

รายการเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพสถาปนิกและงานสถาปัตยกรรม

อาทิตย์ ศิริมงคล

หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อภาษาไทย:

สถาปัตยกรรมศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่อยู่คู่กับมนุษย์มาตั้งแต่อดีตกาล มีความสัมพันธ์ในระดับการดำรงชีพและการใช้ชีวิตเรื่อยมา แต่ในปัจจุบันความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมและอาชีพสถาปนิกยังไม่ชัดเจน และไม่แพร่หลายไปยังบุคคลทั่วไป ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสถาปนิก กระบวนการก่อสร้าง และวิธีการออกแบบ ยังคงตีกรอบอยู่ในวงการสถาปนิกและบุคคลที่สนใจจริงๆ แตกต่างจากวิชาชีพอื่น ๆ ที่มีสื่อประชาสัมพันธ์ให้คนเข้าใจการทำงาน และหน้าที่อย่างแพร่หลาย วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เล็งเห็นถึงความสำคัญของวิชาชีพสถาปนิกและงานสถาปัตยกรรมในประเทศไทย มุ่งหวังจะหาคำตอบที่สามารถตอบคำถามของความเข้าใจกับบุคคลทั่วไปได้ โดยใช้สื่อหรือกระบวนการเล่าเรื่องบางอย่างที่เข้ากับยุคสมัยและเทคโนโลยี มีจุดประสงค์ที่จะช่วยให้บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจหรือกำลังใช้บริการสถาปนิก เข้าใจถึงปัจจัยและปัญหาในการทำงาน ส่งเสริมงานสถาปัตยกรรมในประเทศไทย และสื่อสารให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงวิชาชีพและงานออกแบบได้อย่างเป็นมิตร โดยเชื่อว่าคำตอบที่ได้จะช่วยยกระดับวิชาชีพและงานสถาปัตยกรรมในไทย ส่งเสริมให้สถาปนิกมีความกล้าแสดงออกและภูมิใจในวิชาชีพที่ได้ศึกษาเล่าเรียนมา ตลอดจนสร้างชื่อเสียงทัดเทียมนานาประเทศในอนาคต

คำสำคัญ: การสื่อสาร, รายการ, สถาปัตยกรรม, สถาปนิก, วิชาชีพ,

Media for Promoting Architectural Professional Practice and Architecture

Abstract:

Architecture is a discourse that has been developed, along with human civilization, since ancient time. It is closely linked with both human lives and human inhabitation. Since Vitruvius created the first formal architectural treatises, knowledge about architecture and its production has been limited to an exclusive group of profession called architect. Understanding about architect's roles, construction processes as well as design methods are still reserved for architects and architectural professionals. This problematic fact needs to be addressed.

This thesis focuses on the importance of architectural professions, which need to be promoted and communicate to larger audience. Therefore, it aims to investigate ways in which different media can be employed to tell the story of architecture. Time periods, changing technologies will be taken into account. Its goal is to establish a better understanding about architectural professions to those beyond the given field of architecture. It is to promote understanding about concerns, shortcomings, as well as ways to solve problems in architectural projects.

The final and ultimate goal for this study is to promote architectural professions in Thailand as a whole, and to push the boundary of contemporary Thai architecture beyond the confinement of our national border, for Thai architecture to truly reach international standard in the near future.

Keywords Architectural Media, Architectural Program, Architectural Profession

1. บทนำ

“สถาปัตยกรรม” เป็นคำคนทั่วไปในสังคมยังไม่เข้าใจความหมายที่ลึกซึ้ง และมีความเข้าใจว่าสถาปนิกเป็นอาชีพเฉพาะที่มีความสามารถและทักษะที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรม นับตั้งแต่การออกแบบ คำนวณโครงสร้าง จนถึงคุมงานก่อสร้าง อันเป็นความเข้าใจของบุคคลทั่วไปกล่าวถึงสถาปนิก ซึ่งในความเป็นจริงแล้วสถาปนิกเพียงคนเดียวไม่อาจดำเนินโครงการให้อาคารเสร็จสมบูรณ์ทั้งหลังได้ เช่น การออกแบบกับการคำนวณโครงสร้างนั้นเป็นงานคนละส่วนกัน โดยวิศวกรทำหน้าที่เป็นผู้คำนวณโครงสร้าง การออกแบบและคุมงานก่อสร้างไม่ใช่หน้าที่จำยอมที่ต้องปฏิบัติเสมอเพราะเป็นงานที่แตกต่างกัน ปัญหาเหล่านี้ยังคงวนเวียนและเป็นคำถามที่ต้องอธิบายเสมอสำหรับสถาปนิกที่พบเจอลูกค้าที่ไม่เข้าใจในกระบวนการทำงาน จากปัญหาดังกล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีคำถามว่าทำอย่างไรให้วิชาชีพสถาปนิกเป็นที่สนใจและบุคคลทั่วไปเข้าใจ อันเป็นที่มาของคำถามวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ ได้มีเป้าหมายสำคัญที่จะทำให้การบอกเล่าเรื่องราวบางอย่างเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมเป็นสิ่งสากลที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ โดยผ่านการประสานเทคโนโลยีทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบที่เข้ากับยุคสมัย อาทิ เช่น สื่อประเภทตัวอักษร (Textual Media), สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ตลอดจนสื่อที่ประกอบขึ้นจากภาพและเสียง เช่น วีดีโอ (VDO) เพลง (Music) รายการโทรทัศน์ (TV Program) ภาพยนตร์ (Film) สื่อดิจิทัล (Digital Media) หรือสื่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นฐานข้อมูลของสื่อประเภทอื่นๆ ใช้ในการสืบค้น และอ้างอิงโดยไม่อาศัยปัจจัยของเวลาในการนำเสนอ อันได้แก่ เว็บไซต์, Social Media หรือสื่อทางออนไลน์ที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้ทันที และสามารถเชื่อมต่อไปยังบุคคลอื่นได้ในเวลาอันรวดเร็ว อาทิเช่น Facebook, Twitter, Instagram และ YouTube โดยอาศัยทฤษฎีของศิลปะการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Art of Transmedia Storytelling)

2. วัตถุประสงค์ของบทความ:

1. ต้องการเสนอทางเลือกของการทำความเข้าใจในงานสถาปัตยกรรมที่มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ให้ผู้อ่านได้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการทำสื่อแบบผสมผสานที่เข้ากับยุคสมัย และนำเสนอวิธีการที่สนุกแต่มีสาระเข้าใจง่าย
2. ต้องการให้บุคคลทั่วไปเห็นความสำคัญของการรับชมสื่อที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมก่อนการใช้บริการสถาปนิก หรือสร้างงานสถาปัตยกรรม เพราะการมีพื้นฐานความเข้าใจในงานสถาปนิก จะช่วยส่งเสริมให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีข้อผิดพลาดที่ลดลง
3. ต้องการกระตุ้นให้ผู้อ่านบทความนี้ตระหนักถึงหน้าที่ของสถาปนิกและขอบเขตการทำงาน โดยไม่นำไปปะปนกับขอบเขตการทำงานของวิศวกรหรือผู้รับเหมา
4. ต้องการให้ผู้อ่านบทความเข้าใจถึง “เรื่องเล่าข้ามสื่อ” ที่เป็นวิธีการสื่อสารที่ใช้สื่อหลากหลายประเภท สร้างโลกเนื้อหาขึ้นมา และหากเราสามารถสร้างโลกเนื้อหาที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรม (เน้นเฉพาะอาคารพักอาศัย) และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับชมได้ในสื่อช่องทางใดช่องทางหนึ่ง จะทำให้สามารถมีทฤษฎีในการผลิตสื่อสถาปัตยกรรมแนวใหม่ในประเทศไทย ที่มีทั้งความสนุกและสาระเกิดขึ้นได้

3. วิธีการวิจัย

การทำรายการเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมในไทยนั้น เริ่มจากการศึกษารายการที่มีอยู่หรือสื่อประเภทอื่นๆ ที่ทำหน้าที่สื่อสารความเข้าใจเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมให้บุคคลทั่วไปรับรู้ ตรงกับจุดประสงค์ของวิทยานิพนธ์ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียของรายการในปัจจุบัน ทั้งยังทำการศึกษารายการต่างประเทศที่มีจุดประสงค์เดียวกันด้วย จากนั้นจะต้องวิเคราะห์ถึงสารที่บุคคลทั่วไปต้องการรู้จากสถาปนิก และสารที่สถาปนิกต้องการทำความเข้าใจใหม่ หรือมีความเข้าใจที่ผิดอยู่

และต้องการแก้ไข โดยหัวข้อเหล่านี้จะทำโดยการค้นคว้าข้อมูลจากบท “หมอบ้าน” ของงานสถาปนิกในปี 2019 และปี 2018 ที่จัดเป็นประจำที่เมืองทองธานี โดยสิ่งที่จะได้รับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จะทำให้ทราบถึงปัญหาที่บุคคลทั่วไปเข้ามาปรึกษาสถาปนิกโดยตรง และทำให้คัดกรองสรุปผลออกมาเป็นโครงสร้างของรายการได้ โดยในวิทยานิพนธ์นี้จะเน้นหัวข้อหลักไปที่งานที่อยู่อาศัย ปัจจัยที่สำคัญนอกจากตัวเนื้อหาคือ “สื่อ” และ “กลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย” สองอย่างนี้ทำงานเป็นตัวแปรซึ่งกันและกัน โดยการหากลุ่มเป้าหมายที่จะสนใจรายการ หรือมีความสนใจในงานสถาปัตยกรรมได้นั้น มีวิธีหาข้อมูลจากการทำหนังสือขอข้อมูลไปยังบริษัทสถาปนิกขนาดเล็ก (5-12 คน) ขนาดกลาง (12-30 คน) และขนาดใหญ่ (30 คนขึ้นไป) ถึงช่วงอายุและความสนใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถาปนิกในปัจจุบัน ทำให้ได้คำตอบเรื่องช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายรายการ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์สื่อที่เหมาะสมกับช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่ได้ หรือการทำแบบสอบถามด้วยสื่อ Google Form โดยจะมีการตั้งคำถามที่บ่งชี้ขนาดของบริษัท อาทิเช่น จำนวนบุคลากร แบ่งเป็นกี่แผนก ช่วงอายุของพนักงานและผู้บริหาร ทำเลที่ตั้ง และกลุ่มคนที่เข้ามาใช้บริการในรายละเอียดต่างๆ อาทิเช่น ช่วงอายุ เพศ รายได้ ธุรกิจ ความสนใจ ขนาดและประเภทของงานที่ให้ออกแบบ ระยะเวลาในการก่อสร้างโครงการ และแบ่งเนื้อหาจากบทหมอบ้าน ให้เหมาะสมกับสื่อที่นำเสนอ และเขียนโครงสร้างการนำเสนอรายการขึ้นมาจากข้อมูลที่วิเคราะห์ได้

4. ผลการวิจัย

นักวิชาการสื่อของประเทศสาธารณรัฐอเมริกา Henry Jenkins เข้ามาช่วยในการสร้างโลกเนื้อหาของงานสถาปัตยกรรมที่ครอบคลุมและสัมพันธ์กันระหว่างสื่อ Media ดังกล่าว โดยมีกรกล่าวถึงทฤษฎีไว้ทั้งหมด 7 ข้อดังนี้

1. **Spread ability & Drill ability** หมายถึง การกระจายสื่อทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ซึ่งปัจจุบันให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนใหญ่ แต่อาจมีกิจกรรมออฟไลน์อื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การจัดกิจกรรม หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และ คำว่า “Drill ability” หมายถึง การเจาะให้ลึกการสนับสนุนให้เกิดความอยากรู้ต่อยอดแก่ผู้รับสาร หลังจากทราบเรื่องจาก “Spread ability” หมายถึง การกระจายในวงกว้างแล้วจะต้องทำให้เกิดการอยากรู้เนื้อหาที่ลึกซึ้งไปเรื่อยๆ

2. **Continuity & Multiplicity** หมายถึง ความต่อเนื่องของเนื้อหาในแต่ละเรื่อง โดยเน้นที่ความเชื่อมโยงต่างๆที่เกิดขึ้นกับเนื้อหา โดยผู้รับสารจะได้รับการสอดแทรกถึงความสำคัญของเนื้อหาที่ว่าทำไมจะต้องรับชม และหากไม่ติดตามต่อจะเกิดผลเสีย หรือพลาดอะไรไปบ้าง ในส่วนของ “Multiplicity” เป็นการตั้งคำถามต่อผู้รับสารว่า “What if” หากเกิดปัจจัยอื่นต่อตัวละคร หรือถ้ามีอะไรบางอย่างเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางไหนอย่างไรได้บ้าง สิ่งนี้กระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการตั้งคำถาม และมีส่วนร่วมในการคิดหาความเป็นไปได้เพิ่มเติมต่อเนื้อหาหลักนั้น

3. **Immersion & Extractability** คำว่า “Immersion” หมายถึงการที่ทำให้ผู้รับสาร มีส่วนร่วมในเนื้อหานั้น และเกิดประสบการณ์ร่วมของคน ในส่วนของ “Extractability” หมายถึง การเชื่อมสู่ชีวิตจริง หลังจากที่ได้เข้าไปมีประสบการณ์ร่วมในข้อ Immersion แล้วผู้รับสารจะต้องรู้สึกว่าจะสามารถนำเนื้อหานั้นๆมาปรับใช้กับชีวิตจริงได้

4. **World Building** หมายถึง การสร้างโลกของเนื้อหาโลกของตัวละครที่หลากหลาย หลากหลายมุมมอง โดยทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นเนื้อหาที่รับชมอยู่ จริงๆแล้วยังมีเนื้อหาอื่นๆอีกที่ต้องค้นหาและรับรู้ประกอบไปด้วยกันเพื่อส่งเสริมความเข้าใจให้ลึกซึ้งมากขึ้น

5. **Seriality** หมายถึง การเล่าเรื่องแบบต่อยอดเชื่อมโยงเป็น Serial คือการทำเนื้อหาที่ทำให้คนติดตามจากหนึ่งไปสองหรือไปเรื่อยๆ กระตุ้นให้ผู้รับสารอยากรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหามากขึ้นในตอนจบของแต่ละตอน

6. **Subjectivity** หมายถึง ความแตกต่างของมุมมองของเรื่องที่จะเล่า โดยหยิบมุมมองของตัวละคร หรือการรับรู้ที่แตกต่างกันมาเล่าให้ผู้รับสารรับรู้ในมุมมองและทัศนคติที่แตกต่างกันออกไปจากเรื่องหลัก แต่อยู่บนบรรทัดฐานของเนื้อเรื่องเดียวกัน

7. Performance หรือ “Fan Content” หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสารหลังจากได้รับชมสื่อ โดยผู้รับสารจะมีแรงกระตุ้นให้จัดทำเนื้อหาโดยตนเอง และมีส่วนร่วมกับเนื้อหา อายากอยู่ในโลกของเนื้อหาต่อไปเรื่อยๆ เป็นการช่วยขยาย World Building ให้กับสื่อเนื้อหาหลักช่วยสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่ที่กว้าง (Spreability) ให้กว้างขึ้นโดยที่เกิดเป็นการแบ่งปันและเผยแพร่ข้อมูล (Share media) หรือสื่อที่ผู้ทำสื่อไม่ต้องเสียเงินเพื่อไปซื้อพื้นที่สื่อ แต่มีคนที่ เป็น “Fan Content” ทำให้เอง

การสื่อสารงานสถาปัตยกรรมกับบุคคลทั่วไปต้องกำหนดถึงโครงเรื่องที่ต้องการจะเล่า โดยการออกแบบการเล่าเรื่อง (Narrative Design) โดยจะมีสิ่งที่ต้องคำนึง คือ

1. กำหนดเรื่อง (Story) หรือเป้าหมาย (Goal) ที่เป็นเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสาร หรืออยากเห็นการเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างในสังคม ผู้ส่งสารมองเห็นประเด็นปัญหาอะไรในสังคมที่ต้องการแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้ดีกว่าเดิม

2. กำหนดว่าผู้รับสารจะมีปฏิสัมพันธ์กับเรื่องเล่า มีประสบการณ์ มีส่วนร่วมกับเนื้อหาและอยากเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างได้อย่างไร

3. กำหนดขั้นตอนในการวางโครงเรื่อง การเปิดเรื่องอย่างไร การดำเนินเรื่องอย่างไร ประสบความสำเร็จอย่างไร โดยในการออกแบบโครงเรื่องนั้น จะประกอบด้วยเนื้อหา หรือเรื่องย่อทั้งหมดและจะนำไปสู่เป้าหมายปลายทางอะไร โดยระหว่างการเดินทางของเรื่องนั้น จะมีประสบการณ์เฉพาะอะไรบางอย่างที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร โดยหัวใจสำคัญของการวางโครงเรื่องต้องบอกผู้รับสารด้วยว่าจะมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหานี้อย่างไร เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกร่วมและติดตามเนื้อหาจนจบ หรือกระทั่งต่อยอดเนื้อหาด้วยตนเอง

4. กำหนดผู้รับสารและวิเคราะห์หว่า ใครเป็นผู้มีส่วนนำได้-เสีย (Stakeholders) ในประเด็นนี้บ้าง ใครเกี่ยวข้องบ้าง ใครได้รับผลประโยชน์ ใครจะเป็นตัวขับเคลื่อนบ้าง

5. กำหนดสื่อและเทคโนโลยี ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเล่าและประสบการณ์ที่จะเกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อภิปราย ถกเถียง ในขณะเดียวกันก็เป็นเทคโนโลยีที่จะทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม หรือว่าเกิดกิจกรรม (Action) กลับมาได้ และ

6. กำหนดงบประมาณที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนเรื่องนี้ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยอาจจะมีการมีส่วนร่วม (Partnership) หรือการสนับสนุน (Sponsorship) ที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ก็ได้

จากการศึกษาสื่อทั้ง 7 ประเภท เมื่อนำมารวมกับเนื้อหาทางสถาปัตยกรรมที่งานวิจัยนี้ต้องการจะสื่อสารออกไปกับบุคคลทั่วไป เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมนั้น ไม่อาจใช้สื่อทุกประเภทในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ เนื่องจากต้องเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหาทางสถาปัตยกรรม โดยสื่อประเภทที่ทรงพลังที่สุดในงานสถาปัตยกรรมคือสื่อประเภท Electronic Media โดยเน้นไปที่ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวเป็นหลัก เนื่องจากงานสถาปัตยกรรมเป็นเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงด้วยการรับรู้ทางสายตาเป็นหลัก การถ่ายทอดเป็นภาพและเสียงนั้นจะสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสารได้ดีที่สุด แต่ในการสร้างโลกของงานสถาปัตยกรรมนั้น ไม่อาจใช้สื่อเพียงสื่อเดียวได้ การสื่อสารจะต้องมีปฏิสัมพันธ์หรือผลตอบรับ (Feedback) กลับมาจากกลุ่มผู้รับสารด้วย เพื่อนำไปพัฒนาเนื้อหาต่อไป สื่อที่สำคัญในการทำหน้าทึ้นนี้ คือ Social Media ที่จะช่วยเก็บข้อมูลตอบรับ และปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้ดีที่สุด สิ่งสำคัญที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถทำได้ดีที่สุดกับจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ การสื่อสารในวงกว้าง ซึ่งเคยเป็นจุดอ่อนที่สุดของการสื่อสารความรู้ทางสถาปัตยกรรม เราสามารถกด Share และส่งต่อข้อความหรือภาพเคลื่อนไหวสั้นๆเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการสื่อไปยัง Social Media และกระตุ้นให้เกิดความสนใจในวงกว้างได้อย่างรวดเร็วและหากผู้รับสารเกิดความสนใจที่จะรับรู้ข้อมูลเพิ่มเติม ก็สามารถกดเข้าไปเชื่อมต่อไปยังเนื้อหาตัวเต็มในแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้ ดังนั้นสื่อประเภทสื่อดิจิทัล (Digital Media) ที่ทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลของทุกๆสื่อ จึงเป็นสื่อต่อมาที่มีความสำคัญในการสื่อสารความรู้เกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรม นอกจากที่จะมีภาพและเสียงเคลื่อนไหวแล้ว สิ่งที่จะสนับสนุนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้ดีที่สุด คือ สื่อประเภทตัวอักษร (Textual

Media) ที่เป็นคำอธิบายเนื้อหาเพิ่มเติม หรือบทสัมภาษณ์ในเชิงลึก หรือจากมุมมองอื่นที่ไม่ปรากฏในสื่อหลัก อีกทั้งยังเป็นสื่อสำคัญที่สามารถลงเนื้อหาที่มีความละเอียดในคำอธิบายผสมกับรูปภาพเสริมความเข้าใจให้ผู้รับสารศึกษาเพิ่มเติมจากสื่ออื่นๆ ได้อีกด้วย ซึ่งสื่อประเภทตัวอักษร (Textual Media) ยังถูกเก็บไว้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านสื่อ Digital Media เว็บไซต์อีกด้วย โดยสื่อ 3 ประเภทที่เหลือนั้น ได้แก่ สื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media), Environmental Media และสื่อประเภท Live Performance นั้น จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียแล้ว เป็นสื่อที่ใช้เวลาในการผลิต และการสื่อสารจำเป็นต้องใช้สถานที่ เวลา และการลงทุนที่มากกว่าสื่อประเภทที่เลือก และยังไม่เหมาะกับการสื่อสารงานสถาปัตยกรรมกับบุคคลทั่วไป ที่ต้องใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สืบค้นข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็วในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของและสนับสนุนการทำสื่อที่ประกอบไปด้วย 1. ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558) กล่าวไว้ในบทความ “เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia : story-telling)” จาก วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร ว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อคือ เทคนิคการเล่าเรื่องที่ใช้ประโยชน์จากการแบ่งเรื่องออกเป็น ส่วนย่อยๆ และผลิตเรื่องราวส่วนย่อยๆ นั้นนำเสนอผ่านช่องทางสื่อที่แตกต่างกัน โดยที่เรื่อง ทั้งหมดนั้นต่างก็มีส่วนที่เป็นเนื้อหาสมบูรณ์ในตัวมันเองหรือไม่ก็ได้ และเรื่องต่างๆ สามารถนำมารวมกันเป็นเรื่องเดียวกันได้โดยผ่านประสบการณ์ผ่านสื่อต่างๆ ของผู้ชมหรือผู้ใช้งานสื่อ” เราสามารถแบ่งการเล่าเนื้อหาทางสถาปัตยกรรมแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่แปลกใหม่และทำให้เนื้อหามีความน่าสนใจมากกว่าการเล่าเรื่องสถาปัตยกรรมแบบสารคดีและงานวิจัย ในปัจจุบันการเข้าถึงสื่อและแพลตฟอร์มที่แตกต่างกันเป็นหัวใจของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด การแบ่งเนื้อหาของงานสถาปัตยกรรม โดยยึดสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นหลัก และหาวิธีการเล่าเรื่องในมุมมองอื่นผ่านสื่ออื่นช่วย จะทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจมุมมองและเนื้อหาของงานสถาปัตยกรรมมากขึ้นกว่าเดิม

2. ฐานิดา สมุลไพร. (2548) กล่าวไว้ในวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การบริหารงานการผลิตรายการโทรทัศน์กรณีศึกษา: รายการบ้านและสวน” ว่าปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์บ้านและสวนนั้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ดังนี้ ปัจจัยภายใน ได้แก่ การจัดการ เทคโนโลยี และความสามารถทางด้านวิชาชีพ และปัจจัยภายนอกได้แก่ แรงกดดันด้านเศรษฐกิจ เช่น คู่แข่ง หน่วยงานด้านข้อมูลข่าวสาร ผู้โฆษณา และเจ้าของผู้ถือหุ้น ความกดดันทางการเมือง และความสนใจ/ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารรายการบ้านและสวน ซึ่งสามารถนำมาอ้างอิงเป็นทิศทางการออกแบบรายการสถาปัตยกรรมแก่บุคคลทั่วไปผ่านสื่อ Transmedia นี้ได้

ซึ่งนอกจากหลัก 7 ข้อในขั้นตอนของกระบวนการคิดและวางแผนโครงสร้างรายการแล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตดังกล่าวด้วย คุณประพันธ์ ประภาสวัต บรรณาธิการอำนวยการและบรรณาธิการบริหาร บริษัทอัมรินทร์ พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. (2548) กล่าวในบทสัมภาษณ์ว่า รายการบ้านและสวนเกิดจากแนวคิด Cross-Media ที่จากเดิมผลิตแต่หนังสือบ้านและสวนจนมีฐานผู้ติดตามเหนียวแน่น และมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากกว่า 30 ปี ที่อยากจะทำให้ออกไปและคิดว่าสื่อประเภทตัวอักษร (Textual Media) ไม่สามารถตอบโภยนั้นได้ และการผลิตรายการยังสามารถทำสิ่งที่นิตยสารไม่สามารถทำได้นั้นคือการเคลื่อนไหวที่มีชีวิตชีวา ไม่น่าเบื่อและให้ความรู้เกี่ยวกับบ้านที่ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้แบบกระฉับกระเฉง คุณเมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการบริหารสายธุรกิจสำนักพิมพ์ กล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์ว่า การทำสื่อโทรทัศน์ต้องให้ความสำคัญกับความบันเทิงเป็นอันดับแรก เพราะนั่นคือธรรมชาติของโทรทัศน์ ต้องดูแล้วมีความสุขที่จะนำไปสู่เนื้อหาประกอบตามมา ดูเอาความสนุกหรือความรู้ก็ได้ และจุดเด่นของรายการบ้านและสวนคือ เป็นรายการแรกที่เน้นไปที่เรื่องสวน ซึ่งในตอนนั้นยังไม่มีใครเจาะลึกในเรื่องของสวน

3. จิราภรณ์ ศรีนาค และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์. (2557). กล่าวไว้ในบทความ การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยว่าวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์พบว่า มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (พีระจิโรโสภณ, 2541:634-635) (The Uses and Gratifications Theory) กล่าวคือ ในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทสื่อ และเนื้อหาที่ตอบสนอง ความต้องการของแต่ละบุคคล

(ผู้รับสาร) จะอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อ นั้น ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไรจากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร และ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เลือกใช้คือ สื่อสังคมออนไลน์ประเภท เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประเภทที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการใช้มากที่สุด และสื่อที่โดดเด่นของสื่อประเภทนี้คือ Facebook ด้วยความนิยมของการใช้ Facebook ที่มียอดการใช้งาน ในประเทศไทยถึง 18,202,300 คน (checkfacebook.com:20 มีนาคม 2556) โดยกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีผู้ใช้ Facebook มากถึง 12 ล้านบัญชี จากการศึกษานี้จะเห็นความสำคัญของสื่อ Social Media ที่หากโครงสร้างของการสื่อสารทางสถาปัตยกรรมสามารถเจาะไปถึงผู้รับสารทาง Facebook ได้ จุดประสงค์ของวิทยานิพนธ์นี้ก็จะบรรลุได้โดยที่ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพจะกระจายไปยังบุคคลทั่วไปในจำนวนมากได้ผนวกกับการสร้างโลกของเนื้อหา และสื่อ Electronic Media บนแพลตฟอร์มของ Facebook ประสานกัน

โดยผลจากการศึกษารูปแบบการทำสื่อของงานสถาปัตยกรรม โดยเน้นที่สถาปัตยกรรมที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยเป็นหลัก มีสื่อที่น่าสนใจและควรกล่าวถึง “รายการบ้านและสวน” เป็นสื่อที่นำเสนองานสถาปัตยกรรม โดยเน้นเฉพาะงานบ้านพักอาศัยและการจัดสวน ซึ่งรูปแบบรายการ 1 ตอน จะแบ่งเป็น 2 ส่วนนี้อย่างชัดเจนและให้เวลาในการออกอากาศเท่ากัน โดยปกติแล้วรายการ “บ้านและสวน” ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 09.30 น. ทางอมรินทร์ ทิว เอชดี ช่อง 34 และยังรวบรวมตอนที่อยู่อาศัยไปแล้วไว้ที่แพลตฟอร์ม Youtube ซึ่งผู้ชมสามารถหาชมย้อนหลังและเลือกเนื้อหาที่จะรับชมเองได้ รายการบ้านและสวน ดำเนินรายการด้วยพิธีกรหลัก 2 คน ซึ่งแบ่งส่วนกันดูแลดังนี้ คือ เปรมณัช สุวรรณานนท์ ซึ่งเป็นศิลปินซึ่งทำหน้าที่ดูแลในหัวข้อการชมบ้านที่มีความน่าสนใจในแง่ของที่ตั้ง การออกแบบ และสไตล์ที่ชัดเจน และคุณโบ ธนากร ชินกุล (ดาราและดีเจ) เป็นพิธีกรดูแลในส่วนของการพาทชมสวนที่ตกแต่งสวยงาม และพรรณไม้ที่ใช้ในการออกแบบตลอดจนแนวคิดต่างๆ ซึ่งบ้านในส่วนแรกและสวนในส่วนที่สองจะไม่ได้มาจากอาคารเดียวกัน หรือมีความเกี่ยวข้องกันเลย เพราะในส่วนของ การพาทชมบ้าน ถ้ามีเรื่องของสวนเข้ามาเกี่ยวข้อง คุณเป็กจะเป็นคนอธิบายและเล่าถึงการออกแบบทั้งหมดเอง รูปแบบการดำเนินรายการทั้ง 2 ช่วงมีรูปแบบเดียวกันคืออาศัยพิธีกรที่มีความรู้เรื่องการออกแบบพื้นฐานอยู่แล้ว และมีบุคคลิกที่ช่างสังเกต ช่างซักถามประเด็นต่างๆที่พบเห็น ซึ่งมีการศึกษาบ้านที่จะเข้าไปถ่ายทำมาก่อนถ่ายทำจริง และเพื่อส่งเสริมให้การถ่ายทอดเนื้อหาที่มีมิติมากขึ้น ยังมีการพาสถาปนิกผู้ออกแบบบ้านและเจ้าของบ้านมานั่งสัมภาษณ์สดกันระหว่างถ่ายทำด้วย ซึ่งเนื้อหาที่น่าสนใจส่วนใหญ่คือแนวคิดการออกแบบ โจทย์ที่เจ้าของบ้านให้แก่สถาปนิกและวิธีการหาคำตอบของโจทย์นั้นในงานสถาปัตยกรรม ในบางช่วงของการพูดคุยจะมีการยกตัวอย่างความต้องการเฉพาะบางอย่างของเจ้าของบ้านแต่ละคน ที่สะท้อนออกมาเป็นพื้นที่หรือการออกแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละตอน ซึ่งใช้หลักการเดียวกันนี้กับรายการช่วงของสวนด้วยเช่นกัน ซึ่งในส่วนของสวนซึ่งเป็นรายการครึ่งหลัง จะเน้นไปที่สวน พรรณไม้ การออกแบบสวนและวัสดุที่ใช้ บรรยากาศที่ก่อให้เกิดสวนแต่ละสวนและแนวคิดการออกแบบ ซึ่งจะมีการกล่าวถึงอาคารที่ระดับสวนน้อยมาก แสดงให้เห็นถึงคำว่า “บ้านและสวน” ของรายการอย่างชัดเจน ซึ่งถ้าผู้ชมย้อนหลังสนใจเฉพาะเรื่องสวน ก็สามารถคาดเดาได้เลยว่าจะต้องเริ่มพูดถึงสวนนาที่ครึ่งหลังของรายการแต่ละตอนอย่างแน่นอน

จุดแข็งของรายการ (Strength) เนื่องจากรายการบ้านและสวนมีที่มาจากนิตยสารบ้านและสวน การทำรายการบ้านและสวนจึงมีฐานแฟนคลับที่เหนียวแน่นคอยสนับสนุนอยู่แล้ว และอาศัยการดำเนินรูปแบบรายการที่เป็นกันเองเหมือนมีเพื่อนมาเที่ยวชมบ้าน ทำให้บุคคลทั่วไปที่ไม่มีความรู้พื้นฐานทางด้านการออกแบบมาก่อนสามารถรับชมได้ เนื้อหาของรายการมีการเน้นเรื่องการออกแบบ มุมมอง และพื้นที่ใช้สอยอย่างอัดแน่นตลอดช่วงของรายการ ผู้รับชมจะได้รับความรู้เกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมอย่างเต็มที่พร้อมกับได้รับรู้ถึงมุมมองจากเจ้าของและผู้ออกแบบที่เป็นส่วนของอารมณ์และความรู้สึกหลังจากได้เข้าอาศัยในอาคาร เราจะได้รู้ว่างานที่ออกแบบไปสุดท้ายแล้วหลังจากเข้าอยู่จะตรงกับจุดประสงค์การออกแบบของสถาปนิกหรือไม่ สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ผู้รับชมจะได้รับประโยชน์ผ่านประสบการณ์ของผู้อื่น และจุดแข็งในส่วนของสวน

คือ เป็นช่วงที่พูดถึงสวนแบบจริงจัง ลงรายละเอียดถึงพรรณไม้ การดูแล การจัดวางองค์ประกอบของการจัดสวน ซึ่งไม่มีรายการไหนพูดถึงสวนได้ละเอียดเท่ารายการบ้านและสวน

จุดอ่อนของรายการ (Weakness) รายการแต่ละตอนใช้เวลาออกอากาศ 30-40 นาที ซึ่งในช่วงเวลานั้น ยังแบ่งเป็นช่วงของบ้าน และสวนอย่างละครึ่ง จุดนี้ทำให้รายการไม่ได้เน้นหนักไปทางใดทางหนึ่ง การลงลึกรายละเอียดของบ้านก็ทำได้ในเวลาจำกัด และสิ่งที่ยังขาดไปในรายการคือเน้นไปที่บทสัมภาษณ์และการพูดคุยเป็นหลัก หากต้องการให้บุคคลทั่วไปเข้าใจเรื่องของพื้นที่มากกว่าเดิมอาจต้องใช้ Diagram บ้านอย่างง่ายหรือแม้กระทั่งผังพื้นของบ้าน เพื่ออธิบายแนวคิดในการออกแบบให้คนดูเห็นภาพมากกว่านี้ และเนื่องจากเป็นรายการที่เน้นการพูดคุยทำให้ไม่มีดนตรีประกอบระหว่างการรับชมเลย ซึ่งในแง่ของการฟังอาจเป็นสิ่งที่ได้ยินบทสนทนาที่ชัดเจน แต่ในแง่ของความบันเทิงนั้นทำให้รายการมีความแห้งและไม่ลื่นไหลเท่าที่ควรขัดกับบทสนทนาที่น่าฟัง จุดอ่อนหนึ่งที่สำคัญของรายการบ้านและสวน คือการแยกสวนและบ้านออกจากกัน ในที่นี้หมายถึงช่วงบ้านหลังหนึ่งแต่ช่วงสวนกลับเป็นอีกที่หนึ่งซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกันเลย ซึ่งถ้าหากสามารถหาบ้านที่มีการออกแบบสวนควบคู่กับอาคารและนำมาเป็นประเด็นสะท้อนกลับหากันได้จบภายในตอนเดียวกัน โดยมุ่งไปแค่บ้านหนึ่งหลัง และสวนที่อยู่ในบ้านหลังนั้นแล้วจะทำให้คนดูเกิดความต่อเนื่องของเนื้อหา และเชื่อมโยงคำว่าบ้านและสวนเข้าหากันอย่างเห็นภาพได้มากกว่าเดิม ในแง่ของการทำสื่อแล้วบ้านและสวนเลือกที่จะเผยแพร่เนื้อหาหลังลงบน Youtube ซึ่งในส่วนนี้เองเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามาแสดงความคิดเห็นและตั้งคำถามกับรายการได้ แต่เท่าที่สังเกตคำแนะนำเหล่านั้นไม่ได้มีการตอบโต้จากทางทีมงานบ้านและสวนเลย ซึ่งในปัจจุบันการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ชมเพื่อคงไว้ซึ่งสายสัมพันธ์และการส่งข้อมูลกลับไปหากันเป็นสิ่งที่ควรทำ ไม่ว่าจะป็นรายการใหญ่แค่ไหนควรฟังเสียงจากผู้รับชมบ้าง

Opportunity (โอกาส) จากที่รับชมรายการบ้านและสวนแล้วเนื้อหาทั้งหมดเกี่ยวกับบ้านและสวนตามชื่อของรายการ แต่ยังมีโอกาสที่จะพัฒนาคำว่า “บ้าน” ให้ก้าวออกไปมากกว่าคำว่าที่อยู่อาศัย ในอนาคตผู้คนอาจไม่ได้ต้องการบ้านเป็นแค่สถานที่พักผ่อน แต่อาจยังเป็นบ้านที่สามารถทำประโยชน์อย่างอื่นควบคู่กันไปด้วยได้ เช่น บ้าน+โฮมออฟฟิศ หรือบ้าน+ร้านค้า บ้าน+ร้านกาแฟ หรือบ้านรวมกับการใช้งานประเภทอื่นๆที่หลากหลายมากขึ้น จะทำให้คนดูมองเห็นความเป็นไปได้ของบ้านมากกว่าแค่ที่อยู่อาศัยอย่างที่รายการได้นำเสนอ และจากจุดอ่อนทางการขาดเทคโนโลยีและสื่อที่ช่วยในการอธิบายเกี่ยวกับบ้านและสวน อาจจะมีการนำเสนอผังอาคาร หรือภาพอาคาร 3 มิติแบบง่ายๆ ทำให้ผู้ชมได้เข้าใจภาพรวมของภาพในมุมมองกว้างมากขึ้นกว่ามุมมองของกล้อง จะทำให้การรับรู้พื้นที่ครบรอบด้านมากขึ้น และหากมีการอธิบายโดยใช้ผังต้นไม้ประกอบด้วย จะช่วยเป็นแนวทางการจัดสวนและพรรณไม้ที่ชัดเจนแก่ผู้ชมได้มากขึ้นอีกด้วย โอกาสในการพัฒนารายการช่วงของบ้านที่ยังขาดไปอีกส่วนหนึ่งคือส่วนของ ผู้รับเหมาและการก่อสร้าง หากสามารถมีช่วงที่มีบทสัมภาษณ์ผู้รับเหมาและอธิบายถึงเรื่องการก่อสร้าง และงบประมาณได้ จะทำให้การนำเสนอครบด้านมากขึ้น และในแง่ของการทำสื่อที่ครบวงจรแล้ว หากทีมงานบ้านและสวนสามารถตอบกลับข้อสงสัยของผู้ชมที่เข้ามาคอมเมนต์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้ จะทำให้ฐานผู้ชมเหนียวแน่นกว่าเดิมเพราะเค้าจะรู้ว่าความคิดเห็นของเค้าสามารถปรับเปลี่ยนรายการที่เค้าติดตามผู้ผลิตไม่ได้เป็นการสื่อสารทางเดียวอีกต่อไป

Threat (อุปสรรค) จากโอกาสในการเพิ่มเทคโนโลยีในการนำเสนออาจเกิดอุปสรรคทางด้านบุคลากรที่ต้องเพิ่มมากขึ้น และต้องใช้บุคลากรที่เข้าใจในบ้านหลังนั้นๆในการทำภาพ 3 มิติ ส่งผลให้หากขาดการวางแผนการถ่ายทำที่ดี จะไม่สามารถนำเสนอได้ทุกตอนเพราะต้องใช้เวลาในการนำเสนอที่เพิ่ม ซึ่งการอธิบายส่วนนี้ในรายการอาจทำให้รายการเกิดความยาวมากขึ้น และถ้ายังต้องการออกอากาศในเวลาเท่าเดิมจะต้องตัดเนื้อหาเดิมบางส่วนออก หรือทำให้เนื้อหาเดิมไม่สามารถลงลึกได้เท่าเดิม ซึ่งในส่วนนี้ผู้บริหารจะต้องเป็นคนตัดสินใจว่าโอกาสที่จะเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่และรูปทรงของอาคารนั้นคุ้มค่างับเนื้อหาที่เสียไปหรือไม่

บทวิเคราะห์ของการทำสื่อสำหรับ “บ้านและสวน” บ้านและสวนเริ่มจากสื่อประเภทตัวอักษร (Textual Media) ที่เป็นนิตยสารรายเดือนมาเป็นเวลา 30 ปีก่อนที่จะตัดสินใจทำรายการเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยของโทรทัศน์ และปรับตัวเป็น

รายการออนไลน์ตามยุคสมัยของอินเทอร์เน็ตซึ่งออกอากาศทางช่องอัมรินทร์ HDTV ช่อง 34 และมี Channel ในการรวบรวมตอนที่เคยออกอากาศไปแล้วอยู่ที่ Youtube ซึ่งมียอดคนกด Subscribe ถึง 9.28 ล้านคน(พ.ศ.2563) โดยยังไม่ทิ้งสื่อประเภทนิตยสารเดิม และเพิ่มเติมแพลตฟอร์มที่เป็นเว็บไซต์ได้อย่างยอดเยี่ยม มีการใช้สื่อกลางอย่าง Facebook ที่มีคนกดไลค์ถึง 1.54 ล้านคน(พ.ศ.2563) เป็นหน้าประชาสัมพันธ์ความเคลื่อนไหวหลัก และส่งลิงค์ข้ามสื่อ เพื่อให้ไปติดตามบนฐานใหญ่อย่างเว็บไซต์ของบ้านและสวนอีกด้วย อีกทั้งยังสามารถสร้างฐานลูกค้าจำนวนมากจนสามารถดึงเนื้อหาที่บ้านและสวนออกมาสู่โลกความจริงในรูปแบบของงานแฟร์ ที่จัดเป็นประจำทุกๆไตรมาสของปีตามสถานที่จัดงานต่างๆเช่น เมืองทองธานี หรือศูนย์ประชุมสิริกิติ์อีกด้วย ในแง่ของศิลปะการเล่าเรื่องข้ามสื่อ บ้านและสวนถือว่าเป็นสื่อตัวอย่างที่สามารถสร้างโลกเนื้อหาได้ครอบคลุมสื่อหลากหลายประเภท มีฐานผู้ติดตามที่เหนียวแน่นและพร้อมสนับสนุนการจัดงานทุกครั้ง ต่อยอดและข้ามสื่อต่างๆได้ดีโดยไม่ทิ้งสื่อใดสื่อหนึ่งให้เสื่อมไปตามเวลา เป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างแบรนด์และใช้ศิลปะของการเล่าเรื่องข้ามสื่อได้ครบถ้วน

5. สรุปผล

ผลการวิจัยจากการที่ทำการวิเคราะห์รูปแบบรายการทางสถาปัตยกรรมทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปประเด็นปัญหาต่างๆของบุคคลทั่วไปจากบทหมอบ้าน จะทำให้ได้รูปแบบรายการและรูปแบบโครงสร้างเนื้อหาที่ควรนำเสนอสำหรับคนไทย และการศึกษานี้จะทำให้สามารถสร้างรายการหรือสื่อที่ตอบโจทย์ของบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในงานสถาปัตยกรรมจริงๆ มากกว่าการทำสื่อตามหลังงานสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นแบบที่เป็นมา ผลของการวิจัยมุ่งเน้นไปที่การหาคำตอบของสื่อที่เหมาะสมและรูปแบบรายการที่เหมาะสม โดยผลการวิจัยนี้หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้งานสถาปัตยกรรมในประเทศถูกพูดถึงอย่างเข้าใจ สื่อสารกับบุคคลทั่วไปได้อย่างตรงประเด็นมากขึ้นเพราะบุคคลทั่วไปมีความเข้าใจในงานสถาปัตยกรรมมากขึ้น รวมทั้งทำให้งานสถาปัตยกรรมที่ดูเป็นศาสตร์เฉพาะเจาะจงเป็นเรื่องที่สนุกและเข้าถึงง่ายเมื่อบุคคลทั่วไปเห็นว่างานสถาปัตยกรรมไม่ได้ซับซ้อนอย่างที่คิดจะส่งผลให้บุคคลนั้นเล็งเห็นความสำคัญของสถาปนิก และเข้าใจว่าการเสียเงินค่าวิชาชีพจ้างสถาปนิกเพื่อออกแบบงานสักชิ้นเป็นเรื่องที่คุ้มค่าที่จะจ่าย และเกิดประโยชน์มากกว่าการใช้บริการงานสำเร็จรูป หรือการลงมือทำเองโดยขาดความรู้และความเข้าใจทั้งในการออกแบบและการก่อสร้าง อีกทั้งการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับงานก่อสร้างให้บุคคลทั่วไปเข้าใจ ยังช่วยป้องกันปัญหาที่เกิดจากความไม่รู้เกี่ยวกับผู้รับเหมาและงานก่อสร้างได้อีกด้วย ความสัมพันธ์ของสื่อกับงานสถาปัตยกรรมเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อกันและกัน การที่บุคคลทั่วไปรับรู้และเข้าใจงานสถาปัตยกรรมผ่านสื่อที่นำเสนอ ทำให้การทำงานเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมง่ายขึ้นเช่นกัน กล่าวคือ ถ้าเข้าใจปัญหาและวิธีการแก้ไขที่จะต้องเกิดขึ้นจากสื่อแล้ว เมื่อไปเจอกับความเป็นจริงและผู้รับสารนั้นสามารถประยุกต์ออกมาใช้ในชีวิตจริงได้ การทำงานก็จะไม่สะดุดและงานสถาปัตยกรรมก็จะดำเนินต่อไปอย่างเข้าใจและมีประสิทธิภาพสูงสุด ในทางกลับกันงานสถาปัตยกรรมที่สร้างเสร็จสมบูรณ์โดยได้รับการแก้ปัญหาอย่างเข้าใจจากบุคคลที่รับชมสื่อทางสถาปัตยกรรม ยังสามารถวนกลับมาให้หาเนื้อหาที่ส่งเสริมกลับไปเป็นสื่อที่ให้ความรู้และความเข้าใจได้อีกไม่รู้จบด้วย ในส่วนของการทำการทดลองหากสามารถเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานหรือการสื่อสารกับสถาปนิกของคนสองกลุ่ม ระหว่างกลุ่มที่ได้รับชมสื่อที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมและมีความเข้าใจพื้นฐานก่อนกับกลุ่มที่ไม่ได้รับชมนี้ช่วยส่งเสริมให้การทำงานกับสถาปนิกหรือผู้รับเหมาเป็นไปได้อย่างราบรื่นมากขึ้นหรือมากแค่ไหน โดยมีสมมุติฐานของการวิจัยว่าสื่อทางสถาปัตยกรรมโดยใช้กระบวนการของเรื่องเล่าข้ามสื่อนั้น มีผลทำให้งานสถาปัตยกรรมหรือการทำงานเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมนั้นเป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพมากขึ้นเนื่องจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ และรับรู้วิธีการรับมือกับปัญหาที่ก่อนลงมือทำ

บรรณานุกรม

- กาญจนา มีศิลปะวิกัย. (2553). **ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ศรีปทุม
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). **สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์
- สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์. (2557). **รู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และนภาพรรณ อาษาเพชร. (2557). **การเรียนรู้ผ่านสื่อมัลติมีเดียแบบมีปฏิสัมพันธ์ ที่ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแตกต่างกัน**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- “**การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหาและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย**”. วารสารการสื่อสารมวลชน ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2557. (2557).
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2557). **ทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: ระเบียบทอง.
- ฐานิดา สมุลไพร. (2548). “**การบริหารงานการผลิตรายการโทรทัศน์กรณีศึกษา: รายการบ้านและสวน**”. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). “**เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia : story-telling)**”. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม **นิด้า**. ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (ม.ค. – มิ.ย. 2558): หน้า 59 – 88
- สกฤตศรี ศรีสารคาม. (2563). **ศิลปะการเล่าเรื่องข้ามสื่อ**. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2563, จาก https://exlms.thaimooc.org/courses/course-v1:PIM-MOOC+pim014+2020_T1/info. คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
- ัญพิสิษฐ์ เลิศบำรุงชัย. (2556). “**การผลิตรายการโทรทัศน์ (ฉบับใช้งานจริง)**”. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2563, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/tanpisit/2013/07/17/entry-1Renira Rampazzo>
- Gambarato. (2558). “**Transmedia Storytelling as Supersystem**”. สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2563, จาก <http://serious-science.org/transmedia-storytelling-as-supersystem-7596>