

## ที่มาและความสำคัญ

จากบทบาทหน้าที่การฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่ง Content Editor ที่ต้องสร้างสรรค์และออกแบบสื่อเป็นประจำทุกวัน เพื่อเผยแพร่ลงบนสื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นช่องทางสื่อที่ผู้คนในปัจจุบันให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยสื่อที่ผู้ฝึกปฏิบัติงานต้องรับผิดชอบสามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ขาวสั้นจากคลีนฟีด (Clean Feed) คือ การตัดต่อShotสำคัญในรายการ โดยเลือกจากคลีนฟีดรายการ มาตีแผ่เป็นประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะนำเสนอ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องทำเป็นประจำทุกวันในรูปแบบของ Routine
2. คอนเทนต์ คือ การสร้างสรรค์วีดิโอสั้น จากการเก็บภาพแชนแนลรับเชิญที่มาร่วมรายการ ทั้งเบื้องหลัง และการบันทึกภาพตามบริบทที่ได้รับ โดยจะต้องสร้างสรรค์เป็นวีดิโอที่มีความน่าสนใจ ตีแผ่ตัวตนของคุณในภาพออกมาสู่ผู้รับสารบนสื่อรูปแบบ Two-way Communications

จึงเกิดแนวคิดในการจัดทำ “สูตรสำเร็จ” ของการสร้างสรรค์สื่อให้มีความน่าสนใจ เพื่อลดเวลาในกระบวนการ Post-Production และให้ได้สื่อที่มีคุณภาพ เพื่อส่งต่อไปให้กับผู้รับสารต่อไป

## วิธีการดำเนินงาน

1. รวบรวมการเข้าถึงข้อมูลของผู้รับสาร ในช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียของรายการ “ถกไม่เถียง”
2. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อสร้าง “สูตรสำเร็จ” ในการลำดับภาพให้เกิดความน่าสนใจ และตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้รับสาร
3. ดำเนินการสร้างสูตรสำเร็จในการสร้างสรรค์สื่อบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของรายการ “ถกไม่เถียง”
4. ทดลองนำสูตรสำเร็จในการสร้างสรรค์สื่อที่ผ่านการวิเคราะห์มาใช้ในการลำดับภาพทั้ง คลีนฟีดและคอนเทนต์
5. สังเกตพฤติกรรมผู้รับสาร ก่อนปรับปรุงและแก้ไขให้เกิดสูตรสำเร็จที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



## วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างสูตรสำเร็จในการสร้างสรรค์สื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของการ “ถกไม่เถียง” ให้มีความน่าสนใจและคุณภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อนำความรู้และทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาในวิชาเอกนิเทศศาสตรมหาวิทาลัยทักษิณ มาบูรณาการกับการฝึกปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์



## ผลการดำเนินงาน

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มผู้รับสาร สร้างสูตรสำเร็จในการสร้างสรรค์สื่อบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของรายการ “ถกไม่เถียง” และนำไปใช้งานแล้ว พบว่า รูปแบบของสื่อที่เผยแพร่ลงบนช่องทางโซเชียลมีเดียของรายการถกไม่เถียง ได้รับความสนใจและการตอบสนองมากยิ่งขึ้น โดยสามารถเห็นได้จากยอดการรับชม คอมเมนต์ รีโพสท์ ที่มีปริมาณมากขึ้น รวมทั้งกลุ่มผู้รับสารยังมีความหลากหลายกว่าเดิมโดยมีกลุ่มผู้รับสาร Gen X เพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่กลุ่มผู้รับสารหลัก เป็นกลุ่ม Gen Z และ Gen Y

## รายการถกไม่เถียง บริษัทเทโร ดิจิทัล จำกัด



ระยะเวลาปฏิบัติงาน : 10/11/68 - 25/2/69

พนักงานที่ปรึกษา : สมฤดี แหวนหล่อ

## ลินณัฐ วัชรพิติสกุล

รหัสนิสิต : 641011031

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วิชาเอกนิเทศศาสตร์



อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร. เสริมศักดิ์ ขุนพล

## สูตรสำเร็จในการสร้างสรรค์สื่อบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของ “รายการถกไม่เถียง”

The Formula for Creating Successful Content on Social Media Platforms for the Program “Thok Mai Thiang”