

บทที่ 4

กระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

ในบทนี้ เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ และรูปแบบการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีโทรทัศน์จำนวน 3 รายการดังนี้

1. รายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในรูปของการโฆษณา (advertising) ได้แก่ รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ของ บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด
2. รายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในรูปของการสนับสนุนรายการ (sponsorship) แบ่งออกเป็น

2.1 รายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในรูปของการสนับสนุนรายการโดยหน่วยงานของรัฐ (state sponsorship) ได้แก่ รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” ของ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด

2.2 รายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทธุรกิจเอกชน (corporate sponsorship) ได้แก่ รายการ “ประหยัดพลังงานกับMr.Unocal” ของบริษัท พาโนราม่า ดอคคิวเม้นทารี จำกัด

ข้อมูลทั้งหมดที่นำมาเสนอนั้น ผู้วิจัยได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ โครงการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ข้อกำหนดการจ้างผลิตรายการของผู้อุปถัมภ์รายการ และเทปวีดิทัศน์รายการสารคดีโทรทัศน์ประกอบกัน โดยแบ่งประเด็นในการนำเสนอข้อมูลออกเป็น

1. การวางแผนผลิตรายการ (production planning)

- ความเป็นมาของรายการ
- วัตถุประสงค์รายการ
- ประเด็นหลักที่นำเสนอในรายการ
- กลุ่มเป้าหมาย
- ชื่อรายการ
- ช่องทางออกอากาศ
- เวลาในการออกอากาศ
- ความยาวรายการ
- จำนวนตอนในการผลิต
- งบประมาณในการผลิต

2. ก่อนการผลิตรายการ (pre-production)

- การสร้างสรรค์ไต่เต้ลรายการ
- การสร้างสรรค์ไต่เต้ลทำรายการ
- เรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอน
- แหล่งข้อมูล
- การเขียนบท และการตั้งชื่อตอน

3. การผลิตรายการ (production)

- การถ่ายทำ
- การสัมภาษณ์
- ผู้ดำเนินรายการ

4. หลังการผลิตรายการ (post-production)

- การตัดต่อ
- การลงเสียงบรรยาย
- การเลือกเสียงประกอบ
- การเลือกเพลงประกอบ
- การทำกราฟฟิก
- การบันทึกเทป

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณา

รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เป็นรายการที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในรูปแบบของการโฆษณาในช่วงค้นรายการโดยบริษัท ปาใหญ่ ครีเอชัน จำกัด ได้ทำสัญญาซื้อเวลากับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ในระบบการจัดสรรเวลาโฆษณา (sharing time) รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” นั้นมีเนื้อที่โฆษณาช่วงค้นรายการตลอดทั้งรายการรวม 3 นาทีจึงมีเวลาลงโฆษณาที่บริษัทฯ หามาได้ประมาณ 1 นาที 30 วินาทีในแต่ละตอน นอกจากนั้น จะเป็นโฆษณาที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. หามาลง อัตราค่าโฆษณาในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ที่บริษัท ปาใหญ่ ครีเอชัน จำกัด กำหนดไว้คือ 85,000 บาทต่อนาที ซึ่งสปอตโฆษณาของผู้โฆษณาจะมีความยาวเพียง 15 หรือ 30 วินาทีเท่านั้น และไม่มีการแพร่ภาพออกอากาศซ้ำในแต่ละตอน การซื้อเนื้อที่โฆษณาในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” แบ่งออกเป็น

1) การซื้อเนื้อที่โฆษณาแบบประจำ

ผู้โฆษณาทำสัญญาซื้อเนื้อที่โฆษณาครั้งรายการในระยะยาวคือ 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี โดยระบุจำนวนสล็อตที่ต้องการโฆษณาในแต่ละตอนไว้ล่วงหน้า ผู้โฆษณาที่ซื้อเนื้อที่โฆษณาแบบประจำ หรือผู้โฆษณาหลักนี้ ในช่วงเริ่มแรกของการผลิตรายการ มีจำนวนเพียง 2 รายคือ บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด และมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ สำหรับปัจจุบันหรือในช่วงเดือน มกราคม – มิถุนายน พ.ศ.2541 ผู้โฆษณาหลักของรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีจำนวน 8 รายได้แก่

- บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
- เครื่องดื่มชูปไก่สกัด ตรา สก็อต
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

2) การซื้อเนื้อที่โฆษณาแบบชั่วคราว

ผู้โฆษณาทำสัญญาซื้อเนื้อที่สล็อตโฆษณาเฉพาะบางตอน โดยระบุจำนวนสล็อตและจำนวนตอนที่ต้องการโฆษณาในระยะสั้น ในแต่ละตอนจะมีผู้โฆษณาชั่วคราวประมาณ 1 – 2 ราย สำหรับผู้โฆษณาชั่วคราวของรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ในช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน พ.ศ.2541 ได้แก่

- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
- นิตยสารคุณหญิง
- ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว ตรา กูลิโกะ เป็นต้น

นอกจากผู้โฆษณาหลักในช่วงครั้งรายการ รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ยังมีการเสนอเนื้อที่โฆษณาให้กับผู้โฆษณาหลักในระหว่างการนำเสนอรายการอีกด้วย ผู้โฆษณาในระหว่างการนำเสนอรายการนั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1) การกล่าวถึงชื่อบริษัท สินค้า หรือบริการของผู้โฆษณาหลักเนื้อที่รายการช่วงหลังโฆษณาแต่ละเบรค


2) การซื้อเนื้อที่โฆษณาช่วงท้ายรายการ

ดังที่ คุณสุริยนต์ จงลีพันธ์ ผู้ผลิตรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” กล่าวว่า


“...นอกจากผู้โฆษณาในช่วงค้นรายการแล้ว ยังมีแบบที่ต้องกล่าวชื่อในรายการ อีก 2 แบบ 1. คือช่วงต่างๆ ก็จะพูดว่า ช่วงนี้สนับสนุนรายการโดยคนนี้ ส่วนนี้จะเป็นของผู้โฆษณาที่ชื่อประจำ เป็นของแถม 2. คือบางคนจะชื่อเป็นช่วง นี้จะได้ช่วงทำรายการที่ใส่เข้ามา อย่างเช่น มีช่วงกิจกรรมทำรายการต่างๆ ...”

การกล่าวถึงผู้อุปถัมภ์รายการในระหว่างการนำเสนอรายการนั้น เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2539 ซึ่งมีการแบ่งเนื้อหารายการออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงลูกทุ่ง ช่วงลูกกรุง และช่วงสดใสทำรายการ

- ช่วงลูกทุ่ง

ภาพ	เสียง
<p>- กราฟฟิกเครื่องหมายการค้าน้ำมันบางจาก</p>  <p>- กราฟฟิกเครื่องหมายการค้ารถยนต์โตโยต้า</p> <p>ภาพจากโฆษณารถยนต์โตโยต้า ไฮลักซ์ ไมตี้เอ็กซ์ (TOYOTA Hilux Mighty X)</p> <p>กราฟฟิกคำขวัญ “นี่แหละ สไตล์เรา”</p>  <p>- ภาพจากโฆษณาน้ำดื่มตราสิงห์</p> 	<p>ผู้บรรยาย “ ช่วงลูกทุ่ง สนับสนุนโดยน้ำมันบางจาก</p> <p>โตโยต้า</p> <p>บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด”</p>

- ช่วงลูกกรุง

ภาพ	เสียง
<p data-bbox="288 444 848 482">- ภาพจากโฆษณาบัตร ATM กรุงไทย (3 shot)</p> 	<p data-bbox="942 384 1392 482">ผู้บรรยาย “ ช่วงลูกกรุง สนับสนุนโดยธนาคารกรุงไทย ”</p>

- ช่วง “สดสัทำยรายการ”

ช่วงสดสัทำยรายการ จะเป็นช่วงสำหรับชักชวนให้ผู้ชมรายการ เขียนเรื่องในหัวข้อที่กำหนด เพื่อรับรางวัลจากทางรายการ ไม่มีการกล่าวถึงผู้โฆษณาหลักอย่างสม่ำเสมอเช่นเดียวกับช่วงอื่น ยกเว้นในกรณีที่เป็นของรางวัลจากผู้อุปถัมภ์รายการเท่านั้น

ในปี พ.ศ. 2540 รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ได้ยกเลิกการแบ่งเนื้อหารายการออกเป็น 3 ช่วง และได้กลับมานำเสนอเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกันเป็นตอนเดียวเช่นเดิม อย่างไรก็ตาม ในระหว่างการนำเสนอเนื้อหารายการยังมีการกล่าวถึงผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งเป็นผู้โฆษณาหลักในรายการดังนี้

- หลังโฆษณาเบรคที่ 1

ภาพ	เสียง
<ul style="list-style-type: none"> - กราฟฟิคเครื่องหมายการค้าน้ำมันบางจาก - กราฟฟิคเครื่องหมายการค้ารถยนต์โตโยต้า ภาพจากโฆษณารถยนต์โตโยต้า ไฮลักซ์ ไมตี้เอ็กซ์ (TOYOTA Hilux Mighty X) กราฟฟิคคำขวัญ “นี่แหละ สไตล์เรา” - ภาพจากโฆษณาน้ำดื่มตราสิงห์ (กราฟฟิคคนดื่มหยดน้ำข้างขวด) 	<p>ผู้บรรยาย “ สนับสนุนโดย</p> <p>น้ำมันบางจาก</p> <p>TOYOTA</p> <p>บริษัท บุญรอด บริเวอรี่ จำกัด ”</p>

- หลังโฆษณาเบรคที่ 2

ภาพ	เสียง
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพจากโฆษณาบัตร VISA กรุงไทย (3 shot) 	<p>ผู้บรรยาย “ สนับสนุนโดย</p> <p>ธนาคารกรุงไทย ”</p>

สำหรับในปี พ.ศ. 2541 มีการกล่าวถึงผู้อุปถัมภ์รายการ พร้อมนำเสนอกราฟฟิคสัญลักษณ์องค์กรเพิ่มขึ้นหลังโฆษณาเบรคที่ 2 อีก 1 ราย คือ ละครเวทีเรื่องประเทศไทย สำหรับกระบวนการผลิตรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีดังนี้

1. การวางแผนผลิตรายการ

- ความเป็นมาของรายการ

รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เกิดจาก การที่ บริษัท แอซีฟิค อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด มีช่วงเวลาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สำหรับรายการความยาว 30 นาที ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล กรรมการบริหารบริษัท แอซีฟิค อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ในสมัยนั้นจึงได้มอบหน้าที่สร้างสรรค์และผลิตรายการในช่วงเวลาออกอากาศดังกล่าว ให้กับคุณ สุรียนต์ จอห์นสัน และคุณนิรมล เมธีสุวกุล ซึ่งเป็นผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ของบริษัทฯ และเนื่องจากผู้ผลิตรายการต้องการถ่ายทอดประสบการณ์ที่พบระหว่างการเดินทางไปยังรูปแบบรายการ

ประเภทสารคดี ประกอบกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกำลังเติบโตอย่างเต็มที่ รายการสารคดีสิ่งแวดล้อม “ทุ่งหญ้าป่าใหญ่” จึงเกิดขึ้น และมีระยะเวลาในการออกอากาศเพียง 6 เดือนเท่านั้น ต่อมาในปี พ.ศ.2534 คุณสุรียนต์ จงสิทธิ์ คุณนิรมล เมธีสุวรรณ และคุณยุพา เพชรฤทธิ์ ได้รวมกันก่อตั้งบริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด ขึ้น และได้นำแนวคิดของรายการ “ทุ่งหญ้าป่าใหญ่” มาผลิตขึ้นอีกครั้ง โดยเปลี่ยนชื่อรายการเป็น “ทุ่งแสงตะวัน”

- วัตถุประสงค์ของรายการ

รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความรักในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการถ่ายทอดวิถีชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะชาวชนบท ที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการอยู่ร่วมกันกับสิ่งแวดล้อมอย่างกลมกลืน

- กลุ่มเป้าหมาย

ในช่วงแรกเริ่มของการผลิตรายการ กลุ่มเป้าหมายหลักในการผลิตรายการคือเด็ก ในปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายถูกขยายให้กว้างขึ้นเป็นทุกคนในครอบครัว เนื่องจากเนื้อหาในบางตอนยังคงเป็นเรื่องยากของเด็กที่จะทำความเข้าใจเพียงลำพัง นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นทุกคนในครอบครัวยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว และช่วยให้เด็กเกิดความเข้าใจได้ในเวลาเดียวกัน

- ประเด็นหลักที่นำเสนอในรายการ

นำเสนอเรื่องราวของเด็กโดยเฉพาะเด็กชนบทที่มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยอาจสอดแทรกประเด็นทางวัฒนธรรมในบางตอน

- ชื่อรายการ

สำหรับชื่อรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เกิดจากทีมงานผู้ผลิตรายการต้องการเปลี่ยนชื่อรายการ “ทุ่งหญ้าป่าใหญ่” ให้มีกลิ่นอายของความเป็นเด็กมากขึ้น เนื่องจากคำว่า “ป่า” นั้นค่อนข้างสื่อถึงผู้ใหญ่ที่แข็งแรง ชื่อรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” จึงเกิดขึ้นด้วยความเห็นพ้องต้องกันว่าคำว่า “ทุ่ง” บ่งบอกลักษณะของความเป็นเด็กที่รักสนุก คลุกคลีใกล้ชิดกับธรรมชาติ ส่วนคำว่า “ตะวัน” หมายถึง ดวงอาทิตย์ ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของชีวิต

- ช่องทางออกอากาศ

รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เคยออกอากาศที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ในปี พ.ศ. 2534 – 2535 หลังจากนั้น ย้ายมาออกอากาศที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 จนถึงปัจจุบัน

- เวลาในการออกอากาศ

รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีการเปลี่ยนแปลงเวลาในการออกอากาศหลายครั้ง และไม่มีการบันทึกไว้ ปัจจุบัน ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 7.30 – 8.00 น.

- ความยาวรายการ
30 นาที
- จำนวนตอนในการผลิต
52 ตอนต่อปี
- งบประมาณในการผลิต

ค่าใช้จ่ายหลักในการผลิตรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" คือ เพลงประกอบที่ผลิตขึ้น โดยเฉพาะในแต่ละตอน และเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการสำรวจสถานที่ถ่ายทำเบื้องต้น และการถ่ายทำของแต่ละตอนมีความแตกต่างกันอย่างยิ่ง การวางงบประมาณจึงเป็นไปในลักษณะเฉลี่ยโดยไม่มีการระบุตัวเลขเพื่อจำกัดงบประมาณของแต่ละตอนไว้ล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม งบประมาณในการผลิตรายการ 1 ตอนนั้น จะอยู่ในช่วงระหว่าง 100,000 – 105,000 บาท

2. ก่อนการผลิตรายการ

- การสร้างสรรค์ไตเติ้ลรายการ

รายการ "ทุ่งแสงตะวัน" มีการเปลี่ยนแปลงไตเติ้ลรายการ 3 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ไตเติ้ลถ่ายทำจากภาพสไลด์ (slide) เป็นหลัก

ช่วงที่ 2 ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เป็นภาพจากเทปโทรทัศน์ที่ได้จากการถ่ายทำมาตัดต่อเป็นไตเติ้ลรายการ มีการเปลี่ยนภาพทุก 1 – 2 ปี

ช่วงที่ 3 เปลี่ยนแปลงในช่วงปี พ.ศ. 2541 ไตเติ้ลเป็นการนำตุ๊กตาไม้มาถ่ายภาพ ตัดต่อให้มีการเคลื่อนไหว (animation) และใช้มาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนั้น รายการ "ทุ่งแสงตะวัน" ยังมีการเปลี่ยนแปลงไตเติ้ลรายการทุกต้นปี

อีกด้วย องค์ประกอบของไตเติ้ลรายการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 1) เพลงประจำรายการ
- 2) ภาพ
- 3) การซ้อนตัวอักษร (super impose)

1) เพลงประจำรายการ

เพลง “ทุ่งแสงตะวัน” เป็นเพลงประจำรายการเพลงเดี่ยวตั้งแต่การออกอากาศครั้งแรก จนถึงปัจจุบัน ผลิตโดย บริษัท กะทิกะลา จำกัด ดังนี้

เพลง ทุ่งแสงตะวัน

เนื้อร้อง ศุ บุญเลี้ยง

ทำนอง นิมิตร จิตรานนท์

“ เรานัดกัน จับมือกัน ไปด้วยกัน ตามหาฝันอันรื่นรมย์
 แอบบินตามนกบิน แอบปลอมเป็นก้อนหิน แปลงร่างเป็นแมลงจักจั่น
 ถ้าอยากจะเป็นก็ป็น แต่เราต้องมีพลัง ต้องเสริมกำลัง ด้วยการร้องเพลง
 เด็กชนจนเทวดา บนฟ้ายังกลัวใจ ส่งดาวประกายสดใส ไว้ในใจเด็ก
 หากหัวใจยังงาม ถ้าฟ้าครามยังมี เรามี ทุ่งแสงตะวัน
 คำคืนมีดาว เขามีตะวัน ตราบใดโลกนี้คนหวานฝัน ดาวสดใส เด็กสวยงาม ”

2) ภาพ

จากการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาพในไตเติ้ลรายการ คุณสุริยนต์ จงสิทธิ์ ได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับภาพที่ถูกลำเสนอในไตเติ้ลรายการไว้ว่า

“...ภาพในไตเติ้ลรายการ จะเป็นตัวบอกแนวคิดรวบยอดของรายการ บอกเนื้อหาที่เรานำเสนอ คือ เป็นเรื่องของเด็ก และวิถีชีวิตชนบทครับ...”

จากการวิเคราะห์เทปวีดีทัศน์ในการวิจัยพบว่า ทุกไตเติ้ลรายการจะมีภาพของเด็ก อาทิ เด็กกับเพื่อน เด็กกับพี่น้อง เด็กกับสัตว์ เด็กกับต้นไม้ เด็กกับโบราณสถาน เด็กกับของเล่น เด็กกับพิธีกรรมในท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนั้น ยังมีพระอาทิตย์ และผู้ดำเนินรายการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในไตเติ้ลอีกส่วนหนึ่งด้วย

ลักษณะเด่นของภาพที่ถูกลำเสนอในไตเติ้ลรายการ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละปีมีดังนี้

พ.ศ. 2534 ภาพในไตเติ้ลรายการ 1 ใน 3 เป็นภาพหนึ่งของเด็กชนบท
 ธรรมชาติ ผู้ดำเนินรายการ และพระอาทิตย์ 2 ใน 3 เป็น
 ภาพเคลื่อนไหว

พ.ศ. 2535 (เหมือน พ.ศ. 2534)

- พ.ศ. 2536 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นภาพเคลื่อนไหวทั้งหมด เน้นการนำเสนอภาพของเด็กชนบท ธรรมชาติ พระอาทิตย์ โดยไม่มีผู้ดำเนินรายการ
- พ.ศ. 2537 นำเสนอภาพผู้ดำเนินรายการอีกครั้ง และยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน สำหรับปี พ.ศ. 2537 นี้ มีภาพของชาวบ้านที่เป็นผู้ใหญ่เป็นครั้งแรก
- พ.ศ. 2538 ไม่มีภาพของชาวบ้านที่เป็นผู้ใหญ่อีกต่อไป และมีการนำเสนอภาพเด็กกับโบราณสถาน แทนมิติทางศิลปวัฒนธรรม
- พ.ศ. 2539 มีการเปลี่ยนแปลงภาพให้เข้ากับเนื้อหารายการ ที่ถูกแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงลูกทุ่ง ช่วงลูกกรุง และช่วงสดใสทำรายการ โดยนำเสนอภาพเด็กชนบทครึ่งหนึ่ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นเด็กในเมือง
- พ.ศ. 2540 เนื้อหารายการที่แบ่งออกเป็น ช่วงลูกทุ่ง ช่วงลูกกรุง และช่วงสดใสทำรายการได้ถูกปรับกลับมาเป็นตอนเดี่ยวเช่นเดิม ภาพในไตเติ้ลจึงมีทั้งภาพเด็กในเมืองและเด็กชนบทที่ต่างก็มีวิถีชีวิตผูกพันอยู่กับธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น
- พ.ศ. 2541 (เหมือน พ.ศ. 2541)

3) การซ่อนตัวอักษร

ในการสัมภาษณ์ประเด็นที่เกี่ยวกับลักษณะการซ่อนตัวอักษรในไตเติ้ลรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" คุณสุริยนต์ จงสิทธิ์ ได้กล่าวถึงการซ่อนตัวอักษรในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการว่า

"...โฆษณาในรายการเรามี 2 แบบ คือ 1.แบบประจำ ถือเป็นโฆษณาลึกในรายการ ทำสัญญากันระยะยาว 3 เดือน 6 เดือน 2.แบบชั่วคราว เข้ามาบางตอนแล้วก็เลิกไป ในไตเติ้ลจะขึ้นเฉพาะโฆษณาลึกเท่านั้น..."

จากการจากการวิเคราะห์เทปวิดีโอทัศน์ในการวิจัยพบว่าการซ่อนตัวอักษรในไตเติ้ลในรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1) สถานีโทรทัศน์

2) ชื่อรายการ “ พุงแสงตะวัน ”

3) ผู้ผลิตรายการ คือ ชื่อบริษัทผลิตรายการ และทีมงานที่เกี่ยวข้อง

4) ผู้อุปถัมภ์รายการ คือ ชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลัก

โดยมีผู้ผลิตและผู้โฆษณาหลัก ดังนี้

- พ.ศ. 2534
- บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด
 - มุลนิธิสื่อสร้างสรรค์ สนับสนุน
 - สุรียนต์ จงลีพันธ์ ควบคุมการผลิต
 - นิรมล เมธีสุวกุล ดำเนินรายการ
บทโทรทัศน์
 - บริษัท ดี อายส์ จำกัด สนับสนุนไตเติ้ล
- พ.ศ. 2535
- (เหมือน พ.ศ. 2534)
- พ.ศ. 2536
- สุรียนต์ จงลีพันธ์ ควบคุมการผลิต
 - นิรมล เมธีสุวกุล บทโทรทัศน์
ดำเนินรายการ
- (ไม่มีการช้อนตัวอักษรชื่อผู้อุปถัมภ์รายการ)
- พ.ศ. 2537
- บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด
 - บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 - สุรียนต์ จงลีพันธ์ ค้นพบ
 - นิรมล เมธีสุวกุล ดูแล
- พ.ศ.2538
- บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 - ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ตรา เวิร์ลพูล
 - สุรียนต์ จงลีพันธ์ ค้นพบ
 - นิรมล เมธีสุวกุล ดูแล
- พ.ศ. 2539
- สุรียนต์ จงลีพันธ์ ค้นพบ
 - นิรมล เมธีสุวกุล บอกล่าและดูแล
 - บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

- บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
(ชื่อผู้อุปถัมภ์รายการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ที่ท้ายไตเติ้ลรายการ)
- พ.ศ. 2540 - (เหมือน พ.ศ.2539)
- พ.ศ. 2541 - (เหมือน พ.ศ. 2540 และเพิ่มผู้อุปถัมภ์รายการหลักอีก 1 รายคือ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย)
- การสร้างสรรค์ไตเติ้ลท้ายรายการ
องค์ประกอบของ ไตเติ้ลท้ายรายการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่
 - 1) เพลงปิดท้ายรายการ
 - 2) ภาพ
 - 3) การช้อนตัวอักษร

เพลงปิดท้ายรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” คือ เพลงประจำรายการ ซึ่งในบางตอนนำเพียงทำนองมาประกอบเท่านั้น สำหรับภาพในช่วงไตเติ้ลท้ายรายการนี้ นอกจากจะเป็นภาพที่ใช้ในไตเติ้ลรายการแล้ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา ยังมีการนำเสนอภาพ ตัวอย่างของรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ในสัปดาห์หน้าเป็นช่วงสั้นๆ อีกด้วย สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในช่วงไตเติ้ลท้ายรายการ คือ การช้อนตัวอักษรนั่นเอง

จากการจากการวิเคราะห์เทปวีดิทัศน์ในการวิจัยพบว่า การช้อนตัวอักษรในไตเติ้ลท้ายรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

- 1) ขอขอบคุณ คือ การแสดงความขอบคุณ ด้วยการขึ้นตัวอักษรชื่อบุคคลและองค์กรซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการ และผู้เอื้อเพื่อสถานที่ถ่ายทำ
 - 2) ผู้อุปถัมภ์รายการ คือ ชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลัก
 - 3) ผู้ผลิตรายการ คือ ชื่อและที่อยู่ของบริษัทผลิตรายการ
- ดังนี้

- พ.ศ. 2534 - ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เอื้อเพื่อสถานที่ถ่ายทำ)
- ผลิตโดย ปาใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด
- พ.ศ. 2535 - ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เอื้อเพื่อสถานที่ถ่ายทำ)

- ผลิตโดย บ.ป่าใหญ่ ครีเอชัน จำกัด
อาคาร พี.เค. ลาดพร้าว 35/2 กทม. 10310
- พ.ศ. 2536
- ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เอื้อเพื่อ
สถานที่ถ่ายทำ)
 - ผลิตโดย ป่าใหญ่ ครีเอชัน สามแยกลาดพร้าว
ตู้ ปณ.25 กรุงเทพฯ 10901
โทร. 513-1990-8 ต่อ 306
- พ.ศ. 2537
- ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการ และผู้เอื้อเพื่อ
สถานที่ถ่ายทำ)
 - บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด
 - บริษัท นูญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 - ผลิตโดย ป่าใหญ่ ครีเอชัน
ตู้ ปณ.๒๕ สามแยกลาดพร้าว กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๑
โทร. ๕๑๓-๑๙๙๐-๘ ต่อ ๓๐๖
- พ.ศ. 2538
- ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เอื้อเพื่อ
สถานที่ถ่ายทำ)
 - บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท นูญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 - ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ตรา เวิร์ลพูล
 - ป่าใหญ่ ครีเอชัน
ตู้ ปณ.๒๕ สามแยกลาดพร้าว กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๑
โทร. ๕๑๓-๑๙๙๐-๘ ต่อ ๓๐๖
- พ.ศ. 2539
- ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เอื้อเพื่อ
สถานที่ถ่ายทำ)

สถานที่ถ่ายทำ)

- บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 - ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - เครื่องครัวสแตนเลส ตรา นกนางนวล
 - ซุปไก่สกัด ตรา สก็อต
 - ป่าใหญ่ ศรีเอชเอ็น
- ตู้ ปณ.25 สามแยกลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10901
โทร. 4131990-8 ต่อ 303

พ.ศ. 2540

- ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เชื้อเพื่อ
สถานที่ถ่ายทำ)
 - บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
 - บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
 - ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - เครื่องครัวสแตนเลส ตรา นกนางนวล
 - ซุปไก่สกัด ตรา สก็อต
 - บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
 - ป่าใหญ่ ศรีเอชเอ็น
- ตู้ ปณ.25 สามแยกลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10901
โทร. 4131990-8 ต่อ 303

พ.ศ. 2541

- ขอขอบคุณ
(บุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการและผู้เชื้อเพื่อ
สถานที่ถ่ายทำ)
- บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด
- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
- ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

- ชูปโก้สก็ด ตรา สก็อต
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
- ปาใหญ่ ครีเอชั่น

ตู้ ปณ.25 สามแยกลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10901

โทร. 4131990-8 ต่อ 303

ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลัก
ในไตเติ้ลรายการและไตเติ้ลท้ายรายการ "ทุ่งแสงตะวัน"



บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด



บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด



บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด



ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)



เครื่องครัวสแตนเลส ตรา นกนางนวล



ชูปโก้สก็ด ตรา สก็อต

- เรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอน
ประเด็นหรือเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอนนั้น ทีมงานฝ่ายผลิตรายการมีการ

ประชุมวางแผนการผลิตรายการครั้งใหญ่ทุกปลายปี การประชุมทุก 3 เดือน การประชุมรายเดือน และการประชุมเฉพาะตอน เรื่องที่จะนำเสนอมักเป็นเรื่องที่วางแผนไว้ล่วงหน้าตั้งแต่ปีก่อน ซึ่งยังไม่ได้ถ่ายทำเรื่องจากปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ เช่น ฤดูกาล การเลือกเรื่องเป็นการระดมความคิดของทีมงานฝ่ายผลิตร่วมกันโดยมีผู้ผลิตรายการทำหน้าที่ควบคุมแก่น (theme) ของเนื้อหาที่จะนำเสนอ สำหรับเรื่องที่จะนำเสนอในบางตอนก็เป็นเรื่องที่เกิดจากความต้องการของผู้โฆษณาหลัก ซึ่งต้องการใช้รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขององค์กร

- แหล่งข้อมูล

ฝ่ายข้อมูล มีหน้าที่รับผิดชอบในการหาข้อมูลร่วมกับผู้เขียนบท ข้อมูลส่วนใหญ่จะไดมาจากชาวบ้านในท้องถิ่น ในขณะที่ลงพื้นที่สำรวจสถานที่ถ่ายทำ

- การเขียนบท และการตั้งชื่อตอน

ผู้เขียนบท มีหน้าที่รับผิดชอบบทรายการในแต่ละตอน รวมไปถึงการตั้งชื่อตอน

3. การผลิตรายการ

- การถ่ายทำ

ในการถ่ายทำรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” นั้น จำเป็นต้องมีการสำรวจสถานที่ถ่ายทำล่วงหน้าเพื่อเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ประกอบฉาก และทำความเข้าใจกับผู้ร่วมรายการก่อนจะยกกองถ่ายไปถ่ายทำ สำหรับในช่วงแรกของการผลิตรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” คือ ระหว่าง ปี พ.ศ. 2534 – 2538 นั้น ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องออกกองถ่ายทำร่วมกับผู้เขียนบทและผู้ดำเนินรายการเพื่อกำกับรายการและกำกับการแสดง ปัจจุบันการถ่ายทำจะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของผู้เขียนบทที่จะกำกับช่างภาพและผู้ดำเนินรายการโดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นที่ปรึกษา ผู้ผลิตรายการได้กำหนดให้มีการออกไปถ่ายทำโดยเฉลี่ย 2 ครั้ง (trip) ต่อเดือน การออกกองถ่าย 1 ครั้งจำเป็นต้องนำมาตัดต่อออกอากาศได้ 2 ตอนหรือ 2 เรื่อง

สิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยงในการถ่ายทำก็คือ เครื่องหมายการค้า ยี่ห้อสินค้า และโฆษณาตามสถานที่ถ่ายทำ หรือเครื่องแต่งกายของผู้ร่วมรายการ นอกจากนี้ ในการถ่ายทำ ยังต้องหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมและสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะนำเสนออีกด้วย เนื่องจากแนวคิดรวบยอด (concept) ของรายการเน้นไปที่ความงดงามของธรรมชาติและวิถีการดำรงชีวิต

สำหรับการถ่ายทำในสถานที่ของผู้โฆษณานั้น มีเฉพาะกรณีที่ผู้โฆษณหลักได้ดำเนินโครงการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเท่านั้นคือ โครงการปลูกป่าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โครงการห้องเรียนสีเขียวของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต และโครงการดูนกของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด ส่วนผู้โฆษณหลักรายอื่น อาทิ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ จำกัด, บริษัทบุญรอด บริวเวอรี่

จำกัด, ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ฯลฯ ไม่มีการถ่ายทำ การถ่ายทำในสถานที่ของผู้โฆษณา เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้โฆษณาที่ต้องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กร โดยการแจ้งความประสงค์มายังบริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชัน จำกัด ดังที่คุณสุริยนต์ จงสิทธิ์ ผู้ผลิตรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" กล่าวว่า

“... การถ่ายทำในสถานที่ของผู้โฆษณาหลักนี้ เขาเป็นคนโทร.มาบอกว่า ให้ไปถ่ายทำโครงการของเขา แต่เราก็มีส่วนตัดสินใจว่าจะไปหรือไม่ไป เท่าที่มีแจ้งมา เรายังไม่เคยปฏิเสธเลย เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดรวบยอดของรายการทั้งสิ้น อาจเป็นเพราะผู้โฆษณาเข้าใจแนวคิดของรายการเราด้วย...”

- การสัมภาษณ์

ผู้ร่วมรายการที่ให้การสัมภาษณ์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่จะนำเสนอ ส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก ผู้ผลิตรายการได้กำหนดลักษณะของเด็กไว้ ดังนี้

- 1) ผู้เขียนบทต้องเลือกเด็กที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการนำเสนอ เช่น หากต้องการเด็กมาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำนาก็ต้องเป็นเด็กที่ต้องดำเนินชีวิตจริง
- 2) เด็กจะต้องมีบุคลิกที่เป็นธรรมชาติ กล่าวพูด กล่าวคุย
- 3) หากเลือกเด็กที่มีลักษณะทางกายภาพเป็นเอกลักษณ์ เช่น ฟันหลอ หัวล้าน ผมงุก จะทำให้รายการมีชีวิตชีวาน่าสนใจมากขึ้น
- 4) เด็กที่มาให้สัมภาษณ์ในรายการ ควรมีตัวเอกอยู่อย่างน้อย 1 คน
- 5) เด็กที่เป็นตัวเอกน่าจะมีเพื่อน หรือพี่น้องอีก 2 – 3 คน เพราะธรรมชาติของเด็กต้องมีพรรคพวก ถึงจะกล้าและสนุก

นอกจากนั้น ยังมีผู้ร่วมรายการที่เป็นผู้ใหญ่มาให้สัมภาษณ์อีกด้วยในกรณีจำเป็น ผู้ใหญ่เหล่านี้ มักเป็นพ่อแม่ ผู้ใหญ่บ้าน หรือเจ้าหน้าที่ ซึ่งผู้ผลิตรายการก็ได้กำหนดไว้ว่าต้องเป็นผู้ที่มีหน้าที่ตามที่น่าเสนอจริง เช่น การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ขณะนำเที่ยวป่าก็ต้องเป็นเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า นั้นจริง

- ผู้ดำเนินรายการ

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ดำเนินรายการนี้ เกิดขึ้นในขณะที่สร้างสรรค์รายการ “ทุ่งหญ้าป่าใหญ่” ที่ต้องการให้มีผู้ใหญ่สักคนหนึ่งพาผู้ชมไปดูชีวิตความเป็นอยู่ของเด็กๆ ในชนบท รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีผู้ดำเนินรายการเพียงคน คือ คุณนิรมล เมธีสุวกุล

4. หลังการผลิตรายการ

- การติดต่อ

ส่วนใหญ่ภาพที่ใช้ในการติดต่อ และเทคนิคพิเศษ (special effect) นั้น จะกำหนด

(u-matic) ด้วยตนเอง ในปี พ.ศ. 2536 - ปัจจุบัน ช่างตัดต่อจะทำหน้าที่ตัดต่อภาพและเสียงในระบบเบต้า (beta) โดยผู้ผลิตรายการได้กำหนดไว้ว่ารายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เป็นสารคดีที่เด็กสามารถเข้าใจได้ง่าย การตัดต่อจึงต้องเรียบง่าย และใช้เทคนิคพิเศษที่ไม่พลิกแพลงมากนัก

- การลงเสียงบรรยาย

เสียงบรรยายในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” นั้น เป็นเสียงของผู้ดำเนินรายการ คือ คุณนิรมล เมธีสุวกุล

- การเลือกเสียงประกอบ

ผู้ผลิตรายการได้กำหนดไว้ว่าเสียงประกอบในรายการนั้น จะเน้นเสียงธรรมชาติในสถานที่ถ่ายทำจริง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการเก็บเสียงธรรมชาติอย่างละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนการถ่ายทำ

- การเลือกเพลงประกอบ

เนื้อร้องและทำนองของเพลงประกอบในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” นั้น ผลิตโดยบริษัท กะทิกะลา จำกัด ตั้งแต่ช่วงแรกของการผลิตรายการจนถึงปัจจุบัน การสร้างสรรค์เพลงประกอบเฉพาะตอนที่ต้องสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะนำเสนอนี้ ใช้เวลา 2 – 3 วัน หรือเพียงวันเดียวในบางครั้ง การสร้างสรรค์เพลงประกอบบางตอน มีนักแต่งเพลงรับเชิญรวมอยู่ด้วย อาทิ คุณศักดิ์ศิริ มีสมสืบ, คุณพวงมณี บุญยธรรมมา, คุณขุน วงดาววัน ฯลฯ

- การทำกราฟฟิก

รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีการทำกราฟฟิกในลักษณะภาพซ้อนตัวอักษร (super impose) แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงไตเติ้ลรายการ คือ ชื่อรายการ ทีมงานผลิตรายการ ผู้โฆษณาหลักในรายการ และที่ปรึกษารายการ

ช่วงที่ 2 ช่วงเนื่อหารายการ คือ ชื่อตอน สถานที่ถ่ายทำ ชื่อผู้ร่วมรายการ ชื่อรายการ

ช่วงที่ 3 ช่วงไตเติ้ลท้ายรายการ คือ ชื่อตอนที่นำเสนอในสัปดาห์หน้า ขอบคุณผู้ร่วมรายการ ผู้โฆษณาหลักในรายการ ชื่อและที่อยู่บริษัทผลิตรายการ

- การบันทึกเทป

เมื่อตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ช่างตัดต่อจะบันทึกเทปวิดีโอในระบบ beta 2 ม้วน ม้วนที่ 1 Master Edit จะแยกช่องเสียง 2 ช่อง (channel) ออกเป็น เสียงบรรยาย 1 ช่อง เสียงสัมภาษณ์หรือเสียงธรรมชาติอีก 1 ช่อง โดยไม่มีการลงเสียงเพลงประกอบ

ม้วนที่ 2 Master On Air เป็นเทปวีดิทัศน์ที่จะส่งออกอากาศ โดยมีการผสมเสียง (mix) เพลงประกอบเข้าไปด้วย

เทปวีดิทัศน์ที่เก็บในห้องสมุดเทปในแต่ละตอนจะมีการเก็บไว้ 2 ม้วนคือ Master Edit และ Master On Air ดังกล่าว

การบันทึกเทปวีดิทัศน์ รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ไม่จำเป็นต้องส่งให้กับผู้โฆษณาในรายการแต่อย่างใด แต่ในช่วงเวลาที่ผ่านมาก็มีผู้โฆษณารายย่อยบางรายที่ต้องการให้ทางบริษัทส่งเทปวีดิทัศน์ในระบบวีเอชเอส (VHS) ซึ่งบันทึกจากโทรทัศน์ไปให้ เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันว่าได้ส่งออกอากาศโฆษณาจริงตามสัญญา

- การส่งตรวจ

การตรวจจบรายการ และเทปวีดิทัศน์ที่จะออกอากาศนั้น จะมีการตรวจสอบก่อนภายในบริษัท โดยคุณนิรมล เมธีสุวกุล ซึ่งในกรณีที่ไม่อยู่ในบริษัท คุณสุรียนต์ จงสิทธิ์จะเป็นผู้ตรวจสอบแทน ผู้โฆษณาในรายการจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตรวจสอบจบรายการหรือเทปวีดิทัศน์แต่อย่างใด เมื่อเทปวีดิทัศน์ถูกส่งไปยังสถานีโทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์จะตรวจสอบอีกครั้ง

กระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการ

1) การสนับสนุนรายการโดยหน่วยงานของรัฐ

รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” เป็นรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในรูปของการสนับสนุนรายการโดยรัฐคือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

สำหรับกระบวนการผลิตรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” มีดังนี้

1. การวางแผนผลิตรายการ

- ความเป็นมาของรายการ

รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” เป็นรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโรงงาน กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เนื่องจากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมได้ประสบกับอุปสรรคสำคัญคือ กระแสการต่อต้านจากประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นความขัดแย้งอันเนื่องมาจากการให้และการรับรู้ข่าวสารเพื่อทำความเข้าใจ อีกส่วน

หนึ่งมาจากความขัดแย้งในแง่ของผลประโยชน์และการแย่งชิงทรัพยากร แผนการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมนี้ มีการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์หลายช่องทางได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ วีดิทัศน์ การนำเสนอด้วยคอมพิวเตอร์ (computer presentation) ร่วมกับกิจกรรมพิเศษ อาทิ การจัดนิทรรศการ การสัมมนา

- วัตถุประสงค์ของรายการ

รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” มีวัตถุประสงค์เดียวกันกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมคือ

1) เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจในเรื่องการกำจัดสารพิษ

2) เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการป้องกันสารพิษ และความสำคัญในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

3) เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจและเชื่อมั่นในการดำเนินการกำจัดกากอุตสาหกรรมของสำนักงานพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโรงงาน

4) เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความปลอดภัยของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้ในการกำจัดกากอุตสาหกรรม

5) เพื่อสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบร่วมกันในเรื่องของการกำจัดสารพิษ

- กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” นั้น เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกันกับที่ระบุไว้ในเอกสารประมวลงานแผนการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมตั้งแต่แรกเริ่มเช่นกัน คือ

1) ประชาชนในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

2) ประชาชนโดยทั่วไป

3) สื่อมวลชนทุกแขนง

4) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม และส่วนราชการอื่นๆ

- ประเด็นหลักที่นำเสนอในรายการ

นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการขยะอันตราย (hazardous waste) ตั้งแต่ความหมาย ที่มา ผลกระทบต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม การจัดการบำบัดและฝังกลบอย่างถูกวิธี

- ชื่อรายการ

บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชันส์ จำกัด ได้ซื้อเวลาออกอากาศจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในปี พ.ศ. 2539 (และต่อสัญญาในปี พ.ศ. 2540) เป็นเวลา 5 วัน ใน 1 สัปดาห์ คือ วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 12.30 – 12.32 น. โดยแจ้งชื่อรายการ “เปิดโลกทัศน์” กับทางสถานีฯ เนื่องจากสื่อความหมายถึงรายการประเภทสาระความรู้ในนัยกว้าง

ในการประมูลงานแผนการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมนั้น สัญญาระบุว่าจำเป็นต้องมีการออกอากาศรายการสารคดีโทรทัศน์ความยาว 2 นาที เดือนละไม่ต่ำกว่า 8 ตอน หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน บริษัทฯ จึงได้แบ่งวันออกอากาศรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลาดังกล่าว ออกเป็น 3 รายการ คือ

- 1) เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม ออกอากาศ วันจันทร์ และพุธ
- 2) เปิดโลกทัศน์ ซีพีจรวดอุตสาหกรรม ออกอากาศ วันอังคาร และพฤหัสบดี
- 3) เปิดโลกทัศน์ เปิดโลก IT ออกอากาศ วันศุกร์

สำหรับชื่อรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” นี้ เป็นชื่อที่ระบุไว้ในเอกสารประมูลงานแผนการประชาสัมพันธ์โครงการฯ เสนอกรมโรงงานอุตสาหกรรมตั้งแต่แรกเริ่ม ความหมายของ “เปิดโลกทัศน์” ก็คือ การเปิดรับข้อมูลความรู้ใหม่ที่น่าสนใจ ส่วน “กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” นั้น กรอ.เป็นชื่อย่อของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งให้ความสำคัญในการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม

- ช่องทางออกอากาศ

ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

- เวลาในการออกอากาศ

รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” มีระยะเวลาในการออกอากาศ 10 เดือน คือตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2540 - กรกฎาคม พ.ศ.2541 เป็นช่วงเวลาเดียวกันกับระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมโดยออกอากาศทุกวันจันทร์และพุธ เวลา 12.30 – 12.32 น.

อย่างไรก็ตาม รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” ได้มีการเปลี่ยนแปลงวันในการออกอากาศหลายครั้ง เนื่องจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมต้องการเพียงให้มีการออกอากาศรายการสารคดีโทรทัศน์ความยาว 2 นาที เดือนละไม่ต่ำกว่า 8 ตอน หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน ดังนั้น ในบางเดือนที่การจัดตารางออกอากาศรายการในช่วงเวลาเดียวกันของบริษัทฯ ยังไม่ลงตัวนัก รายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” จึงออกอากาศเพิ่มขึ้นเป็น 3 ตอน ต่อ 1 สัปดาห์ ดังนี้

ตุลาคม	2540	ออกอากาศ	วันจันทร์, พุธ
พฤศจิกายน		ออกอากาศ	วันจันทร์, พุธ และศุกร์
ธันวาคม		ออกอากาศ	วันจันทร์, พุธ
มกราคม	2541	ออกอากาศ	วันจันทร์, พุธ และศุกร์
กุมภาพันธ์ – กรกฎาคม		ออกอากาศ	วันจันทร์, พุธ

นอกจากนั้น ในกรณีที่รายการ "เปิดโลกทัศน์ เปิดโลก IT" มีเวลาออกอากาศไม่เพียงพอตามสัญญา เนื่องจากทางสถานี ต้องออกอากาศรายการพิเศษ บางสัปดาห์ของเดือนพฤศจิกายนและมกราคมที่รายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม" ต้องออกอากาศวันจันทร์, พุธและศุกร์ ก็เหลือเพียงวันจันทร์และพุธเท่านั้น

- ความยาวรายการ
2 นาที
- จำนวนตอนในการผลิต
80 ตอน
- งบประมาณในการผลิต

สำหรับงบประมาณในการผลิตรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม" นั้น รวมอยู่ในงบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมที่ได้รับจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 9,838,050 บาท โดยรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม" ได้รับงบประมาณในการผลิตรายการและค่าเวลาในการออกอากาศ ประมาณ 40,000 บาท ต่อ 1 ตอน

2. ก่อนการผลิตรายการ

- การสร้างสรรค์ไต่เต็ลรายการ

สำหรับไต่เต็ลรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม" นั้น จำเป็นต้องมีการนำเสนอแนวคิดในการสร้างสรรค์ไต่เต็ลรายการ และผังการดำเนินเรื่อง (story board) ระบุไว้ในเอกสารประมาณงานแผนการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตั้งแต่แรกเริ่ม นอกจากนี้ ในช่วงระหว่างการประชุมเพื่อประมาณงานยังต้องมีการนำเสนอไต่เต็ลในรูปแบบของวิดิทัศน์ที่ผลิตขึ้นเป็นตัวอย่างอีกด้วยองค์ประกอบของไต่เต็ลรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม" แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 1) ภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ (computer animation : 3D)
- 2) การซ้อนตัวอักษร
- 3) เพลงประกอบ


กราฟิควิดีโอเคลื่อนไหวแบบการ์ตูนจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติใน ใต้เต็ลรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสิ่งแวดล้อม” นั้น เป็นรูปเปลือกโลกที่เป็ดออกและเป็ดลงแทนคำว่ “เป็ดโลกทัศน์” ภาพภวในลกเป็นภาพกระบวนการผลิตในโรงงนอุตสาหกรรมและมีภาพสิงแวดล้อมที่สะอวดสวยงามเป็นฉากหลัง (background) สำหรับการชื้อนตัวอักษรเป็นการชื้อนชื้อรายการ “เป็ดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสิ่งแวดล้อม” ส่วนเพลงประกอบเป็นเพลงบรรเลงจากแผ่นซีดี (CD : Compact Disc) เพลงประกอบที่ชื้อลิขสิทธิ์จากตัวแทนของต่งประเทศ

เนื่องจกใต้เต็ลตัวอย่างนี้ ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการโครงการฯ จึงเป็นใต้เต็ลที่ใช้ในรายการตั้งแต่วแรกเริ่ม จนกระทั่งสิ้นสุดโครงการฯ


- การสร้างสรรคใต้เต็ลทำยรายการ

รายการ “เป็ดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสิ่งแวดล้อม” มีการสร้างสรรคใต้เต็ลทำยรายการที่แตกต่งกันไปในแต่ละรูปแบบการนำเสนอตั้งนี้

1) การนำเสนอด้วยภาพประกอบเสียงบรรยาย

ภาพ	เสียง
<p>การชื้อนตัวอักษร</p> <ul style="list-style-type: none"> - “สนับสนุนโดย” - สัญลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการ - ชื้อผู้สนับสนุนรายการ “กรมโรงงนอุตสาหกรรม” - คำขวัญของผู้สนับสนุนรายการ “อุตสาหกรรมก้าวไกล พร้อมหวังโยสิงแวดล้อม” 	<p>ผู้บรรยาย “สนับสนุนโดยกรมโรงงนอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมก้าวไกล พร้อมหวังโยสิงแวดล้อม”</p>

3) การนำเสนอด้วยผู้ดำเนินรายการ (Mr.Clean) ร่วมกับภาพประกอบเสียงบรรยาย

ภาพ	เสียง
<p>การทำกราฟฟิคภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สัญลักษณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ จากอุตสาหกรรม คือ สัญลักษณ์ "อย่าทิ้งขยะอันตราย" <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> - การซ้อนตัวอักษร (เช่นเดียวกับไตเติ้ลปิดท้ายรายการ ที่นำเสนอด้วยภาพประกอบเสียงบรรยาย) 	<p>ดนตรีประกอบ</p> <p>ผู้บรรยาย "สนับสนุนโดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม อุตสาหกรรม ก้าวไกล พร้อมหัวใจสิ่งแวดล้อม"</p>

- เรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอน

เนื่องจากคณะกรรมการโครงการฯ กรมโรงงานอุตสาหกรรมลงความเห็นว่าเป็นประเด็นของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรมนั้น ยังเป็นประเด็นใหม่ที่มีความอ่อนไหว (sensitive) ต่อการรับรู้และเข้าใจของประชาชน ดังนั้น จึงได้เสนอให้บริษัทฯ ทำการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับของเสียอันตรายมาเป็นที่ปรึกษาทางด้านข้อมูลและประเด็นหลักที่จะนำเสนอในรายการโทรทัศน์และสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์อื่นๆ อย่างใกล้ชิด

ผู้ที่คณะกรรมการโครงการฯ ได้แนะนำให้บริษัทฯ ว่าจ้างมาเป็นที่ปรึกษาโครงการ จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม คือ อาจารย์ บุญยงค์ โล่ห์วงศ์วัฒน์ อดีตผู้อำนวยการสำนักงานบริการและกำจัดกากอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบันเป็น อาจารย์อาวุโสประจำภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับการกำหนดเรื่องที่จะนำเสนอ ในส่วนของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น เมื่อได้ข้อมูลที่เป็นเนื้อหาหลักจากที่ปรึกษารายการ ก็จะมีการประชุมกันระหว่างผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์กับผู้ผลิตรายการสารคดีวิทยุ เพื่อแตกประเด็นออกเป็นเรื่องที่จะนำเสนอในสารคดีโทรทัศน์ 2 ตอนและสารคดีวิทยุ 5 ตอนต่อสัปดาห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ชมและผู้ฟังรายการเข้าใจได้ง่ายขึ้น การวางแผนกำหนดเรื่องที่จะนำเสนอในรายการสารคดีโทรทัศน์และวิทยุนี้จะดำเนินไปพร้อมกัน มีการทำปฏิทินเรื่องที่จะออกอากาศล่วงหน้า แต่ยังไม่มีการกำหนดชื่อตอน

- แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลสำหรับการผลิตรายการในช่วง 2 สัปดาห์แรก มาจากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นคณะกรรมการโครงการฯ ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างบริษัทฯ กับ กรมโรงงานอุตสาหกรรมโดยตรง ได้แก่

- 1) การสัมภาษณ์ อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม
- 2) งานวิจัยเรื่อง "ศูนย์ฝังกลบขยะอันตราย จ.ราชบุรี" ของ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย (จัดจ้างโดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม)

- 3) บทความทางวิชาการ ของ นักวิชาการสังกัดกรมโรงงานอุตสาหกรรม

แหล่งข้อมูลเหล่านี้ นับว่าเป็นเพียง 10% ของข้อมูลทั้งหมดในรายการเท่านั้น

แหล่งข้อมูลในช่วงเวลาต่อมา หรือ 90% ของข้อมูลทั้งหมดในรายการ มาจาก อาจารย์บุญยงค์ โล่ห์วงศ์วัฒน์ ที่ปรึกษาโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

ทุกวันจันทร์ ที่ปรึกษารายการจะส่งโทรสารสารบัญและเนื้อหาที่เรียบเรียงขึ้นเพื่อใช้สอนผู้ผลิตรายการทุกคนในทีมงานประชาสัมพันธ์โครงการฯ ที่บริษัทฯ เพื่อให้ผู้ผลิตรายการทำความเข้าใจล่วงหน้าและเตรียมคำถามไว้สำหรับเนื้อหาที่ยังไม่เข้าใจ จากนั้น 1 วันในแต่ละสัปดาห์ ที่ปรึกษาโครงการฯ จะเข้ามาที่บริษัทฯ เพื่อบรรยายสรุปเนื้อหาเกี่ยวกับของเสียอันตรายทั้งหมดที่สอนกันอยู่ในภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม เนื้อหาหลักเหล่านี้มีทั้งหมด 14 บท หรือ 14 เรื่อง และในบทต่างๆ ทีมงานผู้ผลิตรายการจะเป็นฝ่ายเดินทางไปฟังและจดบันทึกการบรรยายจากที่ปรึกษาโครงการฯ ที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเข้าชมน้องปฏิบัติการของนิสิตปริญญาโทที่กำลังทำงานวิจัยเกี่ยวกับการบำบัดและกำจัดของเสียอันตรายอีกด้วย

- การเขียนบท และการตั้งชื่อตอน

ผู้ผลิตรายการจะทำหน้าที่เป็นคนเขียนบทด้วยตนเอง หลักในการเขียนบทรายการคือพยายามทำให้เรื่องที่เข้าใจยากกลายเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย

การเขียนบทรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอบ. รัชส์สิ่งแวดล่อม" แบ่งเป็น 4 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 เป็นช่วงการผลิตรายการ 5 ตอนแรก ที่ผู้ผลิตรายการไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับของเสียอันตรายเลย การเขียนบทจึงต้องอ้างอิงจากหนังสือและเอกสารของกรมโรงงานอุตสาหกรรมประเภทงานวิจัยและบทความทางวิชาการ เพื่อทำความเข้าใจทั้งกับผู้ผลิตรายการเองและกับผู้ชมว่าของเสียอันตรายแตกต่างจากขยะธรรมดาอย่างไรและอันตรายอย่างไร

ช่วงที่ 2 เป็นช่วงที่มีที่ปรึกษาโครงการฯ เป็นแหล่งข้อมูลในการผลิตรายการ การเขียนบทรายการจะเน้นหนักการให้ความรู้เกี่ยวกับของเสียอันตรายในเชิงทฤษฎี เช่น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์ฝังกลบของเสียอันตรายในเชิงทฤษฎีว่าศูนย์ฝังกลบที่ดีควรจะเป็นอย่างไร วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งศูนย์ฯ การเลือกทำเลแผนผังโครงสร้าง ฯลฯ

ช่วงที่ 3 เป็นช่วงที่ผู้ผลิตรายการ จะเขียนบทที่ค่อยๆ เชื่อมทฤษฎีเหล่านี้เข้ากับศูนย์บริการฯ ที่มีอยู่จริงในประเทศไทย เนื้อหาหลักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการบำบัดของเสีย และการฝังกลบในเชิงปฏิบัติ โดยมีจุดศูนย์กลางในการนำเสนออยู่ที่ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมดำ, ศูนย์ ฝังกลบ จ.ราชบุรี และเรื่องมวลชนสัมพันธ์เพื่อการสร้างศูนย์บริการฯ

ช่วงที่ 4 เป็นช่วงที่ข้อมูลทุกอย่างที่มีอยู่ถูกใช้นำเสนอไปแล้วทั้งหมด เนื่องจาก เรื่องการจัดการของเสียอันตรายนี้ แม้ต้องใช้เวลาในการศึกษาถึง 4 ปี แต่เมื่อถูกปรับมาเป็นบทโทรทัศน์ก็จำเป็นต้องตัดรายละเอียดเชิงเทคนิคทิ้งไปจึงมาถึงช่วงที่ไม่มีเรื่องที่จะนำเสนอได้อีก

ผู้ผลิตรายการมีความคิดว่า แม้รายการจะออกอากาศมาตลอด 7 เดือน แต่คงยังไม่มีใครได้ดูครบทุกตอน และสัญญาที่ทำไว้กับกรมโรงงาน อุตสาหกรรมก็ยังไม่สิ้นสุดการเขียนบทรายการในช่วงที่ 4 ผู้ผลิตรายการ จึงนำเอา Mr.Clean

ซึ่งเป็นตัวการ์ตูนในสารคดีวิทัศน์เกี่ยวกับของเสียอันตราย ที่
บริษัท ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการสัมมนา มาเป็นผู้ดำเนินรายการ

การเขียนบทในช่วงทำยนี้ ผู้ผลิตรายการได้นำข้อมูล
จากกรมโรงงาน อุตสาหกรรม ที่ปรึกษาโครงการฯ และข้อมูล
จากประสบการณ์ตรงในการผลิตรายการ 7 เดือนมาเขียนบท
ใหม่อีก 25 ตอน โดยลำดับเรื่องที่จะนำเสนอให้กระชับและมีส
ส่นน่าสนใจ ในช่วงนี้ บทรายการสารคดีวิทัศน์ก็เปลี่ยนวิธีการ
นำเสนอไปพร้อมกัน กลายเป็นบทสนทนาระหว่างนายช่างคิด
กับคุณสะอาดหรือ Mr.Clean นั่นเอง

สำหรับการตั้งชื่อตอนนั้น ผู้ผลิตรายการจะเป็นผู้ตั้งชื่อตนเอง โดยมีความ
พยายามที่จะตั้งชื่อที่ชวนให้ติดตามดู เนื่องจากเรื่องของเสียอันตรายนั้น แม้จะมีผลกระทบอย่าง
ร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อม แต่ก็ยังเป็นเรื่องที่คนทั่วไปคิดว่าไกลตัว เข้าใจยาก และไม่น่าสนใจ

3. การผลิตรายการ

- การถ่ายทำ

การถ่ายทำรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม" นั้น มีทั้งการถ่ายทำใน
สถานที่ (in-door) และการถ่ายทำนอกสถานที่ (out-door) การถ่ายทำก่อนเขียนบทและหลัง
เขียนบท สำหรับการใช้ภาพเก่า (stock – shot) นั้น มีไม่เกิน 10%

การถ่ายทำในช่วงแรกเกี่ยวกับ "ของเสียอันตรายคืออะไร" ต้องถ่ายทำไว้จำนวน
มาก เนื่องจากเป็นภาพหลักของรายการที่จะต้องใช้อีกหลายตอน อาทิ ถ่านไฟฉาย หลอด
ฟลูออเรสเซนต์ ยาฆ่าแมลง ซึ่งเป็นการสร้างฉากถ่ายทำกันในสถานที่ ส่วนภาพของเสียอันตราย
จากบิ๊มน้ำมัน ร้านถ่ายรูป และคลองบึงที่มีน้ำเน่าเสีย นั้น เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่คือ เดินทาง
ตระเวนไปถ่ายทำทั่วทั้งกรุงเทพฯ สำหรับกรณีมีสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าในภาพนั้น ไม่มีการ
งดเว้นหรือระมัดระวังมากนัก เพียงแต่ผู้ผลิตรายการกำหนดเงื่อนไขให้กับช่างภาพคือ จำเป็นต้อง
มีหลายยี่ห้อ อาทิ ถ้าเป็นการเก็บภาพหน้าร้านถ่ายรูปก็จำเป็นต้องมีทั้งร้านโกดัก ฟุจิ โคนิก้า ฯลฯ
เพื่อความเสมอภาค ภาพเครื่องหมายการค้าเหล่านี้ไม่เคยได้รับการท้วงติงจากผู้สนับสนุน
รายการ และจากสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

การถ่ายทำในระยะหลัง มีปลายทางในการออกกองถ่ายเป็นสถานที่เฉพาะคือ
ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรมแสมดำและศูนย์ฝังกลบ จ.ราชบุรี สถานที่เหล่านี้จะอยู่ใน
ความรับผิดชอบของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งให้สัมปทานกับบริษัทเอกชนดำเนินการ เนื่องจาก
บริษัทเอกชนที่รับสัมปทานไปนั้นเคยตกเป็นประเด็นวิพากษ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมาก่อน สถานที่

ดังกล่าวจึงมีการห้ามเข้าอย่างเข้มงวด การไปถ่ายทำในศูนย์ฯ เหล่านี้ จึงจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมไปด้วยเพื่ออำนวยความสะดวกในการถ่ายทำและกำกับภาพที่จะถ่ายทำไปพร้อมกัน

- การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ในรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม” มีอยู่น้อยครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นบุคลากรของกรมโรงงานอุตสาหกรรมนั่นเอง ผู้ที่เคยให้สัมภาษณ์ในรายการนั้น แบ่งออกเป็น

1. อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม
2. ผู้อำนวยการกองและผู้เชี่ยวชาญของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม
3. ประชาชนทั่วไป

การสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ จะเกิดขึ้นจากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ประสานงาน ซึ่งทำงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมโรงงานอุตสาหกรรม และอยู่ในคณะกรรมการโครงการฯ อีกด้วยการแนะนำจะเป็นไปในลักษณะที่ระบุแหล่งข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ว่า เรื่องที่จะนำเสนอ นั้นควรจะสัมภาษณ์บุคคลใด การสัมภาษณ์บุคลากรในกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรมนี้ ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องส่งโทรสารประเด็นในการสัมภาษณ์ล่วงหน้าไปก่อนเสมอว่ามีที่ข้ออะไรบ้าง

การสัมภาษณ์นั้นมีทั้งก่อนและหลังการเขียนบท ผู้ผลิตรายการต้องหยิบยก (quote) บทสัมภาษณ์เฉพาะที่สำคัญ ส่งโทรสารไปให้ที่ปรึกษาโครงการฯ หรือระบุประเด็นที่สัมภาษณ์มาให้ที่ปรึกษาโครงการฯ รับทราบ และให้คำปรึกษาสำหรับการเขียนบทต่อไป

แม้กรณีที่ผู้ผลิตรายการต้องการสัมภาษณ์ผู้ที่ไม่ใช่บุคลากรของกรมโรงงานอุตสาหกรรมหรือประชาชนทั่วไปก็ตาม ที่ปรึกษาโครงการฯ จะมีหน้าที่กั้นกรอง (screen) คำถามล่วงหน้า คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้นั้นจะต้องเป็นคำถามที่ไม่สร้างภาพลักษณ์ในเชิงลบให้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม หรืออาจนำไปสู่กรณีที่กระทบกระเทือนความสัมพันธ์ระหว่างกรมโรงงานอุตสาหกรรม กับหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐได้

- ผู้ดำเนินรายการ

ผู้ดำเนินรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม” นั้น ส่วนหนึ่งของการปรับรูปแบบการนำเสนอรายการในช่วงหลัง จำนวน 25 ตอน ซึ่งเปลี่ยนจากการลงเสียงบรรยายประกอบภาพมาเป็นการมีผู้ดำเนินรายการในรูปแบบกราฟิกภาพเคลื่อนไหวแบบการ์ตูนจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ (computer animation : 3D) ชื่อว่า “Mr.Clean” ซึ่งหัวเป็นรูปครึ่งวงกลมสวมหน้ากากวงรีสีแดง มีเสาอากาศสีเขียวบริเวณข้างหูขวา ลำตัวมีลักษณะเป็นถังสีเขียวเขียนคำว่า “Mr.Clean” แขนเป็นสปริงยืดหดได้ สวมถุงมือสีขาวและรองเท้ายางสีแดง



Mr. Clean

แนวคิดในการสร้างสรรค์ “Mr.Clean” นั้น เกิดขึ้นโดยผู้ผลิตสารคดีวีดิทัศน์ 15 นาที เพื่อใช้ประกอบการสัมมนาโครงการฯ รวมทั้งมอบให้กับหน่วยงานราชการและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม โดยต้องการให้ “Mr.Clean” เป็นตัวแทนของกรมโรงงานอุตสาหกรรม มีหน้าที่พิทักษ์สิ่งแวดล้อม และป้องกันพิษภัยจากของเสียอันตราย ดังที่คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ ผู้จัดการโครงการประชาสัมพันธ์การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมได้ให้สัมภาษณ์ถึงแนวคิดในการสร้างสรรค์ “Mr.Clean” ว่า

“...Mr.Clean เป็นตัวการ์ตูนที่ถูกสร้างมาให้เป็นตัวแทนของกรมโรงงานอุตสาหกรรม สื่อความหมายถึงการเป็นผู้คอยพิทักษ์ความสะอาด และคอยป้องกันอันตรายต่างๆ จากภาคอุตสาหกรรม นอกจากนั้น ยังใช้ในการผลิตวีดิทัศน์เพื่อการนำเสนอเรื่อง *ขยะอันตราย* เพื่อแจกจ่ายให้กับหน่วยงานราชการ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรม...”

4. หลังการผลิตรายการ

- การตัดต่อ

การตัดต่อรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสีสิ่งแวดล้อม” เป็นการตัดต่อในระบบเบต้าด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์วีเอ็ม (VM : Video Machine) โดยผู้ผลิตรายการจะทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายโดยลงเสียงบรรยายเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงเลือกภาพ วางภาพเรียงลงในจอคอมพิวเตอร์ เลือกเทคนิคพิเศษ (special effect) เลือกเพลงประกอบในท้ายที่สุด ส่วนช่วงตัดต่อจะทำหน้าที่ทางด้านเทคนิค อาทิ การบันทึกข้อมูลภาพ (digitize) จากวีดิทัศน์ในระบบเบต้าเป็นระบบคอมพิวเตอร์ การบันทึกเสียงบรรยาย การตัดต่อและวางเสียงบรรยาย การใส่เพลงประกอบ และการบันทึกการลงเทป

เมื่อบริษัทฯ มีที่ปรึกษาโครงการฯ คณะกรรมการโครงการฯ จะไม่สนใจตรวจจบรายการมากนัก แต่จะมุ่งตรวจสอบภาพที่ตัดต่อเพื่อออกอากาศมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 3 เดือนแรกของการผลิตรายการ คณะกรรมการโครงการฯ จะมีคำสั่งแก้ไขภาพบางภาพ อาทิ คนงานที่ไม่สวมถุงมือ ไม่มีผ้าปิดจมูก หลุมฝังกลบที่โดนฝนชะหน้าดินจนเห็นผ้าพลาสติก เป็นต้น

- การลงเสียงบรรยาย

เสียงบรรยายในรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม" เป็นเสียงของผู้ผลิตรายการคือ คุณเอกรินทร์ กววมงคล

- การเลือกเสียงประกอบ

ผู้ผลิตรายการเป็นผู้เลือกเสียงประกอบเอง โดยเสียงประกอบในรายการนั้น มีทั้งเสียงธรรมชาติในสถานที่ถ่ายทำจริง ที่จำเป็นต้องมีการเก็บเสียงธรรมชาติอย่างละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนการถ่ายทำ และเสียงประกอบจากแผ่นซีดีรวม (500 World's Greatest Sound-effects CD-ROM)

- การเลือกเพลงประกอบ

เสียงดนตรีในรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม" นั้น เป็นเพลงจากแผ่นซีดีเพลงประกอบที่ซื้อลิขสิทธิ์จากบริษัทตัวแทนของต่างประเทศ

- การทำกราฟฟิก (graphic)

รายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม" มีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ คือ

- 1) การนำเสนอด้วยภาพประกอบเสียงบรรยาย
- 2) การนำเสนอด้วยผู้ดำเนินรายการ (Mr.Clean) ร่วมกับภาพประกอบเสียงบรรยาย

สำหรับการทำกราฟฟิกในแต่ละช่วงของรายการนั้น มีความแตกต่างกันในแต่ละรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้

- 1) การนำเสนอด้วยภาพประกอบเสียงบรรยาย

ช่วงที่ 1 ช่วงไตเติ้ลรายการ มีการทำกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหวแบบการ์ตูน จากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ รูปเปลือกโลกที่เปิดออกและปิดลง แทนคำว่า "เปิดโลกทัศน์" ภายในโลกเป็นภาพกระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม และมีภาพสิ่งแวดล้อมที่สะอาดสวยงามเป็นฉากหลัง นอกจากนี้ ยังมีการทำกราฟฟิกในลักษณะของการซ้อนตัวอักษรชื่อรายการอีกด้วย

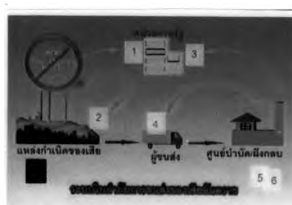
ช่วงที่ 2 ช่วงเนื้อหารายการ มีการทำกราฟฟิกในลักษณะของการซ้อนตัวอักษรคือ ชื่อตอน

ช่วงที่ 3 ช่วงไตเติ้ลท้ายรายการมีการทำกราฟฟิกในลักษณะของการซ้อนตัวอักษรชื่อผู้สนับสนุนรายการ และคำขวัญของผู้สนับสนุนรายการ

2) การนำเสนอด้วยผู้ดำเนินรายการ (Mr.Clean) ร่วมกับภาพประกอบเสียงบรรยาย

ช่วงที่ 1 ช่วงไตเติ้ลรายการมีการทำกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหวแบบการ์ตูน จากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ เพื่อใช้เป็นไตเติ้ลรายการ และการทำกราฟฟิกในลักษณะของการซ้อนตัวอักษรชื่อรายการเช่นเดิม

ช่วงที่ 2 ช่วงเนื้อหารายการมีการทำกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหวแบบการ์ตูน จากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ เพื่อใช้เป็นผู้ดำเนินรายการ ชื่อว่า "Mr.Clean" และกราฟฟิกสัญลักษณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เป็นคำว่า "อย่าทิ้งขยะอันตราย" หมุนไปมา นอกจากนี้ มีการทำกราฟฟิกในลักษณะของการซ้อน ตัวอักษรคือ ชื่อตอนและ ชื่อบริษัทผู้ผลิตรายการอีกด้วย



สัญลักษณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

ช่วงที่ 3 ช่วงไตเติ้ลท้ายรายการ มีการทำกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหวแบบการ์ตูน จากคอมพิวเตอร์ 3 มิติสัญลักษณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โครงการฯ คือ คำว่า "อย่าทิ้งขยะอันตราย" ค่อยๆ ปรากฏขึ้นมาทีละส่วน สำหรับการทำกราฟฟิกในลักษณะของการซ้อนตัวอักษรนั้น จะเป็นชื่อผู้สนับสนุนรายการ และคำขวัญของผู้สนับสนุนรายการเช่นเดิม

สำหรับคำขวัญที่ปรากฏอยู่ในช่วงท้ายรายการ ซึ่งมีข้อความว่า "อุตสาหกรรมก้าวไกล พร้อมห่วงใยสิ่งแวดล้อม" นั้น เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ได้ระบุไว้ในเอกสารประมาณงานแผนการประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมแต่แรกเริ่ม โดยเสนอคำขวัญไปหลายข้อความซึ่งข้อความข้างต้นได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการโครงการฯ ให้ใช้เป็นคำขวัญของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และคำขวัญประจำรายการที่จะปรากฏขึ้นพร้อมกับหรือตราประจำกรมโรงงานอุตสาหกรรมได้

- การบันทึกเทป

เมื่อตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ช่วงตัดต่อจะบันทึกเทปวีดิทัศน์ในระบบเบต้า 2 ม้วน ม้วนที่ 1 Master Edit เป็นการลงเสียงในระบบโมโน (mono) คือ ช่องเสียง (channel) ทั้ง 2 ช่องมีเสียงเหมือนกัน ทั้งเสียงบรรยาย เสียงสัมภาษณ์ เสียงประกอบ และเพลงประกอบ

ม้วนที่ 2 Master On Air เป็นการลงเสียงในระบบโมโนเช่นกัน เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาจากการเปิดเสียงออกอากาศเพียงช่องใดช่องหนึ่งของทางสถานีโทรทัศน์

นอกจากนั้น ช่วงตัดต่อยังต้องบันทึกเทปวีดิทัศน์ในระบบวีเอชเอส (VHS) อีก 1 ม้วน เพื่อใช้ส่งให้ เจ้าหน้าที่ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมตรวจสอบต่อไป

สำหรับเทปวีดิทัศน์แต่ละตอนที่เก็บไว้ในห้องสมุดเทปนั้น จะมีการร้อยเรียงต่อกันเป็นม้วน Master Edit ในระบบเบต้าทุกสิ้นเดือน ช่วงตัดต่อจะนำรายการของเดือนนั้นที่รวบรวมไว้ใน Master Edit มาบันทึกลงเทปอีกครั้ง เพื่อส่งมอบงานให้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตามที่ระบุไว้ในเอกสารสัญญา

- การส่งตรวจ

การตรวจสอบภายในบริษัทฯ ทั้งบรรณาธิการ และเทปวีดิทัศน์ที่จะส่งออกอากาศ เป็นไปอย่างไม่เข้มงวด เนื่องจากผู้จัดการโครงการ (project manager) ของบริษัทฯ ให้อำนาจการตัดสินใจเบื้องต้นกับผู้ผลิตรายการ และมีความไว้วางใจในการทำงานของผู้ผลิตรายการอยู่แต่เดิม

สำหรับการตรวจสอบโดยผู้สนับสนุนรายการ หรือกรมโรงงานอุตสาหกรรมนั้น ในช่วงแรกของการผลิตรายการมีการติดตามตรวจสอบทั้งบรรณาธิการและเทปวีดิทัศน์อย่างใกล้ชิด เมื่อผู้ผลิตรายการเขียนบทเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องส่งโทรสารบรรณาธิการพร้อมแบบฟอร์มขออนุมัติไปยังกรมโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบอนุมัติให้ถ่ายทำต่อไป

เมื่อผู้ผลิตรายการแก้ไขบรรณาธิการ ถ่ายทำ และตัดต่อ เรียบร้อยแล้ว ก็จำเป็นต้องส่งเทปวีดิทัศน์ในระบบวีเอชเอสให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบของกรมโรงงานอุตสาหกรรมอีกครั้ง เพื่อตรวจแก้ไขภาพ เมื่อมีการแก้ไขและได้รับการอนุมัติให้ออกอากาศ ผู้ผลิตรายการจึงจะสามารถส่งเทปวีดิทัศน์ในระบบเบต้าไปสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศได้

ในช่วงเวลาต่อมา ผู้สนับสนุนรายการได้กำหนดให้หน้าที่การตรวจบรรณาธิการ เป็นของที่ปรึกษาโครงการฯ โดยตรง ดังนั้น เมื่อผู้ผลิตรายการเขียนบทเสร็จเรียบร้อยแล้วก็ต้องส่งโทรสารบรรณาธิการพร้อมแบบฟอร์มขออนุมัติไปให้ที่ปรึกษาโครงการฯ ที่ปรึกษาโครงการฯ จะส่งโทรสารการแก้ไขบรรณาธิการพร้อมลายเซ็นอนุมัติกลับมา

เมื่อผู้ผลิตรายการแก้ไข บทรายการ ถ่ายทำ และตัดต่อเรียบร้อยแล้ว จะต้องส่งมอบงานให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังนี้

- 1) บทรายการชุดที่ที่ปรึกษาโครงการฯ ตรวจสอบแก้ไขด้วยลายมือ และเซ็นอนุมัติ
- 2) บทรายการที่พิมพ์แก้ไขแล้ว
- 3) เทปวีดีทัศน์รายการในระบบ VHS

หากเจ้าหน้าที่ตรวจสอบได้รับมอบงานเป็นเวลามากกว่า 3 วัน แต่ไม่มีการโทรศัพท์มาแก้ไขภาพและบทรายการ ผู้ผลิตรายการก็สามารถส่งเทปวีดีทัศน์รายการในระบบเบต้าให้กับสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศต่อไป

2) การสนับสนุนรายการโดยหน่วยงานของบริษัทธุรกิจเอกชน

รายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" เป็นรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่มีผู้อุปถัมภ์รายการ ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทธุรกิจเอกชน คือ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด

สำหรับกระบวนการผลิตรายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" มีดังนี้

1. การวางแผนผลิตรายการ

- ความเป็นมาของรายการ

รายการสารคดีโทรทัศน์ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" เกิดขึ้นจากความต้องการของ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทธุรกิจเอกชนตัวแทนจากสหรัฐอเมริกา ดำเนินกิจการขุดเจาะและผลิตก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทยเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าภายในประเทศ รวมไปถึงการส่งพลังงานในรูปก๊าซธรรมชาติให้กับการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยและบริษัท โทเทิล (ประเทศไทย) จำกัด การดำเนินการขุดเจาะก๊าซธรรมชาติของ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด นี้ ได้ตกเป็นประเด็นวิพากษ์ด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับมลพิษในรูปของน้ำเสียและอากาศเสีย ที่อาจทำลายระบบนิเวศทางทะเลกลางอ่าวไทย

บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด จึงต้องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแหล่งพลังงาน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยจัดการประมูลงานผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ขึ้น และได้ตกลงว่าจ้าง บริษัท พาโนรามา ดอคคิวเมนทารี่ จำกัด ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" และ "ทะเลสีคราม" ในท้ายที่สุด

- วัตถุประสงค์ของรายการ

รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” ได้มีการระบุวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการไว้ในเอกสารประมุขงานผลิตรายการตั้งแต่แรกเริ่ม ดังนี้

- 1) เพื่อนำเสนอสาระเกี่ยวกับความสูญเสียเปลืองด้านพลังงาน และแสดงให้เห็นแนวทางในการประหยัดพลังงาน
- 2) เพื่อสร้างจิตสำนึกในการทบทวนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของตนเองในหมู่ผู้ชม เพื่อการประหยัดพลังงาน

- กลุ่มเป้าหมาย

ในเอกสารประมุขงานผลิตรายการนั้น มีการระบุกลุ่มเป้าหมายไว้เพียงประชาชนทั่วไปเท่านั้น อย่างไรก็ตาม บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ต้องการเปลี่ยนแปลงผู้ดำเนินรายการ จากการบุคคลจริงเป็นตัวการ์ตูน เพื่อให้เด็กมีความสนใจมากขึ้น ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักในการผลิตรายการก็คือ เด็ก นั่นเอง

- ประเด็นหลักที่นำเสนอในรายการ

นำเสนอเรื่องราวของพฤติกรรมการใช้พลังงานรูปแบบต่างๆ อย่างสิ้นเปลือง ไม่ระมัดระวังที่สามารถส่งผลกระทบต่อการใช้พลังงานอย่างไม่มีคุณค่าต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ เพื่อให้ผู้ชมเห็นความสำคัญของปัญหาที่ถูกมองข้าม และทบทวนถึงพฤติกรรมของตนเอง โดยในเอกสารประมุขงาน ได้มีการระบุถึงประเด็นหลักที่จะนำเสนอในรายการนี้ว่า

“ Mr.Unocal เป็นรายการที่ไม่ต้องการบอกผู้ชมว่า ทำอย่างนี้ทำให้พลังงานเสียเปล่า ต้องทำอย่างนี้จึงจะไม่เสียพลังงาน แต่ Mr.Unocal ต้องการบอกผู้ชมว่า รู้ไหมว่า ความสูญเสียเปลืองที่ดูเหมือนเล็กน้อยนั้น แท้ที่จริงแล้วทำให้เกิดความสูญเสียเปลืองด้านพลังงานที่ต่อเนื่องอีกมากมาย ”

- ชื่อรายการ

บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ได้กำหนดให้ผู้ร่วมประมุขงานใช้คำว่า “ยูโนแคล” เป็นส่วนหนึ่งของชื่อรายการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานให้กับผู้สนับสนุนรายการ ในช่วงแรก บริษัท พาโนรามา ดอคคิวเมนทารี่ จำกัด ได้ตั้งชื่อรายการว่า “Mr.Unocal” เท่านั้น แต่ภายหลังจากการประชุมกันระหว่างบริษัทฯ กับผู้สนับสนุนรายการจึงได้มีการตกลงใช้ชื่อรายการว่า “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจแนวคิดรวบยอด (concept) ของรายการได้มากขึ้น

- ช่องทางออกอากาศ

รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีช่องทางออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เนื่องจาก บริษัท พาโนรามา ดอคคิวเมนทารี จำกัด มีเวลาออกอากาศหลังรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์นี้อยู่แต่เดิม

- เวลาในการออกอากาศ

รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีระยะเวลาในการออกอากาศ 12 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2541 โดยออกอากาศทุกวันจันทร์หลังข่าวภาคค่ำ เวลา 21.05 – 21.10 น.

- ความยาวรายการ

เนื่องจาก บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ต้องการเป็นผู้สนับสนุนรายการสารคดีโทรทัศน์ขนาดสั้น ที่ผู้ชมสามารถติดตามชมได้โดยเวลาไม่นานนัก ประกอบกับสภาวะทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเป็นผู้สนับสนุนรายการสารคดีขนาดยาวจึงได้กำหนดให้รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีความยาวรายการ 5 นาที

- จำนวนตอนในการผลิต

52 ตอน

- งบประมาณในการผลิต

บริษัท พาโนรามา ดอคคิวเมนทารี จำกัด มีอัตราเกี่ยวกับงบประมาณการผลิตรายการ สารคดีโทรทัศน์ 10,000 บาท ต่อ ความยาวรายการ 1 นาที ไม่รวมค่าเวลาออกอากาศ ดังนั้น รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” ซึ่งมีความยาวรายการ 5 นาที จึงได้รับงบประมาณในการผลิตจาก บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด 50,000 บาท ต่อ 1 ตอน สำหรับการเขียนบท ถ่ายทำ และตัดต่อรายการ

2. ก่อนการผลิตรายการ

- การสร้างสรรค์ไตเติ้ลรายการ

รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีการเปลี่ยนแปลงไตเติ้ลรายการ 2 ช่วงคือ

ช่วงที่ 1 ออกอากาศตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2541 เป็นภาพจากการถ่ายทำเทปโทรทัศน์มาตัดต่อเป็นไตเติ้ลรายการ ซึ่งผู้ผลิตรายการระบุว่า เป็นช่วงแรกที่ยังไม่เข้าใจความต้องการของ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด จึงได้ผลิตไตเติ้ลรายการที่ดูเคร่งขรึมจริงจัง โดยองค์ประกอบของไตเติ้ลรายการแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- 1) ภาพจากการถ่ายทำเทปโทรทัศน์
ใช้ภาพจากการถ่ายทำเทปโทรทัศน์เกี่ยวกับแหล่งพลังงานและการใช้พลังงาน คือ ดวงอาทิตย์ เชื้อน เสาไฟฟ้า รถยนต์ แท่นขุดเจาะน้ำมันกลางทะเล และวิศวกรบนแท่นขุดเจาะ
- 2) ภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ (computer animation : 3D)
สำหรับการทำกราฟฟิคภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิตินั้น มีการทำกราฟฟิครูปทรงกลมสีแดง และมีหมายเลข "76" ซึ่งเป็นค่าออกเทนของก๊าซธรรมชาติที่ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ผลิตได้และเป็นสัญลักษณ์ ของบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด อีกด้วยปรากฏซ่อนอยู่ในภาพแท่นขุดเจาะน้ำมันกลางทะเลและภาพวิศวกรบนแท่นขุดเจาะ หลังจากนั้น เป็นภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ "Mr.Unocal" ปิดท้าย
- 3) การซ่อนตัวอักษร
การซ่อนตัวอักษรมีเพียงชื่อรายการเท่านั้น
- 4) เพลงประกอบ
มีเสียงดนตรีบรรเลงเป็นเพลงประกอบไตเติ้ลรายการ

ช่วงที่ 2 ออกอากาศตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2541 เป็นการทำกราฟฟิคภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 2 มิติ (Computer Animation : 2D) คล้ายกับการวาดภาพการ์ตูน ตรงกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการที่ต้องการไตเติ้ลรายการที่ดูผ่อนคลายและมีชีวิตชีวา สำหรับองค์ประกอบของไตเติ้ลรายการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 1) ภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 2 มิติ
แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงภาพจากการถ่ายทำเทปโทรทัศน์ มาเป็นกราฟฟิคภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 2 มิติแล้วก็ตาม ภาพในไตเติ้ลรายการยังคงเป็นภาพเกี่ยวกับแหล่งพลังงานและการใช้พลังงาน เช่นเดิม คือ ดวงอาทิตย์ โลก หลอดไฟ โทรทัศน์ เสาไฟฟ้า น้ำมัน รถยนต์ เรือ และแท่นขุดเจาะน้ำมันกลางทะเล นอกจากนั้น ยังมีการเปลี่ยนแปลง "Mr.Unocal" ให้มีลักษณะ 2 มิติอีกด้วย
- 2) การซ่อนตัวอักษร


การช้อนตัวอักษรมีเพียงชื่อรายการเช่นเดิม


3) เพลงประกอบ

มีเสียงดนตรีบรรเลงเป็นเพลงประกอบไตเติ้ลรายการ

- การสร้างสรรค์ไตเติ้ลท้ายรายการ

ไตเติ้ลท้ายรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีรูปแบบดังต่อไปนี้

ภาพ	เสียง
<p>แทนชุดเจาะกลางอ่าวไทย</p> <p><u>การช้อนตัวอักษร</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ขอขอบคุณ (บุคคลและองค์กร ซึ่งเป็นผู้ร่วมรายการ และสื่อเพื่อสถานที่ถ่ายทำ) - ชื่อ ที่อยู่ และคำขวัญของผู้สนับสนุนรายการ  <p>(แนะนำรายการ บริษัท ยูโนแคลไทยแลนด์ จำกัด ชั้น 5 อาคาร 3 ไทยพาณิชย์ปาร์ค พลาซ่า 19 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร. 545-5555, 937-9999 โทรสาร. 545-5397 ถึงฝ่ายนิเทศสัมพันธ์ E-mail : ask-ut@unocal.com ก๊าซธรรมชาติ พลังงานสะอาดจากอ่าวไทย)</p>	<p>ดนตรีประกอบ</p> <p>ผู้บรรยาย “ติดตามชมรายการประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal ได้ทุกวันจันทร์หลังข่าว นำเสนอโดย ยูโนแคลไทยแลนด์ ผู้สำรวจและผลิตก๊าซธรรมชาติ พลังงานสะอาดจากอ่าวไทย”</p>

ภาพ	เสียง
<p>- ชื่อผู้สนับสนุนรายการ และทีมงานผลิตรายการ (ที่ปรึกษา ฝ่ายนิเทศสัมพันธ์ ยูโนแคลไทยแลนด์ ควบคุมการผลิต กิ่งกาญจน์ สิงห์สมดี กำกับการผลิต นิธิ วดีพุทธพิงศ์ บริหารการผลิต ลักษณะ จีระจันทร์ อำนวยการผลิต ชรินทร์ ชมะโชติ)</p> <p>- ชื่อ และคำขวัญของผู้สนับสนุนรายการ</p>  <p>(ยูโนแคลไทยแลนด์ ผู้สำรวจและผลิตก๊าซธรรมชาติ พลังงานสะอาด จากอ่าวไทย)</p> <p>- สัญลักษณ์ของบริษัทผลิตรายการ</p>	

- เรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอน

เรื่องที่จะนำเสนอในรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” แต่ละตอนนั้น ทาง บริษัทฯ และผู้สนับสนุนรายการ จะให้อิสระทางความคิดกับผู้ผลิตรายการอย่างเต็มที่ และไม่เคยมีการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) เลย อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ผู้ผลิตรายการต้องการนำเสนอเรื่องที่ไม่ใช่ประเด็นหลักคือ พฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง โดยอาจต้องการนำเสนอเรื่องพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัดแทนนั้น ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องโทรศัพท์ปรึกษาฝ่ายนิเทศสัมพันธ์บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ล่วงหน้า เพื่อนำเรื่องเสนอเข้าสู่ที่ประชุม ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนของบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัท พาโนรามา ดอคคิวเมนทารี จำกัด ต่อไป

นอกจากนั้น แม้ว่าผู้ผลิตรายการจะมีการวางแผนเรื่องที่จะนำเสนอไว้ครบ 52 ตอนก็ตาม แต่อาจมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อให้ไม่สามารถผลิตรายการได้ตามเรื่องที่กำหนด ผู้ผลิตรายการสามารถปรับเปลี่ยนเรื่องที่จะนำเสนอได้ แต่ต้องแจ้งให้ผู้สนับสนุนรายการรับทราบล่วงหน้าก่อนการผลิต 1 เดือน

- แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการผลิตรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีดังนี้

1) ผู้ผลิตรายการ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสังเกต และประสบการณ์ของผู้ผลิตรายการ เนื่องจากเนื้อหาในรายการส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมการใช้พลังงานในชีวิตประจำวัน

2) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่

- หนังสือพิมพ์ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากข่าวและบทความ เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน และโครงการประหยัดพลังงานต่างๆ ซึ่งกำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน
- หนังสือในหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เอกสารเกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์พลังงานของ สำนักงานนโยบายพลังงานแห่งชาติและการไฟฟ้าฝ่ายผลิต

3) ข้อมูลจากผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม เป็นข้อมูลเชิงสถิติเกี่ยวกับการใช้พลังงานในโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละประเภท อาทิ ปริมาณการใช้น้ำ น้ำมัน และกระแสไฟฟ้าในโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษ

- การเขียนบท และการตั้งชื่อบท

ผู้ผลิตรายการมีหน้าที่รับผิดชอบเขียนบทรายการในแต่ละตอน รวมไปถึงการตั้งชื่อบทอีกด้วย สำหรับการเขียนบทนั้น มีทั้งการเขียนบทก่อนและหลังการถ่ายทำ การเขียนบทหลังการถ่ายทำเกิดขึ้นเนื่องจากไม่มีงบประมาณเพียงพอที่จะทำการสำรวจสถานที่ล่วงหน้า ผู้ผลิตรายการจึงต้องเดินทางไปถ่ายทำพร้อมกับสอบถามข้อมูล เพื่อนำมาประกอบเขียนบทในภายหลัง

การตั้งชื่อบทในรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” นั้น ผู้ผลิตรายการมีหลักในการตั้งชื่อบทตรงประเด็น และเข้าใจง่าย

3. การผลิตรายการ

- การถ่ายทำ

การถ่ายทำรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” เป็นขั้นตอนในกระบวนการผลิตรายการที่ผู้ผลิตรายการมีอิสระในการสร้างสรรค์และควบคุมทั้งหมด การถ่ายทำมีทั้งการถ่ายทำในสถานที่ และ การถ่ายทำนอกสถานที่ การถ่ายทำก่อนเขียนบท และการถ่ายทำหลังเขียนบท การถ่ายทำในสถานที่เป็นการบันทึกภาพเกี่ยวกับ “พฤติกรรมของการใช้พลังงาน” ที่จำเป็นต้องจัดฉากขึ้น ส่วนการถ่ายทำนอกสถานที่มีสิ่งที่จะต้องระวังอย่างยิ่ง คือ สินค้า หรือเครื่องหมาย

การค้าที่ปรากฏอยู่ในภาพ สาเหตุที่ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องกำกับช่างภาพเพื่อระวังมิให้มีสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าปรากฏอยู่ในภาพนั้น เนื่องจาก

1) รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีผู้สนับสนุนรายการ คือ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทธุรกิจเอกชน ดังนั้น การนำสินค้า หรือเครื่องหมายการค้าของบริษัทธุรกิจเอกชนอื่นโดยเฉพาะบริษัทคู่แข่งมาปรากฏในรายการจึงเป็นกรณีที่ผู้สนับสนุนรายการไม่ต้องการให้เกิดขึ้น

2) ประเด็นหลักที่นำเสนอในเนื้อหาของรายการคือ พฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลืองนั้น หากมีภาพประกอบเป็นภาพเครื่องหมายการค้าหรือสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจนอาจสร้างความเข้าใจผิดที่ก่อให้เกิดความเสียหายกับบริษัทผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือสินค้านั้นได้

ในกรณีที่การถ่ายทำไม่สามารถเป็นไปตามกำหนด เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น ฤดูกาล จะมีการใช้ภาพเก่า (stock-shot) แทน อย่างไรก็ตาม ผู้สนับสนุนรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” ไม่เคยแนะนำให้ผู้ผลิตรายการใช้บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นสถานที่ถ่ายทำ และผู้ผลิตรายการก็ยังไม่เคยไปถ่ายทำที่บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด เช่นกัน ยกเว้นภาพแทนชุดเจาะกลางอ่าวไทยและวิศวกรของบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ที่ใช้ในช่องไตเติ้ลรายการ

- การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ในรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” นั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ผลิตรายการ ซึ่งผู้ที่ให้สัมภาษณ์จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัดทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการสัมภาษณ์ไม่บ่อยครั้งนัก แต่องค์กรที่นับได้ว่าเป็นผู้ร่วมรายการและเชื้อเพื่อสถานที่ถ่ายทำในแต่ละตอนก็มีลักษณะหลากหลาย ทั้งหน่วยงานของรัฐและองค์กรธุรกิจเอกชน ยิ่งไปกว่านั้น ยังไม่เคยมีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการแต่อย่างใด

- ผู้ดำเนินรายการ

รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” มีผู้ดำเนินรายการในรูปแบบกราฟิกภาพ เคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ ชื่อ “Mr.Unocal” แนวคิดในการนำ “Mr.Unocal” มาเป็นผู้ดำเนินรายการเกิดขึ้นจากความต้องการของผู้สนับสนุนรายการที่ต้องการให้ “Mr.Unocal” เป็นตัวแทนของ บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด โดยนอกจากเป็นการชักจูงให้คนไทยร่วมถนอมอนุรักษ์พลังงานด้วยตัวการ์ตูนที่มีชีวิตชีวาน่าสนใจแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของบริษัทข้ามชาติผู้ผลิตพลังงานก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทยอีกด้วย ดังที่คุณกิงกาญจน์ สิงห์สมดี ผู้ผลิตรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” กล่าวว่า

“...ตอนแรกเราที่เสนอไป คือ เราอยากให้พิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการ แต่ผู้สนับสนุนรายการอยากให้ตัวการ์ตูนเป็นสื่อในการนำเสนอ เพราะว่าการ์ตูนก็จะเข้าถึงเด็กได้ง่าย ไม่เป็นเชิงวิชาการมากนัก ทำให้คนดูรู้สึกผ่อนคลาย ไม่น่ากลัว แต่ว่าก็ได้สาระไปด้วย เขาให้ลองร่างภาพออกมาว่าจะออกมาเป็นแบบไหน เราก็ทำส่งไป ครั้งแรกเป็นตุ๊กตา 3 มิติ ที่ยังไม่ค่อยสมบูรณ์แบบมากนัก รุ่มง่ามๆ แล้วเราก็ส่งงานแก้ตลอด...”

“Mr.Unocal” เป็นตัวการ์ตูนลักษณะคล้ายตุ๊กตาล้มลุก ใบหน้าอ้วนกลม สวมหมวกที่มีสัญลักษณ์ทรงกลมสีแดง มีหมายเลข “76” อยู่ตรงกลาง สวมเสื้อแขนยาวสีฟ้าทับเสื้อคอกลมสีขาว โดยมีการเปลี่ยนแปลงเชิงกราฟิก 3 ครั้ง ดังนี้

- 1) ภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ มีการเคลื่อนไหวค่อนข้างช้า ออกอากาศระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ พ.ศ.2541
- 2) ภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 3 มิติ เคลื่อนไหวได้คล่องแคล่วรวดเร็วมากกว่าเดิม ออกอากาศระหว่างเดือนมีนาคม – มิถุนายน พ.ศ.2541



Mr.Unocal (computer animation : 3D)

- 3) ภาพเคลื่อนไหวจากคอมพิวเตอร์ 2 มิติ แม้การเคลื่อนไหวจะมีความต่อเนื่องจะน้อยลง แต่ก็กระฉับกระเฉงมากขึ้น ออกอากาศระหว่างเดือนสิงหาคม – ธันวาคม พ.ศ.2541



Mr.Unocal (computer animation : 2D)

4. หลังการผลิตรายการ

- การติดต่อ

การติดต่อรายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" เป็นการติดต่อในระบบเบต้า โดยผู้ผลิตรายการจะทำหน้าที่เลือกภาพ ส่วนช่างตัดต่อจะทำหน้าที่บันทึกเสียงของผู้บรรยาย เรียงลำดับภาพ เลือกจังหวะการตัดต่อภาพ เลือกเทคนิคพิเศษ ใส่เสียงประกอบ ใส่เพลงประกอบและบันทึกการรายการลงเทป

- การลงเสียงบรรยาย

ผู้ผลิตรายการจะประชุมกันภายในบริษัท เพื่อเลือกเสียงผู้บรรยาย ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกและบริษัท จะเสนอให้คณะกรรมการในฝ่ายนิเทศสัมพันธ์ของบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ประชุมตัดสินใจก่อน เมื่อคณะกรรมการอนุมัติ จึงจะนัดหมายผู้บรรยายมาลงเสียงบรรยายต่อไป

- การเลือกเสียงประกอบ

ผู้ผลิตรายการจะเลือกเสียงประกอบในรายการโดยปรึกษากับช่างตัดต่อ

- การเลือกเพลงประกอบ

การเลือกเพลงประกอบในรายการ ผู้ผลิตรายการจะเลือกเพลงประกอบโดยปรึกษากับช่างตัดต่อในบริษัทฯ เช่นเดียวกับการเลือกเสียงประกอบในรายการ

- การทำกราฟฟิค (graphic)

รายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" มีการทำกราฟฟิคในลักษณะภาพซ้อนตัวอักษรแบ่งออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงไตเติ้ลรายการ คือ สถานีโทรทัศน์ ผู้สนับสนุนรายการ บริษัทผลิตรายการ และชื่อรายการ

ช่วงที่ 2 ช่วงเนื้อหารายการ คือ ชื่อตอน ชื่อรายการ ผู้สนับสนุนรายการ และปริมาณพลังงานที่ถูกใช้ไปในกิจกรรมต่างๆ



ชื่อผู้สนับสนุนรายการ

ในช่วงระหว่างการนำเสนอรายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal"

ช่วงที่ 3 ช่วงไตเติ้ลท้ายรายการ คือ ชื่อรายการ วัน และเวลาออกอากาศ ขอบคุณ
ผู้ร่วมรายการ และชื่อเพื่อสถานที่ถ่ายทำ ชื่อและที่อยู่เพื่อส่งจดหมาย
แนะนำรายการ (ชื่อและที่อยู่ของผู้สนับสนุนรายการ) คำขวัญของ
ผู้สนับสนุนรายการ ชื่อที่ปรึกษารายการ (ฝ่ายนิติศาสตร์สัมพันธ์ของ
ผู้สนับสนุนรายการ) ทีมงานผลิตรายการ ชื่อและคำขวัญของผู้สนับสนุน
รายการ และชื่อบริษัทผลิตรายการ

- การบันทึกเทป

เมื่อตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ช่วงตัดต่อจะบันทึกวีดิทัศน์ในระบบเบต้า 2 ม้วน

ม้วนที่ 1 Master Edit เป็นเทปวีดิทัศน์ของแต่ละตอนที่จะต้องเก็บในห้องสมุด
เทปของบริษัท

ม้วนที่ 2 Master On Air เป็นเทปวีดิทัศน์ที่จะส่งออกอากาศ

นอกจากนั้น ยังมีการบันทึกในระบบวีเอชเอส 1 ม้วน ก่อนออกอากาศ เพื่อนำไป
ส่งให้ผู้สนับสนุนรายการตรวจสอบ เมื่อไม่มีการแก้ไขจึงจะสามารถบันทึกเทปจาก Master Edit
ลง Master On Air เพื่อส่งให้ทางสถานีโทรทัศน์ออกอากาศต่อไป

สำหรับเทปวีดิทัศน์แต่ละตอนที่เก็บไว้ในห้องสมุดเทปนั้น ทุกสิ้นเดือน ช่วงตัดต่อ
จะนำรายการของเดือนนั้นที่เป็น Master Edit มาบันทึกลงเทปวีดิทัศน์ในระบบเบต้าอีกครั้ง เพื่อ
ส่งมอบงานให้กับบริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ทุกสิ้นเดือน ตามที่ระบุไว้ในเอกสารสัญญา

- การส่งตรวจ

การตรวจบทรายการและเทปวีดิทัศน์ที่จะออกอากาศนั้น จะมีตรวจสอบก่อนภายใน
บริษัท โดยผู้บริหารและผู้ผลิตรายการฝ่ายบริหาร (executive producer) เฉพาะในช่วงแรกของการ
ผลิตรายการ สำหรับผู้สนับสนุนรายการจะต้องส่งบทตรวจทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
(e - mail) และส่งเทปวีดิทัศน์ที่ระบุรหัสเวลา (time code) ทุกสัปดาห์ จากนั้นจึงรอรับการแก้ไข
ทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ ผู้ผลิตรายการฝ่ายบริหารจำเป็นต้องเดินทางไปร่วมประชุมกับผู้
สนับสนุนรายการเพื่อปรึกษาปัญหาและรับคำแนะนำในการผลิตรายการที่ บริษัท ยูโนแคล
(ไทยแลนด์) จำกัด เป็นระยะอีกด้วย