

การผลิตสเปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบชุด  
“วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา”

นางอนงค์ สุภภิญโญ

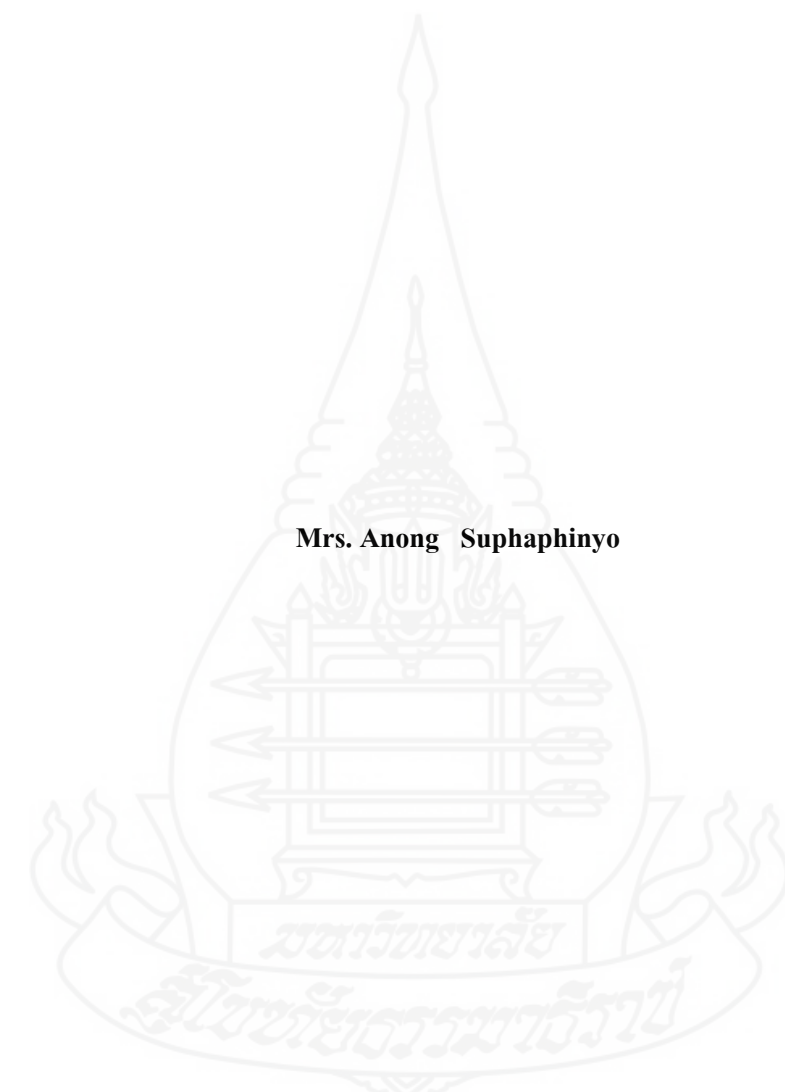


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

**Production of the Radio Spot Model “Crisis... Life of Abandoned Elderly”**

**Mrs. Anong Suphaphinyo**



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Communication Arts

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2013



**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การผลิตสโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบชุด “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา”

**ผู้ศึกษา** นางอนงค์ ศุภกิจโยธู **รหัสนักศึกษา** 2501501221 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์จักราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ **ปีการศึกษา** 2556

### บทคัดย่อ

การผลิตสโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบชุด “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตและพัฒนา สโปตวิทยุเพื่อการรณรงค์ผู้สูงอายุ “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” และ 2) เผยแพร่ สโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุในการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุให้กับประชาชนในจังหวัดพะเยา

ผู้ศึกษาได้ผลิตสโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบ จำนวน 7 ชิ้นงาน ประกอบด้วย (1) หนีไม่พ้นความแก่ (2) เพราะรัก (3) สังกัด (4) อาการ (5) อัลไซเมอร์ (6) วิกฤติ...ชีวิตเมื่อยามชรา และ (7) ป้องกัน ด้วยรักและเข้าใจ

กระบวนการผลิตสโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผนการดำเนินการผลิต 2) การวางแผนการเขียนบท 3) การเขียนบทสโปตวิทยุ 4) การพิจารณา วิพากษ์พัฒนามบทวิทยุ 5) การบันทึกบทสโปตต้นแบบ การลงเสียง และการตัดต่อ ส่วนการพัฒนาสื่อต้นแบบ ประกอบด้วย การสร้างเครื่องมือในการพิจารณาสื่อต้นแบบ การกำหนดผู้พิจารณาสื่อต้นแบบ การประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อรับฟังสื่อต้นแบบร่วมกัน และการสนทนากลุ่ม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 10 คน ผลการพิจารณาพบว่า (1) ด้านความยาวของสโปตวิทยุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ด้านเนื้อหาของสโปตวิทยุโดยภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3) ด้านรูปแบบการนำเสนอของสโปตวิทยุ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (4) ด้านคุณภาพเสียงของผู้นำเสนอสโปตวิทยุโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ (5) ด้านคุณภาพของสโปตวิทยุโดยภาพรวม โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และหลังจากสื่อต้นแบบผ่านการประเมินแล้ว ได้มีการเผยแพร่สโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบทางสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีวิทยุชุมชนสบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกะเฮิร์ตซ และสถานีวิทยุชุมชน ในอำเภอต่างๆ จำนวน 8 อำเภอในจังหวัดพะเยา

**คำสำคัญ** การผลิตต้นแบบชิ้นงาน สื่อสโปตวิทยุกระจายเสียง ผู้สูงอายุ



**Independent Study title:** Production of the Radio Spot Model “Crisis... Life of Abandoned Elderly”

**Author:** Mrs. Anong Suphaphinyo; **ID:** 2501501221; **Degree:** Master of Communication Arts;

**Independent Study advisor:** Chiraporn Suwanvajukkasikit, Associate Professor;

**Academic year:** 2013

### **Abstract**

The objectives of this research were 1) to produce and develop a radio spot model campaign “Crisis... life of abandoned elderly” and 2) to distribute a radio spot model to enlarge knowledge and understanding towards aging preparation of the elderly for people in Phayao Province.

The author produced 7 radio spot model: (1) “Aging cannot be escaped”; (2) “Because of love”; (3) “Observation”; (4) “Symptoms”; (5) “Alzheimer’s”; (6) “Crisis... life of abandoned elderly”; and (7) “Prevention with love and understanding.”

The radio spot production process consisted of 5 steps, namely 1) production planning 2) script planning 3) script writing 4) script development process and 5) radio spot model production, recording, editing. The development process consisted of developing instrument for radio spot model consideration, assigning qualified persons for radio spot model consideration, organizing a meeting for radio spot model consideration and, holding a group discussion which consisted of 10 academics and professionals in the field of communication arts. Overall, the consideration results were as follows: (1) most of them were highly satisfied with the length of the radio spots; (2) most of them were highly satisfied with the content of the radio spots; (3) their satisfaction towards the presentation format of the radio spots was medium; (4) most of them were highly satisfied with the voice quality of the presenter; and (5) most of them were highly satisfied with the quality of radio spots. After the consideration, the radio spot model was broadcast via Sabai Jai Radio FM 89.00 Megahertz and community radio stations in 8 districts within Phayao Province.

**Keywords:** Model Production, Radio Spot, Elderly

## กิตติกรรมประกาศ

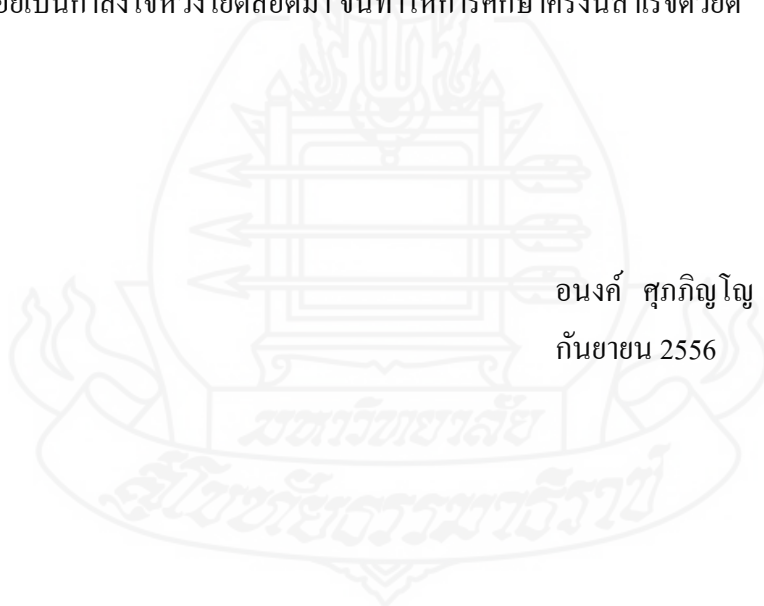
การศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งของ รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย- ธรรมราช ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการศึกษาครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา ตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา และอาจารย์วัชระ ศรีคำตัน ที่กรุณาให้คำแนะนำสนับสนุนข้อมูล ตลอดจนคณาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช รวมทั้งเพื่อนนักศึกษาผู้ มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้ทุกท่านที่กรุณาสนับสนุนและเป็นกำลังใจตลอดมา

นอกจากนี้ สิ่งที่เป็นพลังมหาศาล ซึ่งเป็นทั้งแรงบันดาลใจ แรงกำลังใจและแรง สนับสนุนแก่ผู้ศึกษาตลอดเวลา คือ คุณพ่อบุญยืน ใจกันทา คุณแม่อำพร ใจกันทา ผู้เป็นบิดาและ มารดาที่คอยเป็นกำลังใจห่วงใยตลอดมา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

อนงค์ สุภิญโญ

กันยายน 2556



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญภาพ .....	ช
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	4
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน .....	4
แนวคิดการผลิตสปอตรณรงค์ทางวิทยุกระจายเสียง .....	15
สถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยา .....	52
บทที่ 3 การผลิตสื่อต้นแบบ .....	61
ลักษณะสื่อต้นแบบการดำเนินการผลิตสื่อต้นแบบและการเผยแพร่ .....	61
การวางแผนและผลิตสื่อต้นแบบ .....	62
บทที่ 4 การพิจารณาสื่อต้นแบบก่อนออกอากาศและการออกอากาศสื่อต้นแบบ .....	96
การพิจารณาสื่อต้นแบบก่อนออกอากาศ .....	96
การออกอากาศสื่อต้นแบบ .....	99
บรรณานุกรม .....	101
ประวัติผู้ศึกษา .....	103

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 กระบวนการและองค์ประกอบในการสื่อสาร.....	5
ภาพที่ 2.2 การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน.....	9



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันวิจัยระบบ สาธารณสุข (สวรส.) สํารวจพบว่า ทั่วประเทศมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นเป็น 7,300,000 กว่าคน สวรส.จึงคาดการณ์ไว้ว่า อีก 10 ปีข้างหน้า จำนวนประชากรผู้สูงอายุในเมืองไทยจะมีมากกว่าประชากรที่เป็นเด็ก และนับไปอีก 15 ปีถัดจากนี้หรือ พ.ศ. 2568 (ไทยรัฐ, 2556) สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุในไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 14 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรืออีก 15 ปีข้างหน้าคนไทยทุก 5 คน จะเป็นคนแก่ 1 คน การที่จำนวนและสัดส่วนผู้สูงอายุของประเทศไทย เพิ่มขึ้นในอัตราที่รวดเร็ว ทำให้โครงสร้างประชากรของประเทศไทยเคลื่อนเข้าสู่ระยะที่เรียกว่า ภาวะประชากรสูงอายุ (Population ageing) ปรากฏการณ์นี้ ถ้ามองในแง่ดี ถือว่าเป็นมงคล เพราะการที่พ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยายของเรา ได้ใช้เวลาใช้ชีวิตอยู่กับพวกเรานานวันขึ้น ย่อมดีกว่าการด่วนจากไป แต่นั่นคงหมายถึงเฉพาะการได้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันยาวนานขึ้น อย่างอบอุ่น และมีคุณภาพชีวิตที่ดี เท่านั้น หากว่าบุคลากรของเราต้องใช้ชีวิตที่ยืนยาวขึ้นอย่างไรก็ตาม เช่น เจ็บป่วยเรื้อรังรักษาไม่หาย ดูแลตัวเองไม่ได้ แถมยังไร้ลูกหลานเหลียวแล กลายเป็นส่วนเกินให้สังคมต้องแบกรับภาระ สร้างความหดหู่สังเวชใจให้ผู้พบเห็น ถ้าอีก 15 ปีข้างหน้าสังคมไทยมีสภาพอย่างนั้น นับว่าน่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง

แพทย์หญิงเอวาร์ตน์ ประภักษ์ขาม ผู้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนไทย โดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546 - 2547 (ไทยพีอาร์ดอทเน็ต, 2550) ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) เปิดเผยว่า สถานการณ์ของผู้สูงอายุในสังคมไทยกำลังเป็นที่น่าวิตก ข้อมูลจากการสำรวจพบว่าจำนวนผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้งให้อยู่อย่างโดดเดี่ยวนั้นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยข้อมูลจากสัมมนาประชากร ตั้งแต่ปี 2513 (ไทยพีอาร์ดอทเน็ต, 2550) ผู้สูงอายุที่อยู่อย่างโดดเดี่ยวนั้นมีเพียง 10 เปอร์เซ็นต์ แต่ในปี 2547 (ไทยพีอาร์ดอทเน็ต, 2550) พบว่าจำนวนผู้สูงอายุที่อยู่อย่างโดดเดี่ยวตามลำพังเพิ่มเป็น 17 เปอร์เซ็นต์ ที่น่าตกใจคือกว่า 12 เปอร์เซ็นต์ของผู้สูงอายุที่ว่างงานถูกปล่อยให้อยู่ในสถานสงเคราะห์ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นกระแสทุนนิยม ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างครอบครัวให้กลายเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ความรักความผูกพันในครอบครัวน้อยลง ความ

ตระหนักในคุณค่าของผู้สูงอายุจึงน้อยลงตามไปด้วย เช่นเดียวกับมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส. จัดเวทีเสวนา สังคมไทยกับความรุนแรงต่อผู้สูงอายุ: มุมมองที่มากกว่าความสงสารและบริจาค การถูกละเลย ทอดทิ้ง การถูกระทำรุนแรงทางจิตใจ การกระทำรุนแรงทางจิตใจโดยการเอาเปรียบทรัพย์สิน ผู้สูงอายุที่ถูกกระทำ ความรุนแรงทางด้านร่างกาย ผู้สูงอายุไทยที่ถูกกระทำรุนแรงส่วนใหญ่จะไม่บอกหรือเปิดเผยข้อมูล เหล่านี้คือสถานการณ์ปัญหาความรุนแรงของผู้สูงอายุไทย ความรุนแรงต่อผู้สูงอายุไทย เป็นปัญหาซับซ้อน ขาดการรายงานปัญหาที่แท้จริง รวมทั้งขาดการรับรู้จากประชาชนและสังคม เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับความกตัญญูต่อกตเวที และการเคารพนับถือผู้อาวุโส จึงทำให้สังคมทั่วไป ไม่ได้ตระหนักหรือคิดว่าจะมีการกระทำรุนแรงต่อผู้สูงอายุเกิดขึ้นจริง รวมทั้งการมองว่าเป็นปัญหาในครอบครัว ไม่ควรไปเกี่ยวข้อง อีกทั้งตัวผู้สูงอายุเองก็ไม่กล้าบอกสิ่งที่จริงแล้ว ความรุนแรงต่อผู้สูงอายุ สามารถเกิดขึ้นได้ทุกแห่ง ไม่มีความแตกต่างทางสังคมหรือชนชั้น เกิดได้ทั้งในบ้าน สถานดูแลผู้สูงอายุ แหล่งให้บริการต่างๆ แก่ผู้สูงอายุและสถานพยาบาล สอดคล้องกับข้อมูลของกลุ่มงานจิตเวช โรงพยาบาลพะเยา ว่าสถานการณ์ผู้สูงอายุตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 (รพีพันธ์ นาครินทร์, 2553) พบว่า จำนวนผู้ป่วยที่มาเข้ารับบริการรักษาความเครียดวิตกกังวล รวมจำนวนกว่า 438 คน และโรคซึมเศร้า รวมทั้งสิ้น 278 คน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นในกลุ่มวัยทำงานจนถึงผู้สูงอายุ สาเหตุเกิดจากการได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ปัญหาเรื่องหนี้สิน ตลอดจนปัญหาทางสังคม และการเมือง และจากข้อมูลของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 จนถึงปี 2553 (รพีพันธ์ นาครินทร์, 2553) พบว่า สถิติการฆ่าตัวตายของจังหวัดพะเยาที่ผ่านมา คิด 1 ใน 5 เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยเฉพาะข้อมูลของสาธารณสุขอำเภอจุน ว่าตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2553 (รพีพันธ์ นาครินทร์, 2553) อำเภอจุนมีคนที่ฆ่าตัวตาย 5 ราย เป็นผู้สูงอายุ 4 ราย สาเหตุการฆ่าตัวตายมาจากปัญหาหนี้สิน สุขภาพ และความรู้สึกถูกละทิ้ง

ด้วยเหตุนี้การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และการเตรียมตัวเข้าสู่วัยผู้สูงอายุให้กับประชาชนในจังหวัดพะเยาให้มากขึ้น จึงเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ทุกคนได้รับรู้และตระหนักว่า ผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วม เป็นพลังพัฒนาสังคมที่สมควรได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐ ให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรีและคงไว้ซึ่งภาวะสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้ยาวนานที่สุด ขณะเดียวกันผู้สูงอายุที่ประสบความทุกข์ยาก ต้องได้รับการเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน สังคมและรัฐอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งในปัจจุบันนี้สื่อวิทยุกระจายเสียง นับว่าเป็นช่องทางสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถกระตุ้นเตือน ส่งสารธรรมะเข้าถึงประชาชนได้ทุกพื้นที่ สามารถรับฟังควบคู่ไปกับ

การทำกิจกรรมอื่นหรือแม้แต่นุคคตพหุผลภาพก็สามารถรับรู้ข่าวสารจากวิทยุได้เช่นกัน ด้วยคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียงดังกล่าว จึงเหมาะสำหรับการนำเสนอให้ความรู้เรื่องผู้สูงอายุ โดยทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ แล้วนำมาผลิตเป็นสื่อต้นแบบสโปตวิทยุกระจายเสียงชุด “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งเมื่อยามชรา” นำออกอากาศทางสถานีวิทยุชุมชนสบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกะเฮิร์ตซ และสถานีวิทยุชุมชน ในอำเภอต่างๆ อีก 8 อำเภอ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และการเตรียมตัวเข้าสู่ผู้สูงอายุให้กับประชาชนในจังหวัดพะเยาให้มากขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อผลิตและพัฒนาสโปตวิทยุเพื่อการรณรงค์ผู้สูงอายุ “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา”

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำสโปตวิทยุกระจายเสียงต้นแบบเพื่อเพื่อการรณรงค์ผู้สูงอายุ “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” ไปเผยแพร่กระตุ้นให้ผู้สูงอายุและผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักเห็นความสำคัญและปฏิบัติตนอย่างถูกต้องและเพื่อช่วยผู้สูงอายุให้ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขในบั้นปลายชีวิต

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การผลิตสปอติวิทยุกระจายเสียงต้นแบบชุด “วิกฤติ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” นี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
2. แนวคิดการผลิตสปอตรณรงค์ทางวิทยุกระจายเสียง
3. สถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยา

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

การสื่อสาร การสื่อสารมวลชนและสื่อมวลชน มีความเกี่ยวพันกัน ดังนั้นก่อนที่จะทำความเข้าใจกับการสื่อสารมวลชน ควรเริ่มต้นที่กรอบใหญ่ นั่นคือ การสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2527)

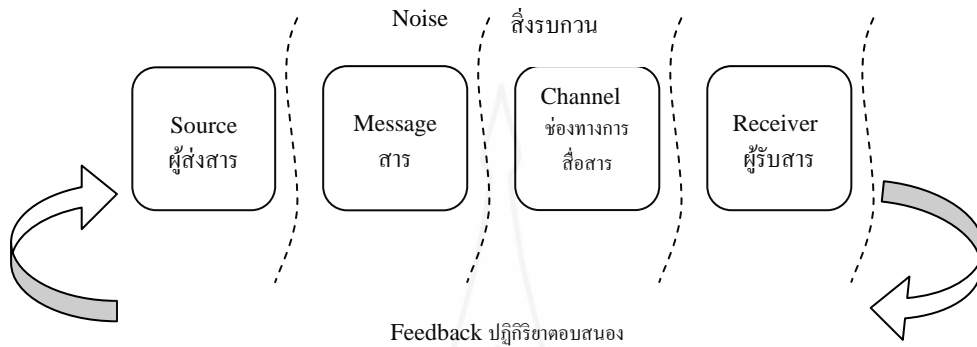
##### 1.1 ความหมายของการสื่อสาร

เดอวิต (Joseph A. DeVito, 2003) อธิบายว่า การสื่อสาร (communication) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลคนหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่ง ส่ง และรับสาร (messages) โดยมีการตอบสนอง (feedback) ระหว่างกัน ในบริบทของส่งและรับสารนั้นมีโอกาสที่จะผิดเพี้ยนเพราะมีสิ่งรบกวน (noise) การสื่อสารนั้นๆ รอดแมน (George Rodman, 2010) กล่าวว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนสารระหว่างผู้ส่งสาร (source) และผู้รับสาร (receiver) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (channel) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ด้วยเสียง ด้วยการมองเห็น จะด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม ส่วนทูโร (Joseph Turow, 2009) นิยามการสื่อสารว่า หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ (interact) ระหว่างกันเพื่อสร้างความเข้าใจ ขณะที่ปรมะ สตะเวทิน (2527) ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดแบ่งปันสาร ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งนี้หากวิเคราะห์จากคำอธิบายข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีองค์ประกอบสำคัญๆ



ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร การตอบสนองจะเกิดขึ้น ระหว่างการสื่อสาร และอาจเกิดสารผิดเพี้ยนเพราะสิ่งรบกวนการสื่อสารที่เกิดขึ้น ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการและองค์ประกอบในการสื่อสาร

## 1.2 ประเภทของการสื่อสาร

หากแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยพิจารณาจากจำนวนผู้เกี่ยวข้องในการสื่อสารนั้นๆ เป็นหลัก จะแบ่งการสื่อสารได้ 5 ประเภทดังนี้

**1.2.1 การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication)** เป็นการสื่อสารกับตัวเอง ส่วนใหญ่มักเป็นการคิด ไตร่ตรอง วิเคราะห์ หาเหตุผลกับตนเอง เช่น เช้านี้จะเลือกเส้นทางใดที่รถติดไม่มากเพื่อไปถึงที่ทำงานทันเข้าประชุม เป็นต้น

**1.2.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Group Communication)** เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face) ระหว่างกันและกัน เพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด เช่น ทักทายเมื่อพบกัน พูดคุยกันเรื่องต่างๆ เป็นต้น

**1.2.3 การสื่อสารกลุ่มเล็ก (Group Communication)** เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มย่อยๆ สองสามคนอาจจะเพื่อแบ่งปันข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดระหว่างกัน ร่วมกันแก้ปัญหา เป็นต้น การสื่อสารประเภทนี้นอกจากจะสื่อสารแบบเผชิญหน้าแล้วยังรวมไปถึงการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งอาจมีจำนวนผู้เกี่ยวข้องในการสื่อสารมากขึ้นและบางครั้งอาจจำเป็นต้องใช้สื่อเป็นช่องทางในการสื่อสาร เช่น การใช้โทรศัพท์ การติดต่อทางอีเมล เป็นต้น

**1.2.4 การสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)** เป็นการสื่อสารสู่ผู้ฟังในวงกว้าง มีผู้พูด (speaker) ผู้รับฟัง (audience) เพื่อที่จะบอกกล่าวแจ้งข้อมูลให้ทราบเพื่อนำเสนอความ

บันเทิง เชิญชวนเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือโน้มน้าวให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การปราศรัยหาเสียง ที่ท้องสนามหลวง เป็นต้น

**1.2.5 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)** เป็นการสื่อสารไปสู่ผู้รับสารที่เป็นมวลชนจำนวนมากจึงต้องอาศัยสื่อ (channel) เพื่อให้ผู้รับสารซึ่งอาจอยู่ในที่ต่างๆกันสามารถรับสารได้พร้อมๆกัน สื่อที่เป็นช่องทางในการสื่อสารนี้ เรียกว่าสื่อมวลชน (mass media) ตัวอย่างเช่น การส่งกระจายเสียงรายการข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยที่กรุงเทพมหานครไปยังประชาชนผู้ฟังในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ เป็นต้น ในกรณีดังกล่าววิทยุกระจายเสียง คือ สื่อที่เป็นช่องทางนำสารไปสู่ผู้รับสาร

### 1.3 การสื่อสารมวลชน

จากการแบ่งประเภทการสื่อสารข้างต้น จะเห็นว่า การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งของมนุษย์ แต่การสื่อสารมวลชนมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่น ดังนี้

#### 1.3.1 ผู้ส่งสาร เป็นผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนมีลักษณะดังนี้

1) เป็นองค์การขนาดใหญ่ มีการแบ่งงานออกเป็นส่วนๆ โดยระบุนหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เช่น สถานีโทรทัศน์แบ่งเป็นฝ่ายต่างๆ มีทั้งฝ่ายจัดรายการ ฝ่ายผลิตรายการ ผู้ประกาศ ผู้อ่านข่าว ผู้ดำเนินรายการ แต่ละฝ่ายแต่ละคนต่างมีบทบาทหน้าที่ที่ประจำของตน โดยเป้าหมายร่วมกัน คือการผลิตสารเพื่อถ่ายทอดสู่ผู้ชมผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

2) อาศัยเทคโนโลยีการผลิต ด้วยวัสดุอุปกรณ์การผลิตที่สามารถผลิตสารซ้ำๆ (duplicate message) ได้จำนวนมากอย่างรวดเร็ว เพื่อส่งไปยังผู้รับสารจำนวนมากๆ ได้ เช่น การผลิตหนังสือพิมพ์ เมื่อมีแท่นพิมพ์ หมึก กระดาษและอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ก็สามารถเข้ารหัสสารผลิตสารซ้ำๆ ได้นับแสนหรือล้านฉบับในเวลารวดเร็วทันที่จะตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทั่วประเทศ เป็นต้น

3) มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ในการสื่อสารประเภทอื่นๆ เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถดำเนินการได้โดยปราศจากค่าใช้จ่าย หรือหากมีค่าใช้จ่ายก็เป็นจำนวนไม่มาก แต่กรณีที่เป็นการสื่อสารสู่มวลชน ต้องมีกระบวนการหลายขั้นตอน อาศัยผู้ปฏิบัติหลายฝ่าย และเป็นการส่งสารไปยังผู้รับที่อยู่กระจัดกระจาย การดำเนินการจึงมีค่าใช้จ่ายสูง เช่น การผลิตรายการโทรทัศน์รายการหนึ่ง กว่าจะแพร่ภาพไปสู่ผู้ชม ต้องผ่านกระบวนการผลิตและอาศัยบุคลากรการผลิตจำนวนมากไม่น้อย ซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น

### 1.3.2 สาร ที่สื่อไปยังมวลชนนั้นมีลักษณะ ดังนี้

1) เป็นสาธารณะ หมายถึงสารที่ส่งไปยังผู้รับสาร ไม่ใช่สารส่วนตัว (private) เช่น การชวนกันไปเยี่ยมญาติที่ป่วยอยู่ที่โรงพยาบาล เป็นสารที่ไม่ได้มุ่งส่งให้เฉพาะคนใดคนหนึ่ง เช่น นาย ก. ขอความรึกันางสาว ข. เป็นต้น แต่จะเป็นสารที่มุ่งให้สาธารณชน (public) คนทั่วไปได้ทราบ ได้ตระหนัก เช่น การเชิญชวนให้ไปใช้สิทธิ์เลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น

2) ยากที่จะกำหนดสารให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร เนื่องจากมวลชนผู้รับสารมีความหลากหลายที่แตกต่างกัน เช่น ถ้าต้องการสื่อสารกับเด็กก่อนวัยเรียน เราสามารถกำหนดสารที่จะสื่อได้ง่ายกว่า เพราะรู้ว่าควรจะคุยเรื่องใดกับเด็กวัยนั้น แต่กรณีที่ต้องสื่อสารสู่มวลชนบางครั้งต้องตัดสินใจว่าจะส่งสารถึงคนกลุ่มใด ด้วยเหตุนี้จึงมีการกำหนดกลุ่มใด ด้วยเหตุนี้จึงมีการกำหนดกลุ่มผู้ฟัง ผู้ชม ผู้อ่านที่เป็นเป้าหมาย (target group) เป็นต้น

1.3.3 สื่อ การสื่อสารมวลชนใช้สื่อมวลชนในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร จึงแตกต่างจากการสื่อสารแบบอื่น เช่น การสื่อสารกลุ่มใหญ่ที่สามารถเผยแพร่สารได้ไม่กั้ร้อยคน ขณะที่สื่อมวลชนสามารถแพร่กระจายสารเดียวกันไปได้ทั่วประเทศ และทั่วโลกในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน เป็นต้น

### 1.3.4 ผู้รับสาร การสื่อสารมวลชนผู้รับสารมีลักษณะดังนี้

1) มีจำนวนมาก การสื่อสารประเภทอื่นๆ อาจมีผู้รับสารเพียงคน สองคน กลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ แต่ผู้รับสารที่เป็นมวลชนนั้นไม่สามารถบอกจำนวนที่แน่ชัดขณะที่สื่อสารได้

2) มีความแตกต่างกัน เนื่องด้วยผู้รับสารเป็นมวลชน มีจำนวนมาก จึงมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆเช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา เศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อความสนใจในการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน

3) ไม่เป็นที่รู้จัก การสื่อสารสู่มวลชนมุ่งที่จะกระจายสารไปสู่คนจำนวนมาก โดยไม่ได้ระบุว่าเป็นใครที่เฉพาะเจาะจง ผู้รับสารจึงไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร การสื่อสารลักษณะนี้จึงขาดความใกล้ชิดและคุ้นเคยซึ่งมีอยู่ในการสื่อสารระหว่างบุคคล

4) สามารถเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชนได้ แม้สื่อมวลชนจะส่งสารไป แต่ถ้าผู้รับสารไม่เปิดรับ เช่น สมาชิกในบ้าน พ่อบ้านอาจจะเลือกดูกีฬา แม่บ้านเลือกดูการสาธิตทำอาหารจากโทรทัศน์ ขณะที่ลูกๆ กำลังท่องอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.3.5 ปฏิกริยาตอบสนอง (feedback) แม้ปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับสารจะเป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการ เพื่อสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสาร แต่การสื่อสารมวลชนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป นั่นคือ การมีปฏิกริยาตอบสนองจะมีลักษณะที่เรียกว่า “delayed feedback”

คือจะมีการตอบสนองที่ไม่ได้เกิดขึ้นทันที เหมือนกับการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีการตอบสนองแบบทันที “immediate feedback” เช่น เมื่ออธิบายแล้วไม่เข้าใจจะเห็นใบหน้าที่แสดงความสงสัย (ตอบสนองด้วยภาษาท่าทาง) และตามด้วยการตั้งคำถาม (ตอบสนองด้วยภาษาล้อคำ) ทำให้สามารถปรับปรุงการสื่อสารได้ทันที ต่างจากสื่อสารมวลชนที่ต้องอาศัยการ ติดตาม ประเมิน เช่น การสำรวจความนิยม (rating) เป็นต้น

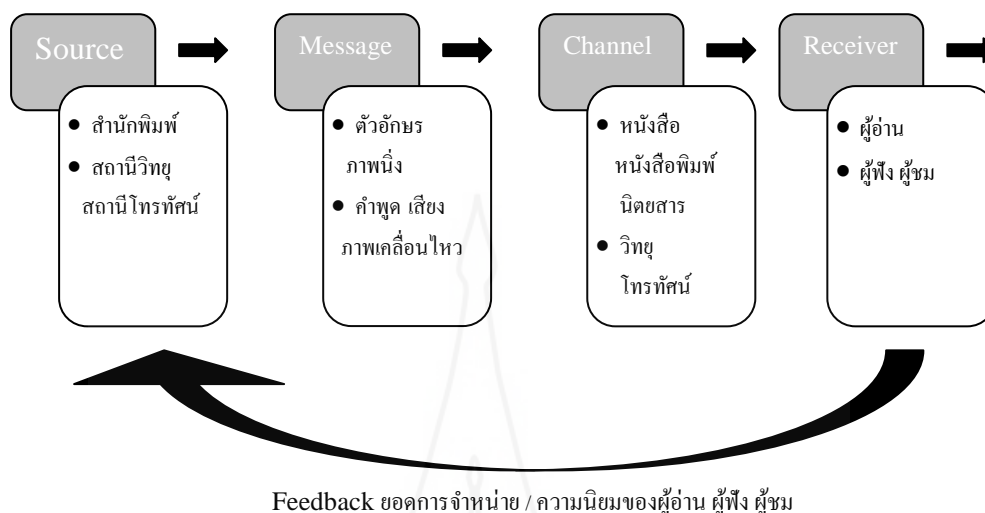
อย่างไรก็ตาม มาถึงยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าไปมาก การสื่อสารสู่มวลชนได้อาศัยเทคโนโลยีในการปรับการสื่อสารสู่มวลชนให้เป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) และกระตุ้นให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองทันทีมากขึ้น เช่น การเปิดสายโทรศัพท์ให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็นต่อรายการ หรือต่อประเด็นในรายการที่กำลังคุยกัน หรือการเชิญชวนให้มีส่วนร่วมสนุกในการช่วยกันต่อเติมงานประพันธ์ของผู้เขียนนวนิยายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**1.3.6 ผลของการสื่อสาร** เมื่อการสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารสู่คนจำนวนมาก ดังนั้นผลของการสื่อสารจึงมีมากตามไปด้วย สื่อมวลชนหลายประเภทมีอิทธิพลต่อผู้รับสารต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองเป็นอย่างยิ่ง สารต่างๆ ที่ต้องการให้เกิดผลในสังคมจึงมักเลือกการส่งผ่านช่องทางสื่อมวลชน เช่น การเปิดตัวสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก การแสดงผลงานของรัฐบาลให้ประชาชนทราบ การให้การศึกษาตลอดชีวิตเพื่อให้ประชาชนได้พัฒนาตนเองไปพร้อมๆ กับสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง เป็นต้น

#### 1.4 สื่อมวลชน

ดังอธิบายแล้วว่า การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่ง โดยมีผู้ส่งสารเป็นองค์การขนาดใหญ่ผลิตสารเพื่อกระจายสู่ผู้รับจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทางในการกระจายสารนั้นๆ สื่อดังกล่าวเรียกว่า สื่อมวลชน (mass media) ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ลองดูตัวอย่างการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนต่อไปนี้

### กระบวนการพิมพ์/การผลิตรายการวิทยุ/การผลิตรายการโทรทัศน์



ภาพที่ 2.2 การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน

ที่มา: คัดแปลงจาก Communication Media in the Information Society, 1997: 7.

จากภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นการสื่อสารจากองค์การสื่อมวลชน ดังนี้

- สำนักพิมพ์ และสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีโทรทัศน์ ในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

- ส่งสารโดยการเข้ารหัสด้วย ตัวอักษร ภาพนิ่งเข้าสู่กระบวนการพิมพ์ (สำนักพิมพ์) หรือคำพูด เสียง ภาพเคลื่อนไหว เข้าสู่กระบวนการผลิตรายการ (สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีโทรทัศน์)

- ผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์

- ไปสู่ผู้รับสาร คือผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม ที่ใช้ช่องทางการรับรู้คือ ตา หู ทั้งตาและหู จากกระบวนการข้างต้น จะเห็นว่าหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ คือสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็นช่องทาง (channel/medium) ในการนำสารไปสู่มวลชน

การสื่อสารเกิดขึ้นตลอดเวลาในชีวิตคนเราแต่การสื่อสารมีหลายประเภท การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่ง ส่วนสื่อมวลชนเป็นองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารมวลชน คือ เป็นช่องทางหรือสื่อในการนำสารไปสู่มวลชนนั่นเอง

#### 1.5 บทบาทและพันธกิจของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีความสำคัญต่อสังคม การอยู่ร่วมกันในสังคมจำเป็นต้องสื่อสารระหว่างกัน ยิ่งสังคมเปลี่ยนแปลงมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ยิ่งจำเป็นต้องมี “สื่อ” ในการสื่อสาร

เพื่อสร้างการรับรู้ร่วมกัน เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนไหลเวียนข้อมูลข่าวสารถึงกันและกัน สร้างความเข้าใจระหว่างกัน ทั้งสังคมในระดับชุมชน ประเทศและโลก ด้วยความสำคัญของสื่อมวลชน ดังกล่าวนี้ สังคมจึงคาดหวังให้สื่อมวลชนมีบทบาทและพันธกิจต่อสังคม

สื่อมวลชนซึ่งใช้การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ร่วมกัน เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนไหลเวียนข้อมูลข่าวสาร ในฐานะที่สื่อต้นแบบสโปตวิทยุกระจายเสียง “วิทยุติ..ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” นับว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ร่วมกันในการดูแลผู้สูงอายุจึงนับได้ว่าสื่อต้นแบบสโปตวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทและพันธกิจเช่นเดียวกับสื่อมวลชน

### 1.6 บทบาทของสื่อมวลชนต่อสังคม

สื่อมวลชนพึงมีบทบาทสังคมด้านการให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นดังนี้

**1.6.1 การให้ข่าวสาร** ด้วยการนำเสนอ ข้อมูลเรื่องราว เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวในสังคม เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง (fact) ซึ่งต่างจากเรื่องบันเทิงคดี (fiction) นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์) มีทั้งเนื้อหาที่เป็นปัจจุบัน เป็นข่าวสำคัญ มีความใกล้ชิดส่งผลกระทบต่อผู้รับสาร โดยตรงหรือเนื้อหาที่เจาะลึก เพื่อค้นหาความจริงในประเด็นหนึ่ง แล้วรายงานให้สังคมได้รับทราบ ตลอดจนบรรณาธิการที่แสดงจุดยืน ความคิดเห็นของสื่อต่อสังคม หรือเรื่องราวที่แม้จะไม่ยิ่งใหญ่ มีผลกระทบมาก แต่ทว่าอยู่ในความสนใจของผู้คน เนื้อหาต่างๆ เหล่านี้อาจนำเสนอด้วยรูปแบบการรายงานข่าว วิเคราะห์ข่าว บทความ สารคดี ผู้นำเสนอสาระประเภทนี้เรียกตามสื่อหรือตามชิ้นงานที่นำเสนอ เช่น นักหนังสือพิมพ์ คอลัมน์นิสต์ ผู้รายงานข่าว ผู้อ่านข่าว เป็นต้น

**1.6.2 การให้ความรู้** เพื่อที่จะให้ผู้รับสารเกิดการพัฒนา มีความเจริญงอกงามทางสติปัญญา ซึ่งเป็นบทบาทที่จำเป็นต่อสังคม สื่อเป็นช่องทางในการส่งผ่านเนื้อหาประเภทความรู้มีทั้งหนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อสมัยใหม่ที่สมาชิกในสังคมสามารถเข้าไปค้นคว้าหาความรู้ในเรื่องต่างๆ ได้หลากหลาย เช่น เว็บไซต์วิกิพีเดีย <http://en.wikipedia.org> เป็น “free encyclopedia” หรือ เว็บไซต์กูเกิ้ล <http://books.google.com> เหล่านี้เป็นต้น

**1.6.3 การให้ความบันเทิง** ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “entertain” คำคำนี้มาจากคำว่า “tenere” ในภาษาละตินซึ่งหมายถึง การสร้างความสนุกสนาน ดังนั้นนักสื่อสารมวลชนที่ผลิตสื่อเพื่อให้ความบันเทิงจึงต้องสร้างเนื้อหาสาระให้สามารถดึงดูดใจผู้รับสารไว้ด้วยความเพลิดเพลินรูปแบบที่นำเสนอเนื้อหาประเภทบันเทิงนั้นอาจเป็นนวนิยายในนิตยสาร ละครโทรทัศน์ ซิทคอม



(situation comedy) เช่น ละครโทรทัศน์บางรักซอย 9 เกมทางโทรทัศน์ การประกวดการแข่งขัน เช่น การประกวดร้องเพลงอคาเดมีแฟนตาเซีย เป็นต้น

**1.6.4 การเป็นเวทีแห่งความคิดเห็น** เป็นบทบาทที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ สื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนมีช่องทางออกในการแสดง เป็นเวทีที่จะถกเถียง แสดงความคิดเห็นใน ประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม อันจะนำไปสู่ข้อยุติ ทางออกร่วมกัน ทั้งนี้ก็สื่อมวลชนพึงใช้ สื่อภายใต้ระเบียบ และกฎหมายที่กำหนดไว้ สำหรับรูปแบบในการ “เป็นเวทีแห่งความคิดเห็น” สามารถดำเนินการ ได้ด้วยการเปิดพื้นที่ของสื่อ ไม่ว่าจะป็นหนังสือพิมพ์อาจมีคอลัมน์ร้องทุกข์ ถ้า เป็นสื่อวิทยุอาจมีช่วงเวลาให้ผู้ฟังสามารถโทรศัพท์เข้ามาในรายการ เป็นช่วง “โฟน อิน” (phone-in) หรือโทรทัศน์อาจมีช่วงเสียงจากประชาชน เป็นการทำให้ “vox pop” ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น ต่อประเด็นใด ประเด็นหนึ่ง หากเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต ก็สามารถเปิดให้ผู้คนเข้าไปแสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาได้ เป็นต้น

นอกเหนือจากบทบาทพื้นฐานที่กล่าวข้างต้น ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าการ โฆษณา เป็นเนื้อหาอีกกลุ่มที่ช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจภายในสังคม โดยการนำเสนอ สารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการต่างๆ ให้สมาชิกในสังคมได้รับทราบในวงกว้างผ่านทาง ช่องทางสื่อมวลชนประเภทต่างๆ เนื้อหาที่นำเสนออาจจัดเป็นกลุ่มใหญ่ๆคือ เป็นเนื้อหาที่มุ่ง นำเสนอข้อมูลซึ่งเป็นข้อเท็จจริง (Informational ads) เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์นั้นๆ หรือเป็น การโฆษณาที่มุ่งหวังที่จะเร่งการซื้อของผู้บริโภค (Hard-sell ads) เนื้อหาที่นำเสนอจะมีทั้งข้อมูล และการเชิญให้ซื้อ เช่น ที่นอนยี่ห้อ xxx ที่นอนคุณภาพจะเปิดลด แลก แจก แถมเฉพาะวันหยุด สัปดาห์นี้เท่านั้น เป็นต้น นอกจากนี้อาจเป็นการนำเสนอเนื้อหาโฆษณาที่มุ่งสร้างความรู้สึคดีๆ กับ ลูกค้า (Soft-sell ads) ด้วยสื่อกิจกรรม เป็นต้น

ด้วยบทบาทพื้นฐานของสื่อมวลชนดังกล่าวข้างต้น สื่อมวลชนจึงพึงมี “พันธกิจ” ต่อสังคมในการนำเสนอสารประเภทต่างๆ สู่อสังคม และด้วยการที่สื่อต้นแบบสปอต วิทยุกระจายเสียง “วิทยุ...ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสังคม ด้านการให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และเป็นเวที เพื่อการสร้างความรู้ความเข้าใจในการดูแล ผู้สูงอายุ และลดปัญหาสังคมเกี่ยวกับการทอดทิ้งผู้สูงอายุ

## 1.7 พันธกิจของสื่อมวลชนต่อสังคม

พันธกิจมาจากคำว่า “พันธ, พันธะ” ซึ่งหมายถึง ข้อผูกมัด ข้อผูกพัน และคำว่า “กิจ” หมายถึง งานที่เป็นข้อผูกพันที่สื่อมวลชนพึงมีต่อสังคม ได้แก่

**1.7.1 การเป็นผู้ดูแล ตรวจสอบตราสังคม (Surveillance)** ในแต่ละวันที่เกิดเหตุการณ์ ต่างๆ ขึ้นในที่ต่างๆ บางเหตุการณ์ส่งผลมากต่อบุคคลกลุ่มหนึ่ง แต่อาจส่งผลน้อยต่อบุคคลอีกกลุ่ม

หนึ่งเหตุการณ์ใดที่จะส่งผลกระทบต่อตัวเรา เป็นสิ่งที่เราต้องอยากรู้ แต่ถ้าปราศจากสื่อมวลชนคอยทำหน้าที่เฝ้าระวัง ดูแล ตรวจสอบและคัดเลือกว่าสิ่งใดควรรู้สิ่งใดที่ควรรู้ในลักษณะสุนัขเฝ้ายาม (watchdog) คัดเลือกสารที่จะนำเสนอสื่อมวลชน เป็นผู้เฝ้าประตู (gatekeeper) อาจเกิดผลเสียหายต่อสังคมได้ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญในการระแวดระวัง รายงาน เสนอความคิดเห็นที่ถูกต้องเที่ยงตรงที่เป็นประโยชน์แก่สังคม

**1.7.2 การเป็นผู้เชื่อมโยงสังคม (Linkage)** หน่วยย่อยหลายๆ หน่วยประกอบกันเป็นสังคม เช่นสังคมระดับครอบครัว ท้องถิ่น ประเทศ และ โลก การอยู่ร่วมกันในสังคมย่อมต้องมีการพึ่งพา ร่วมมือในกิจกรรมต่างๆผู้เชื่อมโยงในสังคมจึงมีความสำคัญในการบอกเล่าข่าวสารแก่สมาชิกได้ทราบสิ่งที่เกิดขึ้นและเป็น ไปในสังคม เช่น การแจ้งให้สมาชิกในสังคมทราบว่าเกิดภัยธรรมชาติขึ้นที่ทวีปแอฟริกา ต้องการรับบริจาคอาหารเพื่อช่วยเหลือผู้คนที่นั่น หรือมีการคิดค้นยารักษาโรคได้ เป็นต้น

นอกจากนี้สื่อมวลชนยังมีความสำคัญในการเชื่อมโยงสังคมให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกรณีที่สังคมเกิดความขัดแย้งเกิดปัญหาสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญนับตั้งแต่การกำหนดประเด็นเพื่อให้สังคมพิจารณา (agendasetting) การแสวงหารายละเอียดของข้อมูล เพื่อนำเสนอสังคมเป็นเวทีความคิดเห็นที่เป็นกลางและเปิดกว้างให้ทุกฝ่ายได้เสนอข้อมูล เพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดเหมาะสมที่สุด เพื่อให้สังคมดำรงอยู่ได้

**1.7.3 การมีส่วนร่วมในการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)** สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางที่มีความสำคัญในการถ่ายทอดวิถีทาง แนวปฏิบัติที่เป็นขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนค่านิยมของสังคมไปสู่มวลชนที่เป็นสมาชิกของสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข

**1.7.4 การเสริมสร้างสติปัญญา (Enlightenment)** สังคมที่ก้าวหน้าย่อมมีประชากรที่มีคุณภาพ มีสติปัญญาสามารถที่จะช่วยกันพัฒนาสังคม สื่อมวลชนเป็นช่องทางที่สำคัญอีกทางหนึ่งในการถ่ายทอดความรู้ประเภทต่างๆ ไปสู่มวลชนได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง เป็นตัวทวีคูณทางการศึกษา หมายถึง การให้ความรู้ผ่านสื่อมวลชนด้วยครู 1 คน สามารถไปถึงผู้ฟังที่เป็นมวลชนมหาศาล ต่างจากการสอนในชั้นเรียนปกติที่มีผู้เรียนจำนวนจำกัดในแต่ละครั้ง อีกทั้งสื่อมวลชนยังเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมปรัชญาการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ของบุคคลได้เป็นอย่างดีด้วย

**1.7.5 การให้ความบันเทิง (Entertainment)** เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการเพื่อความผ่อนคลาย และสื่อมวลชนก็มีความสำคัญยิ่งในการตอบสนอง โดยการนำเสนอความบันเทิงหลากหลายรูปแบบผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ให้เลือกตามความต้องการและรสนิยมของแต่ละบุคคล ทั้งใน



ลักษณะการให้บริการแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่นการฟังเพลงจากสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ลงทุนซื้อเครื่องรับวิทยุครั้งเดียว หรือการดูโทรทัศน์ที่เป็นฟรีทีวี (free TV) เช่นช่อง 3 ช่อง 5 เป็นต้น หรือจะเลือกชมภาพยนตร์ที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย อาจจะเป็นรูปแบบการสมัครเป็นสมาชิก (subscriber) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ภายใต้บทบาทการให้ความบันเทิงนั้น สิ่งที่ต้องตระหนัก คือ การสร้างความบันเทิงนั้นๆ ต้องเป็นการสร้างรสนิยมที่ดีแก่ผู้บริโภคด้วย เช่น ไม่สร้างความบันเทิงด้วยการมอมเมาผู้บริโภค หรือการใช้ถ้อยคำไม่สุภาพสร้างความขำขัน เป็นต้น

นอกจากนี้การที่สื่อต้นแบบสพตวิทยุกระจายเสียง “วิทยุติ..ชีวิตถูกทอดทิ้งยามชรา” เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง จึงนับได้ว่าสื่อต้นแบบสพตวิทยุกระจายเสียงเป็นเป็นผู้ดูแลตรวจตราสังคม และเชื่อมโยงสังคม รวมทั้งมีส่วนในการขัดเกลาทางสังคม ตลอดจนการเสริมสร้างสติปัญญาให้กับผู้ฟังโดยการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเพื่อลดปัญหาสังคมเกี่ยวกับการทอดทิ้งผู้สูงอายุ

### 1.8 ลักษณะและคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

การทดลองการสื่อสารแบบไม่มีสาย (wireless) ของมารีโคนี (Guglielmo Marconi) ถือเป็นจุดเริ่มต้นของวิทยุกระจายเสียง (radio) ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องกระทั่งสามารถเป็นสื่อที่กระจายสารไปสู่มวลชนได้ (true mass medium) และได้รับความนิยมมากในสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากในช่วงสงครามผู้คนต้องการรายงานข่าว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้องและทันทางที่ แม้ขณะนั้นจะมีหนังสือพิมพ์และภาพยนตร์ ข่าวทำหน้าที่รายงานข้อมูลก็ตาม แต่สื่อทั้งสองชนิดนั้นมีข้อจำกัดในเรื่องความเร็ว ต่างจากวิทยุกระจายเสียงที่สามารถเกาะติดสถานการณ์ได้ และแม้แต่การรายงานสด (live) จากสมรภูมิมรบก็ทำได้ ส่งผลให้ผู้รายงานข่าวในสมัยนั้นคือ เมอร์โรว์ (Edward R. Murrow) ได้รับการกล่าวขวัญถึง

นอกจากวิทยุกระจายเสียงจะตอบสนองต่อการรายงานข่าวแล้ว ยังเป็นสื่อแห่งความบันเทิงที่ผู้คนต้องการในยามสงครามอีกด้วย

วิทยุกระจายเสียงมีบทบาทใกล้ชิด และได้รับความนิยมแพร่หลายต่อเนื่องมาโดยตลอด ด้วยลักษณะและคุณสมบัติดังนี้

#### 1.8.1 ลักษณะของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อเสียงที่สื่อ-สารสู่ผู้ฟังโดยใช้เสียงทุกประเภท ได้แก่ เสียงพูด เสียงเพลง เสียงประกอบ ด้วยการวางแผนกำหนดวิธีการนำเสนอด้วยรูปแบบรายการ (format) แบบต่างๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่แน่ชัด นำเสนอเนื้อหาหลายประเภท ได้แก่ ข่าว ความรู้ ความบันเทิง โฆษณาและประชาสัมพันธ์

### 1.8.2 คุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

คุณสมบัติที่เป็นจุดเด่นของวิทยุกระจายเสียง มีดังนี้

1) *ความฉับไว (immediacy)* วิทยุกระจายเสียงมีคุณสมบัติเด่นในเรื่องความรวดเร็ว ฉับไว เกิดเหตุการณ์ขึ้นที่ไหน วิทยุกระจายเสียงสามารถรายงานได้ทันทั่วทั้งที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เทคโนโลยีทันสมัยผู้ฟังมีโอกาสรับรู้เรื่องราว เหตุการณ์ได้ในเวลาเดียวกันกับการเกิดเหตุการณ์นั้นๆ (real time) เช่น การเกิดไฟไหม้ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์ดังกล่าวทางโทรศัพท์เข้ามาที่สถานีวิทยุผ่านเครื่องส่งกระจายเสียงออกอากาศไปยังผู้ฟังได้ทันที เป็นต้น

2) *การเป็นสื่อแห่งจินตนาการ (imagination)* แม้วิทยุจะเป็นสื่อเสียง แต่ออสกูด (Charles Osgood) แห่ง CBS News, CBS Radio Network (Hiebert, 1988) กล่าวกับผู้ฟังรายการเป็นประจำว่า “See you on the Radio” ซึ่งก็มีเสียงคัดค้านอสกูดว่า เป็นคำกล่าวที่เหลวไหลน่าหัวเราะ เพราะวิทยุเป็นสื่อสำหรับ “ฟัง” อาจจะฟังเพลง หรือคำพูด ส่วนโทรทัศน์จึงจะเป็นสื่อสำหรับดู แต่สำหรับอสกูดนั้นมีความเชื่อว่าวิทยุสามารถเห็นได้ (visual) และเห็นได้มากกว่าโทรทัศน์อีกด้วย โดยเห็นผ่านจินตนาการของตนเอง เมื่อได้ฟังเสียง คิด และเกิดจินตนาการเป็นภาพขึ้นในใจ เช่น การฟังละครวิทยุ ผู้ฟังจะสร้างสรรค์ฉาก มองเห็นหน้าตาของพระเอก นางเอกขึ้นจากการผสมผสานคำพูด เสียงประเภทต่างๆ ที่ผู้ผลิตรายการนำเสนอได้อย่างน่ามหัศจรรย์ เป็นต้น

3) *ความสามารถเข้าถึงผู้ฟัง (accessibility)* วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ใช้การฟังเป็นหลัก ดังนั้นแม้ผู้อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับสารจากวิทยุได้ ซึ่งต่างจากสิ่งพิมพ์ที่ผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในการอ่าน

นอกจากนี้วิทยุกระจายเสียงยังสามารถไปถึง (reach) ผู้ฟังได้ เพราะเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงมีราคาไม่แพง อาจกล่าวได้ว่าแทบทุกครัวเรือนต่างมีเครื่องรับวิทยุ และบางบ้านอาจเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุหลายเครื่อง ดังนั้นการส่งผ่านสื่อวิทยุจึงมีโอกาสไปถึงผู้ฟังได้มาก

4) *ความสะดวกในการพกพา (portable)* เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้นพบทรานซิสเตอร์ ทำให้สามารถผลิตเครื่องรับวิทยุที่มีประสิทธิภาพสูง แต่มีขนาดเล็ก จึงสะดวกในการพกพาไปในที่ต่างๆ ไปฟังพร้อมกับทำกิจกรรมต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะไปเล่นกีฬา จ่ายตลาด หรือทำกิจกรรมใดๆ เป็นต้น

5) *ความเป็นส่วนตัว (personal)* วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่ให้ความเป็นส่วนตัวแก่ผู้รับสารสูง ดังได้กล่าวแล้วว่าผู้คนส่วนใหญ่มักมีเครื่องรับวิทยุในครอบครอง หลายเครื่อง อาจจะมีตั้งไว้ในห้องนอน ในครัว หรือที่อื่นๆ ดังนั้นขณะที่คุณแม่เลือกฟังสรุปข่าวขณะ

ทำกับข้าว ลูกสาวอาจจะฟังเพลงของวัยรุ่นในห้องนอน เป็นต้น การฟังวิทยุจึงกลายเป็นกิจกรรมส่วนตัวของแต่ละคนในการเลือกฟังสถานีที่สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของตน

นอกจากนี้สื่อวิทยุกระจายเสียงมีแนวทางการนำเสนอรายการในลักษณะที่ใกล้ชิด เป็นกันเอง ผู้ฟังสามารถพูดคุยขอเพลงดีใจ เป็นต้น

6) การให้อำนาจแก่ผู้ฟังในการเลือกฟัง (*selectivity*) วิทยุกระจายเสียงมีลักษณะคล้ายกับนิตยสารในด้านการให้โอกาสแก่ผู้ฟังในการเลือกฟังรายการได้หลากหลาย เนื่องด้วยวิทยุเป็นสื่อที่เรียกว่า “niche medium” หรือสื่อเฉพาะกลุ่ม คือแต่ละสถานีจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ไม่กว้างนัก และเลือกรูปแบบรายการที่ดึงดูดผู้ฟังกลุ่มนี้ไว้ให้ได้ ด้วยเหตุผลนี้จึงมีสถานีหลากหลายรูปแบบหลายสไตล์ให้เลือกฟัง

## 2. แนวคิดการผลิตสปอตธรรมรงค์ทางวิทยุกระจายเสียง

แนวคิดการผลิตสปอตธรรมรงค์ทางวิทยุกระจายเสียง แยกศึกษาเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ การนำเสนอสปอตทางวิทยุกระจายเสียง และหลักในการดำเนินการผลิตสปอต

### 2.1 การนำเสนอสปอตทางวิทยุกระจายเสียง

2.1.1 การนำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียง มักใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อการบอกกล่าว เพื่อการโน้มน้าวใจโดยผู้เสนอสปอตจะทำหน้าที่ถ่ายทอดสารจากบทผู้ฟัง จึงจำเป็นต้องทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์ของสปอตด้วย เพื่อสามารถนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลตามต้องการ

2.1.2 สปอตที่สื่อสารผู้ฟังจำแนกเป็น สปอตเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ธรรมรงค์ บริการสาธารณะ และการส่งเสริม โดยใช้กลยุทธ์การดึงดูดผู้ฟังด้วยการกำหนดรูปแบบวิธีการนำเสนอ ได้แก่ การประกาศ บรรยาย พูดคุย การสนทนา ละคร จินตนาการ และการนำเสนอแบบผสมผสาน

2.1.3 ผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญและมีส่วนสัมพันธ์กับความสำเร็จในการผลิตสปอต คุณสมบัติพื้นฐานที่ผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียงพึงมี ได้แก่ เสียงที่มีคุณภาพ การออกเสียงได้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขรวิธี มีทักษะในการใช้เสียง สามารถถ่ายทอดสารได้ตรงตามที่กำหนดไว้ในบท

### 2.2 วัตถุประสงค์การนำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีจุดเด่นในการเข้าถึงผู้ฟังได้อย่างกว้างขวาง ครอบคลุม และได้รับความนิยม แม้ในยุคสมัยที่มีสื่ออื่นๆ ให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับหลากหลาย แต่วิทยุ ก็เป็น

สื่อที่ผู้ฟังยังใช้เป็นเพื่อน เปิดฟังหรือเปิดคลอขณะทำงาน ดังนั้น “สารใดๆ” ที่ต้องการ “ส่งถึงมวลชน” จึงยังนิยมส่งผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยการนำเสนอด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น การสนทนา สัมภาษณ์ บทความหรือสปอต เป็นต้น

สปอตวิทยุกระจายเสียง คืออะไร

สปอต (spot) เป็นรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงรูปแบบหนึ่งที่มีลักษณะโดยรวมดังนี้

- เป็นรายการสั้นๆ มีความยาวรายการประมาณ 30 - 60 วินาที หรือในบางกรณีอาจจะสั้นหรือยาวกว่านี้ก็ได้

- เป็นรายการที่มุ่งสื่อสารกับผู้ฟังด้วยเนื้อหาประเด็นใดประเด็นหนึ่งอย่างกระชับชัดเจน ตรงประเด็น

- มีความโดดเด่นดึงดูดความสนใจผู้ฟัง

ในการผลิตสปอตวิทยุกระจายเสียง ผู้ผลิตรายการจะกำหนดวัตถุประสงค์การผลิตซึ่งบ่งบอกความตั้งใจ เป้าหมายในการสื่อสารและผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้ฟัง เพื่อเป็นกรอบกำหนดทิศทาง การทำงาน โดยผู้เขียนบทจะนำวัตถุประสงค์นั้นไปเป็นแนวทางการดำเนินการสร้างสรรค์บท ผลิตสปอต เพื่อนำเสนอสู่ผู้ฟังต่อไป

ดังนั้นผู้นำเสนอสปอต ซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอดด้วยการพูดหรืออ่านบทให้ผู้ฟังจึงจำเป็นต้องทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์ของสปอตด้วย เพื่อที่จะสามารถนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลได้ตามต้องการ

### 2.3 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอสปอต

สปอตเป็นรูปแบบรายการที่โดยทั่วไปมักใช้ในการสื่อสารเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ เพื่อการบอกกล่าว (to inform) และเพื่อการโน้มน้าว (to persuade)

**2.3.1 สปอตเพื่อการบอกกล่าว** มุ่งที่จะนำเสนอข้อมูลประเภทต่างๆสู่ผู้ฟังเพื่อให้เกิดการรับรู้ ยกตัวอย่างเช่น

1) **ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ** เป็นข้อมูลประเภทหนึ่งที่นิยมนำเสนอด้วยรูปแบบสปอตเพื่อให้ผู้ฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ทราบข่าวสาร ความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่น บอกให้ผู้ฟังทราบว่า แชมพูสูตรใหม่กำลังจะวางตลาด แจ้งให้ผู้ฟังรับรู้เรื่องการเปิดให้บริการเส้นทางการบินใหม่ของสายการบิน เป็นต้น

2) **ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ** เพื่อให้ผู้ฟังรู้จักองค์การ ได้ทราบภารกิจหน้าที่ ความเคลื่อนไหวขององค์การ เช่น บอกกล่าวให้ผู้ฟังทราบว่ามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชกำลัง

เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ผู้ที่สนใจหาซื้อใบสมัครได้ที่ศูนย์วิทยพัฒนาของมหาวิทยาลัยทุกแห่งทั่วประเทศ เป็นต้น

3) **ข้อมูลความรู้** เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจตรงกัน เช่น ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย การไม่ใช้เข็มฉีดยาร่วมกัน หรือการใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์ เพื่อป้องกันการติดเชื้อโรคเอดส์ เป็นต้น ฯลฯ

**2.3.2 สปอตเพื่อการโน้มน้าว** การโน้มน้าวใจ หมายถึง การที่ผู้โน้มน้าวตั้งใจที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้ผู้ได้รับการโน้มน้าวใจ

ดังนั้น สปอตเพื่อการโน้มน้าวจึงมีวัตถุประสงค์ในการจูงใจผู้ฟังโดยการบอกกล่าวข้อมูลและโน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม และเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านค่านิยมทัศนคติ หรือพฤติกรรม ตามที่ผู้โน้มน้าวต้องการ เช่น

1) **การชักจูงใจให้เกิดการยอมรับในสินค้า** เช่น การชี้ให้เห็นคุณภาพของเครื่องปรับอากาศยี่ห้อเอและเชิญชวนให้ซื้อใช้ เป็นต้น

2) **การโน้มน้าวจูงใจให้เกิดการยอมรับในบริการ** เช่น การเชิญชวนโน้มน้าวให้คนกรุงเทพฯ เปลี่ยนไปใช้บริการระบบขนส่งมวลชนแทนการขับรถยนต์ส่วนบุคคลเพื่อการประหยัดน้ำมัน เป็นต้น

3) **การจูงใจให้เกิดความเชื่อถือและการยอมรับในองค์กร** เช่น การรณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น

วัตถุประสงค์การนำเสนอสปอตดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นสิ่งที่ผู้นำเสนอจำเป็นต้องทราบและเข้าใจ ดังที่เลวิส โอ คอนแนล ศาสตราจารย์เกียรติคุณแห่งมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก กล่าวว่า ก่อนจะนำเสนอสปอตให้วิเคราะห์เจาะลึกลงไปในบทเพื่อทราบว่าผู้เขียนบทมีวัตถุประสงค์จะสื่อสารอะไรไปสู่ผู้ฟัง (Lewis B. O'Donnell, 1996: 281)

ทั้งนี้การพิจารณาว่าการนำเสนอบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่นั้น ต้องพิจารณาจากผู้ฟังโดยประเมินจาก

1. การรับรู้ข้อมูลของผู้ฟัง หากวัตถุประสงค์การนำเสนอสปอตนั้นๆ มุ่งที่จะนำเสนอเพื่อการบอกกล่าวข้อมูลสู่ผู้ฟัง

2. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ฟัง ในกรณีที่กำหนดวัตถุประสงค์การนำเสนอ สปอตมุ่งที่จะนำเสนอเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยประเมินจากการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ฟัง(อรรณพ ปิณฑน์โอวาท, 2542: 8)



วัตถุประสงค์การนำเสนอสปอตเป็นสิ่งบ่งบอกความตั้งใจ เป้าหมาย และผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้ฟัง ดังนั้นผู้นำเสนอสปอตซึ่งทำหน้าที่ “ถ่ายทอด” บทของผู้ฟังจึงจำเป็นต้องทราบและเข้าใจ เพื่อเป็นกรอบกำหนดทิศทางการทำงานให้สามารถนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล

## 2.4 ประเภทและรูปแบบการนำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียง

สปอตเป็นรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่ใช้เวลาในการนำเสนอเพียงช่วงเวลานั้นๆสามารถนำเสนอได้บ่อยครั้งในแต่ละวัน ดังนั้นหากต้องการสื่อสารถึงผู้ฟังให้เข้าถึงผู้ฟัง โดยใช้ความถี่ในการนำเสนอ และนำเสนอในลักษณะซ้ำๆ เพื่อย้ำเตือน เพื่อให้ผู้ฟังจดจำได้ จะนิยมสื่อสารด้วยสปอตวิทยุกระจายเสียง โดยกำหนดเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ตามที่ผู้ส่งสารมุ่งหมาย และสามารถที่จะดึงดูดผู้ฟังได้ด้วยการกำหนดรูปแบบวิธีการนำเสนอได้หลากหลาย

### 2.4.1 ประเภทของสปอตวิทยุกระจายเสียง

สปอตที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งต่าง ๆ นั้น อาจพิจารณาจำแนกประเภทอย่างกว้างๆ ได้ดังนี้

1) สปอตเพื่อการโฆษณา ในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันเสรี การโฆษณาคือสิ่งจำเป็นเพื่อการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยอาศัยสื่อมวลชนประเภทต่างๆ อาทิ สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อกลาง

สำหรับวิทยุกระจายเสียงนั้น สปอตเพื่อการโฆษณา (commercial advertising announcement) หรือเรียกย่อๆว่า คอมเมอร์เชียล (commercial) หรือ แอด (ad) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารให้ผู้ฟังซึ่งเป็นผู้บริโภครู้จักคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ทราบที่ซื้อตลอดจนรู้ข้อมูลการลดราคา การแจกการแถม ที่มุ่งกระตุ้นและชักจูงใจให้ผู้ฟังไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการผ่านทางสปอตเพื่อการโฆษณา ขณะเดียวกันการขายเวลาเพื่อให้ผู้ผลิตได้สื่อสารตรงสู่ผู้บริโภคผ่านสปอตโฆษณาก็เป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญสำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

สปอตเพื่อการโฆษณาที่ดำเนินการนั้นอาจแบ่งได้ 2 ลักษณะ ได้แก่

(1) สปอตเพื่อการโฆษณาสินค้าหรือบริการ เป็นสปอตที่มีเนื้อหาและวัตถุประสงค์ชัดเจนในการส่งเสริมการตลาด กระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ เช่น เมื่อผู้ฟังฟังสปอตโฆษณาแล้ว เกิดความต้องการใช้แชมพูยี่ห้อ X ที่กำลังลดราคา หรือสปอตโฆษณาทำประกันชีวิต Y ที่มีบริการจ่ายเงินผ่อนเป็นงวดๆ ซึ่งเป็นบริการใหม่ที่แตกต่างจากบริษัทประกันแห่งอื่นๆ เมื่อทราบจากสปอตโฆษณาทำให้ผู้ฟังสนใจอยากไปใช้บริการ เป็นต้น

(2) สปอตเพื่อการโฆษณาสถาบัน สปอตเพื่อการโฆษณาสถาบันได้รับความนิยมน้อยมาก เป็นสปอตที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างจากสปอตเพื่อการโฆษณาสินค้าหรือบริการ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 17) อธิบายความของการโฆษณาสถาบันว่า

“การโฆษณาสถาบัน(Institutional Advertising) หมายถึง การโฆษณาประเภทหนึ่งที่มีได้โฆษณาสินค้าหรือบริการ แต่เป็นการโฆษณาหน่วยงานหรือสถาบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของสถาบัน รวมทั้งการเสริมสร้างปรับปรุงความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน...บางแห่งก็เรียกการโฆษณาแบบนี้ว่า การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์(Public Relation Advertising)”

ตัวอย่างเช่น สปอตความคิดก้าวไกลกับเครือข่าย ทศท. ที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอเกร็ดความรู้แก่ผู้ฟังโดยมิได้โฆษณาสินค้าหรือบริการขององค์กรแต่จะระบุเพียงชื่อของหน่วยงานในช่วงท้ายของ สปอตเท่านั้น

2) *สปอตเพื่อการประชาสัมพันธ์* สปอตเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสปอตที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร กับประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

ด้วยเป้าหมายดังกล่าว สปอตเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเสนอเนื้อหาในลักษณะที่ส่งเสริมเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้ฟังทราบภาระหน้าที่ ข้าราชการความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรดำเนินการ ความสำเร็จขององค์กรตลอดจนประสิทธิภาพประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึก ความเข้าใจที่ดีต่อองค์กร

3) *สปอตเพื่อการรณรงค์* เป็นสปอตที่ใช้เพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ โดยเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเชิญชวน โน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมตามที่ต้องการ เช่น การรณรงค์แก้ปัญหาสุขภาพจิต การรณรงค์โครงการเมาไม่ขับ การรณรงค์เพื่อการประหยัดไฟฟ้า ประหยัดน้ำมัน หรือรณรงค์เพื่อแก้ปัญหาด้านสุขภาพของคนไทย เป็นต้น

4) *สปอตเพื่อการบริการสาธารณะ* เป็นสปอตที่นำเสนอเพื่อให้บริการด้านต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง เช่น แจ้งให้ทราบกำหนดการการงดจ่ายน้ำเพื่อซ่อมแซมท่อประปา ซึ่งจะทำให้ผู้ฟังสามารถวางแผนเตรียมการไว้ล่วงหน้าได้ หรือการเปิดรับสมัครงานในตำแหน่งต่างๆ การเปิดหลักสูตรการฝึกอบรมที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง เป็นต้น สปอตประเภทนี้เรียกว่า Public Service Announcements หรือ PSA

5) *สปอตเพื่อการส่งเสริมสถานีฯและรายการ* สปอตเพื่อการส่งเสริมหรือ Promotional Announcement เรียกลักษณะว่า promos เป็นสปอตที่ใช้ใน 2 ลักษณะ คือ

(1) ใช้เพื่อส่งเสริมสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งนั้น หรือสถานีฯ เครื่องข่าย เช่น การผลิตสปอตของสถานีวิทยุ อสมท. ในช่วงที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมได้ทราบการเปลี่ยนแปลงปรับโฉมใหม่ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. จากการเป็นสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. ให้มีภาพลักษณ์ใหม่เป็นโมเดิร์นนาย (modernnine)

สถานีวิทยุ อสมท. ได้ผลิตสปอตแนะนำให้ผู้ฟังตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง โดยออกอากาศสปอตดังกล่าวซ้ำๆ จนผู้ฟังทราบ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง และคุ้นเคยกับชื่อ modernnine เป็นต้น

(2) ใช้เพื่อการส่งเสริมรายการ เพื่อให้ผู้ฟังได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับรายการที่จะออกอากาศ และเชิญชวนให้ติดตาม เช่น สถานีวิทยุ อสมท. จะผลิตสปอตออกอากาศล่วงหน้าเพื่อเชิญชวนให้ติดตามฟังรายการวิทยุฯ ที่จะออกอากาศในเวลาต่อมา หรือบางครั้งจะออกอากาศสปอต เพื่อเชิญชวนให้ผู้ฟังติดตามชมรายการโทรทัศน์ที่จะออกอากาศทาง modernnine เป็นต้น

#### 2.4.2 รูปแบบการนำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียง

รูปแบบการนำเสนอสปอตเป็นกลวิธีที่ผู้ผลิตเลือกใช้เพื่อให้เกิดการนำเสนอสารสู่ผู้ฟังมีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามฟังสปอตนั้นๆ การสื่อสารประเด็นเนื้อหาที่ต้องการสู่ผู้ฟังด้วยรูปแบบสปอตนั้น อาจนำเสนอได้หลายรูปแบบ ได้แก่

1) *การประกาศ* เป็นการนำเสนอในลักษณะการบอกกล่าวสู่ผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมา ด้วยเสียงเพียงเสียงเดียว ไม่มีดนตรีนำ คลอ หรือปิดท้าย และไม่มีเสียงประกอบ การสื่อสารให้เกิดประสิทธิผลขึ้นอยู่กับอักขระ น้ำเสียง ลีลา จังหวะของผู้อ่านเป็นสำคัญ

การนำเสนอเนื้อหาด้วยการประกาศมักดำเนินการสด (live) ไม่ได้บันทึกเสียงไว้ล่วงหน้า โดยผู้ประกาศประจำสถานีวิทยุกระจายเสียงแต่ละแห่งจะรับผิดชอบทำหน้าที่อ่านประกาศ

ตัวอย่าง

การประกาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำเข้ารายการ (lead in)

ผู้ประกาศ                      ขณะนี้เวลา 20 นาฬิกา ต่อจากนี้ไปขอเชิญฟังข่าวจากสำนักข่าวไทย

ผู้ประกาศ                      ที่นี้ อสมท. เอฟเอ็ม 96.5 MHz จากนี้ไปขอเชิญรับฟังรายการโลกยานยนต์ ฯลฯ



การนำเสนอพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว  
 ผู้ประกาศ เวลาที่เราต้องร่วมกันปฏิบัติหน้าที่อย่างแท้จริง โดยอาศัยหลัก  
 ที่มีในกฎหมาย ตลอดจนบทบัญญัติที่มีในรัฐธรรมนูญ ให้  
 สามารถรักษาบ้านเมืองให้มีความเป็นปึกแผ่น สามัคคีกัน และ  
 เราทุกคนจะอยู่ได้อย่างผาสุก  
 .....พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระ  
 เจ้าอยู่หัว

2) การบรรยาย เป็นการนำเสนอในลักษณะที่มุ่งชี้แจงหรืออธิบายเรื่องราว  
 ประเด็นใดประเด็นหนึ่งให้ผู้ฟัง การนำเสนอด้วยรูปแบบการบรรยายนี้มักมีการนำดนตรีและเสียง  
 ประกอบเข้ามาใช้ร่วมด้วย สำหรับเสียงผู้นำเสนอ อาจใช้เสียงผู้นำเสนอเพียงเสียงเดียวหรือมากกว่า  
 หนึ่งเสียง ลีลาการนำเสนออาจเป็นลีลาที่เป็นทางการ กึ่งทางการหรือเป็นกันเองขึ้นอยู่กับ  
 วัตถุประสงค์ในการผลิตสปอตและประเภทเนื้อหาที่นำเสนอ

ตัวอย่าง

- การนำเสนอด้วยเสียงผู้นำเสนอคนเดียว ค่อนข้างเป็นทางการ

สปอตเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องในวันปิยมหาราช

เสียงดนตรี

..... FADE IN เพลง แผ่นดินของเรา

..... FADE UNDER เสียงบรรยาย

เสียงบรรยายชาย

ข้าพเจ้ามีความปรารถนาว่าความสมบูรณ์ที่จะให้เกิดแก่ราษฎร  
 ควรจะเป็น ไปให้ทีละเล็กทีละน้อยตามกาลตามเวลาการสิ่งใด  
 เป็นธรรมเนียมบ้านเมืองมาแต่โบราณ แต่ไม่สู้เป็นยุติธรรม ก็  
 อยากจะเลิกถอนเสีย แต่จะจู่โจมโหมห้ำเอาทีเดียวนั้น ไม่ได้  
 จะต้องค่อยตัดรอนไปทีละเล็กทีละน้อย พอให้เบาบางเข้าทุกที  
 เมื่อเป็นคุดังนี้ การก็คงจะเป็นไปทีละเล็กทีละน้อยเรียบร้อยไป  
 ตามกาลเวลา

.....พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า

เจ้าอยู่หัว

เสียงบรรยายหญิง

วิทยุ อสมท. ขอเชิญชวนพี่น้องชาวไทย ร่วมรำลึกในพระมหา  
 กรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่อง  
 ในวันปิยมหาราช 23 ตุลาคม 2547

เสียงเพลง

FADE UP .....FADE OUT

- การนำเสนอด้วยเสียงผู้นำเสนอคนเดียว กิ่งทางการ

สปอต Post e Mart ไปรษณีย์ไทย

เสียงบรรยาย                   สินค้าส่งถึงมือทุกที่

เสียงดนตรีเร้าใจ               .....FADE IN.....FADE UNDER

เสียงบรรยาย                   ด้วยความพร้อมและบริการยุคใหม่ไฮเทคของไปรษณีย์ไทย  
Post e Mart ระบบของการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต Post e  
Mart ให้คุณซื้อได้ง่าย ง่ายสะดวก มั่นใจในระบบขนส่งคุณภาพ  
วันนี้อยากได้แถมปีสววยๆ หรือสินค้า OTOP หัวดาว คลิก Post  
e Mart บนเว็บไซต์ Thailand post.co.th  
ไปรษณีย์ไทยก้าวไกล ไม่หยุดยั้ง

เสียงดนตรี                       .....FADE OUT.....

- การนำเสนอด้วยเสียงผู้นำเสนอคนเดียว เป็นกันเอง ผสมผสาน “ลูกเล่น” ในการบรรยาย

เชิญชวนให้ไปใช้บริการ

สปอต โรงแรมวินเซอร์สวีท

เสียงบรรยาย                   อาหารไทยเลิศรส แฉวตรง

อาหารจีนรสเลิศ ขวหวาน

อาหารญี่ปุ่นต้นตำหรับ หน้าเดิน

เชิญพบขบวนพาเหรดความอร่อยของบุฟเฟ่ต์มื้อกลางวันและมี  
เย็นที่หลากหลายด้วยบาร์บีคิว ซีฟู้ด รวมทั้งอาหารพิเศษ  
นานาชาติ ที่จะหมุนเวียนให้ได้ลิ้มลองอย่างเต็มอิ่ม และดื่มด่ำไป  
กับเสียงเพลง ปลิวไหวภายใต้แสงเทียน บรรยากาศสุดโรแมนติก  
ในค่ำคืน และแถมยังมีบริการรถรับส่งฟรีในรัศมี 5 กิโลเมตร  
ตั้งแต่ 6 ท่านขึ้นไป

สนใจโทรสั่งจองจุดหมายแห่งความอร่อยที่ลงตัวได้ที่โรงแรม

วินเซอร์สวีท สุขุมวิท 20 โทร 02-602 1234

3) การพูดคุย เป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นการพูดคุยกับผู้ฟัง

รายการซึ่งจะชวนฟังและดึงดูด ความสนใจของผู้ฟังได้ดี โดยการพูดตามบทที่ผู้เขียนบทจัดเตรียม  
ให้อย่างเป็นธรรมชาติ ทั้งนี้การพูดคุยนั้นอาจเป็นการพูดคุยโดยบุคคลสำคัญ ผู้มีชื่อเสียงโด่งดังใน  
สังคม (celebrity)

ตัวอย่าง

สปอตกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน

เสียงดนตรี .....FADE IN.....

เสียงนายกร ทัพพะรังสี ปัญหาสินค้าส่งออกมีสารเจือปน ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในชีวิตของพี่น้องประชาชน ผมอยากจะขอเรียนได้เลยว่า.....เดี๋ยวนี้ทุกปัญหาที่เรากำลังเผชิญอยู่นั้น วิทยาศาสตร์มีคำตอบครับ และคำตอบเป็นยังไงเนี่ย เอาอย่างนี้ดีกว่า ไปเจอกันที่งานวิทยาศาสตร์ 2547 ดีไหมครับ.....อิมแพ็คเมืองทองธานี 19-23 ตุลาคม ปีนี้ครับ .....แล้วพบกันที่นั่น ท่านจะได้คำตอบที่ดีกว่านี้ครับ

เสียงดนตรี FADE UP.....ดนตรี

การพูดคุยของนายกร ทัพพะรังสี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและพลังงาน (ข้อมูลปี พ.ศ.2547) คุยกับผู้ฟังเกี่ยวกับเนื้อหาที่กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ เกี่ยวข้องรับผิดชอบ การใช้เสียงบุคคลสำคัญเช่นนี้ส่งผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับผู้ฟัง

นอกจากนี้การพูดคุยอาจเป็นการพูดคุยโดยบุคคลต่างๆ ไปกับผู้ฟังรายการ

ตัวอย่างเช่น

สปอตธนาคารกรุงเทพ

ชาย

อย่าครับ อย่าคิดสั้น เชื้อผม

ที่ว่ามิดแปดด้าน นะ ยังมีด้านที่เก๋า สว่างอยู่

เพียงแต่ว่า เราอาจจะยังมองไม่เห็น

วิกฤตที่ผ่านมา ผมยัง โชคดีที่มีเพื่อนคู่คิดอย่างธนาคารกรุงเทพ

คอยดูแล ให้คำปรึกษา ให้สินเชื่อ ให้บริการที่จำเป็นต่อธุรกิจ

ซึ่งตอนนั้นผมเองก็คิดไม่ถึง

เสียงบรรยายหญิง

เคียงคู่ความคิด เพื่อธุรกิจก้าวไกล

ปรึกษาสำนักธุรกิจ

ธนาคารกรุงเทพ หรือโทร 1333

4) การสนทนา นอกจากจะพูดคุยกับผู้ฟังเพื่อนำเสนอเนื้อหาแล้ว บางครั้งยังมีการนำรูปแบบการสนทนามาใช้ในการผลิตสปอต เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเสียง เป็นกันเองในการนำเสนอ

ตัวอย่าง

สปอตกระทรวงวัฒนธรรม

เสียงประกอบ	เสียงโทรศัพท์
เด็กชาย	สวัสดีครับ ผมอยากทราบว่ามรดกโลกของเมืองไทยอยู่ที่ไหน
หญิง	(เสียงแสดงความเต็มใจ) ใต้ละ 1765 สายตรงวัฒนธรรม พร้อมบริการข้อมูลให้แก่คุณเดี๋ยวนี้ค่ะ.....
เสียงประกอบ	เสียงโทรศัพท์
หญิง	1765 สายตรงวัฒนธรรม สวัสดีค่ะ
ชาย	สวัสดีครับ ผมขอแจ้งเบาะแสครับ คือมีคนกำลังลักลอบตัดเศียรพระที่.....
เสียงบรรยายหญิง	อยากรู้ข้อมูล หรือแจ้งเบาะแสการทำลายวัฒนธรรม
เสียงประกอบ	เสียงกดหมายเลขโทรศัพท์
เสียงบรรยายหญิง	กด 1765
เสียงบรรยายชาย	ร่วมรักษาวัฒนธรรมไทย ด้วยหัวใจของคนไทยทั้งแผ่นดิน โดยกระทรวงวัฒนธรรม

5) *ละคร* เป็นวิธีการนำเสนอสปอตที่มุ่งให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ เกิดความรู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอด้วยบทสปอตที่นำเสนอเสียงประเภทต่างๆ ได้แก่ เสียงพูด เสียงเพลง และเสียงประกอบ มาผสมผสานเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการ ดังนั้นผู้นำเสนอสปอต จึงต้องสวมบทบาทเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดเนื้อหา อารมณ์ได้อย่างสมจริงสมจัง บรรลุวัตถุประสงค์ของสปอต

ตัวอย่าง

สปอตเครื่องสำอางค์กรงดเกล้าและ สสส.

เสียงประกอบ	FADE IN เสียงผลึกประตูเปิด ดังเอี้ยด mix เสียงจ๊กจั่น แมงกลางคืน.....FADE UNDER บทสนทนา.....
ลูกชาย	(พูดลากเสียงแบบคนเมา) เอ้อ ดึกปานนี้มานั่งตรงนี้คนเดียว ทำไมละน้องสาว (วรรคยาว).....อย่าบอกนะว่ามารอฟี(เร่ง จังหวะเสียงให้เร็ว) มะมามาหาพี่หน่อยซิ.....เอ๊อ๊ก (พูดเป็น หัวงๆ) ขอพี่...(เสียงเรอ)....เอ๊อ๊ก
เสียงประกอบ	เสียงอาเจียนอาหารพุ่งออกจากปาก
แม่	(เสียงเมตตาและห่วงใย) โธ.....ไปหาไม้มูก (หางเสียงสั้น).....

ลูกไม่น่ามาถึงขนาดนี้เลย

เสียงประกอบ FADE OUT

เสียงบรรยาย (เสียงตั้งคำถาม) จะให้แม่เหนื่อยไปถึงไหน

(เสียงหนักแน่น เขียวช้วน) มาร่วมกันลดเหล้าเพื่อแม่ เข้าพรรษา

(เสียงย้ำ เน้น) ประรณาดิจจากเครือข่ายองค์กรงดเหล้าและ สสส.

6) *จิงเกิ้ล (jingle)* จิงเกิ้ลเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารถึงผู้ฟัง ซึ่งผู้เขียนบทนำมาเรียบเรียงเป็นเนื้อร้อง มีการกำหนดดนตรีที่มีท่วงทำนอง จังหวะสอดคล้องกับเนื้อหา นำเสนอด้วยการขับร้องผู้ฟัง แทนการใช้เสียงพูดหรือการบรรยายปกติ ดังนั้นผู้ที่จะนำเสนอสปอตลักษณะดังกล่าวซึ่งจะรู้จักเรียกขานกันว่าจิงเกิ้ลนี้ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการขับร้องจึงจะสามารถสื่อสารออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล

ตัวอย่าง

เสียงดนตรี .....

คำร้อง อสมท. ก้าวไกล รับผิดชอบต่อชน

7) *การนำเสนอแบบผสมผสาน* เป็นสปอตที่ใช้การผสมผสานรูปแบบวิธีการต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารถึงผู้ฟัง

ตัวอย่าง

เสียงบรรยายหญิง1 ← ความคิดก้าวไกลกับเครือข่าย ทศท.

เสียงบรรยายชาย1 ตอน บัญญัติ 10 ประการเพื่อชีวิตเป็นสุขและก้าวหน้า

เสียงสนทนา

อ้อย อ้อยกำลังอ่านหนังสืออะไรอยู่จะฝ้าย แหม ดูท่าทางน่าจะสนใจจะ

ไหนด ขอคุณหน่อยสิ

ฝ้าย อ้อ หนังสือบัญญัติ 10 ประการเพื่อชีวิตเป็นสุขและก้าวหน้าจะ

เดี๋ยวจะเล่าให้ฟังนะ

เสียงบรรยายชาย 1 หนึ่ง พอใจในสิ่งที่ตนมีอยู่

สอง ลดอบายมุขต่างๆ เช่นไม่เล่นการพนัน

สาม รู้จักสร้างมิตร และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

สี่ พยายามเอาชนะอุปสรรค และหาทางแก้ปัญหาด้วยความพยายาม

ห้ำ สร้างความรักในงาน และมีความสุขกับงาน  
 หก สร้างความสดชื่นให้กับตนเอง ตั้งแต่เช้า ด้วยการคิดและ  
 พูดแต่สิ่งดีๆ  
 เจ็ด ริเริ่มหาช่องทางใหม่ๆ และใฝ่หาความรู้ใส่ตัว  
 แปด สร้างความมั่นใจด้วยการค้นหาจุดเด่นหรือส่วนดีในตัวให้  
 พบ  
 เก้า รู้จักรักษาสุขภาพของตนเอง  
 และสิบ ทำจิตใจให้เป็นสมาธิ สงบ และมีสติอยู่เสมอ เพื่อชีวิตที่  
 เป็นสุขและก้าวหน้า

เสียงบรรยายชาย 2 สนใจบทวิทยุ ระบุตอนที่ต้องการ ขอได้ที่ ความคิดก้าวไกลกับ  
 เครือข่าย ทศท. โทรสาร 02 2762289

เสียงดนตรี .....FADE IN ดนตรี.....FADE UNDER

เสียงบรรยายหญิง 1 บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่นจำกัดมหาชน

เสียงดนตรี .....FADE OUT.....

ตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นวิธีการที่ใช้สื่อสารสู่ผู้ฟังซึ่งผู้นำเสนอสปอตต้องรู้จักและ  
 เข้าใจวิธีการนำเสนอแต่ละลักษณะ เพื่อสามารถนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล

## 2.5 วิธีการนำเสนอสปอต

รูปแบบการนำเสนอสปอตดังกล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้ แม้จะมีความหลากหลาย  
 แต่ถ้าพิจารณาในแง่มุมมองของผู้นำเสนอสปอต อาจแบ่งได้ 2 ลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่

**2.5.1 การนำเสนอแบบตรงไปตรงมา (straight delivery)** เช่น การประกาศนำเข้า  
 รายการ การอ่านพระบรมราโชวาท การพูดคุยกับผู้ฟังของนายกร ทัพพะรังสี เป็นต้น

**2.5.2 การนำเสนอแบบการแสดง (acted delivery)** เช่น การสวมบทบาทเป็นคู่  
 สนทนา การแสดงละคร เป็นต้น

ประเภทของสปอตที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง อาจพิจารณาจำแนก  
 ได้เป็นสปอตเพื่อการโฆษณา สปอตเพื่อการประชาสัมพันธ์ สปอตเพื่อการณรงค์ สปอตเพื่อการ  
 บริการสาธารณะ และสปอตเพื่อการส่งเสริม

สำหรับรูปแบบการนำเสนอสปอตซึ่งเป็นที่นิยม ได้แก่ การประกาศ การบรรยาย  
 การพูดคุย การสนทนา ละคร จึงเกิด และการนำเสนอแบบผสมผสาน

## 2.6 คุณสมบัติของผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียง

การสื่อสารด้วยสปอตมักมุ่งหมายที่จะตอบสนองวัตถุประสงค์เพื่อการบอกกล่าว และ/หรือการโน้มน้าวใจผู้ฟัง ซึ่งจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ ต้องเริ่มต้นตั้งแต่การสร้างสรรค์บทสปอตที่มีคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตาม แม้บทสปอตจะดีมีคุณภาพย่อมไม่สามารถไปถึงผู้ฟังได้ หากปราศจากผู้นำเสนอ

ดังนั้นผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียงจึงมีความสำคัญในฐานะผู้ “ถ่ายทอด” และมีส่วนสัมพันธ์ กับความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการผลิตสปอตอีกด้วย เพราะไม่ว่าบทสปอตจะมีแนวคิดที่ดีเชื่อมโยงอย่างไร เลือกลงใช้ภาษาสละสลวย กำหนดวิธีการสื่อสารได้น่าสนใจเพียงไร แต่ถ้าผู้นำเสนอ สปอตนั้นๆ ไม่มีความสามารถในการนำเสนออย่างส่งผลต่อคุณภาพของสปอตแน่นอน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การกำหนดตัวผู้นำเสนอสปอตจึงเป็นเรื่องที่ผู้ผลิตสปอตต้องใส่ใจ เลือกให้เหมาะสมกับชิ้นงานที่จะผลิต ทั้งนี้หากจะพิจารณาอย่างกว้างๆ คุณสมบัติพื้นฐานที่ผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียงพึงมี ได้แก่

**2.6.1 คุณภาพของเสียง** เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นสำหรับนักกระจายเสียง เพราะวิทยุเป็นสื่อที่ต้องใช้เสียงเป็นหลักในการส่งสาร ดังนั้นคุณภาพของเสียงจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาในการคัดเลือกผู้ที่จะมานำเสนอสปอต โดยเสียงที่ต้องการคือ พื้นเสียงที่แจ่มใส ชวนฟัง ไม่แหบพร่า สั่นเครือ หรือแหลมสูง

**2.6.2 ความสามารถในการออกเสียงได้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขรวิธี** การอ่านสปอตแม้ผู้อ่านจะมีคุณภาพเสียงดี แต่ไม่มีความสามารถในการออกเสียง ก็ไม่สามารถเป็นผู้นำเสนอที่ดีได้ เพราะสปอตเป็นชิ้นงานที่นำเสนอเนื้อหาในช่วงเวลาสั้นๆ ภายใต้อเวลาที่จำกัดนั้น จะต้องสื่อสารให้ผู้ฟังให้เกิดความชัดเจนที่สุด

การที่จะสื่อสารให้ผู้ฟังเกิดความชัดเจนได้ เกิดจากวิธีการออกเสียง ได้ชัดเจน ชัดถ้อย ชัดคำ ชัดความ ไม่รวบๆ รวบ ทำให้ผู้ฟังสับสนหรือสื่อผิดความหมาย เช่น

มะ-หา-วิด-ทะ-ยา-ไล สุโขทัยธรรมมาราช จะเปิดรับนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา.....ผู้สนใจติดต่อขอทราบรายละเอียดได้.....

หากออกเสียงไม่ชัดเจน รวบคำอาจกลายเป็น

หมา-วิด-ทลัย สุโขทัยธรรมมาราช จะเปิดรับนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา.....ผู้สนใจติดต่อขอทราบรายละเอียดได้.....เป็นต้น

นอกจากจะต้องออกเสียงคำและความให้ชัดเจนแล้ว ยังต้องใส่ใจในการพูด การอ่านออกเสียงให้ถูกต้องตามอักขรวิธี ร เรือ ล ลิง คำควบกล้ำต้องสามารถพูดออกเสียงได้ จึง



สามารถสื่อความสู่ผู้ฟังได้ถูกต้อง เช่น ห้าง X ลดราคาปลากระป๋อง หากควบกล้าไม่ได้ จะกลายเป็น ห้าง X ประกาศลดราคา และมีเกมปลากระป๋องให้เล่น ซึ่งผิดความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสาร เป็นต้น

ดังนั้นคุณสมบัติการออกเสียงได้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขรวิธี จึงเป็น คุณสมบัติที่จำเป็นประการหนึ่งของผู้ที่ทำหน้าที่นำเสนอสพตวิทยุกระจายเสียง

**2.6.3 การมีทักษะในการใช้เสียง** นอกจากคุณสมบัตินี้ 2 ประการข้างต้นแล้วสำหรับ ผู้อ่าน สพตที่จะเป็น “มืออาชีพ” จำเป็นต้องมีทักษะในการใช้เสียง

ทักษะ แปลว่า ความชำนาญ ดังนั้นการมีทักษะในการใช้เสียงจึงหมายถึง การมีความชำนาญ มีประสบการณ์ในการใช้เสียง ซึ่งจะส่งผลให้สามารถควบคุมเสียงของตนเองได้ เช่น

1) *การควบคุมระดับเสียง* การนำเสนอสพตแม้จะเป็นชิ้นงานสั้นๆ แต่จะมี ส่วนซึ่งนำเสนอด้วยระดับเสียงที่ต่างกัน เพื่อตรงความสนใจของผู้ฟังให้ติดตามฟัง บางจุดต้องการ ขึ้นเสียงสูง ขณะที่บางคำต้องการลงเสียงต่ำ หรือการทอดเสียงในบางจังหวะ การเน้นเสียงในส่วนที่เป็น ความสำคัญของสารเปรียบเหมือนการขีดเส้นใต้ในงานสื่อสารด้วยการเขียนนั่นเอง สิ่งเหล่านี้ ต้องอาศัยเวลาและการฝึกฝนเพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญจึงจะสามารถ “สั่งเสียง” ได้ตามต้องการ ที่กำหนดไว้ในบท

2) *การควบคุมจังหวะ* นักกระจายเสียงมือใหม่มักจะไม่สามารถกำกับ ตนเองในเรื่องจังหวะ ความเร็ว-ช้า ได้ตั้งใจ แต่การอ่านสพตการเร่งจังหวะให้เร็ว หรือทอดจังหวะ ให้ช้าขึ้นเป็นอวัจนภาษาที่สื่อ “สาร” ถึงผู้ฟังเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การใช้จังหวะที่เร็วขึ้นเพื่อแสดง การกระตุ้นเร่งเร้าผู้ฟังให้ไปซื้อหาสินค้าหรือไปใช้บริการ เป็นต้น

3) *การควบคุมเวลา* เวลาเป็นประเด็นสำคัญสำหรับผู้นำเสนอสพต วิทยุกระจายเสียง เพราะโดยทั่วไปความยาวมาตรฐานในการนำเสนอสพตวิทยุกระจายเสียงมักอยู่ ระหว่าง 30 วินาทีถึงประมาณ 60 วินาที ดังนั้นผู้นำเสนอสพตจึงต้องมีความสามารถที่จะควบคุม เวลาในการนำเสนอเนื้อหาตามบทให้อยู่ภายในเวลาที่กำหนด

4) *ความสามารถในการถ่ายทอดสารได้ตรงตามที่กำหนดไว้ในบท* เป็น ความสามารถประการสำคัญที่ผู้นำเสนอสพตจะต้องมี เพื่อให้การเผยแพร่สพตสู่ผู้ฟังบรรลุ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

5) *มีความรัก รับผิดชอบ ละมีวินัยในการทำงาน* การจะทำงานได้ดีมี คุณภาพและประสิทธิภาพย่อมต้องรักในงานเพื่อพร้อมที่จะอดทน ฝึกซ้อมและทำซ้ำ ได้อย่างไม่เบื่อ หน่าย เพราะการผลิตสพตแม้จะเป็นรายการสั้นๆแต่ภายใต้ความสั้นนั้นกลับเป็นความยากที่จะให้



ทุกอย่างที่ได้กำหนดไว้ในบท “ลงตัว”ตามต้องการและแม้สปอตจะเป็นรายการสั้นๆแต่มีผู้เกี่ยวข้องในการผลิตที่จะต้องนัดหมายเพื่อทำงานร่วมกัน ดังนั้นผู้นำเสนอสปอตมีอาชีพจึงต้องมีความรับผิดชอบและมีวินัยในการทำงานเพื่อสามารถทำงานเป็นที่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น

การกำหนดตัวผู้นำเสนอสปอตจึงเป็นเรื่องที่ผู้ผลิตสปอตต้องใส่ใจ เลือกให้เหมาะสมกับชิ้นงานที่จะผลิตเพราะผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญ และมีส่วนสัมพันธ์กับความสำเร็จในการผลิตสปอต

คุณสมบัติพื้นฐานที่ผู้นำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียงพึงมี ได้แก่ เสียงที่มีคุณภาพ การออกเสียงได้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขรวิธี มีทักษะในการใช้เสียง สามารถถ่ายทอดสารได้ตรงตามที่กำหนดไว้ในบท

## 2.7 หลักการนำเสนอสปอตวิทยุกระจายเสียง

2.7.1 การนำเสนอสปอต ผู้ถ่ายทอดต้องคำนึงถึงความสมบูรณ์ตรงตามที่ผู้เขียนบทต้องการสื่อสารทั้งในด้านเนื้อหาและอารมณ์ โดยยึดหลัก “4 ต” ได้แก่ ไม่ดู ไม่ตก ไม่ตัด ไม่เติม ให้ผิดไปจากเนื้อหาที่ระบุไว้ในบท และตีความบทเพื่อสามารถนำเสนอได้ตรงตามอารมณ์ที่ผู้เขียนบทต้องการ

2.7.2 วิทยุกระจายเสียง สื่อสารด้วยเสียง จึงต้องคำนึงถึงคุณภาพเสียงของผู้นำเสนอสปอต ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสื่อสารเนื้อหาจากบทสปอตไปสู่ผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ เข้าใจ ยอมรับ มีความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับสารที่นำเสนอ และนำไปสู่การกระทำ

2.7.3 หลักการใช้เสียงอย่างมีคุณภาพ ต้องคำนึงถึงความดัง-ค่อย ของเสียง ความเร็วในการพูด ระดับเสียง ความถูกต้องในอักขระ ความเชื่อมั่น ความเป็นธรรมชาติ

### หลักการถ่ายทอดเนื้อหาและอารมณ์ในการนำเสนอสปอต

การถ่ายทอดสาร (message) จากบทสู่ผู้ฟังนั้น Stuart W. Hyde ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา กล่าวไว้ในตำราการเป็นผู้ประกาศทางวิทยุและโทรทัศน์ ความโดยสรุปว่า (1995: 28)

“ผู้ที่ทำหน้าที่อ่านบท เปรียบเหมือนผู้เชื่อมโยง (link) ระหว่างผู้เขียนบทและผู้ฟัง .....การจะทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องสามารถสื่อความคิดของผู้เขียนบทสู่ผู้ฟังได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์”

การสื่อ “ความคิด” ของผู้เขียนบทได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์นั้น มีประเด็นหลักที่ต้องพิจารณา 2 ประเด็นได้แก่ การถ่ายทอดเนื้อหา และการถ่ายทอดอารมณ์ตามที่สื่อสารไว้ในบท

1. การถ่ายทอดเนื้อหา เนื้อหาเป็นหัวใจหลักของสปอต ที่มุ่งสื่อสารถึงผู้ฟัง ภายในเวลาที่มีจำกัด ในการเขียนบทผู้เขียนบทจะถ่ายทอดเนื้อหาด้วยภาษาที่ถลั่นกรองแล้ว เพื่อให้สามารถสื่อความหมายถึงผู้ฟังเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ของผู้นำเสนอสปอตก็คือ การอ่าน การพูด หรือการสวมบทบาทตามที่ระบุไว้ในบทเท่านั้นซึ่งต่างจากการดำเนินรายการรูปแบบอื่น เช่น การดำเนินรายการเพลง ที่อาจใช้บทเป็นเพียงแนวทางในการพูด บทเป็นบทประเภทบทเปิด (open script) กำหนดประเด็นการพูดคุยกับผู้ฟังอย่างกว้างๆให้ผู้ดำเนินรายการพูดสดด้วยคำพูดของผู้ดำเนินรายการเองภายใต้ประเด็นที่กำหนดไว้

ดังนั้นสำหรับการผลิตสปอต การถ่ายทอดเนื้อหาบทสปอตจึงต้องคำนึงหลัก “4 ต” ในการถ่ายทอดเนื้อหา ดังนี้คือ

- ต ต้องไม่ตู่ การตู่คำหรือตู่ความ หมายถึง การอ่านหรือพูดที่พลังพลาดไปจากบท

- ต ต้องไม่ตก การตกคำหรือตกความ หมายถึง การอ่านหรือพูดที่ไม่ครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในบท

- ต ต้องไม่ตัด การตัดคำหรือตัดความ หมายถึง การอ่านหรือพูดที่ไม่ครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในบทโดยตั้งใจ

- ต ต้องไม่เติม การเติมคำหรือเติมความ การอ่านหรือพูดที่เพิ่มขึ้นจากที่ระบุไว้ในบท

การตู่ ตก ตัด เติม ดังกล่าวข้างต้นนี้ ไม่ว่าจะเป็นเพราะเหตุผลใดๆก็ตาม อาจทำให้เสียความหมายได้ เช่น บทสปอตไปรษณีย์ไทย

สินค้าส่งถึงมือทุกที่

ด้วยความพร้อมและบริการยุคใหม่ไฮเทคของไปรษณีย์ไทย

Post e Mart ระบบจองการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

Post e Mart ให้คุณซื้อได้ง่าย ง่ายสะดวก มั่นใจในระบบขนส่งคุณภาพ

วันนี้อยากได้ แสตมป์สวยๆ หรือสินค้า OTOP ห้าดาว

คลิก Post e Mart บนเว็บไซต์ Thailand post.co.th

ไปรษณีย์ไทยก้าวไกล ไม่หยุดยั้ง

หากผู้นำเสนออ่านบทสปอตข้างต้น ดังนี้

สินค้าส่งถึงมือ**ทุกที่** (คู่คำ)  
 ด้วยความพร้อมและบริการยุคใหม่ของไปรษณีย์ไทย (ตกคำว่า **ไอเทค**)  
 Post Mart ระบบของการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (ตัด e)  
**คุณอะ** มั่นใจในระบบขนส่ง (เดิม **คุณอะ** และตัด **คุณภาพ**)  
 วันนี้อะทำได้ แสตมป์สวยๆ หรือสินค้า OTOP ห้าดาว  
 คลิก Post e Mart บนเว็บไซต์ Thailand post.co.th  
 ไปรษณีย์ไทยก้าวไกล ไม่หยุดยั้ง

จากตัวอย่างการนำเสนอสปอตข้างต้น มีทั้งคู่ ตก ตัด และเติม หากพิจารณาจะพบว่าสิ่งที่ดูเหมือนเล็กน้อยๆ นั้น มีผลทำให้เสียความ ผิดไปจากความหมายที่ต้องการสื่อสารได้ เช่นการคู่คำจาก “สินค้าส่งถึงมือ**ทุกที่**” กลายเป็น “ส่งถึงมือ**ทุกที่**” จะหมายถึงสินค้าที่จัดส่ง จะส่งถึงทุกครั้ง แต่ความหมายเดิมที่ต้องการสื่อสารนั้นต้องการบอกผู้ฟังว่า ไม่ว่าผู้ฟังจะอยู่ที่ใด สามารถจัดส่งสินค้าให้ได้ทุกสถานที่

ในกรณีของการตกคำ โดยตกคำว่า “ไอเทค” ถือว่าเป็นการตกในสาระสำคัญ เพราะในที่นี้ไปรษณีย์ไทยต้องการบอกจุดยืน จุดแข่งขันว่า เป็นไปรษณีย์ยุคใหม่ ยุคไอเทค

ส่วนการตัด “e” แม้จะดูเหมือนเล็กน้อยเพียงแค่ตัดตัวอักษร 1 ตัว แต่ตัวอักษรนั้นเป็นคำสำคัญที่บ่งบอกจุดแข็งในการให้บริการที่ทันสมัย คือให้บริการผ่านระบบ electronic บนเว็บไซต์

สำหรับการเติมก็เช่นกัน การเติม “คุณอะ” ลงไปมาได้ทำให้สื่อความหมายได้ดีขึ้น แต่ไปกินเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดของสปอต และไปตัดคำว่า “คุณภาพ” ออก ซึ่งเป็นคำสำคัญเช่นกัน

ดังนั้นหลักการสำคัญในการนำเสนอสปอตก็คือ จะต้องถ่ายทอดสารด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการ คู่ ตก ตัด เติม ที่ทำให้ความหมายของเนื้อหาในบทเสียไป ไม่ว่าจะด้วยความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม

2. การถ่ายทอดอารมณ์ วิธีการนำเสนอสปอตอาจแบ่งได้ 2 ลักษณะใหญ่ ได้แก่ การนำเสนอแบบตรงไปตรงมา และการนำเสนอแบบการแสดง แต่ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในลักษณะใด ผู้นำเสนอสปอตต้องสามารถถ่ายทอดอารมณ์ของบทที่ผู้เขียนบทตั้งใจ (intent) จะสื่อสารถึงผู้ฟัง ผู้ฟังได้ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่นเดียวกับการถ่ายทอดเนื้อหาที่ได้อธิบายข้างต้น

การที่ผู้นำเสนอจะสามารถถ่ายทอดอารมณ์ของบทได้ครบถ้วนสมบูรณ์ จะต้องเตรียมการล่วงหน้า โดยการศึกษาบท วิเคราะห์บท และตีความบท

- เพื่อให้เกิดความเข้าใจในรายละเอียดของบทที่จะต้องนำเสนอ และ

- ตระหนักว่ากำลังจะนำเสนออะไร
- โดยมียุทธศาสตร์ร่วมในสิ่งที่นำเสนอ

ดังนั้นนอกจากหลัก “4 ต” ข้างต้นที่ใช้เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาแล้ว ในการถ่ายทอดอารมณ์จำเป็นต้องใช้หลัก ต ตัวที่ 5 นั่นคือ “ต ดีความ” เพื่อทราบอารมณ์ของบท ทั้งที่เป็นภาพรวมและจุดเปลี่ยนอารมณ์ในบท

หากผู้นำเสนอเตรียมการล่วงหน้าดี มีการซักซ้อม เข้าใจในอารมณ์ของบทย่อมจะส่งผลต่อคุณภาพของสปอตที่ผลิตนั่นเอง

ผู้นำเสนอสปอตในฐานะผู้ถ่ายทอดสารจากบทสู่ผู้ฟัง จะต้องคำนึงถึงความสมบูรณ์ในการถ่ายทอดใน 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ ความสมบูรณ์ของเนื้อหาและอารมณ์ ซึ่งผู้นำเสนอสปอตจะต้องถ่ายทอดได้ตรงตามที่ผู้เขียนบทตั้งใจและระบุไว้ในบท

หลักในการถ่ายทอด คือ “หลัก 5 ต” ได้แก่ ไม่ดู ไม่ตก ไม่ตัด ไม่เติม และดีความบทให้ถูกต้องเพื่อการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ ได้สปอตที่มีคุณภาพ

#### หลักการใช้เสียงในการนำเสนอสปอต

สปอตวิทยุกระจายเสียงเป็นชิ้นงานที่นำเสนอสู่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพื่อบรรลุจุดหมาย ได้แก่ การบอกกล่าวและ/หรือการโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติ การเปลี่ยนพฤติกรรม

วิลเลียม แมคกายร์ (William McGuire อ่างในอรรถรรณ ปัลลันธน์ โอวาท) ให้ความเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า โดยทั่วไปผู้รับสารส่วนใหญ่ก่อนจะเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มักผ่านขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม 5 ขั้นตอน ได้แก่

- ความสนใจ (attention)
- ความเข้าใจ (comprehension)
- การยอมรับ (yielding)
- ความทรงจำ (retention)
- การกระทำ (action)

ในการนำเสนอสปอตทางวิทยุกระจายเสียงซึ่งเป็น “สื่อเสียง” สิ่งแรกที่กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ ได้แก่ เสียง และกลุ่มเป้าหมายจะรับรู้ (percept) ด้วย “การฟัง”

ดังนั้น การจะนำเสนอสปอตเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ เข้าใจ ยอมรับ มีความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับสารที่นำเสนอและนำไปสู่การกระทำ “คุณภาพเสียง” ของผู้นำเสนอสปอตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเนื้อหาจากบทสปอตไปสู่ผู้ฟังอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

### หลักการใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการนำเสนอสปอต

การใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการนำเสนอสปอต เพื่อให้ได้เสียงที่มีคุณภาพตามต้องการ ควรพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้

1. ความดัง-ค่อยของเสียง (loudness) ความดัง ความค่อยของเสียงมีผลต่อการรับรู้ของผู้ฟัง เพจและบัลลูน (Page & Balloun, 1978) ได้ศึกษาถึงผลของความดัง ความค่อยของเสียงที่มีต่อการรับรู้ พบว่าเสียงที่ดังกว่าปกติเล็กน้อยสื่อสารถึงความหนักแน่น แน่นอน และความมั่นใจของผู้พูด

ขณะที่โรบินสันและแม็คอาเธอร์ (Robinson & McArthur, 1982 อ้างใน Devito, 2003) กล่าวว่า การใช้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยดึงดูดความสนใจได้

ด้วยเหตุนี้เอง ในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้นำเสนอสปอตจึงต้องรู้จักควบคุมระดับความดังของเสียงที่ใช้ในการนำเสนอสปอต เพื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ เช่น เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังจากการทำกิจกรรมใดๆ ให้หันมาฟังสปอตโฆษณา อาจจะใช้เสียงในระดับที่ดังกว่าปกติในช่วงต้นของสปอต หรือการเลือกใช้เสียงดังเล็กน้อย พูดเต็มเสียง เน้นเสียงบางข้อความในบทสปอต เพื่อสื่อสารให้ผู้ฟังเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2. ความเร็วในการพูด (speed) การพูดโดยทั่วไป หากผู้พูดพูดเร็วๆ ความเร็วในการพูดอาจทำให้ผู้ฟังฟังไม่ทัน หรือฟังแล้วไม่เข้าใจ

จากผลการศึกษาของสมิทและเซฟเฟอร์ (Smith & Shaffer, 1995) เกี่ยวกับเรื่องความเร็วในการพูดนี้ พบว่าในกรณีที่จะสื่อสารถึงผู้ฟังที่มีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วย (against) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หากพูดด้วยความเร็วที่เร็วกว่าปกติจะได้ผลดีกว่าการพูดด้วยความเร็วปกติ ส่วนการสื่อสารในกรณีที่มุ่งสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจ ย้ำเตือนกับผู้ฟังที่มีทัศนคติที่สนับสนุน เห็นด้วย (favor) ในเรื่องนั้นๆ หากใช้ความเร็วสูงในการพูดจะได้ผลดีน้อยกว่าการพูดด้วยความเร็วปกติ

ดังนั้นการนำเสนอสปอต ผู้นำเสนอจึงควรพิจารณาเลือกใช้ความเร็วในการพูดให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟัง

นอกจากนี้ หากผู้พูดเข้าใจและรู้จักเลือกใช้จังหวะการพูดที่หลากหลาย (variation in rate) โดยพูดในจังหวะที่ช้าบ้างเร็วบ้าง จะสร้างความแตกต่างในการรับรู้ ช่วยสร้างความน่าสนใจในการนำเสนอได้เช่นกัน ทั้งนี้ในการเขียนบทสปอตผู้เขียนมักระบุให้ทราบวิธีการใช้เสียงกำกับกับการอ่าน แต่ในกรณีที่ไม่ได้ระบุ ผู้นำเสนอสปอตมืออาชีพจะต้องทราบว่าส่วนใดของเนื้อหาควรใช้จังหวะอย่างไรในการนำเสนอ เช่น ในการบอกกล่าวหมายเลขโทรศัพท์ที่จะติดต่อ ควรใช้จังหวะที่ทอดช้ากว่าปกติเล็กน้อย เพื่อให้ผู้รับสารซึ่งรับสารด้วย “การฟัง” สามารถฟังทัน จดจำได้ เป็นต้น

3. ระดับเสียง (pitch) ระดับเสียงในที่นี้หมายถึง การใช้ระดับเสียงสูง-ต่ำในการพูดนั่นเอง การใช้เสียงพูดด้วยเสียงระดับเดียวมีผลต่อการฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพูดที่ใช้ระยะเวลา หากผู้พูดพูดด้วยเสียงที่ราบเรียบหรือโมโนโทน (monotone) ผู้ฟังมีแนวโน้มที่จะเบื่อหรือหลับได้ ในการอ่าน สปอต แม้จะเป็นชิ้นงานสั้นๆ แต่ความราบเรียบของระดับเสียงจะไม่สามารถดึงดูดและตรึงความสนใจให้ผู้ฟังติดตามฟังได้ จึงทำให้การนำเสนอสปอตนั่นผ่านล่อยไปในอากาศ ไม่ติดอยู่ในความทรงจำของผู้ฟัง

นอกจากนี้ ระดับเสียงที่ใช้ยังสื่อความหมายที่แตกต่างสู่ผู้ฟังอีกด้วย เช่น การใช้ระดับเสียงสูงแสดงความสงสัยเป็นการตั้งคำถาม เป็นต้น

ดังนั้นผู้นำเสนอสปอตจำเป็นต้องเข้าใจและรู้จักเลือกใช้ระดับเสียงที่เหมาะสมในการนำเสนอสปอตด้วย

4. ความถูกต้องในอักขระ เสียงที่มีคุณภาพย่อมเป็นเสียงที่เกิดจากการเปล่งเสียงอย่างถูกต้องตามอักขรวิธี สามารถออกเสียงควบกล้ำ ตลอดจนพยัญชนะไทยได้ถูกต้อง เพื่อการสื่อสารๆ ได้ตรงตามคำ ความที่ระบุไว้ในบท

ตัวอย่าง

ผู้บรรยายหญิง ทำไมถึงรู้สึกอึดอัดเมื่อไม่ได้พูดกับใครนานๆ

ทำไมต้องมี**อักษรเบรลล์**ให้กับคนตาบอด

และภาษามือให้กับคนหูหนวก

(เสียงสูง) แล้วทำไม เราต้องกระวนกระวายเกินเหตุทุกครั้งที่มีมือถือเบตหมด

(เน้นย้ำ) ก็ **เพราะ** การสื่อสาร คือสิ่งที่มนุษย์ขาดไม่ได้

เราจึงอยู่เคียงข้าง สร้างเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้ครอบคลุม

เพื่อ**โครงข่าย**ของการสื่อสาร

ผู้บรรยายชาย (เสียงต่ำ หนัก) CAT TELECOM อำนาจสื่อสารของคนทั้งชาติ

จากบทสปอตข้างต้น หากไม่สามารถออกเสียงควบกล้ำได้ ย่อมไม่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะคำและความข้างต้นต้องใช้เสียงควบกล้ำ เช่น

ใคร หากไม่ควบกล้ำจะกลายเป็น ไค

อักษรเบรลล์ จะกลายเป็น อักษรเบน ซึ่งผิดความหมาย

ครั้ง จะกลายเป็น คั้ง

เพราะ จะกลายเป็น เพาะ ซึ่งหมายถึง ทำให้งอก แทนที่จะหมายถึง เหตุ สาเหตุ



โครงข่าย จะกลายเป็น โครงข่าย

หากเป็นเช่นนี้ย่อมจะสื่อสารผิดความหมายไปจากความตั้งใจและต้องการสื่อสารที่ระบุไว้ในบท ด้วยเหตุนี้เองผู้นำเสนอสปอตจึงต้องใส่ใจกับอักษรวิธีที่ถูกต้อง

5. ความเชื่อมั่น (confidence) การนำเสนอสปอตที่มีจุดหมายเพื่อการบอกกล่าวเพื่อการโน้มน้าวใจ การจะบอกกล่าวโน้มน้าวใจบุคคลอื่นได้ ต้องเริ่มต้นที่ตัวผู้ส่งสาร หากผู้ส่งสารไม่เชื่อมั่นในสิ่งที่จะต้องพูดย่อมไม่สามารถพูดให้ผู้อื่นเชื่อได้ เช่น ถ้าต้องนำเสนอสปอตโฆษณาสินค้า X ว่ามีคุณภาพดี แต่ตัวผู้พูดและใจผู้พูดไม่ได้คิดเช่นนั้น เสียงที่สื่อไปสู่ผู้ฟังอาจไม่เชื่อมั่นเพียงพอที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกคล้อยตาม หรือตกย่ำให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าดังกล่าวได้ ดังนั้นเสียงที่แสดงความเชื่อมั่นต่อสาร (message) ที่จะนำเสนอจึงมีความสำคัญเป็นสิ่งที่ผู้พูดหรืออ่านบทสปอต ต้องตระหนัก

6. ความเป็นธรรมชาติ ความเป็นธรรมชาติในการนำเสนอเป็นเสน่ห์ที่จะช่วยดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามฟังสปอตนั้นๆ เพราะผู้ฟังจะเกิดความรู้สึกไม่แปลกแยกขณะที่ฟัง ความเป็นธรรมชาตินี้เกิดจากการเขียนบทที่สมจริง เช่น หากเป็นบทสนทนา คำพูดที่ใช้ก็ต้องเป็นคำพูดที่ผู้พูดทั่วไปใช้ ไม่ใช่ภาษาเขียน

ตัวอย่าง

- |        |  |
|--------|--|
| หญิง 1 | (เสียงเชิญชวน) 8-9 กันยายน ไปช้อปปิ้งความสุข <i>กันมั๊ย</i>  |
| หญิง 2 | (เสียงสูง) ช้อปปิ้งความสุข (เสียงหัวเราะ) <i>ห่างไหนละยะ</i> |
| หญิง 1 | ไม่ใช่ห่าง แต่เป็นตลาดนัด (ลากเสียงตัวดสูง)                  |

บทสปอตข้างต้น เป็นคำพูดที่เป็นธรรมชาติ เช่น ใช้ “ไปช้อปปิ้งความสุข*กันมั๊ย*” หรือ “*ห่างไหนละยะ*” บ่งบอกความสัมพันธ์เป็นภาษาที่เพื่อนสนิทสนมกันใช้พูดคุย

ดังนั้นผู้นำเสนอสปอตจะต้องถ่ายทอดบทด้วยความเป็นธรรมชาติ อาจเริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามถามตัวเองว่า “เราเป็นใคร ในการถ่ายทอดงานชิ้นนี้” ซึ่งในกรณีที่ยกตัวอย่างข้างต้น จะตอบได้ว่า เราเป็นเพื่อนกันสนิทกัน กำลังจะชวนเพื่อนไปช้อปปิ้ง แล้วจึงสวมตนเองลงไปในบทที่กำลังพูดกับเพื่อนจริงๆ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม บทสปอตอาจไม่ได้นำเสนอด้วยรูปแบบการสนทนาแต่อาจจะเป็นรูปแบบพูดเล่าสู่กันฟัง บรรยายการนำเสนอด้วยความเป็นธรรมชาติก็จำเป็นเช่นกัน

ตัวอย่าง

เสียงพูดชาย      บรรยายอากาศคอนโดนี่แหละ...เซตล์พูดอย่าง...(พูดวัดเสียงแบบมีอารมณ์)  
 เสร็จจริงเป็นอีกอย่าง  
 (เสียงบอกเล่า) ภาพโฆษณา ก็ขายฝัน  
 ห้องตัวอย่างอีก หลอกกันเห็นๆ  
 (เสียงประชดประชัน) ไหนล่ะ บรรยายอากาศหฺร..... ไหนล่ะชีวิตมีระดับ  
 (ลากเสียงอย่างมีอารมณ์) ค้าย....ไม่เหมือนที่บอกช้กอย่าง

เสียงบรรยายชาย      อย่าหลง ห้องตัวอย่างที่เกินจริง

เลือกคอนโดสร้างเสร็จก่อนขาย สัมผัสจริง ไม่ต้องจินตนาการ

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้นำเสนอจะต้องอ่านบทในลักษณะที่ผู้ฟังไม่เกิดความรู้สึกว่า ผู้นำเสนอกำลังนำข้อความมาอ่านให้ฟัง แต่ควรเป็นการบอกกล่าวสู่กันฟังอย่างเป็นธรรมชาติ ในส่วนที่เป็นเสียงบรรยายเช่นกัน

หากผู้นำเสนอสปอตรู้จักใช้หลักความดัง-ค่อยของเสียง ความเร็วในการพูด ระดับเสียง สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้องตามอักขรวิธี มีความเชื่อมั่นและความเป็นธรรมชาติ จะช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจผู้ฟังให้ติดตามฟังและบรรลุเป้าหมายการนำเสนอสปอดได้

วิทยุกระจายเสียงซึ่งเป็น “สื่อเสียง” ที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้ด้วย “การฟัง” ดังนั้น “คุณภาพเสียง” ของผู้นำเสนอสปอด จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเนื้อหาจากบทสปอดไปสู่ผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ เข้าใจยอมรับ มีความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับสารที่นำเสนอและนำไปสู่การกระทำ

หลักการใช้เสียงอย่างมีคุณภาพเพื่อการนำเสนอสปอด ประกอบด้วย

- **ความดัง-ค่อยของเสียง** เสียงที่ดังกว่าปกติเล็กน้อย สื่อสารถึงความหนักแน่น ความมั่นใจของผู้พูด และช่วยดึงดูดความสนใจได้ ผู้นำเสนอสปอดจึงต้องรู้จักควบคุมระดับความดังของเสียงที่ใช้ในการนำเสนอสปอด เพื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ

- **ความเร็วในการพูด** จะสร้างความแตกต่างในการรับรู้ ผู้นำเสนอจึงควรพิจารณาเลือกใช้ความเร็วในการพูดให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟัง เพื่อผลที่ต้องการ

- **ระดับเสียง** ผู้นำเสนอสปอดจำเป็นต้องเข้าใจและรู้จักเลือกใช้ระดับเสียงที่เหมาะสมในการนำเสนอสปอดเพราะระดับเสียงที่ใช้สื่อความหมายที่แตกต่างสู่ผู้ฟัง และสามารถชี้เพื่อตรึงความสนใจผู้ฟังได้

- **ความถูกต้องในอักขระ** เป็นสิ่งสำคัญเพื่อการสื่อสารได้ตรงตามคำ ความที่ระบุไว้

ในบท

- **ความเชื่อมั่น** เพื่อสามารถสื่อสารให้ผู้ฟังเชื่อถือ คล้อยตามได้

- **ความเป็นธรรมชาติ** เกิดจากการเขียนบทที่สมจริงและการถ่ายทอดบท ด้วยความเป็นธรรมชาติ เป็นเสน่ห์ที่จะช่วยตรึงผู้ฟังให้ติดตามฟังสปีชนั้นๆ

## 2.8 การเตรียมการและการนำเสนอสปีชวิทยุกระจายเสียง

2.8.1 ผู้นำเสนอสปีชวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทหน้าที่เป็น “ผู้ถ่ายทอดสาร” จึงต้องศึกษาบทเพื่อรู้เป้าหมายในการทำงาน รู้บทบาทหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงาน และสามารถถ่ายทอดสปีชสู่ผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

2.8.2 การเป็นผู้ถ่ายทอดที่มีคุณภาพ นอกจากจะต้องศึกษาบทเพื่อทราบเป้าหมาย บทบาทหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบแล้ว ยังต้องวิเคราะห์บทเพื่อทราบวัตถุประสงค์ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และเนื้อหาสปีช แล้วตีความบทให้กระจ่างเพื่อสามารถเสนอชิ้นงานได้อย่างมีคุณภาพ

2.8.3 การผลิตสปีชวิทยุกระจายเสียง ก่อนการนำเสนอสปีชอาจใช้การซักซ้อมด้วยตนเองนอกห้องบันทึกเสียงและการซักซ้อมในห้องบันทึกเสียง ทั้งนี้การซักซ้อมก่อให้เกิดความคุ้นเคยกับบท มีส่วนช่วยให้สามารถนำเสนอได้ตามเวลาที่กำหนดและการผลิตเป็นไปอย่างรวดเร็ว

### การศึกษบทสปีช

การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงไม่ว่าจะเป็นรายการประเภทใด เช่น รายการข่าว การศึกษา ให้ความบันเทิง บริการสาธารณะ หรือรายการที่นำเสนอด้วยรูปแบบใด เช่น การบรรยาย สนทนา สัมภาษณ์ ละคร ล้วนมีบทเป็นสื่อกลางเพื่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทั้งสิ้น

การผลิตสปีชวิทยุกระจายเสียงก็มี “บท” เป็นสื่อกลางเพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างทีมงานเช่นเดียวกัน การศึกษบทจึงมีความสำคัญและจำเป็นที่ผู้นำเสนอสปีชต้องใส่ใจ ดังนั้นการเตรียมการนำเสนอสปีชวิทยุกระจายเสียง ผู้นำเสนอจึงควรเริ่มต้นด้วยการศึกษบทเป็นขั้นตอนแรก

### การศึกษบทสปีชกับการนำเสนอสปีช

การศึกษบทสปีชจะส่งผลต่อการนำเสนอ โดยจะทำให้ผู้นำเสนอสปีชรู้เป้าหมายในการทำงาน รู้บทบาทหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงาน และสามารถถ่ายทอดสปีชสู่ผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. ผู้นำเสนอสปีชรู้เป้าหมายการทำงานจากการศึกษบท ในการผลิตสปีชวิทยุกระจายเสียงนั้นแตกต่างจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ตามปกติการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคยนั้นเกิดจากเป้าหมายความต้องการของบุคคล

เช่น นาย ก ต้องการชักชวนนาย ข ไปดูภาพยนตร์ นาย ก ก็บอกนาย ข ว่า “ไปดูหนังเรื่อง Z กันมั้ย หนังเรื่องนี้ได้รางวัลออสการ์ด้วย”

แต่การผลิตสโปตวิทยุกระจายเสียงนั้น ความต้องการในการสื่อสารมิใช่ความต้องการของผู้นำเสนอสโปต ความต้องการสื่อสารเกิดจากเจ้าของสินค้า (กรณีสโปตโฆษณา) หรือผู้บริหารองค์กร เป็นต้น โดยบุคคลหรือองค์กรนั้นๆ มีจุดมุ่งหมายชัดเจน มีแนวคิด (idea) ที่จะสื่อสารประเด็นใดประเด็นหนึ่งถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การผลิตสโปตเพื่อต้องการสื่อสารให้ผู้ฟังกลุ่มวัยรุ่นทราบเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่และกำลังอยู่ในช่วงการลดราคา โดยมุ่งกระตุ้นให้ผู้ฟังกลุ่มวัยรุ่นสนใจและไปซื้อหามาทดลองใช้ เป็นต้น

ดังนั้นจึงเป็นความจำเป็นที่ผู้นำเสนอสโปตต้องศึกษา ทำความเข้าใจบทบาทเพื่อทราบเป้าหมายการทำงานและสามารถนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้นำเสนอสโปตรู้บทบาทหน้าที่จากการศึกษาบท การผลิตสโปตเป็นการทำงานเป็นทีม กล่าวคือ ในกระบวนการผลิตมีบุคลากรหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง แต่ละฝ่ายจะมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป ผู้นำเสนอสโปตก็มีหน้าที่ตามที่ได้ระบุไว้ในบท

การศึกษายบทจะช่วยให้รู้บทบาทหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติงาน เพราะในบทจะบ่งบอกข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบว่าใคร ต้องทำอะไร ทำอย่างไร รายละเอียดเหล่านี้จะแจ้งไว้ในบท ดังนั้นการศึกษายบทจะทำให้ผู้เสนอทราบหน้าที่ของตนเองที่จะต้องทำอะไร เมื่อใด และอย่างไร

ตัวอย่าง บทสโปต SME Bank

1. เสียงเพลง FADE IN เสียงเพลง.....FADE UNDER เพลง
2. เสียงบรรยายชาย SME Bank ช่วย SME ไทยอย่างไร .....เราไปฟังกันครับ
3. เสียงเล่า
 

ผมทำร้านอาหารไทยชื่อ ไทยจัสมิน เรสตัวรอง ที่เมืองโครนิงเกน อยู่ทางตอนเหนือของกรุงอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ครับ เมนูขึ้นชื่อของร้านผมคือ ผัดไทยไข่สยาม ต้มยำกุ้ง .....

เราใช้เครื่องเทศสดใหม่ทุกวัน .....เน้นการให้บริการสไตล์ไทยใจเต็มร้อย ทำให้ลูกค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ผมกำลังขยายร้านครับ

.....ก็ได้นโยบายจากรัฐบาลชุดนี้ ในการสนับสนุนเงินทุนจาก SME Bank ในโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ทำให้ผมมีโอกาสขยายร้านรองรับลูกค้าได้ครับ
4. เสียงเพลง FADE IN ดนตรีทำนองสดใส.....

5. เสียงบรรยายชาย (เน้นเสียง) นี่คือนี่หนึ่งในล้าน SME ไทย ที่ SME Bank ให้การช่วยเหลือ.....SME Bank ช่วย...SME ไทย (ลงน้ำหนักคำ) สร้างชาติ
6. เสียงเพลง FADE UP คนตรีทำนองเร่ร่อน.....
7. เสียงบรรยายชาย โทร 1357
8. เสียงเพลง .....FADE OUT

จากบทสพออด SME Bank ข้างต้นประกอบด้วยคิวต่างๆ รวม 8 คิว ใช้เทคนิคการนำเสนอ โดยใช้เสียงจริงของผู้ประกอบการ SME ในการให้ข้อมูลผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังตระหนักถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นด้วยบริการของ SME Bank ดังนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้นำเสนอสพออดชิ้นนี้ก็คือการสรุป เน้นย้ำข้อองค์การในคิวที่ 5 และ 7 ให้ชัดเจน หนักแน่น น่าเชื่อถือ

การศึกษายบทนอกจากจะทำให้ทราบบทบาทหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในงานผลิตสพออดชิ้นนั้นๆแล้ว ยังทราบรายละเอียดเนื้อหาที่จะต้องนำเสนอ ดังนั้นจึงสามารถใช้ในการซักซ้อม เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการนัดหมายไปบันทึกรายการอีกด้วย

3. ผู้นำเสนอสพออดศึกษายบทเพื่อสามารถถ่ายทอดสพออดสู่ผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปีเตอร์ บี ออริก (Peter B. Orlik) กล่าวถึงบทสพออดวิทยุกระจายเสียงว่า บทสพออดนั้นเปรียบเสมือนโน้ตเพลง ในการบรรเลงเพลงผู้บรรเลงจะบรรเลงตามตัวโน้ตที่กำหนดไว้โดยผู้ประพันธ์เพลง เช่นเดียวกับบทสพออด ที่บรรจุเนื้อหา ความต้องการที่จะบอกกล่าวผู้ฟัง โดยมีผู้นำเสนอบทนั้นไปศึกษา วิเคราะห์ ตีความ (interpret) และทำหน้าที่ถ่ายทอด (convey) สู่ผู้ฟัง

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้นำเสนอต้องศึกษายบทและวิเคราะห์บทให้ถ่องแท้จึงจะสามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดสารสู่ผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารตามที่ต้องการ

ผู้นำเสนอสพออดวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทหน้าที่เป็น “ผู้ถ่ายทอดสาร” เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างแหล่งสาร (source) (ซึ่งได้แก่ เจ้าของสินค้า องค์กร เป็นต้น) ที่มีจุดมุ่งหมายความต้องการที่สื่อสารไปสู่ผู้ฟังเป้าหมาย ดังนั้น “สารที่จะสื่อ” จึงถูกนำมาบรรจุไว้ใน “บท” โดยผู้เขียนบทและถ่ายทอดสู่ผู้ฟังโดยผู้นำเสนอ

การศึกษายบทมีความสำคัญและจำเป็นที่ผู้นำเสนอสพออดต้องใส่ใจเพราะ “บท” เป็นสื่อกลางสื่อสารสร้างความเข้าใจร่วมกัน

การศึกษายบทจะส่งผลต่อการนำเสนอของผู้นำเสนอสพออด ดังนี้ คือ

1. ผู้นำเสนอสพออดรู้เป้าหมายการทำงาน
2. ผู้นำเสนอสพออดรู้บทบาทหน้าที่

### 3. ผู้นำเสนอสปอตสามารถถ่ายทอดสปอตสู่ผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### การวิเคราะห์และตีความบทสปอต

การศึกษายทเป็นการเตรียมการนำเสนอสปอตขั้นแรก โดยการมองภาพรวมของบทอย่างกว้างๆ แต่การเป็นผู้ถ่ายทอดที่มีคุณภาพ นอกจากจะต้องศึกษายทเพื่อทราบเป้าหมาย บทบาทหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบแล้ว ยังต้องวิเคราะห์บทให้ถ่องแท้และตีความบทให้เข้าใจเพื่อสามารถเสนอชิ้นงานได้อย่างมีคุณภาพ

#### 2.9 การวิเคราะห์บทสปอต

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน อธิบายว่า วิเคราะห์ หมายถึง การใคร่ครวญแยกออกเป็นส่วนๆ เพื่อศึกษาให้ถ่องแท้

ดังนั้นการวิเคราะห์บทสปอตเพื่อเตรียมการนำเสนอสปอตจึงต้องพิจารณาในหลายส่วน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการนำเสนอสปอต กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายในการนำเสนอสปอต และเนื้อหาที่จะนำเสนอในบทสปอต

**2.9.1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอสปอต** การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารต้องการหรือมีจุดมุ่งหมายในการส่งสารไปยังผู้รับสาร การผลิตสปอตวิทยุกระจายเสียงก็เช่นกัน เจ้าของสปอตย่อมมีจุดมุ่งหมายในการส่งสาร เช่น เพื่อการโฆษณาสินค้า เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการบริการสาธารณะ เป็นต้น ภายใต้จุดหมายดังกล่าวผู้ส่งสารมักมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจงในการสื่อสารว่า“เพื่อต้องการอะไร” เช่น เพื่อการบอกกล่าวให้ทราบผลงานของสถาบัน เพื่อการโน้มน้าวใจให้ใช้สินค้า หรือเพื่อการแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับการให้บริการใหม่ๆ เป็นต้น

ตัวอย่าง สปอต ซีพีเอฟ

สปอตซีพีเอฟนี้ มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเป็นการโฆษณาสถาบัน หรือการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของสถาบันรวมทั้งการเสริมสร้างปรับปรุงความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน

ผู้บรรยายหญิง    มาตรฐานการเลี้ยงปลาทบติม

จากปลาทบติมที่ได้พัฒนาสายพันธุ์มาเป็นอย่างดี จนเป็นปลาเนื้อเศรษฐกิจที่โตไว แข็งแรง มีความต้านทานโรคสูง (เน้นเลี้ยงที่ชื่อองค์กร) ซีพีเอฟ จึงสามารถส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงในกระชังแบบพัฒนาได้ โดยให้ผลผลิตสูงถึง 40 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เมตร มาตรฐานการเลี้ยงปลาทบติมให้มีคุณภาพนั้น ต้องแบ่งเป็นสองระยะ คือ ระยะปลารุ่นขนาด 30 กรัมต่อตัว เกษตรกรต้องดูแลเอาใจใส่อย่างดี ให้อาหารชนิด



เมื่อดลอยน้ำที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง เพียง 50 วัน ปลาที่บ่มรุ่นก็จะโตเป็นปลาขนาด 200 กรัมต่อตัว พร้อมให้เลี้ยงเป็นปลาเนื้อต่อไป

การเลี้ยงต่อไปในระยะปลาเนื้อ เกษตรกรจะต้องเคร่งครัดกับการให้อาหารชนิดเม็ดลอยน้ำมากยิ่งขึ้นและต้องสังเกตการณ์กินอาหารของปลา ไม่ให้มีเหลือลอยน้ำนานเกิน 5 นาที เพื่อควบคุมต้นทุนการเลี้ยง และป้องกันผลกระทบต่อแหล่งน้ำด้วย

เสียงดนตรี FADE IN ..... FADE UNDER

เสียงบรรยายชาย (เสียงหนักแน่น) ซีพีเอฟ ผลิตภัณฑ์อาหารมาตรฐานสากล

เสียงดนตรี FADE UP..... FADE OUT

จากสปอตข้างต้น ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของสถาบัน รวมทั้งการเสริมสร้างปรับปรุงความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน ดังนั้นเนื้อหาที่บรรจุในสปอตนี้จึงไม่ได้มุ่งส่งเสริมสินค้าของบริษัทโดยตรง แต่เป็นการให้ความรู้กับผู้ฟัง วิธีการนำเสนอของผู้นำเสนอทั้งน้ำเสียง ทิลา จังหวะ จึงต้องสอดคล้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสปอต เช่น การใช้เสียงต้องน่าเชื่อถือ แสดงความเชื่อมั่น สื่อสารด้วยจังหวะที่ไม่เร็วเกินไป เป็นต้น

**2.9.2 กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายการนำเสนอสปอต** ในการผลิตสปอตก่อนลงมือเขียนบทสปอต ผู้เขียนบทต้องกำหนดกลุ่มผู้ฟังที่จะสื่อสารด้วยให้ชัดเจน เป็น “กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย” โดยอาศัยเกณฑ์การกำหนด เช่น กำหนดโดยอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น การกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเพื่อรู้ว่ากำลังเขียนบทสื่อสารกับใคร จึงสามารถเลือกใช้คำพูด สำนวน รูปแบบวิธีการที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสนใจผู้ฟัง

ดังนั้นเมื่อนำเสนอบทสปอตมาถ่ายทอดสู่ผู้ฟัง ผู้นำเสนอสปอตจึงจำเป็นต้องทราบเช่นกันว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายคือใคร และต้องใส่ใจกับผู้ฟัง นึกอยู่เสมอว่ากำลังพูดอยู่กับใคร จึงจะถ่ายทอดสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่าง สปอตกรมสรรพากร และสปอตกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

สปอตกรมสรรพากร กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบกิจการและผู้บริหาร

เสียงดนตรี .....FADE IN...ดนตรี.....

เสียงบรรยาย สักคมจะดี ถ้า บริษัท ห้างร้านและทุกคน ช่วยกันร่วมบริจาคเงิน หรือทรัพย์สินเพื่อการศึกษา การกีฬา การสาธารณสุข และ

ผู้ค่อยโอกาส ร่วมบริจาคเพื่อสังคมวันนี้ ได้ลดหย่อนภาษีจาก  
กรมสรรพากร ช่วยกันสร้างสังคมให้ดี ภาษีช่วยคุณ

เสียงดนตรี

.....FADE OUT....ดนตรี.....

ส่วนสพอตกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายต่าง  
จากสพอตกรมสรรพากร โดยมุ่งสื่อสารกับนายจ้าง แรงงานต่างด้าว ดังนั้นลักษณะการสื่อสารจะ  
แตกต่างจากสพอต กรมสรรพากรคือ

เสียงเพลง

FADE IN เพลง โคนแน่

..... โคนๆๆ โคนแน่.....FADE UNDER เสียงบรรยาย

เสียงบรรยายชาย

หมดเวลาหลบซ่อน (เน้นเสียง) ตรวจเจอ เป็น โคนแน่  
วันนี้ ถึง 31 กรกฎาคม .... โอกาสสุดท้ายที่จะได้จดทะเบียนอย่าง  
ปลอดภัย

เสียงบรรยายหญิง

นายจ้าง เจ้าบ้าน คนต่างด้าว พม่า ลาว กัมพูชา  
ขึ้นทะเบียนได้ที่อำเภอ เทศบาล และสำนักงานเขต กทม.

เสียงบรรยายชาย

(เน้นเสียง) ฝ่าฝืน มีโทษจำคุกไม่เกิน 10 ปี  
ปรับไม่เกิน หนึ่งแสนบาท

เสียงบรรยายหญิง

แจ้งเบาะแสแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ได้รับสินบนนำจับ  
สอบถามข้อมูลจากกระทรวงแรงงาน โทร 1694  
ด้วยความปรารถนาดี จากกระทรวงแรงงาน โทร 1694

เสียงเพลง

.....FADE OUT

**2.9.3 เนื้อหาที่จะนำเสนอในสพอต** ส่วนใหญ่การเขียนบทสพอตผู้เขียนมักจะระบุ  
รายละเอียดของสินค้าหรือบริการที่นำเสนอ (product specifications) บอกให้ผู้ฟังทราบถึงความมี  
ชื่อเสียง โด่งดัง ความพิเศษของสินค้าหรือบริการที่เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (notable  
competitive advantages) นอกจากนี้ในบทสพอตจะระบุความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ (experiences)  
ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างราคากับคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ (cost/value ratio) และประโยชน์  
สิทธิพิเศษที่ผู้บริโภคจะได้รับ (benefit) ดังนั้นในการนำเสนอ ผู้นำเสนอสพอตจึงต้องพิจารณา  
เนื้อหาที่ผู้เขียนบทเรียงไว้ให้เข้าใจ เพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นผู้ส่งสารต้องเข้าใจสารที่  
จะสื่อ

## 2.10 การตีความบทสປอต

แม้สປอตจะเป็นรูปแบบการนำเสนอสารภายในช่วงเวลาสั้นๆ ประมาณ 30 ถึง 60 วินาที แต่ในบทสປอตสั้นๆ หนึ่งบทนั้น มุ่งสื่อสารทั้งเนื้อหา (content) และอารมณ์ (mood) ผู้ผู้ฟัง ดังนั้นในการเตรียมการนำเสนอสປอต นอกจากจะวิเคราะห์บทสປอตดังกล่าวแล้ว ผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดบทผู้ผู้ฟัง ต้องนำบทสປอตมาตีความให้เกิดความกระจ่าง เพื่อถ่ายทอดให้ได้ตามความตั้งใจ (intention) ของผู้เขียนบทสປอต ทั้งนี้โดยมีแนวทางการตีความบทสປอต คือ

**2.10.1 การตีความจากรายละเอียดที่ระบุไว้ในบท** การตีความบทสປอตส่วนหนึ่งนั้นสามารถตีความได้จากรายละเอียดที่ระบุไว้ในบท กล่าวคือ บทสປอตนอกจากจะระบุเนื้อหาที่จะสื่อสารแล้ว ผู้เขียนบทมักจะแนะ บอก (hint) ให้ผู้นำเสนอทราบ ว่า ต้องการให้ถ่ายทอดคำ ความในบทนั้นอย่างไรจึงเป็นหน้าที่ที่ผู้นำเสนอจะต้องพิจารณาทำความเข้าใจ เพื่อที่จะถ่ายทอดสารได้อย่างมีคุณภาพ

ตัวอย่าง

เสียงดนตรี

จังหวะเร้าใจ FADE UP .....UNDER

หญิง 1

(เสียงเชิญชวน) 8-9 กันยายน ไปช้อปปี้งความสุขกันไม่

หญิง 2

(เสียงสูง) ช้อปปี้งความสุข (เสียงกลั้วหัวเราะ) ห้างไหนละยะ

หญิง 1

ไม่ใช่ห้าง แต่เป็นตลาดนัด (ลากเสียงตัวสูง)

หญิง 2

(เสียงสูง) ตลาดนัด (เสียงหัวเราะต่อเนื่อง)

ชาย

(เสียงสูง) ไม่เชื่อละสิ

(ชักชวน) เชิญพิสูจน์ของจริงได้ที่ตลาดนัดสุดหรู คู่สุขภาพะ พบชุมชนสร้างสุขภาพจากทั่วประเทศ และอีกสารพัดวิธีสร้างสุข แล้วคุณจะได้รู้ว่าความสุขที่นี่ ช้อปได้แบบไม่ต้องใช้เงิน

(เน้นเสียง) ตลาดนัดสุดหรู คู่สุขภาพะ

8-9 กันยายนนี้ ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี นะคร้าบ

เสียงดนตรี

FADE UP .....OUT

จากรายละเอียดที่ระบุไว้ในบท ผู้นำเสนอก็มีหน้าที่นำไปตีความเพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดต่อไป เช่น “เสียงสูง” ควรใช้ระดับเสียงสูงมากน้อยเพียงใด “เสียงกลั้วหัวเราะ” ควรเป็นอย่างไร เป็นต้น

**2.10.2 การตีความจากภาพรวมทั้งหมดของบท** หลังจากได้วิเคราะห์บทและทราบวัตถุประสงค์ เนื้อหาและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายแล้ว ผู้นำเสนอจะต้องตีความภาพรวมของบท โดยการ

อ่านบททั้งหมด และสามารถบอกอารมณ์โดยรวมของบทสพอตได้ บอกจุดเปลี่ยนอารมณ์ในบทได้ และบอกบทบาทการนำเสนอสพอตชิ้นนั้นๆ ได้

1) บอกอารมณ์โดยรวม (general mood) ของบทสพอตได้โดยบอกให้ได้ว่า บทดังกล่าวต้องการสื่อเนื้อหาอะไร ไปสู่ผู้ฟัง ด้วยอารมณ์เช่นใด เช่น

- น่าเชื่อถือ เคร่งขรึม
- ตื่นเต้นเร้าใจ ชวนไปใช้บริการใหม่
- ตักเตือนให้ระมัดระวัง
- สนุกสนาน เป็นกันเอง
- เพื่อนบอกเพื่อน ฯลฯ

2) บอกจุดเปลี่ยนอารมณ์ (mood changes) ในบทได้ นอกจากจะบอกอารมณ์โดยรวมของบทสพอตได้แล้ว บทสพอตแต่ละบทยังมีจุดเปลี่ยนอารมณ์ (mood change) ที่ผู้นำเสนอจะต้องตระหนักและถ่ายทอดได้ตามที่ผู้เขียนบทตั้งใจจึงจะได้ผลงานคุณภาพ

ตัวอย่าง

เสียงบรรยายชาย 1	แปดนาฬิกา
เสียงประกอบ	เสียงบีบแตรรถ เสียงท้องถนน.... แล้ว FADE UNDER และ FADE UP เป็นช่วงๆ หลังเสียงบรรยายชายบอกเวลา
เสียงบรรยายหญิง 1	(ระดับเสียงปกติ) คุณส้มชื่อของเข้าบ้าน
เสียงบรรยายชาย 1	แปดนาฬิกา สามสิบนาที
เสียงบรรยายหญิง 1	คุณส้มเยี่ยมแม่ที่ต่างจังหวัด
เสียงบรรยายชาย 1	เก้านาฬิกา
เสียงบรรยายหญิง 1	(เสียงเริ่มสูง) คุณส้มประชุมจัดงานแม่บ้านสโมสรกับเพื่อนๆ
เสียงบรรยายชาย 1	เก้านาฬิกา สิบห้านาที
เสียงบรรยายหญิง 1	(เสียงสูงขึ้น)คุณส้มไปโอนเงินจ่ายค่าแหวนเพชรให้คุณนายพุดซ้อน
เสียงดนตรี	FADE UP เสียงดนตรี ทำนองสดชื่น.....FADE UNDER
เสียงบรรยายชาย 2	(ลากเสียง) เฮ้อ แปดใจใจไม่ใคร่รับ ว่าทำไม เธอจึงทำอะไรได้รวดเร็วขนาดนี้
เสียงบรรยายหญิง 2	(เสียงผ่อนคลาย) ไม่ยากค่ะ (เสียงหนักแน่น) ด้วยบริการโทรคมนาคมจาก ทศท. ไม่ว่าใกล้ไกลแค่ไหน คุณจัดการได้.....เพียงยกหูโทรศัพท์

อีกหนึ่งทางเลือกใหม่ เพื่อลดการใช้พลังงาน

เสียงดนตรี

FADE UP.....FADE OUT

สปรอตข้างต้นมุ่งให้ผู้ฟังรับรู้บริการที่องค์กรจัดเตรียมไว้ให้ ทั้งนี้มีจุดเปลี่ยนอารมณ์ของบท ในลักษณะที่เริ่มต้นด้วยเสียงและอารมณ์ปกติที่จะบอกเล่าให้ทราบกิจกรรมของคุณ สัมในตอนเช้า ต่อมาอารมณ์ของบทเริ่มเปลี่ยนไปสู่ความแปลกใจที่คุณสัมผัสสามารถจัดการกิจกรรม ได้หลายกิจกรรมในช่วงเช้า และนำไปสู่การคลี่คลายด้วยอารมณ์ที่ผ่อนคลาย เพราะการใช้บริการ ของ ทศท.

เสียงบรรยายหญิง

จอกอน โดตั้งแต่ปีที่แล้ว.... ฟ่อนคาวน้ออีกปีกว่า.....หี  
เมือวานนะ เพิ่งได้เห็นของจริง...(ลากเสียง) อึ้งมาก.....  
ห้องก็อยู่มอ้อบ.....แถมมีตีกบั้งอีก....  
(สะบัดเสียงแบบมีอารมณ์)ห้องนอนก็ติดกับที่ทิ้งขยะเลย....  
แต่ห้องเพื่อนที่ซ้อติดกัน...(เสียงแบบอิจจาเล็กๆ)...ฮิมม... วิวดี ...  
ลมดีเลยนะ  
.....คิดดูสิ ราคาที่เท่ากัน .....หี..... โม โหม้ย

เสียงดนตรี

FADE UP .....

เสียงบรรยายชาย

อย่าเชื่อสิ่งที่เห็นบนกระดาษ

เลือกคอน โดสร้างเสร็จก่อนขาย สัมผัสจริง ไม่ต้องจินตนาการ

เสียงดนตรี

FADE UP.....OUT

จากตัวอย่างนี้ อารมณ์โดยรวมคือความไม่พึงพอใจและการประชดประชัน และเปลี่ยนมาเป็นการแนะนำบอกกล่าวของเสียงบรรยายชาย

3) *บอกบทบาทการนำเสนอชิ้นงานนั้นๆ ได้* คือสามารถบอกได้ว่า “เราเป็นใครในการนำเสนอสปรอตชิ้นนี้” การนำเสนอสปรอตบางครั้งผู้เขียนบทใช้ตัวละครหรือคู่สนทนาในการสื่อสารสู่ผู้ฟัง

ตัวอย่าง สปรอตสลากออมทรัพย์ทวีสิน

เด็กหญิง

(ร้องเป็นทำนองเพลง)เด็กเอ๊ยเด็กดี ต้องรู้จักหน้าที่ ต้องรู้จักอดออม  
คุณแม่คะหนูก็เก็บออมเงินใส่กระปุกทุกวันเหมือนเพลงที่ร้องเลย  
คะ

แม่

ดีแล้วจะลูก แม่เองก็ออมเหมือนกันจะ

เด็กหญิง	แล้วคุณแม่เก็บออมยังไงเหรอคะ
แม่	อ้อ แม่ออมกับสลากออมทรัพย์ทวีสิน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรหรือ ธกส. จ๊ะ นอกจากแม่จะได้เงินออมแล้ว แม่เองยังมีโอกาสรับโชค (เน้นเสียง) 10 ล้าน ถึง 12 ครั้ง
เด็กหญิง	(เสียงตื่นเต้น) โอ้โฮ 10 ล้าน ถึง 12 ครั้ง
ผู้บรรยายชาย	สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุด ค เด็ก ของธกส. เปิดรับจองตั้งแต่วันที่ 30 สิงหาคม เริ่มรับฝากวันที่ 6 กันยายน เป็นต้นไป พร้อมกันที่ ธกส. ทุกสาขา ทั่วประเทศ
แม่	(เสียงกระตือรือร้น) ลูก ไปด้วยกันเร็ว ซ้าแล้วหมด อดรวบแน่เลยเรา

จากสปอตข้างต้นนี้ ผู้นำเสนอต้องตอบได้ว่าจะนำเสนอในบทบาทอะไร เช่น เป็นแม่พูดกับลูก ลูกในที่มีอายุประมาณเท่าใด เพื่อที่จะสวมบทบาท (employing characterization) ในบทบาทได้เหมาะสม ทั้งน้ำเสียง ท่าทาง ทำนอง ที่พึงใช้กับลูกในวัยนั้นๆ เป็นต้น

การวิเคราะห์บทสปอตจำเป็นสำหรับผู้นำเสนอสปอต ทั้งนี้การวิเคราะห์บทสปอตเพื่อเตรียมการนำเสนอสปอตต้องพิจารณาในหลายส่วน ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอสปอต
2. กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายในการนำเสนอสปอต
3. เนื้อหาที่จะนำเสนอในบทสปอต

นอกจากการวิเคราะห์บทสปอตแล้ว ผู้ที่จะทำหน้าที่ถ่ายทอดบทสู่ผู้ฟัง ต้องนำบทสปอตมาตีความให้เกิดความกระจ่าง เพื่อถ่ายทอดให้ได้ตามความตั้งใจของผู้เขียนบทสปอต โดยมีแนวทางการตีความบทสปอต ดังนี้

1. การตีความจากรายละเอียดที่ระบุไว้ในบท
2. การตีความจากภาพรวมทั้งหมดของบท โดยการอ่านบททั้งหมด และสามารถ
  - 2.1 บอกอารมณ์โดยรวมของบทได้
  - 2.2 บอกจุดเปลี่ยนอารมณ์ในบทได้
  - 2.3 บอกบทบาทในการนำเสนอสปอตขึ้นนั้นๆได้

### 2.11 การชักซ้อมและการนำเสนอสปอต

สปอตเป็นรูปแบบรายการวิทยุที่มีความสั้นมากที่สุด แต่มีได้หมายความว่า จะเป็นรายการที่ผลิตง่ายที่สุดในทางตรงกันข้าม อาจจะผลิตยากกว่ารายการอื่นๆอีกหลายรายการ เพราะใน ความสั้นของสปอตนั้นต้องสื่อสารให้ได้ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ดังนั้นทุกขั้นตอนการ



ผลิตสโปตจึงต้องพิถีพิถัน ในการนำเสนอสโปตผู้นำเสนอสโปตจึงจำเป็นที่จะต้องซักซ้อมเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการบันทึกสโปต

วิธีการซักซ้อมในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง โดยทั่วไป แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

**2.11.1 การซ้อมอ่านบทด้วยตนเองนอกห้องบันทึกเสียง** อาจจะเป็นที่ได้ก็ได้ โดยการอ่านบทตั้งแต่ต้นจนจบรายการ เพื่อให้รู้คิวและคั่นเคยกับบท

**2.11.2 การซ้อมในห้องบันทึกเสียง** การซักซ้อมในลักษณะนี้เป็นการซักซ้อมพร้อมๆกันกับเพื่อนร่วมงานทุกฝ่าย ภายใต้การกำกับของผู้กำกับรายการ (director) ในห้องบันทึกเสียง

สำหรับการผลิตรายการสโปตวิทยุกระจายเสียงนั้น อาจใช้การซักซ้อมทั้งสองลักษณะดังกล่าวข้างต้น โดยการซ้อมอ่านบทด้วยตนเองนอกห้องบันทึกเสียงก่อนวันที่นัดหมายบันทึกเสียง ทั้งนี้ในการซักซ้อม หากพบว่ามีส่วนใดของบทที่ยังไม่ชัดเจน ทั้งในเรื่องเนื้อความหรือภาษาที่ใช้ ควรติดต่อซักถามผู้เขียนบทหรือผู้กำกับรายการให้เข้าใจ เมื่อถึงกำหนดวันบันทึกรายการ มักจะต้องซักซ้อมในห้องบันทึกเสียงก่อนการบันทึกเสียงจริง โดยอาจจะบันทึกเสียงการซ้อมไว้ฟังและปรับแก้ไขเพื่อให้ได้ผลงานที่ดีที่สุด

ทั้งนี้ในวันบันทึกรายการ ผู้นำเสนอสโปตควรไปถึงห้องบันทึกเสียงก่อนเวลาบันทึก เพื่อพักผ่อนก่อนเริ่มซักซ้อมและบันทึกเสียง เพราะหากไปถึงเวลาพอดีบันทึกเสียงอาจไม่มีเวลาพัก และการเร่งรีบทำให้เหนื่อย หรือไม่มีสมาธิที่ดีพอ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพเสียงและสโปตได้

## 2.12 ประโยชน์ของการซักซ้อม

การซักซ้อมก่อนการบันทึกสโปตก่อให้เกิดผลดีหลายประการ ได้แก่

**2.12.1 การซักซ้อมส่งผลให้เกิดความคุ้นเคยกับบท** สโปตที่ดีในส่วนการนำเสนอ ผู้นำเสนอจะต้องถ่ายทอดได้อย่างคล่องแคล่ว ราบรื่น จึงจะชวนให้ติดตามฟัง ดังนั้นผู้นำเสนอจึงต้องซักซ้อมเพื่อให้คุ้นเคยกับบท สามารถพูดได้คล่องปาก

**2.12.2 การซักซ้อมช่วยให้สามารถนำเสนอได้ตามเวลาที่กำหนด** สโปตเป็นรูปแบบรายการที่มีความยาวรายการเป็นตัวกำหนดที่ค่อนข้างตายตัว เมื่อผู้เขียนบทกำหนดข้อความมาแล้ว เป็นหน้าที่ที่ผู้นำเสนอจะต้องพยายามนำเสนอให้ดีที่สุด ดังนั้นการซักซ้อมจะช่วยทำให้คุ้นเคยกับบทและคล่องปากดังได้กล่าวในข้อข้างต้น ซึ่งจะทำให้สามารถนำเสนอได้รวดเร็วขึ้นกว่าการไม่ซักซ้อม

**2.12.3 การชักซ้อมช่วยให้การผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น** แม้สปอตจะเป็นรายการสั้นๆ แต่อาจมีผู้ร่วมรายการท่านอื่นๆ รวมทั้งทีมงาน เช่น ผู้ควบคุมเสียง ผู้ประสานงาน เป็นต้น ดังนั้นหากมิได้ชักซ้อมให้คล่องแคล่ว เมื่อถึงเวลาบันทึกเสียงอาจเกิดอาการอ่านผิดๆ ถูกๆ หรืออ่านไม่ได้จังหวะ หรืออ่านไม่ได้อารมณ์ตามที่กำหนดไว้ในบท ส่งผลให้การผลิตล่าช้า ถ่วงเวลาผู้อื่น ทำให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การชักซ้อมจึงเป็นความจำเป็นสำหรับผู้นำเสนอสปอต

### 2.13 การนำเสนอสปอต

เมื่อผ่านขั้นตอนการชักซ้อมแล้ว ในการนำเสนอสปอต ผู้นำเสนอมีหน้าที่นำเสนอตามบทที่ได้เตรียมการชักซ้อม โดยมีผู้กำกับรายการทำหน้าที่ในการควบคุมให้การผลิตสปอตทั้งเนื้อหาและความยาวในการนำเสนอเป็นไปตามบทที่กำหนดไว้

ในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงการชักซ้อมโดยทั่วไป แบ่งเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1. การชักซ้อมอ่านบทด้วยตนเองนอกห้องบันทึกเสียง
2. การซ้อมในห้องบันทึกเสียง

การชักซ้อมก่อนการบันทึกสปอตก่อให้เกิดผลดีหลายประการ ได้แก่

1. เกิดความคุ้นเคยกับบท
2. ช่วยให้ผู้สามารถนำเสนอได้ตามเวลาที่กำหนด
3. ช่วยให้การผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น

### 2.14 หลักในการดำเนินการผลิตสปอตวิทยุกระจายเสียง

ขั้นการผลิตสปอตวิทยุกระจายเสียง เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจาก ผู้เขียนบทสปอตโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เสนอบทให้ลูกค้าหรือผู้ที่เป็นเจ้าของโครงการพิจารณา เมื่อได้รับการรับรองทุกด้านแล้ว ผู้เขียนบทจะต้องอธิบายความต้องการของตนให้ผู้ผลิตรายการ เพื่อรับไปดำเนินการผลิตต่อไป

หน้าที่ของผู้ผลิต (producer) ในการผลิตสปอตวิทยุกระจายเสียงดังนี้

1. จัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย
2. เลือกและจองห้องบันทึกเสียง
3. คัดเลือกเสียงผู้ประกาศหรือผู้แสดง
4. เตรียมดนตรีและเสียงประกอบ
5. ประสานงานบุคคลากรการผลิต

ผู้ผลิตรายการต้องศึกษาบทให้เข้าใจอย่างชัดเจน ว่ามีแนวคิดอย่างไร ต้องการสื่ออารมณ์อย่างไร ต้องใช้เสียงประเภทไหน ลักษณะใด รวมถึงต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ของการโฆษณาและเข้าใจวัตถุประสงค์ทางการตลาดของลูกค้าอีกด้วย

### หลักในการดำเนินการผลิตสปอต

ในขั้นการผลิตสปอต ผู้ที่มีบทบาทสำคัญคือ ผู้ผลิต มีหน้าที่ 5 ประการดังกล่าวมาแล้วในแต่ละหน้าที่มีหลักการในการดำเนินการดังนี้

1. การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย ในการผลิตงาน โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ของบริษัทตัวแทน โฆษณา มักมอบหมายให้ผู้ผลิตเป็นผู้จัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายด้วย เพื่อนำไปเสนอต่อบริษัทลูกค้าให้อนุมัติค่าใช้จ่าย หลักการจัดทำงบประมาณหรือคิดค่าใช้จ่ายมีดังนี้ (อภิขญา อยู่ในธรรม, 2549)

#### 1.1 ค่าใช้จ่ายก่อนผลิต แบ่งออกเป็น

- ค่าทำวิจัย เพื่อให้ทราบพฤติกรรมในการเปิดรับวิทยุกระจายเสียง เช่น สถานที่ชอบฟัง รายการที่ชอบฟัง เวลาที่ฟังเพื่อนำผลมาใช้ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้สอดคล้องกับรสนิยมและการเผยแพร่ออกอากาศเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย แต่การผลิตสปอตวิทยุมักไม่ให้ความสนใจในเรื่องการทำวิจัยมากนัก อาจอ้างอิงจากงานวิจัยที่บริษัททำไว้แล้ว ส่วนใหญ่จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัย

- ค่าบทวิทยุ
- ค่าผู้อ่านสปอต(โฆษก และ ผู้แสดง)
- ค่าลิขสิทธิ์เพลง ในกรณีที่ใช้เพลงของผู้อื่น

#### 1.2 ค่าใช้จ่ายระหว่างการผลิต แบ่งออกเป็น

- ค่าเช่าสตูดิโอบันทึกเสียง
- ค่าทำแผ่นมาสเตอร์
- ค่าผู้กำกับเสียง ค่าช่างเทคนิคในสตูดิโอ

#### 1.3 ค่าใช้จ่ายหลังผลิต แบ่งออกเป็น

- ค่าตัดต่อและมิกซ์เสียงในสตูดิโอ
- ค่าช่างเทคนิคในการตัดต่อและมิกซ์เสียงในตอนสุดท้าย
- ค่าสำเนาแผ่นซีดี
- ค่าบรรจุหีบห่อและแจกจ่ายสปอต
- ค่าซื้อเวลาในการออกอากาศ
- ค่าติดตามและประเมินผล

### - ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

ค่าใช้จ่ายในการผลิตสปอตจะขึ้นอยู่กับรูปแบบของสปอต เทคนิคการผลิต และจำนวนชิ้นงาน ถ้าเป็นสปอตที่ใช้เสียงเดียว จะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าสปอตที่ใช้หลายเสียง สปอตที่เป็นเพลงก็ต้องมีค่าแต่งเพลง ค่าเรียบเรียงดนตรี ค่านักร้อง และหากนำเพลงที่มีผู้แต่งไว้แล้วมาใช้ ก็ต้องเสียค่าลิขสิทธิ์เพลง นอกจากนี้สปอตที่ผลิตเป็นชุด เช่น สปอตเพื่อการรณรงค์ จะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าสปอตที่ผลิตน้อยชิ้น

2. การเลือกและจองห้องบันทึกเสียง บริษัทตัวแทนโฆษณาบางแห่งไม่มีห้องบันทึกเสียงของตัวเอง ต้องใช้บริการของบริษัทผลิตรายการภายนอก(production house) ผู้ผลิตรายการต้องมีแผนการผลิตที่แน่นอนว่าจะเริ่มงานเมื่อไร จะใช้เวลาในการผลิตนานเท่าไร เพื่อจะได้จองห้องบันทึกเสียงได้ตามเวลา ในการเลือกห้องบันทึกเสียงนั้นควรคำนึงถึง ความพร้อมของอุปกรณ์ สภาพความสมบูรณ์ของห้องสตูดิโอ ความชำนาญของผู้กำกับเสียงและช่างเทคนิค

3. การคัดเลือกผู้ประกาศและผู้แสดง ผู้ประกาศ ผู้แสดงหรือผู้ให้เสียงในสปอตวิทยุมีความสำคัญมากเพราะเป็นผู้ที่สื่อสารแนวคิดการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสาร ถ้าผู้ประกาศหรือผู้แสดงมีเสียงที่ไม่สื่ออารมณ์ของสปอตออกมาได้ชัดเจน ก็ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง แสดงถึงความล้มเหลวของสปอตนั้นนับตั้งแต่วันที่แรกที่ออกอากาศ ดังนั้นผู้ผลิตสปอตจึงต้องคัดเลือก ผู้ประกาศหรือผู้แสดงที่มีคุณสมบัติตรงกับแนวคิดของสปอตนั้น ผู้อ่านสปอตที่ดีควรมีคุณสมบัติดังนี้

3.1 เสียงชัดเจนแจ่มใส

3.2 น้ำเสียงมีพลัง

3.3 ออกเสียงได้ชัดเจน ถูกต้องตามอักขระวิธี

3.4 อ่านออกเสียงตัวควบกล้ำ ร ล ได้ถูกต้องชัดเจน

3.5 สามารถสื่ออารมณ์ตามบท เช่น ถ้าเป็นสปอตที่มีแนวทางโฆษณา นุ่มนวล อ่อนหวาน เข้มแข็ง ตลก ฯลฯ ผู้อ่านก็ต้องสามารถใช้เสียงให้เข้าถึงอารมณ์นั้น

ตามปกติผู้ผลิตจะเลือกผู้ประกาศหรือผู้แสดงมีอาชีพ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป แต่อาจจะทำให้ผู้ฟังเบื่อก็ได้ฟังเสียงซ้ำๆกัน การสรรหาผู้อ่านสปอตใหม่ๆก็มีความจำเป็นแต่ต้องใช้เวลาในการคัดเลือกและเวลาในการฝึกซ้อม เมื่อคัดเลือกผู้ประกาศหรือผู้แสดงที่เหมาะสมแล้วต้องมีการฝึกซ้อมบท การฝึกซ้อมอ่านบท โฆษณาต้องซ้อมอย่างจริงจังและหลายครั้งจนกว่าจะได้คุณภาพตามที่ต้องการ

4. เตรียมดนตรีและเสียงประกอบ การผลิตสปอตวิทยุในปัจจุบันจะบันทึกเสียงด้วยระบบดิจิทัล ส่วนใหญ่จะบันทึกเสียงพูดกับเสียงดนตรีแยกกันและนำมาผสมเสียงภายหลัง แต่

อย่างไรก็ตามผู้ผลิตต้องมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องดนตรี และเสียงประกอบ สามารถเลือกใช้ดนตรี ได้เหมาะสมสอดคล้องกับแนวทางของสปอต เช่น สปอตแนวสนุก รื่นเริง ก็ต้องใช้เพลงที่มีทำนอง คึกคัก หรือสปอตแนวเข้มแข็งก็ต้องใช้เพลงที่มีท่วงทำนองเคร่งขรึม เป็นต้น ถ้าหากผู้ผลิตไม่แน่ใจ ในเรื่องการใช้ดนตรีก็อาจต้องปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ ส่วนการเลือกเสียงประกอบนั้น ผู้ผลิตก็ต้อง มีความรู้เรื่องเสียงประกอบเช่นเดียวกันว่า เสียงประกอบใช้สำหรับสร้างบรรยากาศ ทำให้ผู้ฟัง มองเห็นภาพ เสียง ประกอบที่นำมาใช้นั้นอาจมีทั้งเสียงที่บันทึกจากเสียงจริง เช่น เสียงรถเบรกเสียง บีบแตร เสียงโทรศัพท์ หรือเสียงที่สร้างขึ้นจากเสียงของเครื่องดนตรีชนิดใดชนิดหนึ่ง เสียงที่สร้างขึ้น จากวัตถุสิ่งของ เสียงประกอบที่สร้างขึ้นในขณะที่ผู้แสดงกำลังพูดเช่นเสียงเคาะประตู รวมทั้งเสียง ประกอบที่มีผู้ผลิตขาย ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้มากมาย แต่หลักการสำคัญของการใช้เสียงประกอบ ในการผลิตสปอตวิทยุคือต้องเลือกเสียงที่สามารถสร้างภาพได้ชัดเจนจริงๆนับตั้งแต่เสียงวินาทีแรก ที่ได้ยิน เพราะเวลาของสปอตสั้นมาก จะใช้เสียงประกอบยาวหรือใช้มากเกินไปไม่ได้ ดังนั้น ต้องเลือกเสียงที่มีคุณภาพ ฟังแล้วสามารถมองเห็นภาพได้ทันที

ผู้ผลิตสปอตต้องเตรียมดนตรีและเสียงประกอบล่วงหน้าหลังจากที่ได้รับบท จากผู้เขียนบทและควรมีการทดสอบเสียงจนกว่าจะได้เสียงที่แน่ใจว่าสามารถสร้างอารมณ์และ บรรยากาศได้จริงๆ

**5. การประสานงานกับบุคลากรในการผลิต** บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตส ปอตมีหลายฝ่าย ได้แก่

- ผู้บริหารงานลูกค้า ซึ่งเป็นผู้รับงานมาจากลูกค้าหรือเจ้าของโครงการ นำความ ต้องการของลูกค้ามาสรุป ให้ทีมสร้างสรรค์งานโฆษณา

- ผู้เขียนบททำหน้าที่ถ่ายทอดความต้องการออกมาเป็นแนวคิดและเนื้อหาของ สปอต

- ผู้ผลิตรายการ เป็นผู้นำเอาบทไปตีความแล้วใส่เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียง ประกอบ ลงไป

- ผู้กำกับเสียงทำหน้าที่ควบคุมการใช้เสียงในห้องสตูดิโอ

- ช่างเทคนิคทำหน้าที่บันทึกเสียง มิกซ์เสียงและตัดต่อเสียง

- ผู้ประกาศหรือผู้แสดง นักร้อง ทำหน้าที่ให้เสียงตามบท

- ผู้แต่งเพลง ทำหน้าที่แต่งเนื้อเพลง โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์

- ผู้เรียบเรียงเสียงประสาน ใส่ทำนองและเรียบเรียงเสียงดนตรีประกอบเพลง

ผู้ผลิตรายการต้องประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง อธิบายแผนการผลิต วัตถุประสงค์ของการผลิต เป้าหมายในการผลิตให้ผู้ร่วมงานได้ทราบ และในขณะที่มีการ

บันทึกเสียงในห้องสตูดิโอผู้ผลิตรายการต้องนัดหมายลูกค้า หรือเจ้าของโครงการซึ่งเป็นผู้ว่าจ้างมา ดูการผลิต เพื่อดูว่าเป็นไปตามความต้องการหรือไม่ ถ้ามีสิ่งใดที่จะต้องแก้ไขผู้ผลิตรายการต้องแก้ไขก่อนนำไปเผยแพร่ออกอากาศต่อไป ในการประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ผลิตรายการต้องใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นมิตร และมีใจกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

หลังจากการบันทึกเสียงแล้วต้องมีการตัดต่อและผสมเสียงเพื่อให้ได้สปอตที่ สมบูรณ์และมีการตรวจสอบคุณภาพของสปอตจนได้รับการยอมรับจากลูกค้า จึงสามารถนำ ออกอากาศได้ตามเวลาที่ซื้อไว้ หลังจากออกอากาศแล้วยังต้องมีการติดตามและประเมินผล เพื่อ ดูว่าสปอตนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด

### 3. สถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยา

สถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยาผู้ศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การ เปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ 2) แนวคิดพื้นฐานของแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) และ 3) สถานการณ์ผู้สูงอายุจังหวัดพะเยา

#### 3.1 การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ (อารีย์ เสนาชัย, 2549)

ในประเทศไทย ผู้สูงอายุหมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป แต่ความชราหรือขบวนการ ความแก่ (Aging Process) เป็นขบวนการที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเซลล์ต่างๆ ในร่างกายเริ่ม ตั้งแต่อยู่ในครรภ์ จนเติบโตเป็นทารกและเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ในช่วงเวลาเหล่านี้ เซลล์จะเปลี่ยนแปลง ในทาง เสริมสร้าง ทำให้เจริญเติบโต เมื่อพ้นวัยผู้ใหญ่แล้ว จะมีผลการสลายของเซลล์มากกว่าสร้าง ทำให้ สมรรถภาพการทำงานของอวัยวะต่างๆ ลดลง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล การเปลี่ยนแปลงในวัยผู้สูงอายุ นอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาแล้ว ยังมีการ เปลี่ยนแปลง ทางจิตใจและอารมณ์ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกด้วย

##### 3.1.1 การเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีรวิทยาของผู้สูงอายุ

เป็นการเปลี่ยนแปลงของระบบต่างๆ ของร่างกาย ได้แก่

1) *ผิวหนัง* จะบาง แห้ง เหี่ยวย่น มักมีอาการคัน ขาดความมันและความ ยืดหยุ่น มีรอยเขียวช้ำเกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากเส้นเลือดเปราะ

2) *ต่อมเหงื่อ* ลดน้อยลง การขับเหงื่อน้อยลง ทำให้ทนต่อการเปลี่ยนแปลง ของอุณหภูมิของอากาศไม่ดี เกิดความรู้สึกหนาว ร้อนไม่คงที่

3) *ผมและขน* ร่วง เปลี่ยนเป็นสีขาว หรือหงอก ทำให้ผมบาง หัวล้าน ขน ตามร่างกายร่วงหลุดง่าย ที่เห็นชัด คือ ขนรักแร้ ทั้งนี้เนื่องจากต่อมรูขุมขนทำงานน้อย



4) *ระบบประสาทสัมผัส* ตา สายตาจะเปลี่ยนเป็นสายตาวัว เลนซ์หรือกระจกตาขุ่น อาจเกิดต่อกระจก กล้ามเนื้อลูกตาเสื่อม ทำให้เวียนศีรษะง่าย หู ประสาทรับเสียงเสื่อม หูตึง ต้องพูดดังๆ จึงจะได้ยิน จมูก ประสาทรับกลิ่นบกพร่อง ลิ้น รุ้รสน้อยลง

5) *ระบบทางเดินอาหาร* ฟันหักมากขึ้น ทำให้การเคี้ยวอาหารไม่ละเอียด ต่อมน้ำลายขับน้ำลายออกมาน้อย ทำให้มีความชื้นในปาก และเมือกหล่อลื่นไม่พอที่จะช่วยคลุกเคล้าอาหาร รวมทั้งประสาทกล้ามเนื้อ ที่ควบคุมการกลืนทำงานน้อยลง ทำให้กลืนอาหารลำบาก นอกจากนี้ ปริมาณ น้ำย่อยต่างๆ จะลดลง เช่น ปริมาณกรดเกลือในกระเพาะอาหารลดลง ทำให้ อาหารย่อยไม่ดี ท้องอืด ตับและตับอ่อนเสื่อม ทำให้เกิดโรคเบาหวานได้ง่าย การขับถ่ายอุจจาระไม่เป็นปกติ ท้องผูกง่าย เพราะไม่ค่อยได้ออกกำลังกาย

6) *ระบบทางเดินหายใจ* ปอด เสื่อมลง การขยายตัวและยุบตัวไม่ดี หนึ่อยง่าย กล่องเสียงเสื่อม เสียงแหบแห้ง กล้ามเนื้อทรวงอกเสื่อม

7) *ระบบหัวใจและหลอดเลือด* กล้ามเนื้อหัวใจอ่อนกำลัง หลอดเลือดแข็งตัว ขาดความยืดหยุ่น ความดันโลหิตจะสูงขึ้น ไบมันเกาะผนังหลอดเลือดหนาขึ้น

8) *ระบบทางเดินปัสสาวะ* ไต ทำหน้าที่เสื่อมลง ขับของเสียได้น้อย แต่ขับน้ำ ออกมามาก ทำให้ปัสสาวะบ่อย ส่วนกระเพาะปัสสาวะนั้นกล้ามเนื้อหูรูดของท่อปัสสาวะหย่อน จึงกลั้นปัสสาวะได้ไม่ดี ในผู้ชายบางคนต่อลูกหมากโต ทำให้ถ่ายปัสสาวะลำบาก

9) *ระบบประสาทและสมอง* สมองเสื่อม ความรู้สึกช้า การเคลื่อนไหวช้า ความสัมพันธ์ระหว่างสมอง กล้ามเนื้อ และข้อ เสียไป การทรงตัวไม่ดี มีอาการสั่นตามร่างกาย บางคนหลงลืมง่าย

10) *ฮอร์โมน* เมื่ออายุมากขึ้น ฮอร์โมนเพศเอสโตรเจน แอนโดรเจนลดลง และการเปลี่ยนแปลงของระบบพาราไธรอยด์ ฮอร์โมน ทำให้การสร้างเซลล์จากกระดูกมากขึ้น ทำให้เกิดกระดูกพรุน (Osetoporosis) เปราะหักง่าย โดยเฉพาะกระดูกสันหลัง สะโพก กระดูกต้นขา และข้อมือทำให้เกิดอาการปวดหลังและข้อได้ง่าย

### 3.1.2 การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและอารมณ์

เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เช่น ความเจ็บป่วย การเสื่อมของระบบต่างๆ ในร่างกาย สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความวิตกกังวล กัดค้นทางอารมณ์ และจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านบทบาทสังคม เช่น การเกษียณอายุ การสูญเสียบทบาทในการเป็นหัวหน้าครอบครัว การเสียชีวิตของคู่สมรส ญาติ คนใกล้ชิดหรือเพื่อน เหล่านี้มีผลกระทบต่อจิตใจของผู้สูงอายุ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและอารมณ์ของผู้สูงอายุดังนี้

1) *อารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย* กลัวถูกทอดทิ้ง ขาดความมั่นใจในตนเอง สูญเสียความคุ้นเคย ไม่สามารถปรับตัวได้เพราะมีปมค้อย

2) *นิสัยเปลี่ยนไป* เฉื่อยชาต่อเหตุการณ์ ไม่เข้าสังคม เก็บตัวอยู่ในบ้าน ไม่นึกสนุกสนาน คิดระแวงสงสัย คิดว่าตนไม่มีประโยชน์ เป็นภาระต่อผู้อื่น ซึมเศร้า หงุดหงิด โกรธง่าย ใจน้อย

3) *ความทุกข์ใจ* คิดถึงอดีตด้วยความเสียดาย อาลัยอาวรณ์ คิดถึงปัจจุบันด้วยความวิตก เศร้าสลด หวาดระแวง คิดถึงอนาคตด้วยความหวาดกลัว ว่าแห้ว ในรายที่สูญเสียคู่ชีวิต

### 3.1.3 การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

เป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้แก่

1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านสถานภาพและบทบาททางสังคม เช่น ผู้ที่เคยทำงานเมื่ออายุครบ 60 ปี ต้องออกจากงาน การสูญเสียบทบาทในการเป็นผู้นำครอบครัว จากบทบาทที่เคยเป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัว กลายเป็นสมาชิกคนหนึ่งของครอบครัว เป็นผู้รับมากกว่าผู้ให้ ทำให้ผู้สูงอายุสูญเสียอำนาจและบทบาททางสังคม ที่เคยมี

2) การถูกทอดทิ้ง สภาพปัจจุบัน ในสังคมชนบท คนหนุ่มสาวมีการย้ายถิ่นเพื่อมาหางานทำ ผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งอยู่ในถิ่นเดิม ส่วนในสังคมเมืองผู้สูงอายุอยู่กันตามลำพัง เนื่องจากลูกหลานต้องไปทำงาน นอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีเวลาเอาใจใส่

3) การเสื่อมความเคารพ คนส่วนใหญ่ มักมองว่าผู้สูงอายุมีสมรรถภาพความสามารถน้อยลง และคิดว่าผู้สูงอายุไม่ทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ผู้สูงอายุจากการที่เคยได้รับความเคารพนับถือในฐานะที่มีประสบการณ์ เป็นการเสื่อมความเคารพแทน

**3.2 แนวคิดพื้นฐานของแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2553**

#### 3.2.1 ปรัชญา

ผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วม เป็นพลังพัฒนาสังคมจึงควร ได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรีและคงไว้ซึ่งภาวะสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้ยาวนานที่สุด

ขณะเดียวกันผู้สูงอายุที่ประสบความทุกข์ยาก ต้องได้รับการเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน สังคม และรัฐอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

การสร้างหลักประกันในวัยสูงอายุเป็นกระบวนการสร้างความมั่นคงให้แก่สังคม โดยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ได้แก่

- 1) ประชากรช่วยตนเอง
- 2) ครอบครัวดูแล
- 3) ชุมชนช่วยเหลือ
- 4) สังคม รัฐสนับสนุน

โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ควรมีการบูรณาการให้เหมาะสมกับสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

### 3.2.2 วิสัยทัศน์

#### “ผู้สูงอายุเป็นหลักชัยของสังคม”

- 1) ผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี คือ
  - มีสุขภาพที่ดีทั้งกายและจิต
  - ครอบครัวมีความสุข สังคมเอื้ออาทร อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม
  - มีหลักประกันที่มั่นคง ได้รับสวัสดิการและการบริการที่เหมาะสม
  - อยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี พึ่งตนเองได้ เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจและมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม
  - มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่อง
- 2) ครอบครัวและชุมชนเป็นสถาบันหลักที่มีความเข้มแข็ง สามารถให้การเกื้อหนุนแก่ผู้สูงอายุได้อย่างมีคุณภาพ
- 3) ระบบสวัสดิการและบริการ จะต้องสามารถรองรับผู้สูงอายุให้สามารถดำรงอยู่กับครอบครัวและชุมชนได้อย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐาน
- 4) ทุกภาคส่วนจะต้องมีส่วนร่วมในระบบสวัสดิการ และบริการให้แก่ผู้สูงอายุ โดยมีการกำกับดูแลเพื่อการคุ้มครองผู้สูงอายุในฐานะผู้บริโภค
- 5) ต้องมีการดำเนินการที่เหมาะสมเพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุที่ทุกข์ยากและต้องการการเกื้อกูลให้ ดำรงชีวิตอยู่ในชุมชนได้อย่างดีและต่อเนื่อง

### 3.2.3 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี พึ่งตนเองได้และมีหลักประกันที่มั่นคง
- 2) เพื่อสร้างจิตสำนึกให้สังคมไทยตระหนักถึงผู้สูงอายุในฐานะบุคคลที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวมและส่งเสริมให้คงคุณค่าไว้ให้นานที่สุด

3) เพื่อให้ประชากรทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมการ และมี การเตรียมความพร้อมเพื่อการเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ

4) เพื่อให้ประชาชน ครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ และเอกชน ตระหนักและมีส่วนร่วม ในภารกิจด้านผู้สูงอายุ

5) เพื่อให้มีกรอบและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุสำหรับทุก ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การบูรณาการงานด้านผู้สูงอายุ

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา ได้วิเคราะห์สถานการณ์ สภาพปัญหา สาธารณสุขในพื้นที่ ด้านการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ พบว่าผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยามีจำนวน ทั้งหมด 91,976 คน (ข้อมูลปี 2553) มีผู้สูงอายุสมัครเข้าเป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ จำนวน 57,378 คน คิด เป็นร้อยละ 62.4 ของกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมด ชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยารวมทั้งสิ้น 895 ชมรม แยกได้ดังนี้

- ชมรมผู้สูงอายุระดับหมู่บ้าน	จำนวน	805	ชมรม
- ชมรมผู้สูงอายุระดับตำบล	จำนวน	67	ชมรม
- ชมรมผู้สูงอายุระดับอำเภอ	จำนวน	9	ชมรม
- ชมรมผู้สูงอายุระดับจังหวัด	จำนวน	1	ชมรม
- ชมรมผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองพะเยา	จำนวน	13	ชมรม

จังหวัดพะเยา มีการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุแบบองค์รวม (กาย จิต สังคม) และ ให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมวันผู้สูงอายุแห่งชาติ มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุเป็นศูนย์กลาง ยกย่องเชิดชู คุณค่าของผู้สูงอายุ การแสดงความกตัญญูทวดต่อผู้สูงอายุ เปิด โอกาสดำเนินกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์ต่อชุมชน เพิ่มความรู้การดูแลสุขภาพและการมอบสิทธิพิเศษแก่ผู้สูงอายุ ตามแนวคิด บูรณาการที่มีทั้งด้านการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟู พร้อมทั้งให้ทันตสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ ด้วย

การดำเนินการค้นหาผู้สูงอายุเป็นภูมิปัญญา (คลังปัญญาผู้สูงอายุ) สำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดพะเยา ร่วมกับหน่วยงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา อปท.และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่ และได้จัดทำเอกสารเผยแพร่สู่สาธารณชน เพื่อให้ทุกภาค ส่วนได้นำศักยภาพของผู้สูงอายุที่เป็นภูมิปัญญาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน

## ข้อมูลทะเบียนคลังปัญญาผู้สูงอายุจังหวัดพะเยา

อำเภอ	จำนวน(คน)
เมืองพะเยา	131
ดอกคำใต้	118
แม่ใจ	52
จุน	45
เชียงคำ	133
ปง	41
เชียงม่วน	48
ภูพานยาว	31
ภูซาง	14
<b>รวม</b>	<b>613</b>

จังหวัดพะเยาได้จำแนกผู้สูงอายุตามการประเมินกิจกรรมประจำวัน เพื่อให้การช่วยเหลือส่งเสริมสุขภาพอนามัยผู้สูงอายุตามบริบทและความต้องการของผู้สูงอายุอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมดังนี้

ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตัวเองได้ ช่วยเหลือผู้อื่น สังคมและชุมชนได้  
 ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตัวเองได้บ้าง ผู้สูงอายุติดบ้าน  
 ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ผู้สูงอายุที่ป่วยและช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ พิกัด / ทุพพลภาพ

ส่งเสริมให้หน่วยงานอบรมอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุในชุมชน ในปี 2553 โดยให้  
 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสมัครเข้าร่วม จำนวน 16 แห่ง มีอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 461  
 คน และ ในปี 2554 อปท.ได้ดำเนินการจัดอบรมอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุทุกหมู่บ้าน

การดำเนินกิจกรรมตำบลต้นแบบด้านการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ปี 2554  
 โรงพยาบาลพะเยาโดยฝ่ายเวชกรรมสังคม ร่วมกับ PCU จำปาหวายและ อบต.จำปาหวาย  
 ดำเนินการโครงการออกหน่วยสาธารณสุขผู้สูงอายุเชิงรุกเพื่อพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ ผู้สูงอายุ  
 ตำบลจำปาหวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และมีการทำกิจกรรมทุกเดือนๆละ 1 ครั้ง

มีการดำเนินการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุระยะยาว Long Term Car (LTC) ครอบคลุมทั้ง 3  
 ด้านทุกอำเภอ จำนวน 9 อำเภอ มีการจัดตั้งและการดำเนินการคลินิกผู้สูงอายุได้มาตรฐานการ  
 ดำเนินงานครบทุกแห่ง จำนวน 7 โรงพยาบาล มี 2 แห่งที่มีการดำเนินการคลินิกผู้สูงอายุที่มีแพทย์

ออกให้บริการที่คลินิก คือ โรงพยาบาลพะเยาและโรงพยาบาลเชียงคำ ส่วนโรงพยาบาลชุมชนจะมี  
 โรงพยาบาลให้บริการในคลินิกบูรณาการกับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ กรณีผู้สูงอายุที่พบปัญหาจะส่งพบ  
 แพทย์ตรวจ ให้บริการช่องทางด่วนแก่ผู้สูงอายุที่มารับบริการโรงพยาบาล

โรคที่พบบ่อยในกลุ่มผู้สูงอายุที่มารับบริการในโรงพยาบาล

1. โรคความดันโลหิตสูง
2. โรคกระเพาะอาหาร
3. โรคปวดข้อ
4. โรคถุงลมโป่งพอง
5. โรคปวดหลัง

ชมรมผู้สูงอายุ มีทั้งหมด 895 ชมรมมีการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ  
 อย่างต่อเนื่องทุกชมรม

การดำเนินงานคลินิกผู้สูงอายุมี 7 โรงพยาบาล ทุกโรงพยาบาลมีป้ายคลินิกทุก  
 โรงพยาบาล ซึ่งสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา ได้ชี้แจงเจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบทุกอำเภอ ให้มี  
 การรวบรวมเก็บข้อมูลเพื่อเป็นฐานข้อมูลผู้สูงอายุในหน่วยบริการทางการแพทย์ตามตัวชี้วัดของ  
 สำนักผู้ตรวจให้เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนดำเนินการในด้านต่อไปนี้

- โรคที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ
- สาเหตุการตาย 5 อันดับ
- จำนวนวันที่เข้ารักษาตัวในโรงพยาบาล
- จำนวนวันที่เข้ารักษาตัวในแผนกผู้ป่วยนอก
- จำนวนวันที่เข้ารักษาตัวในแผนกผู้ป่วยใน
- จำนวนวันที่เข้ารักษาตัวในแผนกทันตกรรม
- ข้อมูลผู้สูงอายุที่มารับบริการทันตกรรม

**การดูแลเฝ้าระวังโรคซึมเศร้าในผู้สูงอายุที่ป่วยด้วยโรคเรื้อรัง**

ข้อมูลรายงานผู้ที่ได้รับการคัดกรองภาวะซึมเศร้า รวมทุกกลุ่มอายุ ที่บันทึกลงใน  
 โปรแกรมของงานข้อมูลข่าวสาร สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา ผู้ที่ได้รับการคัดกรองภาวะ  
 ซึมเศร้าทั้งหมด 24,633 ราย จำแนกรายอำเภอ ดังนี้

1. อำเภอเมือง ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 2,203 ราย (ร้อยละ 8.94) จำแนกเป็น  
 โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 2,135 รายและโรงพยาบาลพะเยา 68 ราย พบผู้มีภาวะซึมเศร้า  
 ทั้งหมด 103 ราย (ร้อยละ 4.66) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 7 ราย (ร้อยละ 0.32)



2. อำเภอแม่ใจ ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 1,033 ราย (ร้อยละ 4.11) จำแนกเป็น (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 720 ราย และ โรงพยาบาลแม่ใจ 293 ราย) พบผู้มีภาวะซึมเศร้า ทั้งหมด 42 ราย (ร้อยละ 4.15) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 6 ราย (ร้อยละ 0.59)

3. อำเภอดอกคำใต้ ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 8,142 ราย (ร้อยละ 33.05) จำแนกเป็น (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 3,018 ราย และ โรงพยาบาลดอกคำใต้ 5,124 ราย) พบผู้มีภาวะซึมเศร้าทั้งหมด 55 ราย (ร้อยละ 0.67) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 16 ราย (ร้อยละ 0.20)

4. อำเภอจุน ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 2,915 ราย (ร้อยละ 11.83) จำแนกเป็น (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 2,859 ราย และ โรงพยาบาลจุน 56 ราย) พบผู้มีภาวะซึมเศร้า ทั้งหมด 85 ราย (ร้อยละ 2.91) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 52 ราย (ร้อยละ 1.78)

5. อำเภอปง ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 5,325 ราย (ร้อยละ 21.62) จำแนกเป็น (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 5,242 ราย และ โรงพยาบาลปง 83 ราย) พบผู้มีภาวะซึมเศร้า ทั้งหมด 84 ราย (ร้อยละ 1.58) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 90 ราย (ร้อยละ 1.69)

6. อำเภอเชียงคำ ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 3,526 ราย (ร้อยละ 14.31) จำแนกเป็น (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 1,825 ราย และ โรงพยาบาลเชียงคำ 1,701 ราย) พบผู้มีภาวะซึมเศร้าทั้งหมด 172 ราย (ร้อยละ 4.88) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 84 ราย (ร้อยละ 2.38)

7. อำเภอเชียงม่วน ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 420 ราย (ร้อยละ 1.71) จำแนกเป็น (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 110 ราย และ โรงพยาบาลเชียงม่วน 310 ราย) พบผู้มีภาวะซึมเศร้าทั้งหมด 27 ราย (ร้อยละ 6.43) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 10 ราย (ร้อยละ 2.38)

8. อำเภอภูพาน ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 410 ราย (ร้อยละ 1.66) ไม่พบผู้มีภาวะซึมเศร้า แต่พบผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 1 ราย (ร้อยละ 0.24)

9. อำเภอภูซาง ผู้รับการคัดกรองทั้งหมด 679 ราย (ร้อยละ 2.76) พบผู้มีภาวะซึมเศร้าทั้งหมด 49 ราย (ร้อยละ 7.22) และผู้มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย 2 ราย (ร้อยละ 0.29)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่า แม้จะมีส่วนราชการและหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาจัดการด้านผู้สูงอายุทั้งทางด้านสุขภาพร่างกาย จิตใจ การปรับตัวเข้าสู่สังคม การสืบค้นหา เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติ แต่ปัญหาของผู้สูงอายุก็ไม่ลดลง ยกตัวอย่างข้อมูลคัดกรองภาวะซึมเศร้าของ อำเภอเชียงคำ พบผู้มีภาวะซึมเศร้า 172 ราย และเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายถึง 84 ราย

สาเหตุของภาวะซึมเศร้าจนถึงการทำร้ายตนเองและฆ่าตัวตายนี้นั้น จากข้อมูลของ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 จนถึงปี 2553 พบว่า สถิติการฆ่าตัวตายของ

จังหวัดพะเยาที่ผ่านมา คิด 1 ใน 5 อันดับต้นๆของประเทศ ส่วนหนึ่งของผู้ฆ่าตัวตายสำเร็จเป็นผู้สูงอายุซึ่งมีสาเหตุการฆ่าตัวตายจากปัญหาหนี้สิน สุขภาพ และความรู้สึกลูกทอดทิ้ง

การแก้ปัญหาผู้สูงอายุให้ได้ผลนั้น จะต้องควบคู่กันไประหว่างตัวผู้สูงอายุเองและคนใกล้ชิด เริ่มตั้งแต่ผู้ที่ย่างเข้าสู่วัยผู้สูงอายุก็จะต้องได้รับการแนะนำถึงวิธีการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุอย่างถูกต้อง เพื่อจะมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีคุณค่า เมื่อเป็นผู้สูงอายุจริง ส่วนผู้ใกล้ชิดทั้งคู่สมรส ลูกหลานญาติสนิทที่อยู่ร่วมกันกับผู้สูงอายุ ก็จะต้องได้รับการแนะนำให้มีความรู้ ความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและทางเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ เพื่อจะได้ช่วยเหลือ ดูแลและอยู่ร่วมกับผู้สูงอายุอย่างมีความสุข



### บทที่ 3

## การผลิตสื่อต้นแบบ

#### 1. ลักษณะสื่อต้นแบบการดำเนินการผลิตสื่อต้นแบบและการเผยแพร่

การศึกษาค้นคว้าอิสระทางนิเทศศาสตร์ โดยการพัฒนาต้นแบบชิ้นงาน เป็นการพัฒนาชิ้นงานด้วยการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์ “วิกฤตชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

เป็นที่ทราบกันดีถึงสื่อแต่ละชนิดแต่ละประเภทย่อมมีคุณสมบัติความเหมาะสมในการใช้งานตามวัตถุประสงค์ แตกต่างกัน ดังนั้นในการดำเนินงานผลิตสื่อเพื่อการรณรงค์จึงจำเป็นต้องพิจารณาตัดสินใจเลือกผลิตสื่ออย่างรอบคอบ ในการผลิตสื่อต้นแบบครั้งนี้ผู้ศึกษาได้คำนึงถึงลักษณะของสื่อดังนี้ 1) คุณสมบัติของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 2) คุณสมบัติของสื่อในการถ่ายทอดสารรณรงค์ 3) คุณสมบัติทางจิตวิทยาของสื่อ และ 4) ศักยภาพของหน่วยงานในการผลิตสื่อ

การเลือกใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง เนื่องจากสื่อวิทยุกระจายเสียงมีข้อได้เปรียบ คือ เป็นสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจง่าย จดจำได้อย่างรวดเร็ว และในปัจจุบันประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มลูกหลาน ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายก็มีเครื่องรับวิทยุกันอย่างแพร่หลายและนิยมบริโภคข่าวสารตลอดจนแสวงหาความบันเทิงจากสื่อชนิดนี้จากการคำนึงคุณสมบัติของสื่อดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงพิจารณาตัดสินใจเลือกผลิตสื่อดิจิทัลวิทยุกระจายเสียง “วิกฤตชีวิตถูกทิ้งยามชรา” จำนวน 7 ตอน เพื่อเป็นสื่อต้นแบบ การเลือกรูปแบบสื่อดิจิทัลวิทยุเป็นรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่ใช้เวลาในเพียงช่วงสั้นๆ สามารถนำเสนอได้บ่อยครั้งในแต่ละวัน ดังนั้นเมื่อต้องการสื่อสารให้เข้าถึงผู้ฟัง โดยใช้ความถี่ในการนำเสนอ และนำเสนอในลักษณะซ้ำๆ เพื่อย้ำเตือน เพื่อให้ผู้ฟังจดจำได้ จึงเลือกสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัลวิทยุกระจายเสียง โดยสามารถกำหนดเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ตามที่ผู้ส่งสารมุ่งหมาย และสามารถที่จะดึงดูดผู้ฟังได้ด้วยการกำหนดรูปแบบวิธีการนำเสนอได้หลากหลาย

การดำเนินการผลิตสื่อต้นแบบ ดำเนินการดังนี้คือ การวางแผนการผลิตสื่อต้นแบบ และการผลิตสื่อต้นแบบ ซึ่งประกอบด้วย การเขียนบท โดยการนำข้อมูลที่ผู้ศึกษา รวมทั้งหลักการแนวคิดในการผลิตสื่อต้นแบบในบทที่ 2 มาดำเนินการ หลังจากเขียนบทแล้วส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้านนิเทศศาสตร์ตรวจสอบและนำไปแก้ไข พัฒนาบท จากนั้นจึงบันทึกสื่อด้านแบบเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป

การเผยแพร่สื่อด้าน “วิกิตชีวีตถูกทิ้งยามชรา” จำนวน 7 ตอนนี้จะนำไปออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีวิทยุชุมชนสบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกกะเฮิร์ตซ โดยมีเหตุผลประกอบการพิจารณาดังนี้ การเลือกเผยแพร่ทางสถานีวิทยุชุมชนสบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกกะเฮิร์ตซ จังหวัดพะเยา เนื่องจากเป็นสถานีวิทยุชุมชนที่ส่งกระจายเสียงออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดพะเยา โดยเฉพาะพื้นที่เป้าหมายที่ทำการรณรงค์ ทั้งยังเป็นสถานีที่ได้รับความนิยมในพื้นที่เป้าหมาย และอีกประการหนึ่งผู้ศึกษาเองก็คือนักจัดรายการในสถานีวิทยุชุมชนดังกล่าวนี้ด้วย

## 2. การวางแผนและผลิตสื่อต้นแบบ

ในการผลิตสื่อต้นแบบชิ้นงานสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์ “วิกิตชีวีตถูกทิ้งยามชรา” ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

### 2.1 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินการผลิตสื่อต้นแบบ

จากการที่ผู้ศึกษาได้จัดทำโครงการพัฒนาต้นแบบชิ้นงานสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์ “วิกิตชีวีตถูกทิ้งยามชรา” ได้กำหนดระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินงาน รวม 12 สัปดาห์ ดังนี้

สัปดาห์ที่ 1-2 ศึกษาความเป็นมาของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เกี่ยวกับผู้สูงอายุ เพื่อนำจุดเด่นที่น่าสนใจต่อการนำไปเป็นแนวคิดการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์

สัปดาห์ที่ 3 ศึกษาหารูปแบบของสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์

สัปดาห์ที่ 4-6 เขียนบทสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์และเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง

สัปดาห์ที่ 7 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและผลิตสื่อต้นแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์

สัปดาห์ที่ 8 ดำเนินการผลิตสื่อต้นแบบทดสอบ และประเมินต้นแบบ

สัปดาห์ที่ 9 ปรับปรุงสื่อต้นแบบ

สัปดาห์ที่ 10-11 สร้างเครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม และนำสื่อต้นแบบไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

สัปดาห์ที่ 12 สรุปผลการศึกษา

ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้

## 2.2 ขั้นตอนการผลิตสื่อต้นแบบ

ผู้ศึกษาได้วางแผนการเขียนบท และเขียนบทดังนี้

### 2.2.1 วางแผนการเขียนบท โดย

1) กำหนดแนวคิด ในการผลิตสื่อต้นแบบสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตลูกทึงยามชรา” มีแนวคิดในการผลิตสื่อต้นแบบ รวม 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วัยสูงอายุที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอ (ภายหลังเปลี่ยนชื่อตอนเป็น หนีไม่พ้นความแก่)

ตอนที่ 2 เหตุเกิดเพราะความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ(ภายหลังเปลี่ยนชื่อตอนเป็น เพราะรัก)

ตอนที่ 3 สังเกต

ตอนที่ 4 อาการ

ตอนที่ 5 อัลไซเมอร์

ตอนที่ 6 วิกฤติ...ชีวิตเมื่อยามชรา

ตอนที่ 7 ป้องกัน ด้วยรักและเข้าใจ

2) กำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์ของสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ แต่ละตอนเพื่อเป็นกรอบในการผลิต และทำให้สามารถประเมินผลได้ ทั้งนี้แนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์มุ่งที่จะรณรงค์ เผยแพร่สปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตลูกทึงยามชรา” นี้ สะท้อนแง่มุมที่เป็นจริง เพื่อชี้ให้เห็นปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อลูกหลานตามมา และให้ตระหนักเห็นถึงความสำคัญเมื่อได้ฟัง จนสามารถรับรู้ถึงความรุนแรงของปัญหา ตอกย้ำและชี้ให้เห็นถึงการนำไปใช้ได้ในการป้องกันผู้สูงอายุถูกทอดทิ้ง

3) ศึกษาวิเคราะห์ผู้ฟังเป้าหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสนใจ ความต้องการของผู้ฟังซึ่งมีความแตกต่างกันในเชิงลักษณะทางประชากร ทั้งนี้เนื่องจากประชากรที่แตกต่างกันทั้งเพศ วัย การศึกษา สภาพแวดล้อม ฯลฯ ย่อมมีความสนใจ ความพึงพอใจและความต้องการแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นประชาชนในเขตอำเภอเชียงคำ ผู้ศึกษาต้องวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถผลิตสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

4) กำหนดช่องทางการเผยแพร่ ในที่นี้ผู้ศึกษาได้เลือก สถานีวิทยุชุมชน สบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกกะเฮิร์ตซ์ จังหวัดพะเยา เนื่องจากเป็นสถานีวิทยุท้องถิ่น มีความ

ใกล้ชิดผูกพันกับประชาชนในท้องถิ่นมาโดยตลอด และเป็นสถานที่ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายของการผลิตสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์นี้ ส่งผลให้เกิดการเข้าถึงสื่อได้เป็นอย่างดี

5) กำหนดงบประมาณสำหรับการผลิต เป็นการประมาณค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการผลิตสปอต ไม่ว่าจะเป็คำวสคอุปกรณใการดำเนินการต่างๆ ค่าพาหนะเดินทาง ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป ในขั้นตอนผลิตสื่อ นั้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาหาข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่กลุ่มบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่ที่ต้องการรูปแบบของสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ที่มีความน่าเชื่อถือและมีความใกล้ชิด เข้าถึง เข้าใจง่าย มากกว่าจะเป็นรูปแบบที่เน้นความบันเทิงเพราะปัญหาที่กล่าวถึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและปัญหาที่เกิดขึ้นก็มีความรุนแรงจนอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้ การนำเสนอสื่อที่แสดงความจริงจัง จะส่งผลให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือและตระหนักรับรู้ถึงปัญหาได้เป็นอย่างดี

ซึ่งในการผลิตสื่อต้นแบบชิ้นงาน สปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤตชีวิตถูกทิ้งยามชรา” สามารถจำแนกกระบวนการจัดทำโดยละเอียดได้ดังนี้

### 2.2.2 การเขียนบทสปอตวิทยุ “วิกฤตชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

เป็นการนำแผนที่วางไว้ในข้อ 2.2.1 มาเขียนบทสปอตโดยคำนึงถึงหลักการสำคัญในการเขียนบทวิทยุโดยเฉพาะสปอตเพื่อการรณรงค์ ได้แก่ ความเหมาะสมของการใช้ภาษาที่จะต้องมีความเรียบง่าย สามารถเข้าใจได้ทันที มีความเป็นธรรมชาติ และมีความเป็นไปได้ในการผลิตนอกจากนั้น การเขียนบทสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์นี้ จะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของสื่ออื่นๆ ด้วย

หลังจากที่ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเขียนเค้าโครงสปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤตชีวิตถูกทิ้งยามชรา” ครบทั้ง 7 ตอน จากนั้นจึงได้นำเสนอเค้าโครงสปอตวิทยุให้ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช จำนวน 1 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุวรรณวาทกสิกิจ ได้ตรวจสอบ เพื่อนำข้อวิพากษ์ไปดำเนินการแก้ไขพัฒนาบท

### 2.2.3 การพิจารณา วิพากษ์ พัฒนามบทวิทยุ “วิกฤตชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

การพิจารณาบทโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช รวมทั้งสิ้น 3 ร่าง (ร่างที่ 1 หน้า 64 ถึงหน้า 78) (ร่างที่ 2 หน้า 79 ถึงหน้า 82) (ร่างที่ 3 หน้า 83 ถึงหน้า 90) ดังนี้

**บทร่างที่ 1** ผลการพิจารณาโดยสรุป มีดังนี้

1) ปรับแก้กลุ่มเป้าหมายให้มีการปรับแก้จากกลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในอำเภอเชียงคำ กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยาเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยา



- 2) เนื้อหา มีความยาวเกินไป และไม่สามารถอธิบายได้ตรงประเด็น เช่นข้อ
- 3) รูปแบบการนำเสนอ ควรมีความหลากหลายมากขึ้น
- 4) ภาษา บางตอนยังเป็นภาษาเขียน ให้ปรับให้เป็นภาษาพูด
- 5) เปลี่ยนชื่อตอนให้น่าสนใจมากขึ้น ตอนที่ 1 เปลี่ยนชื่อเรื่องจาก “วัยสูงอายุที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอ” มาเป็น “หนีไม่พ้นความแก่” เพื่อให้กระชับ ชัดเจน ตรงเป้าหมายมากขึ้น

### **บทร่างที่ 2 ผลการพิจารณาโดยสรุป มีดังนี้**

บทสพอตที่แก้ไขปรับปรุงบทสพอตวิทยุและแนวคิดแต่ละตอนอีกครั้ง เนื่องจากบางตอนนำเสนอไม่น่าสนใจ ไม่กระชับ ไม่ชัดเจน และยังเป็นภาษาเขียนอยู่ ได้แก่ ตอนที่ 1 และ 2

### **บทร่างที่ 3 ผลการพิจารณาโดยสรุป มีดังนี้**

ให้กำหนดแนวคิดในการนำเสนอแต่ละตอนให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายเพื่อดึงดูดใจผู้ฟัง และระบุเวลาให้สั้น กระชับเพื่อความน่าสนใจยิ่งขึ้น ตลอดจนการคัดเลือกตัวผู้แสดง (ตัวละครในสพอตวิทยุ) หลากๆคน เพื่อความเป็นธรรมชาติและสมจริงยิ่งขึ้น ได้เปลี่ยนชื่อตอนที่ 2 จากเหตุเกิดเพราะความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพมาเป็นชื่อตอนที่ 2 เพราะรัก เปลี่ยนจากด้วยความหวังใจจากสมาคมผู้มลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรี และครอบครัวจังหวัดพะเยามาเป็น ด้วยความหวังใจจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ทั้งนี้ โดยมีรายละเอียดการพัฒนาจากร่างที่ 1 ถึงร่างที่ 3 ดังนี้



บทสวดที่ 1



## บทสพอตรางที่ 1 รวม 7 ตอน ดังนี้

สพอตวิทยุกระจายเสียงเรื่อง “วิกฤติชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

### ตอนที่ 1 วัยสูงอายุที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอ

#### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ

กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา

#### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักกับวัยสูงอายุ

#### 3. แนวคิด

วัยหนึ่งที่ทุกคนต้องทำความรู้จักให้มากขึ้น ก็คือวัยสูงอายุ เพราะเป็นวัยที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอ สพอตวิทยุเพื่อการรณรงค์เรื่อง วัยสูงอายุที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอมุ่งเน้นการนำเสนอด้วยการสนทนาของตัวละครที่มีน้ำเสียงอย่างเป็นทางการอันบ่งบอกถึงความรู้สึกถึงความกระวนกระวายใจและจบลงด้วยการบรรยายให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัยสูงอายุเพิ่มด้วยน้ำเสียงราบเรียบน่าเชื่อถือ

#### 4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ

ใช้รูปแบบการนำเสนอสพอตวิทยุแบบสนทนาร่วมกับการสร้างสถานการณ์ผสมผสาน กับเสียงเพลงประกอบ

นำเสนอสพอตวิทยุมุ่งกระตุ้นความสนใจของผู้ฟัง โดยการให้ตัวละครใช้น้ำเสียงแบบตกใจ กังวลใจและมีการอธิบายถึงการเข้าสู่วัยสูงอายุเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

#### 5. ความยาว

ใช้ความยาว 35 วินาที

#### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนได้ทราบข้อมูลที่ถูกต้องของวัยสูงอายุ

**บทสวดวิทญูเพื่อการรณรงค์ “วิกฤตชีวิตลูกทั้งยามชรา”**

**ตอนที่ 1**      **วัยสูงอายุที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอ**

ความยาว      35 วินาที

ชาวด์      (เพลงวันวานยังหวานอยู่)... ภายในงานเลี้ยงรุ่น

ลุงศักดิ์      เอ๊ะนี่รูปใครหรือ หลานสาวคุณภาพหรือครับ

ป้าภา      ้วย ตายๆ ทำไมทักกันแบบนี้ รูปของภาที่คุณเคยถ่ายให้สมัยสาวๆ ึ่งจะ  
ผ่านไปหลายสิบปีแล้ว บางอย่างมันก็เปลี่ยนไปนะสิ

ชาวด์      .....

โฆษกหญิง      พบกับการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ วัยสูงอายุที่ทุกคนมีโอกาสได้เจอ ไปสู่ชีวิตอีก  
ช่วงหนึ่งที่ต้องมีการเตรียมตัวเรื่องสุขภาพกาย จิตใจ มีการช่วยเหลืออย่าง  
เหมาะสมจากตัวเองและคนรอบข้าง  
ด้วยความปรารถนาดีจากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัว  
จังหวัดพะเยา



## ตอนที่ 2 เหตุเกิดเพราะความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ

### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ

กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา

### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เบื้องต้นในป้องกันดูแลตนเองและผู้อื่นในช่วงวัย  
สูงอายุ

### 3. แนวคิด

สาเหตุเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์ส่งผลให้การดูแลสุขภาพด้าน  
ร่างกายดีแต่การดูแลด้านจิตใจพัฒนาไม่มากนัก ความอ้างว้าง ซึมเศร้า สูญเสีย จึง  
ส่งผลเสียต่อสุขภาพจิตโดยตรง ซึ่งบางรายบั่นทอนทำให้ตรอมใจจนอาจส่งผลต่อ  
ร่างกายและเสียชีวิตได้

### 4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ

ใช้รูปแบบการนำเสนอข้อมูลด้วยตัวภาษาท้องถิ่น  
จบลงด้วยการบรรยายที่น่าเชื่อถือ

### 5. ความยาว

ใช้ความยาว 35 วินาที

### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนได้ทราบสาเหตุการที่มีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น  
ประชาชนมีความตระหนักถึงวัยสูงอายุมากขึ้น

**บทสวดวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตถูกทิ้งยามชรา”**

**ตอนที่ 2**           **เหตุเกิดเพราะความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ**

ความยาว       35 วินาที

ชาวดี้           (เพลงท้องถิ่น).....

ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ และการศึกษาวิจัยต่างๆ  
อย่างต่อเนื่องและลึกซึ้งส่งผลให้การดูแลสุขภาพดีขึ้น มีอายุยืน ผู้สูงอายุเพิ่มมาก  
ขึ้น แต่กลับพบว่าการดูแลด้านจิตใจไม่พัฒนา มีผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งด้วยรูปแบบ  
ต่างๆ

โหมยก           การดูแลผู้สูงอายุไม่ใช่เรื่องยาก ดังต่อไปนี้ กระตุ้นให้ภูมิใจในชีวิต ชี้ให้เห็นพิษ  
เป้าหมาย ส่งเสริมให้ดูแลร่างกาย เสริมสร้างให้सानสายใยเกี่ยวพัน ชี้นวนให้  
ทำบุญตามศาสนา ช่วยแสวงหาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ น้อมนำให้จบชีวิตด้วยจิตเบิกบาน  
ชี้นำสังขารมาเจริญสติ

ด้วยความหวังใจจากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัว  
จังหวัดพะเยา





### ตอนที่ 3 ตอนสังเกต

#### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ

กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา

#### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เบื้องต้นในป้องกันดูแลตนเองและผู้อื่นในช่วงวัย  
สูงอายุ

#### 3. แนวคิด

เป็นประเด็นเกี่ยวกับการรู้จักสังเกตถึงอาการผิดปกติของผู้สูงอายุ สปอตรณรงค์นี้  
มุ่งนำเสนออาการอันเกิดจากวัยสูงอายุ

#### 4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ

ใช้รูปแบบการนำเสนอสปอตวิทยุแบบสนทนาเป็นภาษาท้องถิ่นพะเยาและจบลง  
ด้วยข้อคิดสั้นๆ

นำเสนอผ่านตัวละครที่สนทนากัน โดยชี้ให้เห็นถึงการสังเกตของอาการที่ผิดปกติ  
ของผู้สูงอายุ

#### 5. ความยาว

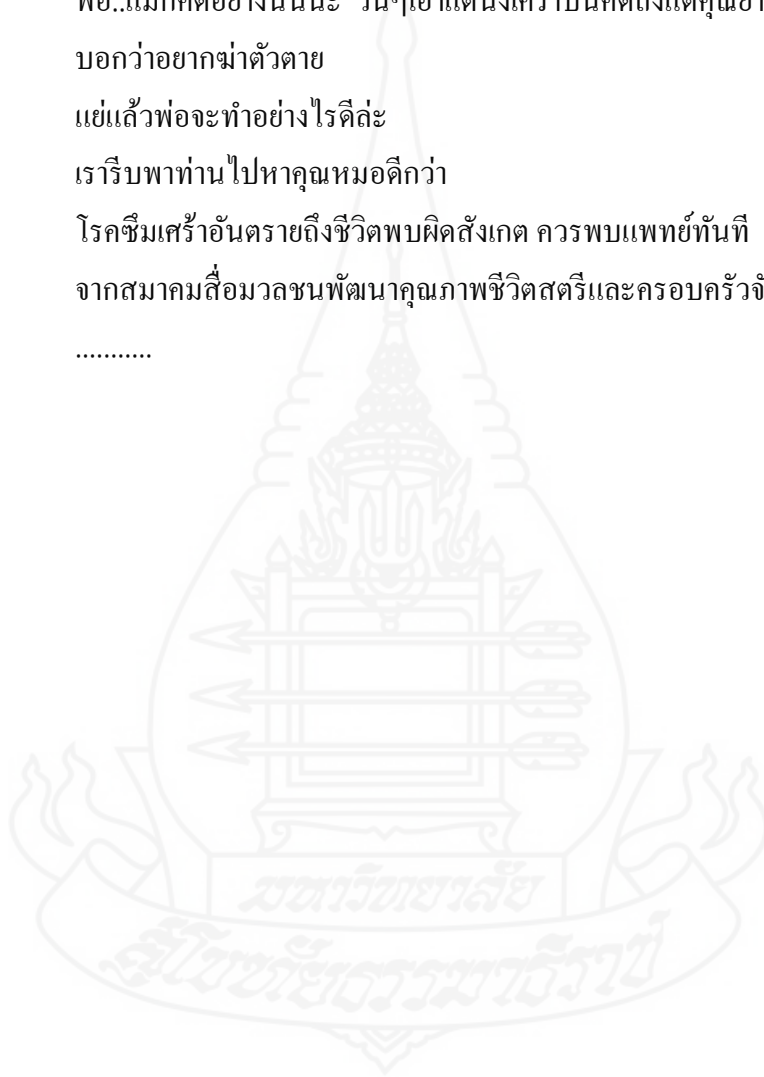
ใช้ความยาว 35 วินาที

#### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนมีความรู้ในการสังเกตอาการที่ผิดปกติของผู้สูงอายุ

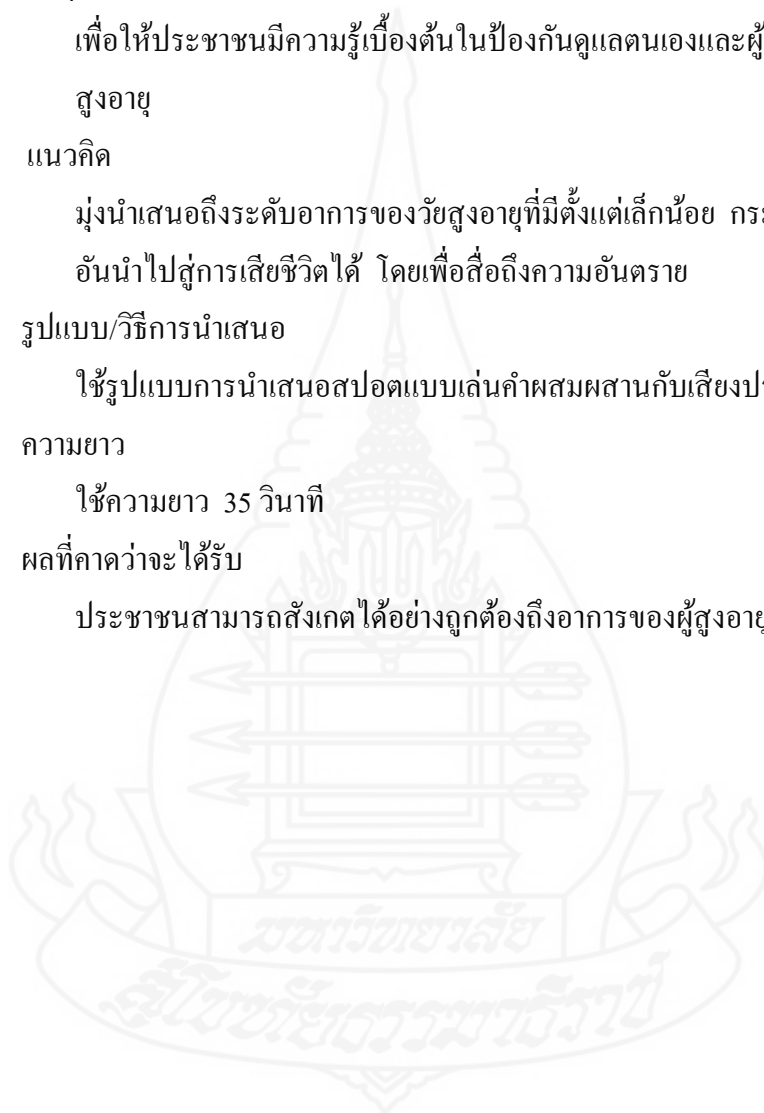
บทสวดวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

ตอนที่ 3	ตอนสังเกต
ความยาว	35 วินาที
ชาวด์	(เพลงเศร้า).....
สามี	แม่ๆ มาดูนี่สิ คุณปู่ไม่ยอมกินข้าวมาหลายวันแล้ว ผิดปกติหรือเปล่าเนี่ย
ภรรยา	พ่อ..แม่ก็คิดอย่างนั้นนะ วันๆเอาแต่นั่งเศร้าบ่นคิดถึงแต่คุณย่าที่จากไป บางครั้งก็ บอกว่าอยากฆ่าตัวตาย
สามี	แย่แล้วพ่อจะอย่างไรดีล่ะ
ภรรยา	เรารีบพาท่านไปหาคุณหมอดีกว่า
โหมยก	โรคซึมเศร้าอันตรายถึงชีวิตพบผิคนสังเกต ควรพบแพทย์ทันที ด้วยความห่วงใย จากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัวจังหวัดพะเยา
ชาวด์	.....



#### ตอนที่ 4 อาการ

1. กลุ่มเป้าหมาย  
    กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ  
    กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา
2. วัตถุประสงค์  
    เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เบื้องต้นในป้องกันดูแลตนเองและผู้อื่นในช่วงวัย  
    สูงอายุ
3. แนวคิด  
    มุ่งนำเสนอถึงระดับอาการของวัยสูงอายุที่มีตั้งแต่เล็กน้อย กระทั่งมีอาการรุนแรง  
    อันนำไปสู่การเสียชีวิตได้ โดยเพื่อสื่อถึงความอันตราย
4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ  
    ใช้รูปแบบการนำเสนอสปอตแบบเล่นคำผสมผสานกับเสียงประกอบ
5. ความยาว  
    ใช้ความยาว 35 วินาที
6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ  
    ประชาชนสามารถสังเกตได้อย่างถูกต้องถึงอาการของผู้สูงอายุ



บทสวดวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตลูกทั้งยามชรา”

ตอนที่ 4	อาการ
ความยาว	35 วินาที
ชาวดี้	.....
แม่	โอย ะไรกันเนี่ย ผิวหนังเหี่ยวย่น มีแต่จุดดำงดำ แยะจัง
ลูก	ก็เป็นไปตามวัยสิแม่
แม่	โอย ปวดหัวๆ เครียดๆ กระทบตังค์มันหายไปไหน
ลูก	หลงๆ ลืมๆ นะแม่ เบื่อจัง
แม่	โอย ปวดหลัง ตกบันได พาแม่ไปหาหมอที
ลูก	เรียกร้องความสนใจอีกแล้ว
แม่	อยู่ไปก็ไม่มีใครสนใจ โอย แม่ขอลาก่อน
ลูก	แม่ครับ ผมรักแม่
ชาวดี้	.....
โฆษกหญิง	ผู้สูงอายุควรรักษาสุขภาพให้แข็งแรง ฝึกควบคุมอารมณ์ให้แจ่มใส ส่วนผู้ดูแล ควรเข้าใจถึงสภาวะเสื่อมต่างๆ ดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญ ก่อนที่จะสาย เกินไป ด้วยความห่วงใยจากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัว จังหวัดพะเยา
ชาวดี้	.....

## ตอนที่ 5 อัลไซเมอร์

### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ

กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา

### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เบื้องต้นในป้องกันดูแลตนเองและผู้อื่นในช่วงวัย  
สูงอายุ

### 3. แนวคิด

มุ่งนำเสนอถึงระดับอาการของโรคอัลไซเมอร์ที่มีความรุนแรงต่อเนื่องในจังหวัด  
พะเยา สปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์นี้มุ่งนำเสนอถึงโอกาสที่จะป่วยน้อยลง

### 4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ

ใช้รูปแบบการนำเสนอสปอตวิทยุแบบสร้างสถานการณ์

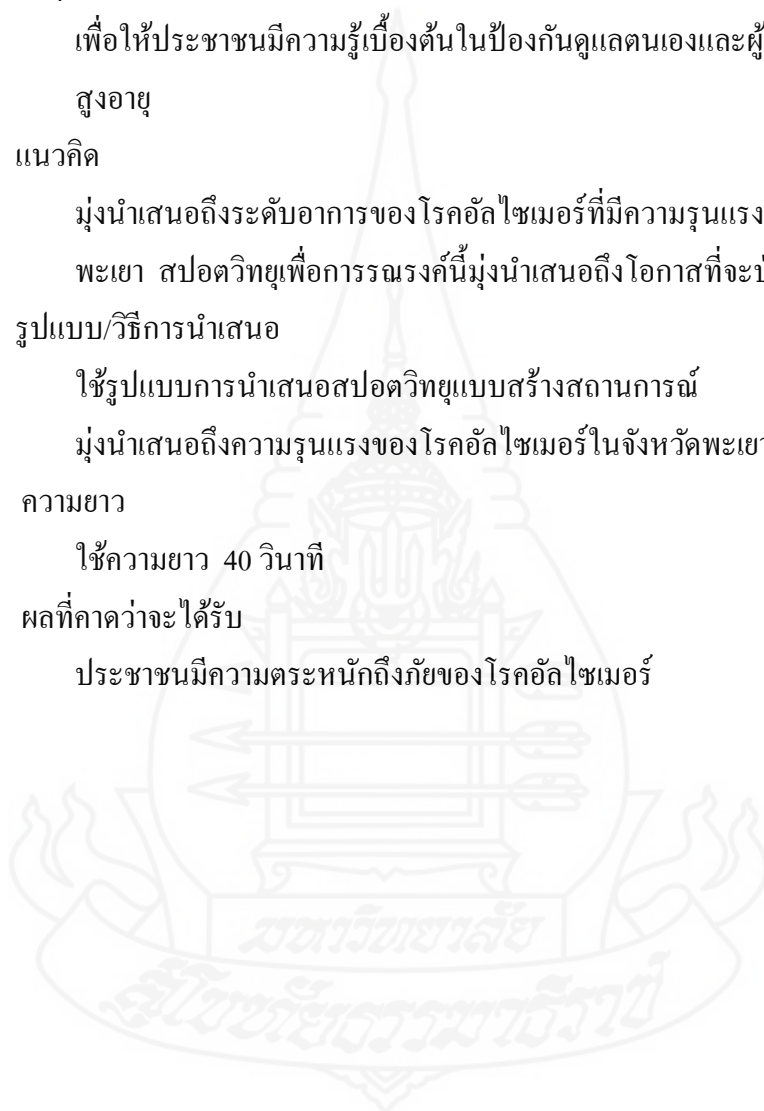
มุ่งนำเสนอถึงความรุนแรงของโรคอัลไซเมอร์ในจังหวัดพะเยา

### 5. ความยาว

ใช้ความยาว 40 วินาที

### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนมีความตระหนักถึงภัยของโรคอัลไซเมอร์



บทสวดวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

ตอนที่ 5      โรคอัลไซเมอร์

ความยาว      40 วินาที

ชาวด์      (เพลงเดิม).....

โฆษก      ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่มีอายุยืนยาวมากขึ้น และโรคสมองเสื่อมชนิด อัลไซเมอร์เป็นโรคที่เกิดจากการเสื่อมของประสาทส่วนกลางไม่สามารถป้องกันได้แล้ว พบมากตามอายุที่สูงขึ้น

ชาวด์      .....

โฆษก      นี่คือข้อมูลปี 2553 อายุ 60-70 ปี พบร้อยละ 5

ชาวด์      .....

โฆษก      อายุ 70-80 พบร้อยละ 10

ชาวด์      .....

โฆษก      อายุมากกว่า 90 ปีพบร้อยละ 50

ชาวด์      .....

โฆษก      อย่าพึ่งสิ้นหวัง ถึงแม้โรคอัลไซเมอร์ไม่สามารถป้องกันได้แต่มีหลักฐานทางวิชาการชี้ให้เห็นว่า คนที่ใช้สมองอยู่เสมอสม่ำเสมอก็จะมีโอกาสป่วยน้อยลง

ชาวด์      .....

โฆษก      คุณนั่ง ฟังเพลง อ่านหนังสือพิมพ์ ทำงานอดิเรก อ่านมาก เรียนมาก คุณมาก อย่าปล่อยให้สมองอยู่เฉยๆ โรคอัลไซเมอร์จะได้ห่างไกลจากท่าน ด้วยความปรารถนาดีจากสมาคมผู้มวชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัวจังหวัดพะเยา

ชาวด์      .....



## ตอนที่ 6 วิกฤติ...ชีวิตเมื่อยามชรา

### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ

กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา

### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เบื้องต้นในป้องกันดูแลตนเองและผู้อื่นในช่วงวัย  
สูงอายุ

### 3. แนวคิด

มุ่งนำเสนอถึงสถานการณ์ของผู้สูงอายุที่มีความรุนแรงต่อเนื่องในจังหวัดพะเยา  
สปอตวิทยุเพื่อการรณรงค์นี้มุ่งนำเสนอถึง โอกาสที่จะรุนแรงน้อยลง

### 4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ

ใช้รูปแบบการนำเสนอสปอตวิทยุแบบสร้างสถานการณ์

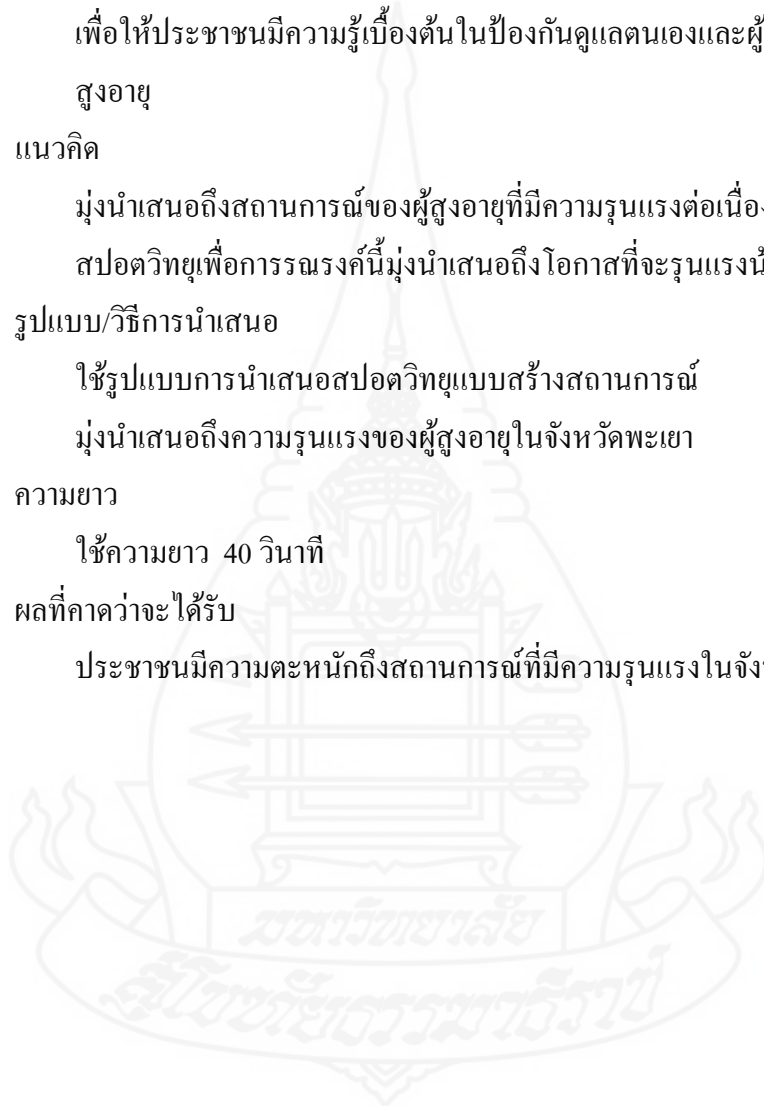
มุ่งนำเสนอถึงความรุนแรงของผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยา

### 5. ความยาว

ใช้ความยาว 40 วินาที

### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนมีความตระหนักถึงสถานการณ์ที่มีความรุนแรงในจังหวัดพะเยา



บทสวดวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

ตอนที่ 6 วิกฤติ...ชีวิตเมื่อยามชรา

ความยาว 40 วินาที

ชาวดั (เพลงทิ้ง).....

โฆษก คุณทราบไหมสถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยากำลังเป็นที่น่าวิตกและถูกทอดทิ้งแค่ไหน

ชาวดั .....

โฆษก นี่คือข้อมูลของโรงพยาบาลพะเยา ปี 2553 พบว่าจำนวนผู้ป่วยที่เข้ามารักษา

ชาวดั .....

โฆษก เครียดและวิตกกังวล 438 คน ซึมเศร้า 278 คน

ชาวดั .....

โฆษก สถิติฆ่าตัวตายคิด 1 ใน 5 เป็นอันดับต้นๆของประเทศ

ชาวดั .....

โฆษก ผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วมเป็นพลังพัฒนาสังคม ที่สมควรได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี ด้วยความปรารถนาดีจากสมาคมผู้มวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัว จังหวัดพะเยา

ชาวดั .....



## ตอนที่ 7 ป้องกันด้วยรักและเข้าใจ

### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก ประชาชนในอำเภอเชียงคำ

กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนในจังหวัดพะเยา

### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เบื้องต้นในป้องกันดูแลตนเองและผู้อื่นในช่วงวัย  
สูงอายุ

### 3. แนวคิด

เป็นประเด็นเกี่ยวกับอาการผิดปกติของผู้สูงอายุ สปอตเพื่อการรณรงค์นี้มุ่ง  
นำเสนอถึงอาการผิดปกติของผู้สูงอายุที่เป็นอันตรายได้ถ้าไม่ป้องกัน

### 4. รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ

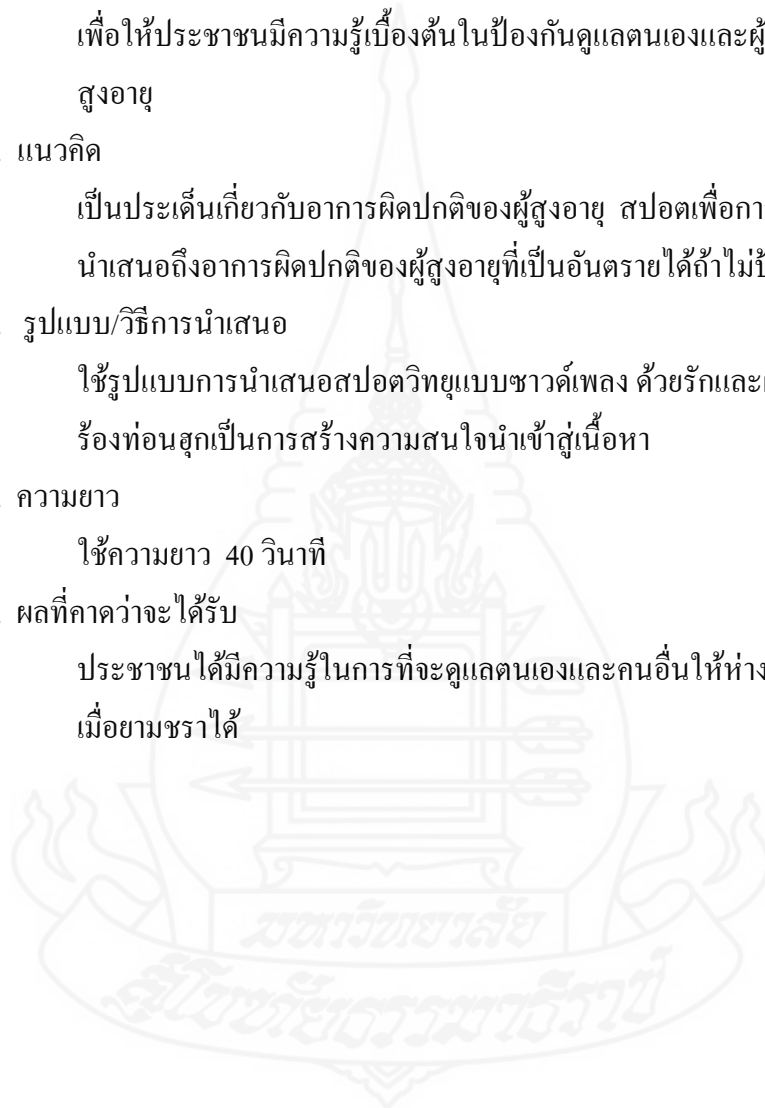
ใช้รูปแบบการนำเสนอสปอตวิทยุแบบชาวดังเพลง ด้วยรักและผูกพัน โดยใช้เนื้อ  
ร้องท่อนสุกเป็นการสร้างความสนใจนำเข้าสู่เนื้อหา

### 5. ความยาว

ใช้ความยาว 40 วินาที

### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนได้มีความรู้ในการที่จะดูแลตนเองและคนอื่นให้ห่างไกลจากการถูกทิ้ง  
เมื่อยามชราได้



**บทสวดวิทญูเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตถูกทั้งยามชรา”**

ตอนที่ 7      ป้องกัน ด้วยรักและเข้าใจ

ความยาว      40 วินาที

ชาวด์      (ด้วยรักและผูกพัน).....

ผู้สูงอายุควรดำรงชีวิตด้วยหลักการ 3พ.

พร้อม หมายถึง การเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและเศรษฐกิจให้ดี

เพิ่มพูน หมายถึง เพิ่มพูนความรู้สึกรเมตตากรรณา และความรักให้มากขึ้น

พอเพียง หมายถึง ยินดีในสิ่งที่ตนได้ พอใจในสิ่งที่ตนมี

ชาวด์      (ด้วยรักและผูกพัน).....

โหมยก      หากผู้สูงอายุนำหลักการ 3 พ. ไปเป็นข้อคิดดำเนินชีวิตและเตรียมตัวก็จะมีความสุขและสำเร็จอย่างแท้จริงในบั้นปลายชีวิต ด้วยความห่วงใยจากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัวจังหวัดพะเยา



บทสวดที่ 2



**บทสวดที่ 2** รวม 7 ตอน ดังนี้

เป็นการพัฒนาบทสวดวิทยุร่างที่ 1 จาก 7 ตอน ต้องแก้ไข รวมทั้งสิ้น 3 ตอน

<b>ตอนที่ 1</b>	<b>หนีไม่พ้นความแก่</b>
ความยาว	35 วินาที
ชาวด์	(เพลงวันวานยังหวานอยู่)... ภายในงานเลี้ยงรุ่น
ลูกศักดิ์	เอ๊ะนี่รูปใครหรือ หลานสาวคุณภาหรือครับ
ป้าภา	ว้าย ตายๆ คิดได้อย่างไร น้อยใจนะที่ทักแบบนี้ ก็รูปของภาที่คุณเคยถ่ายให้ สมัยสาวๆ ใจคะ จากวันนั้น ถึงวันนี้ ก็ปีแล้ว ร่างกายมันก็เสื่อมโทรมไปตาม วัยนะสิ
ชาวด์	.....
โฆษกหญิง	วัยสูงอายุเป็นวัยที่ทุกคนต้องได้เจอ เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ ที่ทุก คน
เข้าใจ	จะต้องเตรียมตัวให้พร้อมทั้งสุขภาพร่างกาย จิตใจ และรายได้ทั้งนี้เพื่อที่จะ ช่วยเหลือตัวเองได้อย่างเหมาะสม เช่นเดียวกับลูกหลาน ก็ต้องเรียนรู้ ทำความ ผู้สูงอายุ เพื่อที่จะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความปรารถนาดีจากสมาคมผู้มวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและ ครอบครัว จังหวัดพะเยา

ตอนที่ 2	เหตุเกิดเพราะความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ
ความยาว	35 วินาที
ชาวดัตช์	(เพลงท้องถิ่น).....
โฆษณา	<p>ผู้สูงอายุคือ ผู้ที่ก้าวข้ามเวลามาสู่โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยี และการแพทย์ นับวันคนจะมีอายุยืนยาวขึ้น ซึ่งเป็นทั้งข้อดีและข้อเสีย เพราะยังมีผู้สูงอายุจำนวนมากไม่น้อยที่ปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ทำให้ลูกหลาน ก็เกิดการเบียดเบียนในการที่จะต้องรับภาระเลี้ยงดู เอาใจใส่ ปูย่า ตายาย ที่พูดคุยกันไม่รู้เรื่อง ส่งผลให้ผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งให้อยู่อย่างเดียวดาย อย่างกลัวที่จะดูแลผู้มีพระคุณต่อเรา เรียนรู้ ให้เข้าใจ เข้าถึง</p> <p>การดูแลผู้สูงอายุไม่ใช่เรื่องยาก กระตุ้นให้ภูมิใจในชีวิต ชี้ให้เห็นพืชผักเป้าหมาย ส่งเสริมให้ดูแลร่างกายและจิตใจ ชี้ชวนให้ทำบุญตามศาสนา ช่วยแสวงหาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ น้อมนำให้จบชีวิตด้วยจิตเบิกบาน ชี้นำสังขารมาเจริญสติ ด้วยความห่วงใยจากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัวจังหวัดพะเยา</p>





## ตอนที่ 4 อากา

ความยาว 35 วินาที

ชาวด์ .....

แม่ โอ๊ย อะไรกันเนี่ย ผิวหนังเหี่ยวย่น มีแต่จุดดำดำ แย่จัง

ลูก ก็เป็นไปตามวัยสิแม่

แม่ โอ๊ย ปวดหัวๆ เครียดๆ กระเป๋าดังค์มันหายไปไหน

ลูก หลงๆ ลืมๆ นะแม่ เบื่อจัง

แม่ โอ๊ย ปวดหลัง ตกบันได พาแม่ไปหาหมอที่

ลูก เรียกเรื่องความสนใจอีกแล้ว

ชาวด์ .....(เพื่อให้เห็นช่วงเวลาที่แตกต่าง)

แม่ อยู่ไปก็ไม่มีใครสนใจ โอ๊ย แม่ขอลาก่อน

ลูก แม่ครับ ผมรักแม่

ชาวด์ .....

โฆษกหญิง รักแม่...แต่ก็สายไปแล้ว(เสียงสะอื้น) ไม่มีแม่แล้ว...จะรู้สึก ผู้ดูแลควรเข้าใจถึง  
 สภาวะเสื่อมต่างๆ ดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญ ก่อนที่จะสายเกินไป  
 ด้วยความห่วงใยจากสมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัว  
 จังหวัดพะเยา

ชาวด์ .....

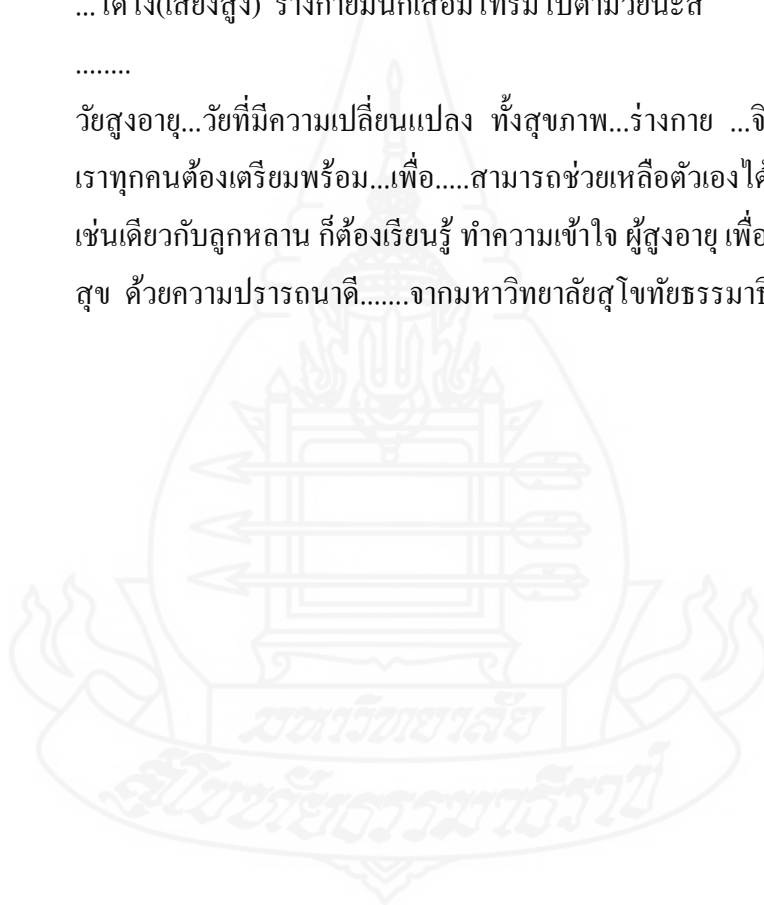


บทสวดที่ 3

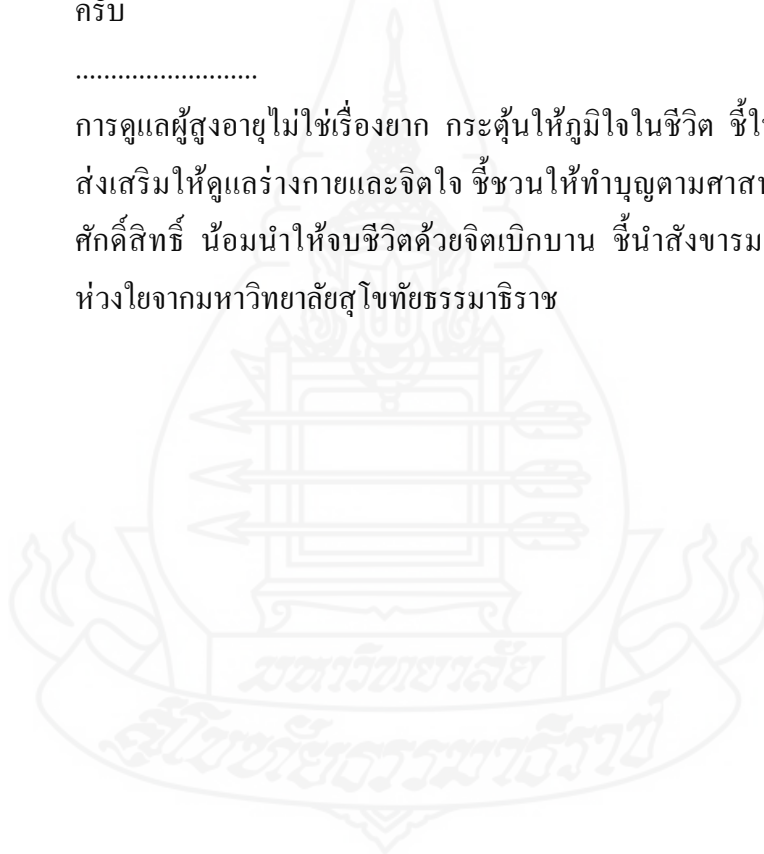


บทสປอตรํางที่ 3 รวม 7 ตอน ดังน้

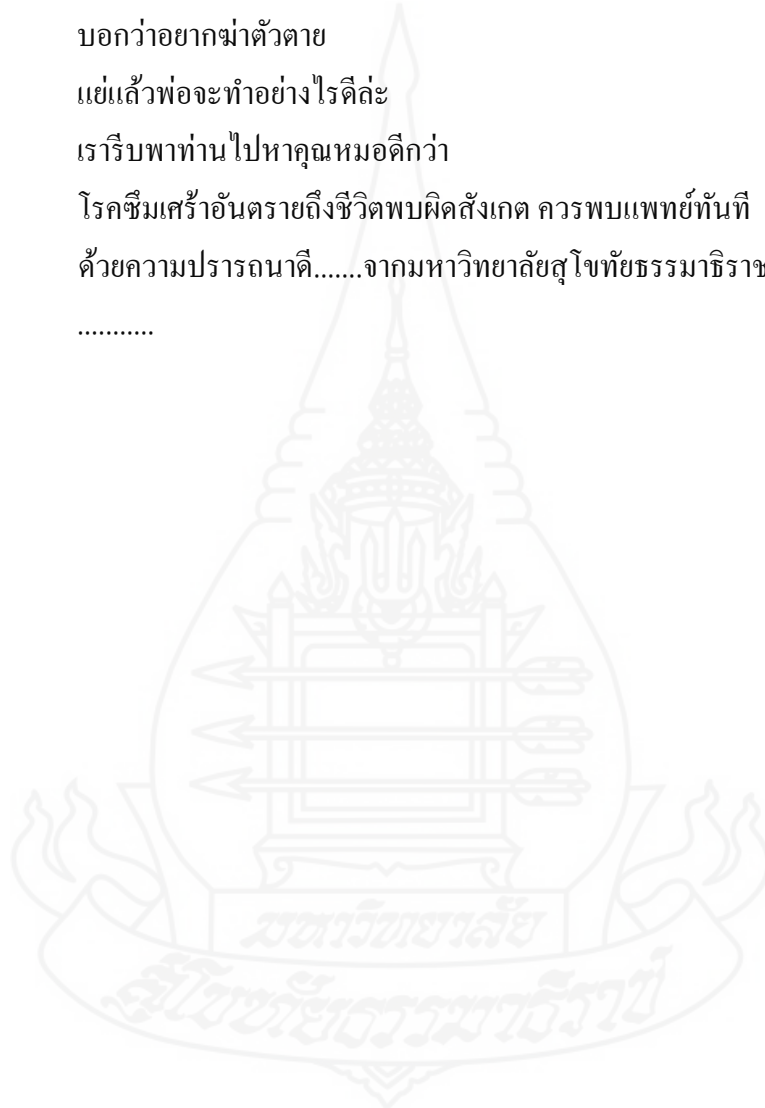
ตอนที่ 1	หนีไม่พ้นความแก่
ความยาว	35 วินาที
ชาวดั	(เพลงวันวานยังหวานอยู่)... ภายในงานเลี้ยงรุ่น
ลูกศัคคั	เอ๊ะนี่รูปใครหรือ หลานสาวคุณภาหรือครับ
ป่าภา	ว้าย ตายๆ คุณคิดได้อย่างไร น้อยใจนะที่ทักแบบนี้ ก็รูปของภาที่คุณเคยถ่ายให้สมัยสาวๆ ใจคะ จากวันนั้น ถึงวันนี้ ก็ตั้งสี่ห้าสิบปีแล้ว...แหม จะไม่ให้เปลี่ยนไปเลย...ได้ใจ(เสียงสูง) ร่างกายมันก็เสื่อมโทรมไปตามวัยนะสิ
ชาวดั	.....
เสียงชาย:	วัยสูงอายุ...วัยที่มีความเปลี่ยนแปลง ทั้งสุขภาพ...ร่างกาย ...จิตใจ และ...รายได้... เราทุกคนต้องเตรียมพร้อม...เพื่อ.....สามารถช่วยเหลือตัวเองได้อย่างเหมาะสม
เสียงหญิง:	เช่นเดียวกับลูกหลาน ก็ต้องเรียนรู้ ทำความเข้าใจ ผู้สูงอายุ เพื่อที่จะอยู่ร่วมกัน
อย่างมี	สุข ด้วยความปรารถนาดี.....จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา



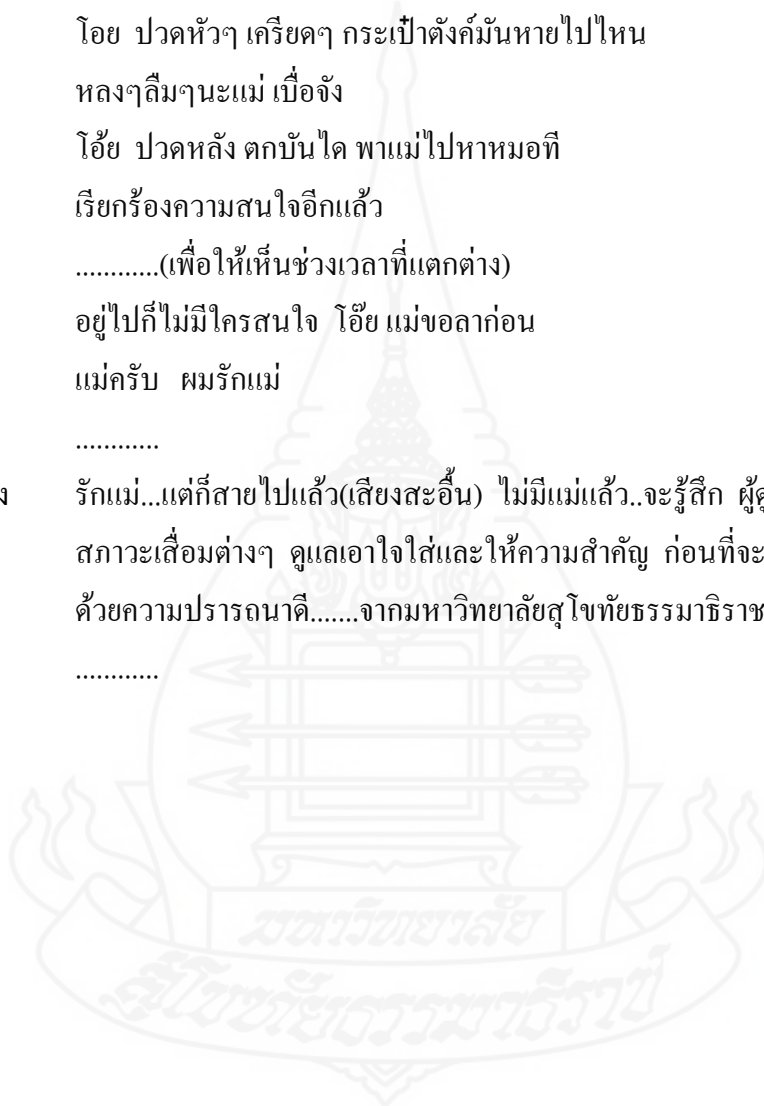
- ตอนที่ 2 เพราะรัก**
- ความยาว 35 วินาที
- ชาวด์ .....
- ลูก แม่ครับทำอะไรอยู่ (เสียงดีใจที่ได้เจอหน้าแม่) ผมพาหลานมาเยี่ยมครับ
- แม่ หัวดีจ๊ะ เป็นไงบ้าง ทำงานเหนื่อยๆยังมีกำลังใจพอกันมาอีก เดี่ยวหาอะไรให้ทานกันนะ แม่เตรียมของที่ลูกชอบไว้แล้ว
- ชาวด์ เสียงคนล้ม มีของตกพื้น แม่เริ่มพูดไม่ชัดเหมือนเจ็บปวดสาหัส (เด็กเริ่มร้องไห้)
- แม่ หือ..ไม่เป็นไรแม่ทนได้
- ลูก แม่ครับ ...ผมรักแม่ แม่ไปอยู่กับผม ต่อไปนี้เราจะอยู่ด้วยกันผมจะดูแลแม่เองนะครับ
- ชาวด์ .....
- โฆษก การดูแลผู้สูงอายุไม่ใช่เรื่องยาก กระตุ้นให้ภูมิใจในชีวิต ชี้ให้เห็นพิชิตเป้าหมาย ส่งเสริมให้ดูแลร่างกายและจิตใจ ชี้ชวนให้ทำบุญตามศาสนา ช่วยแสวงหาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ น้อมนำให้จบชีวิตด้วยจิตเบิกบาน ชี้นำสังขารมาเจริญสติด้วยความห่วงใยจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา



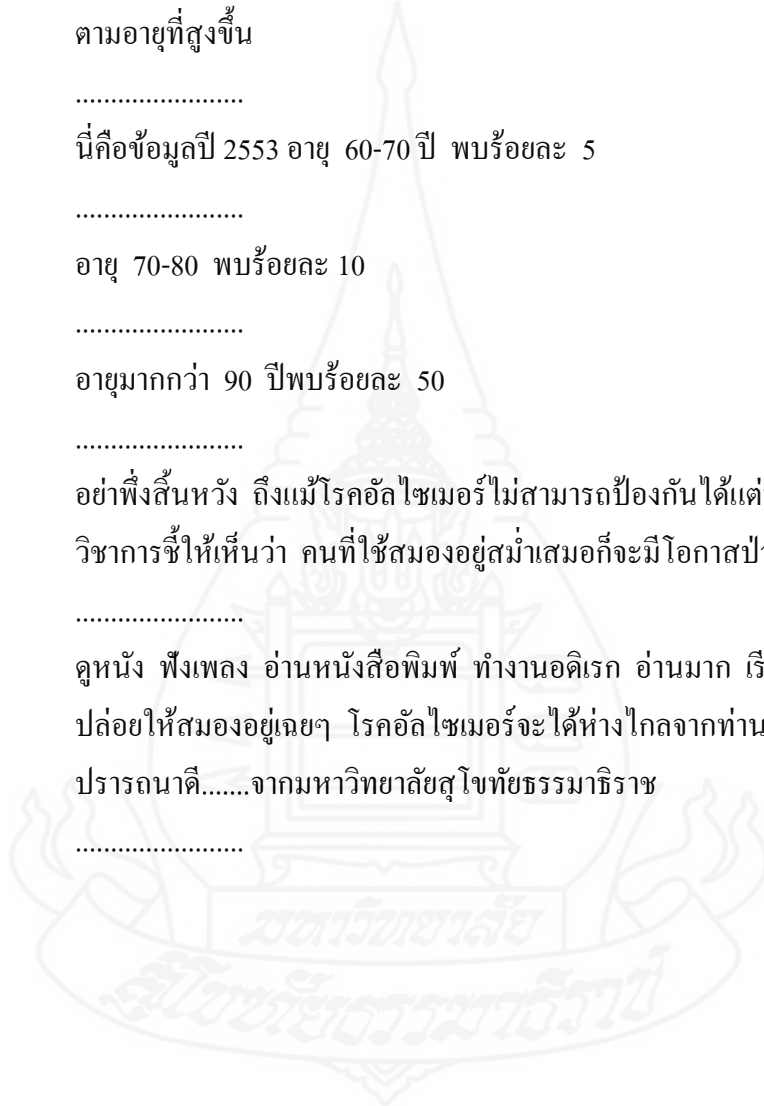
ตอนที่ 3	ตอนสังเกตุ
ความยาว	35 วินาที
ชาวด์	(เพลงเศร้า).....
สามี	แม่ๆ มาดูนี่สิ คุณปู่ไม่ยอมกินข้าวมาหลายวันแล้ว ผิดปกติหรือเปล่าเนี่ย
ภรรยา	พ่อ..แม่ก็คิดอย่างนั้นนะ วันๆเอาแต่นั่งเศร้าบ่นคิดถึงแต่คุณย่าที่จากไป บางครั้งก็ บอกว่าอยากฆ่าตัวตาย
สามี	แย่แล้วพ่อจะอย่างไรดีล่ะ
ภรรยา	เรารีบพาท่านไปหาคุณหมอดีกว่า
โหมยก	โรคซึมเศร้าอันตรายถึงชีวิตพบผิดสังเกตุ ควรพบแพทย์ทันที ด้วยความปรารถนาดี.....จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ชาวด์	.....



ตอนที่ 4	อาการ
ความยาว	35 วินาที
ชาวด์	.....
แม่	โอย ะไรกันเนี่ย ผิวหนังเหี่ยวย่น มีแต่จุดดำดำ แยะจัง
ลูก	ก็เป็นไปตามวัยสิแม่
แม่	โอย ปวดหัวๆ เครียดๆ กระเป๋าดังค์มันหายไปไหน
ลูก	หลงๆลืมๆนะแม่ เบื่อจัง
แม่	โอย ปวดหลัง ตกบันได พาแม่ไปหาหมอที
ลูก	เรียกร้องความสนใจอีกแล้ว
ชาวด์	.....(เพื่อให้เห็นช่วงเวลาที่แตกต่าง)
แม่	อยู่ไปก็ไม่มีใครสนใจ โอย แม่ขอลาก่อน
ลูก	แม่ครับ ผมรักแม่
ชาวด์	.....
โฆษกหญิง	รักแม่...แต่ก็หายไปแล้ว(เสียงสะอื้น) ไม่มีแม่แล้ว..จะรู้สึก ผู้ดูแลควรเข้าใจถึง สภาวะเสื่อมต่างๆ ดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญ ก่อนที่จะสายเกินไป ด้วยความปรารถนาดี.....จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ชาวด์	.....

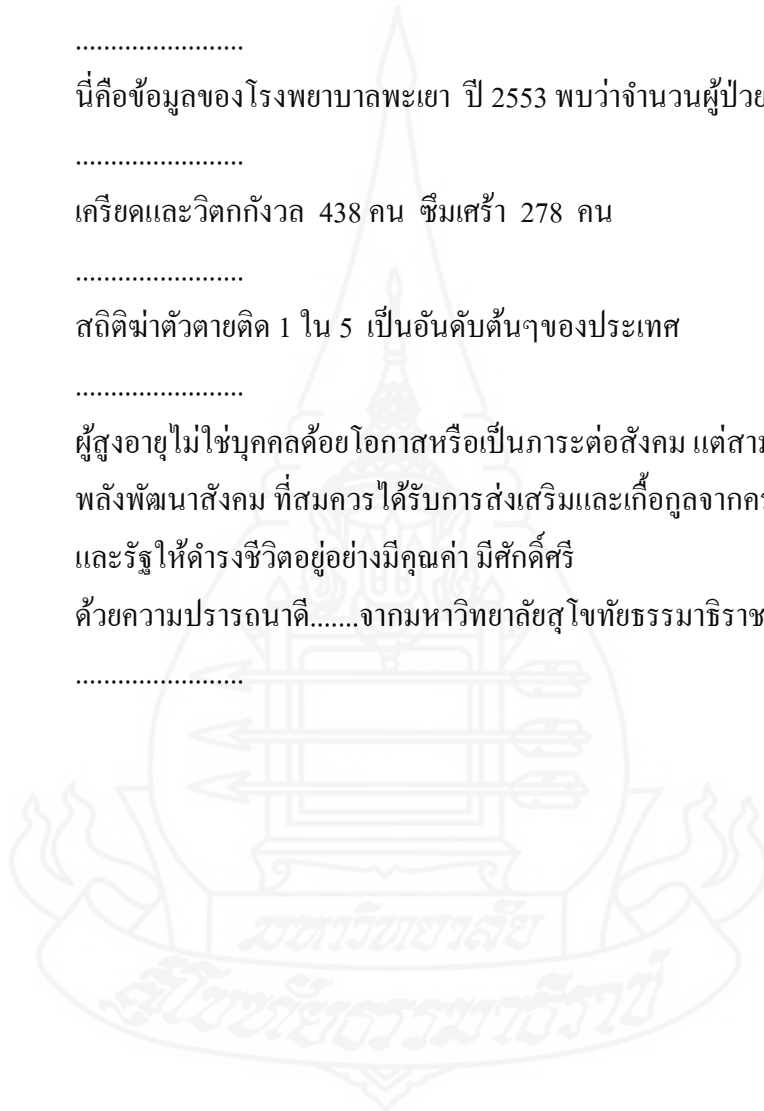


ตอนที่ 5	โรคอัลไซเมอร์
ความยาว	40 วินาที
ชาวดั	(เพลงลีม).....
โหมยก	ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่มีอายุยืนยาวมากขึ้น และโรคสมองเสื่อมชนิดอัลไซเมอร์เป็นโรคที่เกิดจากการเสื่อมของประสาทส่วนกลางไม่สามารถป้องกันได้แล้วพบมากตามอายุที่สูงขึ้น
ชาวดั	.....
โหมยก	นี่คือข้อมูลปี 2553 อายุ 60-70 ปี พบร้อยละ 5
ชาวดั	.....
โหมยก	อายุ 70-80 พบร้อยละ 10
ชาวดั	.....
โหมยก	อายุมากกว่า 90 ปีพบร้อยละ 50
ชาวดั	.....
โหมยก	อย่าพึ่งสิ้นหวัง ถึงแม้โรคอัลไซเมอร์ไม่สามารถป้องกันได้แต่มีหลักฐานทางวิชาการชี้ให้เห็นว่า คนที่ใช้สมองอยู่เสมอสม่ำเสมอก็จะมีโอกาสป่วยน้อยลง
ชาวดั	.....
โหมยก	ดูหนัง ฟังเพลง อ่านหนังสือพิมพ์ ทำงานอดิเรก อ่านมาก เรียนมาก ดูมาก อย่าปล่อยให้สมองอยู่เฉยๆ โรคอัลไซเมอร์จะได้ห่างไกลจากท่าน ด้วยความปรารถนาดี.....จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ชาวดั	.....

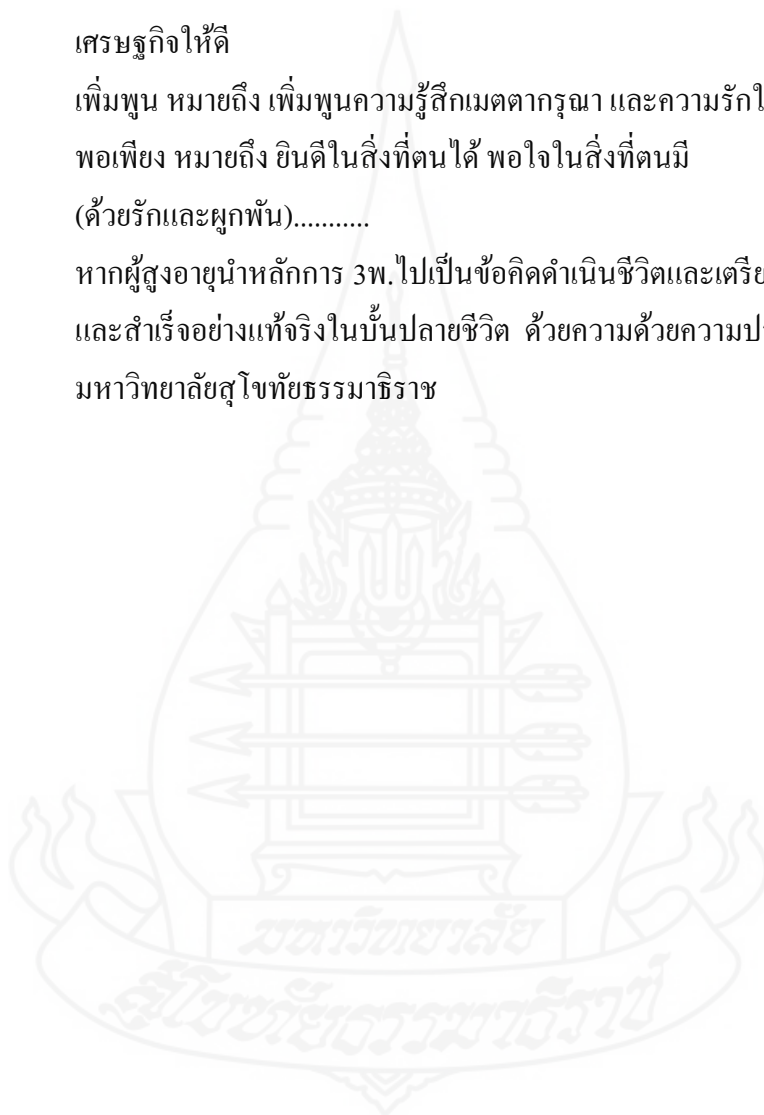




ตอนที่ 6	วิกฤติ...ชีวิตเมื่อยามชรา
ความยาว	40 วินาที
ชาวดั	(เพลง ทิ้ง).....
โฆษก	คุณทราบไหมสถานการณ์ผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยากำลังเป็นที่น่าวิตกและถูกทอดทิ้งแค่ไหน
ชาวดั	.....
โฆษก	นี่คือข้อมูลของโรงพยาบาลพะเยา ปี 2553 พบว่าจำนวนผู้ป่วยที่เข้ามารักษา
ชาวดั	.....
โฆษก	เครียดและวิตกกังวล 438 คน ซึมเศร้า 278 คน
ชาวดั	.....
โฆษก	สถิติฆ่าตัวตายคิด 1 ใน 5 เป็นอันดับต้นๆของประเทศ
ชาวดั	.....
โฆษก	ผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วมเป็นพลังพัฒนาสังคม ที่สมควรได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี
	ด้วยความปรารถนาดี.....จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ชาวดั	.....



ตอนที่ 7	ป้องกัน ด้วยรักและเข้าใจ
ความยาว	40 วินาที
ชาวด์	(ด้วยรักและผูกพัน)..... ผู้สูงอายุควรดำรงชีวิตด้วยหลักการ 3พ. พร้อม หมายถึงการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและ เศรษฐกิจให้ดี เพิ่มพูน หมายถึง เพิ่มพูนความรู้สึกลมเมตตากรุณา และความรักให้มากขึ้น พอเพียง หมายถึง ยินดีในสิ่งที่ตนได้ พอใจในสิ่งที่ตนมี
ชาวด์	(ด้วยรักและผูกพัน).....
โฆษณา	หากผู้สูงอายุนำหลักการ 3พ. ไปเป็นข้อคิดดำเนินชีวิตและเตรียมตัวก็จะมีความสุข และสำเร็จอย่างแท้จริงในบั้นปลายชีวิต ด้วยความด้วยความปลอดภัย.....จาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



### 2.2.4 การบันทึกบทสวดต้นแบบ

นำบทที่พัฒนาแล้ว ไปบันทึก ผู้ศึกษาและคณะทั้งหมด 3 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสถานี ช่างเทคนิค และผู้อำนวยการผลิต (ผู้ศึกษา) ไปดำเนินการผลิตในห้องบันทึกเสียงของสถานีวิทยุสหายใจเรดิโอ.... โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

#### 1) การดำเนินการผลิต

- (1) ศึกษา/วิเคราะห์บทสวดวิทยุเพื่อการรณรงค์ “วิกฤติชีวิตลูกทึบ ยามชรา”
- (2) เตรียมทีมงาน กำกับ/คัดเลือกตัวผู้แสดง ผู้บรรยาย
- (3) กำหนดตารางการทำงาน
- (4) เตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตสวดวิทยุ
- (5) ลงมือผลิต โดยปฏิบัติตามตารางที่เตรียมไว้ ภายใต้การกำกับดูแลของผู้กำกับเพื่อควบคุมให้ทุกสิ่งทุกอย่างเป็นไปตามแผนการทำงานที่สำคัญในขั้นตอนนี้ ได้แก่

ก. ประชุมสื่อสารกับทีมงาน เพื่อให้ทราบภาพรวมในการผลิตสวดวิทยุร่วมกัน และรับรู้บทบาทหน้าที่ของแต่ละคน

ข. ชักซ้อมโดยส่งบทล่วงหน้าให้ผู้เกี่ยวข้องในการผลิตนำบทไปศึกษาและชักซ้อมด้วยตัวเองก่อนวันบันทึกรายการและชักซ้อมในห้องบันทึกเสียงก่อนการบันทึกจริง

ค. บันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงของสถานีวิทยุชุมชนสหายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม.89.00 เมกกะเฮิร์ตซ จังหวัดพะเยา

#### 2) ขั้นตอนภายหลังการผลิต

ขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นภายหลังจากที่ผู้ศึกษาได้บันทึกเสียงตามบทสวดวิทยุมาครบถ้วนแล้ว หลังจากนั้นจึงนำมาดำเนินการให้เสร็จสมบูรณ์ในห้องตัดต่อ ซึ่งมีดังต่อไปนี้

- (1) การลงเสียง ในการลงเสียงในห้องบันทึกเสียงนั้น ผู้ศึกษาได้พิจารณาลงเสียงดังนี้

ก. เสียงหลักตามเนื้อหา คือ เสียงธรรมชาติของผู้บรรยายหลัก เสียงธรรมชาติในการบรรยายตามความเป็นจริง เสียงดนตรี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเสียงบรรเลงตามอารมณ์ การลงเสียงดังกล่าวนี้นี้ก็เพื่อจะสื่อหรือถ่ายทอดสภาพความเป็นจริงให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการคล้อยตาม

ข. เสียงประกอบเพื่อความเป็นจริง คือ เสียงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติของสิ่งของต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมจริง

ค. คนตรีประกอบ เป็นเสียงที่สามารถโน้มน้าวอารมณ์ของผู้ฟังได้มากกว่าเสียงประกอบอื่นๆ ซึ่งในที่นี้ผู้ศึกษาได้ใช้คนตรีบรรเลงเป็นคนตรีประกอบ เนื่องจากเป็นสิ่งที่เข้าถึงอารมณ์ได้มากขึ้น และมีความกลมกลืนกับเนื้อเรื่อง สภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและจิตวิทยาของผู้ฟัง

กล่าวโดยสรุปแล้วคนตรีประกอบเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมแต่งสปีดวิทัศน์ให้สมบูรณ์ ทั้งในเนื้อหา อารมณ์ ความรู้สึก สุนทรียภาพและจินตนาการ

(2) การตัดต่อ เป็นการเชื่อมเสียง ลำดับเรื่องราวอย่างต่อเนื่องสมบูรณ์ โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงจากหนึ่งช็อต (Shot) ไปยังช็อตต่อไป โดยให้มีความต่อเนื่อง และเรียงลำดับของเรื่องราว ไม่ให้มีการกระโดด หรือเรื่องราวเนื้อหาซ้ำซ้อนกัน โดยรักษาคุณภาพของเสียงให้กลมกลืนกันโดยตลอด

ในขั้นตอนภายหลังการผลิตนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ห้องตัดต่อเสียงที่สถานีวิจัยชุมชนสบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกกะเฮิรตซ์ จังหวัดพะเยา โดยภายหลังผู้ศึกษาได้รวบรวมเสียงประเด็นเกี่ยวกับความชราตามบทสปีดแล้ว ในขั้นตอนบันทึกเสียงนั้น ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้

ก. ขั้นตอนฟังเนื้อหาสาระของเสียง ขั้นนี้จะตรวจสอบเสียงบันทึกทั้งหมดว่าเป็นเสียงที่ดีหรือไม่ ใช้ได้หรือไม่ และยังคงฟังด้วยว่ามีเสียงรบกวน เสียงไม่ฟังประสงค์อะไรบ้าง เสียงที่ได้มีความกลมกลืนสื่ออารมณ์ได้ดีหรือไม่

ข. ขั้นตอนการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้ศึกษาและทีมงานต้องตัดสินใจเลือกเนื้อหาเสียงที่ต้องการว่าใช้ได้เหมาะสมกับเรื่องราวที่กำหนด ทั้งนี้โดยมีข้อพิจารณา คือ หากฟังแล้วเข้าใจเรื่องราวทั้งหมด ก่อนที่จะตัดต่อและมีเวลามากพอในการพิจารณาตัดสินใจเลือกเนื้อหาที่สามารถนำมาลำดับต่อเนื่องกัน

ค. ขั้นการลงมือตัดต่อ ขั้นตอนนี้มีกระบวนการบางอย่างที่จะช่วยให้การตัดต่อเต็มไปด้วยความมั่นใจ รวดเร็วถูกต้อง และต้องจงการใช้ห้องตัดต่อและบันทึกเสียงล่วงหน้า ดังนี้

- เตรียมซีดีไว้บันทึกเสียงและควรมีสารองไว้

- ตั้งส่วนประกอบต่างๆ เสียงประกอบต่างๆ บันทึกให้อยู่ใน

ตำแหน่งที่ถูกต้อง

- ตัดต่อบันทึกเสียงที่จัดเตรียมไว้

ง. เริ่มลงมือตัดต่อเสียงจริงๆ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการตัดต่อ

จ. ตรวจสอบเสียงที่ตัดต่อ ถ้าดีแล้วก็ตัดคิวต่อไปได้

ฉ. ตัดต่อเสียงประกอบ เสียงดนตรี และเสียงของตัวแสดงให้ตรงตามอารมณ์ที่ต้องการ เมื่อตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้วฟังเสียงทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง ทำสำเนาเสียงที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้วบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์ เพื่อป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น

ช. ทำสำเนาฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเปิดในเครื่องเล่นซีดีหรือเผยแพร่ทางสถานีวิทยุชุมชนสบายใจเรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 89.00 เมกกะเฮิร์ตซ์ จังหวัดพะเยา

จากนั้นนำสื่อต้นแบบเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมมาธิราช ได้แก่ รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจกิจ ฟิงและวิพากษ์ และแก้ไขก่อนนำไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน พิจารณาในรอบต่อไป (รายละเอียดในบทที่ 4)



## บทที่ 4

# การพิจารณาสื่อต้นแบบก่อนออกอากาศ และการออกอากาศสื่อต้นแบบ

### 1. การพิจารณาสื่อต้นแบบก่อนออกอากาศ

#### 1.1 สร้างเครื่องมือในการพิจารณาสื่อต้นแบบ

ผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือ เพื่อให้ผู้พิจารณาสื่อต้นแบบ (รายละเอียดในข้อ 1.2) ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยเครื่องมือผ่านการตรวจพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ รศ.ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ และ ผศ.ดร. อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา

#### 1.2 การกำหนดผู้พิจารณาสื่อต้นแบบ

ผู้ศึกษาได้ประสานผู้ทรงคุณวุฒิจำลองพิจารณาสื่อต้นแบบ เรื่อง “วิกฤติ...ชีวิตถูกทิ้งยามชรา” ทั้ง 7 ตอน ผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาชีพนิเทศศาสตร์ จำนวน 10 คน 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มนักวิชาการ นักวิชาชีพนิเทศศาสตร์และเป็นผู้สูงอายุ (2) กลุ่มนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1.2.1 นายวัชร ศรีคำตัน ตำแหน่งศึกษานิเทศน์ชำนาญการ สำนักงานศึกษานิเทศน์ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาการนิเทศศาสตร์และเป็นผู้สูงอายุ

1.2.2 นายพงษ์ชัย ศรีคำตัน ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ต่อมเรดิโอ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ และเป็นผู้สูงอายุ

1.2.3 นายพงษ์เทพ วงศ์ไชย ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ทุเคเรดิโอ อำเภอจุน จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ และเป็นผู้สูงอายุ

1.2.4 นายสุรชาติ เรือแก้ว ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิทยุ เพื่อความมั่นคงรักษ์ดอกคำใต้ อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์และเป็นผู้สูงอายุ

1.2.5 นายศิริวานิชย์ คิทธิ ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิทยุพัฒนาชุมชนคนรักถิ่นอำเภอปงจังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์

1.2.6 นายสมนึก มาดีคาน ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิทยุทำวังทองเรดิโอ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตั้งเป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์

1.2.7 นางอทิราภรณ์ แวงงาม ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิจัยมวชนสัมพันธ์ แม่ใจเรดิโอ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์

1.2.8 นายมนตรี จันทารักษ์ ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิจัยภัยใหญ่เรดิโอ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์

1.2.9 นางครุณี ศรีหาคา ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิจัยคลื่นดนตรี อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์

1.2.10 นายพงศ์เทพ บรรเทา ตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีวิจัยธาตุรักษ์ เรดิโอ อำเภोजุน จังหวัดพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์

### 1.3 การประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อรับฟังสื่อต้นแบบรวมกัน

โดยเปิดสปอตต้นแบบ “วิกฤติ...ชีวิตถูกทิ้งยามชรา” 7 ชิ้นงาน ให้ผู้ทรงคุณวุฒิฟัง

1.4 การทำโฟกัสกรุป (Focus Group) ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ ที่รับฟังสื่อต้นแบบในประเด็นดังต่อไปนี้

1.4.1 ด้านความยาวของสปอตวิทยุ

1.4.2 ด้านเนื้อหาของสปอตวิทยุ ได้แก่ ความน่าสนใจของสปอตวิทยุและความยากง่ายในการฟังของสปอตวิทยุ

1.4.3 ด้านรูปแบบการนำเสนอของสปอตวิทยุ ได้แก่ การมีประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียว ข้อความที่ใช้ในสปอตมีความกระชับ และเข้าใจง่าย การเริ่มต้นด้วยข้อความที่สำคัญหรือเร้าใจ การใช้สรรพนามบุรุษที่ 2 หลีกเลี่ยงการใช้สรรพนามบุรุษที่ 3 ความเป็นกันเองของสปอตวิทยุ และความเพลิดเพลินในการฟัง

1.4.4 ด้านคุณภาพเสียงของผู้นำเสนอสปอตวิทยุ ได้แก่ ความถูกต้อง ชัดเจน และจังหวะลีลาในการพูด การใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.4.5 ด้านคุณภาพของสปอตวิทยุโดยภาพรวม ได้แก่ ความชัดเจนในการสื่อสารของสปอตวิทยุ ความน่าเชื่อถือของสปอตวิทยุ ความโดดเด่นของสปอตวิทยุ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสปอตวิทยุ และความเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

### 1.5 สรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

การศึกษาการผลิตสื่อต้นแบบ เรื่อง “วิกฤติ...ชีวิตถูกทิ้งยามชรา” ผู้ศึกษาได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างการทดสอบ ตอบแบบสอบถามการประเมินสื่อต้นแบบที่ผู้ศึกษาผลิตขึ้น โดยมีผลการประเมิน ดังนี้



**1.5.1 ด้านความยาวของสปอตวิทยุ** โดยภาพรวมอยู่ในระดับน่าพึงพอใจมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายสปอต ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า อัลไซเมอร์ วิกฤติ...ชีวิตเมื่อยามชรา และ ป้องกัน ด้วยรักและเข้าใจ น่าสนใจมากที่สุด

**1.5.2 ด้านเนื้อหาของสปอตวิทยุ** โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายสปอต พบว่า

1) ความน่าสนใจ “หนีไม่พ้นความแก่” เป็นสปอตที่ได้รับการลงความเห็นว่ามีที่น่าสนใจมากที่สุด รองลงมา คือ สปอต “เพราะรัก”

2) ความง่ายของสปอตวิทยุ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า โดยภาพรวมสามารถออกอากาศได้โดย “หนีไม่พ้นความแก่” อัลไซเมอร์” และ “ ป้องกัน ด้วยรักและเข้าใจ” พึงง่ายน่าสนใจ

**1.5.3 ด้านรูปแบบการนำเสนอของสปอตวิทยุ** โดยภาพรวมอยู่ในระดับน่าพึงพอใจ และสามารถเผยแพร่ออกอากาศได้ โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียว ข้อความที่ใช้มีความกระชับ ให้ความเพลิดเพลินในการฟัง

**1.5.4 ด้านคุณภาพเสียงของผู้นำเสนอสปอตวิทยุ** โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งในเรื่องน้ำเสียง และจังหวะลีลาในการพูด การใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และการเน้นประโยชน์ที่ผู้ฟังจะได้รับให้ชัดเจน สมควรเผยแพร่ออกอากาศได้

**1.5.5 ด้านคุณภาพของสปอตวิทยุโดยภาพรวม** โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจในระดับมากเห็นสมควรให้เผยแพร่ออกอากาศได้โดยจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

## 2. การออกอากาศสื่อต้นแบบ

นำสื่อต้นแบบที่ผ่านการพิจารณาแล้วออกอากาศตามแผน ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แผนการดำเนินการกระจายเสียง เรื่อง “วิกฤติชีวิตถูกทิ้งยามชรา”

ลำดับ	ว/ด/ป	ชื่อตอน	ช่วงเวลา ออกอากาศ	ลักษณะการ ออกอากาศ	ความถี่ (ครั้ง)ต่อวัน	หมายเหตุ
1	9-11 มิ.ย.56	หนีไม่พ้นความแก่	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้รู้จัก กับวัยสูงอายุ
2	12-14 มิ.ย.56	เพราะรัก	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความ ตระหนักถึงวัยสูงอายุมาก ขึ้น
3	15-17 มิ.ย.56	อาการ	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	ได้ทราบถึงระดับอาการ ของวัยสูงอายุที่มีตั้งแต่ เล็กน้อยจนถึงขั้นรุนแรงซึ่ง อาจนำไปสู่การเสียชีวิตได้
4	18-20 มิ.ย.56	อัลไซเมอร์	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	เพื่อให้ทราบถึงอาการของ โรคอัลไซเมอร์และ สามารถป้องกันดูแลตนเอง และผู้อื่นที่อยู่ในช่วงวัย สูงอายุได้
5	21-23 มิ.ย.56	สังเกต	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	เพื่อให้รู้จักสังเกตอาการ ผิดปกติของผู้สูงอายุ
6	24-26 มิ.ย.56	ป้องกันด้วยรักและ เข้าใจ	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ในการที่จะดูแลตนเองและ ผู้อื่นให้ห่างไกลจากการถูก ทิ้งเมื่อยามชราได้
7	25-27 มิ.ย.56	วิกฤติ...ชีวิตเมื่อ ยามชรา	6.00-22.00 น.	ทุกคืนชั่วโมง	18/วัน	เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ ของผู้สูงอายุที่มีความ รุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โดยเมื่อผ่านกระบวนการผลิต การทดสอบสื่อต้นแบบ และการปรับปรุงให้สมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว ก็มีแผนในการนำเผยแพร่ทางสถานีวิทยุสบายใจเรดิโอ และสถานีวิทยุอื่นๆในจังหวัดพะเยา

ทั้งนี้ ในการเผยแพร่สื่อบทวิทยุกระจายเสียง ผู้ศึกษาได้ขอความร่วมมือเจ้าของสถานีวิทยุในจังหวัดพะเยาให้มอบหมายให้ผู้ดำเนินรายการเปิดสื่อบทและพูดเสริมในรายการด้วย เพื่อให้ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2554) เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน  
หน่วยที่ 1 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
\_\_\_\_\_. (2548) เอกสารการสอนชุดวิชาการพูดและการแสดงสำหรับวิทยุกระจายเสียง  
หน่วยที่ 12 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
ไทยรัฐ (2550) สถานการณ์ผู้สูงอายุไทยน่าวิตก สถิติถูกทอดทิ้งเพิ่ม ทำงานหนัก สุขภาพย่ำแย่ คืบ  
คลืบวันที่ 20 มิถุนายน 2556 จาก <http://www.ryt9.com/s/prg/108553>  
รพีพันธ์ นาครินทร์ (2553) จังหวัดพะเยา พบผู้ป่วยโรคเครียด-ซึมเศร้าเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจาก  
ปัญหาเรื่องเศรษฐกิจและสังคม ขณะที่แพทย์จิตเวชฯ ร่วมเฝ้าระวังการเกิดโรคเครียด  
จากสถานการณ์การเมือง คืบคลืบวันที่ 27 มิถุนายน 2556 จาก  
<http://region3.prd.go.th/ct/news/viewnews.php?ID=100408134815>  
วิกิพีเดีย (2556) โรคอัลไซเมอร์ คืบคลืบวันที่ 30 มิถุนายน 2556 จาก <http://th.wikipedia.org/wiki>  
สุมน อู่สิน (2552) เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงขั้นสูง หน่วยที่ 11  
นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา กลุ่มงานพัฒนายุทธศาสตร์สาธารณสุข งานสุขศึกษาและ  
พฤติกรรมสุขภาพ/งานแผนงาน (2553)  
อารีย์ เสนาชัย (2549) การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ คืบคลืบวันที่ 10 มิถุนายน 2556 จาก  
<http://www.gotoknow.org/posts/32432>

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางอนงค์ สุภภิญโญ
วัน เดือน ปีเกิด	15 มกราคม 2513
สถานที่เกิด	อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต(การบริหารงานบุคคล) มหาวิทยาลัยพายัพ 2536 นิเทศศาสตรบัณฑิต แขนงวิชาวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2549
สถานที่ทำงาน	สมาคมสื่อมวลชนพัฒนาคุณภาพชีวิตสตรีและครอบครัวจังหวัดพะเยา
ตำแหน่ง	นายกสมาคม

