

บทที่ 5

กลยุทธ์สารในรายการโทรทัศน์เพื่อรณรงค์ขยะแยกประเภท

ดังที่ได้กล่าวถึงรายละเอียดของการจัดทำกิจกรรมโครงการรณรงค์สิ่งแวดล้อมผ่านรายการโทรทัศน์ของเอ็นพีซี โดยมีเป้าหมายที่ทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องในหมู่ประชาชนว่าต้องการให้มีการแก้ไขปัญหาขยะที่เหมาะสม และเปลี่ยนทัศนคติด้านลบมาเป็นด้านบวกให้สนับสนุนต่ออุตสาหกรรมปิโตรเคมีและพลาสติก จึงได้คิดจะนำเสนอวิธีการแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกด้วยกระบวนการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ซึ่งกระบวนการรีไซเคิลจะประสบความสำเร็จได้จะต้องให้ประชาชนมีพฤติกรรมทิ้งขยะแยกประเภทด้วย ดังนั้นรายการโทรทัศน์ที่เป็นสื่อของเอ็นพีซี จึงมีเนื้อหาที่จะมุ่งให้ความรู้แก่ประชาชนถึงกระบวนการรีไซเคิลของวัสดุประเภทต่าง ๆ เช่น แก้ว กระดาษ โลหะ พลาสติก และการสร้างทัศนคติให้มีพฤติกรรมแยกขยะก่อนทิ้ง

นโยบายและแผนการดำเนินงานรายการโทรทัศน์

เพื่อให้เกิดความชัดเจน จึงได้เปรียบเทียบนโยบายและแผนการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ทั้ง 2 รายการ คือรายการโทรทัศน์ “คิดเป็นใช้เป็น” และรายการโทรทัศน์ “ขบวนการคุณสะอาด” ดังนี้

การวางจุดมุ่งหมาย การสื่อสาร	รายการ“คิดเป็นใช้เป็น”	รายการ“ขบวนการคุณสะอาด”
องค์ประกอบด้าน สมรรถนะทางปัญญา (Cognition): 1. ความตั้งใจในการ รับสาร (Attention) 2. การตระหนักรู้ (Awareness) 3. ความเข้าใจ (Comprehension) 4. การเรียนรู้ (Learning)	<ul style="list-style-type: none">กระตุ้นให้ประชาชน ผู้ชม <u>ตระหนักถึงความสำคัญ</u>ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในฐานะปัจจัยสำคัญที่ค้ำจุนชีวิตของทุก ๆ คนให้ประชาชนและผู้ชมได้ทราบว่าการใช้ซ้ำของทุกสิ่งทุกอย่าง <u>ใกล้ตัวแล้ว</u>แล้วแต่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา <u>ทั้งสิ้น</u><u>เผยแพร่ความรู้ และข้อมูล</u>ที่ <u>ถูกต้อง</u>ในการใช้สิ่งของต่าง ๆ ใกล้	<ul style="list-style-type: none"><u>เผยแพร่ข่าวสาร</u>ข้อมูลเรื่อง <u>การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ</u> โดยเฉพาะมุ่งเน้นการจัดการขยะมูลฝอย<u>เป็นสื่อกลาง</u>ในการแลกเปลี่ยน <u>ข่าวสาร</u>ของกลุ่มเด็ก เยาวชน และประชาชนที่มีพฤติกรรมสร้าง <u>สรรค์ในการจัดการ</u>กับปัญหาขยะและเป็นมิตรกับ <u>ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</u>

	ตัวอย่างถูกวิธี เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	
องค์ประกอบด้าน "เจตคติ" (Affection) : 1. ความสนใจ (Interest) 2. การประเมิน (Evaluation) 3. ทศนคติ (Attitude) 4. ความรู้สึก(feeling) 5. ความเชื่อ (Conviction) 6. การคล้อยตาม (Yielding)	— <u>เผยแพร่ชื่อเสียง</u> และเกียรติคุณของบริษัท บีโตร์เคมีแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ที่ห่วงใยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งคุณภาพชีวิตของทุกคน บนผืนแผ่นดินไทย — <u>เชิญชวนให้ประชาชน</u> ผู้ชมทุกคน <u>ใส่ใจ</u> ในการดำเนินชีวิตของตนเองมากขึ้น เพื่อร่วมกันลดภาระต่อสิ่งแวดล้อม	
องค์ประกอบด้าน "พฤติกรรม" (Conation ความตั้งใจหรือเจตนา (Intention) พฤติกรรม (Behavior) การลงมือกระทำ (Action)		— <u>กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่</u> ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเหมาะสม ซึ่งหมายถึงมีพฤติกรรมการใช้ซ้ำ การหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ และการลดการใช้ทรัพยากร (Reuse Recycle Reduce)

จากตารางข้างต้น ได้แจกแจงให้เห็นว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ 2 รายการมีองค์ประกอบในเป้าหมายการสื่อสารไม่เหมือนกันทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละรายการโทรทัศน์มีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน โดยรายการ "คิดเป็นใช้เป็น" มีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปที่อยู่ในวัยเป็นผู้ใหญ่แล้ว เป้าหมายของการสื่อสารจะเน้นด้านการมีความเข้าใจและตระหนักในปัญหาขยะ ส่วนรายการ "ชวนการคุณสะอาด" มีกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชน ซึ่งเปรียบเสมือนไม้อ่อน ย่อมปลูกฝังความรู้และสร้างพฤติกรรมใหม่ได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่ ในขณะที่เดียวกันรายการ "คิดเป็นใช้เป็น" ยังมีส่วนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรผู้สนับสนุนรายการ เพราะประชาชนบางส่วนอาจมีทัศนคติที่

ต่อต้านการใช้ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก การให้ข่าวสารอีกด้านว่า ขยะพลาสติกจะไม่ใช่ปัญหาเลย ถ้ามีกระบวนการจัดการขยะอย่างถูกต้อง

กลยุทธ์สารในรายการโทรทัศน์

ในการประเมินประสิทธิภาพกลยุทธ์สารในการสื่อความหมาย ประกอบด้วย การนำกรอบความคิดกลยุทธ์สารในการตลาดเพื่อสังคม มาวิเคราะห์ โดยประกอบด้วย

รูปแบบนำเสนอ (Presentation Style) รายการโทรทัศน์ “คิดเป็นใช้เป็น”

รายการโทรทัศน์ “คิดเป็นใช้เป็น” ทั้งหมดจะใช้รูปสารคดีสั้น มีพิธีกร และเสียงบรรยายประกอบภาพ โดยในบางตอนจะใช้การสัมภาษณ์นอกสถานที่มาประกอบสารคดี

ภาพปรากฏโดยรวมของกลยุทธ์การสื่อความหมาย “รีไซเคิล” ในรายการโทรทัศน์ “คิดเป็นใช้เป็น”

1. ใต้เต็ลรายการ

ผู้ผลิตรายการได้ใช้เทคนิคกราฟิกภาพหลายภาพซ้อนประกอบกัน โดยมีภาพลักษณะที่เป็นทะเลมีแทนชุดเจาะก๊าซ กับภาพโรงโหลฟิล์มและภาพธรรมชาติป่าเขาน้ำตก เพื่อเป็นการแสดงความเชื่อมโยงเข้าระหว่างอุตสาหกรรมกับสิ่งแวดล้อม

2. ลักษณะการดำเนินเรื่อง

ผู้ผลิตจะใช้ลักษณะคำถามจากพิธีกรนำประเด็นปัญหามาถามผู้ชมเพื่อสร้างความสนใจ โดยตั้งคำถามว่าทราบหรือไม่ เชื่อหรือไม่ ซึ่งผู้ชมจะติดตามรายการเพื่อฟังคำตอบในช่วงต่อไป ซึ่งเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งของผู้ผลิตรายการ ที่จะนำเสนอภาพให้สอดคล้องกับคำถามหรือประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละตอน

3. ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร

ผู้ผลิตจะใช้ ดร.อภิวัฒน์ วัฒนางกูร เป็นพิธีกรดำเนินรายการ ซึ่งมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ และใช้ชุดแต่งกายที่กลมกลืนกับฉากที่เป็นธรรมชาติ

4. สถานที่ถ่ายทำ

ผู้ผลิตเลือกสถานที่ถ่ายทำที่มีลักษณะธรรมชาติ เช่น สวนสาธารณะ หรือจัดฉากให้มีต้นไม้เป็นส่วนประกอบของภาพ โดยให้ผู้ชมเข้าใจว่าเป็นรายการที่มีเนื้อหาเรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

5. เพลงประกอบ

ผู้ผลิตรายการใช้เพลงประกอบรายการในลักษณะเดียวกันทุกครั้ง ทำให้ผู้ชมรายการจดจำได้ โดยเพลงประกอบรายการยังช่วยสร้างบรรยากาศรายการ

6. โลโก้ประจำรายการ

ผู้ผลิตได้สร้างกราฟิกเป็นโลโก้ เอ็นพีซี และชื่อรายการเพื่อความเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ประจำรายการ ทำให้ผู้ชมจดจำได้และหมายถึง บริษัท บีโทรเคมีแห่งชาติ จำกัด

7. คำขวัญ (Slogan) ของบริษัท

ผู้ผลิตได้สอดแทรก Slogan ของเอ็นพีซี ท้ายรายการว่า “เพิ่มคุณค่าธรรมชาติ พัฒนาอุตสาหกรรมไทย” เพื่อเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ของ เอ็นพีซี ให้ผู้ชมเกิดความประทับใจในองค์กรผู้สนับสนุนรายการ

8. การติดต่อภาพ

เนื่องจากเป็นรายการที่มีช่วงเวลาเพียง 1 นาที การติดต่อจะเรียงลำดับภาพตามเหตุการณ์และตรงกับคำบรรยาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาได้และง่ายรวดเร็ว

รูปแบบนำเสนอ (Presentation Style) รายการโทรทัศน์ รายการ “ขบวนการคุณสะอาด”

1. ไตเติ้ลรายการ

ใช้ภาพการ์ตูนเป็นแกนหลักในการสื่อความหมายถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นเยาวชนที่นิยมในตัวการ์ตูน โดยมี “คุณสะอาด” เป็นตัวการ์ตูนดำเนินเรื่อง นั่งรถซาเล้งออกมา มีความหมายถึง กระบวนการจัดเก็บขยะ ของเหลือทิ้ง เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ลักษณะตัวอักษรที่ใช้ มีทั้งที่เป็นทางการ และไม่ใชทางการ สื่อความหมายถึงรายการที่มีความเป็นกันเองกับเด็ก แต่ก็มีสาระประกอบด้วย การใช้ความเรียบง่ายรายการ เป็นการสร้างความสนใจให้กับผู้ชมและติดตามชม

2. ลักษณะการดำเนินเรื่อง

จะมีการพูดคุยระหว่างคุณสะอาดกับเด็ก ก่อนนำเข้าสู่เนื้อหาในแต่ละตอน เป็นการกระตุ้นให้เกิดคำถามเกิดความอยากรู้ และต้องการหาคำตอบไปพร้อมกับเด็กที่ร่วมรายการ โดยมีคุณสะอาดเป็นผู้อธิบายปัญหา หรือข้อสงสัยเหล่านั้น

3. ผู้ดำเนินการ/พิธีกร

มีการใช้เทคนิคภาพการ์ตูนเคลื่อนไหวในชื่อ “คุณสะอาด” เป็นประจำทุกตอน ในช่วงที่นำเข้าสู่เนื้อหา และช่วงท้ายรายการ เป็นการแสดงถึงการเปลี่ยนฉาก เหตุการณ์ หรือสถานที่

นอกจากนี้ คุณสะอาด จะปรากฏตัวและเคลื่อนไหวอยู่ในทุก Shot เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ของรายการ โดยแสดงร่วมกับผู้แสดงเด็ก 2 คน คือ ดญ. ยัย ดญ. เก๋ ในช่วงตอนออกอากาศครั้งแรก และดญ. เนท กับ ดช. พี ในช่วงตอนออกอากาศในครั้งปีหลัง ด้วยการสนทนาโต้ตอบกันก่อนนำเข้าสู่เนื้อหารายการ ซึ่งการเปลี่ยนตัวพิธีกรเด็กจากน้องยัยและน้องเก๋ มาเป็นน้องเนทกับน้องพี เพื่อให้พิธีกรมีวัยใกล้เคียงกับผู้ชมที่เป็นเด็ก ซึ่งก็มีการออกอากาศตอนที่น้องยัยและเก๋ มาเจอกับน้องเนทและพี สำหรับการแนะนำตัวเด็กที่ร่วมเป็นพิธีกรกับคุณสะอาด

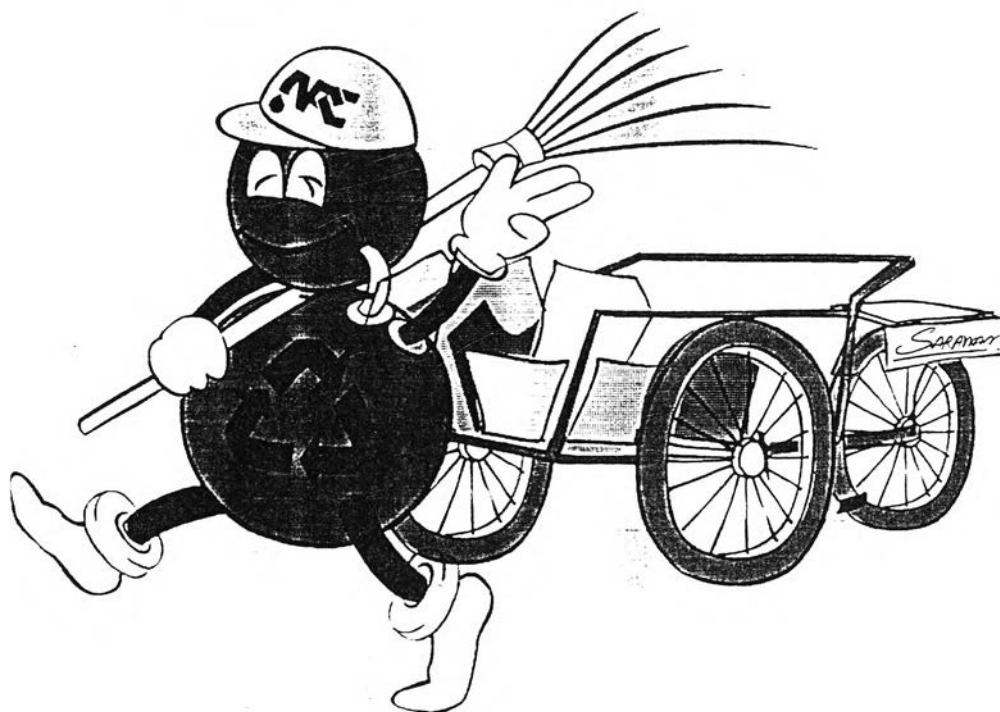
4. สถานที่ถ่ายทำ

ใช้นอกสถานที่ในการถ่ายทำ โดยเน้นสถานที่จริง เพื่อให้ดูมีความสมจริงมากยิ่งขึ้น เช่น ตามสถานศึกษาต่างๆ ของประกอบฉาก/สถานที่ ช่วงเปิดรายการมักจะมีต้นไม้เข้ามาเป็นส่วนประกอบ เพื่อเน้นถึงความใกล้ชิดกับธรรมชาติ ทำให้เกิดความสบายตา สบายใจของเด็กๆ

5. เพลงประกอบรายการ

เพลงไตเติ้ลและเอนดิงรายการจะเป็นจingleประจำรายการ ที่เน้นทำนองสนุกสนานและมีเสียงประกอบคล้ายเสียงปองเป่งที่คนประกอบอาชีพรับซื้อของเก่าใช้ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ทิ้งขยะกับผู้รับซื้อของเก่า และเพลงประกอบนี้จะใช้เพลงเดียวที่เป็นสัญลักษณ์ประจำรายการ เพื่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย

6. โลโก้ประจำรายการ



จะประกอบด้วยภาพการ์ตูน คุณสะอาดซีรธชาแล้ง ออกมาและกราฟฟิคโลโก้ บริษัท บีโตร์เคมีแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้สนับสนุนรายการ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทฯ

7. คำขวัญ (Slogan) ของบริษัท

ผู้ผลิตได้สอดแทรก Slogan ของ เอ็นพีซี ท้ายรายการว่า “เพิ่มคุณค่าธรรมชาติ พัฒนาอุตสาหกรรมไทย” เพื่อเป็นการดอกร้าภาพลักษณ์ของ เอ็นพีซี ให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ ในองค์กรผู้สนับสนุนรายการ

8. การใช้มกคล้อง

จะแทนสายตาของผู้ชมที่มองสิ่งนั้น เพื่อให้รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมเหมือนเข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย

9. การตัดต่อภาพ

จะเน้นการตัดต่อภาพอย่างรวดเร็ว ไม่จับภาพใดภาพหนึ่งเป็นเวลานานๆ เพราะจะทำให้ได้ความรู้สึกเบื่อ ผู้ผลิตรายการจะมีการใช้เทคนิคต่างๆ ที่ทำให้ภาพเกิดความแปลกและน่าสนใจ เช่น การพลิกภาพ การซ้อนภาพ การใช้การ์ตูน การใช้กราฟิก การใช้สีที่สดใส เพิ่มความน่ารักให้กับตัวคุณสะอาด เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาของเด็ก ๆ มีการใช้เทคนิคในการย่อมส์ภาพ เพื่อแทนความหมายการย้อนกลับไปสู่เหตุการณ์ในอดีต

10. การใช้ภาษา

การใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นกันเองระหว่างคุณสะอาดกับเด็ก ๆ เป็นบรรยากาศที่สนุกสนาน

การใช้ตัวร้าอารมณ์ในเนื้อหาสาร (Message Appeals)

เพื่อให้ผู้รับสารมีความสนใจในเนื้อหารายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการได้ใช้ลักษณะเนื้อหาสารที่มีรูปแบบ (Style) ที่กระตุ้นร้าอารมณ์หลายแบบ แต่ส่วนใหญ่ในรายการ “คิดเป็น ใช้เป็น” จะใช้จุดร้าอารมณ์โดยใช้ความกลัว (Fear Appeals) และจุดร้าอารมณ์โดยใช้แรงจูงใจ (Motivate Appeals) เพราะในการรณรงค์เรื่องสุขอนามัย (Health Campaign) การกระตุ้นให้เกิดความกลัว (Fear) เป็นวิธีการที่ใช้ได้ผลดีอย่างหนึ่ง โดยวิธีการสร้างความกลัวให้เกิดขึ้น พร้อมทั้งชี้แนะวิธีการป้องกันรักษาไปด้วย เพื่อให้ได้ผลมากขึ้นด้วยการใช้ผู้นำเสนอ (แหล่งข้อมูล) มีความน่าเชื่อถือ (Highly Credible Source) ซึ่งพิธีกรประจำรายการมีบุคลิกลักษณะเด่น คือ

- มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability and Trustworthiness) เพราะ ดร.อภิวัฒน์ มีอาชีพเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัย
- มีความเชี่ยวชาญสามารถ (Expertness) เพราะเป็นพิธีกรอาชีพที่เป็นที่รู้จักดี
- ความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง และบุคลิกดี (Dynamism) มีชีวิตชีวา ตื่นตัวไม่น่าเบื่อสำหรับเนื้อหาที่เป็นความรู้

นอกจากนี้ ประเด็นปัญหาเรื่องขยะยังเป็นประเด็นที่ประชาชนในสังคมได้รับการรณรงค์นั้นมีความรู้สึกเกี่ยวข้องกับประชาชนมาก ทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ยอมใช้ความกล้ามาเร้าอารมณ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น ในเมืองขนาดใหญ่ๆ ประชาชนได้รับผลกระทบจากปัญหาขยะสูงมากจนมีการออกมาประท้วงในเรื่องสถานที่ทิ้ง และขยะอุดตันในท่อระบายน้ำจนเกิดปัญหาน้ำท่วมตามแต่ผู้ผลิตได้เร้าอารมณ์ด้วยความกล้าระดับต่ำ ซึ่งจะมีผลในการโน้มน้าวใจได้มากกว่าความกล้าระดับสูง เพราะถ้าหากกระตุ้นให้ผู้รับสารกลัวมากเกินไปแล้ว ผู้รับสารอาจเกิดความกระวนกระวายว่าวุ่นใจแทนที่จะให้ความสนใจในสารที่ตั้งใจส่งออกไป โดยการนำเสนอด้วยภาพที่เป็นจริง สถานที่จริง และใช้ถ้อยคำ ตลอดจนลีลาที่จริงจัง แต่ไม่เคร่งเครียดจนเกินไป

ส่วนรายการโทรทัศน์ “ขบวนการคุณสะอาด” นั้น ผู้ผลิตได้ใช้รูปแบบของละคร (Dramatic) ผสมในสารคดี และใช้ตัวเร้าแบบอารมณ์ขัน (Humorous) ผ่านตัวการ์ตูน คุณสะอาด และการสนทนากับเด็ก ๆ ที่ร่วมเป็นพิธีกรในรายการ ซึ่งทำให้เข้าใจง่าย ดูน่าสนใจ ซึ่งการนำเสนอ นั้น จะใช้รูปแบบของการ์ตูนประกอบวิธีทำหรือประดิษฐ์ของจากของเหลือทิ้ง มีการถาม-ตอบจดหมายจากเด็ก ๆ ที่เขียนมาตอนท้ายรายการ พร้อมกับใช้แรงจูงใจมาเป็นตัวเร้าอารมณ์ด้วย โดยจะมีคำถามของคุณสะอาดซึ่งรางวัลสำหรับเด็ก ๆ ที่ส่งคำตอบมายังผู้ผลิตรายการอีกด้วย

จากการศึกษาเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอภายในรายการโทรทัศน์ “คิดเป็นใช้เป็น” และรายการ “ขบวนการคุณสะอาด” จึงอาจพอสรุปกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อความหมายรีไซเคิล ดังนี้

ช่องทางการแพร่กระจายสาร

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ “ขบวนการคุณสะอาด” และ “คิดเป็นใช้เป็น” ใช้ช่องทางการแพร่กระจายสารประเภทเดียวกัน คือ สื่อโทรทัศน์ แต่ใช้ช่องที่แพร่ภาพและเวลาออกอากาศต่างกัน เพราะกลุ่มเป้าหมายที่รับชมรายการแตกต่างกัน โดยรายการ “ขบวนการคุณสะอาด” ออกอากาศในเวลาเช้า ซึ่งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. จัดให้เป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์เป็นเด็กนักเรียนที่กำลังเตรียมตัวเดินทางไปโรงเรียน ในขณะที่ รายการ “คิดเป็นใช้เป็น” มียุทธศาสตร์เป็นประชาชนในวงกว้างกว่า จึงเลือกเวลาออกอากาศเป็นช่วงหลังข่าวภาคค่ำ รายการเกมโชว์และ

ก่อนรายการละครโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ ททบ. 5 ซึ่งเป็นการเลือกช่องทางการแพร่กระจายสารได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผู้ผลิตรายการยังได้ใช้ความถี่ในการออกอากาศทั้ง 2 รายการเท่าๆกันอีกด้วย คือออกอากาศเป็นประจำสัปดาห์ละ 5 วันๆละ 1 ครั้ง เพื่อให้ผู้ชมเกิดความจดจำได้ในเอกลักษณ์ของรายการ ช่วยตอกย้ำแนวความคิดให้ฝังแน่นลงไปมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ “ขบวนการคุณสะอาด” ยังมีการใช้สื่อเฉพาะกิจร่วมด้วย เช่น การนำตัวหุ่น “คุณสะอาด” มาแสดงตัวในนิทรรศการ และละครสัญจรตามสถานที่จัดงานที่เกี่ยวกับเรื่องการแยกขยะ หรืองานที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กนักเรียน อย่างสม่ำเสมออีกด้วย ซึ่งจะช่วยสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารเนื้อหาสารมากยิ่งขึ้น

การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

ผู้ณรงค์โครงการได้ให้ผู้ผลิตทั้ง 2 รายการ ทำการประเมินประสิทธิผลการแพร่ภาพออกอากาศ เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการผลิตรายการ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตได้ตระหนักว่า การมุ่งหวังให้ผู้รับสารเป้าหมายมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในแนวทางที่ผู้ณรงค์โครงการต้องการได้นั้น จะต้องใช้ระยะเวลายาวนาน ดังนั้น จุดประสงค์ของการประเมินผลส่วนใหญ่จึงเน้นความเข้าใจของสื่อ ตลอดจนความพึงพอใจในการเปิดรับเนื้อหาสารในรายการโทรทัศน์

ผลการสำรวจการรับรู้และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ “คิดเป็นใช้เป็น” ในปี 2539 ซึ่งจัดทำโดย บริษัท Market Feedback จำกัด ที่เสนอต่อบริษัท Nova Inter Ad จำกัด ผู้ผลิตรายการให้กับ เอ็นพีซี โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์เฉพาะผู้ที่เคยชมรายการ “คิดเป็นใช้เป็น” ซึ่งมีใจความโดยสรุปว่า ผลการสำรวจพบว่ารายการมีจุดอ่อนจุดแข็ง (ข้อดีข้อด้อย) คือ รายการ “คิดเป็นใช้เป็น” เป็นรายการที่ดี มีประโยชน์ สื่อเนื้อหาสารในเรื่องการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประโยชน์ เป็นรายการที่ให้ความรู้และสร้างสรรค์สังคม และใช้พิธีกรที่น่าเชื่อถือ แต่รายการมีข้อด้อย คือ ระยะเวลาการออกอากาศ 1 นาทีต่อครั้งนั้นสั้นเกินไป ควรเพิ่มระยะเวลาการออกอากาศมากขึ้น อีกทั้งต้องการให้มีเนื้อหาในรายการด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซากในประเด็นเนื้อหารายการ

ส่วนผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรายการ “ขบวนการคุณสะอาด” ในปี 2539 จัดทำขึ้นโดยผู้ผลิตรายการเอง ซึ่งเป็นการสำรวจเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามส่งไปยังผู้ชมรายการที่เคยส่งจดหมายเข้ามายังผู้ผลิตรายการ เพื่อตอบคำถามชิงรางวัล หรือเขียนมาคุยกับคุณสะอาด ซึ่งผลสรุปมีว่า เด็กที่ชมรายการมีอายุระหว่าง 5 -16 ปีมีความนิยมรายการสูงมาก เพราะเนื้อหาสารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ และชื่นชอบเนื้อหาของวันพฤหัสบดี ซึ่งเป็นการเสนอเรื่องการประดิษฐ์สิ่งของมากที่สุด มีความต้องการปรับปรุงรายการเกี่ยวกับเนื้อหาของกิจกรรมโรงเรียน (รายละเอียดผลการสำรวจในภาคผนวก)

กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

จากคำนำแนวความคิดแบบ Social Marketing (การตลาดเพื่อสังคม) มาเทียบเคียง จะเห็นได้ว่า เอ็นพีซี นำหลักการนี้มาใช้ เช่น

ด้านการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product) เอ็นพีซี ได้แปลงนามธรรมของการรีไซเคิล ออกเป็นรูปธรรม คือ ถังขยะแยกประเภท และยังมีสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ออกเป็นเฉพาะ Segment คือ เด็ก-วัยรุ่นต่าง ๆ โดยทำสัญลักษณ์ของการรักษาสิ่งแวดล้อม การรักษาความสะอาด การแยกขยะ เป็น “คุณสะอาด” โดยการนำเอาสัญลักษณ์โมเลกุลเข้ามาแปลงเป็นตัวการ์ตูน ในรายการ “ขบวนการคุณสะอาด” และพัฒนามาเป็นตัวหุ่น (ใช้คนสวมหุ่นข้างใน) ออกมาร่วมกิจกรรมการรณรงค์ตามโรงเรียน ฯลฯ และตัดแปลงตัวคุณสะอาดเป็นถังขยะติดตั้งที่สวนสัตว์เขา ดินด้วย

ด้านกลยุทธ์ราคา (Price) ในระยะต้น การแจกถังขยะให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และไม่มีเงื่อนไขใดๆ กับผู้รับบริจาคถังขยะแยกประเภท ปรากฏว่า เกิดผลเสียต่อการรณรงค์ เพราะผู้รับไม่เกิดแรงจูงใจต่อเนื้อที่จะใช้ถังขยะให้ได้ตรงวัตถุประสงค์ และยังมีพฤติกรรมการทิ้งขยะแบบไม่แยกประเภทอยู่เช่นเดิม ดังนั้น เอ็นพีซี จึงได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยให้เงื่อนไขบังคับกับผู้รับบริจาคถังขยะว่า เอ็นพีซีสงวนสิทธิ์ที่จะติดตามดูผลการดำเนินงานโครงการแยกขยะภายในองค์กร และหากเห็นว่าไม่ประสบความสำเร็จ เอ็นพีซีมีสิทธิเรียกถังขยะแยกประเภทเหล่านั้นกลับคืน และมอบถังขยะแบบถังน้ำมัน 200 ลิตรตัดไปให้ทดแทน และจะนำถังขยะแยกประเภทไปมอบให้หน่วยงานอื่นที่ประสงค์จะขอรับไปใช้ในโครงการต่อไป ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการสร้าง Price หรือคุณค่าของโครงการรณรงค์ว่า ต้องมีความตั้งใจและการกระทำอย่างจริงจัง

กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) รายการ “คิดเป็นใช้เป็น” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 หลังละคร ซึ่งอยู่ในช่วงที่มี Rating ดี แต่พอมีการปรับเปลี่ยนผังรายการภาคค่ำ และได้มีการนำเอารายการสารคดีอื่นๆ อีกหลายรายการมาไว้ในช่วงเวลาเดียวกัน ส่งผลให้ความโดดเด่นของรายการลดลง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปรับปรุงช่วงเวลาในออกอากาศเสียใหม่ อีกทั้งรายการยังมีข้อจำกัดในด้านของเงื่อนไขเวลาที่ออกอากาศ คือมีเพียง 1 นาทีต่อครั้งเท่านั้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นระยะเวลาที่สั้นมาก ข้อมูลที่ต้องการจะส่งเพื่อการสื่อสารมีได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร

ส่วนรายการ “ขบวนการคุณสะอาด” ใช้ช่วงเวลาตอนเช้าทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งจัดเป็นช่วงของรายการสำหรับเด็ก ปรากฏว่ารายการมีความนิยมมากในหมู่นักเรียนต่างจังหวัด แต่ในเขตกรุงเทพมหานคร ยังไม่มีข้อสรุปแน่ชัดเพราะว่ามี รูปแบบดำเนินชีวิตหรือ Life Style ที่แตกต่างกัน คือ เด็กนักเรียนในกรุงเทพฯ จะต้องออกจากบ้านแต่เช้า เนื่องจากมีปัญหาทางด้านจราจร จึงทำให้อาจมีโอกาสดูชมรายการน้อยกว่าเด็กในต่างจังหวัด แต่ก็มิได้หมายความว่า

Life Style มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลง เพราะข้อกำหนดของรัฐบาลที่ให้นักเรียนต้องเรียนโรงเรียนใกล้บ้าน อาจทำให้มีผลกับเด็กนักเรียนคือมีโอกาสในการเปิดรับชมรายการเพิ่มมากขึ้น

กลยุทธ์ส่งเสริมการรณรงค์ (Promotion) ทางเอ็นพีซี ได้จัดสื่อเสริมรายการโทรทัศน์ “ขบวนการคุณสะอาด” ขึ้น โดยการนำจดหมายของผู้ชม (เด็กนักเรียน) มาตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของบริษัท คือ จุลสาร “เอ็นพีซีโฟกัส” และได้ทำสื่อสิ่งพิมพ์ หรือ Print Ad. ลงเผยแพร่ในหนังสือการ์ตูน คือ นิตยสาร “ไดโนเสาร์” เพื่อประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ ทั้งนี้รูปแบบโฆษณาในนิตยสาร (Magazine Ad.) จะมีหลากหลายกันไป

นอกจากนี้ ยังมีเกมตอบคำถามเพื่อชิงรางวัลในรายการ “ขบวนการคุณสะอาด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารติดตามชมรายการได้ต่อเนื่องด้วย พร้อมทั้งนี้ได้แต่งเพลง “คุณสะอาด” เพื่อใช้ในการเปิดตัวการแสดงของคุณสะอาดในที่สาธารณะอีกด้วย

กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) เป็นการจัดวางบุคลิกภาพให้กับรายการโทรทัศน์ เช่น การสร้างภาพ “คุณสะอาด” ออกมาเป็นการ์ตูนใจดี และมีความรักต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้รับสารมากขึ้น

เนื้อหาสารในรายการโทรทัศน์กับแนวความคิดการแก้ไขปัญหาสังแวดล้อม กรณีการรณรงค์ทิ้งขยะแยกประเภท

รายการ “คิดเป็นใช้เป็น”

ในจำนวนรายการทั้งสิ้น 182 ตอน ของการแพร่ภาพออกอากาศ ได้นำเสนอเนื้อหาสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการปัญหาขยะและกระบวนการรีไซเคิล จำนวน 124 ตอน คิดเป็นร้อยละ 68 ของการแพร่ภาพออกอากาศ นอกจากนั้นเป็นการนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อมทางด้านอื่นๆ โดยสามารถแบ่งประเด็นนำเสนอในเรื่องการจัดการปัญหาขยะเป็นกลุ่มเนื้อหาต่างๆ คือ

- การปูพื้นฐานความรู้ความเข้าใจในสภาพการณ์หรือสถานการณ์ในปัจจุบัน ปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านขยะ
- การแนะนำวิธีการแบ่งประเภทขยะ
- การจัดการขยะแต่ละประเภทเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)
- การจัดการปัญหาขยะโดยแยกขยะและรีไซเคิลในประเทศสวีเดน
- บทบาทภาครัฐ เอกชนและประชาชนที่เข้ามาจัดการปัญหาขยะ

- การประชาสัมพันธ์บทบาทขององค์กร เอ็นพีซีในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

การปูพื้นฐานความรู้ความเข้าใจในสภาพการณ์หรือสถานการณ์ในปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านขยะ

ในการนำเสนอประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการจัดการขยะ ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจในสภาพการณ์ปัญหาเรื่องขยะให้กับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในความสำคัญของปัญหาก่อน ซึ่งจะได้นำไปสู่การโน้มน้าวใจในขั้นต่อไป โดยนำเสนอในตอนี่ 5 เรื่องโลกปัจจุบันกับปัญหา “ขยะ” ที่เน้นปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นทุกวันทั่วทุกหนทุกแห่ง จนเกินความสามารถในการกำจัดขยะได้ทัน ตลอดจนชี้ให้เห็นผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อมนุษย์ พร้อมกับนำเสนอเนื้อหาถึงวิธีการกำจัดขยะในปัจจุบันว่ามีวิธีการใด เช่นในตอนี่ 88 ถึง 92 ที่ได้แนะนำการกำจัดขยะในกรุงเทพมหานครด้วยการเทกองขยะไว้กลางแจ้งสำหรับทำปุ๋ยหมักที่ไม่สามารถรองรับปริมาณขยะที่มากขึ้นทุกวัน กับวิธีการใช้เตาเผาขยะที่เป็นทางเลือกใหม่ในการกำจัดขยะและวิธีการเดิมที่ใช้การฝังกลบขยะโดยให้สัมปทานแก่เอกชน ซึ่งต้นทุนจะต่ำกว่าวิธีการแรก และมากระตุ้นเรียกร้องความร่วมมือจากประชาชนทุกฝ่ายในตอนี่ 150 นาทีสุดท้ายจะมาถึง ถ้าเราไม่ช่วยกัน และตอนี่ 151 ฝันร้ายต้องมาถึง หากเรา..ไม่ช่วยกัน ในการแยกขยะเพื่อให้ปริมาณขยะที่ต้องทำลายลดลง อย่างไรก็ตามในการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นจะมีการเกริ่นนำสภาพปัญหาดังกล่าวด้วยในบางครั้ง

การแนะนำวิธีการแบ่งประเภทขยะ

ผู้ผลิตรายการได้มีการอธิบายให้ผู้ชมทราบถึงประเภทขยะต่าง ๆ และซีลัักษณะของขยะแต่ละชนิด เช่นในตอนี่ 41-44 เรื่องขยะอันตราย เพื่อให้รู้จักความเป็นพิษของขยะประเภทนี้ ซึ่งมีอยู่ในโรงพยาบาล โรงงาน หรือแม้แต่ในบ้านเรือนของเรา เช่น หลอดนื้ออ่อน กระป๋องบรรจุสารเคมี อย่างสเปรย์ฆ่าแมลง และนำตัวอย่างการแยกประเภทขยะของโรงเรียน แบ่งเป็น 5 ถัง คือ ถังขยะเปียก เป็นถังสีเขียว ถังขยะใส่ขยะประเภทแก้ว กระดาษ พลาสติกและโลหะ เป็นถังสีเหลือง 4 ใบ ในตอนี่101 โรงเรียนกับรถขยะแยกประเภท ซึ่งเป็นโครงการทดลองแบ่งประเภทขยะของเขตบึงกุ่มที่รณรงค์กับประชาชนในพื้นที่ของเขต ในตอนี่ 148 เรื่องรหัสสีถังขยะแยกประเภทสากล ได้นำเสนอความเคลื่อนไหวของการพยายามจัดแบ่งประเภทขยะให้เป็นระบบสากล และเป็นมาตรฐานใช้แยกขยะเหมือนกัน ซึ่งอยู่ในระหว่างการตกลงกัน อย่างไรก็ตาม การจัดแบ่งประเภทขยะที่ยังมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง เช่น ในการแบ่งประเภทขยะในแบบของเอ็นพีซีจะแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ขยะที่สามารถนำไปใช้เป็นปุ๋ย หรือฝังกลบให้คืนสู่ธรรมชาติได้ จะทิ้งลงในถังขยะใบสีเขียว ขยะที่เป็นอันตรายและต้องส่งให้หน่วยงานราชการนำไปกำจัดต่อไป เช่น ต้องนำไปเผาทิ้งอย่างถูกต้อง จะทิ้งลงในถังขยะสีส้ม ส่วนขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้

สามารถจำหน่ายให้กับผู้รับซื้อของเก่า จะทิ้งลงในถังสีน้ำเงิน ซึ่งผู้รณรงค์โครงการเห็นว่าวิธีการแบ่งประเภทขยะ อาจแตกต่างกันบ้าง แต่สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ว่าขยะมีทั้งประเภทต้องทำลายหรือกำจัด และประเภทที่ส่งเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ ก็สามารถบรรลุเป้าหมายการรณรงค์ได้แล้ว

การจัดการขยะแต่ละประเภทเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

นอกจากต้องการให้ผู้รับสารเข้าใจวิธีการแยกประเภทขยะแล้ว ยังสร้างเนื้อหาสาระเกี่ยวข้องกับกระบวนการนำขยะบางประเภทกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) โดยนำเสนอเป็นแต่ละประเภท โดยการนำเสนอเป็นประเภทขยะแต่ละชนิดๆ ละเอียดๆ ตอนออกอากาศ ดังเช่น ขยะประเภทโลหะ ในตอนที่ 60 ถึง 67 ที่เสนอการรับกระป๋องเครื่องดื่ม (แคน) ต่างๆ มารีไซเคิลใช้เป็นวัตถุดิบทำกระป๋องได้ใหม่ และการนำขยะอลูมิเนียมกลับมาเป็นวัตถุดิบทำผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมใหม่ในตอนที่ 134 ถึง 136 หรือขยะประเภทพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตพรม ในตอนที่ 137 ถึง 141 และการนำขยะพลาสติกมาเป็นวัตถุดิบสำหรับพลาสติกเกรดต่ำ ในตอนที่ 142 ถึง 146 ส่วนวิธีการรีไซเคิลขยะประเภทกระดาษและแก้วได้ถูกนำเสนอในตอนที่ 152 ถึง 154 กับตอนที่ 160 ถึง 163 ตามลำดับ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ว่าหลังจากแยกขยะแล้ว ขยะดังกล่าวได้ถูกนำไปรีไซเคิลอย่างไรบ้าง พร้อมกับได้หยิบประเด็นอุปสรรคต่างๆ ที่ยังทำให้ผู้รับขยะแยกประเภทไปรีไซเคิลยังไม่ประสบความสำเร็จในแง่ธุรกิจมาให้ผู้รับสารทราบ เพื่อกระตุ้นให้ร่วมมือกันแยกขยะมากยิ่งขึ้น

การจัดการปัญหาขยะโดยแยกขยะและรีไซเคิลในประเทศสวีเดน

ผู้ผลิตรายการยังได้เสนอรูปแบบการจัดการปัญหาขยะด้วยการแยกขยะก่อนนำไปรีไซเคิลในประเทศสวีเดน เพื่อนำเสนอเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นตัวอย่างสำหรับประเทศไทยในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจแบบไทยๆ อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนสถานที่ถ่ายทำไปในประเทศสวีเดน ก็มีส่วนช่วยสร้างความน่าสนใจในการติดตามชมรายการมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากจำนวน 50 ตอนที่ออกอากาศ จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการแยกขยะและการรีไซเคิลโดยตรง 10 ตอน นอกนั้นจะเสนอในเรื่องสิ่งแวดล้อมด้านอื่นๆ

บทบาทภาครัฐ เอกชนและประชาชนที่เข้ามาจัดการปัญหาขยะ

ผู้ผลิตรายการได้เสนอประเด็นบทบาทของกรุงเทพมหานคร เทศบาลเมืองเชียงใหม่ในการจัดการดูแลปัญหาขยะด้วยการรับขยะแยกประเภท จัดรถเก็บขยะแบบแยกประเภทถึงขยะแยกประเภท พร้อมกับบทบาทของเอกชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้รับขยะประเภทต่างๆ

มารีไซเคิล เช่น สมาคมชาเลนจ์ ในตอนที่ 147 และในฐานะผู้ผลิตสินค้าพลาสติก ซึ่งรวมตัวกันเป็น คณะอนุกรรมการอุตสาหกรรมพลาสติกเพื่อสิ่งแวดล้อม ในตอนที่ 155 – 158 ส่วนในภาคประชาชนจะมีการนำเสนอชุมชนตัวอย่าง และสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่มาร่วมใช้วิธีการแยกขยะก่อนทิ้ง รวมทั้งได้มีการทดลองการรีไซเคิลขยะด้วยตนเอง เช่น ในตอนที่ 103 ถึง 105 ที่นำเสนอกิจกรรมของนักเรียนและประชาชนในเขตบึงกุ่มที่ร่วมกันแยกขยะก่อนทิ้ง กับในตอนที่ 120 ถึง 124 ที่เสนอกิจกรรมของนักเรียนที่นำผักตบชวามาใช้ประโยชน์ทำดอกทิวลิป เป็นต้น ทั้งนี้การนำเสนอเนื้อหาในประเด็นดังกล่าวข้างต้น จะสอดคล้องกับแนวความคิดในการแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ขยะที่ว่องไวประกอบสำคัญที่จะทำให้กระบวนการแก้ไขปัญหาขยะสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของคน 3 กลุ่มสำคัญคือ รัฐบาล และ/หรือหน่วยงานภาครัฐ (Government / municipal) อุตสาหกรรม หรือผู้ผลิต และผู้ประกอบการ (Industries / Manufacturers) ผู้บริโภค (Consumer)

การประชาสัมพันธ์บทบาทขององค์กร เอ็นพีซีในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตรายการได้นำเสนอเนื้อหาที่สอดแทรกบทบาทของเอ็นพีซีในฐานะผู้ร่วมรณรงค์การทิ้งขยะแยกประเภท โดยจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียน ราชการต่างๆด้วย เช่น ในองค์กรมีการทิ้งขยะแยกประเภท จัดทำสื่อรณรงค์ประเภทต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในบทบาทผู้รักษาสีสิ่งแวดล้อม พร้อมกับช่วยปรับทัศนคติในหมู่ประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์พลาสติกของลูกค้าอีกด้วย ดังปรากฏในตอนที่ 172 ถึง 176

รายการ "ขบวนการคุณสะอาด"

เนื่องจาก ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการนี้เป็นเด็กนักเรียน ดังนั้นการสื่อความหมายจึงไม่ซับซ้อน โดยเน้นให้ผู้ชมเกิดแนวความคิดในการนำสิ่งของเหลือทิ้งกลับมาประดิษฐ์สิ่งของใช้ใหม่ (Recycle) โดยการแสดงตัวอย่าง การประดิษฐ์สิ่งของให้ชมอย่างเป็นขั้นเป็นตอนตามลำดับ แต่ไม่ได้ละเอียดละเอียดทุกขั้นตอน ผู้ผลิตได้สร้าง "คุณสะอาด" ให้หมายถึง ผู้ชมเป็นคุณสะอาด ซึ่ง "คุณ" ไว้เรียกบุคคลที่ 2 ที่เรียกผู้ที่เราสนทนาด้วย คำว่า "สะอาด" หมายถึง การรักษาสีสิ่งแวดล้อม ไม่ทำสกปรก หรือไม่ก่อมลภาวะโดยการจัดการขยะด้วยวิธีแยกประเภท การจัดการขยะด้วยการนำขยะบางส่วนมาประดิษฐ์สิ่งของใช้ได้อีก และผู้ผลิตได้สร้างกราฟิก สัญลักษณ์ของการนำขยะมาใช้ใหม่ (Recycle) เป็น Logo ที่ทั่วโลกสากลใช้กันมาติดบนตัวคุณสะอาด เพื่อสร้างความสมบูรณ์ในการสื่อความหมายมากยิ่งขึ้น

เนื้อหาภายในรายการอาจแบ่งเป็นกลุ่มเนื้อหาได้ ดังนี้

- ลักษณะของขยะประเภทต่างๆและการจัดการขยะ
- แนะนำการประดิษฐ์สิ่งของใช้จากขยะประเภทต่างๆ
- การนำขยะมารีไซเคิลด้วยวิธีต่างๆ

– กิจกรรมโรงเรียนที่แยกขยะและการประดิษฐ์สิ่งของจากขยะ

ลักษณะของขยะประเภทต่างๆและการจัดการขยะ

เนื่องจากการจะให้การศึกษาแก่เด็กที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่รับสารในเนื้อหาที่เป็นเรื่องของผู้ใหญ่ จึงต้องพยายามใช้การนำเสนอไม่ซับซ้อน เช่น รูปแบบนิทาน ในตอนกระป๋องวิเศษ และในตอนนิทานสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยจะบอกเล่าให้ทราบว่า ขยะแบบใดจะมีวิธีการจัดการอย่างไร อาชีพชาแล้ง (คนรับซื้อของเก่า) เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บขยะอย่างไร โดยผ่านบทสนทนา กับตัวละครที่เป็นเด็กร่วมรายการกับคุณสะอาด

แนะนำการประดิษฐ์สิ่งของใช้จากขยะประเภทต่างๆ

ผู้ผลิตรายการจะถือเป็นเนื้อหาหลักของรายการ ซึ่งจะปรากฏทั้งในรูปแบบตอนที่แนะนำประดิษฐ์สิ่งของจากวัสดุรอบตัวเด็ก ทั้งเป็นกระดาษ ผ้า พลาสติก โลหะ ฯลฯ และในตอนที่คุณสะอาดพาชมกิจกรรมโรงเรียนต่างๆ พร้อมกับสอดแทรกในตอนที่ตอบจดหมายประจำสัปดาห์ และการตั้งคำถามให้เด็กส่งคำตอบมาซึ่งรางวัลหรือของขวัญจากคุณสะอาดในช่วงท้ายรายการ เพื่อให้เด็กเกิดจินตนาการต่อเนื้อหาที่จะนำสิ่งเหลือทิ้งรอบตัวไปดัดแปลงหรือทำเลียนแบบได้

การนำขยะมารีไซเคิลด้วยวิธีต่างๆ

นอกจากจะเสนอเนื้อหาด้านการประดิษฐ์สิ่งของแล้ว ผู้ผลิตจะพยายามนำเด็กไปชมกระบวนการนำขยะไปรีไซเคิล เช่น การทำปุ๋ยจากเศษจากขยะเปียก การนำขวดพลาสติกไปทำพรม การนำขวดแก้วเก่ากลับมาหลอมเหลวเพื่อผลิตเป็นขวดแก้วได้อีกครั้ง เศษเหล็กถูกนำไปเป็นวัตถุดิบทำเหล็กใหม่ได้ เป็นต้น

กิจกรรมโรงเรียนที่แยกขยะและการประดิษฐ์สิ่งของจากขยะ

เพื่อแสดงตัวอย่างให้เห็นได้ชัดเจน และเป็นการดึงความมีส่วนร่วมของเด็กที่ชมรายการ ผู้ผลิตรายการจึงได้นำเนื้อหาด้านกิจกรรมโรงเรียนที่มีการแยกขยะก่อนทิ้ง การประดิษฐ์สิ่งของหรือจัดกิจกรรมการประกวด ซึ่งผู้ชมเมื่อเห็นตัวอย่างแล้วก็จะได้มีความคิดว่าการแยกขยะและการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ไม่ใช่เรื่องยากเกินไป เพราะมีผู้อื่นทำได้ ผู้ชมก็สามารถทำได้เช่นกัน

ทั้งนี้ เนื้อหาดังกล่าวข้างต้น จะหมุนวนเวียนเป็นรูปแบบเนื้อหาซ้ำ ๆ ทุกสัปดาห์ เพียงแต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามประเภทวัสดุที่นำมาประดิษฐ์ และประเภทขยะที่นำมารีไซเคิลได้