจริงจนเกินไป เนื่องจากเป็นการโฆษณาชวนเชื่อและจะนำมาซึ่งความอันตรายในการเสฟสื่อสำหรับผู้สูงวัย หากไม่ระมัดระวังจะเป็นการสนับสนุนการรับชมข่าวสารที่ไม่ถูกต้องสำหรับผู้สูงวัย และจะขัดกับวัตถุประสงค์ของการทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย ดังนั้นจึงต้องมีความระมัดระวังในทุกครั้งที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้า

2.1.9 เนื้อหา เนื้อหาของรายการเป็นสิ่งที่จะต้องให้ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายติดตามรายการ ฉะนั้นในช่วงเวลาของการวางแผนก่อนที่จะผลิตรายการจึงควรวางแผนหาเนื้อหาให้มีแนวทางที่ชัดเจนเหมาะสมโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงวัย จากผลการวิจัยพบว่าแท้จริงแล้วผู้สูงวัยไม่ได้อยากติดตามเรื่องราวดารานักแสดงในยุคนั้นมากเท่าที่ควรอาจจะมีได้บ้างเพื่อคลายความคิดถึง แต่ผู้สูงวัยชื่นชอบในการติดตามข่าวสารลักษณะเบา ๆ อาทิเช่น ข่าวลูกศิษย์ป็นดารานักแสดงประจำวันที่น่ารัก ๆ หรือผลงานจากศิลปินดารานักแสดงในยุคนั้นที่ตนเองชื่นชอบโดยส่วนมากเป็นศิลปินที่มาจากการประกวดร้องเพลงในรายการที่ชื่นชอบอยู่แล้วเป็นทุนเดิม หรือศิลปินดารานักแสดงที่มีบุคลิกลักษณะที่ถูกใจผู้สูงวัยหน้าตา หล่อเหลา สวยงาม และบุคลิกภาพดีชวนมอง โดยบุคคลนั้นมักจะไม่น่าจะไปในทางเสียหาย ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของคำว่าบันเทิงของ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ที่ได้กล่าวถึงในเชิงเนื้อหาพบว่า ความบันเทิงมีองค์ประกอบของจินตนาการ (Fantasy) และความไม่เครียด สนุกสนาน (Entertain) ส่วนคำว่าข่าวเป็นเรื่องของสาระ (Substance) บันเทิงคือเรื่องไม่มีสาระ (Absurd) ทั้งสองคำมารวมกันจึงกลายเป็นข่าวตรงกันข้าม ข่าวบันเทิงเป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการติดตามเนื่องจาก

มีลักษณะเป็นข่าวเบา (soft news) ไม่เครียด นอกจากนี้ยังให้ความรู้กับผู้สูงวัยในสิทธิประโยชน์ที่ควรรู้ผ่านศิลปินดาราที่ชื่นชอบได้อีกด้วย

2.1.10 การเขียนบทพูดพิธีกรและอักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งสิ่งต้องใส่ใจอย่างมาก เห็นได้จากข้อมูลในการสัมภาษณ์ ศุภทาวดี เนติมานนท์ ผู้ที่ดูภาพรวมของรายการบันเทิงในช่อง One31 และ Gmm25 ให้คำตอบไว้ว่า “การเขียนบทพูดของพิธีกรจะช่วยส่งเสริมรูปแบบรายการและบุคลิกภาพของพิธีกรให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางของเรื่องราว และเรียงลำดับเหตุการณ์ที่จะเล่าได้อย่างชัดเจน ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม 5 อย่างนี้ต้องมีให้ครบ เขียนให้คนอ่านเข้าใจง่าย ต้องคิดเสมอว่าเรื่องที่เรานำมาเขียนนั้นคนดูไม่เคยรู้มาก่อน (เพราะบางครั้งคนเขียนข่าว อาจเขียนแบบที่ตัวเองเข้าใจ รู้คนเดียว แนวนู้นี้เบื้องหลังมาเยอะ) หรือบางครั้งเป็นเรื่องราวข่าวที่มีความต่อเนื่องอัปเดตเพิ่มเติม หรือมหากาพย์ต่าง ๆ เราก็จำเป็นที่จะต้องย้อนความ ย้อนเรื่องโดยย่อ ทุกครั้ง เพราะต้องนึกไว้เสมอว่าไม่ใช่ทุกคนที่จะตามข่าว หรือตามเรื่องนั้น ๆ ตลอดเวลาต้องเขียนความจริง ห้ามใส่ความเห็นส่วนตัว หรือ ห้ามคาดการณื คาดเดา หรือสรุปเรื่องนั้น ๆ เองเด็ดขาด ชื่อแหล่งข่าว หรือชื่อเฉพาะ ต้องใส่ให้ถูกต้อง ในกรณีที่เขียนเรื่องที่มีการพาดพิงถึง ต้องใส่ที่มาให้ถูกกว่ามาจากที่ใด” (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2564) จากผลการวิจัยการเขียนบทพูดพิธีกรต้องมีการเรียงลำดับอย่างชัดเจน ร้องเรียงเรื่องราวอย่างเข้าใจง่าย โดยเฉพาะหากเป็นรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยจะต้องใช้ความระมัดระวังในเรื่องของการใช้ภาษาการเขียนบทพูดเป็นพิเศษคำพูดต้องสุภาพไม่ใช่คำแปลกหรือเป็นคำศัพท์ของวัยรุ่นจนเกินไปเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเข้าใจไม่ครบถ้วนในการรับสาร ไม่ใช่จินตนาการเพิ่มเติม และอักษรอธิบายเนื้อหาจำเป็นจากข้อมูลในการสัมภาษณ์ สุชาติ ทวมสุวรรณ กล่าวไว้ว่า “บางที่เราขึ้นหัวข้อข่าวคือเราก็ต้องสื่อสารให้คนทราบว่าการกำลังจะบอกอะไรเค้าต้องเข้าใจง่าย” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564) คือ คำพูดไม่กำกวมหรือสร้างความงุนงงอันเนื่องมาจากข้อความที่ถูกบังคับให้สั้นกระชับเวลาขึ้นแสดงที่หน้าจออีกด้วย

2.1.11 ประสานงาน จากผลการวิจัยหน้าที่ประสานงานเป็นหน้าที่ที่เชื่อมโยงทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการตั้งแต่สถานที่ อุปกรณ์ในการผลิต และบุคลากรทุกฝ่าย ที่สำคัญเป็นหน้าที่ที่ควบคุมและกำหนดระยะเวลาในการผลิตเพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนในการวางแผน เพราะเป็นหน้าที่สำคัญในการจัดการให้ทุกอย่างอยู่ในงบประมาณที่ควบคุมไว้ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ วารณี อนันตวราศิลป์ ประสานงานรายการประสพการณ์ 12 ปี ที่ได้กล่าวว่า “หลัก ๆ คือคุมงบจากทุกอย่างที่ทางรายการต้องเป็นคนจ่ายทำยังไงก็ได้ให้ถ่ายทำผ่านพ้นไปได้ด้วยดี”

ดังนั้นในขั้นตอนการวางแผนนี้จึงจำเป็นต้องหาบุคลากรในหน้าที่ประสานงานที่มีประสบการณ์หรือมีความสามารถในการบริหารจัดการ จะทำให้วันผลิตรายการราบรื่นและผ่านพ้นไปได้ด้วยดี

2.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) จากผลการวิจัยในส่วนขั้นตอนการผลิตคือในวันที่ถ่ายทำรายการต้องมีความพร้อมมาแล้วทุกอย่าง จากข้อมูลที่ได้ในการให้สัมภาษณ์ของ สุรางค์ เปรมปรีดี ที่กล่าวว่า “ต้องมีความพร้อมทุกอย่าง สถานที่ ทีมงาน เราไม่อยากจะเสียเวลาใคร โดยเฉพาะพิธีกร เราต้องรักษาอารมณ์คนมาร่วมรายการไม่ใช่หงุดหงิด จะไม่มีใจอยากทำเตรียมสคริปต์ สภาพแวดล้อม ต้องอำนวยความสะดวก” (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2564) กล่าวคือตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนต้องทำอย่างรอบคอบและรัดกุม และเมื่อถึงขั้นตอนนี้ควรตรวจสอบทุกอย่างอีกครั้ง ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ในการถ่ายทำ บุคลากรแต่ละหน้าที่ อุปกรณ์ อาหารเครื่องดื่ม และควรมีแผนสำรองไว้ให้ครอบคลุมสอดคล้องกับแนวคิดในการผลิตรายการโทรทัศน์ของ (สุรัญชญา สิทธิพูล, อ้างถึงใน อุษา ศิลป์เรืองวิไล, 2562) ที่กล่าวถึงขั้นตอนนี้ไว้ว่า ด้านบุคลากรประกอบด้วยการทำงานจากหลายหน้าที่ แต่ทุกคนต้องร่วมกันทำงานเป็นทีม เพื่อให้การผลิตเห็นออกมาเป็นภาพเดียวกัน ด้านสถานที่ในการถ่ายทำ ในวันที่มีการถ่ายทำสถานที่ที่จะต้องเตรียมพร้อมที่สุด ต้องกำหนดเวลาให้ชัดเจน การควบคุมแสงสว่าง คมเสียงรบกวน สิ่งเหล่านี้สามารถควบคุมได้จากข้อมูลการเตรียมการผลิต ด้านอุปกรณ์ในการผลิตรายการ ต้องมีการเตรียมความพร้อมมาในขั้นต้นก่อนหน้า โดยในวันผลิตคือวันที่ต้องใช้อุปกรณ์ และควรมีอุปกรณ์สำรองเพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านพิธีกรหรือผู้ร่วมดำเนินรายการ ควรมีการเตรียมพร้อมกับการทำงานอย่างเต็มที่เพราะเป็นอีกหนึ่งหน้าที่สำคัญที่จะทำให้การถ่ายทำผ่านพ้นไปด้วยดี ควรมีการซักซ้อมทำความเข้าใจกับบทที่ต้องพูดก่อนบันทึกภาพ หากมีการวางแผนมาอย่างดีและมีการตรวจสอบในวันผลิตรายการจะสามารถจัดการปัญหาและไม่มีอุปสรรคในการผลิต เนื่องจากขั้นตอนนี้เป็นความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายในความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจ หากทุกอย่างเป็นไปด้วยความราบรื่นก็จะนำมาซึ่งสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ดีจากทุก ๆ ฝ่าย

2.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) หลังจากบันทึกเทปรายการเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนการตัดต่อและใส่กราฟฟิกในรายการโดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

2.3.1 การตัดต่อ (Editor) มีความสำคัญสำหรับการผลิตรายการบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยความสับสนและจังหวะการนำติดตาม เพราะการตัดต่อหรือการลำดับภาพและเสียงนั้น เป็นการเชื่อมต่อเนื้อหา เรื่องราว หรือตัดทอนสิ่งที่ไม่ต้องการออกไป หรือเน้นในส่วนที่ต้องการสื่อสารให้มีความชัดเจนขึ้นได้ โดยการตัดต่อทั้งภาพและเสียงจากการบันทึกเทป

เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบที่ตั้งเป้าหมายไว้ใส่เสียงดนตรี เสียงบรรยาย หรือเพลงประกอบหลังจากที่ได้เนื้อหาสมบูรณ์แล้ว เพื่อเป็นการเพิ่มอรรถรสให้กับรายการ โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สุทธาทิพย์ วัชสุขมงคล ผู้ควบคุมการผลิตรายการลุยไม่รู้โรย Super active (ให้มีศักยภาพ) กล่าว ว่า “เราจะพยายามให้กระชับดูสนุก แต่ไม่ได้เร็วจนไม่รู้เรื่อง อะไรที่มันเป็นส่วนสำคัญ จะใช้ CG ซุปเปอร์ขึ้นย๊าๆ บ่อย ๆ ตัวใหญ่ ๆ กระชับแต่อะไรที่ควรช้ำก็ช้ำเพื่อเป็นการย้ำ ขึ้นย๊าตอนพูดและ ตอนท้ายก็ย๊าอีกที บางทีขึ้น 4-5 รอบ” (สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2564) การตัดต่อรายการสำหรับผู้ สูงวัย ต้องไม่รีบ แต่ไม่น่าเบื่อ ส่วนที่ต้องการเน้น ให้ทั้งจังหวะเพื่อให้รับสารที่ต้องการสื่อสารได้ทัน เสียงประกอบหรือดนตรีไม่ดัง และใส่เยอะจนเกินไป จุดมุ่งหมายคือให้ดูเพลิน ๆ เน้นได้บ้างแต่ต้อง ไม่กระโดดออกมาจนเกินควร

2.3.2 กราฟฟิก (Graphics) การทำกราฟฟิกมีส่วนสำคัญเพราะเป็นองค์ประกอบ ศิลป์ที่สื่อสารชัดเจนถึงประเภทของรายการและกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการทำกราฟฟิกรายการ ชาวบ้านเท็งสำหรับผู้สูงวัยค่อนข้างต้องใส่ใจในรายละเอียดพอสมควร ไม่ว่าจะเป็น ตราสัญลักษณ์ รายการ ลักษณะตัวอักษรที่ใช้ สีสีนต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายการ ซึ่งจากผลการวิจัย สีสีนที่ถูกเลือก มาใช้เป็นโทนสีฟ้า น้ำเงิน เหลือง ชมพู โดยตราสัญลักษณ์นั้นต้องไม่โดดเด่นหรือสีฉูดฉาด จนเกินไปเพราะจะลดทอนความน่าเชื่อถือ และจะรบกวนสายตาผู้สูงวัย ลักษณะตัวอักษรที่ใช้ต้อง อ่านง่ายมีหัว แต่ไม่เขย มีลักษณะภูมิฐาน ขนาดตัวอักษรต้องไม่เล็กจนเกินไป โดยเฉพาะการต้อง สื่อสารผ่านทาง LINE Official Account ต้องคำนึงถึงความเสื่อมตามวัยของผู้สูงวัยเป็นหลักตาม แนวคิดเรื่องข้อพิจารณาความสูงวัยของบุคคล (เกษมและกุลยา ตันติผลาชีวะ อ้างถึงใน พลอย พรรณ, 2559) ในแง่ของการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย พบว่า การเปลี่ยนแปลงแรกที่ได้ชัดว่า เข้าสู่ช่วงเวลาสูงวัยคือ สายตาวาวขึ้น โดยทั่วไปสายตาจะเริ่มเปลี่ยนตั้งแต่อายุ 40 หลังจากนั้นจะ เปลี่ยนแปลงมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นสำหรับผู้สูงวัย การออกแบบกราฟฟิกและตัวหนังสือที่สวยงาม นั้นไม่ได้มาควบคู่กับการสื่อสาร เพราะหากอ่านไม่รู้เรื่อง ผู้สูงวัยจะหลุดจากความสนใจในเนื้อหาที่ ต้องการสื่อสารและเปลี่ยนไปรับชมอย่างอื่นแทน

พัฒนาช่องชาวบ้านเท็งผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

จากข้อมูลสถิติผู้สูงวัย (เว็บไซต์กรมกิจการผู้สูงอายุ) จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรผู้ สูงวัยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และในไม่ช้าจะกลายเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์แบบ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็น ว่าควรมีช่องทางที่จะรองรับการบริการผู้สูงวัย ซึ่งการพัฒนาช่องชาวบ้านเท็งผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่คาดว่าจะสามารถทำให้ผู้สูงวัยมีความผ่อนคลายใน การรับชมและได้รับข่าวสารในรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เนื่องจากผู้วิจัยนำผลการวิจัยมา

พัฒนาเป็นการวางรูปแบบเนื้อหา การคัดเลือกลักษณะพิธีกร และการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ โดยนำผลการวิจัยในด้านความชื่นชอบ กับความไม่ชอบเนื้อหาข่าวบันเทิงในปัจจุบันจากผู้สูงวัย โดยผู้สูงวัยที่ชื่นชอบที่จะติดตามเรื่องราวผ่อนคลายที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อจิตใจในทิศทางที่ดี มีความสบายใจที่จะรับชม นอกจากนี้ยังชื่นชอบในการติดตามเนื้อหาประเภทที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตรประจำวันได้ มีประโยชน์ต่อการรับรู้ จึงได้พัฒนาเนื้อหาในส่วนของความรู้ด้านสิทธิสวัสดิการ หรือเกร็ดความรู้สำหรับผู้สูงวัย เพื่อให้สอดคล้องตามข้อมูลที่ได้จากการวิจัยกับบทบาทหน้าที่ของกรมกิจการผู้สูงอายุที่ได้วางแนวทางในการทำงานไว้ว่า อยากให้ผู้สูงวัยยังเป็นผู้สูงวัยที่ติดสังคมมากที่สุด ผู้สูงวัยจะรู้สึกว่าตนเองยังมีคุณค่า และมีศักยภาพให้นานที่สุด

ซึ่งงานวิจัยที่มีความใกล้เคียงคือ งานวิจัยในหัวข้อ การพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ (จารุวรรณ, สันทัด, และ วิทยาธร, 2559) แม้ไม่ใช้การพัฒนาในรูปแบบการนำเสนอข่าวบันเทิง แต่หัวข้อการวิจัยนี้มีการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุซึ่งมีความสัมพันธ์กับความต้องการในประเภท เนื้อหา ลักษณะรายการ วิธีการนำเสนอ ช่วงเวลา พิธีกรหรือนักแสดงที่ปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์ โดยผลจากการวิจัยที่สามารถทำให้ต่อยอดได้คือ สังคมควรให้ความสนใจผู้ผลิตรายการเพื่อผู้สูงวัยมากขึ้นในฐานะที่เป็นผู้ให้เพราะถือเป็นธุรกิจกำไรน้อย ซึ่งในขณะนั้นงานวิจัยนี้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2559 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2564 ที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย ยังคงพบว่ารายการสำหรับผู้สูงวัยยังไม่ได้รับการยอมรับและสนับสนุนมากเท่าที่ควร

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือผลิตรายการผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ สามารถนำรูปแบบเนื้อหารายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยที่เป็นข้อค้นพบจากผลการวิจัยนี้ไปผลิตและออกอากาศเพื่อรองรับสังคมสูงวัยได้
2. สามารถนำต้นแบบ การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย ไปพัฒนาต่อเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางธุรกิจที่น่าสนใจในปัจจุบันรวมถึงอนาคตเพื่อรองรับสังคมสูงวัยที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ
3. หน่วยงานของภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปผลิตเป็นคลิปให้ความรู้สั้น ๆ เรื่องสิทธิสวัสดิการที่ควรรู้เกี่ยวกับผู้สูงวัย โดยผ่านศิลปินดาราส่งที่ผู้สูงวัยชื่นชอบได้
4. สามารถนำผลการวิจัยในรูปแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับผู้สูงวัยไปประยุกต์ใช้ในรายการสำหรับผู้สูงวัยประเภทอื่นที่ไม่ใช่รายการข่าวบันเทิงได้

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

- 1.สามารถนำต้นแบบรายการจากผลการวิจัยไปผลิต และศึกษาผลที่ได้จากการให้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงวัยรับชมรายการเพื่อนำผลการศึกษามาต่อยอดเพิ่มเติมได้
- 2.ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการรับชมรายการประเภทบันเทิงผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียอื่นๆ ของผู้สูงวัย
3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมสำหรับความต้องการทางด้านจิตใจของผู้สูงอายุที่ไม่ได้อยู่อาศัยกับครอบครัวเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต



บรรณานุกรม

- Glamdigital. (2018). *สื่อเก่าก็คุ้นเคย สื่อใหม่ก็เข้าถึง*. สืบค้นจาก <https://www.gramdigital.net/blog/how-to-use-new-media>
- Marketingoops. (2019). *12 มุมมองใหม่ “ผู้สูงวัย” อายุเป็นเพียงตัวเลข-ใช้เทคโนโลยีเก่ง-ชอบออนไลน์-เรียนรู้สิ่งใหม่*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/getting-older-our-aging-world-ipsos-research/>
- Nipa. (2563). *Line@ กับ LINE Official Account (LINE OA) เหมือนหรือต่างกันอย่างไร ?*. สืบค้นจาก <https://line.nipa.co.th/compare-lineads-and-lineoa/>
- Rattiya Angkulanon. (2561). *ส่องกลยุทธ์ตลาด-สื่อสารเจาะกำลังซื้อ ‘สูงวัย’*. สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/10947/>
- Positioning. (2016). *เจาะ Insight วิถีเสฟสื่อ “สูงวัย” “LINE-TV-Facebook” ครองใจวัยเก๋า*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1186242>
- Patsy Rogers. (2562). *วงการบันเทิงในบ้านเรามีอิทธิพลต่อคนในประเทศอย่างไร*. สืบค้นจาก <https://businessunusual.net/วงการบันเทิงในบ้านเรา-ม/>
- Positioning. (2016). *“ผู้สูงวัย” เทรนด์ลูกค้ำมาแรง ! แต่ทำไมนักการตลาดยังมองข้าม*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1100674>
- The Bangkok Insight. (2564). *สูงวัยใช้ ‘ไลน์’ โอกาส 6 สินค้าเจาะตลาด*. สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/opinions/44260/>
- กุลพรภัสร์ จิระประไพ, และ นายธนนท์ นวมเพชร. (2561). *สถิติบอกอะไรกับผู้สูงวัยปัจจุบันและอนาคต*. สืบค้นจาก http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/Press_Release/2561/N10-04-61-1.aspx
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *สถิติ จำนวนผู้สูงอายุแยกตามจังหวัดและอายุ ปี2561*. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/159>
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2546). *พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. ๒๕๔๖*. สืบค้นจาก http://www.dop.go.th/download/laws/regulation_th_20152509163042_1.pdf

- กฤษณะ แสงจันทร์. (2562, กันยายน-ธันวาคม). สถานการณ์ข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราดูมีชื่อเสียงในยุคดิจิทัลผ่านการกำหนดวาระข่าวสาร. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2(3), 51-62. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CRRUJC/article/view/225994/156886>
- กาญจนา แก้วเทพ, และ นิคม ชัยขุนพล. (2556). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). ข่าวประชาสัมพันธ์เรื่อง การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE OFFICIAL ACCOUNT สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาที่เหมาะสมต่อการจัดทำข่าวสารบันเทิงผ่านแอปพลิเคชันไลน์ที่เหมาะสมต่อการรับชมของกลุ่มผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <https://www.dop.go.th/th/gallery/1/4142>
- ฐิติมา ดวงวันทอง. (2560). *การเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/5824/1/56041224_ฐิติมา_ดวงวันทอง.pdf
- ฐานเศรษฐิกิจ. (2561). *CMMU ระบุ LINE สื่อที่ผู้สูงอายุชอบใช้สุด ๆ*. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/content/Life/312693>
- ไทยทริบูน. (2560). *'สื่อใหม่' VS 'สื่อเก่า' นิยามที่ไม่ได้มองเพียงแพลตฟอร์ม นำเสนอโดย อรรถกฤษณ์ วันทนะสมบัติ*. สืบค้นจาก http://www.thaitribune.org/contents/detail/312?content_id=28254&rand=14977609
- 55
- ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2559, พฤษภาคม-สิงหาคม). ชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร: แนวคิดและการประยุกต์ใช้ในงานพิธีกร. วารสารนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 6(2), 115-129.
- ธโรธร ตู่ทองคำ. (2563). *การพัฒนาสังคมผู้สูงอายุและบุคคลลักษณะพิเศษ*. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/Schoolnew/polsci/UploadedFile/82427-15.pdf>
- นวกัณฑ์ ธรรมชอบ, และ พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์. (2562, กันยายน-ธันวาคม). ความต้องการการเปิดรับและความพึงพอใจในการใช้สื่อของผู้สูงอายุยุคสังคม 4.0 ในเขตกรุงเทพมหานคร.

- บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์, 7(3), 473-488. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jgsnsbc-journal/article/view/242211/164420>
- บุญณัฐ ฉัตรเสาวภรณ์, และ วรชัญญ์ ครุจิต. (2560, กรกฎาคม-ธันวาคม). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียสำหรับรายการโทรทัศน์. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิคม*, 4(2), 65-80. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/107670/85198>
- ปีปิติไทย. (2562). เงินเพื่อ : ข้าวของแพงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น เรื่องจริงหรือแค่ความรู้สึก. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-49446825>
- ปวรรศ จันทร์เพ็ญ. (2560). กลยุทธ์ใหม่กับโฆษณาแฝงในปัจจุบัน. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์ มหาวิทยาลัยสยาม*, 12(13), 102-103. สืบค้นจาก <http://www.commartsreview.siam.edu/2017/images/review/year12-vol13/year12-vol13-11.pdf>
- พงษ์มณฑา เกษรโพบูลย์. (2560). พื้นที่ของผู้สูงอายุ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/5826>
- พลอยพรรณ เชี่ยวชาญ. (2559). บทบาทของผู้สูงอายุในการพัฒนาชุมชน. (การศึกษานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม). สืบค้นจาก https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/1011/fulltext_is_85.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- พัชรินทร์ รักสัตย์, มนทิรา ธาดานานวยชัย, และ ธรรมธร ปัญญาโสภณ. (2561, พฤษภาคม-สิงหาคม). กระบวนการสื่อสารข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 8(2), 176-190. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/phdssj/article/view/99292/106010>
- ระวีวรรณ ทวีอินทร์, และ ญาศินี เคารพธรรม. (2560, กรกฎาคม-ธันวาคม). สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 11(2), 367-387. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/174491/124930>
- รุจิภา สันสมบุญรัตน์ทอง, และ สุวิพัชร วุฒิสเสน. (2561, มีนาคม). วิจัยและพัฒนาสู่การขับเคลื่อนสังคมอย่างยั่งยืน. *พฤติกรรมและการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพ ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*, 359-368. สืบค้นจาก

http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2561Vol7No1_36.pdf

รัตนา จักกะพาก, และ ระวี สัจจโสภณ, และ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

(2554). *สื่อเพื่อผู้สูงอายุในประเทศไทย : สภาพการณ์ปัจจุบัน ความคาดหวัง แนวโน้มในอนาคต และการกำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก* สืบค้นจาก

https://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/58703/1/Ratana%20Ch_Res_2554.pdf

ราชกิจจานุเบกษา. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ*. สืบค้นจาก

http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF

สุวิษ ธีระโคตร, และ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2561, มกราคม-มีนาคม). พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่า

ทันอินเทอร์เน็ตและทัศนคติการใช้เนื้อหาด้านสุขภาพบนอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ. *วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี*, 36(1), 72-80. สืบค้นจาก

<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jnat-ned/article/view/127046/95905>

สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2549). *แผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545 -*

2564). สืบค้นจาก https://www.lib.ru.ac.th/journal/apr/apr13_op_plan_long2.html

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *สำมะโนประชากรและเคหะ สังคมผู้สูงอายุ*. สืบค้นจาก

<http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/pop/สังคมสูงวัย2.aspx>

สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2555). *สังคมสูงวัย สื่ออาจไม่ใช่เพื่อน อย่าให้ทีวีดูแล*

คนแก่. สืบค้นจาก <https://suchons.wordpress.com/2012/09/02/สังคมสูงวัย-สื่ออาจไป>

เสาวลักษณ์ ศรีสุวรรณ. (2563, กันยายน-ธันวาคม). *บรรณาธิการข่าวออนไลน์ กับกฎหมาย*

ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 24(3), 238-248. สืบค้นจาก

<http://jca.rsu.ac.th/articledownload.php?idjournal=67&idarticle=579#>

อานนท์ นันทสุนทร. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ*

นำเสนอข่าวบันเทิง (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3148/3/arnon_nunt.pdf


อรวิ บุญนาค. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม). *กลวิธีความไม่สุภาพในการสัมภาษณ์บุคคลในกระแส*

ของพิธีกรช่องโทรทัศน์ทางเล็อกใหม่. วารสารช่อพะยอมมหาวิทยาลัยมหิดล, 27(2), 13-

24. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/73487/59146>
 สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. *วิสัยทัศน์และนโยบายในการทำงาน*.
 สืบค้นจาก http://www.ctj.or.th/?page_id=53
 เอกธิดา เสริมทอง. (2561 มกราคม-มิถุนายน). ข่าวบันเทิง ... กรอบจำกัด และการพัฒนา.
ศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 18(1), 126-134. สืบค้นจาก
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/spurhs/article/view/126672/95735>
 อูษา ศิลป์เรืองวิไล. (2562, กันยายน-ธันวาคม). นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล.
วารสารวิชาการฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย,
 9(3), 84-98.
 เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
 ไสภา พิมพ์สิริพานิชย์. (2562). *เพิ่มยอดขายด้วย LINE Official Account* (พิมพ์ครั้งที่ 1).
 กรุงเทพฯ: ยูทুমอร์ไวร์.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.
แบบตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
การพัฒนาช่องข่าวบ้านเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

แบบตรวจสอบความคล่องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเรื่อง
“การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย”

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ อยู่ในขั้นตอนการศึกษาเรื่องการผลิตรายการข่าวบันเทิงโดยนำไปพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย และศึกษาพฤติกรรมการดูข่าวบันเทิงจากผู้สูงวัย

2. โดยผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ 2 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มผู้ผลิต ได้แก่ ผู้บริหารสถานี 3 ท่าน บรรณาธิการข่าวบันเทิง 3 ท่าน และฝ่ายองค์ประกอบศิลป์ 3 ท่าน

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 ส่วน

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐาน
- ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง
- ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย
- ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนหลังการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

2.2 กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ผ.อ.กรมกิจการผู้สูงอายุ 1 ท่าน ศิลปินแห่งชาติ 1 ท่าน และตัวแทนผู้สูงวัย 20 ท่าน

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ส่วน

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐาน
 - ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงวัย
 - ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย
 - ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ
 - ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
3. ขอความกรุณาผู้ทรงคุณวุฒิหรือท่านผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาร่างแบบสัมภาษณ์ว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
- เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

- 1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่
- 2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่
- 3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่

5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้น ๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมาในโอกาสนี้

นางสาวลิลลี่ แม็คกร๊าธ

นักศึกษาปริญญาโท (การออกแบบเพื่อธุรกิจ)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



1. ผู้ผลิต

ผู้บริหารสถานี่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้บริหารสถานี่

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน				
2.	ความคิดเห็นหรือมุมมองเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน				

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร				
2.	ท่านคิดว่ามีผู้สูงวัยรับชมรายการข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน				
3.	การเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร				
4.	ท่านคิดว่าผู้สนับสนุนรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใด				
5.	ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย				

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิง
คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ในวันถ่ายทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยมีขั้นตอนและวิธีการที่แตกต่างกับรายการข่าวบันเทิงทั่วไปหรือไม่				
2.	ในวันถ่ายทำรายการสำหรับผู้สูงวัยมีสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด				

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนหลังการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย
คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนหลังการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	การติดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร				
2.	วิธีการติดต่อของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยหลังจากรับชมรายการมักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสาร				

บรรณาธิการข่าวบันเทิง

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตซึ่งเป็นบรรณาธิการข่าวบันเทิง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน				
2.	ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน				

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร				
2.	ท่านคิดว่ามีผู้สูงวัยรับชมรายการข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน				
3.	การเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร				
4.	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่เหมาะสมในการสนับสนุนรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย				

5.	การวางตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุนรายการ ท่านคิดว่าตำแหน่งใดที่เหมาะสม				
6.	วิธีการนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ ทางสถานี มีรูปแบบใดบ้าง และแบบใดได้รับความสนใจ มากที่สุด				
7.	ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการข่าว บันเทิงสำหรับผู้สูงวัย				

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิง
คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการ
 ผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ในวันถ่ายทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูง วัยมีขั้นตอนและวิธีการที่แตกต่างกับรายการ ข่าวบันเทิงทั่วไปหรือไม่				
2.	ในวันถ่ายทำรายการสำหรับผู้สูงวัยสิ่งใดที่ ต้องคำนึงถึงมากที่สุด				
3.	หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมีวิธี แก้ปัญหาอย่างไร				

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนหลังการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย
คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนหลัง
 การผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	การติดต่อข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยมีสิ่งใดที่ควร คำนึงถึงเป็นพิเศษ				
2.	วิธีการติดต่อของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยหลังจากรับชม รายการมักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสาร				

ฝ่ายองค์ประกอบศิลป์

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตซึ่งเป็นฝ่ายองค์ประกอบศิลป์

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน				
2.	ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน				

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	มีหลักในการออกแบบขององค์ประกอบศิลป์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร				
2.	การวางตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุนรายการตำแหน่งใดที่เหมาะสม				
3.	การเตรียมตัวในส่วนอุปกรณ์ฉาก กราฟฟิกเตรียมตัวอย่างไร				

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิง.

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ในวันถ่ายทำรายการสำหรับผู้สูงวัยสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด				
2.	หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมีวิธีแก้ปัญหายังไง				

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนหลังการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนหลังการผลิตรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	การติดต่อข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยมีสิ่งใดที่ควรคำนึงถึงเป็นพิเศษ				
2.	การออกแบบกราฟฟิกประกอบรายการข่าวบันเทิงที่ทำให้น่าสนใจสำหรับผู้สูงวัย				

2. ผู้บริโภค

ผ.อ.กรมกิจการผู้สูงอายุ, ศิลปินแห่งชาติ, และชมรมผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน				

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสำหรับผู้สูงอายุเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ปกติท่านติดตามข่าวสารผ่านช่องทางใด				
2.	ท่านติดตามข่าวบันเทิงหรือไม่ / บ่อยเพียงใด				
3.	ท่านใช้ช่องทางใดในการติดตามข่าวบันเทิง นอกเหนือจากโทรทัศน์				
4.	ท่านใช้แอปพลิเคชันLINE หรือไม่ / บ่อยแค่ไหน				

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัยด้านร่างกายหรือไม่				
2.	หากมีรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่ออย่าง LINE อยากให้มีการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกการใช้งานอย่างไร				

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจของผู้สูงวัยเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ท่านดูรายการต่าง ๆ เพื่ออะไร เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข หรือเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต				
2.	ท่านคิดอย่างไรกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน				
3.	รู้จัก/ชื่นชอบพิธีกรข่าวบันเทิงท่านใด				
4.	รู้จักหรือชื่นชอบข่าวบันเทิงรายการอะไร/ช่องใด/เพราะอะไร				
5.	ชื่นชอบในการติดตามข่าวบันเทิงประเภทใด (เนื้อหา)				
6.	หากมีช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE ท่านคิดว่าอย่างไร				

ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดในแง่ของสังคม

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามในแง่ของสังคมสำหรับผู้สูงวัย
เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	ท่านเคยสนใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ในรายการข่าวบันเทิงหรือไม่				
2.	ท่านเคยได้ตอบสนองความเห็นเกี่ยวกับข่าว บันเทิงหรือไม่ ถ้าเคยผ่านช่องทางใด				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบแสดงผลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย IOC หมายถึง ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง -1 ข้อคำถามที่มีความตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรจะปรับปรุงข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

1. ผู้ผลิต

ข้อ	ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ
	ผู้บริหารสถานี					
ส่วนที่ 1	คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้บริหารสถานี					
1.	ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน	1	1	1	1	
2.	ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน	1	1	1	1	
ส่วนที่ 2	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง					
1.	มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร	1	1	1	1	
2.	ท่านคิดว่ามีผู้สูงวัยรับชมรายการข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน	0	0	1	0.33	-ใช้เป็นอย่างไร -ควรแยกคำถามข้อนี้ไปอยู่กลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับชม
3.	การเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร	1	1	1	1	
4.	ท่านคิดว่าผู้สนับสนุนรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใด	0	1	1	0.67	-มีลักษณะอย่างไร
5.	ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	1	1	0	0.67	

ส่วน ที่ 3	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ องค์ประกอบในขั้นตอนการผลิต รายการข่าวบันเทิง					
1.	ในวันถ่ายทำสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด	1	0	1	0.67	-คำถามค่อนข้างกว้าง น่าจะแยกคำถาม ออกมาเป็นรายประเด็น เพื่อให้ได้คำตอบที่ ต้องการ
2.	หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมี วิธีแก้ปัญหาอย่างไร	1	1	0	0.67	
ส่วน ที่ 4	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอน หลังการผลิตรายการข่าวบันเทิง สำหรับผู้สูงวัย					
1.	การติดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้ สูงวัยควรเป็นอย่างไร	1	1	1	1	-คำถามกว้างไป น่าจะ เจาะเป็นประเด็น เช่น การลำดับภาพ การเล่า เรื่อง การใช้ graphic เสียประกอบ etc. ใน conceptual framework มี graphic เป็น independent variable ด้วย หากไม่ ถามเจาะจง อาจจะ ไม่ได้คำตอบที่ต้องการ จาก interviewee
2.	วิธีการติดต่อของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัย มักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสารผ่าน โซเชียลมีเดีย	1	1	1	1	
	บรรณาธิการข่าวบันเทิง					
ส่วน ที่ 1	คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตซึ่งเป็น บรรณาธิการข่าวบันเทิง					
1.	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือ ประสบการณ์ในการทำงาน	1	1	1	1	

2.	ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการ นำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน	1	1	1	1	
ส่วน ที่ 2	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ องค์ประกอบในขั้นตอนการ เตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง					
1.	มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวสาร สำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร	1	1	1	1	
2.	ท่านคิดว่ามีผู้สูงวัยรับชมรายการข่าว บันเทิงมากน้อยแค่ไหน	1	0	1	0.67	-ควรแยกคำถามข้อนี้ไป อยู่กลุ่มคำถามที่ เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ของผู้รับชม
3.	การเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิง สำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร	1	1	1	1	
4.	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่ เหมาะสมกับรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้ สูงวัย	1	1	1	1	
5.	การวางตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุน รายการตำแหน่งใดที่ได้ผลมากที่สุด	1	1	1	1	
6.	วิธีการนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ ทาง สถานีมีรูปแบบใดบ้าง และแบบใด ได้รับความสนใจมากที่สุด	1	1	1	1	
7.	ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการ ข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	1	1	1	1	
ส่วน ที่ 3	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ องค์ประกอบในขั้นตอนการผลิต รายการข่าวบันเทิง					
1.	ในวันถ่ายทำสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมาก ที่สุด	1	0	1	0.67	-คำถามค่อนข้างกว้าง น่าจะแยกคำถาม ออกมาเป็นรายประเด็น เพื่อให้ได้คำตอบที่ ต้องการ
2.	หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมี วิธีแก้ปัญหาอย่างไร	1	1	0	0.67	

ส่วน ที่ 4	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอน หลังการผลิตรายการข่าวบันเทิง สำหรับผู้สูงวัย					
1.	การติดต่อข่าวบันเทิงมีสิ่งใดที่ควร คำนึงถึงเป็นพิเศษสำหรับผู้สูงวัย	1	1	1	1	
2.	วิธีการติดต่อของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัย มักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสารผ่าน โซเชียลมีเดีย	1	1	0	0.67	-อาจจะเพิ่มเติมเรื่อง ช่องทางสื่อสารอื่นๆที่ผู้ สูงวัยเคยใช้ติดต่อกับ ทางรายการ
ฝ่ายองค์ประกอบศิลป์						
ส่วน ที่ 1	คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตซึ่งเป็นฝ่าย องค์ประกอบศิลป์					
	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือ ประสบการณ์ในการทำงาน	1	1	1	1	
	ความคิดเห็นเรื่องการแข่งขันในการ นำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน	1	1	1	1	
ส่วน ที่ 2	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ องค์ประกอบในขั้นตอนการ เตรียมการผลิตรายการข่าวบันเทิง					
1.	มีหลักในการเลือกนำเสนอข่าวบันเทิง สำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอย่างไร	1	1	1	1	
2.	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่ เหมาะสมกับรายการข่าวบันเทิงสำหรับ ผู้สูงวัย	1	1	1	1	
3.	การวางตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุน รายการตำแหน่งใดที่ได้ผลมากที่สุด	1	1	1	1	
4.	ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการทำรายการ ข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย	1	1	1	1	
5.	การเตรียมตัวในส่วนอุปกรณ์ฉาก แสง สี เสียง กราฟฟิก เตรียมตัวอย่างไร	1	1	1	1	-อาจจะเพิ่มข้อความ ว่าแตกต่างจากรายการ


						สำหรับกลุ่มเป้าหมาย อื่นๆ หรือไม่ อย่างไร
ส่วน ที่ 3	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ องค์ประกอบในขั้นตอนการผลิต รายการข่าวบันเทิง					
1.	ในวันถ่ายทำสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมาก ที่สุด	1	0	1	0.67	-คำถามค่อนข้างกว้าง น่าจะแยกคำถาม ออกมาเป็นรายประเด็น เพื่อให้ได้คำตอบที่ ต้องการ
2.	หากเกิดข้อผิดพลาดในวันถ่ายทำควรมี วิธีแก้ปัญหาอย่างไร	1	1	1	1	
ส่วน ที่ 4	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอน หลังการผลิตรายการข่าวบันเทิง สำหรับผู้สูงวัย					
1.	การติดต่อข่าวบันเทิงมีสิ่งใดที่ควร คำนึงถึงเป็นพิเศษสำหรับผู้สูงวัย	1	1	0	0.67	-ควรแยกประเด็น เช่น การลำดับภาพ การเล่า เรื่อง เสียงประกอบ
2.	การออกแบบกราฟฟิกประกอบรายการ ข่าวบันเทิงที่ทำให้น่าสนใจสำหรับผู้สูง วัย	1	1	1	1	

2. ผู้บริโภค

ผ.อ. กรมกิจการผู้สูงอายุ, ศิลปินแห่งชาติ, และชมรมผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อ	ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ
ส่วนที่ 1	คำถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค					
1.	อายุ อาชีพ ระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงาน	1	1	1	1	-ประสบการณ์ในการทำงานมีผลอะไรต่อพฤติกรรมการใช้สื่อหรือไม่? หรือแค่อาชีพก่อนเกษียณ/การศึกษา ก็เพียงพอแล้ว
ส่วนที่ 2	คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ					
1.	ปกติท่านติดตามข่าวสารผ่านช่องทางใด	1	1	1	1	
2.	ท่านใช้ช่องทางการสื่อสารใดในการรับข่าวสารบ่อยที่สุดนอกเหนือจากโทรทัศน์	1	1	1	1	-อาจจะเพิ่มในส่วนของประสบการณ์ในการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น ใช้น่าก็ปีหรือใช้อุปกรณ์ประเภทไหนในการรับชมข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต
3.	ท่านใช้แอปพลิเคชันLINE หรือไม่ / บ่อยแค่ไหน	1	1	1	1	
ส่วนที่ 3	คำถามปลายเปิดในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย					
1.	ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงอายุด้านร่างกายหรือไม่	1	1	0	0.67	-อาจจะให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่าง สื่อที่ดูแล้วชอบหรือไม่ชอบ เพราะอะไร
2.	หากมีรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่ออย่าง LINE อยากให้มีการออกแบบ	1	1	1	1	

	เพื่อง่ายต่อการใช้อย่างไร					
ส่วน ที่ 4	คำถามปลายเปิดในแง่ของการ เปลี่ยนแปลงทางจิตใจ					
1.	ดูรายการต่าง ๆ เพื่ออะไร เพื่อทราบ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข หรือเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต	1	1	1	1	-ชี้แนะ (เพื่อทราบข้อมูล ข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข หรือเพื่อไปปรับใช้กับการ ดำเนินชีวิต) ให้ตอบมาเอง
2.	ท่านมีประสบการณ์ในการรับชมข่าว บันเทิงมากน้อยเพียงใด	1	1	0	0.67	-อย่างไร
3.	รู้จักหรือชื่นชอบข่าวบันเทิงรายการ อะไร/ช่องใด/เพราะอะไร	1	1	1	1	-ข่าวบันเทิงรายการอะไรที่ ท่านชื่นชอบ เพราะอะไร
4.	รู้จัก/ชื่นชอบพิธีกรข่าวบันเทิงท่านใด	1	1	0	0.67	-ชอบเพราะอะไร
5.	ท่านคิดอย่างไรกับข่าวบันเทิงใน ปัจจุบัน	1	1	1	1	
6.	ชื่นชอบในการติดตามข่าวบันเทิง ประเภทใด (เนื้อหา)	0	1	1	0.67	-ซ้ำกับข้อ 3
7.	หากมีช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE ท่าน คิดว่าอย่างไร	1	1	1	1	
ส่วน ที่ 5	คำถามปลายเปิดในแง่ของสังคม					
1.	ท่านเคยสนใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ นำเสนอในรายการข่าวบันเทิงหรือไม่	1	1	1	1	-ซื้อด้วยหรือไม่ -อาจจะเพิ่มเติมเรื่อง 1. หากสนใจแล้วหาข้อมูล เพิ่มเติมอย่างไร 2. เคยซื้อสินค้านั้นหรือไม่ 3. หากไม่สนใจ เพราะอะไร
2.	หากสามารถได้ตอบสนองความเห็น เกี่ยวกับข่าวบันเทิงได้ท่านคิดว่า อย่างไร	1	0	1	0.67	-คำถามค่อนข้างกว้าง อาจจะต้องระบุให้ชัดเจน เช่น หากท่านสามารถ ได้ตอบ/แสดงความคิดเห็น กับผู้ดำเนินการ/เพื่อน ๆ/ ครอบครัว หรือได้ตอบ/ แสดงความคิดเห็น กับใคร



ภาคผนวก ข.
หนังสือเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย การ
พัฒนาช่องข่าวบ้านเทิงผ่าน LINE Official Account สำหรับผู้สูงวัย

ที่ อว 8718/732



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

26 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอบขออนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการธุรกิจและบริการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เนื่องด้วย นางสาวลิลลี่ แม็คกร๊าก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การพัฒนาช่องทางขายบนเท็งผ่าน Line Official Account สำหรับผู้สูงอายุ” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรวิ้น แพทยานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ เกษัชกรหญิง ดร.อินทัย งามวิชัยกิจ เป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ นิสิตได้ติดต่อประสานงานเบื้องต้นกับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอบขออนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวลิลลี่ แม็คกร๊าก และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 085 356 1926



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน งานบริหารและธุรการ บัณฑิตวิทยาลัย โทร. 15644

ที่ อว 8718.1/735

วันที่ 26 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

เนื่องด้วย นางสาวลิลลี่ แม็คกร๊าธ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน Line Official Account สำหรับผู้สูงวัย” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรวิ้น แพทยานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท


ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิรพี เศรษฐรักษ์ ต้นเจริญวงศ์ และ อาจารย์ ดร.ยุคลวัชร รักดีจักริวัฒน์ เป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ กับบุคลากรของท่านแล้ว และจะประสานงานในรายละเอียดดังกล่าวต่อไป และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่โทร. 085 356 1926

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวลิลลี่ แม็คกร๊าธ และ ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ศาสตราจารย์ ดร. ปรวิ้น แพทยานนท์

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ภาคผนวก ค.
บทสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัย การพัฒนาช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE Official Account
สำหรับผู้สูงวัย

ข้อมูลชมรมผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อ	คำถาม	จำนวน	ร้อยละ
1.	อายุ		
	60 – 64 ปี	4 คน	21.05
	65 – 69 ปี	5 คน	26.32
	70 – 74 ปี	5 คน	26.32
	75 – 79 ปี	1 คน	5.26
	80 – 84 ปี	3 คน	15.79
	85 – 90 ปี	1 คน	5.26
2.	อาชีพ		
	เกษียณการทำงาน	2 คน	10.53
	ข้าราชการบำนาญ	1 คน	5.26
	ข้าราชการเกษียณ	15 คน	78.95
	แม่บ้าน	1 คน	5.26

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
1.	ใช้ช่องทางการสื่อสารใดในการรับข่าวสารบ่อยที่สุดนอกเหนือจากโทรทัศน์	-Line -วิทยุ และวิทยุในรถยนต์ -Facebook -หนังสือพิมพ์ -โทรศัพท์เคลื่อนที่ -คู่มืออย่างเดียว -ทุกแพลตฟอร์มที่มี -Twitter
2.	ใช้แอปพลิเคชัน LINE บ่อยแค่ไหน	-ใช้ทุกวัน (ตอบมากที่สุด 11 คน) -วันละ 6 – 7 ชั่วโมง ต่อวัน -วันละ 3 ชั่วโมงต่อวัน -วันละ 1 ชั่วโมง -ใช้เกือบทุกวัน

3.	ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัยหรือไม่ เช่น ตัวเล็กไป มองไม่ชัด สีจัดจ้านเกินไป เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> -ตัวเล็กไป และ แสงจ้าไป -ความสะดวกในการสืบค้นข้อมูล -คำศัพท์ที่ทันสมัยมากเกินไป / ใช้อุปกรณ์สื่อสารไม่เก่ง -ไม่มีข้อจำกัด สำหรับทีวี / อุปกรณ์สามารถปรับแต่งได้
4.	หากมีรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่ออย่าง LINE อยากให้มีการออกแบบเพื่อง่ายต่อการใช้อย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> -มองเห็นได้ง่าย สี แสง ใช้อักษรตัวโต เสียงเหมาะสมกับวัย โดยเฉพาะ Timeline หรือด้านบนของหน้า Line ให้สะดวกในการเข้าถึงมากที่สุด -มีเนื้อหาไม่ยาวจนเกินไป ภาพชัดเจน แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหามากกว่าการออกแบบ เนื้อหาควร สรุปล้น ๆ เช่น ภาพยนตร์/musical/การแสดงที่น่าสนใจ การติดตามในขั้นตอนต่อ ๆ ไป สามารถติดตามได้ที่ไหน เน้นการสร้างความสะดวกที่ง่าย ๆ -ควรมีรูปภาพประกอบ ใช้รูปและสีสด ช่วยให้น่าอ่าน -มีปุ่มกดลิงค์ปรากฏชัดเจน มีปุ่มให้บันทึกและส่งต่อได้อย่างสะดวก สามารถเปิดดูได้ทันที ไม่ซับซ้อน -มีคำอธิบายขั้นตอนการใช้งาน -ดูละเอียดอ่อนหลัง
5.	หากติดตามข่าวสารชอบดูรายการต่าง ๆ เพื่ออะไร เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข หรือเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต	<ul style="list-style-type: none"> -เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสุข และเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตแต่ความสุขนั้นต้องมีรสนิยมด้วย

		<p>-เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร</p> <p>-เพื่อความสนุกเกี่ยวกับเกมโชว์ที่ให้</p> <p>สาระ ความรู้ ข่าวสาร ข้อมูลสุขภาพ</p> <p>-สร้างความสุข สร้างความบันเทิง</p> <p>สถานที่ท่องเที่ยว รูปภาพ เพลงอมตะ</p> <p>-ติดตามข่าวสาร เพื่อได้แง่คิดไปใช้ใน</p> <p>ชีวิต เพื่อสุขภาพ เพื่อค้นหาสิ่งที่ยาก</p> <p>รู้</p> <p>บันเทิง ข้อมูล เพื่อประโยชน์</p> <p>-ต้องการทุกหัวข้อและเพื่อ Update</p> <p>ตัวเอง</p> <p>-รายการสารคดีความรู้</p>
6.	มีประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิง มากน้อยเพียงใด	<p>-มีทั้ง มาก ปานกลาง น้อย แตกต่าง</p> <p>กันในแต่ละบุคคลออกไป</p> <p>-ดูข่าวบันเทิงทางทีวีบางช่อง ถ้ารู้</p> <p>สาระหรือมีการแสดงรุนแรง จะไม่ดู</p> <p>-ดูบ้าง กับลูกๆ</p> <p>-ตั้งแต่มีทีวี คือ ราว 60 ปี</p> <p>-ติดตามมานาน หลายปี แต่ไม่ได้ดู</p> <p>ทุกวัน</p> <p>-ไม่มีเลยค่ะ อ่านจากไลน์ ของกลุ่ม</p> <p>เท่านั้น</p> <p>-ไม่ค่อยใช้เพราะเปลืองพลังงาน</p>
7.	รู้จักหรือชื่นชอบข่าวบันเทิง รายการ อะไร/ช่องใด/เพราะอะไร	<p>-เพลงเอก และ golden song</p> <p>-ไทย พีบีเอส</p> <p>-สี่ส้นบันเทิง ช่อง 33 ช่องอื่นไม่ค่อย</p> <p>ได้ดู</p> <p>-เปิดทีวีช่องใด. มีเรื่องน่าสนใจ จึงจะ</p> <p>ดู. ไม่ชื่นชอบรายการอะไรเป็นพิเศษ</p>

		<p>ทุกรายการ ทุกช่อง เพราะไม่ทำให้เครียด</p> <p>-ช่อง 3 / ช่อง 31 ก็ชอบ พิธีกรชายที่จัดรายการ4ต่อ4นะคะ รายการนี้ดีค่ะ ทำทนายผู้ชมด้วย รายการเพลงโบราณ เย็นวันเสาร์</p> <p>-รายการเพลงต่างๆ เกมโชว์</p> <p>-ดูช่อง31, 33 ไม่เลือก รายการ เปิดใจก็ดู เหตุผลคือ มีรายการดีๆให้ดู</p> <p>-ช่อง 23 เพราะหลากหลาย และมีสาระ</p> <p>-ครัวคุณต๋อย ช่อง 33 ได้ความรู้เรื่องการทำอาหาร</p>
8.	รู้จัก/ชื่นชอบพิธีกรชาวบ้านเทิงท่านใด	<p>-เกลือ (ไม่ทราบชื่อจริง)</p> <p>-เพชรรี พรหมช่วย</p> <p>-ชอบทุกคน เพราะเขาสื่อสารได้ดี</p> <p>-นางมหาเทวี</p> <p>-ปัญญา บันสุข</p> <p>-ลิลลี่</p> <p>-คุณต๋อย</p> <p>-เกลือ, ปัญญา, กั้น</p> <p>-ชอบทีมคุณกนก</p>
9.	ท่านคิดอย่างไรกับชาวบ้านเทิงในปัจจุบัน	<p>-ไม่น่าสนใจ</p> <p>-มีข่าวส่วนตัวมากเกินไป</p> <p>-อะอะโวยวาย ผู้อ่านข่าวบางคนโอเวอร์เกินไป</p> <p>-ไม่ค่อยสนใจมากนัก ถ้าเกี่ยวกับดารานักแสดง</p> <p>-เป็นข้อมูล ปกติในชีวิตคนบันเทิง</p>

		<p>ส่วนหนึ่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีสาระ และ ไม่ค่อยน่าเชื่อถือ -โฆษณาเรื่องที่ on air / ขายของเป็นหลัก ยาวด้วยคะ -บางช่องมุ่งชุดชั้นในออกทีวี ไม่เหมาะสม -ชอบ แต่ต้องสุภาพควบคู่ไป -มีรายละเอียดมากเกินไป เป็นเรื่องส่วนตัว เสนอซ้ำๆ -พอแก้เบื่อได้ -พวกเขาก็ดำเนินชีวิตปกติ แต่เราอยากรู้กันไปเอง -เป็นการวิจารณ์โดยใช้อารมณ์ <p>ส่วนตัวเข้าไปมากเกินไป</p> <ul style="list-style-type: none"> -บางรายการไร้สาระ ไม่ค่อยสร้างสรรค์เท่าที่ควร
10.	<p>ชื่นชอบในการติดตามข่าวบันเทิงประเภทใด (เนื้อหา)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -ข่าวละคร ข่าวดี ๆ ของนักแสดง -ไม่ได้ติดตาม เพราะเปิดทีวีไว้ ดูไปเรื่อย ๆ เมื่อมีเวลาว่าง -การดำเนินชีวิตของคนบันเทิง -เนื้อหาที่สร้างสรรค์ -สำหรับสูงวัย ชอบอะไรแบบยุค 60s 70s -เมื่อยหลงหิ้งไร้เหตุผล รั้นย่า -เฟลิดเฟลีน มีประโยชน์ มีสาระ ช่วยสังคม -รายการเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ -ความสำเร็จ ความก้าวหน้าของดารา -ข่าวดารา การจัดงานบันเทิง

		<ul style="list-style-type: none"> -รายการประกวดเพลง และละคร -ประเภทที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม -การเมือง สารคดี สังคม
11.	การมีช่องข่าวบันเทิงผ่าน LINE ท่านคิดว่าอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> -น่าจะดี / ดี / ดีมาก / สะดวกดี / น่าสนใจ / เข้าถึงง่าย -ดี เพิ่มช่องทางรับข่าว เป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกแก่ผู้บริโภค -เพียงแค่นี้ข่าวส่วนตัวของนักแสดงมากอีกช่อง -ควรเพิ่มสาระหรือสร้างสรรค์ -ดี แต่จะควบคุมการแต่งกายและข่าวสารที่ถูกต้องไม่ทำร้ายจิตใจคนอื่น -ก็ดี แต่ควรเผยแพร่เฉพาะเรื่องดี ๆ คนเขามจะได้นำไปปฏิบัติ -สามารถดูได้ตลอดเวลา -ไม่จำเป็นไม่สนใจ จะใช้ไลน์เมื่อจำเป็น (ส่วนน้อย) -สำหรับสูงวัย อาจไม่ติดตลาดกระมังคะ -ดูทางทีวีจะดีกว่า
12.	เคยสนใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอในรายการบันเทิงหรือไม่	<ul style="list-style-type: none"> -เคย เพราะ สินค้าสุขภาพ ของใช้ -ไม่เคย เพราะมีขายแต่ยาบำรุงแพงๆ / จะเปลี่ยนรายการทันที -ไม่แน่ใจ เพราะส่วนใหญ่เป็นสินค้าเฉพาะ -บางสินค้า -น้อยมาก
13.	หากสามารถได้ตอบแสดง	<ul style="list-style-type: none"> -น่าจะดี / น่าสนใจ

	<p>ความเห็นเกี่ยวกับข่าวบันเทิงท่านคิดว่าอย่างไร</p>	<p>-ยินดีที่จะแสดงความคิดเห็น แต่เคยเสนอความเห็นไป ทาง ช่อง One ได้รับคำตอบกลับมาว่าก็อย่าดูซิ เลยหมดศรัทธา</p> <p>-ขอให้พิธีกร หรือผู้อ่านข่าว ออกเสียงอักขระให้ชัดเจน คำควบกล้ำ การออกเสียง ร ล และออกเสียง ว ทำยาก</p> <p>-ไม่สนใจ / ไม่จำเป็น / ไม่ต้องการ / คงไม่สะดวก / คงไม่มีผลอะไร</p> <p>-ดี ได้ทราบข่าวที่กว้างขึ้น</p> <p>-ข่าวสนุกก็เห็นด้วย</p> <p>-เสนอข่าวที่มีสาระ น่าสนใจต่อการเรียนรู้</p>
--	--	---

แดง สุรางค์ เปรมปรีดิ์

ประสบการณ์ทำงานในแวดวงบันเทิงกว่า 30 ปี

ใช้ช่องทางสื่อสารใดในการรับข่าวสารบ่อยที่สุดนอกเหนือจากโทรทัศน์

ดูทีวี ดูยูทูบ แต่คนอายุเท่านี้ยังคงดูทีวี

ใช้แอปพลิเคชัน LINE บ่อยแค่ไหน

ใช้ไลน์เป็นหลัก เป็นคนทำงานเลยต้องติดต่อผู้คน

ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัยหรือไม่

ปรับให้ตัวใหญ่ขึ้นได้

หากมีรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่ออย่าง LINE อยากให้มีการออกแบบเพื่อง่ายต่อการใช้อย่างไร

สีสันทัดคนอยากดูไม่ต้องคนแก่หรืออก ให้มีสีสันทัดอย่าใช้สีจาง ใช้เข้มให้มองเห็นตัวหนังสือหน่อย ตัวหนา

หากติดตามข่าวสารชอบดูรายการต่าง ๆ เพื่ออะไร เพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้าง
ความสุข หรือเพื่อไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิต

การดูข่าวบันเทิง ดูแค่ไม่ให้ตกข่าว

มีประสบการณ์ในการรับชมข่าวบันเทิงมากน้อยเพียงใด

ข่าวบันเทิง ตีว่าเป็นข่าวไร้สาระ เต็มทั้ง เลิกกัน รู้แล้วไม่ได้อะไรกับชีวิต ข่าวที่เราต้อง
สนใจคืออะไรที่เราดูแล้วทันข่าวสารเฉย ๆ

ในแง่ของการเป็นผู้ผลิตด้วยท่านคิดว่าการผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัยควรคำนึงถึงอะไร

ผลิตรายการให้เค้าได้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตอยู่ เพราะเค้าร่างกายจะเสื่อมถอย ทั้ง
จิตใจ ทำรายการให้เค้าอยู่ในสังคมได้ เพราะอารมณ์เค้าจะเปลี่ยนไป ความรู้สึกเหมือนถูกทอดทิ้ง
มันเสื่อมถอย คุณต้องทำรายการที่ให้กำลังใจเค้าและแนะนำเค้าว่าอาหารการกิน การออกกำลังกาย
กาย ดูแลตัวเองยังไง จิตใจเป็นยังไง ให้เค้าผ่อนคลายเพื่อไม่ให้มีปัญหาเกี่ยวกับลูกหลาน เอาจริง ๆ
ต้องทำงานให้เค้ามีโอกาสที่จะได้ทำอะไร ถ้าแนะนำไม่ควรเลิกทำงานแต่อาจทำน้อยลง มีสโลว์
ไลฟ์ ไปเที่ยวบ้าง อยากทำอะไรก็ทำที่ตัวเองอยากทำ อาจจะมีตัวอย่างของที่อายุมากแล้วยัง
สุขภาพดี เค้าดูแลตัวเองยังไงเป็นโมเดล ต้องดูด้วยทำให้คนแก่แบบไหน คนแก่ที่ทำงานหนัก
ฐานะปานกลาง ฐานะดี สอนวิธีให้เค้าไม่เครียดไม่กังวลว่าจะตายเมื่อไหร่ ไม่จำเป็นต้องเข้า อาจ
เอาหลักธรรมในพุทธศาสนามาดลยกังวล ดารา อย่าง กัน นภัทร เค้าก็มีแฟนคลับ ก็เอาคนที่เค้า
ชอบมาทำอะไรให้เค้า ไม่ใช่ข่าวเค้าอย่างเดียว เช่นเอาคลิปกัน นภัทร มาพูดแบบสดใสๆ ให้กับผู้สูง
วัย เช่น ออกกำลังกายนะครับ อย่าไปคิดว่าตัวเองอายุมาก เอาดารามาให้กำลังใจ ทักทาย เช่น
สวัสดี ตอนนี้มีผลงานใหม่ ผাগด้วยนะครับ แบบน่ารัก ๆ เป็น โฟลิวีฟ แฟน ๆ ก็เขียนจดหมาย
แอดไลน์ทักทาย คุยกันได้ในทุก ๆ วัน เค้าก็จะรู้สึกที่เค้ามีความผูกพันกับรายการ เรียกเค้าพี่ ๆ ก็
ได้

ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการออกอากาศรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยนอนไม่หลับนะ นอนไม่เป็นเวลา ตื่นสาย นอนดึก บางคนนอนตี 4 ตื่นเที่ยง เค้า
สโลว์ไลฟ์แล้ว กลางคืน หรือเย็น ๆ บ่าย ๆ แต่พี่ไม่มีชีวิตเหมือนคนอื่น ให้เค้ามีปฏิสัมพันธ์กับคนที่
เค้าชื่นชอบ

ในวันถ่ายทำรายการสำหรับผู้สูงวัยมีสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด

ความพร้อมทุกอย่าง สถานที่ ที่ทีมงาน เราไม่อยากที่จะเสียเวลาใคร โดยเฉพาะพิธีกร เรา
ต้องรักษาอารมณ์คนมาร่วมรายการไม่ใช่หุุดหิด จะไม่มีใจอยากทำ เตรียมสคริป สภาพแวดล้อม
ต้องอำนวยความสะดวก

วิธีการโต้ตอบของผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยหลังจากรับชมรายการมักจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสาร

ถ้าพี่ไม่ทำ เพราะคนรู้จักมาก แต่คนสูงวัยที่รู้จักก็เห็นเค้าทำ แต่เป็นเรื่องการเมืองนะ หรือ เหตุการณ์สำคัญ คนสูงวัย เค้าไม่กลัวอะไรแล้ว เค้าก็คอมเมนต์ถ้าเค้าทำเป็น ทุกวันนี้มันมีคลาสสอนผู้สูงวัยใช้โซเชียล ถ้ารัฐบาลมีตั้งช่วยคนมีอายุในการตั้งศูนย์ช่วยเหลือเรื่องเทคโนโลยีพวกนี้จะได้เนะ มันจะอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงวัยได้

การติดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

ติดต่อรายการให้ผู้สูงวัยก็ติดต่อธรรมดา ไม่ต้องสูงวัย ทุกคนมีเบื่อบมีขอบเหมือนกัน

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 23 มีนาคม 2564)

กิติพร จุติมานนท์

ผู้ผลิตที่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งบรรณาธิการข่าวบันเทิงและอยู่แวดวงข่าวบันเทิง 21 ปี

ท่านคิดอย่างไรกับการแข่งขันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

ถ้าผู้สูงอายุมองว่าข่าวบันเทิงไร้สาระ บางทีเค้าไม่ผิด มันแล้วแต่คน เพราะในปัจจุบันข่าวบันเทิงมีการแข่งขันค่อนข้างสูงทั้งในสื่อโทรทัศน์และออนไลน์ คือเน้นว่าสื่อใดมีความรวดเร็วกว่าก็จะมียอดแชร์หรือยอดคนดูเยอะกว่า โดยที่ยังขาดการพิจารณาถึงที่มาและความสมควรในการนำเสนอข่าวนั้น ๆ แข่งขันสูง ด้วยคนอยากรู้ อยากเห็น การนำเสนอจึงลึกซึ้งมากขึ้น การแข่งขันสูงไม่ได้แข่งขันสูงแล้วผิดจริยธรรม การแข่งขันสูงคือการรวดเร็วในการนำเสนอทำให้มันผิดจริยธรรม เพราะเวลาเร็วมากขึ้นในการที่จะส่งข่าวออกมันทำให้เวลาตรวจสอบกลับกรองในการที่จะพิจารณามองมุมข่าวที่รอบด้านลดลง เลยทำให้เรียกว่าการแข่งขันสูงขึ้น แต่เชื่อว่านักข่าวทุกคนไม่ได้ต้องการแข่งขันแล้วผิดจริยธรรมหรอก ที่นี้คำว่าผิดจริยธรรมคือเส้นบาง ๆ ระวังอะไรที่ผิดและไม่ผิด บางครั้งเรื่องบางเรื่องเรียกว่า 90 % ของสิ่งที่หลายคนเรียกว่าผิดจริยธรรม มันคือสีเทา บางคนมองว่าปกติ บางคนมองว่าผิดจริยธรรม มันอยู่ที่มาตรฐานแต่ละคนไม่เท่ากัน น้อยมากที่จะผิดจั่ง ๆ หรือผิดเต็ม ๆ อันนี้น้อยกับผู้สูงอายุ ต้องนำเสนอคนที่เค้ารู้จัก ถ้านำเสนอวัยรุ่น หรือเน็ตไอดอลก็อาจจะไม่รู้จัก อันนี้ที่หนึ่งคือต้องเลือกความเคลื่อนไหวของข่าวบันเทิงดาราที่เค้ารู้จัก

การนำเสนอข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

อันที่สองมุมการนำเสนอต้องสร้างสรรค์หน่อย คงไม่ได้เป็นเรื่องแบบได้สาระหรือเป็นเรื่องตบตีกันมาก เพราะคนที่อายุเยอะ ๆ ก็จะมีดวงตาในข่าวบันเทิงว่าเป็นแง่ของการติดตามคนที่เค้ารัก คนที่เค้าชอบ เห็นพัฒนาของการทำงาน Movement อะไรแบบนี้ คงไม่ได้ต้อง Gossip อะไรมาก แต่ถามว่าคนกลุ่มนี้เค้าสนใจมั๊ย เค้าก็สนใจเหมือนทุกกลุ่มแหละ การนำเสนอมันต้องมีชั้นเชิง เพราะคนกลุ่มนี้เค้าโตแล้ว มีวุฒิภาวะสูง มีการศึกษามากขึ้น เพราะฉะนั้นคงเป็นอะไรที่ต้องดูดี ๆ ในการนำเสนอ แต่ถามว่าต่างกันมั๊ยคงไม่ได้ต่างกันมากทุกกลุ่มก็มีรสนิยมในการเสพข่าวบันเทิงคล้าย ๆ กัน เพียงแต่ว่ากลุ่มนี้อาจจะต้องเลือกที่เค้ารู้จัก พุดง่าย ๆ ว่าถ้าเล่าเรื่องที่เค้าไม่อยากรู้เค้าก็คงไม่อยากรู้ แต่ว่าอยากรู้มูมไหนดแล้วก็สามารถถึงสิ่งที่มันเกิดขึ้นจากดาราคณนูน คนนี้เข้าสู่ชีวิตประจำวันของเค้าได้หรือเปล่า

ต้องเป็นดาราที่วัยใกล้เคียงกับผู้สูงวัยหรือไม่

ไม่ เพราะคนกลุ่มนี้เค้าก็กลัวตลกขาว กลัวไม่รู้เรื่องนู่นนี่ ถ้าจะนำเสนอดารารุ่นใหม่ ๆ นำเสนอได้ แต่นำเสนออย่างไรที่จะทำให้เค้าสนใจต่างหาก วิธีการนำเสนอก็สำคัญ เรื่องก็สำคัญ ตัวบุคคลในการนำเสนอก็สำคัญ วิธีการเล่าข่าวบันเทิงในที่วิมันไม่ใช่แค่มีภาพ มีเสียงแล้วจบ มันมีชั้นเชิงมีกลยุทธ์ในการนำเสนอด้วย

คนสูงวัยจำเป็นจะต้องเสพข่าวสารแ่งบวกจริงมั๊ย

ไม่จริง อยากรู้ทุกเรื่องแหละ มนุษย์ก็อยากรู้เรื่องคนอื่น อยากรู้เรื่องที่ยมันทันเหตุการณ์ อยากรู้เรื่องคนที่ตัวเองรู้จักหรือคนที่ตัวเองชอบเป็นเรื่องปกติ คือวัยไหนไม่สำคัญ แต่อยู่ที่วิธีการนำเสนอมากกว่า ว่าเราจะนำเสนออย่างไรให้เค้ารู้ ภาษาที่ใช้พิธีกรก็ต้องสื่อสารภาษาที่เข้าใจง่าย หรืออาจจะต้องพูดซ้ำหน่อย ชัดเจน วิธีการนำเสนอมันก็ต้องเข้ากับ Target ด้วย

พิธีกรต้องเลือกให้ตรงกับผู้สูงวัยอย่างไร

ก็ต้องเลือกคนที่พูดจาจะฉานเข้าใจง่าย เล่าเรื่องรู้เรื่อง และก็ต้องมีความเป็นมิตร หน้าตา น่าเสียดูเป็นมิตร แล้วก็รู้ว่า คนกลุ่ม 35+ ผ่านประสบการณ์มีวุฒิภาวะพอสมควรเพราะฉะนั้นเค้าจะเสียเวลาชีวิตมาเลือกเสพอะไร เค้าก็ต้องต้องรู้ว่าฉันหยุดดูตรงนี้ก็คงให้ประโยชน์กับฉันได้ ให้ความบันเทิงกับฉันอย่างเต็มที่

ผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยในการดูข่าวบันเทิง

ก็สุขภาพ ความสวย ทุกคนอยากสวย อยากรูสุขภาพดี กินบำรุง วิตามิน อาหารเสริม

ตราสัญลักษณ์ควรวางตำแหน่งใดในรายการ

กราฟฟิคมุมจอเห็นง่ายสุด เพราะบางทีอยู่ในฉากหรือจอหลังผู้ประกาศก็บัง กล้องก็ Movement แต่ถ้าเป็นมุมจอเห็นชัดอยู่แล้ว สีสันสวยงาม โดดเด่น แต่ถ้ามีมายืนเล่าประสบการณ์

และพีเรนเตอร์คนนั้นผู้ชมสนใจ และรู้จัก เค้ากอาจจะคล้อยตามและสนใจใช้สินค้า แต่เราก็ต้องเลือกสินค้าที่มันผ่านมาตรฐานทุกอย่างถูกต้องมาหมดแล้ว

ช่วงเวลาที่มีรายการข่าวบันเทิงที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัย

เป็นช่วง 10 โมงเช้า ถึงสัก 5 โมงเย็น เป็นช่วงที่แม่บ้านอยู่บ้านที่คนสูงวัยอยู่บ้าน หมดภาระต่าง ๆ ในงานบ้าน หรือเลี้ยงลูก เลี้ยงหลาน พอคนในครอบครัวกลับมาจากทำงานก็ต้องเป็นช่วงเวลาคอบครัว

วันที่ถ่ายทำข่าวบันเทิงเพื่อผู้สูงวัยมีอะไรที่ต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษ

หลายคนมองว่าทำรายการเพื่อผู้สูงวัยต้องทำเรื่องคนแก่ ต้องสุขภาพแต่จริง ๆ แล้วพื้มองว่าเราไม่จำเป็นต้องโฟกัสเรื่องอายุ ต้องโฟกัสรสนิยม สูงวัยก็คือสูงวัยแต่รสนิยมของคนสูงวัยมีเยอะ บางคนชอบเที่ยว บางคนรักสุขภาพ บางคนรักสิ่งแวดล้อม บางคนเน้นเรื่องธรรมะ เพราะฉะนั้นพื้มองว่าจะสูงวัยไม่สูงวัย ไม่สำคัญ คนสูงวัยคือคนคนหนึ่งที่เคยอายุเยอะเฉย ๆ แต่การรับรู้หรือรสนิยมมันหลากหลาย ถ้าเราสามารถจำแนกรายการให้ตรงกับรสนิยมได้ เราจะโฟกัสรายการได้ เพราะโฟกัสอายุ ไม่ได้มีประโยชน์เท่ากับ โฟกัสรสนิยม สมมติทำรายการอาหารทุกคนกินอาหาร แต่ทำรายการอาหารคลีน จะมีบางกลุ่มที่กินคลีน ไม่อย่างนั้นถ้าเราทำรายการบันเทิงที่โฟกัสอายุมากไป เราจะหลงประเด็น ไปสุขภาพ ไปเรื่องคนสูงวัยเกินไป บางทีเค้าอาจจะเบื่อเพราะฉันก็ไม่ได้อยากแก่ เป็นต้น

นอกเหนือจาก TV คนสูงวัยมักจะติดตามข่าวบันเทิงผ่านช่องทางใดมากที่สุด

TV ยังเป็นอันดับ 1 จากนั้นน่าจะเฟสบุ๊ก นอกนั้นก็ไม่ได้เยอะมาก เพราะทีวีมันเต็มจอ การรับชมก็จะเพลิน คนดูดาราสวยหล่อ ดูการแต่งตัวมันมากกว่าแค่ดูข่าวปกติ

ผู้สูงวัยมีการโต้ตอบสื่อสารเรื่องข่าวบันเทิงหรือไม่

พื้ว่ามีแสดงความเห็นบ้าง แต่ไม่ได้เยอะเท่าคนกลุ่มอื่น

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 11 มีนาคม 2564)

ศุทธาวดี เนติมานนท์

โปรดิวเซอร์ ผู้ดูแลพรอมทั้งหมดในรายการข่าวบันเทิงที่ออกอากาศทางช่อง one31

ท่านคิดอย่างไรกับการแข่งขันในการนำเสนอข่าวสารบันเทิงในปัจจุบัน

การนำเสนอข่าวต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการนั้น ๆ ให้คนจดจำเพราะทุกช่องเร็วหมด แต่ที่เร็วกว่าทีวีคือออนไลน์ ฉะนั้นแต่ละรายการต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองหรือมีอะไรที่รู้สึกว่ายาวเหยียด ต้องดูรายการนี้ เช่น 1, **พิธีกร** คนนำเสนอ น่าจะมีผลมาก 2 ข้อมูลที่พิธีกรพูด คือเค้าอาจ

อยู่ในหรือมีชื่อเสียง คนดูรู้สึกว่าคุณพูดต้องเอ็กคลูซีฟแน่เลย หรือ การนำเสนอแบบจิกกัดคยสนุก อย่างคนดูมดดำ เพราะวงในและการพูดดูจริงจังทั้งที่เราก็ไม่รู้ว่าจริงหรือไม่

หลักการนำเสนอข่าวให้ตรงผู้สุงวัยควรทำอย่างไร

ส่วนมากคน 60 จะพูดถึงเรื่องละคร เรื่องพระเอกที่เราชอบ เลยดู

ข่าวไปในมุมเรื่องราวดี ๆ ไม่ฉาวโฉ่มาก ไม่ได้ยากรู้ลึกมาก เช่น ดาราทำดี ไม่ใช่ชู้สาว หรือเฝ้ามอยแรง ๆ อาจชอบดูข่าวบันเทิงที่มีการวิเคราะห์ไม่ใช่กอสสลิปหนัก ๆ เช่น ข่าวอุทกาหรณ์ หรือคาแรคเตอร์พิธีกรที่ดูน่ารัก อ้อล้อ สนุกเป็นกันเอง น่าเอ็นดู เป็นมิตร

การเขียนบทพูดพิธีกรสำหรับผู้สุงวัยควรเป็นอย่างไร

การเขียนบทพูดของพิธีกรจะช่วยส่งเสริมรูปแบบรายการและบุคลิกภาพของพิธีกรให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางของเรื่องราว และเรียงลำดับเหตุการณ์ที่จะเล่าได้อย่างชัดเจน ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม 5 อย่างนี้ต้องมีให้ครบ เขียนให้คนอ่านเข้าใจง่าย ต้องคิดเสมอว่าเรื่องที่เรานำเสนอนั้นคนดูไม่เคยรู้มาก่อน (เพราะบางครั้งคนเขียนข่าว อาจเขียนแบบที่ตัวเองเข้าใจ รู้คนเดียว แนวรู้เบื้องหลังมาเยอะ) หรือบางครั้งเป็นเรื่องราวข่าวที่มีความต่อเนื่องอัปเดตเพิ่มเติม หรือมหากาพย์ต่าง ๆ เราก็จำเป็นที่จะต้องย่อความ ย่อเรื่องโดยย่อ ทุกครั้ง เพราะต้องนึกไว้เสมอว่าไม่ใช่ทุกคนที่จะตามข่าว หรือตามเรื่องนั้น ๆ ตลอดเวลาต้องเขียนความจริง ห้ามใส่ความเห็นส่วนตัว หรือ ห้ามคาดการณื คาดเดา หรือสรุปเรื่องนั้น ๆ เองเด็ดขาด ชื่อแหล่งข่าว หรือ ชื่อเฉพาะ ต้องใส่ให้ถูกต้อง ในกรณีเขียนเรื่องที่มีการพาดพิงถึง ต้องใส่ที่มาให้ถูกว่ามาจากที่ใด เช่น นาย ก. ได้โพสต์ดำนาง ข. เพื่อป้องกันการโดนฟ้อง ส่วนการคิดประโยคหน้าเนื้อหาหรือใส่บาร์ข้างล่างเราต้องคิดคำพูดออกมาให้กระชับเข้าใจง่ายในประโยคสั้น ๆ ทั้งเอาไว้แปะหน้าเนื้อหาข่าวในภาพประกอบกรเล้า หรืออยู่ในบาร์ด้านล่างก็แล้วแต่ เผื่อบางคนเพิ่งเปิดมาจะได้รู้ว่ากำลังพูดถึงเรื่องอะไร ต้องระวังด้วยความที่มันต้องสั้นถ้าคำพูดไม่เคลียร์อาจสับสนหรือสื่อสารผิดไปเลย

ช่วงเวลาควรออกอากาศของรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สุงวัย

สาย ๆ ถึงเย็น ๆ

ในการถ่ายทำรายการสำหรับผู้สุงวัยควรกำหนดวัตถุประสงค์อย่างไร

การกำหนดวัตถุประสงค์และอุปกรณ์ในการผลิตรายการเป็นอีก 1 เรื่องที่สำคัญ ต้องรู้ว่าจะใช้อะไรบ้าง เพื่อจะได้จัดเตรียมได้ทันก่อนจะถึงวันที่ถ่ายทำ ไม่ว่าจะเป็น กล้องวีดีโอ ขาดังกล้อง ไมค์ ไมค์แบบไหน ก็ตัว ไฟเยอะมัยย ตัดต่อ ฉาก เทปวีดีโอ ถ่ายที่ไหน ต้องใช้อุปกรณ์เพิ่มมัยย กระดานเอาไว้เขียนหัวข้อบอกพิธีกร

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในวันผลิตรายการ

วันถ่ายทำตรวจเช็คอีกรอบ ก่อนเริ่มรายการ 1 ข้อมูลที่เป็นสคริปต์ต้องเสดและถูกต้อง. 2 ภาพอินเสิร์จต่าง ๆ ที่จะต้องออกอากาศจะต้องครบที่จะสามารถออกอากาศได้ 3 ความพร้อมไมค์ กล้อง และอะไรที่ต้องใช้เทคนิคพิเศษ 4 ต้องมีแผนสำรอง เช่น โฟนอินไม่ติด วีดีโอคอลไม่ได้ ต้องมีสคริปต์ข่าวมาสำรอง ไมค์มีเฟือมัย

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในวันหลังการผลิตรายการ

ติดต่อถ้าต้องการให้ความรู้หรือคอนข้างจริงจัง ต้องตัดกระชับ นำฟังและไม่น่าเบื่อ ต้องไม่นานเกินไป ตัดสลับกัน เพราะจะไม่ใส่ชาวด์เยอะเดี๋ยวดูไม่จริงจัง ไม่ควรเกิน 3 นาที แต่ถ้าอยู่ในความสนใจของคนहु่มมาก อนุโลมความยาวได้บ้าง แต่ต้องไม่น่าเบื่อ ถ้าเนื้อหาที่น่าเบื่อต้องตัดต่อเหนื่อยหน่อย

ผู้สนับสนุนรายการเพื่อผู้สูงวัยควรอยู่ตำแหน่งใด

อยู่ข้างล่างฉากพิธีกร จะป้ายหรือแอลอีดี คนดูจะไม่รำคาญ ถูกหลอกสายตาให้ผ่านตาบ่อยกว่า ไม่ได้มีผลต่อการซื้อ แต่มีผลให้รู้จัก แต่ถ้ามาทอร์คสินค้าจะมีผลต่อการซื้อมากกว่า เพราะมานั่งพูดสรรพคุณ แต่การขายของก็มีผลต่อเรตติ้งเช่นเดียวกัน

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 13 มีนาคม 2564)

วารณี อนันตวราศิลป์

ประสานงานรายการประสบการณ์ 12 ปี

หน้าที่ของการประสานงานรายการทำอะไรบ้าง

เช็คคิวถ่ายให้พอดีกันทุกฝ่าย สถานที่ถ่ายทำต้องประสานงานโดยการเช็คคิวว่างของสตูดิโอกับคนคุมสตูดิโอ บางสตูดิโอมีถ่ายหลายรายการเราต้องประสานกับเค้าต้องจองคิว ซึ่งจริง ๆ เราต้องดูไปด้วยกันระหว่างคิวสตูดิโอ พิธีกร ต้องเอาแมชกันระหว่างคิวสตูดิโอกับคิวพิธีกร อย่างบางรายการพิธีกรเป็นดาราที่จะเอาคิวพิธีกรเป็นหลัก แล้วเอามาดูให้ตรงกับสตูดิโอ เพราะพิธีกรบางคนจะมีเงื่อนไขวันว่างที่น้อย บางทีเสาร์อาทิตย์ต้องอยู่กับลูก เราก็เลี่ยงเสาร์อาทิตย์ ดูบินเคสไปอย่างพิธีกรบางคนมีหลายรายการก็ต้องดูไม่ให้ชนกับเค้า

ส่วนในการประสานกับหน้าที่อื่น บางสตูดิโอมีคนคุมเป็นศูนย์กลางเช่น ไฟ ฉาก กล้อง ช่าง กล้อง ฝ่ายเสียงเบ็ดเสร็จมาแล้ว ก็จะง่ายหน่อย แต่ถ้าเป็นสตูดิโอที่ไม่มีอะไรเลยเราก็ต้องหาทีมงานตรงนี้มาให้ครบทุกหน้าที่จ้างต่างหากดูว่าต้องใช้กล้องกี่ตัวตามรูปแบบรายการ ถ้าในสตูดิโอไม่ช้สตูดิโอที่มีสิ่งเหล่านี้มาครบก็ต้องเสียเงินเพิ่มในแต่ละส่วนงาน แล้วมานัดแนะให้ตรงคิวกัน

นอกจากนี้ก็ต้องหาสถานที่แต่งหน้าแต่งตัว ให้พิธีกรหรือแขกรับเชิญเอาไว้ด้วย หรือบางรายการมีแขกเซอร์ไพรส์ก็ต้องหาสถานที่เตรียมไว้ในกรณีเก็บตัวเอาไว้พร้อม เรื่องที่จอตลอดด้วย ต้องจองเอาไว้ ดูจำนวนรถคร่าว ๆ ก็ยังดี จะได้จัดการถูก เรื่องของสถานที่พักกินข้าวของทีมงานและนักแสดงก็ต้องจัดเตรียมให้ดีกว่าควรอยู่ตรงไหน ดาราकिनข้างในได้มัย

แต่ในเคสที่ถ่ายนอกสถานที่ ก็โทรคุยกับสถานที่นั้น ๆ บางทีก็ให้ถ่ายฟรีแล้วขึ้นเครดิตขอบคุณ บางทีก็เสียเงิน แต่ถ่ายนอกสถานที่บางทีก็เจอปัญหาที่ควบคุมยาก บางทีก็เกิดปัญหาที่สถานที่นั้น เช่นเรื่อง กำลังไฟ เป็นต้น

การประสานช่างแต่งหน้า ทำผม เสื้อผ้า คำนึงถึงอะไร

อันดับแรกเราดูงบประมาณเพราะเรามีแบ่งสรรปันส่วนในแต่ละฝ่ายอยู่แล้ว แล้วเราก็ดูสเปกเสื้อผ้า บางรายการ พิธีกรใส่ชุดเหมือนเดิมตลอด เป็นชุดฟอร์ม แต่อย่างบางรายการก็เปลี่ยนชุดทุกเทป ก็มึงบตรงนั้นจะประหยัดก็ต่อเมื่อวันหนึ่งถ่ายหลายเทปด้วย เพราะในค่าเสื้อผ้าก็จะมีค่าแรงของฝ่ายเสื้อผ้าต่อวันด้วย

แต่งหน้าทำผมก็บเป็นหลัก และดูการทำงานด้วย บางรายการมีแขกรับเชิญเยอะ พิธีกรอีก เราก็ดูจากจำนวนที่เค้าควรจะได้และมีมือประกอบกัน ก็จะคุยราคากันอีกทีว่าเรามีให้เท่านี้ โอเคมัย

ติดต่อพิธีกร ดารารับเชิญเป็นหน้าที่ของประสานงานด้วย ต้องทำอย่างไร

พิธีกรส่วนใหญ่จะต้องเป็นผู้ใหญ่หรือโปรดิวเซอร์ที่ต้องคุยมาก่อนว่ามีรายการแบบนี้ โอเคมัย เลือกกันมาก่อนแล้ว เราอยู่ในขั้นตอนของการที่เค้าเซย์เยสที่จะทำแล้ว และเราคุยตกลงคิด เรื่องราคาเค้าก็ต้องคุยกันมาก่อนอยู่แล้ว เราแค่ประสานในเรื่องการจ่ายค่าตัวเค้าว่าจะจ่ายอย่างไร ส่วนเรื่องคิดถ้าเป็นรายการยาวเราก็จะจอตลอดเค้าไว้ถึงสิ้นปีเลยว่าลือกวันประมาณนี้ไว้นะ แล้วก่อนวันถ่ายเราก็ติดต่อไปยืนยันว่าถ่ายวันนี้ละ ก็โมง ถ่ายก็เทป บางคนก็มีให้ส่งสคริปต์ให้แขกรับเชิญมีใคร

ถ้าเป็นดาราหรือแขกที่ไม่รู้จักรายการมาก่อน ก็ต้องอธิบายก่อนว่ารายการเป็นแบบไหน พิธีกรเป็นใคร เช่นพิธีกรที่มีชื่อเสียง ก็จะมีอิทธิพลต่อดารารับเชิญหรือแขกรับเชิญด้วยในการตอบรับที่จะมา ถือว่าเป็นอีก 1 ปัจจัย นอกจากนี้ก็ต้องอธิบายว่าให้เค้ามาทำอะไร บางทีเค้าไม่ถนัดหรือบางคนมาแค่นิดเดียว อย่างพีชาคริต แยมนาม เคยมารายการก็ไม่ได้มาเล่นเกมส์ มาเป็นโจทย์ว่าชุดขุนช้างที่เค้าใส่ในละครวันทองหนักก็กิโกรัม เป็นต้น แต่ก็ถือว่ามาประชาสัมพันธ์ผลงานของเค้า เค้าก็ตั้งใจมา นอกจากนั้นก็นัดหมายเวลา เสื้อผ้าเตรียมมัยงั แต่งหน้าก็โมง เสรีจก็โมง

การจัดการสวัสดิการ อาหาร เครื่องดื่ม ต้องทำอะไร

เราเจรจาได้กับฝ่ายสวัสดิการเลือกคนที่รู้งาน มีประสบการณ์และขยัน จะทำให้เราไม่เหนื่อยเค้าจะรู้หน้าที่จัดการได้ โดยที่เราไม่เหนื่อยมาก ส่วนใหญ่เราก็จะใช้คนประจำ ถ้าเค้าไม่ว่างแล้วจะส่งคนอื่นมาเราก็ไม่เอา เราจะหาจากของเราเอง เพราะมีคนที่คุณมืออยู่ ถ้าคนไม่เคยทำเค้าจะไม่รู้ขั้นตอนว่าตอนนี้ถ่ายใกล้จะเบรกแล้วเค้าต้องไปเตรียมข้าวให้พิธีกรนะ จัดมาเตรียมไว้ถ่ายเสร็จเข้ามากินได้เลย ถ้าคนไม่รู้เราก็ต้องวิ่งบอก อย่างอาหารกองก็จะเป็นอีกแม่ครัวทำที่เป็นจำวประจำที่สั่งมา สวัสดิการมาเป็นตัวกลางเสิร์ฟน้ำ ขนม ข้าว ส่วนการกำหนดเมนูก็จะเป็นประสานงานคิด เพราะเราทำมานานเราจะรู้ว่าแม่ครัวจำวนี้ทำอะไรอร่อย ช่วงโควิดจะเป็นข้าวกล่องเราก็จะจับคู่กับข้าวให้ ต้องกินอิ่มนอนหลับ ต้องเข้าคู่กันแล้วอร่อย มีความสุข เพื่อการทำงานในกอง

กำหนดเวลาการถ่ายทำอะไร

คำนึงถึงงบประมาณเป็นอย่างแรก วางไว้ว่า 1 คิวถ่ายที่เทพ ถ้ายังมีเทพมาเฉลี่ยให้เยอะขึ้น มันจะถูกลง แล้วเราก็มานั่งวางว่าเราจะเริ่มที่กี่โมงตั้งแต่นั้นมาแต่งหน้าทำผม แล้วเริ่มถ่าย 5 4 3 2 ที่กี่โมง แล้วก็ลำดับไปเรื่อย ๆ เช่น คุณว่าเทพแรกต้องเสร็จกี่โมง เทปต่อไปเสร็จกี่โมง อย่างกำหนดไว้ว่า 1 คิวต้องเสร็จที่ไม่เกินสี่ทุ่ม แล้วแต่รายการ แต่ถ้าตึกเกินเวลาที่เราบอกเค้าไว้ว่าเสร็จไม่เกินนี้ เกินไปกว่านั้นเค้าก็จะคิดราคาอีกครั้งคิว แต่ถ้าเกินเที่ยงคืนอีกก็จะคิดเป็นอีกคิวไปเลย เพราะงบบมันจะบานปลาย เราก็จะจัดการล่วงหน้าเช่น ตอนใกล้จะเสร็จเราก็จะปล่อยกลับในบางหน้าที่ เช่น ช่างแต่งหน้า ทำผม ทิ้งที่ซุ้ไว้เดี่ยวเราทำเอง หรือสวัสดิการก็ปล่อยกลับได้ แล้วเราทำเองได้ก็ทำเอง เพื่อเราจะได้ไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่ม

ประสานงาน หน้าที่หลักที่สำคัญคืออะไร

คุมงบจากทุกอย่างที่ทางรายการต้องเป็นคนจ่ายทำยังไงก็ได้ให้ถ่ายทำผ่านพ้นไปได้ด้วยดี บางทีไหว้เจ้าที่สำคัญ ก็อยู่ในหน้าที่เรา คือทำทุกทาง

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 28 เมษายน 2564)

อภิวัฒน์ ภูมิมาลา

ผู้บริหาร ทำธุรกิจหนังสือสำหรับผู้สูงวัย ประสบการณ์รายการเกี่ยวกับผู้สูงวัย 5 ปี /
รายการเก่าไม่แก่

ชาวบ้านเท็งในปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่สำหรับผู้สูงวัย

ก็ดูได้ ไม่ได้เป็นพิษภัย ถ้าสิ่งที่ส่งผลไม่ดีน่าจะเป็นโฆษณามากกว่าที่แฝงมาเพราะมันอยู่ใน
เนื้อรายการอันนั้นจะมีผลกับเค้า เพราะโฆษณาบางตัวมันไปพูดถึงยารักษาโรคไปช่วยเรื่องสุขภาพ
ซึ่งมันอาจจะจะเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ มันอาจจะทำให้เค้าเสียเงินเสียทองไปฟรี หรือ พลาดการ
รักษาที่เหมาะสมกับเค้า

หลักในการนำเสนอข่าวสารสำหรับผู้สูงวัย

ต้องเป็นด้านเรื่องเตือนภัยเยอะ ๆ ไม่ว่าจะเป็ด้านเรื่องของเทคโนโลยี เรื่องสุขภาพ
เพราะผู้สูงวัยเค้าจะมีความอ่อนไหวต่อข้อมูลข่าวสาร เค้าอาจจะโตมาอีกยุคหนึ่งที่มีการรับข้อมูล
ข่าวสารเพียงด้านเดียว ถนัดจากการรับจากโทรทัศน์หรือจากสื่อสิ่งพิมพ์ แต่สมัยนี้มันมีข้อมูลที่มัน
มาจากแหล่งออนไลน์ค่อนข้างเยอะ ซึ่งมันเป็นสื่อที่ค่อนข้างใหม่ มันจะไม่มีการกลั่นกรอง
เหมือนกับสื่อที่มันเป็นโทรทัศน์ สื่อที่มันเป็นหนังสือพิมพ์ มันจะกลั่นกรองมาระดับหนึ่งมีความเป็น
พิษเป็นภัยน้อยกว่า แต่พอมีสื่อใหม่เพิ่มเข้ามาเค้าก็อาจได้รับข้อมูลที่มันไม่ได้กลั่นกรอง
เพราะฉะนั้นก็ควรไปสนับสนุนคอนเทนต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตือนภัย ข้อเท็จจริง หรืออธิบาย
ว่าตอนนี้ในสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่มีข้อมูลเป็นแบบนี้ละ ความจริงเป็นยังไงนะ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกัน
ให้กับผู้สูงวัย เพราะภูมิด้านทานเค้าต่ำ อะไรที่ปล่อยออกมาเค้าจะเชื่อหมดว่าเป็นความจริง กสทช
เค้าจะกำกับในโทรทัศน์อยู่แล้ว แต่ในสื่อออนไลน์มันเต็มทีเลย ข้อมูลอาจจะไม่จริงทั้งหมดหรือจริง
ด้านเดียวความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคจะน้อย

ผู้สูงวัยก็ดูรายการบันเทิง เวลาเค้าว่างเค้าก็เปิดไปเรื่อย ยิ่งถ้ามีคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับ
สภาวะของเค้าเช่น เรื่องโรคภัยไข้เจ็บ กฎหมาย อันตรายที่มาจากสังคมออนไลน์ หรือจากการ
หลอกลวงที่เข้าถึงตัวเค้าโดยตรง ถ้าคอนเทนต์มันตรงกับสถานการณ์ของเค้า เค้าก็จะให้ความ
สนใจเป็นพิเศษ

ช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมของรายการชาวบ้านเท็งสำหรับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยอยู่บ้านเค้าก็เปิดไปเรื่อย ผู้สูงวัยเมื่อเค้าหมดภาระในหน้าที่การงานจริง ๆ มันได้ทุก
ช่วงเวลาเลย จะให้ดีกว่าจะเป็นช่วงบ่าย ๆ เพราะ ๆ อาจจะทำนู่นนั่นนี่ บ่าย ๆ หมดภาระแล้วก็
อาจมานั่งสบาย ๆ ดูทีวี

คืออาจเป็นช่วงที่ไม่มีใครมาทวง อย่างเป็นวันธรรมดาควรเป็น 13.00 น. – 16.00 น. หรือก่อน 17.00 น. ที่หลานกลับมาเพราะต้องดูการ์ตูนก็เป็นการแย่งโทรทัศน์กัน หรือเวลาหลังจากนั้นลูก ๆ ก็จะดูละครไป

การถ่ายทำมีอะไรต้องคำนึงถึงต่างจากรายการอื่นหรือไม่

รายการผู้สูงอายุอายุมันก็ต้องเรียบริบร้อยนิดหนึ่งเป็นการให้เกียรติ ให้ดูสุขภาพ

ผู้สูงอายุมีการคอมเม้นท์หรือไม่

คอมเม้นท์ทางบวกซะส่วนใหญ่ อย่างถ้ามีรายการเป็นแขกรับเชิญผู้เป็นดาราสูงอายุ ก็จะไม่บอกคิดถึง ไม่เห็นนานแล้ว ขอขอบคุณมากที่เอามาออก

ชาวบ้านเท็งสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นอย่างไร

ก็สนุกสนาน มันก็ได้เรื่องเป็นราวที่ดีต่อใจเค้าแต่ถ้าแทรกสาระเข้าไปด้วย มีเรื่องที่มีมันเกี่ยวกับสุขภาพเค้า เรื่องของการเตือนภัย หรือเฟคนิวส์ หรือโฆษณาชวนเชื่อ สอดแทรกเข้าไปมันก็จะมีประโยชน์มากขึ้น

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 23 เมษายน 2564)

เฉลิมพล พูลสวัสดิ์

บรรณาธิการ/โปรดิวเซอร์ ช่วงครอบครัวบ้านเท็ง เรื่องเล่าเข้านี้ ประสบการณ์ทั้งหมด 17 ปี

ท่านคิดอย่างไรกับชาวบ้านเท็งในปัจจุบัน

ปัจจุบันนี้ก็ยังเป็นการแข่งขันที่สูง เราจะได้ยินบ่อยไม่ว่าจะเป็นวงข่าวหรือวงข่าวชาวบ้านเท็งว่าชิงแหล่งข่าวก่อน ก็ได้เปรียบ มีกระแสก่อนเรื่องเหล่านี้มันก็ยังมียู่ แต่การแข่งขันปัจจุบันมันสูงก็จริงแต่มันไม่ได้สูงเหมือนสมัย ประมาณ 10 ปีก่อน 1 ใน 10 ปีก่อนต้องยอมรับว่าสื่อโซเชียลสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ยังไม่เข้ามาบีบบทบาท เยอะนัก เหมือนในปัจจุบัน สื่อหลักๆ ก็จะเป็นทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์นิตยสารกอสลิป ซึ่งการแข่งขันกันแน่นอนว่ามันเป็นการแข่งขันระหว่างทีวีสมัยก่อนก็แข่งกันหาข่าวแหล่งข่าวว่าใครก่อน 2 พอยุคนั้นมันผ่านมาก็คจะมีเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องเช่นยังไม่พูดเดียวไปพูดในงานอีเวนท์ทีเดียว แหล่งข่าวก็จะมีเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง

3 ณ วันนั้นมันก็เปลี่ยนมาอีกกลายเป็นว่าข่าวมาจากไซเซี่ยลชะส่วนใหญ่ ดาราสามารถใช้ช่องทางทางไซเซี่ยลในการแถลงข่าวเองให้ข้อมูลข่าวเองโดยไม่จำเป็นจะต้องไป เจอกับผู้สื่อข่าวเลย ในมุมมองของเราเรามองเป็นสาม step

ท่านคิดว่าผู้สววยรับชมข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน

ถามว่าเค้าอยากจะทำอะไร ที่เป็นกอสลับใหม่เรื่องผัวเมียเรื่องดารา ก็ไม่ขนาดนั้น แต่อาจจะอยากรู้ดารานในยุคเขา ตอนนี้นักนี้ไปไหนแล้วทำอะไรอยู่ประมาณนี้ ไม่ใช่ดาราสววยรุ่นสมัยใหม่ เพราะทาร์เก็ตที่ดูกลุ่มนี้ก็เป็นวัยรุ่น แต่พอเป็นวัยทำงานก็เป็นกลุ่มนักแสดงที่เป็นกลุ่มกลางโตขึ้นมาเป็นเจนแบบเกอทรินธร บอยปกรณ

การผลิตรายการบันเทิงสำหรับผู้สววยควรทำออกมาเป็นรูปแบบใด

อย่างแรกเลยถ้าทำรายการบันเทิงสำหรับผู้สววยที่มองเรื่องเพลงก่อน เพลงของกลุ่มผู้สววยอายุที่โตมากับเขา อาจจะเป็นรูปแบบรายการออนไลน์ที่มีเพลง สนทนาภรณ์ เพลงลูกกรุงเก่าเก่า ผู้สววยอายุเค้าฟัง ผู้สววยเค้าเปิดวิทยุเพื่อที่จะฟังเพลงเก่าเก่าเหล่านั้นนะ คลื่นวิทยุเค้ายังอนุรักษ์อยู่แต่กลับการบนสื่อออนไลน์หรือทีวีมันไม่ค่อยมี กลายเป็นว่าเค้าเลยต้องไปฟังเพลงในวิทยุมากกว่า หรือการที่เขาเรื่องของดารานในยุคที่มันไม่ได้แก่เกินไป เช่นพีจีกันวรัตน์ หรือเอาคุณเพชรมาพูดคุย เราว่ามันทำให้เขามีความสุขกับการที่เขาได้เสพข่าวบันเทิง ผ่านแล้วเราสามารถแทรกอะไรที่มันเปลี่ยนไปในสังคมผ่าน ดาราเหล่านี้ได้ เพราะการที่เราจะให้ คนสูงอายุเปิดรับอะไรบางอย่างมันยากมาก เพราะเค้าก็โตแล้วมีวุฒิภาวะสูงมาก หรือจะมาฟังเด็กเด็กมันเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากมาก แต่สื่อก็ยังมียุทธศาสตร์ด้านนี้อยู่คือ เป็นการชักนำโดยผ่านดารานในยุคนี้ พี่ว่าเค้าฟังแต่มันต้องเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์นะ ไม่ใช่จะไปขายแต่อาหารเสริมอย่างเดียว ความแซบความหวานเรื่องซู้สาวเค้าก็ดูส่วนหนึ่งแต่ไม่ได้สนใจที่จะอยากรู้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อจะไปเฝ้ามอญกับใคร กับคนในรุ่นราวคราวเดียวกัน เค้าก็จะเสพเหมือนข่าวทั่วไป ถ้าจะทำรายการบันเทิงสำหรับผู้สววยควรจะมึลิตปีนในยุคเขามานั่งพูดคุยกันหรือเปล่า แต่รายการแบบนี้ปัจจุบันมันถูกมองว่าขายไม่ได้ มันจะมีเรื่องของการขายโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

ตราสัญลักษณ์สินค้าควรอยู่ตำแหน่งใด

ที่คิดว่าน่าจะเป็นจอฉากหลัง เหมือนกับรายการสมัยก่อนมันจะให้ความรู้สึกเหมือนกับว่าเค้าดูรายการทีวี ดูเนี่ยนมากกว่าสำหรับรุ่นราวของเค้า อาจจะพูดโทรทัศน์โดยที่มันก็มีสินค้าวางอยู่ตรงฉากหลังด้วยอะไรแบบนี้ ให้ข้อมูลไปเลย คิดว่าน่าจะเหมาะกับผู้สววยมากกว่าเพราะเขาฟังแล้วก็รับรู้เลยโอเค ส่วนการนั่งฟังที่อคลินค้าปัจจุบันสำหรับผู้สววย จริงๆผู้สววยจะมีอคติอยู่เหมือนกัน อย่างคุณพ่อเปิดทีวีเค้าก็จะบ่นว่ามาขายของอีกแล้ว คนสมัยก่อนโตมาพร้อมกับคำว่า

อย่าเชื่อโฆษณา แต่อย่างบางคนก็เชื่อนะเห็นวากินเข้าไปแล้วมันก็ได้ อะไรแบบนี้ บางคนตีอ่อนๆ
เค้าก็ไม่อินนะ ก็อาจจะมึนทั้งสองกลุ่ม

ในวันผลิตรายการสำหรับผู้สูงวัยควรคำนึงถึงอะไร

การใช้คำในการจัดรายการสำหรับผู้สูงวัยต้องง่ายแต่ไม่เชยเกินไป เพราะผู้สูงวัยบางคนก็
ทันสมัย ระดับหนึ่งแต่ไม่ใช่สุดโต่ง ใช้คำแบบบึงบุรีเย้ย ใช้คำกลางๆ สื่อสารไปแล้วเค้ารู้เรื่อง คำเทคนิค
ไม่ควรเยอะ ตรงตรงไปเลย เค้าจะเข้าใจง่ายขึ้น ถ้าจะใช้ CG ก็ใช้ตัวใหญ่หน่อย ผู้สูงอายุบางคน
ตาฝ้าฟางเพราะฉะนั้นเสียง มันก็ช่วยได้มันจะเสริมกันไปหมดสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งเสียงทั้งภาพ
สีสั่น ต้องไม่จัดจ้านเกินไปและไม่อึมครึมเกินไป ให้มันดูสดใสแต่ก็ไม่ใช้เบิกบานไปรดไปเด็กหนุ่ม
วัยรุ่นวัยเด็ก ให้มันดูสบายตา มันก็แล้วแต่รูปแบบรายการด้วยว่าเป็นแนวไหน

มีสื่อสารโต้ตอบของผู้สูงวัยหลังรับชมรายการหรือไม่

จะเป็นคนมีอายุแต่ไม่น่าจะถึง 60 ปี ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน เด็กเนี่ย ก็น้อยมาก ถ้ามี
ทักทายเข้ามาจะมีแบบวัย 50 กว่าเราก็จะตอบกลับเขาให้เขารู้สึกมีตัวตน แต่ 60 ปีขึ้นไปยังไม่
เคยเจอใครสื่อสารโต้ตอบกลับนะในออนไลน์

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 22 มีนาคม 2564)

แม่เม้า สุดา ชื่นบาน

ศิลปินแห่งชาติ อยู่ในวงการตั้งแต่ 7 ขวบ

ท่านติดตามรายการข่าวบันเทิงจากช่องทางใด

จากการอ่านหนังสือพิมพ์ในสมัยก่อนเพราะไม่มีโซเชียล ปัจจุบันก็ยังอ่านหนังสือพิมพ์ใน
โซเชียลอ่านบ้างแต่มองไม่ค่อยเห็น

คนเขียนข่าวสมัยนี้บางทีใครไม่รู้มาเขียน มันไม่เหมือนสมัยก่อน เมื่อก่อนก็คือผู้สื่อข่าวที่ดู
น่าเชื่อถือ เดี่ยวนี้บางทีไปว่าเค้าสารพัด มีสิทธิ์อะไร ฟ้องร้องได้ชัดเจนเลย สมัยก่อนเค้าไม่ถึงขนาด
นี้เพราะเค้ามีจรรยาบรรณในการทำหนังสือพิมพ์เขียนบางอย่างโดนเซนเซอร์เค้าก็เขียนไม่ได้อะไร
ที่หนักหนา. ติดตามข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์บ้าง ทุกช่องมันจะมีช่วงหนึ่งเป็นของข่าวบันเทิงเราก็ดู
ดาราวิทยุบางคนเราก็ติดตามเค้ามาจากละคร อย่างตรี ภรภัทร์ แล้วก็เปลี่ยนไปดูเรื่อย ๆ เวลามัน
ไม่ตรงกัน

ท่านคิดเห็นอย่างไรกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

เรื่องผู้ชายจะไม่สนใจเพราะมันเป็นชีวิตของเค้าไม่น่ามาใส่ใจ ถ้าเป็นศิลปินที่เราชอบเค้าไปทำกิจกรรมอย่างนั้นโอเค ถ้าเค้ามีละครมีอะไรก็ติดตาม แต่ก็ไม่ได้ติดตามลึกซึ้งเราผู้ใหญ่แล้วก็ติดตามผ่าน ๆ บางเรื่องที่ไม่ดีเราก็ไม่ค่อยอยากติดตาม บางทีแบบเอ๊ะ เพศหรือเปล่า แต่ถ้าชอบนักแสดงคนไหนก็ไม่ได้ติดตามตลอดแต่อยากรู้เห็นว่าดูน่ารักดี เล่นละครดีก็เลยติดตามเค้า หรืออย่างตงตงเราก็ไม่เคยดูเค้า เราเห็นเค้าเล่นละครก็ดูหน่อยนึงแค่นั้นพอ

ท่านติดตามดารารุ่นสูงวัยหรือดาราวัยรุ่นในปัจจุบัน

รุ่นเรามันไม่ค่อยมีใครเป็นข่าวแล้ว ถ้าเค้าจะทำให้ขายดีมันต้องเป็นรุ่นนี้ รุ่นเก่ามีแต่ข่าวเจ็บป่วยโรงพยาบาล รุ่นใหม่ก็จะมีข่าวไปเล่นละครเรื่องนี้ ๆ คนนี้ไปจับคนนั้น คนนั้นดั่งเมืองจันอะไรแบบนี้ แต่ไอรุ่นเก่า ๆ ส่งข่าวมาแต่ละที เข้าโรงพยาบาลไม่ค่อยได้มีอะไรมาอัปเดต

หากมีช่องทางที่รับข่าวสารจากทางไลน์ท่านคิดว่าจะอย่างไร

อันนี้จะไม่ค่อยยุ่ง เพราะไลน์เราคนเยอะมากแล้ว เครื่องมันจะเต็มในกลุ่มบางกลุ่มก็มีเป็นร้อย ๆ คน กลุ่มศิลปินแห่งชาติก็ 90 กว่าคน ไหนจะไลน์เดี่ยวเพื่อนของเราอีก อันนี้สำคัญกว่า ขนาดสำคัญกว่าเรายังไม่ค่อยกล้าส่งอะไรเพราะเกรงใจเขา เพราะในอินเทอร์เน็ตเดี่ยวมันก็มีให้ดูเราย้อนกลับไปดูอะไรก็ได้ ยุบก็ดูเพราะมันสอนเย็บเสื้อสอนอะไรเยอะเยอะมันน่าดูเราก็ดู ครูอาร์ยี่สอนเย็บเสื้อไว้ ดูยูทูปดูยูออน ดูเฟซบุ๊กดูเหตุการณ์ปัจจุบัน ไลน์ใช้สื่อสารกับเพื่อนอย่างเดียว คนไม่รู้จักมาแอดไลน์ก็ไม่ค่อยติดต่อด้วยไม่ชอบ ในเฟซไม่รู้จักก็ไม่รับ

มีอุปสรรคต่อการรับข่าวสารผ่านทางออนไลน์หรือไม่

ถ้าเป็นตัวเขียนตัวเล็กน่าจะมีปัญหาแต่ถ้าเขาฟังเรื่องราวไม่ได้เขียนมันง่ายกว่า เหมือนเวลาคนส่งบทมาทางเมลก็แยเลย ถ้าพูดมาไม่เป็นปัญหา

หากมีรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

พิธีกรรมนี้คำพูดไม่สุภาพ สมัยก่อนคำหยาบ มึงกูอี ไม่มีสิทธิ์ออกไม่มีทางหลุดจากปากพวกเราเลย เพราะเค้าถือว่ารายการออกสู่สาธารณะเนี่ย คำไม่สุภาพเค้าไม่ผ่าน เช่นเวลานี้ด่ากันอีบ้า เรียกอี้ บางคนเป็นพิธีกรชื่อดังคำที่ใช้ก็รุนแรงพอสมควร คำพวกนี้เมื่อก่อนไม่มีสิทธิ์ได้ออกมาแต่ขณะนี้โลกมันเปิด เด็ก ๆ เค้าไม่เคยเข้าใจว่าการใช้ภาษาดี ๆ มันจะเป็นยังไง กลายเป็นอู้ย เฮย ในทีวีพูด แม่งงอย่างนี้มันไม่ได้ เพราะฉะนั้นพิธีกรต้องสุภาพ แล้วก็ต้องอ่านดี ๆ ไม่อย่างนั้นคุณอ่านชื่อผิด ภาษาพูดแย่ พูดไม่ชัด มันไม่ได้ จะเป็นผู้สื่อข่าวมันต้องแม่น คนที่น่ารักที่สุดคือมนตรีเทียนอักษร เค้าถือพจนานุกรมภาษาไทยติดตัวไว้เลย ผิดปั๊บเปิดอ่านเลย เราก็ชื่นชมเค้าว่าเป็นตัวอย่างที่ดีมาก

ท่านชอบติดตามข่าวสารเวลาใดมากที่สุด

เปิดไปเจอข่าวบันเทิงก็ดูไม่ได้จำเวลา เลื่อนเปิดไปเรื่อย ๆ ก็พอรู้ข่าวสารบ้าง อยู่บ้านว่างก็เปิด

ท่านติดตามรับชมข่าวสารเพื่ออะไร

ทั้งอยากรู้ข่าวสารเพื่อแชร์ข่าวในวงการบิน ทั้งเฟลิดเฟลิน แต่ถ้าจะเอาอะไรไปใช้กับชีวิต เด็กรุ่นใหม่ไม่ค่อยเอาอะไรไปใช้กับชีวิตได้สักเท่าไรเวลาดู บางทีดูก็เพราะเป็นรายการบ้านเมือง การวิเคราะห์หอะไรแบบนี้ก็ดู

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 23 มีนาคม 2564)

สุทธาทิพย์ ้วยสุขกมล

โปรดิเวเซอร์ ลุยไม่รู้โรย Super active (ให้มีศักยภาพ) ประสบการณ์รายการผู้สูงวัย 3 ปี / รายการครอบครัว 12 ปี

ท่านคิดว่าผู้สูงวัยรับชมข่าวบันเทิงมากน้อยแค่ไหน

ผู้สูงวัยก็รู้ข่าวเยอะนะ ไม่น้อยไปกว่าเรา เพราะมีช่องทางออนไลน์ที่เค้าก็สามารถรับชมได้ อยู่แล้ว แต่อาจจะรับข่าวบันเทิงน้อยกว่าอย่างอื่น
เนื้อหาข่าวบันเทิงเกี่ยวกับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยก็หลายแบบ บางท่านสาระความรู้ต้องมาก่อนแต่ต้องบวกคสามสนุกไปด้วย ความสนุกเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุเค้าอยากได้มาก มันไม่ค่อยมีอะไรที่มาตอบสนองเค้าในช่วงวัยเดียวกับเค้า เพราะฉะนั้นน่าจะมารวมๆ กัน

เนื้อหารายการสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

ที่จะเล่าเป็นเนื้อหารายการลุยไม่รู้โรยละกันนะ มี 2 ช่วง

ช่วงแรกคือผู้สูงอายุที่เค้ายังทำอะไรได้เหมือนหนุ่ม ๆ สาว ๆ คือเป็นช่วงที่ผู้สูงวัยได้ค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ ให้ทันเทคโนโลยี อาจจะเป็นคุณลุงคนหนึ่งที่ เป็นนักประดิษฐ์ชอบประดิษฐ์ แต่พอตัวเองไปทำงานเพื่อเลี้ยงลูก พอถึงเวลาที่ลูกทำงานเรียบร้อยแล้วเค้ามีเวลา เค้าก็มาทำงานของตัวเองสร้างเป็นรถบ้านประมาณนี้ เน้นดึงศักยภาพของผู้สูงอายุออกมา

ช่วงที่สองเป็นส่วนของชุมชนเช่นเค้าต้องการอะไรบ้าง หรือเค้าไม่ยอมไปหาหมอเองมันมีอะไรที่เซอร์วิสเค้าได้บ้าง หรือมีแอปอะไรที่เป็นโซเซียลที่เค้าจะสามารถเรียนรู้ได้เอง โดยที่อาจจะผ่านลูกหลานบ้าง หรือบางทีให้ลูกหลานมาสอน อาจจะเป็นชมรมของผู้สูงอายุเองที่มาช่วยเหลือกันในเรื่องนี้ เป็นการทำให้ผู้สูงอายุแก่ซ้าที่สุด เป็นภาระของคนอื่นซ้าที่สุด ให้เค้าพึ่งพิงตัวเองได้มากที่สุด รวมถึงเรื่องของการออม เรื่องอื่น ๆ ที่เค้าจะต้องเตรียมตัวยังไง ให้เป็นภาระกับลูกหลาน

น้อยที่สุด ยืดอายุความสดชื่นและแข็งแรงให้มันยาวนานมากที่สุด อยากให้ลูกหลานคนรอบข้าง
เข้าใจว่าเค้าไม่ใช่ภาระนะ เค้าก็มีความรู้มีทุกอย่าง เหมือนเป็นปุ่นี่บุคคลที่เราหาความรู้จากเค้า
ได้ คุยกันได้ในทุก ๆ เรื่อง

ถ้าเป็นรูปแบบข่าวบันเทิงที่ใส่ความสนุกสนานเข้าไปจะช่วยเรื่องจิตใจผู้สูงอายุได้หรือไม่

อันนี้สำคัญไม่ว่าจะเป็นความรู้ สารอะไรมันต้องมาพร้อมกับความตลก ความสนุก ทำให้
เราซึมซับไปได้เอง อย่างตอนนี้เนื่องด้วยสถานการณ์โควิดเรื่องของจิตใจเป็นเรื่องที่สำคัญมาก
บางที่เราไม่ต้องการอะไรมาก ขอแค่ยิ้ม แค่นั้นแหละให้ได้ในแต่ละวันมันก็จะทำให้เค้ามีพลังในการ
ทำอย่างอื่นต่อไปแล้ว พยายามทำให้มันสนุกด้วย

การเขียนบทพูดและการคัดเลือกพิธีกรควรเป็นอย่างไร

ทำตัวเป็นคนรุ่นใหม่ที่เข้ากับผู้สูงวัยได้ พิธีกรต้องสุภาพอ่อนน้อม แต่ต้องสนุกและขี้เล่นให้
มันกลมกลืนไปหมดเลย ดูแล้วมันสบายตาสบายใจเข้าหาผู้ใหญ่ได้ เค้าก็พร้อมเปิดรับเรา ไม่รู้จัก
แต่รู้สึกว้าวโอเคเค้ารักคนนี่ บางทีผู้สูงอายุแต่ละท่านไม่เหมือนกันเรื่องคำพูดบางท่านเราก็ต้องลงไป
ในโลกของเค้าแต่ทำให้สนุก บางท่านก็ตามเทรนด์ทัน

ช่วงเวลาที่ออกอากาศควรเป็นเวลาใด

จากประสบการณ์ทำงานตอนแรกเราคิดว่าผู้สูงวัยต้องตื่นเช้าต้องดูแน่ ๆ แบบตี 5 ปรากฏ
ว่ามันไม่ใช่เราตังมันก็ไม่โอเค กลายเป็นเค้าไปดูย้อนหลังเพราะเค้าตื่นไม่ทัน เลยลองปรับและดู
จากพฤติกรรมของผู้สูงวัย จึงเลื่อนมาเป็น 08.30 น. เราตังมันก็เริ่มดีขึ้น ก็ต้องสาย ๆ ไปเลย

หากต้องมีผู้สนับสนุนรายการคิดอย่างไร

ผู้สูงวัยชอบซื้อของตามรายการทีวีจริง ๆ พวกอาหารเสริม อย่างเวลาประชุมทีมรายการ ก็
จะมีการคุยว่า พ่อแม่เค้าชอบอันนี้เห็นในทีวีแล้วซื้อมากิน ความดันดีขึ้น ไขข้อดีขึ้น เป็นต้น ส่วน
ใหญ่หนักไปทางอาหารเสริม ส่วนอุปกรณ์หม้อชาวมรามไห รองลงมา ยิ่งเวลามียี่ห้อราคาหน่อย ๆ แต่มี
ของแถมคุ้ม ๆ เค้าจะยิ่งสนใจ

ในวันผลิตรายการมีสิ่งใดที่ควรคำนึงถึงเป็นพิเศษ

บางอย่างอาจไม่เป็นไปตามที่เราคิดมันมีเรื่องด่วนจริง ๆ อย่างสมมติมีแขก เคยตกลงว่า
ถ่ายได้ แต่วันจริงเค้าไม่สะดวกแล้ว เราก็ต้องมีหาแขกสำรอง จึงต้องหาแผนสำรองไว้ คือหาแผน
สำรองไว้ทางนี้ที่ไว้จะทำให้ไม่เสียบรรยากาศแล้วก็ยังได้เนื้อรายการตรงนั้น

การติดต่อรายการสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

เราจะพยายามให้กระชับดูสนุก แต่ไม่ได้เร็วจนไม่รู้เรื่อง อะไรที่มันเป็นส่วนสำคัญ จะใช้
CG ซุปเปอร์ขึ้นย่ำ ๆ บ่อย ๆ ตัวใหญ่ ๆ กระชับแต่อะไรที่ควรซ้ำก็ซ้ำเพื่อเป็นการย้ำ ขึ้นย่ำตอนพูด
และตอนท้ายก็ย้ำอีกที บางทีขึ้น 4-5 รอบ

ผู้สูงวัยมีคอมเมนต์หรือไม่

มีค่ะ คำจะมีคอมเมนต์ของเค้า เค้ามีไลน์เป็นกลุ่มของเค้าเป็นเพื่อนกันได้เร็วมาก ทุกคนจะมีไลน์ เวลาเค้าดูเค้าเจออะไรที่ไหนเค้าจะส่งกันดูผ่านไลน์แล้วก็คอมเมนต์กันในกลุ่ม แบบบางทีเจออะไรถ่ายรูปปุ๊บแล้วแชร์ สำหรับคนที่ไม่มีมือถือ ก็ถือว่าผู้สูงอายุเค้ามีความพยายามมากขึ้นที่จะสื่อสารกันผ่านออนไลน์ ในออนไลน์ทั่วไปมันก็มีบ้างแต่จะน้อยกว่าถ้าสื่อสารผ่านช่องทางไลน์กลุ่มของเค้าเอง

ผู้สูงอายุเค้าก็หาช่องทางของเค้ายากในการติดตามดูรายการที่ตอบสนองเค้า ผู้สูงวัยมากขึ้นทุกวัน เค้าก็อยากมีช่องทางที่จะสามารถทำให้เค้าแสดงผล ปล่อยศักยภาพให้คนรุ่นหลังได้เห็นคุณค่าของเค้ามากขึ้น ผู้ใหญ่ก็จะบอกเสมอว่าถ้าเป็นอะไรไปแล้วเค้าต้องตายทันที เค้าเลยต้องแก้ไขให้ช้าที่สุด ต้องช่วยตัวเองให้มากที่สุด ซึ่งมันก็เป็นรุ่นเรา 30 40 50 มันก็ต้องเตรียมตั้งแต่ตอนนี้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการออม เราจะมาหวังพึ่งใครมันก็จะยาก เราก็เลยต้องทำรายการให้ผู้สูงอายุมีพลังทั้งกาย ใจ ให้เค้าอยู่อย่างมีความสุข และมีความรู้สึกว่ามีคนห่วงใยอยู่เสมอ

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 23 เมษายน 2564)

ชลิตา สิงห์วัฒนไพจิตร

Senior Manager Marketing Strategy อายุงาน 20 ปี

ในการวางแผนงบประมาณในการเตรียมผลิตรายการ ควรทำอย่างไร

ยกตัวอย่าง

- รายการ มีทั้งหมด 10 นาที/เทป
- ช่วง tie in ลูกค้ำ 1 นาที
- ต้นทุนหรืองบประมาณ ในการผลิตต่อเทป (ค่าอุปกรณ์/คนทำงาน/พิธีกร/ออกอากาศ) รวมๆอยู่ที่ 50,000 บาท
- พี่ต้องขายต่อครั้งให้ได้กำไรมากกว่า 50% ของต้นทุน
- พี่จึงต้องขาย 1 นาที ราคา 150,000 บาท หักต้นทุนแล้ว 50,000 บาทเท่ากับได้ 100,000 บาทซึ่งเป็นราคาขายที่เกือบทุกช่องขายกันอยู่ตอนนี้
- ในกรณีที่ลูกค้าต่อราคาพี่ก็จะลดให้ได้แค่ไม่เกิน 5%
- จริงๆในรายการหนึ่งรายการเรามีรูปแบบการขายที่เยอะแยะมากๆ ทั้ง commercial spot / in program

เอาจริงๆ ถ้าได้ลูกค้าทุกวีคเราก็กำไรแล้ว และถ้าบางที่มีลูกค้ามากกว่าตัวก็จะได้ไปทดแทนในวันที่ไม่มี หรือการขายอื่นๆ ที่พี่บอก มันจะทดแทนกันได้ แต่สุดท้ายยังไงเราต้องมีลูกค้าไม่จั้นต้นทุนจะจม เช่น ถ้าเรามีต้นทุนที่ 50,000 / เทป รายการมีวีคละ 1 ครั้ง เดือนหนึ่ง 4 ครั้ง เท่ากับ ต้นทุน 200,000/ เดือน นั้นเท่ากับว่าต่อเดือนที่ต้องขายให้ได้ อย่างน้อย 3 ครั้ง สำหรับ tie in หรือถ้าไม่ได้พี่ต้องขายประเภทอื่นๆ ให้ได้เพื่อมา cover ต้นทุน

วิธีไทอินแบบไหนได้ผลที่สุด

แบบให้พีธีกรหยิบจับได้ผลที่สุดจำและขายได้ราคาดีที่สุด

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 30 เมษายน 2564)

สุชาติ ทวมสุวรรณ ผู้จัดการฝ่ายสตูดิโอของ One31 และ Gmm25
ประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป

ท่านคิดอย่างไรกับการนำเสนอข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยในปัจจุบัน

มีกอสสิบมากขึ้น มีสื่อโซเชียลมีข้อมูลต่าง ๆ นานา จากโซเชียลที่นำมาเป็นข่าวได้ การแข่งขันจึงจำเป็นต้องสูงขึ้น

หลักในการออกแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับรายการบันเทิงของผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

1. ในมุมมองของคนเตรียมเบื้องหลังเราจะต้องคุยกับทีมงาน ทีมโปรดิวเซอร์ พี่ธีกร ว่าในกลุ่มทาร์เก็ตที่เป็นเป้าหมายที่ทางรายการต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มผู้สูงวัยเนี่ย ใจความ Massage ที่ต้องนำเสนอออกไปมีอะไรบ้าง ในมุมมองของคนที่ทำเป็นซัพพอร์ตว่าต้องทำให้ออกมาตรงกับความต้องการของรายการมากที่สุด

2. คำนี้ถึงคนดู เช่น เรื่องพร้อมตัวหนังสือ บางทีในแบบของวัยรุ่นชอบ อาจเป็นพร้อมที่ผู้สูงอายุน่าอ่านไม่รู้เรื่อง หรือไซ้ ขนาดว่าเหมาะสมมัย เล็กไปมัย คำจะอ่านได้มัย ถ้าคำอ่านไม่ออก คำก็จะไม่สนใจไปเลย เพราะเค้าไม่รู้ที่เราต้องการให้เค้าอ่านอะไร แม้กระทั่งช่วงจังหวะเวลาในการขึ้นตัวหนังสือ คือผู้สูงอายุน่าอ่านอย่างมันก็เสื่อมถอยไปตามวัย เพราะฉะนั้น เวลาในการขึ้นขนาดในการขึ้น บางทีมันจะย้อนแย้งกับดีไซน์บ้าง เช่น ช่อง One31 คุณบอย ถกเถียงคดีเค้าจะมีนโยบายเลยว่า อะไรก็ตามแต่ที่อยู่บนหน้าจอของวัน ขอให้มันเป็นพร้อมที่มีหัวและอ่านง่ายแต่ก็อย่าเรียบจนเซยเกินไป บางทีเราขึ้นหัวข้อข่าวคือเราก็ต้องสื่อสารให้คนทราบที่เรากำลังจะบอกอะไร คำถ้าอ่านไม่ออกมันก็ไม่สื่อสาร บางทีความสวยงามไม่ได้มาควบคู่กับการสื่อสาร

3. สีเส้นถ้าดูขนาดมากเกินไปอาจจะรบกวนในการนำเสนอ หรือเรื่องแสงจากประสบการณ์บางที่มีคอมเม้นท์จากกลุ่มคนดูว่าแสงมันดูแบบกวนตา กวนใจเกินไป แล้วไม่ยากดู

ยิ่งทาร์เก็ต 40 ปีขึ้นไป คำก็ไม่ได้ชอบคัลเลอร์ฟูลที่มากจนเกินไป คำไปมองว่าเป็นการลดทอนความน่าเชื่อถือ

วางตราสัญลักษณ์ในรายการควรวางตำแหน่งใด

มันมีกฎของ กสทช ควบคุม เรื่องแรกคือขนาดของอะไรก็ตามที่เป็นโลโก้หรือตราสัญลักษณ์เพื่องานขายจะต้องมีขนาดไม่เกิน 1 ส่วน 8 ถ้าลากจอบเป็นแนวตั้งแล้วหารด้วย 8 จะต้องไม่สูงเกินเศษ 1 ส่วน 8 แล้วจะอยู่ด้านล่าง เพื่อไม่เป็นการรบกวนสายตาคจนเกินไป อีกเรื่องงานขาย เราต้องยอมรับว่าเป็นเรื่องเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง บางทีเงื่อนไขการขายอาจจะไม่เป็นไปตามรูปแบบรายการ บางทีอาจจะวางของเล็กใหญ่ไปจี้ ต้องมานั่งคุยกันว่าจะทำยังไงให้มันเหมาะสมมุมมองส่วนตัวของพี่พี่ว่าการขึ้นโลโก้หรือสัญลักษณ์บนหน้าจอในปัจจุบันนี้การอยู่ด้านล่างซ้ายหรือขวาพี่ว่ามันเหมาะสมแล้ว อยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ การที่โลโก้ไปฝังอยู่กับฉากมุมมองพี่ พี่ว่ามันแปลกไปนิดนึง แน่แน่นอนว่าลูกค้ำก็อยากให้ตราสัญลักษณ์มันเห็นได้ชัด ในทางกลับกันถ้ามาอยู่แล้วรบกวนพิธีกรหรือดึงดูดสายตามากเกินไปมันก็ไม่สมควร

ส่วน Product placement ที่วางคู่กับพิธีกรก็ควรจะวางอยู่ในเลเวลที่ไม่บดบังหรือรบกวนจนเกินไป เช่น วางอยู่บนโต๊ะแต่ขนาดไม่ได้ใหญ่จนเกินไป อย่างบางอย่างใหญ่มาก รกเกินไป ดูขาดศิลปะในการวางจนเกินไปก็ให้เห็นบ่อยครั้ง เพราะเรื่องการราคานตาก็มีทุกวัยไม่ได้เป็นแค่ผู้สูงวัย มันจะย้อนกลับมาที่คำว่า hard sale

วันถ่ายทำมีอะไรที่เราควรคำนึงถึงมากที่สุด

คือทำให้ได้ตาม pre production ที่วางไว้คืออะไรก็แล้วแต่ที่เราจะต้องนำเสนอ Size Fonts ข้อความให้มันอยู่ในลักษณะที่สื่อสารได้ง่าย ส่วนเนื้อหาข่าวในมุมมองพี่ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนั้นคือลักษณะของข่าวมันเป็นคอนเทนท์ที่เป็นรายวัน เราไม่แน่ใจว่าแต่ละวันมีคอนเทนท์อะไรที่ต่างไปบ้าง คอนเทนท์บางวันอาจจะเป็นเรื่องของ Gossip บางวันอาจจะเป็นเรื่องของได้เตียงผู้สูงอายุอาจจะไม่ได้สนใจอันนี้พี่ดูจากประสบการณ์คนรอบตัว แต่สิ่งหนึ่งที่จะแอบเห็นบ่อยนั่นก็คือความน่ารักของลูกดารา ดาราคนนั้นไปทำกิจกรรมอันนั้นอันนี้ เราดูจากรุ่นคุณพ่อคุณแม่ที่สื่อสารออกมาจากทาง Facebook จะเห็นการแชร์ข่าวพวกนี้เยอะมาก แล้วกลายเป็นสังคม ชวนคนรอบข้างมาดูมาสนใจกับคอนเทนท์ที่แชร์ด้วยกันเช่น สายฟ้าพายุลูกชมพู คือเดี๋ยวนี้ผู้สูงอายุก็เล่นโซเชียลแล้วก็ติดตามดาราแต่จะติดตามเรื่องราวน่ารักๆ มากกว่าไม่ได้ติดตามเรื่องราวว่าใครตกกันเรื่อง Gossip คำจะไม่ค่อยได้ตามผู้สูงอายุคำชอบตามคอนเทนท์ที่ดาราไปทำอะไรเที่ยวเล่นหมาอะไรประเภทอย่างนี้คือบทสนทนามันจยาวมากกว่ามีการแชร์มากกว่า

วันถ่ายทำหากมีข้อผิดพลาดในส่วน production จะมีการแก้ปัญหาอย่างไร

คือทำให้ได้ตาม pre production ที่วางไว้คืออะไรก็แล้วแต่ แต่ไม่ว่าจะรายการผู้สูงอายุหรือไม่ใช่ คือทีมงานจะต้องมีการเช็คล่วงหน้า อย่างเป็นทางการที่ผู้ดูแลที่ค่อนข้างจะให้หน้าหนักกับการเตรียมความพร้อมก่อนเข้ารายการไม่ว่าจะสดหรืออัดเทปอย่างน้อยจะต้องมีการย้ำทุกตำแหน่งอย่างน้อย 10 นาทีก่อนเริ่มอุปกรณ์ทุกอย่างจะต้องพร้อมที่สุด หรือถ้าเกิดเหตุอาเพศจริง ๆ เฉพาะหน้า เช่นเราเช็คใหม่เรียบร้อยแล้วมีการสนทนาระหว่างคนในทีมเช่นสายไมค์ขาดอันนี้คือ uncontrol จริง ๆ เราก็ต้องหาวิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้สั้นที่สุด บางทีความผิดพลาดที่อาจจะเกิดจากสิ่งไม่คาดคิด เช่น ภาพขาวไม่มา ตัวหนังสือผิด เรื่องพวกนี้จริง ๆ มันเป็นการแก้ปัญหาที่เราจะต้องทำให้เร็วที่สุดแต่หลังจากนั้นถ้ามีปัญหาอะไรเกิดขึ้นสิ่งที่จะต้องย้ำกับทีมคือคุยกันว่าปัญหาพวกนี้มันควบคุมไม่ได้จริง ๆ หรือเปล่าหรือเกิดจากการประมาท หากคนวิ่งลงไปหาไมค์ตัวใหม่ เป็นต้น คือเราจะต้องมีสติหน้างาน หรือบางทีผู้ประกาศไปเข้าห้องน้ำในช่วงพักเบรกเค้าก็คงไม่อยากจะเสี่ยงจะเข้าไปไมค์ก็จะกดปุ่ม mute ไว้ก่อน ด้วยความรีบกลับมาจัดรายการแล้วลืมเปิดไมค์ มันก็เคยเกิดขึ้น ทีนี้มันขึ้นอยู่กับสติของทีมโปรดักชันหน้างานว่าจะแก้ปัญหาอย่างไร

การติดต่อข่าวบ้านเชิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นอย่างไร

การติดต่อที่ว่าควรให้หน้าหนักกับการสื่อสารอย่างการปรับเสียงให้ฟังง่าย ให้สิ่งที่เราต้องการสื่อสารมันเด่นชัดอันนี้สำคัญมาก สำหรับที่เราไม่ควรปล่อยปละต้องดูแลให้มันออกมาได้ดีที่สุดเท่าที่จะดีได้ และเรื่องของหน้าจอก็ความคลืนความใสการนำเสนอต้องถูกต้อง ข้อมูลต่าง ๆ การนำเสนอภาพอะไรออกไปก็แล้วแต่อันนี้มันก็ย้อนกลับมาที่ภาพตัวรายการเองว่าคุณอาจจะขาดความรอบคอบหรือเปล่าอาจจะต้องมีการดูแลตรวจสอบเพิ่มเติมหรือเปล่าอันนี้ต้องให้ความสำคัญมันก็จะย้อนกลับมาว่าเราทำงานได้ถูกต้องออกมาตามที่ตั้งใจไว้หรือเปล่า อะไรที่จะต้องสื่อสารให้เขาสำหรับผู้สูงอายุมันต้องชัด ๆ ใหญ่ ๆ นิดหนึ่งบางทีผู้สูงอายุไม่ได้ดูคอนเทนท์ของเราผ่านจอโทรทัศน์ขนาดจอขนาด 40 50 นิ้ว ผู้สูงอายุเองก็เป็นคนที่ติดมือถือไม่น้อยไปกว่าวัยรุ่นเพราะฉะนั้นเนี่ยถ้ามีอะไรที่มันดูเล็กจิ๋วหลิวจนเกินไปมันไม่ได้เราอาจจะต้องคำนึงถึงบางอย่างที่มันเชื่อมโยงไปตามวัย บางทีไม่ต้องถึงผู้สูงอายุบางทีแค่รุ่นพี่ที่เราเนี่ยเราส่งอะไรที่เล็ก ๆ เกินไปเค้าก็อ่านไม่ได้แล้ว อย่างเด็กวัยรุ่นหรือวัยทำงานก็อาจจะยังพอดูได้แต่คนที่สูงอายุเค้าก็จะมองไม่เห็นจริง ๆ คอนเทนท์มันก็เรื่องหนึ่งส่วนหนึ่ง การสื่อสารก็อีกส่วนหนึ่งบางอย่างมันต้องคำนึงถึงสิ่งที่มันเชื่อมโยงไปตามวัย ไม่เช่นนั้นก็เหมือนเราไม่ใส่ใจเขา เหมือนเรารู้ว่าเค้าอ่านไม่ออกเราก็กังปายัดเยียดให้เขาสุดท้ายสิ่งที่เกิดขึ้นคือเค้าก็จะไม่สนใจเพราะเลือกที่จะรับชมอย่างอื่นได้

เรื่องเสียงเช่นเดียวกันบางที่มีเสียงรบกวนเข้าไปเยอะ การที่มันไม่ใช่สิ่งที่เขาต้องการ อย่างดนตรี จังหวะเท่า ๆ มันก็ไปรบกวนการสื่อสารในสิ่งที่เขากำลังดูอยู่ก็ไม่ได้อาจจะช่วยให้การสื่อสารมันไปถึงเป้าหมายที่เราตั้งใจไว้ก็ได้

มีหนึ่งกรณีที่เป็นเรื่องใกล้เคียงแต่มันคนละแบบนะอย่าง Pages อีจัน สื่อสารตัวหนังสือ เรียบ ๆ ง่าย ๆ ตัวหนังสืออ่านง่ายแล้วทั้งจังหวะให้คุณอ่านจบประโยค บางทีบางอย่างขึ้น ตัวหนังสือมาเยอะมากให้เวลาเราสองวิเราก็รับสารไม่ทันแล้ว บางทีผู้สูงอายุเองเขาก็จะไม่สามารถอินกับ detail ได้ขนาดนั้นถ้าเขาได้รับสารที่สื่อออกมาไม่รู้เรื่องเค้าก็ปล่อยผ่านไปเลยถ้ามันจะต้องวุ่นวายขนาดนั้นแอบเชื่อว่าเค้าเลือกที่จะปล่อยผ่านมากกว่า บางทีคนเราถ้าขึ้นตัวหนังสืออะไรเยอะเยอะให้เค้าอ่านแล้วเค้าไม่รู้เรื่องเค้าก็สูญเสียการรับรู้เนื้อหาอันนั้นนั่น เหมือนแบบถ้ามันยากไปก็ไม่เป็นไรนะ

เวลาทำรายการก็ควรมี CG ด้วยที่กระชับอ่านง่ายแล้วชัดเจนมันจะช่วยต่อยอดข้อความใจความที่เราจะสื่อสารโดยที่ค้ำใจว่ามันจะไปอยู่ตรงไหนถ้าเรานำเสนอผ่านมือถืออันนี้ต้องคิดแล้วว่ามันควรจะวางอยู่ตรงไหนที่คนอ่านได้เด่นชัดแล้วไม่บดบังใจความหลักที่เราจะสื่อสารออกไป สื่อตัวหนังสือที่เข้มจะสื่อสารได้ง่ายกว่าตัวหนังสือสีอ่อน บางทีเค้าต้อนรับสื่อสารอาจจะไม่ได้อยู่ในห้องเล็ก ๆ เค้าอาจจะทำอะไรอยู่ในสวนหรืออยู่ข้างนอกเค้าก็สามารถเล่นโซเชียลได้ทุกที่ทุกเวลาสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือบางทีตัวหนังสือโทนสีอ่อนสีขาวสีเหลืองสีฟ้าสเทลที่วัยรุ่นอาจจะรู้สึกว่ามันสวยแต่ถ้าพอเวลาไปอ่านบนหน้าจอมือถือจริง ๆ มันอ่านยากเมื่อเทียบกับสีที่เป็นโทนเข้มชัดเจนมันอ่านง่ายกว่าเยอะมากเพราะฉะนั้นพอเค้าอ่านง่ายมันก็ทำให้สื่อสารได้ง่ายบางทีเราอาจจะรู้สึกเซไปไหมพี่มันอาจจะมึนบ้าง บางทีผู้สูงอายุก็ไม่ได้ยอมเปลี่ยนมือถือได้บ่อย ๆ อย่างผู้หญิงเค้าจะมีกระเป๋าบางคนเค้าก็จะพก iPad อย่างผู้สูงอายุผู้ชายก็จะพกเครื่องเดียวแต่พอเห็นโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ทีจ่อใหญ่แล้วแพ่งไปเค้าก็รู้สึกที่ไม่ไหวเสียตายเงินก็จะถูกใจกับการใช้รุ่นเก่าที่จ่อมันใหญ่ หรือโทรศัพท์ที่สามารถเลือกให้ตัวใหญ่ๆได้

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 20 เมษายน 2564)

วงศกร นาคเนียน

ตัดต่ออาวุโสอยู่ฝ่ายข่าวบันเทิงออนไลน์ของช่องวัน 31 / ประสบการณ์ 9 ปี

คิดเห็นอย่างไรกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

สื่อออนไลน์ตอนนี้ตอบใจത്യข่าวบันเทิงยุคใหม่ มันรวดเร็ว มีประเด็นใหม่

ข่าวบันเทิงในทีวีกับออนไลน์ต่างกันอย่างไร

ต่างกันคือ ทีวีเล่าเรื่องด้วยเสียงด้วยภาพ แต่คนเสพออนไลน์จะเน้นภาพเป็นหลักเน้นเล่าเรื่องผ่านตัวอักษร ตัวหนังสือ หรือจะเล่าเรื่องผ่านเสียงก็ได้ แต่คนออนไลน์ส่วนใหญ่เค้าจะดูมือถือ บางทีไม่ได้เปิดเสียง จึงต้องเล่าเรื่องผ่านตัวหนังสือมากกว่าในจอโทรทัศน์

หลักขององค์ประกอบศิลป์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

ต้องดูง่ายไม่ดูตลก เค้าจะมีปัญหาด้านสุขภาพการมองเห็น หรือการได้ยิน เราจะใช้ตัวหนังสือที่อ่านชัดเจน สีโทนเย็นเหลือง ฟ้ำ ชมพู เย็น ๆ แต่ก็อาจจะอยู่ที่คอนเทนต์ว่าเป็นคอนเทนต์แบบไหน ถ้าเป็นคอนเทนต์ตลกก็เป็นสีร้อน ๆ แสง ๆ ดำ ๆ ฟ้อนต์ที่อ่านง่ายต้องมีหัว คนสูงวัยจะไม่คุ้นกับฟ้อนต์สมัยใหม่มาก ต้องชัดเจน ขนาดอ่านง่าย ต้องไม่เล็กไป สีต้องคอนทราสต์กันชัดเจนจะหว่างตัวหนังสือกับพื้นหลัง

ผู้สนับสนุนรายการควรอยู่ตำแหน่งใดในรายการ

ส่วนใหญ่เป็น Product placement เอาของมาตั้งเลยจะสามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้มากกว่า เอาโลโก้มาแปะจอาจจะสื่อสารไม่ได้เท่าไรเท่ากับการพูดถึงสินค้า มันจะทำให้เกิดการรับรู้ของผู้สูงอายุดีกว่าจะไม่พูดถึงอะไร

วันถ่ายทำมีอะไรที่ต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษ

การทำรายการสำหรับผู้สูงวัย เราต้องทำรายการให้ผู้สูงวัยไม่รู้สึกว่าตัวเองสูงวัย

การติดต่อรายการข่าวบันเทิงสำหรับผู้สูงวัย

จังหวะจะต้องไม่เร็วไป เพราะคนสูงอายุจะต้องใช้เวลาในการรับสาร ตัวหนังสือชัดเจน สื่อสารเข้าใจ หรือเสียงพูดต้องสื่อสารแล้วเข้าใจเลย สีที่ใช้อาจเป็น สีเหลือง เขียวอ่อน ฟ้ำ

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 20 เมษายน 2564)

ธีรพจน์ เทียมสุวรรณ

กราฟิกบันเทิงช่อง One31 ประสบการณ์ 6 ปี

ความคิดเห็นต่อข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

ข่าวบันเทิงปัจจุบันแข่งขันกันทางออนไลน์สูงมากกว่าทีวี เพราะไวกว่าทีวี เพราะทีวีมีความถูกต้อง ต้องลงลึกในรายละเอียด

องค์ประกอบของกราฟิกรายการมีอะไรบ้าง

ไตเติ้ลรายการเพื่อดึงความสนใจ บาร์ โลโก้ เอนเครดิต

ควรออกแบบเพื่อเหมาะสมกับผู้สูงอายุอย่างไร

สีสันเยอะหน้อยแต่ไม่ดูฉลาด เพราะผู้สูงอายุเจตสีเยอะ ๆ จะลายตา หลายสีได้แต่ไม่ดูฉลาด คือหลายสีแต่ไม่สด ยกตัวอย่างเช่น น้ำเงินกับฟ้า อาจใช้สีฟ้า แต่ไม่สดมาก ออกทางเข้มขึ้นหน่อย ตัวหนังสือเล็กไม่ได้ ต้องเห็นชัด โลโก้ ต้องไม่เป็นมินิมอล เป็นลักษณะแบบรายการวันบันเทิง ต้องไม่วัยรุ่นไป เพราะเค้าจะเข้าไม่ถึงขนาดคอนเทนต์ต้องชัด ตัวหนังสือมีขอบ กราฟิกต้องเน้นข้อความ

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 20 เมษายน 2564)

สุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์

อธิบดีกรมกิจการผู้สูงอายุ

ประสบการณ์ในการทำงาน หน้าของกรมกิจการผู้สูงอายุปีที่ 2 แต่อดีตเป็นผู้อำนวยการศูนย์ผู้สูงอายุที่บ้านบางแคประมาณ 2 ปีกว่า

บทบาทหน้าที่กรมกิจการผู้สูงอายุ

หน้าที่ของกรมในปัจจุบันเป็นหน่วยนโยบายวิชาการที่เราเป็นแนวทางในการขับเคลื่อน เพื่อให้การดูแล ค้ำครอง พิทักษ์ พัฒนาผู้สูงอายุมีประสิทธิภาพ เพราะการทำงานด้านผู้สูงอายุไม่ได้ทำโดยกรมกิจการผู้สูงอายุที่เดียว เป็นการขับเคลื่อนในหลายมิติร่วมกัน ทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคมสภาพแวดล้อม และเทคโนโลยีด้วยในปัจจุบัน เพื่อรองรับสังคมที่ก้าวเข้ามาเป็นสังคมสูงวัย ปีนี้ปีหน้าก็จะเป็นสังคมสูงวัยที่สมบูรณ์แบบคือ 20% ของประชากรคือผู้สูงอายุ คาดว่าประมาณปี 65 ก็จะเป็นตามนั้น เพราะฉะนั้นการที่เราเข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่เรามีผู้สูงอายุเพียง 10% จนมาถึงวันนี้ก็จะเข้าสู่ 20% ก็เป็นเวลาที่มีการขับเคลื่อนด้านเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัยโดยลำดับ โดยภารกิจของกรม ทำอะไรยังไงบ้างแล้ว ก็มีการทำงานรวมกันกับหลาย ๆ หน่วยงาน ปัจจุบันเรามีแผนบูรณาการเตรียมความพร้อมโดยกรมกิจการผู้สูงอายุเป็นเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนแต่มี 2 มิติ คือ มิติด้านการเตรียมความพร้อม กับมิติด้านการพัฒนาศักยภาพ

มิติด้านการเตรียมความพร้อม ก็หมายถึง ทำยังไงที่จะเตรียมสังคม เตรียมคนในทุกช่วงวัยให้เข้าใจ และพร้อมที่จะเข้าสู่สังคมสูงวัยที่สมบูรณ์แบบขึ้น

มิติด้านการพัฒนาศักยภาพ หมายถึง คนที่ 60 ปีแล้ว จะทำอย่างไรให้ท่านยังคงเป็นผู้สูงอายุที่เป็น Active Aging เรียกว่าเป็นวุฒิพลังให้ยาวนานที่สุด

ถ้าเราแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ ติดบ้าน ติดสังคม ติดเตียง เราก็อยากให้เป็นผู้ที่ติดสังคมมากที่สุด ถึงเวลาเหนื่อยอาจจะติดบ้าน แต่ให้ติดเตียงน้อยที่สุดหรือไม่ติดเตียง แล้วก็จากไป

แบบมีความสุข นี่ก็เป็นมิติของการทำงานด้านผู้สูงอายุที่มีการขับเคลื่อนร่วมกันของหลาย ๆ หน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นสาธารณสุข แรงงาน หรือว่าอุดมศึกษาต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะมาช่วยกันมาดูแลในมิติเหล่านี้ค่ะ

ท่านติดตามข่าวสารผ่านช่องทางใดบ้าง

ดูทางโทรศัพท์เป็นช่องทางที่หนึ่งที่จะดูมากกว่าเพื่อน ดูทางทีวีก็ยังมีบ้างที่ใช้เวลากับกิจกรรมตรงนั้น และวิทยุก็ได้ฟังเวลาเดินทางในรถ ถ้าทางโทรศัพท์ก็จะดูข่าวผ่านลิงค์ทางไลน์ ข้อมูลที่ส่งเข้ามา เฟสบุคสำหรับพี่ก็ดูน้อย แต่ถ้าเป็นผู้สูงอายุที่ออกจากภาวะที่ต้องทำงานแล้วก็อาจจะให้เฟสบุคมากขึ้น

ท่านติดตามข่าวบันเทิงบ้างหรือไม่

ก็ดูบ้าง ข่าวบันเทิงก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เราผ่อนคลาย เราก็ต้องเรียนรู้ในหลาย ๆ มิติ เพราะว่าความบันเทิงก็เป็นส่วนหนึ่งของสังคมคิดว่าทั้งข่าวสารที่เป็นข่าวสารหลัก ๆ และข่าวสารบันเทิง ดนตรี ก็ดูมีติดตาม

แต่ถ้าหลังเกษียณแล้วเวลาสำหรับกิจกรรมตรงนี้อาจจะเยอะขึ้น อาจจะใช้เวลาในการดูสื่อตรงนี้เยอะขึ้น อาจจะมีเวลาที่เปิดทีวีอยู่ที่บ้านมากขึ้น เพราะเดี๋ยวนี้ข่าวบันเทิงก็ไม่ใช่แค่เพียงจะทำให้เรารู้ว่าจะมีละครเรื่องอะไร แต่มันก็ทำให้เรารู้ว่าเค้าสื่อสารอะไรกัน เค้ามีการเปลี่ยนแปลงอะไรกันในวงสังคมคนบันเทิงที่มีอยู่ มันก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เรารู้สถานการณ์ร่วมไปกับสังคมด้วย เพราะบางทีเราก็มีความรู้สึกที่ว่า เรายังเป็นส่วนหนึ่งของสังคมก็ต้องรู้ทุก ๆ มิติ

ท่านใช้ช่องทางไหนในการติดตามข่าวบันเทิงบ้างนอกเหนือจากโทรทัศน์

ส่วนใหญ่ก็จะรับข่าวบันเทิงจากโทรทัศน์ช่องทางอื่นก็ไม่ค่อย

ท่านคิดว่าผู้สูงวัยใช้แอปพลิเคชันไลน์บ่อยเพียงใด

พี่คิดว่าเดี๋ยวนี้ผู้สูงอายุมองความเข้าใจในสื่อมากขึ้น อย่างเราทำงานกรมกิจการผู้สูงอายุ เนี่ย โรงเรียนผู้สูงอายุ หรือชมรม หรือ ศูนย์ต่าง ๆ เราพยายามจัดการอบรมเรื่องการใช้สื่อเข้าไปให้ท่านได้รับรู้วิธีการเหล่านี้มากขึ้น เพราะฉะนั้นพี่คิดว่าผู้สูงอายุใช้สื่อเหล่านี้มากขึ้นในสังคมปัจจุบัน และในอนาคตน่าจะมีความจำเป็นที่ท่านจะต้องได้รับข้อมูลผ่านสื่ออย่างนี้มากขึ้น และที่เราพยายามให้ความรู้เข้าไปเพราะเราคิดว่า เมื่อท่านใช้มากขึ้น ท่านก็ต้องใช้อย่างถูกวิธีและก็ตามทันไม่ถูกสื่อเหล่านี้หลอกลวง เพราะบางทีมีข่าวว่าผู้สูงอายุคนนั้นผิดนี่ผิดแล้วมันเป็นปัญหา ก็มีการอบรมสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นกับกระบวนการของเราด้วย

ท่านคิดว่ามีข้อจำกัดในการใช้สื่อสำหรับผู้สูงวัยบ้างหรือไม่

น่าจะเป็นสายตาที่เป็นข้อจำกัด พวกตัวเล็กอะไรแบบนี้ แล้วก็การสัมผัสที่ต้องใช้เวลาจำกัดหรือความเร็ว บางทีอาจจะไม่ทันถ้ามันสามารถมีเวลาในการตัดสินใจเลือกจะดีไม่เหมือนเด็ก ๆ ที่จะกดนูนี้ได้ทันที แต่เรื่องสายตานั้นสำคัญ หนังสือต้องตัวใหญ่และก็สร้างความชัดเจน ออกแบบอย่างไร

1. ตัวหนังสือต้องใหญ่ขึ้น เมื่อก่อนเราเคยแซวเวลาเพื่อนเล่นโทรศัพท์ว่าตัวหนังสือเป็นไซส์บางแค จริง ๆ คือตัวใหญ่
2. สีสันต้องสะดุดตา เรียบ ๆ เฟลน ๆ อาจจะไม่เป็นที่สังเกต

ท่านรับชมรายการต่าง ๆ เพราะอะไร

3. ถ้าดูข่าวบันเทิงเพื่อความเพลิดเพลิน
4. อาจจะทำให้เค้าสังคมปัจจุบันมีวิถีอย่างไรกัน
5. ดูเพื่อจะบอกกล่าวหรือสื่อสารถึงลูกหลานได้ว่ามีมติต่าง ๆ ที่มองเห็นเนี่ยมันใช่หรือไม่ ควรหรือไม่ควร เพราะบางทีเราก็คอยากที่จะสอนลูกหลานผ่านสื่อ บางทีเราพูดแล้วไม่มีตัวอย่างอาจจะไม่เข้าใจ มีตัวอย่างจากสื่อบันเทิงทั้งดีทั้งไม่ดีมีมุมที่สะท้อนให้เห็น เพราะฉะนั้นการทำสื่อบันเทิงต้องมีผลถึงตรงนี้เหมือนกันในการที่จะทำให้เป็นประโยชน์ในแง่ของการสื่อสารและต่อเนื่องไปถึงการสร้างความรู้เข้าใจในมติต่าง ๆ ให้กับเด็ก ๆ และเยาวชนได้ผ่านทางผู้ใหญ่ได้ด้วย

ท่านคิดอย่างไรกับข่าวบันเทิงในปัจจุบัน

ฟังเพื่อรับรู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้นกันบ้างแล้วกลั่นกรองว่าสิ่งที่ได้ยินได้ฟังนั้น ได้ยินแล้วผ่านไปหรือได้ยินแล้วควรเก็บมาเพื่อสื่อสารต่อหรือบอกกล่าวนำมาใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง เพราะมีทั้งเรื่องที่ดีควรจะไปและมีทั้งเรื่องที่ดีควรจะไปบอกกล่าวและเป็นประโยชน์กับคนอื่นได้ เป็น 2 ระดับ

เคยดูแล้วรู้สึกว่บางข่าวไม่ควรตีแผ่หรือไม่

ถ้าในแง่ความรุนแรงหรือในมิติที่จะก่อให้เกิดการลอกเลียนแบบเราก็ต้องทำความเข้าใจว่าบางทีสร้างสื่อก็ควรต้องสร้างเพื่อให้คนสนใจว่าอะไรเป็นประเด็นที่จะดึงดูดความน่าสนใจได้ทำแบบไหนแล้วจะเกิดลูกค้าได้ ก็ต้องเข้าใจในมิติของผู้ผลิต แต่ในอีกมิติของผู้เสพสื่อเราก็ควรต้องมีวิจารณญาณของเราที่จะวิเคราะห์ว่า ใ้ที่เค้าสื่อให้เรา เรารับรู้แล้วผ่านไปหรือเรารับรู้แล้วนำมาวิเคราะห์ห้กลั่นกรองเสนอให้ลูกหลานได้ แต่บางครั้งถ้ามันยากเกินไปมันก็จะทำให้เกิดความไม่เข้าใจในสังคม เพราะฉะนั้นการส่งสื่อก็ควรต้องมีความระมัดระวัง และก็มีความพอเหมาะพอดี ซึ่งจริง ๆ ก็คิดว่าเค้าก็มีกระบวนการเพราะเค้าก็ผ่านกบว ผ่านกรรมการมาหลาย ๆ มิติ ท่านก็ควรต้อง

กลิ่นกรองสิ่งเหล่านั้นออกมาจนออกมาถึงเราแล้วในฐานะผู้เสพ เพราะฉะนั้นสิ่งที่ควรจะทำให้เกิดขึ้นในสังคมคือ สร้างการรับรู้ว่าสื่อที่ออกมานั้นไม่ใช่ว่าท่านจะเสพแล้วสรุปตรงนั้นเลยคงต้องกลิ่นกรองซึ่งกันและกันทั้งสองฝ่าย

ท่านรู้จักรายการบันเทิงประเภทใด

ไกลเดินซอง พิธีกรทุกรายการเค้าก็มีความถนัดในรูปแบบตามนั้น ชอบไกลเดินซองเพราะเป็นความบันเทิงที่ไม่ต้องคิดมาก อันนี้คือถ้าเราเครียดเราเหนื่อยแล้วมาฟังรายการนี้เรารู้สึกว่ามันก็เป็นความบันเทิง ละคอมเมนต์ทั้ง 4 ท่านก็สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และมีอยู่ช่วงหนึ่งที่มีความรู้สึกว่ามันตอบโจทย์สังคมผู้สูงอายุในฐานะที่เราทำในมิติตรงนี้ มีอยู่วันหนึ่งที่มีท่านผู้สูงอายุมาเป็นผู้เข้าแข่งขันเค้าก็ชี้ให้เห็นว่าถึงจะสูงอายุแล้วก็ยังแสดงความสามารถได้ มีศักยภาพพร้อมและท่านคอมเมนต์เตอร์ก็แสดงความชื่นชมและก็สื่อสารออกมาเป็นมุมที่ดีกับการเป็นสังคมผู้สูงอายุ มันตอบโจทย์ทำให้ผู้สูงวัยรู้สึกยังมีคุณค่าและยังสำคัญในสังคม ยังเคยคิดด้วยซ้ำว่าจะไปขอขอบคุณเค้าแต่เป็นสถานการณ์โควิดมันก็ลำบาก

เนื้อหารายการบันเทิงสำหรับผู้สูงวัยควรเป็นแบบใด

ถ้ามิติของสังคมสูงวัยจริง ๆ ดารามีส่วนทำให้เกิดความน่าสนใจของการเสฟสื่อ เพราะฉะนั้นสิ่งที่เราอยากให้ผู้สูงวัยได้รับคือ รับรู้ถึงสิทธิสวัสดิการ รับรู้ถึงสิ่งที่สังคมดำเนินการว่าท่านสามารถเข้าสู่สิทธินั้นได้อย่างไร เพราะฉะนั้นด้านบันเทิงหรือดารามาเป็นตัวกลางในการที่จะสร้างมิติเหล่านี้ให้เกิดขึ้น จะเป็นประโยชน์มากขึ้น เพราะถ้าเราเอาคนในหน่วยงานในกรมกิจการผู้สูงอายุไปพูด ท่านผู้สูงอายุอาจจะไม่ได้อยากฟังเห็นหน้าแล้วไม่ได้อยากรู้ ถ้าทางบันเทิงนำมิติเหล่านี้ไปสื่อสารคือทำงานด้วยกันกับกรมกิจการผู้สูงอายุมาสื่อสารสิ่งที่เป็นประโยชน์สิทธิสวัสดิการต่าง ๆ ให้ท่านผู้สูงอายุได้รับรู้ว่า 60 ปีไปแล้วท่านจะได้อะไรบ้าง ควรจะดูแลตัวเองอย่างไรบ้าง ควรจะมีการพักผ่อนอย่างไร ออกกำลังกายอย่างไร ใช้ชีวิตอย่างไร ท่านจะได้ประโยชน์อะไรหลังใช้ชีวิตหลัง 60 ของท่านผ่านคนบันเทิง พี่ว่ามันจะทำให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น ในอนาคตก็อยากทำงานร่วมกับผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิงที่ท่านมีความประสงค์จะช่วยสังคมที่จะทำให้สิ่งเหล่านี้เข้าไปถึงมือผู้สูงอายุ

หากมีรายการบันเทิงผ่านช่องทางไลน์ท่านคิดว่าจะช่วยผู้สูงอายุได้หรือไม่ ในด้านใด

ได้ความผ่อนคลาย ได้รับความเข้าใจสวัสดิการที่จะเกิดในชีวิตท่านได้อย่างเข้าถึงและมีความชัดเจนมากขึ้น

รายการต่าง ๆ มักมีผลิตภัณฑ์มานำเสนอท่านเคยสนใจหรือไม่

ถ้าดีและมีประโยชน์จริงก็ดี แต่ก็อยากให้ความเข้าใจผู้สูงอายุด้วยถ้าเป็นเรื่องจริงเรื่องดีบอกกล่าวกันก็ไม่ได้ว่าอะไรกันว่าจะไปสนับสนุนหรือไม่ ก็อยู่ที่การตัดสินใจของผู้ฟัง แต่ถ้ามันไม่ใช่เรื่องจริงเรื่องดีก็ให้ความเข้าใจผู้สูงอายุหนึ่ง เห็นใจท่านหน่อยอย่าไปบอกอะไรที่ทำให้ท่านไขว้เขว

สินค้าที่เหมาะสมก็ควรเป็นเรื่องสุขภาพ ผู้สูงวัยบางท่านที่ยังอยู่ในวัยที่ติดสังคมเนี่ยยังอยากไปไหนมาไหน สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สถานที่ที่จะทำให้ท่านได้ไปเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ สถานที่นี้ไปสะดวกผู้สูงอายุไปได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

ท่านคิดว่าผู้สูงวัยเคยคอมเมนต์แสดงความเห็นบ้างหรือไม่

ผู้สูงวัยที่เป็นวัยเกษียณแล้วน่าจะมีการคอมเมนต์กลับไปท่านอาจจะมีมติในใจว่าเห็นด้วยไม่เห็นด้วยแล้วอยากสื่อสารกลับน่าจะมี แต่ในตัวที่เนี่ยไม่ได้คอมเมนต์ ดูเพื่อผ่อนคลายไปอันนี้เรารับก็รับเพราะเราก็มีภาระอื่น

อยากฝากสื่อบันเทิงเพื่อทำให้ท่านผู้สูงอายุมีความสุขในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและทำให้ท่านได้รับความรู้และเข้าใจในสิทธิสวัสดิการ ก็อยากให้มีมิติด้านความบันเทิงกับการทำงานของกรมกิจการผู้สูงอายุเป็นส่วนหนึ่งซึ่งกันและกันในอนาคตเพื่อสังคมสูงวัยที่ดี

(สัมภาษณ์ ณ วันที่ 8 เมษายน 2564)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ลิลลี่ แม็คกร๊าธ
วัน เดือน ปี เกิด	5 กันยายน 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาลัยสื่อสารสังคม สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาการแสดงผล กำกับการแสดง
ที่อยู่ปัจจุบัน	43/96 ซอยบารโบส 2 ถนนสุขุมวิท 42 แขวงคลองเคาย เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10110

