

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบและเนื้อหาของรายการ

จากการศึกษารูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับการถ่ายทอดการขัดเกลาทางสังคมที่ปรากฏในรายการประเภทปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็ก จำนวน 6 รายการ ผู้วิจัยพบว่า แม้จะเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ และการกำหนดโดยผู้ผลิตรายการ แต่ก็มีปัจจัยเงื่อนไขหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของแต่ละรายการ .

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแยกรายละเอียด ดังนี้

### \* ปัจจัยภายใน ได้แก่

- ธรรมชาติขององค์กรผู้ผลิต
- นโยบาย จุดมุ่งหมายขององค์กร และวัตถุประสงค์ของการผลิตรายการ
- บุคลิกลักษณะของผู้ผลิตรายการ

### \* ปัจจัยภายนอก ได้แก่

- ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการ
- ผู้สนับสนุนรายการ
- เหตุการณ์ในสังคม
- สถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม

### ปัจจัยภายใน

#### ธรรมชาติขององค์กรผู้ผลิต

องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละแห่งล้วนมีความเหมือน และความแตกต่างกันไปตามรายละเอียดปลีกย่อย อันได้แก่ ขนาดขององค์กร จำนวนพนักงาน รูปแบบการบริหารงานภายใน และแหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ธรรมชาติและขนาดขององค์กรผู้ผลิตรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็ก ทั้ง 6 รายการ มีทั้งความคล้ายคลึง และความแตกต่างกัน คือ มีตั้งแต่บริษัทขนาดเล็กที่มีพนักงานในบริษัทเพียง 2 คน มีผลงานในความรับผิดชอบซึ่งเป็นรายการโทรทัศน์เพียงแค่วรายการเดียว และบริษัทขนาดกลางที่มีพนักงานประมาณ 10 - 40 คน และมีการผลิตรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ ไม่ต่ำกว่า 1 รายการ และยังมีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบอื่น ๆ อาทิ การจัดโครงการหรือกิจกรรมนอกสถานที่ และการรับงานฟรีเซ็นเตชั่น ไปจนถึงบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีพนักงานจำนวนมาก และมีการผลิตรายการบันเทิงหลายรายการ รวมทั้งมีการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในรูปของบริษัทมหาชน เพื่อกระจายหุ้นขายให้กับประชาชน เพราะฉะนั้นผลผลิตของบริษัทซึ่งถือว่าเป็นสินค้าชนิดหนึ่งจึงมีมากมาย คือ มีทั้งรายการบันเทิงประเภทเกมโชว์ ทอล์คโชว์ ปกิณกะบันเทิง และละคร รวมไปถึงงานในรูปแบบการฟรีเซ็นเตชั่น

ส่วนการบริหารงาน และความสัมพันธ์ของพนักงานในองค์กร จะมีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการ ซึ่งมีกฎระเบียบกำหนดการดำเนินงานอย่างชัดเจน และการบริหารแบบครอบครัว ที่อยู่ด้วยกันแบบพี่น้อง หรือเป็นเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน

จากการศึกษา พบว่า บริษัทที่มีขนาดขององค์กรเล็กที่สุด ได้แก่ บริษัทตะวันฉาย ผู้ผลิตรายการกล้าคิดกล้าทำ เพราะเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นโดยมีพนักงานเพียง 2 คนเท่านั้น โดยมีคุณอรุณโรจน์ เลี่ยมทอง เป็นเจ้าของและเป็นผู้บริหารร่วมกับหุ้นส่วนอีก 1 คน คือ คุณอุทัยวรรณ วงศ์ไวยวรรณ ทั้งนี้ พนักงานที่มีอยู่จะเป็นผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบ และดูแลการผลิตทั้งหมดในส่วนของการเตรียมการ ส่วนขั้นตอนของการปฏิบัติการ หรือการถ่ายทำทางบริษัทได้เช่าเครื่องมือ และบุคลากรภายนอกที่เป็นมืออาชีพมาเป็นผู้รับผิดชอบแทน

รองมาได้แก่บริษัทชูเปอร์จิว ผู้ผลิตรายการชูเปอร์จิว และบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ผู้ผลิตรายการที่มีเพื่อน โดยมีผู้บริหาร ได้แก่ คุณนันทา มหันตพล และคุณอรพวรรณ วัชรพล ตามลำดับ และเป็นบริษัทขนาดกลางเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น มีรูปแบบ และธรรมชาติขององค์กรคล้ายคลึงกัน คือ มีการบริหารงานแบบครอบครัว มีการแบ่งตำแหน่งงานและหน้าที่รับผิดชอบค่อนข้างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติมักจะช่วยกันทำงานเท่าที่จะทำได้ พนักงานรับผิดชอบการผลิตในขั้นเตรียมการ โดยอาศัยการจ้างมืออาชีพในการถ่ายทำ และตัดต่อจากบริษัทอื่นเช่นเดียวกัน ส่วนผู้บริหารและพนักงานทั้งหมด เป็นคนหนุ่มสาวที่มีความคิดทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์

สำหรับบริษัทขนาดใหญ่ ได้แก่ บริษัท ทีวีเอ็นเตอร์ จำกัด ผู้ผลิตรายการอัศวินน้อย ซึ่งมีคุณสมบัติ วรรณคดี เป็นผู้บริหารระดับสูง บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตรายการคิดดีแคท ของคุณโมเชิต สุวินิจ และคุณยุวดี บุญครอง และสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 ซึ่งบริหารงานโดยบริษัท กรุงเทพวิทยุโทรทัศน์ จำกัด โดยมีคุณชาติเชื้อ วรรณสุด และคุณสุรางค์ เปรมปรีดิ์ เป็นผู้บริหารระดับสูง ทั้ง 3 บริษัท มีลักษณะการดำเนินงานค่อนข้างครบวงจร เพราะเป็นบริษัทใหญ่ และมีพนักงานจำนวนมาก ทีมงานผู้ผลิตมีครบทั้งสายการเตรียมการ และสายการผลิต รวมทั้งอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องมือในการผลิต

จะเห็นได้ว่า บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) เป็นเพียงบริษัทเดียวที่มีรูปแบบเป็นบริษัทมหาชน ซึ่งมีการนำหุ้นของบริษัทไปกระจายให้กับประชาชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในฐานะบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มบันเทิงและสันทนาการ ทำให้มีแหล่งเงินทุนที่มาจากประชาชนทั่วไป นอกเหนือจากรายได้ของบริษัทที่มาจากการผลิตรายการ และการทำธุรกิจด้านบันเทิง

สำหรับสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 นับว่าเป็นองค์กรสื่อมวลชนที่ค่อนข้างมีความสมบูรณ์แบบในการดำเนินงาน และในการผลิตรายการเจ้าขุนทอง ได้มีการดึงเอานักวิชาการจาก คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรในสายวิชาชีพครู มาร่วมทีมผลิตรายการอีกด้วย โดยอยู่ในส่วนที่ดูแลเรื่องข้อมูล ที่นำไปเขียนสคริปต์รายการ ส่วนทางสถานีรับผิดชอบในส่วนของการบันทึกเทปการถ่ายทำ และการตัดต่อเพื่อออกอากาศ

ในส่วนของการบริหารองค์กร มักมีความใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะบริษัทที่มีขนาดเล็ก กลาง และขนาดใหญ่ คือ ผู้บริหารมักให้การสนับสนุน และความมีอิสระแก่ทีมงานผู้ผลิตค่อนข้างมาก โดยไม่เข้าไปก้าวก่ายการทำงานในหน้าที่ อย่างมากก็แค่ถามถึงเหตุผลที่นำเสนอรายการออกไปในลักษณะนั้น อาทิ รายการคิดดีแคท โปรดิวส์เซอร์รายการได้กล่าวว่า

'...ตาลเคยนำเอาเรื่องตมมานำเสนอในรายการ ซึ่งคุณโมเชดก็ถามว่าตาลจะไปหรือเปล่า ตาลก็อธิบายว่ามันเป็นเรื่องธรรมชาติ ซึ่งคุณโมเชดก็เข้าใจ และตาลก็ทำเรื่องตด โดยให้คุณลุงตันไม้เป็นคนอธิบาย และให้ความรู้แก่เด็ก...หรือมีอยู่ครั้งหนึ่งตาลทำเรื่องเกี่ยวกับวัยรุ่น โดยให้เด็กรู้ว่าเมื่อแต่ละคนเข้าสู่ช่วงที่เป็นวัยรุ่นแล้ว จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างไร จะมีชนชั้นที่โชนบ้าง โดยใช้รูปภาพอธิบาย...' (คุณจินดาพร จีระคุณ, สัมภาษณ์)

ส่วนบริษัท ซูเปอร์จีว จำกัด และบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ถึงแม้จะมีการแบ่งสายงาน และหน้าที่รับผิดชอบประจำตำแหน่งงานของพนักงานแต่ละคนได้อย่างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติพบว่ากลับมีการทำงานควบตำแหน่งหน้าที่ หรือข้ามสายงานที่ตนรับผิดชอบค่อนข้างบ่อย แต่มักจะเป็นในลักษณะช่วยกันทำงานมากกว่าการก้าวก้าวยานของผู้อื่น ทั้งนี้เป็นเพราะงานในขั้นตอนการผลิตมีความซับซ้อน และละเอียด ต้องอาศัยบุคลากรในการทำงานแต่ละครั้งค่อนข้างมาก ในขณะที่พนักงานในบริษัทมีจำนวนจำกัด ดังนั้นแต่ละคนจึงต้องทำงานมากกว่าหน้าที่ที่รับผิดชอบตามปกติ

ส่วนบริษัท ทีวีเอ็นเตอร์ จำกัด บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งเป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีรูปแบบของการบริหารงานที่เป็นทางการมากขึ้น แต่ไม่ถึงกับตายตัวจนเกินไป เนื่องจากในหน่วยงานย่อย ๆ ในองค์กรก็ยังมีรูปแบบที่ไม่แตกต่างจากบริษัทขนาดกลางมากนัก นอกจากนี้ในส่วนของผู้บริหารระดับสูงก็ยังลงมาคลุกคลีกับพนักงาน อย่างเช่น บริษัท ทีวีเอ็นเตอร์ จำกัด และบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ที่นอกจากจะเข้ามาร่วมประชุมอย่างไม่เป็นทางการด้วยเสมอ ๆ แล้ว ยังมีการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับงานในแง่มุมต่าง ๆ แต่ในขณะเดียวกันก็จะให้ความเป็นอิสระแก่พนักงานในการปฏิบัติงาน และจะไม่เข้าไปก้าวกาย นอกจากในบางครั้งอาจมีการตั้งคำถามเกี่ยวกับงานที่ผลิตออกมา แต่เมื่อได้รับเหตุผลจากพนักงานแล้วก็ไม่ว่าอะไร เรียกว่าให้อำนาจในการตัดสินใจในระดับหนึ่ง ซึ่งทำให้พนักงานผู้ที่รับผิดชอบในขั้นตอนการผลิตมีอิสระในการทำงานพอสมควร

“...ค่อนข้างให้อิสระกับรายการนี้มาก ก็มีบ้างที่มีคำถามว่าทำไมไม่อย่างนั้น ไม่อย่างนี้ ตาลก็จะมีความตอบว่า เพราะอย่างนั้น เพราะอย่างนี้ .....ทางมีเดียค่อนข้างแอบปี เพราะคุณโหมสิดค่อนข้างที่จะเข้าใจ เวลาที่อธิบายอะไรก็จะเห็นภาพตาม เข้าใจสิ่งที่เรากำลังพูด คือเป็นคนทีพูดภาษาเดียวกัน และสื่อสารกันได้...” (คุณจินดาหรา จิระคุณ , สัมภาษณ์)

ส่วนสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการบริหารงานที่เป็นทางการมากที่สุด อำนาจสิทธิขาดในการบริหารงาน และการตัดสินใจต่าง ๆ เป็นของผู้บริหารระดับสูง ส่วนพนักงานมีหน้าที่รับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามตำแหน่งหน้าที่ โดยไม่มีการก้าวท้าวซึ่งกันและกัน มีการแบ่งแยกสายงาน และฝ่ายงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของพนักงานในองค์กรค่อนข้างเป็นแบบตัวใครตัวมัน โดยเฉพาะถ้าอยู่กันคนละฝ่ายงานมักจะไม่ค่อยอยู่เกี่ยวกัน และไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ต่อกัน ถึงแม้จะเป็นพนักงานในบริษัทเดียวกันก็ตาม

นอกจากการบริหารงานแล้ว ในส่วนของเครื่องมือเครื่องมื่อ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการนั้น พบว่าบริษัทที่มีขนาดเล็ก และขนาดกลาง มักจะไม่มีการลงทุนเกี่ยวกับเรื่องอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกล้องที่ใช้บันทึกภาพ เครื่องมือการตัดต่อ หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องแหล่งเงินทุน ดังนั้น บริษัทเหล่านี้จึงดำเนินงานเฉพาะในขั้นตอนการเตรียมการก่อนบันทึกเทปรายการ ส่วนขั้นตอนหลังจากนั้น ทางบริษัทจะจ้างมืออาชีพทางด้านนี้เข้ามาดำเนินการ โดยอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้งานตามที่ต้องการ และสิ่งที่ตามมาก็คือปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างทีมงานทั้งสอง โดยส่วนมากมักเกี่ยวกับความไม่เข้าใจกัน หรือเครื่องมือเครื่องมื่อที่ไม่ครบถ้วนตามที่ต้องการใช้งาน แต่ก็ปัญหาที่ไม่รุนแรงนัก เพราะสามารถแก้ไขได้ หรืออาศัยจากการที่มีการทำงานร่วมกันมาเป็นระยะเวลาพอสมควร

แต่สำหรับบริษัทขนาดใหญ่ จะไม่มีปัญหาเรื่องดังกล่าว เพราะมีความได้เปรียบในเรื่องนี้ โดยจะมีการลงทุนซื้อเครื่องมือ และอุปกรณ์เป็นของบริษัท หรือแม้กระทั่งสร้างห้องถ่ายทำ และห้องตัดต่อขึ้นใช้เอง เช่น บริษัท ทีวีเอ็นเตอร์ จำกัด บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

### จุดมุ่งหมายขององค์กร

การดำเนินงานของผู้ผลิตรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็ก ทั้ง 6 รายการ มีจุดมุ่งหมายในการผลิตที่เหมือนกันอยู่ประการหนึ่ง ก็คือ ความต้องการให้เด็กไทยได้รับสิ่งที่ดี มีสาระประโยชน์ทั้งต่อทางความคิด สติปัญญา และอนาคตของเด็กเอง ดังจะเห็นได้จากวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการของแต่ละบริษัท

โดยปกติแล้ว จุดมุ่งหมายในการดำเนินงานขององค์กรสื่อมวลชน โดยเฉพาะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มักมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันใน 2 ลักษณะ คือ จุดมุ่งหมายที่หวังผลเป็นรายได้ และกำไรเข้าบริษัท และจุดมุ่งหมายที่ไม่ใช่รายได้ หรือผลกำไรแต่จะเน้นชื่อเสียงของบริษัทเป็นสำคัญ

เพราะฉะนั้น สิ่งที่จะแสดงออกให้เห็นถึงความแตกต่างของจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานก็คือ เนื้อหา หรือผลงานที่ผลิตออกมา แต่สำหรับผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กเกือบทุกรายมักจะมีจุดยืนในการผลิตรายการที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะรายการปกิณกะบันเทิง ทั้ง 6 รายการนี้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตรายการต่างก็มีเป้าหมายในการดำเนินงานที่เรียกได้ว่าเป็นอุดมการณ์ของคนทำงานด้านนี้จริง ๆ โดยมีได้หวังผลตอบแทนในเรื่องรายได้ที่เป็นตัวเงิน หรือผลกำไรจากการผลิตรายการ แต่สิ่งที่ผู้ผลิตรายการคำนึงถึงเกี่ยวกับเรื่องเงิน ก็คือ การสร้างรายได้เพื่อความอยู่รอดของรายการ เพื่อที่จะได้มีโอกาสผลิตรายการออกอากาศต่อไป

ดังเช่นผู้ผลิตรายการอัศวินน้อย ที่ยืนยันนโยบายในการผลิตรายการว่าไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านรายได้และผลกำไรที่จะได้รับจากรายการอัศวินน้อย ขอเพียงแค่ว่ารายการสามารถดำเนินไปได้โดยไม่ขาดทุนมากนัก

\* รายการเด็กไม่ค่อยมีใครทำ เพราะว่าทำแล้วขาดทุน เนื่องจากรายการเด็กมีต้นทุนสูงมาก ซึ่งในอนาคตยังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะเพิ่มรายการเด็ก แต่ยังคงรายการอัศวินน้อยไว้ ถ้าหากขาดทุนไม่มาก \* (คุณจักรี บุรพาธานินทร์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ นโยบายของบางบริษัท ที่ต้องการผลิตรายการออกมา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทเป็นหลัก โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลตอบแทนซึ่งเป็นตัวเงินที่จะได้รับ ดังเช่น ผู้ผลิตรายการคิดดีแคท ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ที่กล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการผลิตรายการว่า

“...จริง ๆ แล้วสำหรับคิดดีแคทเค้าไม่ได้ต้องการกำไรเค้าต้องการแค่ทำ เพราะถือ  
ว่าเป็นอิมเมจของบริษัท ...” (คุณจินดาพร จิระคุณ ,สัมภาษณ์)

หรือบางรายการมีจุดมุ่งหมายในการผลิตรายการออกมาเพื่อเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเห็นว่าในปัจจุบันไม่ค่อยมีรายการเป็นของตนเอง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายระดับอื่น โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อรายการในแง่ของผลสะท้อนกลับมายังผู้ผลิต ซึ่งได้แก่รายได้และผลกำไรจากการรับชมรายการ

ดังนั้น สิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเนื้อหา ของรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็กทั้ง 6 รายการ จึงเป็นสิ่งที่มิทั้งสาระประโยชน์ และความรู้ต่อเด็กในทุก ๆ เรื่อง เนื่องจากเป็นความตั้งใจของผู้ผลิตรายการที่ต้องการมอบสิ่งดี ๆ ให้กับเด็กซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ

#### วัตถุประสงค์ของการผลิตรายการ

จากการศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการแต่ละรายการ ผู้วิจัยพบว่า เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา ตลอดจนการแสดงออกซึ่งบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมค่อนข้างมาก เรียกได้ว่ารูปแบบ และเนื้อหาของรายการสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

โดยได้รับการยืนยันจากผู้ผลิตรายการ อย่างเช่น รายการคิดดีแคท โปรติวัล เซอร์ซึ่งเป็นหนึ่งในทีมงานได้กล่าวไว้ว่า

“...จุดประสงค์หลักต้องการให้เด็กสนุก แต่ไม่ไร้สาระ พยายามย่อยสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการให้ เช่น เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม จริยธรรม เรื่องของสังคม และอะไรต่าง ๆ นานา ที่คิดว่าเด็กรู้จะได้รับรู้ในรูปแบบต่าง ๆ .....OK เดียวนี้สื่อมวลชนทุกชนิด ไม่ว่าจะ เป็นวิทยุ โทรทัศน์ หูดเรื่องสิ่งแวดล้อมกัน และค้นพบว่าเด็ก concern ในเรื่องนี้สูง เพราะ ฉะนั้นจึงน่าจะดันเรื่องนี้ให้สุด ๆ เพราะเมื่อเด็กโตขึ้นก็จะเป็นอีกคนหนึ่งที่จะช่วยเรื่องนี้ได้...”  
(คุณจินดาหรา จิระคุณ , สัมภาษณ์)

เพราะฉะนั้น รายการคิดดีแคทที่ผลิตออกมา จึงมุ่งเน้นเนื้อหาในเรื่องของการ รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ โดยรูปแบบในการนำเสนอถูกแบ่งออกเป็นช่วงต่าง ๆ ได้แก่ ช่วงเปิดปาร์ตี้ ช่วงคิดดีเกม ช่วงคิดดีโชว์ ช่วงคิดดีของ ช่วงคิดดีไควส ช่วงคิดดีเกสต์ และ ช่วงเบิร์ทเดย์ปาร์ตี้ ซึ่งแต่ละช่วงในแต่ละสัปดาห์จะมีการพูดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็น ประเด็นหลัก โดยอาจจะผ่านการพูดของพิธีกร และผู้ช่วยพิธีกร หรือการแสดงชุดต่าง ๆ หรือจากคุณลุงต้นไม้ อาทิ การสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการทั้ง 3 คน ในช่วงคิดดีเกมส์

“...สัตว์ป่าโดนทารุณมากในปัจจุบัน การช่วยเหลือสัตว์ป่านอกจากไม่ซื้อขายแล้ว ก็ต้องช่วยกันดูแลรักษาป่าด้วย .....การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เป็นเรื่องน่ากลัว มนุษย์จะต้องเดือดร้อน เพราะฉะนั้นต้องประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ”

หรือในรายการซูเปอร์จิว ที่ผู้ผลิตรายการต้องการให้รายการของตนเป็นเวที สำหรับเด็ก โดยเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงความสามารถของตัวเองในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงละคร การร้องเพลง รวมถึงการกีฬา

ดังนั้น รายการที่นำเสนอจึงมีความหลากหลาย ทั้งเนื้อหาสาระ และรูปแบบใน การนำเสนอ โดยช่วงต่าง ๆ ของรายการจะมุ่งประเด็นไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาทิ ช่วง ซูเปอร์เมจิก ที่เน้นการสอนเทคนิคการเล่นมายากล เนื่องจากทางผู้ผลิตรายการได้ทำการ สืบรวจความคิดเห็นของเด็ก ทำให้ทราบว่าเด็กมีความสนใจ และชื่นชอบการเล่นมายากล เพราะฉะนั้น ทางรายการจึงส่งเสริมให้เด็กใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ด้วยการฝึกหัดเล่น มายากล เช่นเดียวกับช่วงซูเปอร์สล็อต และช่วงจิตรกรรุ่นจิ๋ว ที่สนับสนุน และปลูกฝังให้ เด็กมีความมุ่งมั่น และตั้งใจในสิ่งที่ตนสนใจ รัก และชื่นชอบ



ในขณะที่รายการเจ้าขุนทอง ทางคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการที่รับผิดชอบในส่วนของเนื้อหา ได้กำหนดจุดมุ่งหมายในการผลิตรายการเอาไว้ว่า

“... เพื่อนำเสนอสาระบันเทิง โดยเน้นด้านการสอนภาษาไทย เพื่อให้เด็กเข้าใจ และรักภาษาไทย และนำไปใช้ได้ถูกต้อง...” (ผศ.เฉลิมพล ดาวเรือง , สัมภาษณ์)

ดังนั้น เนื้อหาของรายการจึงมุ่งเน้นในเรื่องที่เกี่ยวกับภาษาไทย โดยนำเสนอในช่วงสัปดาห์ชวนคิด ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับสำนวนไทย และสุภาษิตคำพังเพย ที่มีทั้งการอธิบายความหมาย และการยกตัวอย่างประกอบเพื่อให้เด็กได้เห็นภาพที่ชัดเจน และสามารถจดจำได้ง่ายขึ้น หรือในช่วงสิ่งละอันพันละน้อย ซึ่งเป็นช่วงของการเสนอคำศัพท์ภาษาไทย และเหมือนกับช่วงสัปดาห์ชวนคิด ที่มีการอธิบายความหมาย และการยกตัวอย่างให้เด็กได้รับชม ทั้งนี้ แม้เนื้อหาที่นำเสนอเป็นวิชาการ แต่ผู้ผลิตได้ใช้รูปแบบของการเชิดหุ่น ที่สามารถดึงดูดความสนใจของเด็กได้เป็นอย่างดี

สำหรับรายการกล้าคิดกล้าทำ ผู้ผลิตรายการมุ่งเน้นให้เด็กมีความคิด ความฝัน และจินตนาการในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งมีความกล้าที่จะแสดงออกในทางที่ถูกที่ควร โดยทางรายการจะเป็นผู้ทำให้ความคิดฝันเหล่านั้นเป็นความจริง จะเห็นได้จากการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการ ที่นำเด็กแต่ละคนมาทำในเรื่องต่าง ๆ ที่เด็กเหล่านั้นเป็นผู้เขียนจดหมายเข้ามายังรายการ โดยทางผู้ผลิตรายการจะนำเด็กเหล่านั้นไปสัมผัสสถานที่จริง และลงมือปฏิบัติจริง หรือได้ไปเห็นด้วยตาของตัวเอง ในสิ่งที่เด็กอยากรู้อยากทำ โดยใช้ชื่อช่วงว่า “สานจินตนาการ”

เช่นเดียวกับรายการอัศวินน้อย ที่ความต้องการในการผลิตรายการ ก็เพื่อส่งเสริมในเรื่องจินตนาการให้กับเด็กที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการซึ่งเป็นเด็กเล็ก โดยผู้ผลิตรายการได้กล่าวว่า

“...Concept หลักของรายการอัศวินน้อย คือ เมืองแห่งจินตนาการ เด็กใฝ่ฝันอยากจะเป็นอะไร ก็จะทำให้เด็กได้เป็น เช่น ถ้าเด็กอยากเป็นหมอ ก็จะทำละครให้เด็กได้ลองเป็นหมอจริง ๆ ให้เด็กได้รู้จักคิด รู้จักทำ และกล้าคิดกล้าทำ...” (คุณจักรี บุรพาชานินทร์ , สัมภาษณ์)

รูปแบบการนำเสนอรายการจึงออกมาใกล้เคียงกับรายการกล้าคิดกล้าทำ ที่เปิดโอกาสให้เด็กได้ทำในสิ่งที่ใฝ่ฝัน แต่จะมีข้อแตกต่างกันตรงที่กลุ่มเป้าหมาย เพราะรายการกล้าคิดกล้าทำ มีกลุ่มเป้าหมายของรายการที่เด็กโตกว่ารายการอัศวินน้อย เพราะฉะนั้นเรื่องราวที่พาเด็กไปศึกษา หรือลองทำจึงเป็นเรื่องในชีวิตจริง ในความเป็นจริงของสังคมปัจจุบัน แต่สำหรับรายการอัศวินน้อย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเล็กกว่า การให้เด็กได้สัมผัสสิ่งต่าง ๆ ก็เพื่อแสดงตอบต่อจินตนาการของเด็กนั่นเอง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสิ่งที่นำมาประกอบจากจึงมักจะเป็นของเล่นเด็กมากกว่าของจริง เช่น เครื่องมือหม้อ ก็จะใช้ของเล่นที่เป็นพลาสติก

สำหรับรายการที่มีเพื่อน ผู้ผลิตรายการต้องการให้เป็นสื่อในการเผยแพร่คุณงามความดีที่น่ายกย่องของเด็กไทย และต้องการให้เป็นเวทีสำหรับการแสดงความสามารถในรูปแบบต่าง ๆ เพราะฉะนั้น รายการที่มีเพื่อนจึงมีการนำเสนอเรื่องราวความสามารถของเด็กในด้านต่าง ๆ ที่สามารถเป็นแบบอย่างให้แก่เด็กที่รับชมรายการได้ ในช่วงพบเพื่อน หรือการเปิดโอกาสให้เด็กเข้าร่วมรายการโดยการแสดงความสามารถพิเศษของเด็กในรูปแบบของการโชว์ ในช่วงเพื่อชอบเพื่อนโชว์

### บุคลิกลักษณะของผู้ผลิตรายการ

ในส่วนของบุคลากร และทีมงานผู้ผลิตรายการ จากการศึกษาพบว่า คนที่เข้ามาทำงานในด้านนี้ หรือคนที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน ไม่ได้มีเฉพาะผู้ที่จบการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์มาโดยตรงเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยผู้ที่จบการศึกษามาจากหลายสาขาวิชาด้วยกัน มีทั้งเกษตรศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และอื่น ๆ ถึงแม้ว่าจะไม่จบมาโดยตรงก็ตาม แต่ก็มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการสื่อสารมวลชนมานับน้อยเลยทีเดียว ทำให้มีความเข้าใจลักษณะงานได้ดี และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ จากการสังเกตพบว่า ทีมงานผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่ มักเป็นคนที่อยู่ ในวัยหนุ่มสาว และมีทัศนคติที่ดีต่อเด็ก มีความเข้าใจในธรรมชาติของเด็ก โดยทุกคนเน้นว่า คนที่จะมาทำงานด้านนี้จะต้องมีใจรักเด็ก และสามารถอยู่กับเด็กได้โดยไม่รำคาญ เพราะมิฉะนั้นจะไม่สามารถทำงานร่วมกับเด็กได้ และยังมีความเชื่อว่าเด็กทุกคนควรได้รับการถ่ายทอด และปลูกฝังสิ่งที่ดี ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในอนาคต ไม่ว่า

จะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตัวของเด็กเอง หรือที่เกี่ยวข้องกับสังคม และโลกภายนอก (ผู้ผลิตรายการ, สัมภาษณ์)

ความคิดความเชื่อ และทัศนคติที่ผู้ผลิตรายการหลายรายการมีความคิดเห็นตรงกัน คือ การปลูกฝังให้เด็กมีจินตนาการ และความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมให้เด็กมีความกล้าที่จะแสดงออกในความสามารถพิเศษของตนเอง โดยได้รับการยืนยันจากผู้ผลิตรายการ ดังนี้

“ เด็กไม่ฝันจะเป็นอะไร หรือถ้าเด็กอยากเป็นหมอ ก็จะทำละครให้เด็กลองเป็นหมอดู เพื่อให้ได้ลองเป็นหมोजริง ๆ ให้อู้จักคิด รู้จักทำ กล้าคิดกล้าทำ ” (คุณจักรี บุรพาธานินทร์, สัมภาษณ์)

“ สมัยนี้เด็กน่าจะส่งเสริมให้เค้ากล้าคิด กล้าแสดงออก ก็เลยอยากทำอะไรที่แบบเด็กอยากทำอะไร อยากเห็นอะไร ก็ให้เค้าทำ ” (คุณวรรณวิมล ธาระเขตต์, สัมภาษณ์)

“ เป็นเวทีที่เปิดกว้าง เพื่อแสดงความสามารถของเด็ก เพราะบางครั้งเด็กที่เรียนรำไทย เรียนเต้น เรียนทำอาหารมา เค้าไม่มีโอกาสได้แสดงสิ่งเหล่านี้ให้คนอื่นเห็น และต้องการให้ผู้ใหญ่ได้ดูด้วยว่า เด็กไทยก็มีความสามารถหากมีการสนับสนุน ” (คุณไชยวัฒน์ เหลืองจรรย์กุล, สัมภาษณ์)

“ เราอยากให้เป็นเวทีสำหรับเด็ก คืออยากให้เป็นรายการโทรทัศน์ที่ช่วยพัฒนาเด็กไทยให้กล้าแสดงออกในทุก ๆ ด้าน .....เพื่อที่จะให้เด็กไทยเปลี่ยนไป คือ มีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีความกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ มากขึ้น ” (คุณนงนารถ มหัตพล, สัมภาษณ์)

เพราะฉะนั้น ทุกรายการจึงได้กำหนดรูปแบบที่เปิดโอกาสให้เด็กสามารถเข้าร่วมรายการในลักษณะของการเล่นเกม การแสดงความสามารถพิเศษ การแสดงโชว์ชุดต่าง ๆ รวมถึงการตอบคำถาม และตั้งคำถามผ่านทางไปรษณียบัตร และจดหมาย

นอกจากนี้ เนื้อหาที่น่าเสนอยังเน้นการถ่ายทอด และการปลูกฝังสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในอนาคต เป็นสาระความรู้ที่เด็กทุกคนควรได้รับ โดยการแสดงบทบาทแทนสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ผ่านผู้ดำเนินรายการ

### ปัจจัยภายนอก

เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นองค์กร หรือสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงสังคมส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และจากธรรมชาติของสื่อมวลชนที่เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ และมีคุณค่าในตัวเอง จึงทำให้กลายเป็นจุดสนใจของหน่วยอื่น ๆ หรือสถาบันอื่น ๆ ในสังคม ที่ต้องการแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเอง โดยการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือ ดังนั้น ในการดำเนินงานของสื่อมวลชนซึ่งต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับสถาบันต่างๆ ในสังคม จึงมักหนีไม่พ้นแรงกดดันจากภายนอกองค์กร

และจากการศึกษาองค์กรผู้ผลิตรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็ก ทั้ง 6 บริษัท พบว่ามีปัจจัยภายนอกหลายประการ ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบและเนื้อหาของรายการ ซึ่งประกอบไปด้วย

### ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตรายการแต่ละรายการได้ให้ความสนใจต่อธรรมชาติเด็กโดยมีการศึกษาจิตวิทยาเด็ก เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้ในการทำความเข้าใจกับเด็กได้ดีขึ้น ซึ่งการศึกษามีทั้งจะมีทั้งการศึกษาค้นคว้าจากตำรา และหนังสือ หรือการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านเด็ก รวมไปถึงการเฝ้าสังเกตธรรมชาติของเด็กจากการที่ได้คลุกคลี และร่วมงานด้วย (ผู้ผลิตรายการ, สัมภาษณ์)

ผู้วิจัยพบว่า ผู้ผลิตรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็ก ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายของรายการมากที่สุดในการผลิตรายการ เพราะทีมงานผู้ผลิตรายการแต่ละแห่ง จะคำนึงถึงความต้องการ และความสนใจของเด็กที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ เพื่อที่จะได้สรรหา และคัดเลือกเรื่องราวต่าง ๆ มานำเสนอในรายการของตน รวมทั้งสิ่งที่เด็กควรจะได้รับ โดยเฉพาะสิ่งที่เชื้อประโยชน์ต่อเด็กในด้านต่าง ๆ และพยายามที่จะสรรหาเพื่อนำมาเสนอให้เด็กได้รับรู้ และจดจำ และเพื่อการนำไปใช้ต่อไปในอนาคต

โดยเนื้อหาในช่วงสานจินตนาการ ในรายการกล้าคิดกล้าทำนั้น แหล่งข้อมูลมาจากความต้องการที่เป็นความคิดฝันของเด็กแต่ละคนว่าอยากทำอะไร แต่เนื่องจากว่าเด็กแต่ละคนมีความคิด และจินตนาการทั้งที่แตกต่างกัน และเหมือนกัน ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงต้องมีการคัดเลือกเอาเฉพาะความคิด หรือความต้องการที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ซึ่งคุณวรรณวิมล ธาระเขตต์ โปรดิิวส์เซอร์ของรายการ ได้กล่าวว่า

“ จุดหมายที่เด็กเขียนเข้ามาจะซ้ำ ๆ เรื่องกัน คือ หลายคนอยากเป็นนักแสดง อยากเป็นพิธีกร อยากเป็นนักร้อง แดนเซอร์ อยากไปดูเบื้องหลังกองถ่าย แต่ว่าโดย Concept ของรายการนี้ เรื่องที่จะเลือกนี้เด็กได้ประโยชน์ เช่น อย่างเด็กอยากจะทำอาชีพนี้เป็นยังไง อย่างน้อยเค้าเตรียมตัวได้สำหรับอนาคตชีวิตเค้า ก็ฟาสต์ฟู้ดก็พาให้เด็กแข็งแรง ศิลปวัฒนธรรมไทย แล้วก็กีฬาแปลก ๆ เรื่องอะไรที่น่าดูเกี่ยวกับเกษตร หรืออะไรอย่างนี้ ” (วรรณวิมล ธาระเขตต์, สัมภาษณ์)

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าเนื้อหาของรายการแต่ละครั้งมักเป็นเรื่องราวที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวม ถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องที่ไม่ได้อยู่ในความสนใจของเด็กอีกหลายคน แต่เมื่อได้ชมรายการแล้วก็จะได้รับความรู้จากเนื้อหาที่น่าสนใจ และเป็นความรู้ที่หลากหลาย

หรือรูปแบบการนำเสนอของรายการเจ้าขุนทอง ที่ออกมาในลักษณะของการขีดหุ่นนั้น จากการศึกษ พบว่า เนื่องมาจากการคำนึงถึงธรรมชาติของบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็ก ที่กำหนดอายุต่ำสุดไว้เพียงแค่ 3 ขวบ ซึ่งยังเป็นเด็กที่เล็กมาก จึงต้องหาวิธีที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของเด็กให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากบุคลากรส่วนหนึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้โดยตรงทางด้านจิตวิทยาของเด็ก จึงสามารถที่จะกำหนดรูปแบบของรายการให้มีความน่าสนใจ และเข้าถึงความต้องการของเด็กได้เป็นอย่างดี

“ การนำเสนอรายการโทรทัศน์มีมากมายหลายแบบ แต่สิ่งที่จะเสนอกับเด็กให้ดูดี นั้น จึงคิดกันว่าน่าจะทำแบบ Animation คือ การทำให้ภาพนั้นเคลื่อนไหว คือ การใช้หุ่น เพราะว่าเด็กจะรักหุ่นมาก ธรรมชาติของเด็ก คือ การที่เห็นอะไรเป็นรูปธรรม และเด็กจะฝังจิตฝังใจ โอเดียนี่มาจากธรรมชาติของเด็กจะชอบดูการ์ตูน หุ่น ซึ่งเป็น Animation อย่างหนึ่ง ซึ่งการ์ตูนจะใช้ทุนสูงมาก หุ่นจึงมีความเป็นไปได้ในการผลิต โดยการใช้หุ่นเป็นตัวสื่อ เป็นตัวแทนให้เด็กซึมซับภาษาไทยโดยไม่รู้ตัว ” (ศ.เฉลิมพล ดาวเรือง, สัมภาษณ์)

หรือเนื้อหาในช่วงมุขศิลป์ของรายการที่นี้มีเพื่อน ที่กำหนดขึ้นโดยคุณอรพรรณ วัชรพล ผู้ซึ่งมีพื้นฐานความรู้ในเรื่องจิตวิทยาเกี่ยวกับเด็ก ทำให้เข้าใจในธรรมชาติความต้องการ และความสนใจของเด็ก ดังข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับจากผู้ผลิตรายการว่า

“ พี่นิตเค้าคิดว่า อะไรที่ใกล้ตัวเด็กมากที่สุด อะไรที่เค้าสนใจที่สุด อย่างแรกเลย เด็กถ้าพอที่จะรู้เรื่อง เค้าชอบที่จะเอาดินสอมาวาดโนนวาดนี่ คือ พี่นิตค่อนข้างที่จะรู้เรื่องเด็กมาก เค้าจะบอกเลยว่า แม้กระทั่งเด็กที่ไม่รู้ ก ไก่ ข ไข่ แต่ถ้าเด็กจับปากกาเด็กจะลากเส้นอะไรไปเรื่อย นี่เป็นธรรมชาติของเด็ก นอกจากนี้ ยังได้ปรึกษากับอาจารย์หลาย ๆ ท่าน ก็บอกว่าสิ่งที่ใกล้ตัวเด็ก และสิ่งที่เด็กสนใจมากที่สุดต้องเป็นเรื่องของสัตว์ ต้องเป็นเรื่องของความน่ารัก ความแปลกใหม่สนุกสนาน และสิ่งที่พูดมาทั้งหมดก็คือ ศิลปะ ”  
(คุณไชยวัฒน์ เหลืองจรียากุล, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังมีการให้ความสำคัญกับความต้องการ และความสนใจของเด็กที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของรายการในลักษณะของการสำรวจ และการสังเกต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงรายการ โดยผู้ผลิตรายการซูเปอร์จิ๋วได้ให้ข้อมูลว่า

“ คือเราจะมีการสำรวจความคิดเห็นของเด็ก ๆ คือ เด็ก ๆ เนี่ยชอบดูมายากลอยู่แล้ว เวลาที่เราไปจัดการแสดงที่ไหนก็แบบว่าจะมีมายากลไปด้วย เป็นตลกเป็นอะไรไปโชว์ แล้วแบบเด็กจะมุงจะให้ความสนใจ เราก็เลยคิดว่าอยากจะทำช่วงซูเปอร์เมจิกขึ้นมา..... ช่วงซูเปอร์สปอตนี้มีคนสนใจมากโดยเฉพาะเด็กผู้ชายจะค่อนข้างสนใจมากกว่าเด็กผู้หญิง เพราะว่าในปัจจุบันกีฬาฟุตบอลเริ่มระบาดไปถึงเด็กนักเรียนประถมเล่นกันเยอะ ช่วงนี้ก็มีคนให้ความสนใจเยอะ..... ช่วงจิตรกรรุ่นจิ๋วเนี่ย ถ้าเทียบแล้วช่วงนี้น่าจะเป็นช่วงที่มี Feedback ตอบรับจากเด็กมากที่สุด มาในลักษณะจดหมาย ” (คุณนพาร์ มนต์พล, สัมภาษณ์)

#### ผู้สนับสนุนรายการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ผลิตรายการให้ความสำคัญมากอีกปัจจัยหนึ่ง ได้แก่ ผู้ให้การสนับสนุนรายการ เพราะมีผลโดยตรงต่อการผลิตรายการ เนื่องจากเป็นแหล่งรายการที่สำคัญที่จะเป็นทุนในการผลิตรายการได้ต่อไป ซึ่งแต่ละบริษัทต่างก็พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นรายการที่หาผู้สนับสนุนรายการได้ยากเต็มที่

เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก ซึ่งไม่มีกำลังในการซื้อสินค้ามากนัก อีกทั้งยังเป็นรายการที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมในการติดตามรับชมมากนัก รวมไปถึงเด็กซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการเอง ก็ไม่ได้ให้ความสนใจในการรับชมอย่างเต็มที่

นอกจากนี้ ผู้สนับสนุนรายการ ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ค่อนข้างมาก โดยสามารถเข้าไปมีส่วนในการกำหนดรูปแบบ และเนื้อหาของรายการได้ทุกประเภท โดยเฉพาะรายการที่มีจุดมุ่งหมายในการผลิตเพื่อรายได้และผลกำไรเข้าสู่บริษัท อาทิ รายการประเภทเกมโชว์ และทอล์คโชว์ รวมทั้งรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับผู้ใหญ่

ส่วนรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็กที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ พบว่าผู้ผลิตรายการยังให้ความสำคัญของผู้สนับสนุนรายการ ในฐานะที่เป็นแหล่งเงินทุนในการผลิตรายการอยู่เหมือนเดิม แต่จะมีความแตกต่างกันระหว่างผู้ผลิตรายการของแต่ละบริษัท ในแง่ของระดับการยินยอมให้บริษัทโฆษณาสินค้าซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการ เข้ามามีอิทธิพลหรือมีส่วนในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการในลักษณะต่าง ๆ เป็นต้นว่า ป้ายโฆษณาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในฉากของรายการ หรือการเปิดรายการในแต่ละช่วง หรือการตั้งชื่อช่วงการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละช่วงให้สอดคล้องกับชื่อของสินค้าที่สนับสนุนรายการ เช่น “ช่วงตะลุยต่างแดนกับตุ้มตาม” ในรายการกล้าคิดกล้าทำ

รวมถึงการเข้าไปกำหนดเนื้อหาของรายการให้สอดคล้องกับสินค้าของตน อาทิ “ช่วงพลังสู่ความสำเร็จ” ในรายการอัศวินน้อย ที่มีผลิตภัณฑ์ไมโลเป็นผู้สนับสนุนรายการ และได้กำหนดเนื้อหาของรายการให้เรื่องเกี่ยวกับกีฬา และที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ การแต่งกายของนางฟ้าต่าย ซึ่งเป็นพิธีกรประจำช่วง ที่โดยปกติจะต้องสวมชุดนางฟ้า แต่กลับสวมเสื้อกีฬาที่มีสัญลักษณ์ คำว่า ไมโล แทน เนื่องจากผู้สนับสนุนรายการเป็นสิ่งที่ทีมงานผู้ผลิตรายการ ต้องให้ความสำคัญค่อนข้างมาก โดยผู้วิจัยได้รับการยืนยันจากโปรดิวเซอร์ของรายการอัศวินน้อยว่า

“ การทำรายการต้องคำนึงถึงลูกค้าด้วย ต้องตอบใจหทัยของลูกค้าด้วย เช่น ถามว่าจะเอาสินค้าของลูกค้าเข้ามาเล่นเกมได้มั๊ย ก็ต้องตอบว่าได้ ซึ่งต้องคำนึงถึงลูกค้าด้วยในการทำรายการ เพราะแม้ว่ารูปแบบเนื้อหาจะดี แต่ถ้าไม่มีลูกค้าซื้อก็อยู่ไม่ได้ แต่ก็ไม่อยู่ในกรอบที่น่าเกลียดเกินไป ” (คุณจักรี บุรพาธานินทร์, สัมภาษณ์)

หรือ “ช่วงถนนปลอดภัย” ในรายการกล้าคิดกล้าทำ ที่มีบริษัท เอสพีซูชิ จำกัด ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์เป็นผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งเนื้อหาที่น่าเสนอจะมีความเกี่ยวข้องกับตรงตัวสินค้า และสาระความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าโดยตรง คือ การขับขี่รถจักรยานยนต์บนท้องถนนในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน รวมถึงกฎจราจร ข้อบังคับระเบียบ และข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ เวลาขับขี่รถจักรยานยนต์ ซึ่งรูปแบบในการนำเสนอที่ใช้เป็นคอมพิวเตอร์กราฟฟิคนั้น เป็นการแสดงถึงความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยีของบริษัทผู้ผลิตสินค้า และถือเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กับผู้รับชมรายการ

แต่เมื่อพิจารณาถึงเนื้อหาที่น่าเสนอแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของรายการที่เป็นเด็กเล็กเท่าที่ควร ถึงแม้รูปแบบการนำเสนอที่เป็นคอมพิวเตอร์กราฟฟิค ซึ่งเป็นภาพที่สามารถเคลื่อนไหวได้เหมือนจริง จะสามารถดึงดูดความสนใจได้บ้างก็ตาม แต่ภาษาที่ใช้ รวมถึงเนื้อหาสาระที่น่าเสนอออกมา น่าจะเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่มากกว่า เพราะถึงแม้เด็กวัยรุ่นที่อยู่ในวัยที่สามารถขับขี่รถจักรยานยนต์ได้แล้ว ก็อาจไม่ให้ความสนใจกับสาระที่น่าเสนอก็ได้ ซึ่งในเรื่องนี้ผู้ผลิตรายการเองก็มีความคิดเห็นเช่นเดียวกับผู้วิจัย

นอกจากนี้ยังมีบางรายการที่แทรกอยู่ในระหว่างการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละช่วง เช่น ช่วงครอบครัวซูเปอร์จิว ในรายการซูเปอร์จิว ที่มีการสนับสนุนให้เด็กที่รับชมรายการ และทุกคนในครอบครัวรับประทานผักและผลไม้ และมีการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผัก และผลไม้ชนิดต่าง ๆ ที่มีต่อสุขภาพร่างกาย เนื่องจากผู้สนับสนุนรายการในช่วงดังกล่าว ได้แก่ น้ำผักผลไม้รวมตรายูนิฟ

หรือในช่วงคิดดีเกสต์ ของรายการคิดดีแคท ที่มีคนแต่งตัวเป็นมนุษย์ต่างดาวใช้ชื่อว่า กัปตันบลูสมาร์ทตี้ ออกมามอบของที่ระลึกให้กับแขกรับเชิญที่มาร่วมรายการ เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์บลูสมาร์ทตี้ ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการในช่วงดังกล่าว ซึ่งบางครั้งทำให้เกิดภาพที่ขัดแย้งกันในเนื้อหาของรายการ เช่น ตอนที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการเซ็ดหุ่นละครเล็ก ซึ่งเป็นศิลปวัฒนธรรมของไทย ซึ่งขัดแย้งกับภาพลักษณ์ของกัปตันบลูสมาร์ทตี้ ที่ดูเป็นต่างประเทศ



## เหตุการณ์ในสังคม

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของแต่ละรายการ ได้แก่ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงเทศกาลสำคัญในระหว่างปี เพราะผู้ผลิตรายการทุกรายการต่างก็ใช้เป็นแหล่งข้อมูล ในการหยิบยกเอาวันสำคัญต่าง ๆ ในรอบปี รวมถึงเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นในสังคมมานำเสนอเพื่อให้เด็กผู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ทั้งหลาย อาทิ วันสงกรานต์ วันพ่อ วันแม่ วันคริสต์มาส และวันขึ้นปีใหม่ ส่วนเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ปรากฏเป็นเนื้อหาในรายการที่พบจากการศึกษา ได้แก่ สถานการณ์เกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งส่งผลให้แต่ละรายการ มุ่งเน้นที่จะปลูกฝังให้เด็กมีพฤติกรรมที่ประหยัดในทุก ๆ เรื่อง

การหยิบยกเอาเทศกาลประจำปีมานำเสนอเป็นเนื้อหาของรายการ เป็นเสมือนการทำงานประจำของผู้ผลิตรายการ ที่สามารถวางแผนการล่วงหน้าได้ว่าจะนำเสนอเนื้อหาอะไร

## สถาบันต่าง ๆ ในสังคม

จากการศึกษารายการพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับสถาบันต่าง ๆ ในสังคมนั้น เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตรายการด้วยเช่นกัน แต่จะมีเฉพาะบางรายการเท่านั้น ซึ่งมักจะออกมาในรูปของการขอความร่วมมือในการเผยแพร่สาระความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อเด็ก และสังคม หรือเกิดจากการที่ทางรายการเห็นความสำคัญสถาบันต่าง ๆ ที่จัดกิจกรรมขึ้น จึงได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหารายการ เช่น ในช่วงโรงเรียนของเรา ของรายการกล้าคิดกล้าทำ และช่วงบอกข่าวเล่าเรื่อง ของรายการที่มีเพื่อน ที่มีการนำเสนอโครงการปฏิรูปการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ และมีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาที่เหมือนกัน คือ นำเสนอในรูปแบบสารคดี แต่เนื้อหาการนำเสนอมีความแตกต่างกัน

ทั้งหมดนี้ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบ และมีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบ และเนื้อหาของรายการ โดยมีทั้งปัจจัยที่ส่งเสริมให้รูปแบบและเนื้อหาของรายการมีความน่าสนใจ และสามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรผู้ผลิต ในขณะที่เดียวกัน บางปัจจัยก็ส่ง

ผลกระทบในลักษณะที่เป็นข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ผู้ผลิตรายการไม่มีอิสระทั้งทาง  
ความคิด และการกระทำในการที่จะนำเสนอสิ่งที่เป็นความตั้งใจที่แท้จริงของตนเองได้



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย