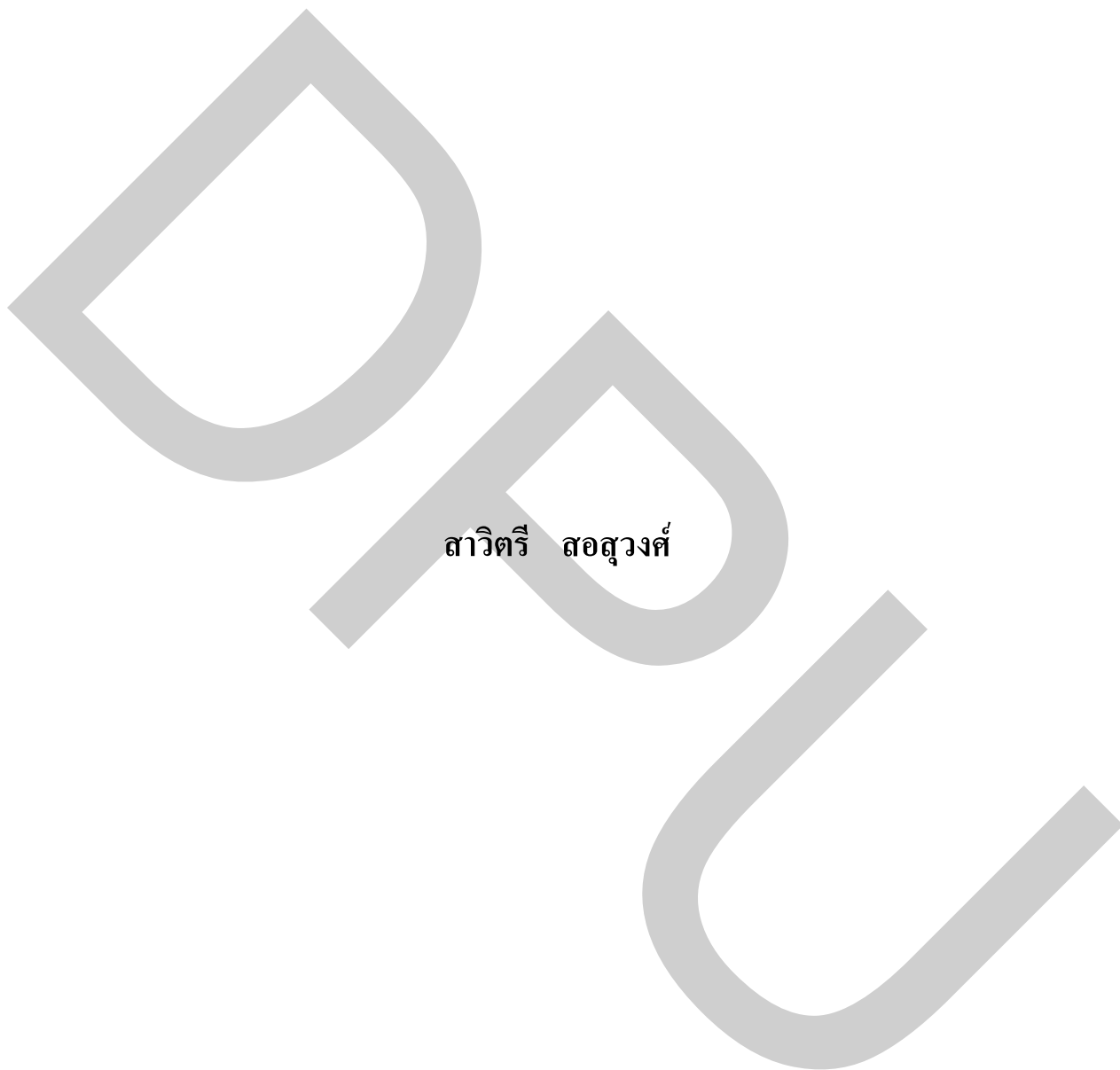


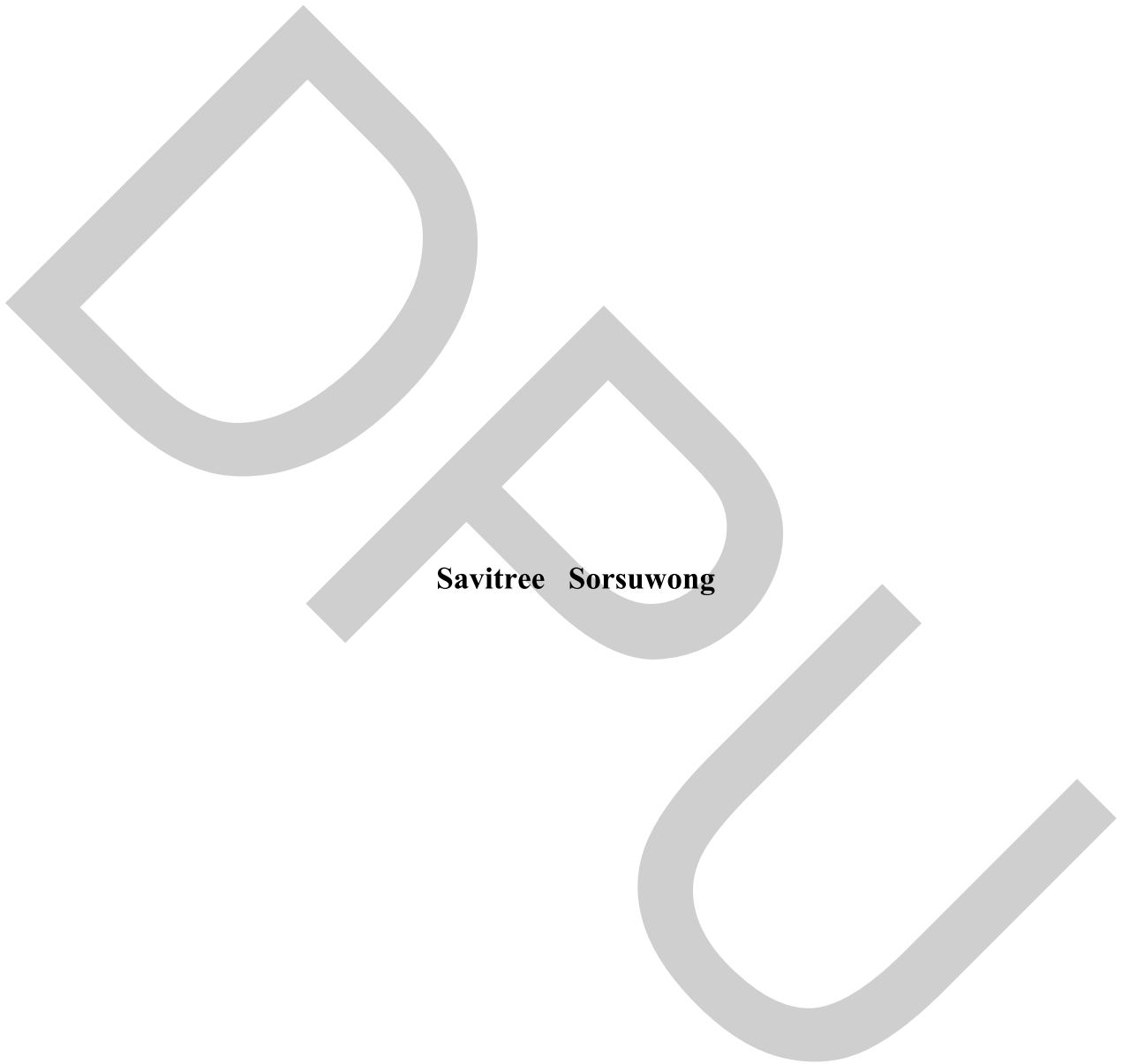
ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสืบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3



สาวตรี สอสูงค์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ สาขาธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**The Study Production Process on Teesip Programme of the Thai TV
Channel 3**



Savitree Sorsuwong

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Art (Communication)
Department of Business Communication
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความตั้งใจต้องการให้งานที่ข้าพเจ้ารัก นั่นคือการผลิตรายการโทรทัศน์ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ชมและสังคมมากกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ ทั้งนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ทุกท่าน ที่เปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าเข้ามาศึกษาที่สถาบันแห่งนี้และได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ซึ่งส่งผลให้ข้าพเจ้าได้ตระหนักถึงหน้าที่ที่สื่อมวลชนพึงกระทำต่อสังคม

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธุ์ กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตราวุฒิจ กรรมการวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว กรรมการวิทยานิพนธ์ และคุณวิวัฒน์ ศูนย์ทวิเนตร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ที่ให้ความเมตตาและกรุณาให้คำชี้แนะอันทรงคุณค่าสำหรับการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว และครอบครัว ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาและปลูกฝังให้ข้าพเจ้าเห็นความสำคัญของการศึกษา ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวข้าพเจ้าและสังคมต่อไป

ขอบคุณผู้ผลิตรายการดีสิบทั้งสามกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบในการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ บัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ไม่ได้เอ่ยนาม ในที่นี้ที่ประคับประคองช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดระยะเวลาการศึกษาจนกระทั่งวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายขอขอบคุณผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทุกท่านที่จะผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ชมและสังคมต่อไปในอนาคต

สาวตรี สอสุวรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๙
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน.....	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีหน้าที่เกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อ.....	14
2.3 แนวคิดในการผลิตรายการวาไรตี้.....	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารงานสื่อวิทยุโทรทัศน์.....	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
3.1 วิธีการศึกษา.....	36
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	37
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	38
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	41
4.1 กระบวนการผลิตรายการตีสิบ.....	42
4.2 ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการ.....	53
4.3 สรุปผลการสัมภาษณ์.....	56
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	67
5.2 อภิปรายผล.....	68
5.3 อภิปรายผลการศึกษา.....	81
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	89
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	92
บรรณานุกรม.....	93
ภาคผนวก.....	97
ภาคผนวก ก ภาพประกอบเบื้องหลังกระบวนการผลิตรายการตีสิบ.....	98
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	105

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
5.1	แสดงการเปรียบเทียบทักษะในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามทักษะ ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบกับทฤษฎีหน้าที่นิยม.....	83
5.2	แสดงความเหมือนและความแตกต่างเกี่ยวกับทักษะในกระบวนการผลิต รายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบตามทฤษฎีหน้าที่นิยม.....	84

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	SMCR Model.....	12
2.2	แสดงการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ในกรณีให้บุคคลเช่าเวลา.....	27
4.1	แสดงเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มผู้ผลิต รายการทีลีสบ.....	65

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสืบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสาวิตรี สอสูงศักดิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธุ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ (ธุรกิจ)
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสืบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (2) เพื่อศึกษาทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ (3) เพื่อศึกษาทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบในกระบวนการผลิตรายการตีสืบ มีแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ ข้อมูลจากเอกสาร และข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบ อันได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการตีสืบ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบได้ให้เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ตรงกันสามเกณฑ์ดังนี้คือ (1) มีเนื้อหาที่มีทั้งสาระและบันเทิง (2) มีรูปแบบรายการที่สร้างสรรค์แปลกใหม่ ไม่เลียนแบบรายการอื่น (3) มีเทคนิคการผลิตรายการที่มีมาตรฐานไม่ว่าจะเป็นฉาก แสง สี เสียง การตัดต่อ หรือมีนักแสดงหรือพิธีกรที่มีความสามารถ และหากเป็นรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้แล้วนั้นควรมีเทคนิคในการผลิตรายการที่ทำให้ผู้ชมรายการรู้สึกมีส่วนร่วมไปกับรายการ

ทั้งนี้ผู้ผลิตแต่ละกลุ่มมีทัศนะที่แตกต่างกันในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ดังนี้ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตเพิ่มเติมจากสามเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นคือ (1) มีรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาตรงตามเป้าหมายที่ผู้ผลิตรายการได้กำหนดไว้ (2) มีรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตรายการได้กำหนดไว้ (3) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม (4) ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค หมายถึงไม่มุ่งเน้นการขายสินค้าอันเป็นผู้อุปถัมภ์รายการอย่างชัดเจน โดยมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพิ่มเติมคือ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และจิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามในสังคมไทย

ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ มีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตเพิ่มเติมจากสามเกณฑ์ข้างต้น คือ (1) มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีกิจกรรมหรือเนื้อหาในรายการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (2) มีรูปแบบรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ (3) มีกลุ่มเป้าหมายของรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ (4) มีราคาขายเวลาโฆษณาในรายการตรงตามงบประมาณที่ผู้อุปถัมภ์รายการต้องการ และมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้เพิ่มเติมคือ มีพัฒนาการหมายถึงผู้ผลิตรายการควรทำให้รายการมีกระแส มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตเพิ่มเติมจากสามเกณฑ์ข้างต้นคือ (1) มีเนื้อหาและรูปแบบรายการตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทางรายการกำหนดไว้ (2) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม และมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้เพิ่มเติมคือ มีความถูกต้อง ยุติธรรม โปร่งใส

ทั้งนี้เมื่อนำเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของแต่ละรายการมาเป็นเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการดีสิบ พบว่ารายการดีสิบโดยส่วนใหญ่มีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ผู้ผลิตได้กำหนดไว้ มีเพียงบางเกณฑ์เท่านั้นที่รายการ ดีสิบมีปัญหาในเรื่องคุณภาพคือ (1) การมีเนื้อหาที่มีสาระประโยชน์และบันเทิง (2) ความสร้างสรรค์แปลกใหม่ (3) การได้รับการยอมรับจากผู้ชม

Thesis Title The Study Production Process on Teesip Programme of the Thai TV Channel 3
Author Miss Savitree Sorsuwong
Thesis Advisor Asst.Prof.Suwattana Uonggapan
Department Business Communication
Academic Year 2009

Abstract

The objectives of the study entitled “The Study Production Process on “At ten” of Television of Thailand, Channel 3 : A Case study of Teesip Programme” were to (1) investigate the program producer attitude concerning the television production, (2) study “Teesip Programme” producer attitude concerning variety program production, (3) study “Teesip Programme” producer attitude concerning “Teesip Programme” production. The data collection was selected from the documents and the depth interview of “Teesip Programme” producer such as the chief and the officer of Television of Thailand, Channel 3, the sponsor, the administrator and the officer of Twenty Twenty Entertainment Co.,Ltd.

The result of the study found that “Teesip Programme” producer agreed the criteria of television production and variety program production in three items as follows (1) content and entertainment (2) new various creative programme (3) technic of production concerning the screen, light and sound, cutting and expert master of ceremony, especially the variety program production should be applied the technic of production.

The producer in each group has differed attitude concerning the television production and variety program production. The chief and officer of Television of Thailand, Channel 3 has 3 criteria such as (1) he presentation style and the targets of producer determination (2) the presentation style and the objective of producer determination (3) the audience acceptance (4) not take advance with consumer refer to the focusing of the product selling clearly. The additional criteria for television production such as understanding extension, responsibility and consciousness in the government, culture and custom in Thai society.

The sponsor of “Teesip Programme” has additional criteria were as follows (1) clear goal and the content activity comply with the target group (2) the programme comply with the

products of the sponsor (3) the target group comply with the products of the sponsor (4) the advertising price serve the sponsor's need. The additional criteria of television production were the producer must produce the up date program and the movement program.

The administrators and officers of Twenty Twenty entertainment Co.,Ltd. has additional criteria as follows: (1) the content and the program serve the objective set force (2) the audience acception and the correction, equity and transparent should include in variety program production.

All this, the television program production and variety program production concerning "Teesip Programme" found that majority of the program produced as the criteria setting. This program has some problems in qualitative approach such as (1) the content serve the benefit and entertainment (2) the creative presentation and (3) the audience acceptions.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด อาจกล่าวได้ว่า โทรทัศน์เป็นเทคโนโลยีที่มีอายุเพียง 60 กว่าปีเท่านั้น แต่เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว และกว้างขวางในทุก ๆ ประเทศที่เทคโนโลยีโทรทัศน์เข้าไปสัมผัสประชาชนคนดู

จากรายงานการสำรวจสถิติของ World Development Report 2000/2001, World Bank พบว่าจำนวนเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ต่อประชากรในประเทศไทย 1,000 คน (Television sets per 1,000 people) ปี 2541 จำนวน 236 เครื่อง ซึ่งหากเปรียบเทียบกับจำนวนเครื่องรับวิทยุ มีจำนวน 232 เครื่อง จำนวนเครื่องแม่ข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (Internet Hosts) มีจำนวน 1.6 เครื่อง และจำนวนหนังสือพิมพ์ (Daily Newspaper) มี 63 ฉบับ (www.worldbank.com)

จากสถิติดังกล่าวนี้เห็นได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งนี้เพราะสื่อโทรทัศน์มีคุณสมบัติตลอดจนศักยภาพในการนำเสนอภาพและเสียงได้เหมือนจริงกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องคุณสมบัติเรื่องการรับสารของผู้ส่งสาร ยกตัวอย่างเช่นสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ผู้รับสารต้องสามารถอ่านหนังสือออกจึงจะรับสารจากสื่อประเภทนี้ได้ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นผู้รับสารต้องมีความรู้ในเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษจึงจะรับสารจากสื่อประเภทนี้ได้เช่นกัน

ยิ่งไปกว่านั้นโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ผู้ชมรู้สึกว่าคุณภาพได้รับชมเรื่องราวต่าง ๆ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เหมือนกับสื่อบางประเภท ยกตัวอย่างเช่น สื่อประเภทภาพยนตร์ เนื่องจากการไปชมภาพยนตร์ในแต่ละครั้งต้องเสียค่ารถ ค่าชม ในขณะที่สื่อโทรทัศน์ได้ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าคุณภาพไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการชม ด้วยลักษณะดังกล่าวเหล่านี้ทำให้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) และสร้างความรู้สึกใกล้ชิด (Intimacy) ให้กับผู้ชมเนื่องจากโทรทัศน์สามารถนำภาพไปเสนอผู้ชมถึงบ้าน จนกระทั่งทำให้ยุคปัจจุบันสื่อโทรทัศน์กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในแทบทุกครัวเรือน

สำหรับกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีการแข่งขันกันสูงมากไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง หรือระหว่างบริษัทเอกชนที่เช่าเวลาจากสถานี ซึ่งการแข่งขัน

ดังกล่าวก็เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมรายการเพราะจำนวนการรับชมของผู้ชมส่งผลต่อรายได้ของผู้ผลิตนั่นเอง อย่างไรก็ตามการผลิตรายการโทรทัศน์ยังเป็นที่ไปเพื่อสนองความต้องการของตลาดหรือการโฆษณาเป็นหลัก ซึ่งมักจะเน้นไปที่การใช้ความบันเทิงเป็นจุดขาย จนกระทั่งทำให้รายการโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่ถูกกล่าวหาว่าเป็นสื่อที่ไร้คุณภาพ ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างของระบบวิทยุโทรทัศน์ของไทยนั้นรัฐบาลยังไม่ให้ความสำคัญและจัดสรรเวลาให้สื่อประเภทนี้เพื่อควมมีคุณภาพตามความต้องการของประชาชน เนื่องด้วยปัญหาด้านงบประมาณหรือระบบการเมืองที่มีการควบคุมสื่อโทรทัศน์มาช้านาน จึงทำให้สื่อโทรทัศน์ตกอยู่ภายใต้อำนาจคนบางกลุ่มจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีภาครัฐกิจหรือผู้ผลิตรายการจากบริษัทเอกชนหมุนเวียนเข้ามาผลิตรายการเพื่อป้อนให้แก่สถานีโทรทัศน์ จนกระทั่งเกิดการแข่งขันกันอย่างกว้างขวางแต่การแข่งขันจะส่งผลดี หากมีเรื่องของการแข่งขันเพื่อพัฒนา “คุณภาพ” ของรายการ เพราะนอกจากจะเป็นการตอบสนองต่อระบบธุรกิจแล้วก็จะก่อประโยชน์ให้กับผู้ชมอีกด้วย

อย่างไรก็ตามว่าคุณภาพในการผลิตรายการโทรทัศน์ของแต่ละบุคคล มีลักษณะและมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการ ก็คือความสำเร็จของรายการโทรทัศน์ โดยส่วนใหญ่คือจำนวนผู้ชมที่ติดตามชมรายการหรือการสำรวจคะแนนรายการ (Rating) นั่นเอง เนื่องจากการสำรวจดังกล่าวมีตัวเลขที่ยืนยันอย่างชัดเจนและค่อนข้างได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ ซึ่งจะอนุมัติให้บริษัทเอกชนผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่อสัญญาการเช่าเวลาหรือไม่ นั้น เกณฑ์หนึ่งที่ใช้ในการพิจารณา คือจำนวนของผู้ชมนั่นเอง หากมีจำนวนผู้ชมสูงโอกาสที่จะอนุมัติต่อสัญญาก็มีค่อนข้างสูง รวมทั้งผู้อุปถัมภ์รายการก็จะใช้เกณฑ์ดังกล่าวเช่นกัน เนื่องจากจำนวนผู้ชมที่สูงย่อมหมายถึงจำนวนของผู้ที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้อุปถัมภ์รายการนั้น ๆ ย่อมสูงตามไปด้วย

เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นเป้าหมายสำคัญของผู้ผลิตที่เป็นบริษัทเอกชน โดยส่วนใหญ่ก็คือ ต้องการให้รายการที่ผลิตนั้นมีผู้ชมจำนวนมากเพราะหมายถึงรายได้ที่ตามมา แต่การที่รายการโทรทัศน์ “ประสบความสำเร็จ” หรือ “มีคะแนนรายการ (Rating) สูง” ไม่ได้หมายถึงควมมีคุณภาพเสมอไปเพราะคะแนนรายการ (Rating) เป็นเพียงการสำรวจที่แสดงออกมาเป็นตัวเลขซึ่งไม่ได้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับคำว่า “คุณภาพของรายการโทรทัศน์” แต่ในทางกลับกันการมีผู้ชมจำนวนน้อยก็ไม่ได้หมายถึงควมมีคุณภาพเช่นกัน เนื่องจากสื่อมวลชนมีหน้าที่เพื่อสาธารณะชน ดังนั้นตามหลักของเหตุและผลแล้วประโยชน์ของสาธารณะจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นเข้าถึงประชาชนทั่วไปนั่นเอง

เพราะฉะนั้นคำว่า “กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์” น่าจะมีมุมมองหรือหลักเกณฑ์อื่น ๆ นอกจากคะแนนรายการ (Rating) เนื่องจากโทรทัศน์ถือว่าเป็นสื่อประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้มี

หน้าที่เพียงตอบสนองในแง่ธุรกิจเท่านั้น แต่ควรจะเป็นเครื่องมือเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะชนคือ ผู้รับสารควรจะได้รับเนื้อหาที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจ สร้างสรรค์ มีสาระ มีประโยชน์ หรือมีคุณภาพอีกด้วย

การหาหลักเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งจำเป็น และจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ชม โดยเฉพาะกระบวนการผลิตจากทัศนคติของกลุ่มผู้ส่งสาร (Sender) เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของเงินทุนหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในระดับนโยบายเป็นกลุ่มคนที่ มีบทบาทอย่างมากในการกำหนดเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ เป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งที่ทำการผลิตเพื่อขายหวังผลกำไร ดังนั้นจึงน่าสังเกตว่าส่วนหนึ่งของ เนื้อหาจะถูกกำหนดมาจากระบบตลาด และอีกส่วนหนึ่งถูกกำหนดมาจากผลประโยชน์ของเจ้าของ เงินทุนหรือผู้ตัดสินใจในระดับนโยบายนั่นเอง หากคนกลุ่มนี้ตระหนักถึงคำว่าคุณภาพคือการ ควบคู่กันระหว่างความสำเร็จในเชิงธุรกิจและประโยชน์ต่อผู้ชมแล้ว ทิศทางของเนื้อหาที่จะปรากฏ ในสื่อโทรทัศน์ก็น่าจะมีทิศทางที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น

ทั้งนี้ทั้งนั้นรูปแบบของรายการโทรทัศน์แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ รายการละคร (Dramatic Programs) และรายการที่ไม่ใช่ละคร (Non Dramatic Programs) มีอยู่ด้วยกัน 10 ประเภท อันได้แก่ รายการข่าว (News Program) รายการสนทนา (Discussion Program) รายการอภิปราย เกม ทายปัญหา และการแข่งขัน (Panel Games Quizzes and Contests) รายการผู้หญิง (Women's Programs) รายการเด็ก (Children's Program) รายการวัยรุ่น (Teen-Age Programs) รายการ การศึกษา (Educational Programs) รายการให้ความรู้ (Informational Programs) รายการศาสนา (Religious Program) ในที่นี้ผู้วิจัยสนใจศึกษากระบวนการผลิตรายการประเภทวาไรตี้ เนื่องจาก รายการประเภทนี้เป็นรายการที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องยาวนานมาโดยตลอด (อรนุช เลิศจรรยา รักษ์, 2544 : 57) นับตั้งแต่การกำเนิดวาไรตี้ในสหรัฐ ซึ่งมีต้นกำเนิดจากรายการวิทยุ เมื่อราว ทศวรรษ 1930 โดยเริ่มจากผู้จัดรายการวิทยุมักจะสอดแทรกวาไรตี้ในรายการ และให้ผู้ฟังมีส่วน เล่นเกมด้วย รายการประเภทนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก ดังนั้นในราวทศวรรษ 1940 ผู้ผลิต รายการโทรทัศน์จึงได้ดัดแปลงรายการวิทยุมาสร้างเป็นรายการวาไรตี้ทางโทรทัศน์ เช่น รายการ “Cash and Carry” หรือ “Play the Game” และได้รับความนิยมอย่างมาก สำหรับรายการวาไรตี้ใน ประเทศไทยนั้นเริ่มต้นประมาณปี พ.ศ.2500 ลักษณะรายการนำเอาแนวคิดมาจากต่างประเทศมีการ ทายปัญหาและเสี่ยงโชค เช่น รายการชองนำโชค รายการพะหมี่ เป็นต้น จากประวัติศาสตร์ของ รายการวาไรตี้แม้กระแสนิยมจะขึ้น ๆ ลง ๆ แต่เป็นรายการคู่ขวัญกับสถานีมาโดยตลอด (กาญจนา แก้วเทพ, 2542 : 319-320)

รายการวาไรตี้ หรือสัมภาษณ์ได้ตอบ เจ้าหน้าที่ของสถานี จะทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แบบนี้ ตามปกติไม่มีบทเขียนไว้ให้พูด แต่จะมีบันทึกหัวข้อสำคัญ ๆ ไว้อยู่ ๆ เท่านั้น เว้นไว้แต่บางครั้งจำเป็นจะต้องทำบทอย่างละเอียดไว้ให้ ในกรณีเช่นนี้เราไม่เรียกว่า บทรายการ สัมภาษณ์ เรียกว่า รายการวาไรตี้ (Dialogue)

รายการวาไรตี้เป็นวิธีที่มีประโยชน์สำหรับรายการเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความรู้ แต่ก็จะต้องเขียนขึ้นอย่างชำนาญ เพื่อให้ผู้ฟังมีความรู้สึกเหมือนกับว่า ตนกำลังรับฟัง การสนทนาอยู่จริง ๆ ไม่ใช่กำลังฟังการอบรมสั่งสอน

รายการวาไรตี้ (Dialogue) นั้น หมายถึง การสนทนาโต้ตอบกันระหว่างคน 2 คน แต่เรื่อง การพูดที่มีบทสนทนา อาจจะทำได้อีกหลายวิธี แทนที่จะเป็นเพียง 2 คน ก็อาจจะเป็น 3-4 หรือ 5 คนก็ได้ และถ้าหากทำได้เช่นนั้น ก็จะทำให้รายการน่าฟังยิ่งขึ้น บทสนทนา บางทีอาจจะนำมา ทำเป็นแบบบทละครก็ได้ แต่ละครนั้นตามปกติเป็นเรื่องสมมติขึ้น ถึงกระนั้นละครก็อาจจะใช้ บอกรื่องจริงได้ หรือแม้แต่เรื่องจินตนิยายก็ยังอาจจะทำออกมาใช้แสดงความจริงบางอย่างได้ ประเทศออสเตรเลียและอังกฤษก็ได้ใช้วิธีการเช่นนี้เพื่อบอกข่าวสารให้แก่ชาวนาได้อย่างน่าสนใจ การทำเป็นละครชุดติดต่อกัน ไปยังได้รับความนิยมมาก ทาง BBC ของอังกฤษมีรายการเกี่ยวกับ เกษตร โดยใช้บทละครแบบดังกล่าวนี้ชื่อ The Archer และในออสเตรเลียก็ได้ทำเรื่อง Blue Hill ขึ้น ทั้ง 2 รายการนี้เป็นรายการที่ฮิตมาก แต่ก็เป็นการเล่นเปลืองงบประมาณ ค่าใช้จ่ายมากเช่นกัน เพราะต้องใช้ช่างเขียนที่มีความชำนาญ และต้องคัดเลือกตัวแสดงละครชั้นแนวหน้าเข้าร่วมด้วยเพื่อ เป็นการดึงดูดใจผู้ฟัง ตามปกติเรื่องแบบนี้จะใช้เวลาในการออกอากาศตอนละไม่เกิน 30 นาที และ ควรจะออกอากาศติดต่อกันทุกวัน เพื่อให้ผู้ฟังได้มีโอกาสติดตามอยู่เรื่อยจนกว่าจะจบ

รายการวาไรตี้

การจัดทำรายการวาไรตี้ให้ยาวถึง 30 นาที ก็สามารถทำได้ ถ้าสามารถนำเรื่องและตัว ผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งกำลังเป็นที่น่าสนใจ ของประชาชนเข้าร่วมรายการ เช่น รายการสัมภาษณ์นางงาม จักรवाल อภัสรา หงสกุล ผู้จัดรายการนี้ต้องมีความรอบคอบในการที่จะเชิญบุคคลผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมรายการด้วยเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการฟังน้ำเสียงของผู้พูด ทั้ง ๆ ที่เรื่องที่พูดนั้นจะเป็นเรื่อง เดียวกันก็น่าฟัง รายการวาไรตี้เช่นนี้ นิยมใช้กันมากในวงการโทรทัศน์

นักการเมืองของไทยหลายคนประสบความสำเร็จในวิถีทางการเมือง เพราะรายการวาไรตี้ ทางโทรทัศน์

ตามธรรมเนียมรายการวาไรตี้ทางวิทยุนั้นจะต้องให้ค่อนข้างสั้น เพราะผู้ฟังได้ยินแต่น้ำเสียง ของผู้พูด ไม่มีโอกาสได้เห็น รูปร่าง ลักษณะท่าทาง ดังนั้นการสัมภาษณ์ที่ใช้เวลานานถึง 30 นาที

1.2 ปัญหาวิจัย

- 1) ทักษะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นอย่างไร
- 2) ทักษะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้เป็นอย่างไร
- 3) ทักษะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบในกระบวนการผลิตรายการดีสิบเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาทักษะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์
- 2) เพื่อศึกษาทักษะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้
- 3) เพื่อศึกษาทักษะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบในกระบวนการผลิตรายการดีสิบ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตรายการดีสิบ คือ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อันได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการ หัวหน้าแผนกเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production) ฝ่ายรายการ ผู้กำกับรายการและผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) หัวหน้างานแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) และผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด อันได้แก่ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการ หัวหน้ากลุ่ม ผู้สร้างสรรค์รายการดีสิบ (Creative Group Head) ผู้สร้างสรรค์รายการดีสิบ (Creative) หัวหน้าผู้กำกับรายการดีสิบ (Executive Director)

2) เนื้อหาในรายการที่ใช้ประกอบในการศึกษาคือเนื้อหาของรายการดีสิบที่ออกอากาศ โดยมีช่วงต่าง ๆ ดังนี้ ช่วงต้นดารา ช่วงสัมภาษณ์ และช่วงเกร็ดก่อนนอน

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ทัศนะเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานต่อรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบอัน ได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ และผู้บริหารและทีมงานจากบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

ทัศนะเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบสามกลุ่ม ได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ และผู้บริหารและทีมงานจากบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

ทัศนะในกระบวนการผลิตรายการดีสิบ หมายถึง ความคิดเห็นและการมองว่ารายการ ดีสิบเป็นบวกหรือลบ โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ผู้ผลิตรายการดีสิบได้ให้ความคิดเห็นไว้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้

รายการโทรทัศน์ หมายถึง รายการโทรทัศน์ทุกประเภททุกรายการไม่ได้ระบุเฉพาะเจาะจงว่าเป็นรายการประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือรายการใดรายการหนึ่ง

รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ หมายถึง รายการที่มีกิจกรรม หรือกระบวนการ หรือกลยุทธ์ หรือรูปแบบพฤติกรรมของคน หรือกลุ่มคนที่ใช้ทักษะทางร่างกายหรือความสามารถทางสติปัญญา เพื่อแสดงความสามารถให้ปรากฏออกมา หรือเป็นการแข่งขันกันภายใต้กฎหรือกติกาตามที่ตกลงกันไว้

กลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ หมายถึง บุคคลเกี่ยวข้องในการผลิตรายการดีสิบแบ่งเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้เวลา รวมทั้งการผลิตรายการดีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อัน ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการ หัวหน้าแผนกเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production) ฝ่ายรายการ ผู้กำกับรายการและผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) หัวหน้างานแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) ฝ่ายรายการ

บริษัทผู้ผลิตรายการดีสิบ หมายถึง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด อัน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการ หัวหน้ากลุ่มผู้

สร้างสรรครายการดีสิบ (Creative Group Head) ผู้สร้างสรรครายการดีสิบ (Creative) และหัวหน้าผู้
กำกับรายการดีสิบ (Executive Director)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบทัศนะในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ
- 2) ทำให้ทราบทัศนะในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ
- 3) เพื่อประโยชน์เบื้องต้นต่อวงการรายการโทรทัศน์ของไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
- 4) เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการหาแนวทางในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ไทยต่อไป
- 5) เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการหาแนวทางในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการดีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” นั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน ประกอบด้วย

2.1.1) แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคสื่อมวลชน (Mass Media Perception)

2.1.2) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Process)

2.2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อ ประกอบด้วย

2.2.1) แนวคิดกระบวนการทัศน์สำหรับการวิเคราะห์เชิงหน้าที่ (Responsible Vision Analysis)

2.3) แนวคิดเรื่องขั้นตอนในการผลิตรายการวาไรตี้ (Game Show Production Process)

2.3.1) กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้

2.4) แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting Management Structure)

2.5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคสื่อมวลชน (Mass Media Perception)

สื่อมวลชนเป็นองค์กรที่มีความสำคัญต่อสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อประเภทโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีคุณสมบัติตลอดจนศักยภาพในการนำเสนอภาพและเสียงได้เหมือนจริงกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของคุณสมบัติเรื่องการรับสารของผู้รับสารอีกด้วย อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใดก็ตามเหตุผลในการ “บริโภคสื่อมวลชน” ของผู้รับสารนั้นไม่ได้มีความแตกต่างกัน ซึ่งโดมินิค (Dominick 1987:44-51) ได้กล่าวถึงเหตุผล “การบริโภคสื่อมวลชน” ของผู้รับสารไว้ 4 ประการ คือ

1) เพื่อการรับรู้ (Cognitive) หมายถึงผู้รับสารต้องการเนื้อหาสาร เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น เพราะมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสังคม จึงพยายามทำความเข้าใจในส่วนประกอบเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมโดยการแสวงหาและรับรู้ผ่านสื่อมวลชน

2) เพื่อความหลากหลาย (Diversion) หมายถึง ปึงเจกบุคคลเปิดรับสารเพื่อสนองตอบความต้องการที่แตกต่างกันอันได้แก่

2.1) เพื่อกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจ หรือเพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน

2.2) เพื่อพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด หรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวัน

2.3) เพื่อหย่อนอารมณ์ (Emotional Release) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความบันเทิง เช่น ความเพ้อฝัน ความตื่นเต้น ซึ่งเป็นการหย่อนอารมณ์โดยตรงไม่ใช่เนื่องจากสาเหตุปัจจัยภายนอก ดังเช่นการเบื่อหน่ายสังคม หรือลดความเครียดในชีวิตประจำวัน

3) เพื่อความเป็นประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ประชาชนเปิดรับสื่อเพื่อความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยอาจจะแสดงพฤติกรรมดังต่อไปนี้

3.1) การแสดงความร่วมสมัย (Conversation Currency) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสดงถึงความทันสมัย หรือความเป็นกลุ่มเดียวกัน เช่น การพูดคุยถึงดารานักแสดงหรือเรื่องราวที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

3.2) แสดงความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (Parasocial Relationship) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาเพื่อน เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนด้วยกันถูกจำกัดด้วยเวลาที่ใช้ในการประกอบอาชีพ ทำให้เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยว จึงหันไปพึ่งพาสื่อมวลชนเป็นเพื่อน

4) เพื่อหลีกเลี่ยงสังคม (Withdrawal) หมายถึงประชาชนเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ การสมาคม หรือสิ่งรบกวนจากสภาพแวดล้อม เช่น เร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อจะกลับไปดูรายการทางวิทยุโทรทัศน์ที่ตนเองชื่นชอบที่บ้าน เป็นต้น

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Process)

กระบวนการสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งเป็นองค์การสื่อสารมวลชนผลิตและถ่ายทอดสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากและเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในสังคมซึ่ง Denis McQuail ได้เปรียบเทียบสื่อเป็น

- หน้าต่าง (Window) ที่ช่วยให้เราเห็นและรับรู้ได้ถึงสิ่งที่อยู่นอกเหนือไปจากสิ่งที่แวดล้อมเราอยู่ ณ ขณะนั้น

- ผู้ตีความ (Interpreters) ที่ช่วยให้เราเข้าใจประสบการณ์ที่เราพบ

- ชานชาลา (Platforms) หรือพาหนะที่ส่งข่าวสาร

- การสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Communication) ที่รวมเอาปฏิริยาตอบกลับของฟัง (Audience feedback) เอาไว้ด้วย

- ตัวกรอง (Filters) ที่กรองประสบการณ์บางอย่างออกไปและโฟกัสไปที่จุดอื่น ๆ

- กระจก (Mirror) ที่สะท้อนตัวตนของเรา

- อุปสรรค (Barriers) ที่กั้นความจริง (Truth)

อย่างไรก็ตามคำว่า “การสื่อสารมวลชน” ซึ่งบัญญัติในช่วงปลายปี 1930 เป็นคำที่มีความหมาย ทั้งนี้ Janowitz ได้นิยามการสื่อสารมวลชนว่า (Mass Communication) ว่าประกอบด้วยสถาบันและเทคนิครูปแบบต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านประยุกต์เทคโนโลยีดังกล่าว เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่เนื้อหาหรือข่าวสาร (Symbolic Content) ไปยังกลุ่มผู้รับ ซึ่งมีจำนวนมาก (Large) แตกต่างและหลากหลาย (Hetero-Geneous) และอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย (Disperse)

Q' Sullivan กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนหมายถึง

1) การปฏิบัติงานและการผลิตข่าวสาร รวมทั้งความบันเทิงไปสู่กลุ่มผู้ฟังจำนวนมากไม่เป็นที่รู้จักและกระจัดกระจาย

2) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่มีการจัดระเบียบ และใช้เงินทุน รวมทั้งใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ (รัฐจัดการและมีเทคโนโลยีขั้นสูง)

3) เป็นองค์กรที่ผลิตสินค้าและบริการในรูปสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ Mc Quail ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าสื่อมวลชน (Mass Media) ไว้ดังนี้

1) กิจกรรมที่มีความแตกต่าง (ผลิตเนื้อหาสื่อ – Media Content)

2) เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือ คาวเทียม และอื่น ๆ

3) ประกอบด้วยสถาบันที่ก่อตัวขึ้นอย่างเป็นทางการ ยกตัวอย่างเช่น สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ โรงพิมพ์ เป็นต้น

4) ดำเนินการภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความคาดหวังของผู้รับและสังคม รวมทั้งความเข้าใจร่วมกัน

5) ผลิตโดยกลุ่มบุคคล ซึ่งมีบทบาทแตกต่างกันออกไป

6) ถ่ายทอดข่าวสาร ความบันเทิง ภาพ หรือสัญลักษณ์

7) ส่งผู้รับสารจำนวนมาก (Mass Audience)

Berger และ Chaffee ได้นิยามสาขาการสื่อสารมวลชน (Communication Science) ว่าหมายถึงศาสตร์ที่มุ่งศึกษา และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิต ด้วยการพัฒนาทฤษฎีที่ผ่านการทดสอบ (Testable Theory) และประกอบด้วยเกณฑ์สากล (Lawful Generalization) ซึ่งทำการอธิบายปรากฏการณ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดกระทำและผลกระทบ

นอกจากนี้เดวิด เบอร์โล (David K. Berlo) ได้อธิบายถึงแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งมีองค์ประกอบคือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ดังนี้

S – M – C – R

ภาพที่ 2.1 SMCR Model

จากองค์ประกอบต่าง ๆ ข้างต้นอันได้แก่ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ล้วนเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร หากองค์ประกอบเหล่านี้มีประสิทธิภาพสูงการสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลมาก ดังนั้นการสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

ทั้งนี้เนื่องจากการวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” ได้ให้ความสำคัญในการประเมินเนื้อหาสาร (Message) ในรายการตีสิบของผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งในที่นี้หมายถึงกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสิบนั่นเอง ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพของสาร (Message) ซึ่งมีประสิทธิผลของการสื่อสารมีอยู่ 3 ประการ คือ

1) รหัสสารคือสารที่ผู้ส่งสารส่งออกไปเพื่อถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนนั้นจะต้องอาศัยรหัส (Code) เป็นเครื่องมือถ่ายทอดให้ปรากฏ รหัสคือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน สิ่งที่จะเป็นรหัสได้จะต้องมีส่วนประกอบ (Group of Element) ทำหน้าที่เป็นคำศัพท์ (Vocabularies) และมีกระบวนการ (Set of Procedures) หรือโครงสร้าง (Structure) ที่รวมส่วนประกอบเข้าด้วยกันอย่าง

ได้มีความหมาย เป็นการสร้างความสัมพันธ์ (Syntax) ตัวอย่างของรหัสในการสื่อสารในรายการดีลิบ ได้แก่ คำพูดพิธีกร ภาพจากการถ่ายทำโดยกล้องโทรทัศน์ ดนตรีหรือเสียงประกอบที่ใช้ในรายการ เป็นต้น

2) เนื้อหาสาร หมายความว่า สิ่งที่เป็นสาระเรื่องราวของสาร ซึ่งถ่ายทอดความคิดเจตนาารมณ์ และวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ส่วนประกอบของเนื้อหาสารก็คือ สาระ หรือประเด็นต่าง ๆ เมื่อนำเอาสาระ หรือประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้มารวมกันเป็นโครงสร้าง ก็จะได้เนื้อหาสารทั้งหมด เช่น ในรายการดีลิบนั้น ผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ (1) เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาของคนไทย (2) เพื่อส่งเสริมความสามารถของคนไทย (3) เพื่อส่งเสริมความสามัคคีของคนไทย (4) เพื่อความบันเทิง ดังนั้นเนื้อหาในรายการดีลิบจึงตอบวัตถุประสงค์ดังกล่าวและได้แบ่งเป็นช่วงต่าง ๆ ดังนี้ (1) ช่วงต้นรายการซึ่งนำเสนอเกี่ยวกับความสามารถของบุคคลในสายอาชีพต่าง ๆ (2) ช่วงสัมภาษณ์ ซึ่งนำเสนอประวัติชีวิตของบุคคล ข้อคิดเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตของผู้ชม (3) ช่วงเกร็ดก่อนนอน ซึ่งนำเสนอเกี่ยวกับคำกลอน หรือเกร็ดความรู้สั้น ๆ ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุดผู้ส่งสารควรจัดให้เนื้อหาเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันตามแนวทางที่เหมาะสมก็จะเป็นเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3) การจัดสาร คือ การตัดสินใจของผู้ส่งสารในการเลือกและเรียบเรียงรหัสและเนื้อหาสาร ส่วนประกอบของการจัดสารก็คือ รหัสและเนื้อหาสาร โครงสร้างของการจัดสาร ก็คือการเรียบเรียงรหัสและเนื้อหาสารเป็นรูปแบบที่เรากำหนดเพื่อส่งออกไปยังผู้รับสาร

นอกจากนี้การวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 : ศึกษาเฉพาะกรณีรายการดีลิบ” เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งสาร (Sender) เกี่ยวกับการประเมินรายการโทรทัศน์ ซึ่งกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจากองค์ประกอบของสื่อ (Sender) หรือปัจจัยของผู้ส่งสารประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

1) ทักษะในการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถความชำนาญในการสื่อสาร เช่น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องมีความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ มีความสามารถในการคิดหรือเขียนบทสำหรับโทรทัศน์ เป็นต้น

2) ทักษะคติ หมายถึง การมีใจโน้มเอียงที่จะมีปฏิกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ

2.1) ทักษะคติต่อตนเอง (Attitude Toward Self) คือผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารมากน้อยเพียงใดนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง เป็นการประเมินตนเอง (Self-Evaluation) ก่อนทำการสื่อสารหากผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง

มีความมั่นใจในตัวเอง (Self-Confidence) เชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถ โอกาสที่ผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารก็มีมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตนเอง ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่คิดว่าตนเองจะมีความสามารถ โอกาสที่จะประสบผลสำเร็จในการสื่อสารก็มีน้อย ยกตัวอย่างเช่น ในการผลิตรายการโทรทัศน์รายการดีสิบ หากผู้ผลิตมีความเชื่อมั่นว่ารายการที่ตนผลิตจะมีผู้ชมจำนวนมาก โอกาสที่จะมีผู้ชมจำนวนมากก็สูงตามไปด้วย

2.2) ทัศนคติต่อเรื่องที่สื่อสาร (Attitude Toward Subject Matter) ในการสื่อสารนั้นหากผู้ส่งสารไม่มีความเชื่อ ไม่เลื่อมใส ไม่พอใจ หรือไม่มีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะทำการสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารก็จะขาดความมั่นใจ ไม่อยากที่จะทำการสื่อสาร และทำการสื่อสารไม่ได้ดี

2.3) ทัศนคติต่อผู้รับสาร (Attitude Toward Receiver) คือ ทัศนคติของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสารและต่อสารของผู้ส่งสาร เช่น หากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชื่อว่าผู้รับสารชอบความบันเทิงเหลวไหล ไร้สาระ เนื้อหาที่ปรากฏในรายการก็จะเป็นไปตามที่ผู้ส่งสารรู้สึกนั่นเอง

3) ความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการจะสื่อสาร (Knowledge of Subject Matter) และความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of The Communication Process) ยกตัวอย่างเช่นผู้ผลิตรายการดีสิบต้องการผลิตรายการเกี่ยวกับวาไรตี้ความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ทั้งส่งเสริมความสามารถของคนไทย ประวัติในด้านต่าง ๆ ของแบกรับเชิญผู้ผลิตรายการก็จำเป็นจะต้องมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างดี จึงจะผลิตรายการดีสิบออกมาได้ดี รวมทั้งผู้ผลิตจะต้องมีความรู้ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์จึงจะผลิตรายการออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน

อย่างไรก็ตามในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อให้มีประสิทธิภาพตามที่ผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตต้องการนั้นองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) หรือผู้รับสาร (Receiver) ล้วนมีความสำคัญเท่าเทียมกันทั้งสิ้น แต่สิ่งสำคัญที่ผู้ส่งสารเองต้องตระหนักก็คือ ทัศนคติ ความรู้ และทักษะในการสื่อสารของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ๆ นั่นเอง

2.2 แนวคิด และทฤษฎีหน้าที่เกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อ

2.2.1) แนวคิดกระบวนการทัศน์สำหรับการวิเคราะห์เชิงหน้าที่ (Responsible Vision Analysis)

ในการวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” นั้น เน้นศึกษาหาเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ประเภทวาไรตี้ และมุมมองทั้งทางด้านบวกและลบของกลุ่มผู้ส่งสาร (Sender) ต่อเนื้อหาของรายการตีสิบ ดังนั้นในกระบวนการวิเคราะห์จึงต้องพิจารณาถึงหน้าที่อันพึงกระทำของสื่อมวลชน (Mass Media) ซึ่ง Merton (1957) ได้นำเสนอ “กระบวนการสำหรับการวิเคราะห์เชิงหน้าที่” โดยมองว่า

1) สังคมเป็นระบบที่มีดุลยภาพ (System in Balance) มีพลวัต (dynamic) ประกอบด้วยการทำงานของระบบย่อยหรือหน่วยต่าง ๆ อันได้แก่ สมาชิก (คน) รวมทั้งสถาบันต่าง ๆ ในสังคม แต่ละส่วนต้องทำหน้าที่ของตนอย่างเคร่งครัด มีวินัยควบคุมตนเอง เพื่อช่วยกันชำระไว้ซึ่งความต่อเนื่อง และระเบียบในสังคมไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อมวลชนประเภทใดก็ตาม

2) สื่อมวลชนเองเป็นสถาบันและเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางสังคม ดังนั้นจึงมีความจำเป็น (Needs) ที่จะต้องตอบสนองความต้องการของคนและสถาบันต่าง ๆ ในสังคมเพื่อธำรงรักษาสังคมโดยรวมไว้ด้วยการ

- การสร้างความต่อเนื่องทางสังคม (Continuity)
- ความเป็นระเบียบ (Order)
- การบูรณาการ (Integration)
- การสร้างแรงจูงใจ (Motivation)
- การให้แนวทาง (Guidance)
- การปรับตัวในสังคม (Adaptation)

ดังนั้น Structural-Functional Theory จึงวาดภาพสื่อในฐานะที่เป็นกลไกที่รู้จักกำหนด และตรวจสอบตนเอง (Self Directing & Self Correcting)

- สอดคล้องกับการมองสังคมแบบพหุนิยม (Pluralistic Society & Consensus)
- Media มีบทบาทในการช่วยผดุงสังคมมากกว่าที่จะเป็นสาเหตุหลักในการเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change)

T. Parson กล่าวว่าสถาบันทางสังคมจะต้องถ่ายทอดแบบแผนค่านิยมหลักของสังคมให้สมาชิกซึมซับเข้าไปในจิตใจ (Internalization) กล่าวคือต้องทำให้สมาชิกทุกคนมีค่านิยมที่เห็นด้วยกับความเป็นไปของระบบ (ระเบียบกฎเกณฑ์) อย่างเต็มใจ หากการทำหน้าที่พื้นฐานนี้ล้มเหลวกลไกอื่น ๆ ของสังคมก็ไม่อาจจะรักษาระบบให้มีเสถียรภาพอยู่ได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 205)

H. Lasswell (1984) นักทฤษฎีหน้าที่หรือพันธกิจของสื่อได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารแบบง่าย ๆ คือ

ใคร	(Who)
พูดอะไร	(says what)
ผ่านช่องทางใด	(in which channel)
ถึงใคร	(to whom)
เกิดผลกระทบอะไร	(with what effect)

แบบจำลองนี้ได้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร โดยเฉพาะองค์ประกอบสุดท้ายได้ให้แนวทางถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ต้องคำนึงถึงก็คือ สารที่นำเสนอออกไปนั้นเกิดผลกระทบอะไร (with what effect) เป็นสำคัญ

2.3 แนวคิดในการผลิตรายการวาไรตี้ (Variety Show Production Process)

นอกจากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวไว้ในข้างต้นแล้ว กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น สามารถพิจารณาได้จากคุณภาพในเรื่องของความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่ง สมิท (1991) กล่าวว่า “หากเทคนิคในการผลิตรายการโทรทัศน์ทำอย่างมีคุณภาพย่อมหมายถึงคุณค่าที่ตามมา” คำว่าเทคนิคในที่นี้หมายถึงความลงตัวของเสียง ภาพ และการตัดต่อ (Sakae Ishikawa, 1996 : 102)

วิทเทคเกอร์ (1991) ได้ใช้วิธีการตั้งคำถามกับคำว่าคุณภาพของรายการโทรทัศน์ ซึ่งคำถามเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับความชำนาญในการผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกนักแสดง การแสดง บทโทรทัศน์ เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า เพลงประกอบ เทคนิคพิเศษ เวิร์กอุปกรณ์ประกอบฉาก แสง การวางกล้อง เสียง การตัดต่อ เป็นต้น (1996 : 103)

ดังนั้นขั้นตอนต่าง ๆ การผลิตรายการวาไรตี้ มีความสำคัญต่อคุณภาพของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1) วิจัยหรือค้นคว้าข้อมูล ในการผลิตรายการวาไรตี้จะต้องมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ เวลา และควรที่จะศึกษาโครงการหรือแนวความคิดเสียก่อนว่า สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และเวลาหรือไม่ ทุกอย่างเป็นการคาดเดาล่วงหน้าทั้งสิ้น และข้อมูลที่รวบรวมมาได้นั้นจะช่วยให้ตัดสินใจ ส่วนการวิจัยควรกระทำเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว ด้วย เพราะจะได้ข้อมูลที่ทำให้ทราบว่ารายการเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ หากมีจุดอ่อนจะได้หาทางปรับปรุงแก้ไขด้วยวิธีการอื่น ๆ ต่อไป

2) การบรรจุรายการไว้ในตารางออกอากาศหลังจากรวบรวมข้อมูลแล้วก็จะนำมาบรรจุไว้ในตารางออกอากาศเหมือนกับการจัดรายการทั่วไป เมื่อเลือกเวลาออกอากาศสำหรับรายการวาไรตี้ได้แล้ว ก็ต้องพิจารณาด้วยว่ารายการของสถานีอื่นที่ออกอากาศในเวลาเดียวกับรายการของเรานั้น จะเป็นคู่แข่งของเราต่อไปหรือไม่ และเรามีวิธีดึงให้ผู้ชมในเวลาดังกล่าวให้ได้มากที่สุดอย่างไร

3) การวางแผนผลิตรายการ รายการวาไรตี้จะต้องเป็นรายการที่มีเอกภาพ แนวคิดหรือแก่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทุกสิ่งประกอบขึ้นเป็นรายการต้องมีความกลมกลืน และส่งเสริมแนวคิดของรายการวาไรตี้ นั้น ถ้าจะมีความหลากหลายในรายการก็ควรมีในลักษณะที่ไปในทิศทางเดียวกันและสนับสนุนกันตลอดเวลา ตั้งแต่แนวคิด ไปจนถึงการนำรายการออกอากาศ และผู้ที่รับผิดชอบในการผลิตรายการนั้นจะหยุดนิ่งอยู่กับที่ไม่ได้ จะต้องมีความคิดริเริ่มและมีความกระตือรือร้นในการผลิตผลงานให้มีคุณภาพตลอดเวลา

4) การประชาสัมพันธ์รายการมีส่วนทำให้รายการประสบความสำเร็จ ซึ่งการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ อาจทำล่วงหน้า และระหว่างรายการออกอากาศ มีการให้ข่าว แจ้งรายการล่วงหน้า แจ้งความเคลื่อนไหวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับรายการ และบางรายการก็อาจมีการแจ้งเงื่อนไขที่ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมรายการได้ สื่อประชาสัมพันธ์ไม่ควรใช้สื่อเพียงสื่อเดียว ควรประกอบกันหลาย ๆ อย่าง และเมื่องานดำเนินไปอย่างคึกคักกันระหว่างการวางแผน และการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้รายการประสบความสำเร็จได้

2.3.1) กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้

การที่รายการโทรทัศน์จะปรากฏสู่สายตาผู้ชมได้นั้น ต้องผ่านกระบวนการซึ่งเป็นขั้นตอนของการผลิตโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนใหญ่ ๆ 4 ขั้นตอน คือ (ปนัดดา ธนสถิต, 2531 : 18-23)

1) ขั้นตอนวางแผนงาน (Planning)

เป็นขั้นวางแผนงานก่อนที่จะผลิตรายการ ประกอบด้วย

1.1) การวางแผนโครงการผลิตรายการวาไรตี้ เพื่อเสนอต่อสถานีโทรทัศน์และผู้อุปถัมภ์รายการ หรือนายทุนอื่น ๆ การคิดโครงการผลิตรายการวาไรตี้นี้ได้แก่ การกำหนดประเภทของวาไรตี้ กำหนดวัตถุประสงค์ โดยการผลิตรายการวาไรตี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้ความบันเทิง และความสนุกสนานแก่ผู้ชม แต่มีผู้ผลิตบางรายที่ต้องการจะสอดแทรกเนื้อหาสาระคติธรรมที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดีในแง่ของการแสดงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชน การกำหนดแนวเรื่องที่จะผลิต ความยาวต่อตอน ความยาวเรื่อง

ทั้งหมดว่าจบในกี่ตอน ระยะเวลาในการผลิต และกลุ่มเป้าหมายคือใคร โดยกลุ่มเป้าหมายของรายการวาไรตี้ มักจะเน้นที่เวลาออกอากาศมากกว่า เพราะผู้ชมในแต่ละช่วงอายุจะมีเวลาว่างที่สามารถรับชมรายการทางหน้าจอโทรทัศน์ได้ไม่ตรงกัน ดังนั้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องสำรวจกลุ่มเป้าหมายเพื่อผลิตรายการวาไรตี้ให้ออกมาตรงกับความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลาออกอากาศด้วย เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเปล่าในการนำเสนอ

1.2) กำหนดผู้ร่วมงาน ได้แก่ ผู้เขียนบท ผู้กำกับการแสดง ผู้กำกับรายการ และอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับเรื่องที่จะผลิตเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เขียนบท ผู้กำกับการแสดง และผู้กำกับรายการ เนื่องจากในทางปฏิบัติจริงนั้น ความรู้ความสามารถของแต่ละคนอาจจะมีความถนัดในเรื่องที่จะผลิตแตกต่างกัน

1.3) กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย ตั้งแต่ค่าเรื่องหรือค่าบทประพันธ์ ผู้เขียนบท นักแสดง ผู้กำกับการแสดง ผู้กำกับรายการ ผู้ประสานงาน ตลอดจนอุปกรณ์ในการถ่ายทำ และอุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ

ในขั้นวางแผนงานนี้ ผู้ผลิตรายการวาไรตี้จะมีเค้าโครงเรื่องของรายการคร่าว ๆ ดังนั้นผู้ผลิตรายการจะทราบว่าในรายการวาไรตี้ที่กำลังจะดำเนินการผลิตนั้นมีรายการหลัก ๆ เป็นอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะได้วางแผนเตรียมการติดต่อกับทางบริษัทตัวแทนโฆษณาหรือบริษัทเจ้าของสินค้าเพื่อหาผู้สนับสนุนหลักที่สามารถนำสินค้าหรือบริการมาลงโฆษณาแฝงในฉากหลัก ๆ ของรายการได้

2) ขั้นเตรียมการ (Pre-Production)

2.1) การเขียนบทรายการโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตจะมอบหมายให้ผู้เขียนบทนำเอาเรื่องที่จะมาผลิตเป็นรายการไปทำเป็นบทโทรทัศน์

สำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์ การเขียนบทถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะบทถือเป็นหัวใจพื้นฐานในการผลิต อาจเปรียบได้ว่าบทเป็นผังแผนที่ในการทำงาน โดยการเขียนบทรายการวาไรตี้ต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- มีโครงเรื่องที่สนุกและน่าสนใจ ซึ่งต้องเป็นโครงเรื่องที่เหมาะสมสำหรับการทำเป็นรายการวาไรตี้ โดยจะต้องเป็นโครงเรื่องที่สามารถขยายความต่อไป มีปมที่น่าสนใจ และมีเหตุการณ์ที่ขัดแย้ง (Conflict) ที่นำไปสู่ประเด็นปัญหาอื่น ๆ โดยจะต้องมีการเพิ่มสีสันให้มีความสนุกสนานและไม่ตกยุคสมัย อีกทั้งการดำเนินรายการจะต้องกระชับและพอเหมาะกับความยาวที่ออกอากาศ

- บทสนทนาที่สนุกและคำพูดที่มีสีสัน โดยต้องเขียนบทสนทนาที่สามารถบ่งบอกความรู้สึกนึกคิดและอุปนิสัยของพิธีกรเหล่านั้นให้ออกมาให้ได้ เช่น การพูดจาแบบใช้สำนวน การพูดจาเป็นหลักการ การใช้ศัพท์ เป็นต้น

- ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบทที่เขียนขึ้นจะไม่มีประโยชน์เลย ถ้ามีเนื้อหาไม่ตรงกับประสบการณ์ความคุ้นเคย และความสามารถในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น รายการวาไรตี้ที่ดีควรจะเป็นการเสนอเรื่องราวแบบกลาง ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัย

- การเตรียมงานล่วงหน้าก่อนถ่ายทำ หลังจากได้บทโทรทัศน์มาแล้ว ผู้ผลิตจะร่วมกันคัดเลือกตัวผู้แสดง หลังจากนั้นเป็นการวางแผนถ่ายทำจริงโดยแต่ละฝ่ายแบ่งงานกันรับผิดชอบ เช่น ฝ่ายฉาก ฝ่ายสถานที่ ฝ่ายเครื่องแต่งกาย ฝ่ายไฟ ฝ่ายกล้อง ฝ่ายเสียง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การโฆษณาแฝงสินค้าในรายการวาไรตี้ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในขั้นเตรียมการถ่ายทำ อันได้แก่ ฝ่ายศิลปกรรมให้รับช่วงดำเนินการต่อหลังจากฝ่ายขายหาผู้สนับสนุนหลักของรายการแล้ว เพื่อทำการติดต่อกับทางบริษัทเจ้าของสินค้าในการขอความร่วมมือนำสินค้าของผู้สนับสนุนหลักของรายการมาใช้ประกอบฉาก เพื่อให้รายการมีความสมจริงมากยิ่งขึ้น และฝ่ายเสื้อผ้า ให้ดำเนินการติดต่อหาห้องเสื้อเพื่อมาเป็นผู้สนับสนุนหลักในด้านเสื้อผ้าให้กับพิธีกรหลักของรายการ โดยจะมีการขึ้นโลโก้ของสินค้าที่เป็นผู้เอื้อต่อการถ่ายทำ ขอบคลุมในช่วงท้ายของรายการ

3) ขั้นถ่ายทำ (Production)

3.1) การถ่ายทำ เป็นการบันทึกภาพลงเทปโทรทัศน์ไปตามคิวการถ่ายทำที่ผู้กำกับการแสดงกำหนด โดยในช่วงขั้นการถ่ายทำรายการวาไรตี้จะมีการนำสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนของรายการมาประกอบในฉากตามเห็นสมควรของผู้ผลิตรายการ โดยมีความพยายามที่จะนำเสนอการโฆษณาแฝงสินค้าในรายการวาไรตี้ให้แนบเนียนกับเนื้อเรื่องของรายการให้มากที่สุด

3.2) การตัดต่อ ลงเสียง เมื่อถ่ายทำเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะมีการรวบรวมการถ่ายทำทั้งหมดมาตัดต่อ โดยจะมีการลงเสียงประกอบ และเพลงประกอบหรือเพิ่มการใช้เทคนิคพิเศษทางโทรทัศน์ไปด้วย เพื่อให้ได้ภาพที่ออกมาสมจริงตามเนื้อหาของรายการวาไรตี้ นั้น ๆ

4) ขั้นประเมินผลรายการ (Post-Production)

เมื่อละครได้ออกอากาศไปแล้ว ผู้ผลิตก็จะมีการติดตามผลงานของตน การประเมินผลโดยทั่วไป ผู้ผลิตมักจะดูจากเรตติ้ง (Rating) หรือผลการสำรวจความนิยมของจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ต่อรายการวาไรตี้ นั้น ๆ ว่ามีมากน้อยเพียงใด แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยดังกล่าวไม่ได้แสดงว่า รายการวาไรตี้ที่มีผู้ชมมากที่สุด จะเป็นรายการที่มีคุณภาพที่สุด เพียงแต่ผู้ผลิต

ต้องการจะทราบข้อสรุปบางอย่างในการที่จะสร้างเนื้อหาสาระ และวิธีการนำเสนอรายการวาไรตี้
ในแบบต่อ ๆ ไปนั่นเอง

แนวคิดรายการ โทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ ดังกล่าวข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจะนำมาเป็น
แนวทางหรือกรอบในการศึกษากระบวนการผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทวาไรตี้

ส่วนประกอบของการผลิตรายการวาไรตี้

การผลิตรายการวาไรตี้จำเป็นต้องสร้างความกลมกลืน สอดคล้องและเป็นไปใน
ทิศทางเดียวกันทั้งรายการ และความกลมกลืนนั้นจะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์ประกอบทุกอย่างของการ
ผลิตรายการวาไรตี้มีความชัดเจนและสอดคล้องกัน ดังนั้นจึงขอกล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญใน
การผลิตรายการวาไรตี้ ดังนี้

1) เนื้อหารายการในการกำหนดเนื้อหาของรายการนั้น จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ไม่
ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ของรายการ กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาในการนำเสนอรายการ หรือระยะเวลาการ
นำเสนอรายการ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาของตัวรายการว่าจะเสนอรายการอย่างไร มีลักษณะ
และวิธีการนำเสนอรายการ รายการวาไรตี้ในปัจจุบันพบว่าอาจนำวิธีการและแนวคิดมาจาก
ต่างประเทศ โดยอาจเลียนแบบมาทั้งหมด หรือนำมาเพียงบางส่วนแล้วดัดแปลงแก้ไขให้เหมาะสม
กับบรรยากาศ อุปนิสัย และระเบียบของเมืองไทย หรืออีกวิธีหนึ่ง คือการคิดสร้างสรรค์รูปแบบ
และวิธีการขึ้นใหม่ทั้งหมด

2) รูปแบบและวิธีการนำเสนอ จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเนื้อหาของ
รายการด้วย และที่สำคัญจะต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ทันที ลักษณะของการ
แข่งขันจะต้องแสดงถึงความเข้มข้นของรายการจนกระทั่งถึงจุดหนึ่งที่จะสะกดผู้ชมให้อยู่หน้าจอ
โทรทัศน์ไม่ให้ละความสนใจไปที่อื่นจนกว่าจะรู้ว่าใครแพ้ใครชนะ และเพราะอะไร รูปแบบ
ของรายการวาไรตี้ที่แตกต่างจากจะต้องทำให้คนดูสามารถเข้าใจเนื้อหาของรายการได้แล้วยังต้อง
สร้างความสนุกสนานเร้าใจ มีความกระชับรวดเร็วให้คนดูได้มีส่วนร่วมในรายการ และควร
สอดแทรกสารประโยชน์ให้แก่ผู้ชมในทางอ้อมด้วย

3) บทโทรทัศน์เป็นหัวใจในการผลิตรายการ โทรทัศน์และเป็นเครื่องมือในการ
ประสานงานระหว่างผู้ร่วมงานฝ่ายต่าง ๆ ด้วย รายการวาไรตี้มีลักษณะการดำเนินรายการที่ดู
เป็น ดังนั้นรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้จึงต้องการเพียงการบอกคร่าว ๆ เฉพาะรายละเอียดใน
รายการลำดับรายการ และบทพูดเพียงบางส่วนเท่านั้น

รายการประเภทวาไรตี้ นั้น เป็นรายการที่ไม่เหมาะกับการใช้บทโทรทัศน์แบบ
สมบูรณ์ (The Fully Scripted Program) หรือบทโทรทัศน์แบบย่อ (Semi-Script Program) แต่มักจะ
ใช้บทโทรทัศน์ที่บอกเฉพาะรูปแบบของรายการ หรือบอกเพียงลำดับของรายการ (Show Format /

Random Sheet) เท่านั้น คือจะบอกเพียงคำสั่งของส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญในรายการ เช่น ฉาก ลำดับ รายการ หรือการแทรกเทป (insert) เข้าไปในช่วงใดช่วงหนึ่งของรายการ และบอกเวลารายการแต่ละตอนเท่านั้น

รายละเอียดในบทโทรทัศน์สำหรับรายการวาไรตี้ จะประกอบไปด้วยเนื้อหา ความต่อเนื่องของรายการ ตั้งแต่ต้นรายการไปจนจบรายการ บทพูดเปิดรายการ ข้อมูลแนะนำ คำถาม ข้อมูลที่จำเป็น มุขตลกต่าง ๆ และบทสรุปในตอนท้ายรายการ ลักษณะบทโทรทัศน์ที่ดีสำหรับรายการวาไรตี้มีดังนี้ (1) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายการ (2) สามารถเสริมให้การดำเนินรายการเป็นไปโดยราบรื่น ต่อเนื่อง ไม่ติดขัด (3) สามารถถ่ายทอดเนื้อหาของรายการได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่รายการต้องการ (4) กระชับ ไม่ยืดเยื้อ และเข้าใจง่าย (5) ควรสอดแทรกสาระ หรือข้อคิดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมบ้าง แต่ควรระวังอย่าให้เป็นการสอนหรือบอกตรงเกินไป เพราะอาจทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายได้

4) พิธีกร พิธีกรถือเป็นตัวแทนของทีมงานทั้งหมด มีหน้าที่นำเสนอรายการตามรูปแบบที่ได้วางเอาไว้ สำหรับรายการวาไรตี้ความสามารถของพิธีกรถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะรายการประเภทนี้พิธีกรจะต้องใช้ปฏิภาณไหวพริบของตนสร้างบทขึ้นมาเอง จะต้องสร้างบรรยากาศให้สนุกสนาน และเป็นกันเองกับผู้เข้าร่วมรายการ ผู้ชมในห้องส่ง และผู้ชมทางบ้านไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้นการคัดเลือกพิธีกรในรายการวาไรตี้ จึงถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งคุณสมบัติของพิธีกรที่ดีมีดังนี้

- 4.1) บุคลิกภาพสง่าผ่าเผยสุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเองทั้งกับผู้ชมและผู้ร่วมรายการ
- 4.2) นำเสียงในการพูดมีจังหวะ เป็นกันเอง สนุกสนาน มีการออกเสียงถูกต้อง
- 4.3) มีความสามารถในการควบคุมรายการให้เป็นไปตามเป้าหมาย และพูดเชื่อมรายการให้กลมกลืน ได้เนื้อหาสาระ
- 4.4) ความเข้ากันได้ของพิธีกร ในกรณีที่มิพิธีกรดำเนินรายการมากกว่า 1 คนขึ้นไป ซึ่งในปัจจุบันรายการวาไรตี้มักจะนำผู้ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วมาเป็นผู้ดำเนินรายการ เนื่องจากเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม
- 4.5) มีความรับผิดชอบในหน้าที่และต่อประชาชนผู้ชม
- 4.6) มีความลึบไวในการตัดสินใจเมื่อมีปัญหาเฉพาะหน้าเกิดขึ้น ทั้งนี้ต้องอาศัยความรู้ และประสบการณ์พื้นฐาน เพื่อช่วยให้การตัดสินใจไม่ผิดพลาด

5) ผู้ร่วมรายการหรือผู้เข้าแข่งขัน เป็นส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของรายการวาไรตี้ ซึ่งส่งผลต่อความสนุกสนานและความน่าเชื่อถือของรายการด้วย ดังนั้นการจะนำใครเข้า

มาร่วมรายการจึงต้องมีการคัดเลือก และสัมภาษณ์ (Casting) ก่อนเพื่อให้แน่ใจว่าบุคคลนั้นจะสามารถสร้างบรรยากาศสนุกสนานให้รายการได้ ผู้ร่วมรายการหรือผู้เข้าแข่งขันมี 2 ประเภท ได้แก่

5.1) ผู้สมัครจากที่บ้าน เป็นผู้ที่สนใจจะร่วมสนุกในรายการ โดยส่งจดหมายและรูปถ่ายเล่าประวัติส่วนตัวที่คิดว่าน่าสนใจเพื่อให้รายการคัดเลือก ซึ่งสิ่งแรกที่ผู้ผลิตรายการจะพิจารณาก็คือ บุคลิก หน้าตา จดหมาย ถ้าทางรายการเกิดความสนใจ ก็จะติดต่อนัดสัมภาษณ์ เพื่อคัดเลือกมาร่วมรายการต่อไป

5.2) แกร็บเชิญ ได้แก่ ผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีของประชาชน เช่น ดารา นักร้อง หรือผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการต่าง ๆ และแกร็บเชิญนี้เอง จะมีส่วนช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ชมรายการ

6) ผู้ชมรายการในห้องส่งนั้นมักเป็นสิ่งจำเป็นในรายการวาไรตี้ทุกรายการ เพราะเสียงปรบมือและเสียงเชียร์เป็นส่วนช่วยสร้างบรรยากาศสนุกสนาน และตื่นเต้นเร้าใจซึ่งมีผลต่อผู้ชมที่บ้านด้วย

7) ฉากในรายการวาไรตี้ที่นั้นนอกจากจะต้องออกแบบให้สวยงามแล้ว ควรมีความสมบัตินี้

7.1) สามารถสร้างบรรยากาศและอารมณ์ของผู้ชมให้คล้อยตามเนื้อหาของรายการ ตั้งแต่ลักษณะของรายการ จำนวนผู้เข้าร่วมรายการ พิธีกร ฯลฯ รวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับรายการทั้งหมด

7.2) มีประโยชน์ใช้สอยในการผลิตรายการ เช่น การออกแบบฉากที่กันไม่ให้ปรตน์ทั้งสองฝ่ายเห็นหน้ากัน การออกแบบแผ่นป้าย และวิธีการเปิดปิด

7.3) มีการวางตำแหน่ง (Blocking) ของพิธีกร ผู้เข้าร่วมรายการ และแผ่นป้าย ต่าง ๆ ให้เหมาะสม ซึ่งช่วยให้ภาพที่ออกอากาศเป็นไปตามบทโทรทัศน์ที่วางไว้ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้แก่ฝ่ายเทคนิคของรายการ

8) ทีมงานผลิตรายการ ในการผลิตรายการวาไรตี้ และรายการโทรทัศน์อื่น ๆ จะต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของบุคคลผู้มีความชำนาญในสาขาต่าง ๆ ของการผลิตรายการโทรทัศน์ ทีมงานผลิตรายการนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ทีมงานผลิตรายการ (The Production Staff) และทีมงานช่างเทคนิค (The Production Crew)

8.1) ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ (The Production Staff) คือบุคคลผู้ริเริ่มคิดเนื้อหาของรายการ และพัฒนาปรับปรุงรายการจนสำเร็จเป็นรายการ ซึ่งประกอบด้วย

8.1.1) ผู้บริหารการผลิต (Executive Producer) จะเป็นผู้ออกความเห็น และวางแนวคิดหลักรายการ (Concept) ทั้งหมดในรายการ รับผิดชอบด้านการตลาดและการจัดหารายได้ รายจ่ายของรายการ แต่ไม่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต

8.1.2) ผู้ผลิตรายการ (Producer) รับผิดชอบในส่วนทั้งหมดของรายการ จะรับความคิดและนโยบายการผลิตมาจากผู้บริหารการผลิตอีกทีหนึ่งแล้วนำความคิดนั้นมาทำให้เป็นรายการจริง ซึ่งในบางรายการอาจมีผู้ผลิตรายการหลายคน แล้วแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบในช่วงต่าง ๆ ของรายการ

8.1.3) ผู้เขียนบทโทรทัศน์ (Script) จะค้นคว้าข้อมูลมาสร้างเป็นบทโทรทัศน์ โดยสอดคล้องกับแนวคิดที่ได้รับจากผู้ผลิตรายการ (Producer) และต้องส่งบทให้ผู้ผลิตรายการตรวจสอบเพื่อแก้ไขจนกว่าจะได้บทโทรทัศน์ที่ตรงตามความต้องการ

8.1.4) ผู้กำกับรายการ (Director) รับผิดชอบในส่วนของการผลิตรายการทั้งหมด และเป็นผู้ที่ควบคุมทีมงานฝ่ายให้ทำงานอย่างสอดคล้อง และเป็นไปตามที่ผู้ผลิตต้องการ ผู้กำกับรายการที่ดีควรต้องมีความรู้ และเข้าใจอย่างดีในเรื่องของมุกตลก อารมณ์ ความต่อเนื่องของรายการ รวมไปถึงเรื่องของการตัดต่อลำดับภาพ (Editing) ด้วย

8.1.5) ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) เป็นผู้คิดรูปแบบของรายการว่าทำอย่างไร รายการจึงจะเป็นที่น่าสนใจ แปลก ไม่ซ้ำใคร

8.1.6) ผู้กำกับเวที (Stage Manager) ทำหน้าที่ควบคุมบท คู่มือส่วนต่าง ๆ ของรายการ คู่มือขณะถ่ายทำว่ามีปัญหาอะไรบ้าง โดยประสานงานกับผู้กำกับรายการ

8.1.7) ผู้กำกับศิลป์ (Art Director) ดูแลในเรื่องของการออกแบบฉาก และกราฟฟิคต่าง ๆ ที่ใช้ในรายการ

8.1.8) ผู้ประสานงาน มีหน้าที่ควบคุมเรื่องการเงิน อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในรายการแต่ละตอน ติดต่อดารา นักแสดง ผู้เข้าแข่งขัน และผู้ชมรายการในห้องส่ง

8.2) ทีมงานฝ่ายช่างเทคนิค (The Production Crew) เป็นบุคคลผู้ควบคุมการทำงาน ของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

8.2.1) ผู้กำกับทางด้านเทคนิคหรือผู้ควบคุมแผงสวิตช์ (The Technical Director or Switcher)

8.2.2) ผู้ควบคุมเสียง (The Audio Technician)

8.2.3) ผู้ควบคุมเทปวีดีโอ (Video Technician)

8.2.4) ช่างกล้อง (Camera Operators)

8.2.5) ช่างไฟ (The Lighting Director)

9) ผู้อุปถัมภ์รายการ เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนในเรื่องของการเงินด้วยการซื้อเวลาการโฆษณา หรือผู้สนับสนุนในด้านของรางวัลด้วยการให้ของรางวัลแก่ผู้เข้ารอบในการแข่งขัน ซึ่งของรางวัลก็จะเป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดใจผู้ชมได้ด้วย รายการใดที่มีของรางวัลมูลค่าสูงก็จะได้รับความสนใจจากผู้ชมมาก

องค์ประกอบทุกอย่างในการผลิตรายการล้วนแต่เป็นสิ่งที่สำคัญ ทีมในแต่ละฝ่ายจะต้องทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้อง เพื่อที่จะผลิตรายการเกมโชว์ออกสู่สายตาผู้ชม และยังคงพยายามสร้างความกลมกลืนในองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้รายการที่ออกมานั้นดูดี และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539 : 29-33)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารงานสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting Management Structure)

ในการวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ซึ่งมีหน้าที่แตกต่างกันในการผลิตรายการตีสิบ อันได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งเป็นสถานีผู้ให้เช่าเวลาในการผลิตรายการตีสิบ ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งเป็นผู้ซื้อเวลาโฆษณาจากรายการตีสิบ และบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้เช่าเวลาในการผลิตรายการตีสิบจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงต้องนำแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารงานของสื่อวิทยุโทรทัศน์มาใช้ประกอบเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

จบการศึกษาวิจัยโครงสร้างการบริหารงานองค์กรสื่อมวลชน โดย รศ.ดวงทิพย์ วรพันธ์ รศ.มาลี บุญศิริพันธ์ ผศ.วรรณิ์ สาราญเวทย์ และ ผศ.สุภัทวดี อภินันท์ ได้สรุปให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างการบริหารงานสื่อวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมี 3 ลักษณะดังนี้

1) มีคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร กำหนดนโยบายและควบคุมการบริหารงาน อำนาจสั่งการสูงสุดของสถานีอยู่ที่กรรมการผู้จัดการ หรือรองประธานฝ่ายบริหาร ซึ่งจะมีกรรมการรองผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ ช่วยดำเนินงานตามลำดับชั้น ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 7 อ.ส.ม.ท. และ UBC

2) มีคณะกรรมการบริหาร อำนาจสั่งการสูงสุดอยู่ที่ผู้อำนวยการสถานี มีรองผู้อำนวยการสถานี ผู้อำนวยการฝ่าย/สถานีช่วยดำเนินงานตามลำดับชั้น เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

3) ไม่มีคณะกรรมการบริหาร การบริหารขึ้นตรงต่อกรรมการผู้จัดการหรือผู้อำนวยการ สถานีเพียงผู้เดียว มีรองผู้อำนวยการ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย / สำนัก หรือหัวหน้าฝ่ายช่วย ดำเนินงานตามลำดับชั้น ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สำหรับช่อง 7 มีประธานกรรมการบริษัทเพียงท่านเดียว ส่วนช่อง 11 นั้นขึ้นตรงต่อ อธิปไตยประชาสัมพันธ์)

ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างการบริหารงานมากที่สุด แม้จะไม่ส่งผลโดยตรงคือ จำนวนผู้ดูและรายได้ ซึ่งมีสาเหตุจากเนื้อหารายการที่ออกอากาศ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญคือ ผู้ดูและผู้อุปถัมภ์รายการ หากสถานีใดนำเสนอรายการได้รับความนิยมจากผู้ดูมาก รายการนั้นก็จะได้ รับการสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์รายการมาก ซึ่งหมายถึงเม็ดเงินจะหลั่งไหลกลับสถานีจำนวนมหาศาล ทั้งการแพร่ภาพออกอากาศเกือบ 24 ชั่วโมงในแต่ละวัน ผนวกกับคุณลักษณะตามธรรมชาติของ รายการที่มีอายุสั้น เพราะทุกรายการหลังจากเริ่มออกอากาศครั้งแรก ต้องประสบกับสภาพการ อิ่มตัวจนกระทั่งต้องหยุด หรือเลิกการผลิต ไม่ต่างจากอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอื่นๆ สถานีวิทยุ โทรทัศน์ทุกระบบทุกสถานีจึงต่างแข่งขันกันสูงเพื่อความอยู่รอด

สำหรับประเทศไทยนั้น ไม่มีการเก็บภาษีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์จึงต้อง อาศัยรายได้จากการโฆษณาสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย

1) ค่าเช่าเวลาซึ่งเอกชนจัดเพื่อจัดรายการรูปแบบต่าง ๆ แล้วแต่ข้อตกลงกับทางสถานี ค่าเช่าจะสูงหรือต่ำแล้วแต่ช่วงเวลา

2) ค่าโฆษณาสินค้าในรายการ ในกรณีสถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นผู้จัดรายการเองหรือซื้อ รายการที่ผู้อื่นจัดมาออกอากาศ วิธีการเช่นนี้คล้ายคลึงกับค่าเช่าเวลาในข้อ 1. ผิดกันที่สถานีเป็นผู้ เสี่ยงหาโฆษณาเอง แทนที่ผู้เช่าเวลาเป็นผู้หาโฆษณาแล้วเสียค่าเช่าให้กับสถานี ที่เรียกว่าเสี่ยง เพราะถ้ารายการที่มีคุณภาพดี มีผู้ชมมากสถานีก็สามารถหาโฆษณาได้มากและมีราคาแพง เมื่อหัก ค่าใช้ในการซื้อหรือจัดรายการแล้วสถานีอาจมีเงินเหลือมากกว่าค่าเช่าเวลาในข้อ 1. ตรงกันข้ามถ้า สถานีได้รายการไม่ดีพอที่หาโฆษณาได้น้อย สถานีอาจต้องขาดทุนก็ได้

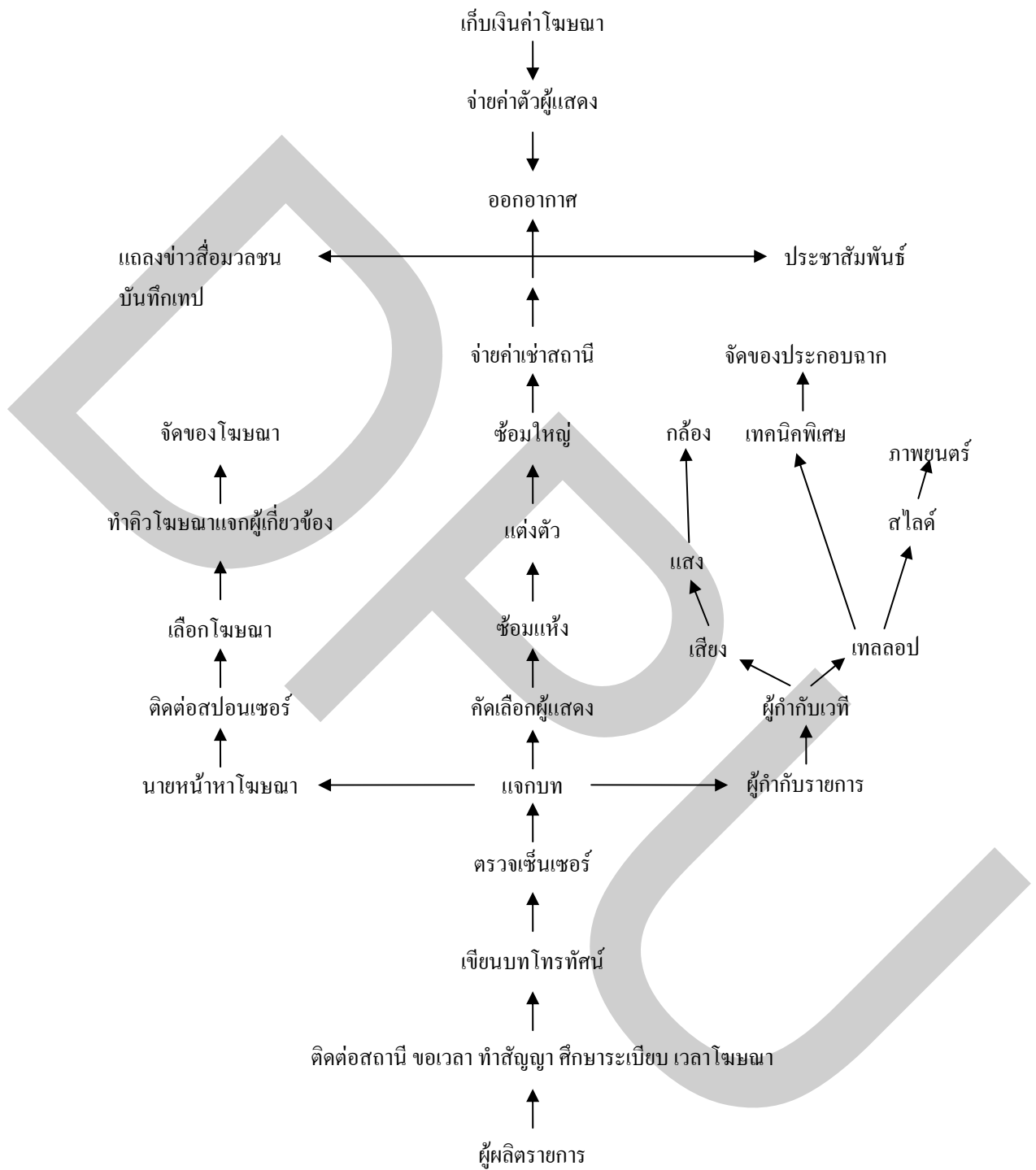
ดังนั้น ดวงทิพย์ วรพันธ์ (2525) สรุปว่าในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับประเทศไทย มีลักษณะการดำเนินงาน แบ่งเป็น 3 ชนิด ดังนี้

1) ให้ผู้อื่นเช่าเวลาจัดทำรายการหมายถึงทางสถานีจะไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ นั้น ๆ จะเกี่ยวข้องเฉพาะคุณภาพของรายการ และรับเงินค่าสถานีจากผู้เช่าเท่านั้น ผู้เช่ารายการ จะต้องหาผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) หาตัวแสดง เสียค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด กำไรหรือขาดทุนเท่าใด ก็เป็นของผู้เช่าเวลาเพียงผู้เดียว

2) ให้ผู้อื่นรับงานผลิตนั้นไป หมายถึง ทางสถานีจะให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดรับงานผลิตไปทั้งรายการตามราคาที่ตกลงกัน ผู้ผลิตมีหน้าที่ผลิตโดยจัดหาผู้แสดง เครื่องแต่งกาย แต่งหน้า ผู้กำกับการแสดง ฯลฯ สถานีจะให้ความสะดวกและจัดเจ้าหน้าที่เช่น ผู้กำกับเวที ฉาก ช่างเทคนิค ให้เมื่อผลิตรายการเสร็จ สถานีก็จะจ่ายเงินค่าจ้างให้จะขาดทุนกำไรก็เป็นเรื่องของสถานี ผู้ผลิตรายการไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องและในกรณีนี้ผู้ผลิตรายการไม่ต้องเสียค่าเช่าเวลา

3) ทางสถานีจัดเอง หมายถึงในการนี้ทางสถานีต้องจัดหาผู้แสดงและทุกอย่างที่ต้องใช้ในรายการเองทั้งหมด เรียกได้ว่าทางสถานีจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด ในกรณีนี้ทางสถานีบางครั้งอาจต้องขอมหาทุนเพื่อให้สถานีมีชื่อเสียง หากรายการนั้นมีผู้ชมยอมรับว่าดีมีคุณค่า

ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้กลุ่มผู้ผลิตรายการที่สืบใกล้เคียงกับในแบบที่ 1 มากที่สุด คือ สถานีให้ผู้อื่นเช่าเวลา ดังนั้นสามารถสรุปเป็นแผนผังในการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ในกรณีบุคคลภายนอกเช่าเวลา

จากแบบจำลองดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าสถานีจะทำหน้าที่เพียงเป็นผู้รับเงินค่าเช่าเวลา จากทางผู้เช่าเวลาและคอยตรวจสอบคุณภาพรายการโทรทัศน์เท่านั้น ส่วนผู้เช่าเวลาจะทำหน้าที่ทุก อย่างไม่ว่าจะเป็นการผลิตรายการ การประชาสัมพันธ์ หรือการหาผู้อุปถัมภ์รายการ

ทั้งนี้ในการคัดเลือกรายการออกอากาศนั้น สถานีแต่ละสถานีจำเป็นต้องพิจารณาผลการ วิเคราะห์รายการของสถานีคู่แข่งทุกรายการ หลักการวิเคราะห์ว่ารายการของสถานีคู่แข่งชั้น สามารถดึงดูดจำนวนผู้ชมได้มากน้อยเพียงไรนั้นต้องอาศัย

1) ผลของการสำรวจจำนวนผู้ชมแต่ละรายการของแต่ละสถานีว่ามีมากน้อยเท่าไรจาก บริษัทหรือสถาบันที่ทำการวิเคราะห์เรื่องนี้โดยเฉพาะ ซึ่งในประเทศไทยก็มีหลายบริษัทที่รับทำการ วิเคราะห์หาจำนวนผู้ชม

2) การรับฟังผลตอบสนอง (Feed Back) จากผู้ชมว่านิยมชมชอบรายการใดบ้าง หรือไม่ ชอบรายการใดบ้าง ไม่ชอบเพราะเหตุใด การรับฟังนี้อาจได้จากการสอบถาม การสนทนาหรือการ วิเคราะห์ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

3) การใช้วิจารณญาณของผู้จัดรายการเอง สำหรับผู้จัดรายการที่ดีย่อมมีวิจารณญาณ ของตนเอง ตัดสินว่ารายการใดมีคุณภาพอย่างไร โดยตัดความคิดเห็นแก่ตนออกให้หมด

เมื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์ทราบถึงคุณภาพของรายการของสถานีคู่แข่งชั้นแล้วก็นำเอา ความรู้นี้มาวิเคราะห์ว่า เพราะเหตุใดรายการนั้น ๆ จึงสามารถดึงดูดจำนวนผู้ชมได้มาก รายการอื่น ด้อยในคุณภาพอย่างไรจึงสู้ไม่ได้ สิ่งที่ใช้วิเคราะห์อาจมีหัวข้อดังต่อไปนี้เป็นตัวอย่าง

- 1) รายการทันสมัยหรือล้าสมัยจนผู้ชมเบื่อหน่าย
- 2) รายการกระชับหรือยืดเยื้อ
- 3) ผู้ร่วมรายการเป็นบุคคลที่น่าเกลียดไสหรือนิยมชมชอบเพียงไร
- 4) เทคนิคในการลำดับภาพดีหรือไม่ดีอย่างไร
- 5) ส่วนประกอบรายการ เช่น เสียง แสง ฉาก เป็นอย่างไร

ฯลฯ

นอกจากนี้การตัดสินใจเลือกรายการวิทยุโทรทัศน์ เพื่อออกอากาศสามารถพิจารณาจาก คุณภาพของรายการ ซึ่งแยกพิจารณาได้ดังนี้

1) คุณภาพทางศิลปะคือรายการนั้นจะต้องเกิดความเร้าอารมณ์แก่ผู้ชม ความเร้าอารมณ์ นี้เกิดจากศิลปะในองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการ ตั้งแต่เนื้อเรื่องบทโทรทัศน์ที่ดึงดูดความสนใจ ถ้าเป็นรายการประเภทการแสดงก็หมายถึงบทประพันธ์และบทโทรทัศน์ ถ้าเป็นสารคดีก็ต้องมีเนื้อ เรื่องและบทบรรยายที่ดึงดูดความสนใจ ต่อจากนั้นก็เป็นที่ศิลปะและให้อารมณ์ตามที่ต้องการของ เนื้อเรื่อง

2) คุณภาพทางเทคนิค ได้แก่ ความชัดเจนของภาพและเสียง รายการที่บันทึกได้ด้วย เทปโทรทัศน์ต้องใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพเพื่อจะได้ภาพและเสียงที่เหมือนธรรมชาติมากที่สุด บางรายการมีคุณภาพอย่างอื่นสมบูรณ์ แต่เทปโทรทัศน์มีอาการพรั่มว้างบางขณะ หรือเสียงมีอาการโครคราก ดังบ้างเบาบ้าง ก็ทำให้ผู้ชมเสียอารมณ์ได้

3) คุณภาพทางคุณธรรมรายการที่คิ่้นต้องส่งเสริมทางด้านคุณธรรมตามสมควรแก่เนื้อเรื่องบ แม้แต่การแสดงตลกก็แฝงด้วยคุณธรรมไว้ หรืออย่างน้อยก็ไม่ได้มีสิ่งขัดต่อคุณธรรมความดี รายการที่แสดงออกถึงความโหดเหี้ยมทารุณเกินกว่าธรรมดา หรือชี้แนะไปในทางเสื่อมโทรมด้านจิตใจ เป็นรายการที่ควรหลีกเลี่ยง

4) คุณภาพทางเศรษฐกิจ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่เพียบพร้อมไปด้วยคุณภาพ ดังได้กล่าวมาแล้วก็น่าจะนับว่าเป็นรายการที่ดีมีคุณภาพ แต่ถ้ารายการนั้นมีผู้ชมน้อยเกินไปยอมส่งผลทางรายได้ที่ไม่ดีนัก สถานีและผู้จัดรายการอาจจะต้องประสบปัญหาขาดทุน ก็เรียกว่ารายการนั้นขาดคุณภาพทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาค้นคว้าการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมนั้นปรากฏว่าลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ การศึกษา เป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทราบว่าควรจัดรายการใดสำหรับผู้ชมกลุ่มใดเพื่อให้รายการได้รับการยอมรับจากผู้ชม และเมื่อผู้ผลิตสามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของตนได้แล้ว การกำหนดวัตถุประสงค์ก็จะง่ายขึ้น เพราะกลุ่มประชาชนคือเป้าหมายนั่นเองที่จะเป็นตัวชี้้นำการกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการเอง โดยทั่วไปแล้วรายการที่จัดเสนอกันอยู่ในทุกวันนี้ “ประชาชนมักไม่ทราบวัตถุประสงค์” เพราะผู้จัดไม่ได้ระบุวัตถุประสงค์ให้ผู้ชมรู้ ผู้ชมจะรู้ได้จากการติดตามสังเกตเนื้อหาสาระของรายการเอง ซึ่งมีอยู่เป็นประจำและมีอยู่หลายรายการที่ประชาชนผู้ชมไม่เข้าใจวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของรายการ ดังนั้นจึงจำเป็นที่นักจัดรายการจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการให้แน่ชัด

นอกจากนี้ไม่ว่าจะเป็นรายการที่สถานีผลิตเอง จ้างคนภายนอกผลิตหรือคนภายนอก ชื่อเวลาไปผลิตก็ตาม หากเป็นรายการที่สถานีโทรทัศน์ที่เป็นธุรกิจแล้ว เนื้อหาสาระ หรือรายการของสถานี ก็คือ “สินค้าหรือบริการ” ของสถานีนั่นเอง สินค้าหรือบริการนี้ ต้องมีผู้ซื้อรายการอาจจะซื้อเหมา ซื้อปลีกหรือผสมกันก็ได้ สถานีก็มีรายได้จากการขายรายการหรือขายเวลานั่นเอง

รายการของสถานีโทรทัศน์ทุกวันนี้ โดยสรุปแล้วมีหน้าที่หนึ่งคือเป็นพาหะในการโฆษณาสินค้าหรือประชาสัมพันธ์ของผู้เสนอรายการนั่นเอง จะเห็นว่ารายการดี ๆ ที่มีจำนวนผู้ชมจำนวนมาก เป็นรายการที่ผู้โฆษณาสินค้านิยมซื้อเวลาโฆษณาสินค้าของตน ซึ่งรายการประเภทนี้มักเป็นรายการบันเทิง อย่างไรก็ตามรายการโทรทัศน์ก็มีแนวโน้มที่จะเป็นรายการเจาะเข้าหากลุ่ม

ผู้ชมบางกลุ่มได้ เช่น รายการสำหรับเด็ก สำหรับสตรี ซึ่งหมายความว่าป็นรายการประเภทนี้เป็นสื่อโฆษณาสินค้าสำหรับเด็กและสตรีโดยเฉพาะ

ดังนั้นในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องนำโครงสร้างการดำเนินงานการผลิตรายการโทรทัศน์ (Broadcasting Management Structure) มาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณาทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละกลุ่มย่อมการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ตามลักษณะการดำเนินงานของตนเอง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับงานวิจัยเรื่อง “ศึกษาระบบการผลิตรายการทีวีของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” มีดังนี้

คันธिया วงศ์จันทา (2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์ สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพคือ สถานีโทรทัศน์ ผู้จัดละคร และผู้อุปถัมภ์รายการนั้น นโยบายของสถานีโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อคุณภาพละครโทรทัศน์ สำหรับเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์นั้น เกณฑ์ที่บ่งชี้คุณภาพละครโทรทัศน์ที่ดีที่สุดคือ เกณฑ์ทางด้านความเป็นมืออาชีพของผู้จัดละครซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพส่วนตัวและแบบองค์กรในการผลิตละครโทรทัศน์มากกว่าการเป็นผู้ที่เรียนจบโดยตรงทางด้านละคร และเกณฑ์เรื่องความปรารถนาดีและคุณภาพของกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์อันหมายถึง นโยบายการผลิตละคร การเลือกเรื่อง การคัดเลือกตัวแสดง ความพึงพิถันในการผลิต ความถูกต้องสมจริงและการเลือกเพลงประกอบของผู้จัดละคร ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะมีผลต่อคุณภาพละครโทรทัศน์ที่ปรากฏออกมา ในขณะที่เกณฑ์มาตรฐานความเป็นต้นแบบในเรื่องของความแปลกใหม่ ความไม่ยึดติดเนื้อหาเก่า และเกณฑ์คุณค่าทางจริยธรรมและการเมืองของเนื้อหา ยังพบไม่มากนักในเนื้อหาของละครโทรทัศน์

สำหรับความคิดเห็นและความต้องการของผู้ชม ต่อเนื้อหาและคุณภาพของละครโทรทัศน์นั้นผู้ชมส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เนื้อหาของละครโทรทัศน์ยังคงมีเนื้อหาแบบเก่า ๆ และยังไม่พัฒนาไปเท่าที่ควร จึงต้องการให้มีเนื้อหาที่หลากหลายมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ส่วนทางด้านเทคนิคในกระบวนการผลิตนั้นได้มีการพัฒนามากขึ้น

อรนุช สุกประเสริฐ (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รายการแข่งขันทางโทรทัศน์” ซึ่งการศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและเนื้อหาของรายการแข่งขันชิงรางวัลในปัจจุบัน รวมทั้งทราบถึงค่านิยมของสังคมไทยที่สะท้อนผ่านรายการแข่งขันชิงรางวัล

และศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อความเหมาะสมในการนำเสนอรายการแข่งขันชิงรางวัลในปัจจุบัน และผลการวิจัยพบว่า รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ใหญ่ๆ ดังนี้

รายการแข่งขันที่เน้นสาระความรู้เป็นหลักนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาและมีลักษณะดังต่อไปนี้

1) วัตถุประสงค์เบื้องต้นของการผลิตรายการ สำหรับรายการประเภทนี้มักจะกำหนด วัตถุประสงค์เบื้องต้นในการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ และสาระต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ทางด้านวิชาการ หรือความรู้รอบตัวเป็นสำคัญ ซึ่งถือเป็นการเสริมทักษะ และความรู้ของผู้แข่งขัน และผู้ชม

2) เนื้อหาของรายการส่วนใหญ่เนื้อหาของรายการประเภทนี้ มักจะเน้นสาระความรู้ เป็นหลัก ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป ซึ่งแบ่งเป็น 2 แบบ คือ ความรู้ทางวิชาการ และความรู้ รอบตัว

3) ลักษณะการเล่น การใช้ความสามารถในการแข่งขัน ผู้แข่งขันรายการประเภทนี้ จะต้องใช้การวิเคราะห์อย่างมีเหตุมีผล มีการใช้พื้นฐานความรู้ทางวิชาการ หรือความรู้รอบตัว นอกจากนี้ ผู้แข่งขันอาจจะต้องใช้การคาดเดาคำตอบ ตลอดจนทักษะทางร่างกาย เช่น ความแม่นยำ ความว่องไว การสังเกต และอื่น ๆ มาประกอบในการแข่งขันด้วย

4) จุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการประเภทนี้จะมีเนื้อหาสาระหรือความรู้ เป็นจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการที่สำคัญที่สุด พิธีกรก็ถือเป็นจุดขายเช่นกัน ซึ่ง พิธีกรของรายการประเภทนี้จะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงหรือเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

รายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นความบันเทิงเป็นหลักนั้น มีลักษณะดังนี้

1) วัตถุประสงค์เบื้องต้นของการผลิตรายการ ส่วนใหญ่รายการประเภทนี้มักจะกำหนด วัตถุประสงค์ที่จะผลิตรายการเพื่อนำเสนอความสนุกสนาน และความบันเทิง อาจจะมีสาระ ความรู้ สอดแทรกอยู่บ้าง แต่น้อยมาก

2) เนื้อหารายการ มีเนื้อหาอยู่ 2 แบบคือ ความรู้รอบตัว และความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ซึ่ง แบ่งออกเป็น ความรู้เกี่ยวกับบุคคลที่จำเพาะเจาะจง หรือปัจเจกบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือการทายใจ ของบุคคลนั่นเอง

3) ลักษณะวิธีการเล่น การใช้ความสามารถในการแข่งขัน ผู้แข่งขันมักจะต้องใช้การ คาดเดาคำตอบ การตอบโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยหลักการทางด้านวิชาการแต่อย่างใด นอกจากนี้ผู้ แข่งขันอาจจะต้องแข่งขันกันทางด้านทักษะทางร่างกายด้วย เช่น ความรวดเร็ว ความว่องไว ความ แม่นยำ หรือการแข่งขันโดยใช้วิธีการเสี่ยงโชครูปแบบต่าง ๆ

4) จุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการ รายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นความบันเทิงเป็นหลักมีจุดดึงดูดความสนใจ คือ ผู้ร่วมรายการ หรือพิธีกรเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เนื้อหาของรายการจะเน้นความสนุกสนาน ตลกขบขัน ของรางวัลมักมีมูลค่ามาก ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ชม

รายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นสาระ ความรู้และความบันเทิงเป็นหลัก มีลักษณะดังนี้

1) วัตถุประสงค์เบื้องต้นของการผลิตรายการ รายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นสาระ ความรู้ และความบันเทิง มักจะกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ เพื่อให้ผู้ชมได้รับทั้งความสนุกสนาน และสาระความรู้ควบคู่กันไป แต่สาระความรู้ก็จะถูกนำเสนอมากเกินไป

2) เนื้อหารายการส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกับรายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก แต่ต่างกันว่าเนื้อหารายการประเภทที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิงนั้นมีวิชาการมากกว่า

3) ลักษณะวิธีการเล่นการใช้ความสามารถในการแข่งขัน วิธีการเล่นมักใช้การคาดเดาคำตอบเป็นหลัก และอาจจะต้องใช้ทั้งไหวพริบปฏิภาณ และการวิเคราะห์โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ทางวิชาการมาประกอบการแข่งขันด้วยส่วนการแข่งขันกันทางทักษะทางร่างกายและการเสี่ยงโชคนั้นก็มักประกอบในการแข่งขันของรายการประเภทนี้เช่นกัน

4) จุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการประเภทที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิง มีจุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจ

เนาวรัตน์ เทพอาสน์ (2533) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของรายการชิงร้อยชิงล้าน” พบว่ารายการเกมโชว์ที่ประสบความสำเร็จรายการหนึ่งนั้น มีปัจจัยแห่งความสำเร็จของรายการดังนี้

1) เนื้อหาและรูปแบบของรายการ เนื้อหาของรายการจะเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดความคิดจากผู้ผลิตรายการไปสู่ผู้ชม โดยอาศัยรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการที่จะต้องสอดคล้องกลมกลืนกัน จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม และเป็นที่ยอมรับได้ นอกจากนี้การทำให้เนื้อหารายการไม่จำเจจนผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายด้วยการมีแนวคิดเฉพาะในแต่ละตอนนั้นถือเป็นหลักในการสร้างความน่าสนใจให้กับรายการเกมโชว์

2) เวลาที่นำเสนอรายการ การที่รายการเกมโชว์มีเวลานำเสนอรายการที่เหมาะสมนั้นจะทำให้ผู้ชมสามารถติดตามรายการได้อย่างต่อเนื่อง และเวลาของรายการยังสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย และสามารถสร้างแนวคิดของรายการให้เหมาะสมกับเวลาได้ง่ายขึ้น

3) การสร้างแรงดึงดูดใจด้วยรางวัล สิ่งที่ผู้เข้าแข่งขันต้องการในการเข้าร่วมรายการ นอกจากการได้แข่งขัน ความสนุกสนานแล้ว รางวัลยังเป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจให้ผู้แข่งขัน เข้ามาร่วมแข่งขันชิงรางวัล และยังดึงดูดความสนใจของผู้ชมที่บ้านให้ได้ลุ้นกับผู้แข่งขันว่าจะชิงรางวัลไปได้หรือไม่อีกด้วย จึงนับได้ว่ารางวัลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ได้ลุ้นกับผู้แข่งขันว่าจะชิงรางวัลไปได้หรือไม่อีกด้วย จึงนับได้ว่ารางวัลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด

4) พิธีกรเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้รายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะ รายการเกมโชว์ประสบความสำเร็จ เพราะพิธีกรเป็นผู้ที่เชื่อมประสานระหว่างผู้แข่งขันเกม และ ส่วนต่าง ๆ ของรายการเข้าด้วยกัน ควบคุมรายการให้ดำเนินไปด้วยดีและมีความยุติธรรม

5) บรรยากาศรายการ วัตถุประสงค์ของรายการเกมโชว์ก็คือความบันเทิง ความ สนุกสนาน ดังนั้นในการดำเนินรายการจำเป็นต้องมีบรรยากาศของความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจ ซึ่งพิธีกรจะทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ และสร้างบรรยากาศดังกล่าวร่วมกับผู้ แข่งขัน และผู้ชมรายการในห้องส่ง

6) เพลงประกอบรายการ เพลงประกอบรายการในปัจจุบันนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมาก สำหรับรายการโทรทัศน์ เพราะเพลงประกอบจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของรายการ โดยเฉพาะ ในรายการวาไรตี้ ซึ่งเป็นรายการที่เน้นความบันเทิง จึงใช้ดนตรี และเพลงประกอบที่สามารถสร้าง บรรยากาศความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจได้ สำหรับรายการชิงร้อยชิงล้านนั้น เพลงประกอบจะ เป็นลักษณะ Jingle คือเป็นเพลงสั้น ๆ ที่มีเนื้อร้องน้อยแต่กระชับ เพลงจะเน้นจังหวะว่า “ชิงร้อย ชิงล้าน ชิงร้อยชิงล้าน” ซึ่งเพลงประกอบนี้ยังสามารถเป็นสัญลักษณ์ของรายการได้อีกด้วย คือเมื่อ ผู้ชมได้ยินเสียงเพลงก็จะจำได้ทันทีว่าเป็นรายการอะไร

7) ฉากและเทคนิค ฉากและเทคนิคนับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของรายการเกมโชว์ เพราะจะช่วยทำให้ภาพของรายการที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์มีความน่าดู น่าชม

8) การพัฒนารายการ เนื่องจากรายการโทรทัศน์มีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา แม้ว่า รายการจะได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการอยู่แล้วก็ตาม ก็ไม่ควรที่จะประมาท ผู้ผลิตรายการจึง จำเป็นต้องผลิตรายการให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เพื่อรักษาความนิยมของผู้ชมให้คงอยู่ และเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยผู้ผลิตรายการจะทำการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนารายการอยู่เสมอ เพื่อให้รายการมี ข้อบกพร่องน้อยที่สุด

9) การประชาสัมพันธ์รายการ คือนอกจากเนื้อหาและรูปแบบรายการที่สนุกสนานแล้ว การประชาสัมพันธ์รายการก็ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของรายการเกมโชว์ประการหนึ่งที่ทำให้ รายการดูน่าสนใจ การประชาสัมพันธ์รายการอาจจะมีทั้งในหนังสือพิมพ์ และ โทรทัศน์โดยการ นำเอาตัวอย่างของรายการมานำเสนอ เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกสนใจและติดตามชม

สุรางค์ พงษ์สิทธิถาวร (2533) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ลักษณะเด่นของรายการเกมโชว์ที่ดึงดูดคนดู : กรณีศึกษารายการมาตามนัด” พบว่า รายการเกมโชว์ในปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันกันสูง ดังนั้นรายการแต่ละรายการจึงพยายามที่จะสร้างความสนใจให้กับผู้ชมให้มากที่สุดด้วยการใช้ลักษณะเด่น หรือจุดดึงดูดความสนใจ ดังต่อไปนี้

1) พิธีกร ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างมากที่ทำให้คนดูติดตามชมรายการและน่าสังเกตว่า รายการเกมโชว์ในขณะนี้ นิยมใช้พิธีกรคู่ คือชายและหญิง บุคคลที่นิยมนำมาเป็นพิธีกรก็มักจะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคม เช่น ดารา นักร้อง หรือนักวิชาการที่เป็นนักพูด ดาวตลก ซึ่งบางคู่ไปกันได้ดี แต่บางคู่ก็ไม่เหมาะที่จะเป็นพิธีกรรายการวาไรตี้ พิธีกรวาไรตี้จะอยู่ก้ำกึ่งระหว่างพิธีกรกับความบันเทิงเอง ต้องดำเนินรายการให้ราบรื่น เร้าใจ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ใช้ปฏิภาณไหวพริบได้เหมาะกับสถานการณ์ มีบุคลิกภาพอารมณ์ขัน ให้เกียรติผู้ชมและผู้ร่วมรายการ นอกจากนั้นจะต้องเป็นคนที่มีความสามารถพูดที่ได้จังหวะจะโคนอีกด้วย

2) ผู้ร่วมรายการ ผู้ร่วมรายการมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้รายการสนุก และยิ่งถ้าผู้ร่วมรายการเป็นที่รู้จักของผู้ชม ก็จะทำให้ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยการเอาใจช่วยลุ้นผู้เข้าแข่งขันนั่นเอง

3) ของรางวัล นอกจากความสนุกสนานแล้ว สิ่งที่เป็นปัจจัยดึงดูดให้มีผู้ร่วมรายการและผู้ชมที่บ้านสนใจคือ การแจกรางวัลที่มีมูลค่ามาก ๆ อย่างเช่น เงินรางวัล รถยนต์ เป็นต้น ซึ่งของรางวัลที่มีมูลค่ามาก ๆ นี้มักจะสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้แข่งขันได้เป็นอย่างดี ส่วนผู้ชมที่บ้านก็มีสิทธิ์ร่วมลุ้นของรางวัลต่าง ๆ จากรายการไปด้วย

4) รูปแบบรายการ รายการวาไรตี้ในปัจจุบันส่วนใหญ่แล้ว ผู้จัดมักจะพยายามหาแนวความคิดใหม่ ๆ มานำเสนอเพื่อไม่ให้ซ้ำแนวรายการเดิมที่เคยทำมาแล้ว ทั้งนี้เพราะผู้ชมมักจะเบื่อหน่ายกับรูปแบบรายการเดิม ๆ ที่ซ้ำซาก ดังนั้นรายการวาไรตี้ใดที่มีรูปแบบรายการที่แปลกแหวกแนวก็จะสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมได้มากกว่ารายการรูปแบบเดิม

โรบินสัน (John P. Robinson, 1972 : 77) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะให้สื่อและมีระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือกลุ่มที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร และเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยใช้สื่อมวลชน

โรนัลด์ เจ คอมเปซี (Ronald J. Compesi) ศึกษาถึงผู้รับชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน พบว่า ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ 1. ชมเพื่อได้รับความบันเทิง 2. ชมเพื่อเป็นนิสัยเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ชมเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู 4. ชมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทาง

สังคมในการติดต่อกับผู้อื่น รวมทั้งการคุยกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ชมเพื่อการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น

แอคคิน (Atkin, 1972) พบว่า การพูดคุยสนทนากันจากการเอาข่าวสารมวลชนนำไปสู่การเลือกรับเอาข่าวสารและการนำไปใช้ด้วย โดยแอคคินได้สรุปเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารของบุคคลจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ว่า เหตุผลที่คนอ่านหนังสือพิมพ์ก็เพื่อจะได้เอาข่าวสารเพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งได้มีเรื่องไปพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ

วัชรียา อานามวัฒน์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ” พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสื่อ กลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันมากกว่ากลุ่มผู้ชายและกลุ่มที่มีอายุต่างกันจะมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันต่างกัน

วิทยา เกียกุล (2538) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชน เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่างกันประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง”

โดยสรุปก็คือ บุคคลจะเปิดรับสื่ออะไรก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการแรงจูงใจ มีการแสวงหาความพึงพอใจ หรือคาดหวังต่อสื่อมวลชนก่อนว่าตนจะได้รับประโยชน์ หรือความพึงพอใจอะไรจากการเปิดรับสื่อบ้าง แล้วนำไปสู่การบริโภคสื่อ (Media Consumption) อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการ นอกจากนี้บุคคลจะมีกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อ (Selective Process) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลมีความต้องการของตนเองที่จะเลือก และมาจากการที่บุคคลมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ผ่านมาในเรื่องเกี่ยวกับความคาดหวังการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจที่ได้รับพฤติกรรมเปิดรับสื่อ รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยกรอบแนวคิดเหล่านี้ล้วนแต่มุ่งวิเคราะห์ถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ ผู้วิจัยจึงมีความเชื่อว่าการที่ผู้ชมเปิดรับรายการนั้น ผู้ชมจะต้องมีความคาดหวังต่อรายการ และมีพฤติกรรมเปิดรับ และยอมได้รับความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะยึดแนวทางของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจเป็นหลักในการสร้างสมมติฐาน และการค้นคว้าหาคำตอบเพื่อความถูกต้องในการทำวิจัยถึงประโยชน์และความพึงพอใจต่อกระบวนการผลิตรายการทีวีทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการดีลิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indept Interview) เพื่อศึกษาถึงทัศนคติในกระบวนการผลิตเพื่อคุณภาพรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ รวมทั้งกระบวนการผลิตรายการ ดีลิบของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีลิบ ได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการ และผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ของบริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งผู้วิจัยแบ่งวิธีการดำเนินการออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.1 วิธีการศึกษา

3.1.1) ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เทปรายการดีลิบ ผลการสำรวจคะแนนรายการ (Rating) รายการดีลิบ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามในการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indept Interview) เกี่ยวกับทัศนคติในกระบวนการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีลิบ

3.1.2) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indept Interview) กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ และกระบวนการผลิตรายการดีลิบ โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการดีลิบ รวมทั้งผู้บริหารและทีมงานจากบริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 13 คน ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

3.1.2.1) หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 4 คน ได้แก่

1) คุณสุบรรณชิต สุวรรณนพ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

2) คุณยุวดี เร้าเสถียร หัวหน้าแผนกเตรียมการก่อนการผลิตรายการ (Pre-Production) ฝ่ายรายการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

3) คุณเกริกพันธุ์ สุวรรณพ ผู้กำกับรายการและควบคุมการผลิตรายการ (Producer) สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

4) คุณญาตา เมตตาประเสริฐ หัวหน้างานแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) ฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

3.1.2.2) ผู้อุปถัมภ์รายการ จำนวน 4 คน ได้แก่

1) คุณวนิดา วาสนกมล ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนสื่อ (Media Planning Director) บริษัท “พับบลิซิตี ไทยแลนด์” จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ

2) คุณสาธิต สติระศรีนทร์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท “เครื่องดื่มกระทิงแดง” จำกัด ผู้อุปถัมภ์

3) คุณสมชัย สุทธิกุลพานิช รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท “ซินิซลิเคอร์” จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ

4) คุณอมร จารุวรรณวัฒน์ รักษาการผู้ช่วยผู้จัดการแผนกสื่อสารการตลาด (Marketing Executive Marketing Communication & Media Dept.) บริษัท “โทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น” จำกัดมหาชน ผู้สนับสนุนรายการ

3.1.2.3) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จำนวน 5 คน ได้แก่

1) คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ กรรมการบริหารบริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

2) คุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ ผู้ควบคุมฝ่ายผลิตรายการ

3) คุณอนุชิต มุรธาทิพย์ หัวหน้ากลุ่มผู้สร้างสรรค์รายการทีลิว

4) คุณคีนสิทธิ์ สุวรรณวัฒน์ พิธีกรและผู้สร้างสรรค์รายการทีลิว

5) คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ หัวหน้าผู้กำกับรายการทีลิว

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

จัดแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) ข้อมูลทุติยภูมิ มีดังนี้

1.1) เทปบันทึกการขายการดีสิบ ที่ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2550 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

1.2) ผลการสำรวจคะแนนรายการ (Rating) รายการดีสิบ ออกอากาศวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2550 โดยบริษัท เอซี นีลสัน (Ac Nielsen)

2) ข้อมูลปฐมภูมิ คือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) ผู้ผลิต 3 กลุ่ม อันได้แก่

2.1) หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการ หัวหน้าแผนกเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production) ฝ่ายรายการ ผู้กำกับรายการและผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) หัวหน้างานแผนกส่งเสริม และตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) ฝ่ายรายการ

2.2) ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ อันได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนสื่อ (Media Planning Director) บริษัท พับลิซิตี ไทยแลนด์ จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด ผู้อุปถัมภ์รายการ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีนิช ลิเคอร์ จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ รักษาการผู้ช่วยผู้จัดการแผนกสื่อสารการตลาด (Marketing Executive Marketing Communication & Media Dept.) บริษัท โทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด มหาชน ผู้สนับสนุน

2.3) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด กรรมการผู้จัดการ ผู้ควบคุมฝ่ายผลิตรายการ หัวหน้าผู้สร้างสรรค์รายการดีสิบ (Creative Group Head) ผู้สร้างสรรค์รายการดีสิบ (Creative) และหัวหน้าผู้กำกับรายการดีสิบ (Executive Director)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ในการศึกษาทัศนคติการประเมินกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เทปโทรทัศน์รายการดีสิบ และปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือ จากนั้นนำผลวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวมาเป็นเกณฑ์ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างใช้ประเมินรายการดีสิบ โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้โดยมีแนวคำถาม ดังนี้

แนวคำถามสำหรับหัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ ประกอบด้วย ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง หน่วยงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่ตามประเด็นดังต่อไปนี้

- ท่านคิดว่าคุณภาพของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ควรเป็นอย่างไร
- ท่านคิดว่าคุณภาพของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่ควรเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 คำถามในกระบวนการผลิตรายการดีสิบ

- ท่านคิดว่ารายการดีสิบมีคุณภาพหรือไม่อย่างไร
- ท่านคิดว่ารายการดีสิบมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่ารายการดีสิบในปัจจุบันมีเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร ยังคงมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่

แนวคำถามสำหรับผู้อุปถัมภ์รายการ แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ ประกอบด้วย ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง หน่วยงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่ตามประเด็นดังต่อไปนี้

- ในฐานะของผู้อุปถัมภ์รายการ ท่านคิดว่าคุณภาพของรายการโทรทัศน์ ควรเป็นอย่างไร
- ในฐานะของผู้อุปถัมภ์รายการ ท่านคิดว่าคุณภาพของรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่ดีควรเป็นอย่างไร
- ท่านใช้เกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นตัดสินใจในการเลือกอุปถัมภ์รายการหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 3 คำถามในกระบวนการผลิตรายการดีสิบ

- ท่านคิดว่ารายการดีสิบมีคุณภาพหรือไม่อย่างไร
- ท่านคิดว่ารายการดีสิบ มีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่ารายการดีสิบในปัจจุบันมีเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร ยังคงมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) ขออนุญาตผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ บริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เพื่อเก็บข้อมูลในเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์
- 2) ขออนุญาตหัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพื่อเก็บข้อมูลในเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์
- 3) ขออนุญาตผู้อุปถัมภ์รายการตีสิบ อันได้แก่ คุณนันทิดา วาสนกมล ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนสื่อ (Media Planning Director) บริษัท พับลิซิตี ไทยแลนด์ จำกัด คุณสาธิต สถิระศรีรินทร์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด ผู้อุปถัมภ์รายการ คุณสมชาย สุทธิกุลพานิช รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีนิช ลิเคอร์ จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ คุณอมร จารุวรรณวัฒน์ รักษาการผู้ช่วยผู้จัดการแผนกสื่อสารการตลาด (Marketing Executive Marketing Communication & Media Dept.) บริษัท โทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด มหาชน เพื่อเก็บข้อมูลในเรื่องประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์
- 4) สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารและหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- 5) สัมภาษณ์ผู้อุปถัมภ์รายการตีสิบ
- 6) สัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่รายการตีสิบ ในบริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลข้อมูล

นำข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการเขียนบรรยายข้อมูลแสดงผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารและหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการตีสิบผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และนำผลที่ได้จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

รายงานการวิจัย เรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสืบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 13 คน ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

- 1) หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 4 คน ได้แก่
 - 1.1) ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
 - 1.2) หัวหน้าแผนกเตรียมการก่อนการผลิตรายการ (Pre-Production) ฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
 - 1.3) ผู้กำกับรายการและควบคุมการผลิตรายการ (Producer) สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
 - 1.4) คุณญาตา เมตตาประเสริฐ หัวหน้างานแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) ฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- 2) ผู้อุปถัมภ์รายการ จำนวน 4 คน ได้แก่
 - 2.1) ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนสื่อ (Media Planning Director) บริษัท “พีบลิซิตี ไทยแลนด์” จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ
 - 2.2) ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท “เครื่องดื่มกระทิงแดง” จำกัด ผู้อุปถัมภ์
 - 2.3) รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท “ซินิซ ลิเคอร์” จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ
 - 2.4) ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกสื่อสารการตลาด (Marketing Executive Marketing Communication & Media Dept.) บริษัท “โทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น” จำกัดมหาชน ผู้สนับสนุนรายการ
- 3) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด จำนวน 5 คน ได้แก่
 - 3.1) กรรมการบริหารบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
 - 3.2) ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการ
 - 3.3) หัวหน้ากลุ่มผู้สร้างสรรค์รายการตีสืบ

3.4) พิธีกรและผู้สร้างสรรครายการตีสืบ

3.5) หัวหน้าผู้กำกับรายการตีสืบ

4.1 กระบวนการผลิตรายการตีสืบ

จากการศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสืบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การศึกษาเทปวีดีทัศน์บันทึกรายการ และการศึกษาจากเอกสาร ซึ่งผลของการศึกษาพบว่า กระบวนการผลิตรายการตีสืบ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning)
- 2) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal)
- 3) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)
- 4) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Postproduction)

- 1) ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning)

ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการนี้เป็นการจัดเตรียมงานให้พร้อม เพื่อผลิตรายการต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1) การระดมความคิดจากผู้ร่วมงาน

เพื่อนำมาเป็นประเด็นการสนทนาในรายการตีสืบ ความคิดเหล่านี้มาจาก

- 1.1.1) มติของที่ประชุมรูปแบบรายการประจำวัน

การประชุมรูปแบบรายการ ประกอบด้วย คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ กรรมการบริหาร คุณยุพาวงศ์พระจันทร์, คุณสุภาพร เลียงพานิชย์ ฝ่ายข้อมูล รวมทั้งคุณวัชรวิ คุปตารักษ์ ผู้ควบคุมฝ่ายผลิตรายการตีสืบ และคุณอนุชิต มุรธาทิพย์ หัวหน้ากลุ่มผู้สร้างสรรครายการตีสืบ ด้วย

การประชุมหรือเกี่ยวกับรูปแบบรายการ เป็นการประชุมเพื่อควบคุมและดูแลเนื้อหาสาระของรายการที่นำเสนอในแต่ละวัน เพื่อให้รายการตีสืบมีความน่าสนใจและน่าติดตามมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาว่าควรนำเรื่องราวใดมาขยาย เพื่อให้ผู้ชมได้ข้อมูลในเชิงลึกและความบันเทิงกับรายการนั้นมากที่สุด

สิ่งที่ต้องพิจารณาต่อมาคือ แกรับเชิญมาร่วมสนทนาในรายการได้หรือไม่ ถ้าไม่ได้อันเนื่องมาจากติดภารกิจอื่นหรือไม่ต้องการออกรายการ คุณวัชรวิ คุปตารักษ์ จะ

ติดต่อแขกรับเชิญอื่นต่อไป และถ้ายังไม่สามารถติดต่อได้ ทางเลือกสุดท้ายคือเปลี่ยนประเด็นการสนทนาพร้อมทั้งวางตัวแขกรับเชิญคนใหม่ต่อไป

1.1.2) การแสดงความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ดำเนินรายการ

ผู้ดำเนินรายการ คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ และคุณกิ้นสิทธิ์ สุวรรณวัฒน์ มีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น โดยคุณกิ้นสิทธิ์ สุวรรณวัฒน์ จะมีส่วนร่วมในช่วงต้นรายการ สามารถแจ้งหรือสั่งการมายังทีมงานได้ทันที ในกรณีที่ต้องการนำเสนอรูปแบบรายการเป็นแบบใด

จากการสังเกตการณ์การทำงานพบว่า คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ ได้สั่งการมายังทีมงานอย่างเร่งด่วน เพื่อให้ดำเนินรายการในประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจมากเป็นพิเศษ

การระดมความคิดจากผู้ร่วมงาน ได้อาศัยแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างเป็นประเด็นการสนทนาในรายการ ดังนี้

1.1.2.1) สื่อหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์มีความได้เปรียบกว่าสื่ออื่น ๆ นั่นคือ เป็นสื่อที่สามารถข่าวด่วนและเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้มาก

ทีมงานรายการดีสิบให้ความสำคัญกับสื่อหนังสือพิมพ์มาก เพื่อนำมาสร้างเป็นประเด็นการสนทนา รวมทั้งนำข้อมูลมาสรุปสั้น ๆ เสนอให้แก่ผู้ดำเนินรายการ เพื่อศึกษาข้อมูลให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ต่อไป

1.1.2.2) สื่อโทรทัศน์

ทุกวันนี้สถานีโทรทัศน์ ส่วนมากมีการนำเสนอสารบันเทิงต่าง ๆ ทุก ๆ ชั่วโมงทีมงานสามารถติดตามข่าวดังและเหตุการณ์สำคัญ ๆ ได้ตลอดทั้งวัน ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อมากคิดประเด็นในรายการให้ได้ข้อมูลที่ลึกกว่ารายการวาไรตี้อื่น ๆ

จากการสัมภาษณ์ทีมงานทั้ง 3 คนของรายการพบว่า ได้ติดตามรายการวาไรตี้ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นประจำ รวมทั้งได้ติดตามรายการสนทนาวาไรตี้ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและรูปแบบวิธีการนำเสนอแล้วนำมาพิจารณา เพื่อไม่เสนอประเด็นนั้นซ้ำหรือนำเสนอในประเด็นเดียวกัน แต่ให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและแตกต่างไปจากเดิม โดยรายการสนทนาวาไรตี้ที่ทางทีมงานติดตามเป็นประจำคือ รายการคลับเซเว่น ช่อง 7 ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 22.30-24.00 นาฬิกา

จากการสังเกตการณ์การทำงานพบว่า คุณวัชรวิ คุปตารักษ์ เป็นผู้ชมรายการคลับเซเว่น พร้อมทั้งจดบันทึกรายละเอียดบางประเด็น เพื่อเป็นประโยชน์ในการผลิตรายการดีสิบต่อไป

1.1.2.3) สื่อวิทยุกระจายเสียง

ทีมงานเปิดวิทยุรับฟังข่าวเป็นประจำเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณวัชรีย์ คุณปตารักษ์ จะรับฟังรายการเป็นประจำขณะเดินทางจากบ้านมายังที่ทำงาน และจากที่ทำงานไปที่บ้าน รายการวิทยุที่รับฟังเป็นประจำคือ สถานีวิทยุครอบครัวข่าว FM 105.5 และ EFM FM 94.0

1.1.2.4) ศูนย์ข้อมูลข่าวบันเทิง

การศึกษาจากเอกสารพบว่า ศูนย์ข้อมูลข่าวบันเทิงเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการปฏิบัติงานของทีมงานฝ่ายข่าวบันเทิงและฝ่ายรายการ ซึ่งมีหน้าที่หลักในการให้บริการข้อมูลแก่ทีมงาน

1.1.2.5) ข่าวบันเทิงฝ่ายรายการสถานีโทรทัศน์

เมื่อมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นที่ทีมงานฝ่ายรายการของสถานีจะไปรับและหาข้อมูลเพิ่มเติม ออกอากาศในช่วงเวลาของรายการประจำสัปดาห์ จากเนื้อหาของรายการว่าใครดีนี่เอง ทำให้ทีมงานรายการดีสิบสามารถสร้างความคิดได้ว่าจะผลิตรายการด้วยประเด็นอะไรและเชิญใครมาออกในรายการ

1.1.2.6) บุคคลทั่วไป

ผู้ชมรายการบางคนได้เขียนจดหมายและโทรศัพท์มายังทีมงานเพื่อติชมพร้อมทั้งเสนอแนะประเด็นในการสนทนา ทำให้ทีมงานได้รับประโยชน์ในการคิดค้นประเด็นการสนทนาได้เช่นกัน ทั้งนี้ได้พิจารณาควบคู่ไปกับความน่าสนใจของเหตุการณ์ และข้อมูลด้วยว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นประเด็นในการสนทนาในรายการหรือไม่

1.1.2.7) แกร็บเชิญ

คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ จะสนทนากับแกร็บเชิญก่อนการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษารายละเอียดบางอย่างที่ทีมงานไม่สามารถค้นหาได้ เพื่อเตรียมพร้อมในการสนทนากับแกร็บเชิญต่อไป

1.1.2.8) อินเทอร์เน็ต

การค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นการค้นคว้าข้อมูลบางเรื่องใหม่ที่แปลกใหม่และน่าสนใจ ซึ่งอาจจะค้นหาไม่ได้จากสื่ออื่น ๆ เช่น เรื่องราวแปลก ๆ บุคคลที่น่าสนใจ เป็นต้น

1.2) การติดต่อแขกรับเชิญ

เมื่อผ่านขั้นตอนการระดมความคิดจากผู้ร่วมงานและได้ประเด็นในการสนทนา รวมทั้งรายชื่อของแขกรับเชิญแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การติดต่อแขกรับเชิญ เพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการผลิตรายการ

การติดต่อแขกรับเชิญมีอยู่ 3 ลักษณะคือ

1.2.1) เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของคุณวัชรีย์ กุปตารักษ์

1.2.2) คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ เป็นผู้ติดต่อด้วยเช่นกัน ในกรณีแขกรับเชิญเป็นบุคคลสำคัญ เพื่อความน่าเชื่อถือของรายการ

1.2.3) ผู้ทำหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นผู้ติดต่อให้ในกรณีที่ทางทีมงานขอความช่วยเหลือ เนื่องจากผู้ทำหน้าที่เหล่านั้นมีความคุ้นเคยกับแขกรับเชิญเป็นอย่างดี

1.3) การเตรียมสถานที่ในการถ่ายทำ

การผลิตรายการดีสิบ ส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำในห้องจัดรายการ มีจัดรายการนอกสถานที่บ้างแต่ไม่บ่อยครั้งนัก เกิดในกรณีที่รูปแบบรายการต้องการเจาะลึกข้อมูลส่วนตัวของแขกรับเชิญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1) การถ่ายทำในห้องจัดรายการ ถ้าทีมงานพิจารณาว่าไม่มีความจำเป็นใดๆ ที่ต้องผลิตรายการนอกสถานที่ก็จะดำเนินการผลิตในห้องจัดรายการ ซึ่งเป็นการสนทนากับแขกรับเชิญ เพื่อให้แขกรับเชิญชี้แจงและบอกกล่าวถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่ว ๆ ไป

1.3.2) การถ่ายทำนอกสถานที่ เป็นที่พักอาศัย หรือเป็นที่ทำงานของแขกรับเชิญ รวมทั้งสถานที่สาธารณะต่าง ๆ การตัดสินใจใช้สถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับความคิดเห็นร่วมกันของทีมงานว่าสถานที่ใดเหมาะสมที่สุดในการนำเสนอ และสามารถทำให้ผู้ชมมองเห็นภาพเหล่านั้นเพื่อเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน รวมทั้งแขกรับเชิญบางคนได้เจาะจงมายังทีมงานโดยตรงว่าต้องการถ่ายทำ ณ สถานที่ใด

จากการสังเกตการณ์การทำงานพบว่า ทางรายการดีสิบได้มีการนำเสนอประเด็นนี้ร้องหมอลำก่น้อย - ปอยฝ้าย มาลัยพร โดยทางทีมงานได้ไปบันทึกเทปที่เวทีการแสดง แล้วนำมาฉายในรายการ เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพเหตุการณ์จริงและเกิดมโนภาพและอรรถรสในการชม

1.4) การเตรียมบุคลากรการผลิตรายการ

การเตรียมบุคลากรในการผลิตรายการ แบ่งออกเป็น 2 กรณีคือ

1.4.1) การถ่ายทำนอกสถานที่โดยทำการบันทึกเทป บุคลากรที่ปฏิบัติงานประกอบด้วย ผู้ผลิตรายการ ผู้ประสานงานการผลิต ผู้กำกับรายการ ช่างภาพ ผู้ควบคุมเสียง ผู้

ควบคุมภาพกราฟฟิก และแฮกรับเชิญ โดยช่างภาพจะทำหน้าที่กำกับภาพและควบคุมเทปด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นการบันทึกเทปจากกล้องที่ใช้ถ่ายทำ

1.4.2) การถ่ายทำในห้องจัดรายการ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานประกอบด้วย ผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการ ผู้ประสานงานการผลิตรายการ ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับเวที ช่างภาพ ผู้ควบคุมเสียง ผู้ควบคุมภาพกราฟฟิก ผู้ควบคุมแสง ผู้ควบคุมเทป ผู้ดำเนินรายการ และแฮกรับเชิญ

1.5) การเตรียมข้อมูลที่ใช้ในการสนทนา

คุณยุพา วงศ์พระจันทร์ และคุณสุภาพร เลียงพาณิชย์ มีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารระดับเท็ง เป็นต้น เพื่อนำไปให้คุณวัชรวิ คุปตารักษ์

อย่างไรก็ตาม คุณวัชรวิ คุปตารักษ์ ได้ค้นหาและรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเป็นประจำเช่นกัน จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดเรียงและสรุปย่อเป็นประเด็นสั้น ๆ ให้ผู้ดำเนินรายการได้ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในประเด็นที่จะสัมภาษณ์ก่อนล่วงหน้า และเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการได้แนวคิดที่จะสร้างสรรค์คำถามแต่ละข้อด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังได้วางโครงร่างคำถามคร่าว ๆ ให้ผู้ดำเนินรายการ หากไม่มีความชำนาญในประเด็นนั้นมากนัก

คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องนี้ว่า (19 ธันวาคม 2550)

คำถามส่วนใหญ่ผมคิดเอง ฝ่ายทีมผลิตเขาจะหาข้อมูล Update มาให้ผมในบางเรื่องเท่านั้น อย่างบางเรื่องที่ซับซ้อนและผมไม่ชำนาญก็จะให้ทีมงานเขาสรุปประเด็นเหล่านั้นมา ทั้งแนวทางและประเด็นคำถามสั้น ๆ ส่วนคำถามทั้งหมดผมคิดเอง

Script คำถาม เช่น ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง ตัวเลขต่าง ๆ ทีมงานต้องจัดเตรียมรวมทั้งต้องจัดเตรียมข้อมูลที่ Update เบื้องหลังของแฮกรับเชิญคร่าว ๆ เพื่อมาประกอบกับข้อมูลของผมที่มีอยู่แล้ว

1.6) การจัดเตรียมฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก

การจัดเตรียมฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากของทีมงานรายการมี 2 ลักษณะคือการถ่ายทำนอกสถานที่ การจัดเตรียมฉากคือ การจัดเตรียมสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำนั่นเอง โดยคำนึงถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับประเด็นสนทนา เช่น สนทนาเกี่ยวกับการฆาตกรรม ณ จุดเกิดเหตุ ทางทีมงานได้ใช้ฉากบริเวณใกล้ ๆ ที่จุดเกิดเหตุเพื่อความสมจริง สำหรับอุปกรณ์ประกอบฉากนั้นได้จัด (Set) ขึ้นมา เพื่อเพิ่มความสวยงามและสีสัน เช่น กระจกถ่ายทำที่ห้องทำงาน ห้องรับแขก หรือห้องรับรองต่าง ๆ ได้มีการจัดชุดด้วยกาแฟและแจกันประกอบฉากด้วย

การถ่ายทำในห้องจัดรายการ ฝ่ายศิลปกรรมได้ดำเนินการสร้างฉากอย่างถาวรที่ฝาผนังห้องจัดรายการ โดยไม่มีการรื้อถอน เป็นฉากที่มีลักษณะหรูหราเป็นรูปตึกสูงในกรุงเทพมหานคร โลหะสีเงิน ตัวอักษรเขียนว่า AT TEN ยกเว้นในกรณีที่มีเหตุการณ์สำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจและรายการตีสิบให้ความสำคัญสูง เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ปัจจุบันและประเด็นในการนำเสนอ สำหรับอุปกรณ์ประกอบฉากมี 2 ชุด ชุดที่ 1 คือ ชุดรับแขกที่มีโต๊ะ 1 ตัว และเก้าอี้ 2 ตัว (ในกรณีแขกรับเชิญมีมากกว่า 1 คน เพิ่มเก้าอี้เท่ากับแขกรับเชิญ) ตัดสินใจว่าจะใช้ อุปกรณ์ประกอบฉากชุดไหนขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของทีมงานที่จะพิจารณาเป็นครั้ง ๆ ไป

1.7) การจัดเตรียมวัสดุรายการ

วัสดุรายการในรายการตีสิบ มีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือ

1.7.1) ภาพประกอบรายการ เป็นภาพที่ใช้สอดแทรกขณะสนทนา เพื่อให้ผู้ชมสามารถเห็นภาพและเข้าใจเรื่องราวได้อย่างชัดเจน โดยได้ติดต่อขอใช้ภาพเหล่านั้นจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ของแขกรับเชิญ เมื่อรวบรวมได้แล้วจึงนำไปให้ฝ่ายตัดต่อ ตัดต่อภาพเหล่านั้นลงในเทป

1.7.2) วัสดุรายการอื่น ๆ เช่น แผ่นผัง แผ่นภาพ แบบจำลองย่อส่วน เป็นต้น ซึ่งเป็นวัสดุที่หน่วยงานของแขกรับเชิญ ตัวของแขกรับเชิญเองและทีมงานรายการตีสิบได้จัดทำขึ้น

4.1.2) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Research)

หลังจากผ่านขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการแล้วต่อมาคือ การเตรียมการผลิตรายการ ซึ่งใช้เวลาไม่นานนักก่อนเริ่มผลิต ขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วย

4.1.2.1) การจัดเตรียม (Setup)

ก่อนเริ่มผลิตรายการ ทีมงานทุกคนได้จัดเตรียมงานตามความรับผิดชอบของตนไว้ให้พร้อม เช่น ช่างภาพได้นำกล้องมา ณ จุดถ่ายทำพร้อมกับปรับแต่งกล้อง ผู้ควบคุมเสียงได้ปรับแต่งเสียงเพื่อให้ได้ระดับที่สมดุลที่สุด ผู้ควบคุมแสงได้นำไฟมาติดตั้งและปรับแต่งแสงให้มีความสมดุล ผู้ผลิตรายการนำม้วนเทปทั้งหมดที่จัดเตรียมไว้มาที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการ ผู้ประสานงานการผลิตรายการและทีมงานคนอื่น ๆ ได้นำชุดโต๊ะเก้าอี้มาตั้ง ณ จุดที่ต้องการ ผู้กำกับเวทีได้จัดเตรียมมอนิเตอร์ดูภาพโดยนำมาไว้ใกล้ ๆ ตนเอง และ 1 ในจำนวนทีมงานได้จัดเตรียมชุดถ้วยกาแฟมาเป็นอุปกรณ์ประกอบฉาก

4.1.2.2) การซ้อม (Rehearsal)

การซ้อมเป็นการซ้อมเพื่อเสริมความพร้อม และความมั่นใจในหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคน ซึ่งได้จัดเตรียมงานมาอย่างดีแล้ว

จากการสังเกตการณ์การทำงานพบว่า ทีมงานบางคนได้ทำการซ้อมก่อนเริ่มผลิตรายการไม่นานนัก เช่น ผู้ดำเนินรายการแจ้งประเด็นคำถามแก่แขกรับเชิญ เพื่อเตรียมคำตอบให้ตรงประเด็น ผู้ผลิตรายการแจ้งผู้ควบคุมเทป เรื่องม้วนเทปที่ใช้สอดคล้องภาพระหว่างกำลังสนทนาพร้อมทั้งทดลองเปิดภาพ ผู้กำกับรายการแจ้งช่างภาพเรื่องลักษณะภาพที่ต้องการ และช่างภาพได้ทดลองถ่ายภาพในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้ผู้กำกับรายการพิจารณา และผู้ควบคุมเสียงได้ทดสอบเสียงซึ่งได้ปรับแต่งไว้เรียบร้อยแล้ว

เมื่อผ่านการซ้อมก็เข้าสู่ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) ต่อไป

4.1.3) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)

การผลิตรายการทีลิว มี 2 สถานที่ คือ ในห้องจัดรายการ (Studio) และนอกสถานที่ (On Location) ซึ่งเป็นการออกอากาศและบันทึกเทป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.3.1) การผลิตรายการในห้องจัดรายการ (Studio)

การผลิตรายการในห้องจัดรายการ มีลักษณะการทำงานที่ประสานกันระหว่างทีมงาน 2 กลุ่ม ดังนี้

ทีมงานในห้องควบคุมห้องจัดรายการ ประกอบไปด้วย ผู้กำกับรายการ ผู้ผลิตรายการ ผู้ควบคุมเสียง ผู้ควบคุมภาพกราฟฟิก และผู้ควบคุมเทป

ทีมงานในห้องจัดรายการ ประกอบไปด้วย ผู้กำกับเวที ผู้ประสานงานการผลิตรายการ ช่างภาพ ผู้ควบคุมแสง โดยผู้ควบคุมการผลิตรายการจะดูแลความเรียบร้อยทั้ง 2 ห้อง

เมื่อทีมงานทุกคนพร้อม ผู้กำกับรายการจะเริ่มนับถอยหลังตั้งแต่ 5...4...3 ผ่านมาทางหูฟัง เพื่อเป็นสัญญาณให้ทีมงานทุกคนเริ่มต้นปฏิบัติหน้าที่ ขณะเดียวกันผู้กำกับเวทีจะนับตามผู้กำกับรายการว่า ...5...4...3...เช่นเดียวกัน เพื่อเป็นสัญญาณ (Cue) ให้ผู้ดำเนินรายการทราบบุคลิกภาพผู้ดำเนินรายการนับ ...2...1...ในใจ และกล่าวเปิดรายการทันที และทำหน้าที่ดำเนินรายการจนกระทั่งจบรายการ

การผลิตรายการในห้องจัดรายการเป็นรายการบันทึกเทป ซึ่งมีลักษณะการทำงานดังนี้

คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ เป็นผู้สั่งการให้ผู้ควบคุมเทปเปิด (Play) เทปภาพประกอบรายการในกรณีที่ต้องใช้ระหว่างการสนทนา ซึ่งภาพดังกล่าวไปปรากฏที่มอนิเตอร์ (Monitor) ซึ่งตั้งไว้ในห้องจัดรายการด้วยเช่นกัน เพื่อให้ผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญสามารถดูได้และดำเนินการสนทนา รวมทั้งอธิบายตามภาพที่เห็นได้อย่างชัดเจน

ถ้ามีวัตถุประสงค์ประกอบการสนทนา เช่น รูปภาพ ฯลฯ ผู้ดำเนินรายการและแขก
รับเชิญจะร่วมกันอธิบาย โดยผู้กำกับรายการจะส่งช่างภาพคนใดคนหนึ่งถ่ายภาพนั้นไว้

ถ้ามีการสนทนากับแขกรับเชิญอีก 1 คนทางโทรศัพท์ ทีมงานจะเป็นผู้
โทรศัพท์ติดต่อ จากนั้นจะโอนสัญญาณไปที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการ เพื่อให้ผู้กำกับรายการส่ง
สัญญาณเสียงไปที่ห้องจัดรายการ ซึ่งผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญสามารถได้ยินและสนทนา
โต้ตอบกันได้

เมื่อการสนทนามาถึงเวลาใกล้จบช่วงแรก คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ
จะบอกเวลาที่เหลือให้ผู้ดำเนินรายการรับทราบ เพื่อกล่าวปิดช่วงแรกของรายการได้ตามกำหนดคือ
ประมาณ 11 นาที ผู้กำกับรายการจะสั่งว่าคัท (Cut) ซึ่งเป็นสัญญาณให้ทีมงานหยุดการถ่ายทำ
จากนั้นเข้าสู่โฆษณาประมาณ 45 วินาที แล้วผู้กำกับรายการจะส่งสัญญาณเพื่อเริ่มการถ่ายทำต่อ
ในช่วงที่ 2 โดยพูดคำว่า พร้อม จากนั้นเริ่มนับ ...5...4...3 อีกครั้งลักษณะการทำงานจากนี้ไปจะ
เหมือนกับช่วงแรกจบรายการ ซึ่งผู้กำกับรายการจะสั่งคัท (Cut) อีกครั้งเพื่อหยุดการถ่ายทำ

4.1.3.2) การบันทึกเทป มีลักษณะการทำงานเช่นเดียวกับการถ่ายทอดสด ตั้งแต่
เริ่มถ่ายทำจนกระทั่งจบรายการ ยกเว้นภาพประกอบรายการต่าง ๆ จะทำการสอดแทรกในช่วงตัด
ต่อเทปรายการ

เพื่อให้เข้าใจการทำงานของทีมงานขณะผลิตรายการในห้องจัดรายการ
มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอรายละเอียดดังนี้

ผู้กำกับรายการ ต้องสนทนาและสั่งการไปยังช่างภาพ เพื่อถ่ายภาพตามที่
ต้องการและคุณภาพที่ปรากฏบนจอมอนิเตอร์ เพื่อเลือกภาพที่แมงควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ เมื่อ
การถ่ายทำสิ้นสุดในช่วงแรกจะพูดคำว่า คัท (Cut) เพื่อหยุดการถ่ายทำ เมื่อเข้าสู่ช่วงที่ 2 ของรายการ
จะเริ่มนับ ...5...4...3 เพื่อเป็นสัญญาณให้ทีมงานทุกคนเริ่มทำงานต่อไปจนกระทั่งจบรายการ พร้อม
กับพูดคำว่า คัท (Cut) อีกครั้ง

ผู้ควบคุมเทป จะต้องบันทึก (Record) ภาพพร้อมไปกับการนับถอยหลัง
ของผู้กำกับรายการตั้งแต่คำว่า ...5... จนกระทั่งจบรายการในช่วงแรกจึงหยุด (Stop) เทป เมื่อเข้าสู่
ช่วงที่ 2 จึงเริ่มบันทึก (Record) ภาพอีกครั้ง จนกระทั่งจบรายการจึงหยุด (Stop) เทปนั้น นอกจากนี้
ยังต้องคอยรับสั่งจากคุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ เพื่อเปิด (Play) เทปภาพประกอบรายการและ
ภาพกราฟฟิคสำหรับสอดแทรกระหว่างการสนทนา

ผู้ควบคุมเสียง เป็นผู้ควบคุมสัญญาณเสียงทุกชนิดขณะถ่ายทำที่แมง
ควบคุมสัญญาณเสียง เพื่อให้เสียงอยู่ในระดับสมดุล

ผู้ควบคุมภาพกราฟฟิก จะพิมพ์ชื่อ นามสกุล และสถานะทางสังคม ของ แกรับเชิญที่คอมพิวเตอร์ เมื่อมาถึงช่วงแกรับเชิญตอบคำถามแรกในช่วงที่ 1 และช่วงที่ 2 ของ รายการจะค่อย ๆ ขึ้นสิ่งที่พิมพ์นั้นทิ้งไว้ประมาณ 5 วินาที จากนั้นค่อย ๆ ลง

ผู้ผลิตรายการ ประจำอยู่ที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการ เพื่อดูแลความ เรียบร้อยในการปฏิบัติงาน เช่น แจ้งผู้ควบคุมเทปเรื่องเปิด (Play) เทปภาพประกอบรายการระหว่าง การสนทนา (กรณีถ่ายทอดสด) แจ้งผู้กำกับรายการกรณีสนทนากับแกรับเชิญทางโทรศัพท์ รวมทั้งตรวจสอบและควบคุมเวลาในการผลิตรายการ

ช่างภาพ กล้องที่ใช้ผลิตรายการมี 3 ตัว ตัวแรกถ่ายภาพผู้ดำเนินรายการ ตัวที่ 2 ถ่ายภาพแกรับเชิญ ตัวที่ 3 ถ่ายภาพแกรับเชิญและผู้ดำเนินรายการร่วมกัน โดยต้อง ถ่ายภาพตามคำสั่งของผู้กำกับรายการ

ผู้กำกับเวที เป็นผู้ติดต่อสื่อสารกับผู้กำกับรายการ โดยรับคำสั่งและ สัญญาณผ่านหูฟังแล้วถ่ายทอดให้บุคลากรที่อยู่ห้องจัดรายการปฏิบัติตาม

ผู้ประสานงานการผลิตรายการ เป็นผู้ควบคุมและตรวจสอบเวลาในการ สนทนา โดยเขียนเวลาในการผลิตที่เหลือนบนกระดานแล้วยกให้ผู้ดำเนินรายการทราบ เพื่อรักษา เวลาในการสนทนาแต่ละช่วงได้อย่างถูกต้อง

ผู้ควบคุมการผลิต เป็นผู้ควบคุมดูแลความถูกต้องและเรียบร้อยทั้งหมด ในห้องจัดรายการและห้องควบคุมห้องจัดรายการ

4.1.3.3) การผลิตรายการนอกสถานที่ (On Location)

การบันทึกเทป ใช้รถถ่ายทอดรายการขนาดเล็ก (OB Van) ในกรณีที สถานทีถ่ายทำอยู่ใกล้สถานีรับสัญญาณ และชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง ซึ่งมีลักษณะการทำงาน ดังนี้

รถ OB Van มีการแบ่งกลุ่มทีมงานและลักษณะการทำงานเช่นเดียวกับการถ่ายทอดสด

ชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง มีทีมงานออกไปถ่ายทดย่อยมากเฉพาะ ผู้ผลิตรายการ ผู้ประสานงานการผลิตรายการและช่างภาพเท่านั้น เนื่องจากเป็นการบันทึกภาพและ เสียงในตัวกล้องแล้วนำไปกดปุ่มสลับ (Switch) ภาพที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการเพื่อเลือกภาพ ตามความต้องการ รายละเอียดของการถ่ายทดย่อยด้วยชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้องมีดังนี้

- กล้อง 2 กล้อง

ช่างภาพจัด (Set) ให้กล้องตัวที่ 1 ถ่ายภาพแกรับเชิญ กล้องตัวที่ 2 ถ่ายภาพผู้ดำเนินรายการ ซึ่งมีขนาดภาพที่เท่ากันคือ ขนาดปานกลาง (Medium Shot)

เมื่อเริ่มถ่ายทำช่วงภาพที่ 1 ได้ให้สัญญาณว่า 5...4...3 จากนั้นผู้ดำเนินรายการนับ ...2....1... ในใจแล้วพูดเปิดรายการทันที จากนั้นดำเนินรายการไปจนกระทั่งจบรายการ

เมื่อมีวัสดุรายการที่ต้องถ่ายประกอบช่วงภาพที่ 1 จะแสดงสัญญาณมือเพื่อให้ช่วงภาพที่ 2 ทราบว่า กำลังถ่ายวัสดุรายการนั้น โดยช่วงภาพที่ 2 เปลี่ยนลักษณะภาพเป็นภาพระยะไกลปานกลาง (Medium Long Shot) เมื่อถ่ายวัสดุรายการเสร็จแล้ว ช่วงภาพที่ 1 และช่วงภาพที่ 2 ก็เปลี่ยนมาถ่ายเป็นภาพเช่นเดิม และแสดงสัญญาณมือเพื่อความเข้าใจกัน โดยตลอด

- กล้อง 3 กล้อง ใช้ในกรณีมีแขกรับเชิญมากกว่า 2 คน โดยกล้องที่ 1 ถ่ายภาพผู้ดำเนินรายการ กล้องที่ 2 ถ่ายภาพแขกรับเชิญ กล้องที่ 3 ถ่ายภาพผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญร่วมกัน โดยมีลักษณะภาพเช่นนี้จนกระทั่งจบรายการ การทำงานมีความง่ายกว่าการถ่ายทำด้วยกล้อง 2 ตัวอย่างมาก

ทั้งหมดนี้คือ ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) ทั้งในห้องจัดรายการ (Studio) และนอกสถานที่ โดยใช้วิธีการถ่ายทดสอบและบันทึกเทป เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการนี้แล้วก็เข้าสู่ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Postproduction)

4.1.4) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Postproduction)

ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ ประกอบด้วย การตัดต่อภาพ การประเมินคุณภาพรายการ และการประเมินผู้ชมรายการ

4.1.4.1) การตัดต่อภาพ

การถ่ายทำโดยการบันทึกเทปนั้น ฝ่ายตัดต่อได้นำเทปมาตัดต่อ เพื่อเลือกภาพและเนื้อหาที่ดีที่สุด รวมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นขณะถ่ายทำ

การถ่ายทำด้วยกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้องนั้นต้องนำเทปทั้งหมดมาคดปุ่มสลับ (Switch) ภาพที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการในเบื้องต้นเสียก่อน

อุปกรณ์ที่ใช้ลำดับภาพประกอบด้วย

- 1) เครื่องเล่นเทปโทรทัศน์ระบบเบต้าแคม
- 2) มอนิเตอร์ดูภาพ
- 3) คอมพิวเตอร์ควบคุมการลำดับภาพ
- 4) เครื่องบันทึกภาพ

วิธีการตัดต่อภาพนั้นใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมทุกขั้นตอน โดย คุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ เป็นผู้ตรวจสอบว่าต้องการหรือไม่ต้องการเนื้อหาส่วนใด รวมทั้งต้องการสอดแทรก

ภาพประกอบรายการไว้ตรงส่วนใดของเนื้อหา โดยส่วนที่ไม่ต้องการนั้นได้กำหนดจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดไว้แล้วสั่งการให้คอมพิวเตอร์ตัดภาพออกโดยอัตโนมัติ

ภาพประกอบรายการ คุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ ได้ตัดต่อให้เป็นภาพประกอบรายการที่สมบูรณ์ก่อน จึงนำมาสอดแทรกเข้าไปในเนื้อหาของรายการ ซึ่งมีวิธีการคือ วัดความยาวของภาพประกอบรายการ จากนั้นกำหนดจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของเนื้อหารายการ โดยต้องมีความยาวเท่ากับภาพประกอบรายการแล้วสั่งคอมพิวเตอร์ดำเนินการสอดแทรกภาพต่อไป

สำหรับชื่อ นามสกุล และสถานะทางสังคมของแขกรับเชิญนั้น คุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ ได้พิมพ์และนำขึ้นที่หน้าจอในช่วงที่เป็นภาพของแขกรับเชิญประมาณ 5 วินาที

เมื่อลำดับภาพเรียบร้อยแล้ว นำเทปที่สมบูรณ์ไปไว้ที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการโทรทัศน์ เพื่อรอออกอากาศต่อไป

4.1.4.2) การประเมินคุณภาพรายการ เป็นการประเมินโดยทีมงานรายการดีสิบ

1) ทีมงานรายการดีสิบ

การประเมินคุณภาพรายการโดยทีมงานรายการมีรายละเอียดดังนี้ เริ่มต้นจากคุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ ทำการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยของเทปรายการก่อนการบันทึกภาพทุกครั้ง ถ้ามีส่วนใดผิดพลาดก็แก้ไขให้สมบูรณ์ต่อไป

คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ ตรวจสอบการทำงานของทีมงานว่ามีข้อบกพร่องอะไรบ้างขณะปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งตรวจสอบรายการว่ามีส่วนใดที่ต้องแก้ไข ซึ่งได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “เป็นการประเมินการทำงานของเราเอง เราจะคุยกันว่า เราตามรายการนี้ไม่ทันแล้ว ภาพ Insert ตรงนี้ไม่มีนะ จะคอยดูอยู่ตลอด”

นอกจากนี้ทีมงานได้เก็บข้อมูลจากจดหมายและโทรศัพท์ที่ผู้ชมติดต่อเข้ามาเพื่อติชม เสนอแนะ และขอเทปรายการ ทำให้ทีมงานทราบว่า มีข้อผิดพลาดและต้องปรับปรุงเกี่ยวกับเนื้อหา และการนำเสนอส่วนใดบ้าง เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขและปรับปรุงคุณภาพรายการต่อไป

นอกจากนี้ ผู้ชมบางคนได้แสดงความคิดเห็นและติชม การทำหน้าที่ของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ดีเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการได้พัฒนาและปรับปรุงต่อไป เกี่ยวกับประเด็นนี้ คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “มี Feedback มาที่ผมว่า คำถามก้าวร้าว เจาะลึกเกินไป หรือทำไมถามน้อยจัง ไม่ซักประเด็นนี้เลย ผมยอมรับนะว่าอารมณ์ในการซักถามมันแตกต่างกันไป”

2) ทีมงานรายการดีสิบ

คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ เป็นผู้ที่ทำการประเมินผู้ชมรายการด้วยตนเอง โดยตรวจสอบจากโฆษณาของรายการบ้างเป็นบางครั้งเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีผู้ชมรายการติดต่อมายังทีมงานทางจดหมายและโทรศัพท์ เพื่อแสดงความชื่นชมและติติงเนื้อหาในรายการด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นการวัดความนิยมของผู้ชมอย่างไม่เป็นระบบได้อีกด้วย

ทั้งหมดนี้คือ รายละเอียดของกระบวนการผลิตรายการดีสิบทุกขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนพบปัญหาและอุปสรรคดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

4.2 ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการ

จากการสังเกตการณ์การทำงานรวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้บริหารและทีมงาน พบว่ามีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการผลิตรายการดีสิบ ปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถนำเสนอได้ ดังนี้

4.2.1) ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning)

1) การระดมความคิดจากผู้ร่วมงาน เพื่อสร้างประเด็นในการสนทนา พร้อมทั้งกำหนดแขกรับเชิญ การระดมความคิดนี้ส่วนหนึ่งนำมาจากการประชุม ซึ่งผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายรายการต่าง ๆ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเป็นทางการ รวมทั้งผู้บริหารมีโอกาสรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน รวมทั้งตั้งการ และมอบหมายให้ทีมงานปฏิบัติตามนโยบายนั้น ๆ แต่ในทางปฏิบัติพบว่า การบริหารงานลักษณะนี้ มีช่องว่างเกิดขึ้นระหว่างคณะผู้บริหารและทีมงาน ทำให้มีปัญหาขัดแย้งทางความคิดบ้าง

คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ ได้กล่าวเสริมในประเด็นนี้ว่า

รายการดีสิบ เป็นองค์กรขนาดกลาง บุคลากรในองค์กรผมคิดว่า ต้องปรับปรุงใหม่ ควรมีผู้บริหารมาดูแลโดยตรง และวางแผนให้ชัดเจนในแต่ละตอนมากขึ้นว่า ต้องติดตามเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งบางครั้งไปอยู่กับผู้ปฏิบัติงานมากเกินไป อาจทำให้มีความเห็นไม่ตรงกัน เช่น ผู้ปฏิบัติงานคิดว่าเรื่องนี้ก็พยายามทำขึ้นมา ผู้บริหารที่ทำรายการก็บอกว่าเรื่องนี้ไม่ดีพอ เพราะไม่ชอบ โดยคิดว่าอีกเรื่องดีกว่า ซึ่งบางครั้งสื่อสารกันไม่ได้

จากการสัมภาษณ์ คุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ เพิ่มเติมพบว่า การผลิตรายการดีสิบ ซึ่งนำประเด็นรายการที่เป็น Current Issue มานำเสนอนั้น บางครั้งนำเสนอได้ไม่ตรงตามนโยบายที่วางไว้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากในแต่ละวัน อาจมีประเด็นรายการที่เกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง และเปลี่ยนแปลงไปในนาทีสุดท้าย ทั้ง ๆ ที่ทีมงานได้วางแผนการผลิตและเตรียมงานไปแล้ว ทำให้

ต้องยกเลิกแผนงานดังกล่าว และปรับเปลี่ยนเป็นแนวทางใหม่ โดยยังคงรักษาแนวทางเดิมไว้ให้มากที่สุด

คุณวัชร คุปตารักษ์ ได้กล่าวสนับสนุนความคิดของคุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ไว้ว่า “รายการดีสิบนำเสนอได้ตรงตามนโยบายประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ โดยในบางตอนประเด็นที่เป็น Current จริง ๆ อาจสรุปได้ในอีกตอน ซึ่งเราอาจทำในตอนนั้นไม่ทัน

2) การติดต่อแขกรับเชิญ แขกรับเชิญบางคนที่กำหนดไว้ไม่สามารถมาร่วมสนทนาในรายการได้ เนื่องจากไม่ต้องการมาร่วมรายการ หรือติดภาระกิจอื่นที่ได้นัดหมายไว้ก่อนล่วงหน้า รวมทั้งแขกรับเชิญบางคนขอยกเลิกกิจกรรมสนทนา ที่ทีมงานต้องแก้ไขปัญหาโดยเชิญแขกคนอื่นต่อไป แต่ถ้าพิจารณาแล้วว่าไม่มีผู้ใดเหมาะสม ก็เปลี่ยนประเด็นการสนทนาใหม่ทันที

กรณีที่แขกรับเชิญบางคนยกเลิกกิจกรรมสนทนาก่อนการถ่ายทำไม่นานนัก ส่งผลให้ทีมงานไม่สามารถเชิญแขกรับเชิญคนใหม่ได้ทันกำหนดการถ่ายทำ เนื่องจากมีเวลาน้อยเกินไป วิธีการปัญหาคือ นำเทปซึ่งบันทึกรายการไว้ล่วงหน้ามาออกอากาศแทน หรือเปลี่ยนวิธีการนำเสนอแล้วนัดหมายแขกรับเชิญคนเดิมอีกครั้งหนึ่ง

3) ผู้ดำเนินรายการ บางครั้งเมื่อยืนย่นวัน เวลา และสถานที่ถ่ายทำกับแขกรับเชิญแล้ว ปรากฏว่า ผู้ดำเนินรายการบางคน คือคุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ไม่สามารถทำหน้าที่ได้ เนื่องจากติดภาระกิจอื่นที่สำคัญกว่า ทีมงานจึงต้องมอบหมายให้ผู้ดำเนินรายการคนอื่นทำหน้าที่แทน

นอกจากนี้ จากการที่คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ดำรงตำแหน่ง กรรมการผู้บริหารและผู้ดำเนินรายการดีสิบด้วยนั้น ทำให้คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ มีภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติเป็นประจำทุกวัน ไม่ว่าจะการประชุมทั้งภายในภายนอกองค์กร เป็นต้น ส่งผลให้คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ไม่มีเวลาเตรียมตัวในการสร้างสรรค์ประเด็นการสนทนาและคำถามมากนัก

ประเด็นดังกล่าว คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่า บางทีที่มีประชุมจึงไม่มีเวลาเตรียมตัวที่จะคิดคำถาม บางครั้งกำลังประชุมเรื่องผังรายการอยู่ ก็ต้องเดินออกมาจากที่ประชุมเพื่อดำเนินรายการทันที เนื่องจากแขกรับเชิญมาแล้ว บางครั้งรู้สึกเครียดเพราะไม่ได้เตรียมตัว ถ้ามีการเตรียมตัวที่ดี คิดคำถามไว้ล่วงหน้าจะดีกว่ามาก

4) การเตรียมอุปกรณ์การผลิต จากการที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ต้องผลิตมากมาย แต่ห้องจัดรายการที่ใช้ในการผลิตรายการดีสิบมีอยู่เพียงห้องเดียว ซึ่งไม่เพียงพอทำให้เกิดปัญหา การใช้ห้องผลิตรายการ

คุณวัชร คุปตารักษ์ ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า เรามีสตูดิโอเดี่ยวที่เป็นของรายการ และหลาย ๆ รายการก็ต้องใช้ ทำให้บางครั้งมีการแย่งและเบียดเวลากันบ้าง นอกจากนี้ เรา

ไม่สามารถระบุเวลาที่แน่นอนลงไปว่า ถ่ายทำเสร็จเมื่อไร เพราะเมื่อเราถ่ายเสร็จก็ต้องมีสิ่งผิดพลาดที่ต้องแก้ไข

จากการสัมภาษณ์ทีมงานรายการตีสิบ ทำให้ทราบเพิ่มเติมอีกว่า นอกจากมีปัญหากับห้องจัดรายการแล้ว ยังมีปัญหาเรื่องรถถ่ายทอดรายการ (OB Van) อีกด้วย เนื่องจากมีรถถ่ายทอดรายการไม่เพียงพอกับการใช้งาน วิธีการแก้ปัญหา คือนำชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง ไปถ่ายทำแทน จากนั้นจึงนำเทปไปกดปุ่มเลือกภาพ (Switch) ที่ห้องตัดต่อ ทำให้การทำงานล่าช้าออกไป ในกรณีที่ไม่สามารถนำรถ OB Van และชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง ออกไปถ่ายทำรายการได้ ทีมงานต้องยกเลิกการถ่ายทำ และเลื่อนนัดแขกรับเชิญออกไป

4.2.2) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)

จากการสัมภาษณ์การทำงาน พบว่า มีปัญหาบางประการเกิดขึ้นกับการถ่ายทำในห้องจัดรายการ และการถ่ายทำนอกสถานที่ ดังนี้

1) ห้องจัดรายการ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการถ่ายทอดสด คือ ขณะที่ผู้ดำเนินรายการกำลังสนทนากับแขกรับเชิญทางโทรศัพท์ เสียงของแขกรับเชิญทางโทรศัพท์ได้ขาดหายไป ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการสนทนา ทางทีมงานต้องติดต่อแขกรับเชิญใหม่อีกครั้งหนึ่ง

นอกจากนี้ ยังพบกับปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมการสนทนาให้อยู่ในกรอบหรือประเด็นที่มีทีมงานวางไว้ กล่าวคือ แขกรับเชิญบางคนให้คำตอบไม่สอดคล้องกับคำถามนักทั้งที่ผู้ดำเนินรายการได้คุมการสนทนาอย่างดีแล้ว แต่จากการที่รายการตีสิบ มีเวลาประมาณ 1.30 นาที ทำให้ไม่สามารถควบคุมอะไรได้มาก เมื่อหมดเวลาจึงได้คำตอบที่ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

2) นอกสถานที่ มีปัญหาเกิดจากการถ่ายทอดสด การบันทึกเทปจาก SNG Van OB Van และชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้องนั้น ได้แก่ เสียงรบกวน

นอกจากนี้ การถ่ายทำด้วยชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง ซึ่งเป็นการบันทึกภาพและเสียงจากกล้องโดยตรง ก็เกิดปัญหาขึ้นในบางครั้ง ผู้ผลิตรายการไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพของภาพขณะถ่ายทำได้ เนื่องจากภาพปรากฏที่จอภาพในตัวกล้องซึ่งมีขนาดเล็ก นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องเสียง ซึ่งเกิดจากไมโครโฟนไร้สายที่ต่อสัญญาณเข้ากับตัวกล้อง ส่งผลให้คุณภาพของเสียงไม่สมบูรณ์ นั่นคือ บางช่วงเบา ดังไม่เท่ากัน และเสียงรบกวนเกิดขึ้นด้วย

4.2.3) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ

จากการสัมภาษณ์ทีมงานรายการตีสิบ พบว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดในขั้นตอนนี้คือ อุปกรณ์การตัดต่อภาพมีไม่เพียงพอกับการใช้งาน ต้องรอให้รายการช่วงต่าง ๆ ใช้เครื่องตัดต่อภาพให้เสร็จเสียก่อนจึงสามารถใช้เครื่องได้

คุณวัชร คุปตารักษ์ ได้ให้ข้อมูลสนับสนุนว่า “บางครั้งเราอัดเทปเสร็จ 4 ทุ่ม ต้องนำเทปมา Insert ภาพ ถ้าโชคดีเครื่องตัดต่อว่าง เราก็ตัดได้ แต่ส่วนใหญ่จะไม่ว่าง เราต้องรอให้รายการหนึ่งทุ่มตัดเสร็จก่อน ซึ่งบางครั้งกดดันมาก เราได้ตัดตอนเกือบ 2 ทุ่ม ซึ่งใกล้เวลาออกอากาศแล้ว

ทั้งหมดนี้คือ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการผลิตรายการตีสิบทุกขั้นตอน

4.3 สรุปผลการสัมภาษณ์

4.3.1) ผลจากการสัมภาษณ์ทัศนะของหัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

หัวหน้าและเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อันได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการ หัวหน้าแผนกเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production) ฝ่ายรายการ ผู้กำกับรายการและผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) และหัวหน้างานแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) ฝ่ายรายการ มีทัศนะเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์มีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายรายการ

คุณสุบัณฑิต สุวรรณพ มีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรประกอบด้วย

- มีรูปแบบ เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทางผู้ผลิตกำหนดไว้
- มีรูปแบบ เนื้อหาตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ทางรายการตั้งไว้
- การได้รับการยอมรับจากผู้ชม และตัวชี้วัดหนึ่งที่ใช้กระบวนการผลิต

รายการ โดยการยอมรับจากผู้ชมรายการ คือคะแนนรายการ (Rating) เนื่องจากธรรมชาติของรายการโทรทัศน์นั้น ผู้ผลิตจะต้องเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์ โฆษณาจึงมีความจำเป็นในการอยู่รอดของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และมาตรฐานอย่างหนึ่งที่ใช้ในการประเมินเพื่อตัดสินใจเลือกอุปถัมภ์รายการโทรทัศน์ ก็คือคะแนนรายการ (Rating) นั่นเอง (สุบัณฑิต สุวรรณพ, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

2) หัวหน้าแผนกเตรียมการก่อนการผลิตรายการ (Pre-Production)

คุณยุวดี ไร่เสถียร มีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรประกอบด้วย

- มีรูปแบบรายการ เนื้อหา ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการผู้ผลิตต้องการนำเสนอ
- มีสารประโยชน์ต่อสังคม เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย และเข้าถึงได้รวดเร็ว โดยเฉพาะรายการบันเทิงนั้นควรจะสอดแทรกสารประโยชน์อย่างมีศิลปะ เพื่อให้รายการนั้นไม่จริงจัง (Serious) จนเกินไป (ยุวดี ไร่เสถียร, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

3) ผู้กำกับรายการและผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer)

คุณเกริกพันธ์ สุวรรณพ มีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตควรประกอบด้วย

- มีเนื้อหาและรูปแบบรายการตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ทางรายการต้องการซึ่งผลิออกมาแล้วผู้ชมติดตามชม
- มีเทคนิคการผลิต (Production) ที่ดี
- เป็นรายการที่มีการนำเสนอแปลกใหม่ไม่เหมือนกับรายการอื่น ๆ
- มีรูปแบบและเนื้อหาที่มีประโยชน์ สนุกสนาน แต่สัดส่วนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับเนื้อหาของแต่ละรายการ แต่ควรผสมออกมาให้มีความกลมกลืนและดูดีระหว่างความบันเทิงและสาระ (เกริกพันธ์ สุวรรณพ, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

4) หัวหน้างานแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor)

คุณญาตา เมตตาประเสริฐ มีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- เป็นรายการส่งเสริมทางด้านความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบและจิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามในสังคมไทย
- เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิงแม้ว่าเป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงก็ควรจะสอดแทรกสาระความรู้หรือจิตสำนึกในเรื่องต่างๆให้กับคนดู
- ไม่ควรเอาเปรียบผู้บริโภคซึ่งหมายถึง รายการต้องไม่มุ่งเน้นเรื่องของการขายสินค้าอย่างชัดเจน แม้ว่าการโทรทัศน์จำเป็นจะต้องมีโฆษณาสนับสนุนแต่ไม่ควรเน้นในเรื่องของการนำเสนอคุณภาพของสินค้ามากเกินไป (ญาตา เมตตาประเสริฐ, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

จากทักษะของหัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 4 คน มีทักษะว่ากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ควรเป็นรายการที่ให้สาระประโยชน์และความบันเทิง จำนวน 3 คน มีรูปแบบ การนำเสนอ เนื้อหาตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ผลิตรายการนั้น ๆ กำหนดไว้ จำนวน 2 คน มีการนำเสนอ และเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ของรายการที่ผู้ผลิตกำหนดไว้ จำนวน 2 คน ได้รับการยอมรับจากผู้ชม จำนวน 2 คน ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค จำนวน 1 คน มีเทคนิคการผลิต (Production) ที่ดี มีมาตรฐาน จำนวน 1 คน ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และจิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย จำนวน 1 คน มีรูปแบบสร้างสรรค์แปลกใหม่ ไม่เหมือนรายการอื่น จำนวน 1 คน

สรุปได้ว่าทักษะของหัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ มีดังนี้

- 1) มีรูปแบบ การนำเสนอ และเนื้อหาตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ผลิตรายการนั้น ๆ กำหนดไว้
- 2) เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระประโยชน์และความบันเทิง
- 3) มีรูปแบบ การนำเสนอ และเนื้อหาในรายการตรงตามวัตถุประสงค์ของรายการที่ผู้ผลิตกำหนดไว้
- 4) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม
- 5) ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ในที่นี้หมายถึงการมุ่งเน้นเรื่องของการขายสินค้า อันเป็นผู้อุปถัมภ์รายการอย่างชัดเจน
- 6) มีเทคนิคการผลิต (Production) ที่ดี มีมาตรฐาน
- 7) ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และจิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย
- 8) เป็นรายการสร้างสรรค์แปลกใหม่ ไม่เหมือนรายการอื่น

4.3.2 ผลจากการสัมภาษณ์ทักษะของผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

ผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบ อันได้แก่ บริษัทพับบลิซิตี ไทยแลนด์ จำกัด (Publicis Thailand Limited) ผู้สนับสนุนรายการ บริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด ผู้อุปถัมภ์รายการ บริษัท ซินิธ ลิเคอร์ จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ บริษัท โทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) บริษัท พับบลิวส์ ไทยแลนด์ จำกัด ผู้ปลั๊ก์รายการ

คุณวนิดา วาสนกมล ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนสื่อ (Media Planning Director) บริษัท พับบลิวส์ ไทยแลนด์ จำกัด ได้ให้ความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรประกอบไปด้วย

- มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีกิจกรรมหรือเนื้อหาในรายการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตจะต้องพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายที่รายการตนเองต้องการนำเสนอ นั้นเป็นกลุ่มไหน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีความสนใจที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้เนื้อหาในรายการต้องมีความแตกต่างกันไปนั่นเอง (วนิดา วาสนกมล, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550)

2) บริษัท เครื่องดื่มกระทิ้งแดง จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ

คุณสาธิต สติระศรีนทร์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทเครื่องดื่มกระทิ้งแดง จำกัด ได้ให้ความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตควรมีองค์ประกอบดังนี้

- มีแนวคิด (concept) ที่แปลกแตกต่างจากรายการอื่น และนำเสนอในแง่ของการติดตามชม ไม่ว่าจะรายการนั้นจะมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือเพื่อให้สาระความรู้

- ผู้ผลิตรายการต้องสามารถนำเสนอ (Present) แนวความคิด (Concept) ของรายการได้อย่างโดดเด่นและสามารถดึงดูดใจได้ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญๆ คือ พิธีกรที่มีความสามารถ ฉาก แสง สี เสียง ที่ทำให้รายการนั้นๆ มีความโดดเด่นขึ้นมา (สาธิต สติระศรีนทร์, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550)

3) บริษัทชินนิช ลิเคอร์ จำกัด ผู้ปลั๊ก์รายการ

คุณสมชัย สุทธิกุลพานิช ได้ให้ความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตควรมีองค์ประกอบดังนี้

- เป็นรายการที่มีความแปลกใหม่ ไม่ลอกเลียนแบบกัน และมีความแตกต่างจากรายการอื่นๆ ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นไม่ควรสนใจแต่เรื่องเงินเพียงอย่างเดียว แต่ส่วนใหญ่แล้วรายการโทรทัศน์ในเมืองไทยมักจะลอกเลียนแบบกัน ตัวอย่างเช่นละครเรื่องเดียวกันแต่สร้างทุกยุคทุกสมัย ไม่มีอะไรแปลกใหม่ถือว่าเป็นการดูถูกผู้ชมและการอ้างว่าการที่ผลิตรายการซ้ำ ๆ กันเนื่องจากผู้ชมชื่นชอบนั้นเป็นความจริงส่วนหนึ่ง แต่สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมต้องชอบเนื่องจากในความเป็นจริงผู้ชมมีทางเลือกน้อยนั่นเอง

- ควรเป็นรายการที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง เนื่องจากการนำเสนอสาระนั้น เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ชมและส่วนในแง่ของความบันเทิงนั้นเชื่อว่าในชีวิตประจำวันทุกคนล้วนประสบกับปัญหาหรือความเศร้าต่าง ๆ มากมายอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ชมจึงต้องการความบันเทิงจากรายการโทรทัศน์ (สมชัย สุทธิกุลพานิช, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550)

4) บริษัท โทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัดมหาชน ผู้ปลั๊ก์รายการ

คุณอมร จารุวรรณวัฒนะ รักษาการผู้ช่วยผู้จัดการแผนกการสื่อสารการตลาด (Executive Marketing Communication & Media Dept) ได้ให้ความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตควรมีองค์ประกอบดังนี้

- มีรูปแบบของรายการที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ปลั๊ก์รายการ
- กลุ่มเป้าหมายของรายการนั้น ๆ สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ (Product) แต่ละผลิตภัณฑ์ (Product) ยกตัวอย่างเช่น หากผลิตภัณฑ์ (Product) มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นมวลชน (Mass) ก็จะเลือกสนับสนุนรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาที่ดีที่สุดของวัน (Prime Time) หรือหากเป็นการสนับสนุน (Tie In) ช่วงสั้น ๆ ในรายการ (Scoop) ก็จะพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายของรายการที่ชมในช่วงเวลานั้น ๆ เป็นกลุ่มที่ตรงกับลูกค้าของผลิตภัณฑ์หรือไม่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ (Product) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงที่สุด
- มีราคาเวลาโฆษณาในรายการตามที่ทางผู้ปลั๊ก์รายการกำหนดไว้ คือหากเปรียบเทียบรายการที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกันและมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น กลุ่มเป้าหมาย เวลาออกอากาศ มีความใกล้เคียงกันก็จะไม่เลือกรายการที่มีราคาแพงกว่า (คุณอมร จารุวรรณวัฒนะ, สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2550)

ดังนั้นจากทัศนนะในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของผู้ปลั๊ก์รายการดีสิบ พบว่าจากจำนวน 4 คนของผู้ปลั๊ก์รายการดีสิบมีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพควรมีแนวคิด (Concept) ของรายการแปลกใหม่ แตกต่างจากรายการอื่น จำนวน 2 คน เป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนและมีกิจกรรม หรือเนื้อหาในรายการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 1 คน มีการผลิตรายการที่นำเสนอแนวคิด (Concept) ของรายการได้โดดเด่น และสามารถดึงดูดใจได้ จำนวน 1 คน มีเนื้อหาในรายการที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง จำนวน 1 คน มีรูปแบบของรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้ปลั๊ก์รายการ จำนวน 1 คน มีกลุ่มเป้าหมายของรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ของผู้ปลั๊ก์รายการ จำนวน 1 คน มีราคาขายโฆษณาในรายการตรงตามที่ทางผู้ปลั๊ก์รายการต้องการ จำนวน 1 คน

เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของผู้ปลั๊ก์รายการคือ

- 1) มีแนวคิด (Concept) ของรายการแปลกใหม่ แตกต่างจากรายการอื่น
- 2) เป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนและมีกิจกรรมหรือเนื้อหาในรายการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

- 3) มีการผลิตรายการที่นำเสนอแนวความคิด (Concept) ของรายการได้โดดเด่น และสามารถดึงดูดใจได้
- 4) มีเนื้อหาในรายการที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง
- 5) มีรูปแบบของรายการที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ
- 6) มีกลุ่มเป้าหมายของรายการ สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ
- 7) มีราคาขายโฆษณาในรายการตรงตามที่ทางผู้อุปถัมภ์รายการต้องการ

4.3.3) ผลจากการสัมภาษณ์ทัศนคติของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

กรรมการบริหาร ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการ หัวหน้ากลุ่มผู้สร้างสรรค์รายการดีสคิพ พิธีกรและผู้สร้างสรรค์รายการดีสคิพ หัวหน้าผู้กำกับรายการดีสคิพ ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) กรรมการบริหาร

คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ได้ให้ความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรจะมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งตัววัดที่นิยมใช้ในปัจจุบันคือ กระแสจากสื่อมวลชนต่าง ๆ และคะแนนรายการ (rating) ซึ่งถือว่าเป็นตัวสมมติที่ได้รับการยอมรับว่าหากรายการหนึ่ง ๆ มีจำนวนตัวเลขเท่านี้ ถือว่าได้รับความนิยม

- มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ซึ่งควรจะมีสองวัตถุประสงค์หลัก คือเพื่อเสนอในสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลาออกอากาศนั้น ๆ ต้องการทราบ และเพื่อเสนอในสิ่งที่ผู้ผลิตต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทราบ (วิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

2) ผู้ควบคุมฝ่ายผลิตรายการ

คุณวัชรวิ คุปตารักษ์ มีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- เป็นรายการที่มีสาระเพื่อให้คนดูได้รับประโยชน์ และมีความบันเทิงเป็นองค์ประกอบที่ทำให้รายการนั้น ๆ มีเสน่ห์และมีความน่าสนใจ น่าติดตาม ซึ่งสาระที่อยู่ในรายการนั้นมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามรายการประเภทนี้จะต้องใช้เวลาจึงจะประสบความสำเร็จได้ซึ่งความสำเร็จในที่นี้หมายถึง การได้รับการยอมรับจากคนดู และทำให้รายการสามารถอยู่รอดได้ในเชิงธุรกิจ

- มีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจไม่ว่ารายการดังกล่าวจะเป็นรายการเพื่อความบันเทิงหรือรายการสาระบันเทิงก็ตาม โดยเฉพาะรายการประเภทสาระบันเทิงหากผู้ผลิตสามารถทำให้รายการมีความน่าสนใจได้ย่อมทำให้ผู้ชมต้องการติดตามชมรายการนั้น ๆ

- มีการผลิต (production) ไม่ว่าจะเป็นแสง สี เสียง วิธีการตัดต่อ หรือฉากจะต้องมีมาตรฐาน รวมทั้งพิธีกรมีความสามารถ มีไหวพริบ ชื่นเชิง เพราะหากไม่มีมาตรฐานแล้วแม้จะมีแนวคิดหรือวิธีการนำเสนอที่ดีแค่ไหนรายการนั้นก็ถือว่าไม่มีคุณภาพ (วัชร คุปตารักษ์, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

3) หัวหน้ากลุ่มผู้สร้างสรรค์รายการตีสิบ (Creative Group Head)

คุณอนุชิต มุรธาพิทย์ แสดงความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตควรมีองค์ประกอบคือ

- เป็นรายการที่มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ แม้ว่าเป็นรายการวาไรตี้ ควรมีความพิเศษ แปลกใหม่ พิเศษกว่าชีวิตประจำวันทำให้ผู้ชมเกิดความคิดใหม่ ๆ และหากเป็นรายการประเภทนำเสนอสาระ ควรจะนำเสนอเรื่องราวที่ทันสมัยแปลกใหม่ หรือหยิบยกเพื่อให้เกิดการพัฒนาคนดู คือทำให้คนดูดูแล้วได้ความรู้ ความสนุกแบบใหม่ ได้เห็นเรื่องราวใหม่ ๆ มากกว่าที่เค้าเคยรู้ในชีวิตประจำวัน (อนุชิต มุรธาพิทย์, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

4) พิธีกรและผู้สร้างสรรค์รายการตีสิบ

คุณกิ้นสิทธิ์ สุวรรณวัชกี มีความคิดเห็นว่รายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรมีองค์ประกอบคือ

- ให้สาระและความบันเทิงควบคู่กันไป โดยเฉพาะสาระที่ผู้ชมไม่เคยรู้มาก่อน อย่างไรก็ตามสาระเพียงอย่างเดียวผู้ชมอาจจะไม่ชอบ ดังนั้นควรจะสอดแทรกความสนุกสนานในรายการเพื่อให้ความบันเทิงให้กับผู้ชม (กิ้นสิทธิ์ สุวรรณวัชกี, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

5) หัวหน้าผู้กำกับรายการตีสิบ

คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ (สัมภาษณ์ วันที่ 19 ธันวาคม 2550) มีความคิดเห็นว่รายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรมีองค์ประกอบคือ

- ให้สาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ไม่จำเป็นว่าอย่างไรหนจะมากกว่าน้อยกว่าแต่ต้องประกอบด้วยสองส่วน ซึ่งสาระอาจจะมาในรูปแบบของสาระความรู้หรือข้อควรปฏิบัติ ดี ชั่ว เลว หรือการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง สำหรับรายการที่นำเสนอเพื่อความบันเทิงนั้น

ควรมีขอบเขตที่เหมาะสม ไม่จบจ้ำง หยาบคาย (เฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2550)

พบว่าทักษะของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนต์ ทเวนต์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จำนวน 5 คน มีความคิดว่ารายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพควรมีทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป จำนวน 4 คน มีรูปแบบรายการที่สร้างสรรค์ พิเศษ มีความแปลกใหม่ ไม่ลอกเลียนแบบรายการอื่น จำนวน 2 คน ได้รับการยอมรับจากผู้ชม จำนวน 1 คน มีการผลิต (production) ที่มีมาตรฐาน จำนวน 1 คน มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน จำนวน 1 คน

ดังนั้นสรุปได้ว่าทักษะของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนต์ ทเวนต์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์มีดังนี้

- 1) ควรมีทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป และเนื้อหาไม่ก่อให้เกิดโทษต่อสังคม
- 2) มีรูปแบบรายการที่สร้างสรรค์ พิเศษ มีความแปลกใหม่ ไม่เลียนแบบรายการอื่น
- 3) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม
- 4) การผลิต (production) ที่มีมาตรฐาน
- 5) มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

4.3.4) ทักษะที่เหมือนกันเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสิบทั้ง 3 กลุ่ม

กลุ่มผู้ผลิตรายการตีสิบทั้ง 3 กลุ่ม อันได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการตีสิบ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนต์ ทเวนต์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีความคิดเห็นตรงกันว่ารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ที่มีกระบวนการผลิตควรประกอบด้วย

- 1) เป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระประโยชน์และความบันเทิงเช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ ดังเหตุผลที่กล่าวไปแล้วข้างต้นคือ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย ดังนั้นสาระประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสารหรือการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีจึงเป็นหน้าที่ของสื่อประเภทโทรทัศน์ ส่วนในแง่ของความบันเทิงเป็นสิ่งที่จะปรากฏอยู่แล้วในสื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้แต่สัดส่วนของสาระหรือบันเทิงจะมากหรือน้อยจะแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของรายการนั้น ๆ นอกจากนี้รายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ จะมีพื้นฐานมาจากการพนันและการเสี่ยงโชคจึงควรระมัดระวังการยั่วเยงในเรื่องการพนัน

2) ทำให้ผู้ชมอยากมีส่วนร่วมและติดตามชมรายการจากเทคนิคในการผลิตรายการ (Production) เนื่องจากรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์มีรูปแบบเป็นการแข่งขัน ดังนั้นการทำให้ผู้ชมที่ติดตามชมรายการมีส่วนร่วมลึกลงไปกับการแข่งขัน จะส่งผลให้ผู้ชมต้องการติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสำหรับเทคนิคในการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์จึงไม่ได้หมายถึง “เทคนิคที่มีมาตรฐาน” เท่านั้น แต่หมายถึงการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับการชมไม่ว่าจะเป็นจากระบบแสง สี เสียง การตัดต่อ รวมทั้งความสามารถของพิธีกรที่ดำเนินรายการนั้น ๆ ด้วย

3) มีรูปแบบและการนำเสนอรายการที่มีความแปลกใหม่ สร้างสรรค์และน่าสนใจ ไม่ลอกเลียนแบบรายการอื่น ๆ หรือมีการนำเสนอข้อมูลใหม่ ทันสมัยที่ผู้ชมไม่เคยรู้มาก่อน

4.3.5) ทักษะเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ที่เหมือนกันของกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสิบสองกลุ่ม

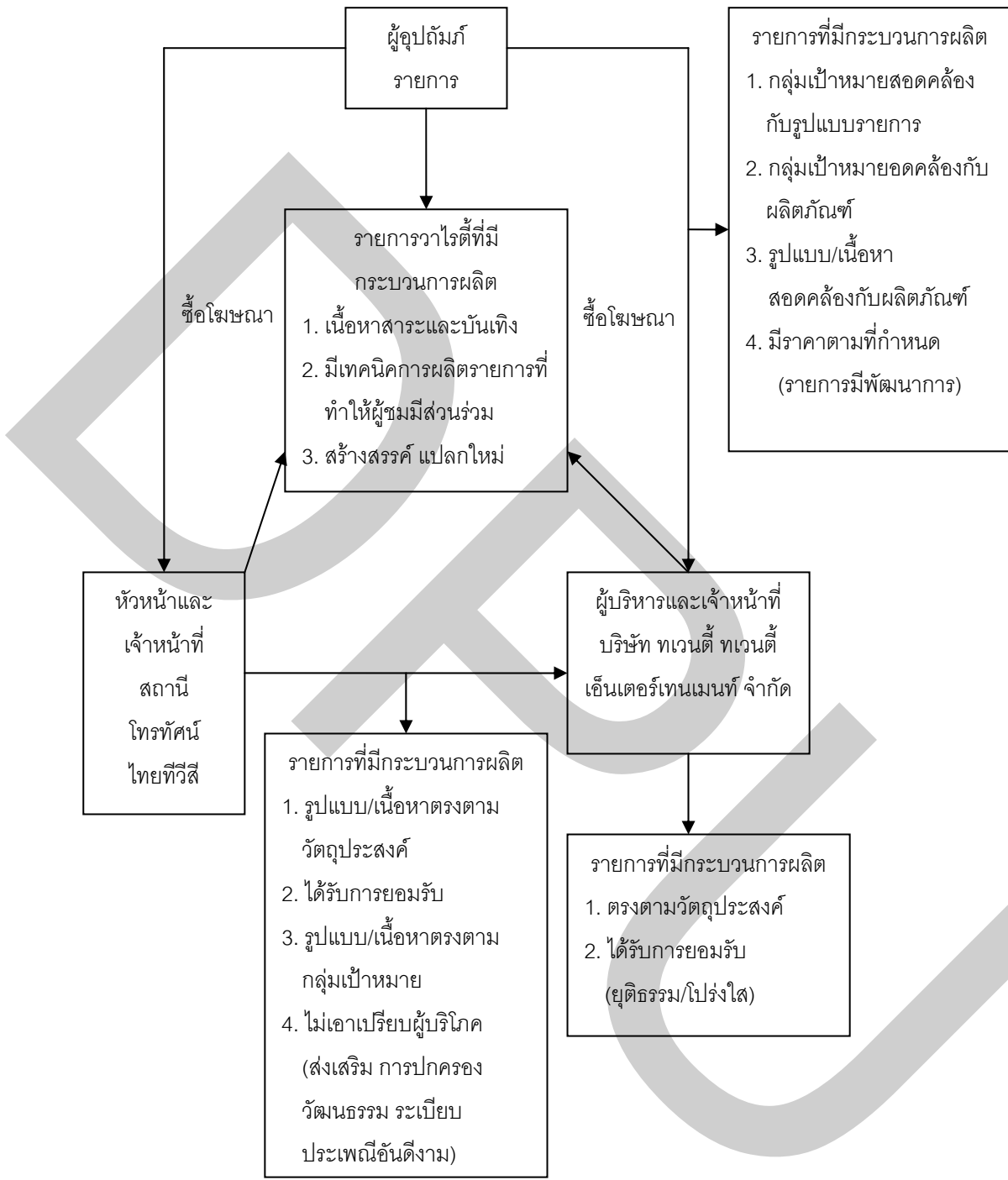
หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีความคิดเห็นตรงกันว่ารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ที่มีกระบวนการผลิต ควรมีองค์ประกอบดังนี้

1) ได้รับการยอมรับจากผู้ชมไม่ว่าการประเมินจากคะแนนรายการ (Rating) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตลาดหรือการปรากฏในสื่ออื่น ๆ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้อุปถัมภ์รายการได้ให้ความสำคัญเห็นว่านอกจากจำนวนผู้ชมแล้ว จะพิจารณาจากช่วงเวลาและกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ (Product) ของผู้อุปถัมภ์รายการ รวมทั้งราคาของรายการเป็นหลัก

2) มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและมีเนื้อหาและรูปแบบรายการตรงกับวัตถุประสงค์ที่ทางรายการกำหนดไว้

นอกจากนี้หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และผู้อุปถัมภ์รายการตีสิบมีความคิดเห็นตรงกันว่ารายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ที่มีกระบวนการผลิตควรมีองค์ประกอบคือ ควรมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีรูปแบบ เนื้อหา หรือกิจกรรมในรายการตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากการศึกษากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 : ศึกษาเฉพาะกรณีรายการตีสิบ สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของกลุ่มผู้ผลิตรายการ ดีสิบ

จากภาพที่ 4.1 สรุปทัศนคติของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิต รายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ คือผู้ผลิตทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเห็นตรงกันว่ารายการโทรทัศน์ ประเภทวาไรตี้ที่มีคุณภาพควรประกอบไปด้วย (1) มีเนื้อหาสาระและบันเทิง (2) มีเทคนิคในการ ผลิตรายการที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมไปกับรายการ (3) มีรูปแบบและเนื้อหาสร้างสรรค์แปลก ใหม่

นอกจาก 3 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นแล้ว สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะใช้เกณฑ์ ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ ตามเกณฑ์ดังนี้ (1) มีรูปแบบและเนื้อหาตาม เป้าหมายที่รายการกำหนดไว้ (2) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม (3) มีรูปแบบและเนื้อหาตาม กลุ่มเป้าหมายที่รายการกำหนดไว้ (4) ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และสำหรับการประเมินคุณภาพ รายการโทรทัศน์มีเกณฑ์เพิ่มเติม คือส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบอันดีงามในสังคมไทย

ส่วนผู้อุปถัมภ์รายการสรุปได้ดังนี้ (1) มีกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับรูปแบบรายการ (2) มี รูปแบบรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ (3) มีราคาตรงตามที่ผู้อุปถัมภ์รายการ กำหนด และมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์เพิ่มเติม คือการมี พัฒนาการความเคลื่อนไหวตลอดเวลา

ส่วนบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด นั้นนอกจาก 3 องค์ประกอบดังกล่าว ข้างต้นแล้ว ยังมีเกณฑ์อื่น ๆ ดังนี้ (1) มีรูปแบบและเนื้อหารายการตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (2) ได้รับการยอมรับจากผู้ชมไม่ว่าจะเป็นคะแนนรายการ (rating) หรือกระแสจากสื่อมวลชน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการตีสิบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) กลุ่มผู้ผลิตรายการตีสิบ 3 กลุ่ม อันได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 4 คน ผู้อุปถัมภ์รายการตีสิบ จำนวน 4 คน และผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จำนวน 5 คน และโดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

5.1 สรุปผลการวิจัย

กระบวนการผลิตรายการตีสิบ มี 4 ขั้นตอน

- 1) ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning) ประกอบด้วย
 - 1.1) การระดมความคิดจากผู้ร่วมงาน
 - 1.2) การติดต่อแขกรับเชิญ
 - 1.3) การเตรียมสถานที่ในการถ่ายทำ
 - 1.4) การเตรียมบุคลากรการผลิตรายการ
 - 1.5) การเตรียมข้อมูลที่ใช้ในการสัมภาษณ์
 - 1.6) การเตรียมอุปกรณ์การผลิตรายการ
 - 1.7) การเตรียมฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก
 - 1.8) การเตรียมวัสดุรายการ
- 2) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal) ประกอบด้วย
 - 2.1) การจัดเตรียม (Setup)
 - 2.2) การซ้อม (Rehearsal)
- 3) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) ประกอบด้วย

3.1) การผลิตรายการในห้องจัดรายการ (Studio) มีทั้งการถ่ายทอดสดและการบันทึกเทป

3.2) การผลิตรายการนอกสถานที่ (On Location) มีทั้งการถ่ายทอดสดและการบันทึกเทป

4) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Postproduction) ประกอบด้วย

4.1) การตัดต่อภาพ

4.2) การประเมินคุณภาพรายการ

4.3) การประเมินผู้ชมรายการ

5.2 อภิปรายผล

กระบวนการผลิตรายการดีลิบ

ขั้นตอนการผลิตรายการทั้ง 4 ขั้นตอนของรายการดีลิบ สอดคล้องกับแนวความคิดในการผลิตรายการโทรทัศน์ของ Alan Wurtzel ที่กล่าวว่า กระบวนการผลิตรายการประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) และขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Postproduction) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ (Preproduction Planning)

ขั้นตอนนี้ประกอบด้วยการทำงานสำคัญ 8 ประการ คือ

- การพัฒนาแนวความคิด
- การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการผลิตรายการ
- การวิเคราะห์ผู้ชมเป้าหมาย
- การจัดทำงบประมาณ
- การค้นคว้าหาข้อมูล
- การกำหนดวิธีในการผลิตรายการ
- การเขียนโครงสร้างรายการและบทโทรทัศน์
- การประชุมทีมงานผลิตรายการ

Wurtzel กล่าวว่า ขั้นตอนนี้อาจใช้เวลาในการทำงาน 1 วัน 1 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน ก่อนวันถ่ายทำขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของเนื้อหาที่จะผลิต ซึ่งการผลิตรายการดีลิบ ก็ใช้เวลาในการวางแผนก่อนการผลิตรายการเพียง 1 วัน เนื่องจาก

1) มีทีมงานเพียง 3 คนเท่านั้น และต้องผลิตรายการ 1 วัน ใน 1 สัปดาห์ ทำให้ไม่มีเวลาวางแผนในการผลิตรายการมากนัก

2) แนวคิดหลักของรายการคือ ต้องการนำเสนอประเด็นการสนทนาที่สด ใหม่ และทันเหตุการณ์ (Hot Issue) โดยสนับสนุนการนำเสนอรายการประเภทวาไรตี้ ทำให้ทีมงานไม่ต้องใช้เวลาในการวางแผนการผลิตรายการมาก เนื่องจากถ้าวางแผนไว้นานจะทำให้ประเด็นในการนำเสนอขาดความสด ใหม่ และทันเหตุการณ์

3) การผลิตรายการทีลิบ ไม่มีความซับซ้อนเหมือนการผลิตรายการเกมโชว์ และละคร ซึ่งรายการประเภทนี้ต้องใช้เวลาในการวางแผนงาน

นอกจากนี้หากพิจารณาแนวคิดในการผลิตรายการโทรทัศน์ของ Wurtzel กับการวางแผนก่อนการผลิตรายการทีลิบ แล้วจะพบว่ามัลักษณะที่สอดคล้องและแตกต่างกันดังนี้

1) การพัฒนาแนวความคิดตามแนวคิดของ Wurtzel นั้น เป็นหน้าที่ของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งจะนำแนวความคิดนี้มาปรึกษาและวางแผนทางการผลิตรายการกับผู้กำกับรายการและผู้เขียนบท เพื่อดำเนินการต่อไป แต่การพัฒนาแนวความคิดของรายการทีลิบนั้น เป็นการระดมความคิดของผู้ร่วมงานซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันของผู้บริหารฝ่ายรายการ ผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการและผู้ดำเนินรายการ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทีมงานและผู้เกี่ยวข้องทุกคนมีส่วนร่วมในการระดมความคิด แต่แต่ละคนมีสิทธิเสนอความคิดเห็นเสนอประเด็น และแลกเปลี่ยน จากนั้นจะมีการลงมติเพื่อความเป็นเอกฉันท์ในการผลิตรายการต่อไป

2) Wurtzel กล่าวว่าต้องมีการวิเคราะห์ผู้ชมเป้าหมายและการจัดทำงบประมาณ แต่รายการทีลิบไม่มีการวางแผนในเรื่องดังกล่าว เนื่องจากผู้บริหารและทีมงานได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน ตั้งแต่เริ่มความคิดที่จะผลิตรายการนี้ หรือในช่วงการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์นั่นเอง ส่วนเรื่องงบประมาณนั้นทางรายการทีลิบมีงบประมาณเป็นของตนเอง จะเป็นงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากฝ่ายรายการ และผู้อุปถัมภ์รายการ

3) แนวคิดของ Wurtzel ไม่มีการกล่าวถึงการติดต่อแลกเปลี่ยน การเตรียมบุคลากรการผลิตรายการ การเตรียมอุปกรณ์การผลิตรายการ การเตรียมฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก และการจัดเตรียมวัสดุรายการ ซึ่งแตกต่างจากการวางแผนของรายการทีลิบ เรื่องนี้สันนิษฐานได้ว่า การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการผลิตรายการของ Wurtzel ก็คือการวางแผนในรายละเอียดต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตรายการต่อไป

4) การเขียนโครงสร้างรายการและบทโทรทัศน์ตามแนวคิดของ Wurtzel มีความแตกต่างจากรายการตีสิบ กล่าวคือ รายการตีสิบไม่มีบทโทรทัศน์มีเพียงโครงร่างคำถาม ซึ่งทีมงานได้จัดเตรียมไว้ให้ผู้ดำเนินรายการเพื่อสร้างคำถามและคำสนทนาในรายการด้วยตนเอง

5) การผลิตรายการตีสิบ มีการค้นคว้าหาข้อมูลซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wurtzel แต่รายการตีสิบมีผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการ และผู้ประสานงานการผลิต รายการรับผิดชอบในการค้นหาข้อมูลร่วมกันในลักษณะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งต่างจากแนวคิดของ Wurtzel ที่กำหนดให้ผู้ควบคุมการผลิตรายการเป็นผู้ค้นคว้าหาข้อมูลเพียงคนเดียว

6) การกำหนดวิธีการผลิตรายการตามแนวคิดของ Wurtzel คือการกำหนดสถานที่ และวิธีการผลิตรายการ กล่าวคือจะผลิตในห้องจัดรายการหรือนอกสถานที่ รวมทั้งใช้วิธีการถ่ายทอดสดหรือการบันทึกเทป ซึ่งรายการตีสิบมีวิธีการที่คล้ายกันคือ มีการจัดเตรียมเรื่องสถานที่ ถ่ายทำและกำหนดวิธีในการผลิตรายการว่าจะถ่ายทอดสดหรือบันทึกเทป

7) การประชุมทีมงานผลิตรายการตามแนวคิดของ Wurtzel เป็นการประชุมของทีมงานผลิตรายการทุกคน ได้แก่ ผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับเทคนิค ผู้ควบคุมเสียง ผู้ควบคุมแสง และผู้ออกแบบฉาก เพื่อวางแผนและวางแนวทางในการผลิตรายการให้พร้อมเป็นครั้งสุดท้ายก่อนเข้าสู่การเตรียมการผลิตรายการ (Set and Rehearsal) ซึ่งรายการตีสิบก็เป็นเช่นเดียวกัน โดยทีมงานจะใช้การแจ้งและบอกกล่าวทีมงานแต่ละคนให้พร้อม เช่น ผู้ประสานงานการผลิตแจ้งฝ่ายเทคนิคถึงสถานที่ที่ใช้ในการผลิตรายการ อุปกรณ์ที่ต้องจัดเตรียม วันและเวลาในการผลิต หรือผู้ผลิตรายการแจ้งแก่ผู้ดำเนินรายการถึงวันและเวลาในการผลิต รายละเอียดของประเด็นที่จะสนทนาและรายชื่อของแขกรับเชิญ เป็นต้น

การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์การทำงานในขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ พบว่า

1) การระดมความคิดจากผู้ร่วมงานเป็นขั้นตอนที่ทีมงานและผู้บริหารให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งยืนยันได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารและทีมงานที่กล่าวไว้ว่า การกำหนดประเด็นและแขกรับเชิญคือ สิ่งสำคัญในการผลิตรายการให้ชวนติดตาม นอกจากนี้การประชุมรายการทุกวันหรือการที่ผู้บริหารบางคนได้ควบคุม ดูแล และกำหนดประเด็นในการสนทนาด้วยตัวตนเองนั้นเป็นสิ่งยืนยันถึงความสำคัญในเรื่องนี้เช่นกัน

ระยะเวลาที่ใช้ในการระดมความคิดมีไม่มากและไม่ซับซ้อน นั่นคือ มีการประชุมรายการทุกวันในเวลา 14.00-15.00 นาฬิกา เมื่อเสร็จสิ้นการประชุมก็จะได้ประเด็นในการสนทนาในรายการตีสิบทันที โดยผู้ควบคุมการผลิตรายการจะนำประเด็นดังกล่าวมาดำเนินการผลิตต่อไป

หากประเด็นการสนทนาไม่ได้มาจากที่ประชุมก็จะเป็นการพิจารณาร่วมกันของคุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ ซึ่งจะนำเสนอคุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ ต่อไป ซึ่งคุณวิทวัสจะเห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่

2) การติดต่อแกร็บเชิญเป็นขั้นตอนที่สร้างปัญหาให้กับทีมงานมากที่สุด บางครั้งแกร็บเชิญที่กำหนดไว้ปฏิเสธไม่มาร่วมรายการ ทำให้ทีมงานต้องติดต่อคนที่มีความสำคัญน้อยกว่า หรืออาจต้องเปลี่ยนประเด็นการสนทนาใหม่ บางกรณีแกร็บเชิญตกลงกับทีมงานแล้วแต่เมื่อถึงเวลาถ่ายทำกลับขอยกเลิกกะทันหัน ทำให้ทีมงานต้องเปลี่ยนประเด็นการสนทนาใหม่และติดต่อแกร็บเชิญใหม่ หรืออาจต้องยกเลิกการถ่ายทำเนื่องจากไม่สามารถแก้ปัญหาเรื่องแกร็บเชิญได้

3) ทีมงานไม่ให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมฉากการถ่ายทำในห้องจัดรายการมากนัก เนื่องจากดีลเป็นรายการสนทนาที่เน้นนักการนำเสนอเนื้อหาและประเด็นในการสนทนา มากกว่าความสวยงามและความน่าสนใจของฉาก โดยฝ่ายศิลปกรรมได้สร้างฉากอย่างถาวรที่ฝาผนังห้องจัดรายการ มีลักษณะเป็นรูปตึกสูงในเมืองหลวงของกรุงเทพมหานคร มีตัวอักษรสีเงินเขียนบนฝาผนังของสตูดิโอว่า AT TEN

สำหรับอุปกรณ์ประกอบฉากนั้น ทางทีมงานก็ไม่ให้ความสำคัญมากนัก โดยเตรียมชุดรับแขกที่มีความเรียบง่ายเพื่อใช้ในรายการสลับกัน 2 ชุดเท่านั้น

ส่วนการถ่ายทำนอกสถานที่นั้นทางทีมงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณวัชรีย์ คุปตารักษ์ ให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมฉากมากเนื่องจากต้องการให้ภาพที่บันทึกมามีบรรยากาศที่สมจริง เช่น การสนทนาเกี่ยวกับเรื่องราวเหตุการณ์ ทางทีมงานจะใช้ฉาก ณ จุดเกิดเหตุ โดยมีการพิจารณาเรื่องมุมกล้อง ฉากหลัง และแสงประกอบด้วย เพื่อให้ฉากออกมาสมบูรณ์ตามหลักศิลปะมากที่สุด

4) การจัดเตรียมข้อมูลนั้นทางทีมงานรวบรวมจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด เนื่องจากมีสิ่งที่น่าสนใจและมีข้อมูลมากมายให้เลือกใช้ จากนั้นจึงนำมาสรุปย่อเป็นประเด็นสั้น ๆ หรือทำเป็นโครงร่างให้ผู้ดำเนินรายการต่อไป

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากแนวความคิดของ ระวีวรรณ ประกอบผล ที่กล่าวถึงการผลิตรายการโทรทัศน์ว่า เป็นหน้าที่ของผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) ที่จะคิดและพิจารณาในการผลิตรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งรายการใดขึ้นมา นั่นคือ เมื่อผู้ควบคุมการผลิตรายการได้รับความคิดจากคณะผู้บริหารแล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณามีดังนี้

1) ความคิดในเรื่องนั้น ๆ เป็นความคิดที่ใหม่และมีคุณค่าเพียงพอที่จะจัดทำรายการหรือไม่

2) รายการที่จะผลิตขึ้นมามีประโยชน์ต่อผู้ชมในด้านใดบ้าง

3) รายการที่จะผลิตขึ้นมามีข้อจำกัดในแง่ของการผลิตรายการอย่างไรหรือไม่

เมื่อพิจารณาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เรียบร้อยแล้ว และได้ผลออกมาว่าสามารถจัดทำรายการโทรทัศน์ขึ้นมาได้ ผู้ผลิตรายการก็จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังนี้

- 1) เนื้อหาของรายการ (Program Content)
- 2) ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (Cost)
- 3) บทโทรทัศน์ (Script)
- 4) ตัวแสดง (Talent)
- 5) อุปกรณ์ทางเทคนิค (Technical Facilities) เช่น ฉาก วัสดุรายการ กราฟฟิก กล้อง แสง เสียง

รายการดีสิบ มีการวางแผนที่สุดคล้องกับแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น นั่นคือ คุณวัชร คุปตารักษ์ ซึ่งเป็นผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) จะเป็นผู้รับนโยบายการจัดทำรายการมาจากคณะผู้บริหาร แล้วนำมาคิดและพิจารณาพร้อมกับคณะทำงานคนอื่น ๆ ว่าควรผลิตรายการในรูปแบบใด มีวิธีการนำเสนออย่างไร เพื่อให้ผู้ชมรายการได้รับความรู้และประโยชน์สูงสุด เมื่อได้มติเรียบร้อยแล้วก็จะพิจารณาในสิ่งต่าง ๆ เช่น เนื้อหารายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้ดำเนินรายการ อุปกรณ์การผลิต เพื่อวางแผนในการผลิตรายการต่อไป

จากแนวความคิดขง ดวงทิพย์ วรรณัฐ ที่กล่าวถึงลักษณะของการผลิตรายการโทรทัศน์ว่ามี 4 ประเภท คือ

- 1) รายการสด (Live Program in Studio) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นในห้องส่งและออกอากาศพร้อมกันทันที รายการประเภทนี้ต้องจัดด้วยความระมัดระวัง และต้องมีการนัดหมายกันระหว่างผู้ผลิต ผู้กำกับรายการและผู้ร่วมงานคนอื่น ๆ เป็นอย่างดี
- 2) รายการสดนอกห้องส่ง (Outside Broadcast Program) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นนอกห้องส่ง โดยใช้รถถ่ายทอดซึ่งมีอุปกรณ์ครบครัน (Outside Broadcast Van)
- 3) รายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า (Videotape Recorded Program) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นล่วงหน้า โดยบันทึกรายการลงในเทปบันทึกภาพแล้วนำเทปนี้ออกอากาศต่อไป
- 4) รายการภาพยนตร์ (Telecine) เป็นภาพยนตร์ที่สั่งซื้อมาจากต่างประเทศหรือผลิตขึ้นมาเองภายในประเทศแล้วนำมาฉายทางโทรทัศน์

รายการดีสิบก็มีความสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว นั่นคือ ผู้ควบคุมการผลิตและทีมงานจะช่วยกันพิจารณาว่า การผลิตรายการดีสิบ ควรมีลักษณะเป็นรายการสด รายการสดนอกห้องส่ง หรือรายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า เพื่อให้รายการมีรูปแบบ และวิธีการนำเสนอที่มี

ความสด ทันเหตุการณ์ และมีความหลากหลาย เพื่อช่วยเสริมให้รายการมีความน่าสนใจ และได้รับความนิยมนจากผู้ชมรายการมากที่สุด

2) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal)

Wurtzel กล่าวว่า ขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วย

- การจัดเตรียมเรื่องฉาก ไฟ เสียง เทป และภาพประกอบรายการต่าง ๆ
- การซ้อม ซึ่งหมายถึง ซ้อมแห้ง ซ้อมกล้อง ซ้อมอย่างต่อเนื่อง และซ้อมเหมือนจริง

จากการศึกษาวิจัยพบว่า รายการทีลิว มีความสอดคล้องและแตกต่างจากแนวคิดของ Wurtzel ดังนี้

1) การจัดเตรียม ภาพ แสง เสียง เทป ฉาก และอุปกรณ์ประกอบฉากในรายการทีลิว เป็นไปตามแนวความคิดของ Wurtzel นั่นคือ ช่างภาพมีการจัดเตรียมเรื่องกล้องและปรับแต่งกล้อง ผู้ควบคุมแสงนำไปมาติดตั้งและปรับแต่ง ผู้ควบคุมเสียงได้ปรับแต่งเสียงให้ได้ระดับที่สมดุล ผู้ควบคุมเทปมีการจัดเตรียมเทปที่ใช้ในการถ่ายทำ มีการจัดเตรียมชุดแก้วน้ำเพื่อใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบฉาก แต่ไม่มีการจัดทำฉากเนื่องจากฝ่ายศิลปกรรมได้สร้างฉากอย่างถาวรไว้แล้ว

2) Wurtzel กล่าวไว้ว่า การจัดเตรียมรายละเอียดและอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องควบคุมห้องจัดรายการต้องดำเนินไปพร้อม ๆ กับการเตรียมการในห้องจัดรายการ ซึ่งรายการก็มีการดำเนินการในลักษณะเดียวกัน

3) ตามแนวความคิดของ Wurtzel นั้นการซ้อมประกอบด้วย การซ้อมแห้ง การซ้อมกล้อง การซ้อมอย่างต่อเนื่อง และการซ้อมเหมือนจริง แต่รายการทีลิวไม่มีการซ้อมเหมือนกับ Wurtzel การซ้อมของทีมงานรายการเป็นการซ้อมเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างง่าย ๆ รวมทั้งเป็นการทดสอบอุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับผลิตรายการต่อไป เช่น ผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญซักซ้อมเกี่ยวกับแนวคำถามและคำตอบ ผู้ควบคุมเทปทดลองเปิดภาพประกอบรายการ ช่างภาพทดลองถ่ายภาพในลักษณะต่าง ๆ ตามที่ผู้กำกับรายการต้องการ และผู้ควบคุมเสียงทดสอบเสียงที่ได้ปรับแต่งแล้ว

4) จากการสังเกตการณ์การทำงานและการสัมภาษณ์ทีมงาน พบว่า ทีมงานให้ความสำคัญไม่มากกับขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal) และเมื่อพิจารณาตามแนวคิดของ Wurtzel ที่ว่าเวลาที่ใช้ในขั้นตอนนี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของรายการและงบประมาณที่ได้รับ จะเห็นได้ว่า รายการทีลิวมีความซับซ้อนเนื่องจากมีฉากใหญ่ตระการตา มีการใช้เทคนิคด้านภาพ แสง และเสียง เพื่อดึงดูดใจผู้ชมเหมือนกับรายการละคร เกมโชว์ จึงมีการใช้เวลาในขั้นตอนนี้มาก

3) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)

ตามแนวความคิดของ Wurtzel นั้น การผลิตรายการประกอบไปด้วย

- การถ่ายทอสด
- การบันทึกเทป

ซึ่งทั้ง 2 กรณีนี้สามารถผลิตได้ทั้งในห้องจัดรายการและนอกสถานที่

การผลิตรายการดีสลิปมีการผลิตรายการในห้องจัดรายการและนอกสถานที่เช่นเดียวกัน

ขั้นตอนการผลิตรายการดีสลิป พบว่า

1) การสัมภาษณ์แขกรับเชิญเพื่อให้ได้ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ในการถ่ายทอสดนั้น บางครั้งไม่ได้ผลสมบูรณ์ 100 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องเวลานั้นคือการสัมภาษณ์ต้องแล้วเสร็จภายใน 40 นาที ซึ่งบางครั้งน้อยเกินไปสำหรับบางประเด็นที่แขกรับเชิญมีข้อมูลนำเสนอมาก

2) ในการถ่ายทำนั้นส่วนมากที่ทีมงานสามารถคุมเวลาในการสนทนาได้เป็นอย่างดี มีการบอกเวลาที่เหลือในแต่ละช่วงให้ผู้ดำเนินรายการทราบ เพื่อให้สรุปคำถามและประเด็นก่อนการจบแต่ละช่วงได้ตามเวลาที่กำหนด การควบคุมเวลานี้ส่งผลดีต่อการตัดต่อที่ไม่ต้องใช้เวลานานนัก

3) กล้องและอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ถ่ายทำนอกสถานที่บางชิ้นไม่ได้มาตรฐาน ทำให้การถ่ายทำมีคุณภาพด้อยลง อาจสันนิษฐานได้ว่าผู้บริหารของสถานีให้ความสำคัญกับมาตรฐานของอุปกรณ์การผลิตน้อย

4) การถ่ายทำด้วยกล้อง 2 กล้อง มีลักษณะยุ่งยากและซับซ้อน แต่ช่างภาพทั้ง 2 คนของรายการ เตรียมพร้อมเป็นอย่างดีรวมทั้งมีการเรียนรู้และทำความเข้าใจระหว่างกันก่อนการถ่ายทำ ทำให้สิ่งยุ่งยากและซับซ้อนลดน้อยลง สามารถถ่ายทำไปได้ด้วยดี

4) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Postproduction)

Wurtzel กล่าวว่า ขั้นตอนนี้ประกอบด้วย

- การตัดต่อและผสมเสียง
- การประเมินผู้ชมรายการ
- การตัดต่อและผสมเสียง

การตัดต่อภาพตามแนวความคิดของ Wurtzel เป็นการนำเทปที่บันทึกรายการมาเรียงลำดับแล้วคัดเลือกช่วงรายการที่ดีที่สุดไว้ ส่วนที่ไม่ต้องการจะตัดทิ้งไปโดยใช้เทคโนโลยีที่

ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ และการทำภาพพิเศษ การตัดต่อต้องจัดลำดับการนำเสนอให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์

รายการตีสิบ ก็มีการตัดต่อที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Wurtzel โดยมีการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการตัดต่อแต่ไม่มีการทำภาพพิเศษ เนื่องจากเป็นรายการประเภทสนทนา ซึ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมโดยไม่ต้องเสนอเทคนิคด้านภาพที่สวยงามเหมือนรายการบันเทิงทั่วไป รวมทั้งไม่ได้มีการจัดลำดับการนำเสนอให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ แต่เป็นไปตามโครงร่างของคำถามที่ใช้ในการสนทนามากกว่า

นอกจากนี้ Wurtzel ยังกล่าวว่า หลังจากตัดต่อเรียบร้อยแล้วจะนำเทปนั้นไปซ้อนตัวอักษรทางกราฟิกต่าง ๆ เช่น ชื่อพิธีกร ชื่อผู้ร่วมรายการ และข้อความอื่น ๆ ซึ่งรายการตีสิบก็มีการทำงานในลักษณะเดียวกันนั่นคือ หลังจากตัดต่อเรียบร้อยแล้ว จะนำเทปไปซ้อนตัวอักษรกราฟิกต่าง ๆ ให้สมบูรณ์เช่นเดียวกัน

ตามแนวคิดของ Wurtzel เมื่อซ้อนตัวอักษรเสร็จแล้วก็ใส่เสียงประกอบต่าง ๆ เช่น เสียงดนตรี เสียงพูด และเสียงประกอบ (Sound Effect) แต่รายการตีสิบไม่มีการใส่เสียงประกอบใดๆ ทั้งสิ้น และไม่มีคำเป็นด้วย เนื่องจากเป็นรายการสนทนาที่ต้องการนำเสนอข้อมูลและประเด็นในการสนทนามากกว่าการเน้นเสียงประกอบ เพื่อให้ผู้ชมเพลิดเพลินหรือให้ความสนใจต่อรายการเพิ่มขึ้น

โดยสรุปการตัดต่อรายการตีสิบมีลักษณะดังนี้

1) ใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง เนื่องจากมีแรงกดดันจากทีมงานรายการอื่น ๆ ที่จะใช้อุปกรณ์การตัดต่อเช่นกัน นอกจากนี้เทปต้นฉบับซึ่งนำมาตัดต่อนั้นมีความยาวไม่มากกว่าความยาวที่ต้องนำเสนอซัก ซึ่งเป็นผลมาจากการควบคุมเวลาในการถ่ายทำที่ตนเอง

2) การใส่ภาพประกอบสอดแทรกระหว่างการสนทนามีน้อยเกินไป และมีการนำเสนอภาพเหล่านั้นซ้ำหลายครั้ง ทำให้รายการลดความน่าสนใจลง

การประเมินผู้ชมรายการ

ตามแนวความคิดของ Wurtzel นั้น การประเมินผู้ชมรายการมีหลายวิธี อาทิ การสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการ การพิจารณาจากปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้ชมรายการ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ จำนวนโฆษณาในรายการ และเสียงเล่าลือของผู้ชมทั่วไป เป็นต้น

การประเมินผู้ชมรายการตีสิบ ก็สอดคล้องกับแนวความคิดดังกล่าว นั่นคือ มีการประเมินโดยสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการ การพิจารณาจากปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้ชม เช่น จดหมาย โทรศัพท์ และจำนวนโฆษณาในรายการ เป็นต้น

การประเมินผู้ชมรายการทีลิบ เป็นการประเมินโดยศูนย์ข้อมูลรายการ ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งได้ทำการสำรวจความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการวาไรตี้ ซึ่งรวมถึงรายการทีลิบด้วยเช่นกัน จากนั้นไม่มีการสำรวจใด ๆ อีก เนื่องจากผู้บริหารได้ลดงบประมาณในเรื่องนี้ ดังนั้นผลการสำรวจ ในปี พ.ศ.2550 จึงไม่ทันสมัยสามารถนำมาอ้างอิงได้เพียงคร่าว ๆ เท่านั้น ถ้าจะนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ได้อย่างดี ทางสถานีควรมีการสำรวจความนิยมของผู้ชมเป็นประจำทุกปี และควรขยาย จำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น หรือขยายพื้นที่ในการสำรวจให้ทั่วทั้งประเทศ รวมทั้งทำการสำรวจ รายการสนทนาของสถานีอื่นที่มีการนำเสนอในช่วงเวลาเดียวกันควบคู่ไปด้วย

อรนุช เลิศจรยารักษ์ (2544) ได้กล่าวไว้ว่า การประเมินผู้ชมรายการประกอบด้วย การประเมินอย่างไรไม่เป็นระบบ หมายถึง ดูจากโฆษณาในรายการ จดหมายและโทรศัพท์จากผู้ชม ทางบ้าน และการประเมินอย่างเป็นระบบคือ การทำวิจัยเพื่อสำรวจความนิยมของผู้ชมรายการ

การประเมินรายการทีลิบ ก็มีลักษณะดังกล่าวข้างต้นนั่นคือ มีการประเมินอย่างเป็นระบบและไม่เป็นระบบ

ผู้วิจัยพบจากการสังเกตการณ์การทำงานว่า มีจดหมายและโทรศัพท์จากผู้ชมทาง บ้านเป็นจำนวนมากเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการ ซึ่งทีมงานให้ความสำคัญเช่นกันแต่ไม่ มากเนื่องจากทางทีมงานมีจุดยืนในการทำงานที่แน่นอนนั่นเอง นอกจากนี้คุณวัชร คุปตารักษ์ ได้ ตรวจสอบโฆษณาด้วยตัวเองบ้างเป็นบางครั้ง จากนั้นนำมาสื่อสารด้วยวาจาระหว่างทีมงานด้วยกัน อย่างไม่เป็นทางการ

ขั้นตอนหลังการผลิตรายการนอกจากการติดต่อและผลมเสียง รวมทั้งการประเมิน ผู้ชมรายการแล้วยังมีการประเมินคุณภาพรายการด้วย

5) การประเมินคุณภาพรายการ

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพรายการ ว่า ทำได้หลายวิธีคือ

- ประเมินขณะผลิตรายการ
- ประเมินเมื่อผลิตรายการไปแล้ว
- ประเมินเมื่อได้ออกอากาศไปแล้ว

รายการทีลิบมีการประเมินคุณภาพรายการเช่นกันคือ มีการประเมินขณะผลิตรายการ โดยทีมงานทุกคนได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยขณะผลิตรายการ เมื่อมีสิ่งใดผิดพลาดก็รีบ แก้ไข นอกจากนี้ยังมีการประเมินเมื่อผลิตรายการไปแล้ว โดยคุณวัชร คุปตารักษ์ ตรวจสอบ ความถูกต้องเรียบร้อยในการทำงาน และเทปรายการเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นต่อไป รวมทั้งมี

การประเมินเมื่อได้ออกอากาศไปแล้ว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากจดหมายและโทรศัพท์ รวมทั้งการวิจัยโดยศูนย์ข้อมูลรายการ

การประเมินคุณภาพรายการโดยการตรวจสอบการทำงานและเทปรายการ รวมทั้งการเก็บข้อมูลจากจดหมายและโทรศัพท์นั้น ทางทีมงานให้ความสำคัญเช่นกันแต่ไม่มากนักโดยแก้ไขข้อผิดพลาดที่พบในการทำงาน แต่ข้อมูลจากผู้ชมไม่ว่าจะเป็นข้อติติงและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ทางทีมงานจะนำมาพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากทุกคนไม่มียึดหลักการทำงานโดยปฏิบัติตามนโยบายของสถานีเป็นหลักไม่ได้ยึดผู้ชมเป็นหลัก

การประเมินคุณภาพรายการ โดยศูนย์ข้อมูลรายการของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งได้สำรวจเรื่อง “ผู้ชมต้องการอะไรจากรายการช่อง 3 เมื่อเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2550 โดยสำรวจเฉพาะรายการ ซึ่งรวมถึงรายการตีสิบด้วย ผลการวิจัยสามารถนำมาอ้างอิงได้เพียงคร่าว ๆ เนื่องจากเป็นการสำรวจเมื่อ 2 ปีที่แล้ว ดังนั้นถ้าจะนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ได้อย่างดีทางสถานีควรมีการประเมินรายการอย่างเป็นระบบทุกปี

ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการตีสิบ

แนวความคิดเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชนของ Denis McQuail สามารถนำมาวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการตีสิบ ได้ดังนี้

ปัจจัยภายในองค์กร

1) การจัดการ

McQuail กล่าวว่า การบริหารงานและนโยบายการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชนได้ส่งผลกระทบต่อเนื้อหาที่ผลิตออกมา ซึ่งรายการตีสิบได้รับผลกระทบจากปัจจัยดังกล่าวเช่นกัน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1) การบริหาร

1) ทางสถานีได้แต่งตั้งผู้บริหารให้เป็นผู้ควบคุม ดูแลฝ่ายรายการทั้งหมดรวมทั้งรายการตีสิบด้วย การบริหารงานจะเป็นไปได้ในลักษณะที่ผู้บริหารเป็นผู้วางแผนงานควบคุม ชี้แนะแนวทางให้ทีมงานอยู่ห่าง ๆ ไม่ได้ควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด ผู้บริหารที่ใกล้ชิดกับทีมงานมากคนหนึ่งคือ นายสุภาพ คลีขฉาย แต่ความที่มีภาระหน้าที่มากจึงไม่ได้ควบคุมดูแลอย่างเต็มที่ ดังนั้นการวางแผนงานในแต่ละวันจึงไม่ได้รับการกำกับและวางทิศทางไว้อย่างชัดเจนเท่าที่ควร

2) เมื่อไม่มีผู้บริหารควบคุมดูแลโดยตรง ทีมงานจึงเป็นผู้วางแผนงานและตัดสินใจในการผลิตรายการตีสิบด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ จนดูเหมือนว่าเป็นการบริหารที่ขึ้นกับ

ทีมงานมากเกินไป บางครั้งจึงเกิดความขัดแย้งและความคิดเห็นไม่ตรงกันระหว่างผู้บริหารและทีมงาน

1.2) นโยบายด้านการผลิตรายการ

1) นโยบายของรายการดีลิบ ถือตามนโยบายของฝ่ายรายการ ซึ่งเสนอรายการอย่างเสรี เจาะลึก เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบข้อมูลรอบด้านมากที่สุด และในฐานะที่ทีมงานทุกคนคือส่วนหนึ่งขององค์กร และนโยบายขององค์กรคือ สิ่งที่ทุกคนพอใจและยอมรับได้เนื่องจากสอดคล้องกับความตั้งใจในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ดี ดังนั้นนโยบายของรายการดีลิบ คือสิ่งที่ทีมงานทุกคนต่างยึดถือและปฏิบัติเป็นแนวทางในการทำงานมาโดยตลอด

2) เมื่อยึดถือนโยบายของฝ่ายรายการเป็นแนวทางในการทำงาน ทีมงานทุกคนจึงมีความอิสระในการทำงาน ไม่ต้องวิตกหรือคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อซึ่งเห็นได้จากการที่ผู้ดำเนินรายการมีความกล้าที่จะซักถามเพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีความเที่ยงตรงและครอบคลุมมากที่สุด

2) เทคโนโลยี

การผลิตรายการดีลิบได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านเทคโนโลยีซึ่งได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ McQuail ที่ได้กล่าวไว้ว่า เทคโนโลยีได้มีผลกระทบต่อการทำงานซึ่งต้องคำนึงถึงว่าอุปกรณ์การผลิตมีสมรรถภาพเพียงใด และมีเพียงพอหรือไม่ โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) ถึงแม้ว่าทางสถานีจะมีเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตและเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่อุปกรณ์บางชนิด เช่น รถถ่ายทอดรายการ (OB Van) และเครื่องตัดต่อมีไม่เพียงพอต่อการใช้งาน เนื่องจากรถถ่ายทอดรายการ (OB Van) ถูกนำไปใช้ในการรายงานรายการประจำวัน

2) บางครั้งทีมงานต้องใช้ชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง ไปถ่ายทำแทนในกรณีที่ไม่สามารถนำรถถ่ายทอดรายการ (OB Van) ออกไปถ่ายทำได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าและเพิ่มความยุ่งยากในการทำงานมากขึ้น เนื่องจากต้องนำเทปที่ถ่ายเสร็จแล้วไปเลือกภาพ (Switch) ที่ห้องตัดต่อเพิ่มเติม

3) ในกรณีที่ทีมงานต้องรอคิวการใช้ห้องตัดต่อ ซึ่งบางครั้งจะใช้เวลาประมาณ 19.30 นาฬิกา ซึ่งก็ใกล้เวลาที่รายการดีลิบออกอากาศส่งผลให้ต้องทำงานอย่างเร่งรีบและขาดความประณีตในการตัดต่อเพื่อให้ทันออกอากาศนั่นเอง

4) เมื่ออุปกรณ์การผลิตมีน้อย แต่รายการของสถานีมีเพิ่มมากขึ้นทำให้อุปกรณ์ถูกใช้งานอย่างหนัก ส่งผลให้อุปกรณ์เหล่านั้นเสื่อมสภาพเร็วขึ้น สมรรถภาพในการทำงานก็ลดลงอย่างรวดเร็ว เช่น อุปกรณ์ด้านเสียงมีระดับเสียงที่ไม่สมดุล และมีเสียงแทรกเมื่อถ่ายทำนอกสถานที่ด้วยชุดกล้อง 2 กล้อง หรือ 3 กล้อง

5) ผู้บริหารให้ความสำคัญกับปัญหาทางด้านเทคโนโลยีไม่มาก เนื่องจากไม่ได้คลุกคลีกับอุปกรณ์การผลิตจึงไม่ทราบว่าปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อมากแค่ไหนและอย่างไร ยกเว้นคุณวิวัฒน์ สุนทรวิเนตร์ ซึ่งทำงานร่วมกับทีมงานและรับทราบปัญหานี้เป็นอย่างดีจึงให้ความสำคัญมาก

6) ทีมงานทุกคนได้ให้ความสำคัญกับปัญหาทางด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณวัชร คุปตารักษ์ เนื่องจากเป็นผู้ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ

3) ความสามารถทางวิชาชีพ

การผลิตรายการดีลิบ ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ McQuail ที่กล่าวว่า ความรู้ และประสบการณ์การทำงานได้ส่งผลกระทบต่อการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) แม้ว่า คุณวัชร คุปตารักษ์ ผู้ควบคุมการผลิตรายการจะไม่ได้สำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ แต่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในรายการดีลิบได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคัดเลือกประเด็นการสนทนาและข้อมูลที่ใช้ในรายการ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการผลิตรายการทั้งหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์มาตลอด 7 ปี ส่งผลให้เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในด้านงานรายการเป็นอย่างดี

2) การผลิตรายการโทรทัศน์ให้ประสบความสำเร็จนั้น นอกจากเนื้อหาจะมีความน่าสนใจแล้ว ยังต้องใช้ศิลปะทางด้านภาพมาช่วยเสริมเพื่อให้รายการมีความน่าสนใจและน่าติดตามด้วย จากการสัมภาษณ์ คุณวัชร คุปตารักษ์ พบว่าเป็นผู้ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการคัดเลือกประเด็นและแขกรับเชิญมากเป็นพิเศษ และให้ความสำคัญแก่ขั้นตอนการผลิตเป็นอย่างมากด้วยเช่นกัน ดังนั้นในการผลิตรายการในด้านภาพจึงส่งผลให้ภาพรวมของรายการมีข้อมูลและเนื้อหาที่น่าสนใจ แต่ศิลปะทางด้านภาพโดยรวมยังไม่ได้รับการพัฒนา ในฐานะเป็นผู้ควบคุมดูแลและรับผิดชอบการผลิตรายการทั้งหมดนั้น ผู้ควบคุมการผลิตรายการควรให้ความสำคัญกับรายละเอียดที่เป็นองค์ประกอบทั้งหมดอย่างเท่าเทียมกันเพื่อเสริมให้รายการดีลิบมีการพัฒนาไปในทุก ๆ ด้าน

3) จากการที่ คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง ทั้งการศึกษาในระดับปริญญาตรีและการทำงานในบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มาตลอด 5 ปี รวมทั้งเป็นผู้ปฏิบัติงานการผลิตครบทุกขั้นตอน จึงมีความเข้าใจระบบการทำงาน และให้ความสำคัญกับการผลิตรายการทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมการผลิตต่าง ๆ การพิจารณาเรื่องแสง มุมที่ใช้ถ่ายทำ เสียง ศิลปะทางด้านภาพ รวมทั้งการตัดต่อ ทั้งหมดนี้ส่งผลให้รายการมีเนื้อหาและการนำเสนอด้านภาพที่ดีและน่าสนใจ

4) แม้ว่า คุณคีนสิทธิ์ สุวรรณวัณท์ ไม่ได้สำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง แต่มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้งานทางด้านโทรทัศน์ มีความขยันและรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมาเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อประสานงานกับห้องจัดรายการ การจัดเตรียมอุปกรณ์การผลิตที่ใช้ในการถ่ายทำรายการ การค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ การค้นหาภาพประกอบรายการ การคิดสร้างสรรค์ในช่วงรายการที่ตนรับผิดชอบ รวมทั้งการจัดเก็บเอกสารและเทปรายการ ทั้งหมดนี้ส่งผลให้ระบบการทำงานในรายการดีสิบดำเนินไปด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย

จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้น สรุปได้ว่า การผลิตรายการโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทีมงานที่สำเร็จการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์เท่านั้น ขอให้เป็นคนขยันตั้งใจเรียนรู้งานอย่างจริงจังก็สามารถทำงานด้านนี้ให้ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน

ปัจจัยภายนอกองค์กร

1) แหล่งข้อมูล เหตุการณ์ และวัฒนธรรม

การผลิตรายการดีสิบได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านแหล่งข้อมูล เหตุการณ์ และวัฒนธรรม ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ McQuail ที่กล่าวว่าการผลิตงานสื่อสารมวลชนนั้นได้นำเสนอเหตุการณ์ที่สดใหม่และกำลังอยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป โดยได้นำมาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และแหล่งข่าวโดยตรงมาสร้างเป็นประเด็นในการนำเสนอ โดยต้องอยู่ในกรอบของวัฒนธรรมในแต่ละสังคม โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1) ผู้บริหารและทีมงานให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องแหล่งข้อมูล เหตุการณ์ และวัฒนธรรมมาก เนื่องจากการนำเสนอประเด็นการสนทนาที่สดใหม่ และอยู่ในความสนใจของคนทั่วไป (Current Issue) ซึ่งเป็นนโยบายหนึ่งในการผลิตรายการ

1.2) แกรับเชิญเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด โดยเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวในแต่ละประเด็น และเนื่องจากแกรับเชิญเป็นผู้มีตำแหน่งหน้าที่การงานระดับสูงในวงการบันเทิงและเป็นคนดังในสังคม จึงทำให้ไม่สามารถมาสนทนาในรายการได้ตามแผนงานที่วางไว้ทุกครั้ง เนื่องจากแต่ละคนต่างมีภาระหน้าที่ประจำ หรือไม่สามารถมาได้ในช่วงเวลาที่นัดหมาย

1.3) แกรับเชิญหลักไม่สามารถมาสนทนาได้ จึงเชิญแกรับเชิญที่สำรองไว้มาสนทนาแทน ทำให้การนำเสนอไม่เป็นไปตามนโยบาย แต่ถ้าแกรับเชิญคนใดสามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน ตรงไปตรงมา และครอบคลุมทุกประเด็นคำถามก็ถือว่าประสบความสำเร็จเช่นกัน

1.4) ปัญหาสำคัญที่สุดคือ กรณีที่แขกรับเชิญติดต่อมายังทีมงานเพื่อยกเลิกการนัดหมาย 1-2 ชั่วโมง ก่อนการถ่ายทำ ทำให้ทีมงานต้องรีบแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วนเพื่อให้ทันการบันทึกเทปรายการ

1.5) ประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของคนทั่วไปสูงมีการนำเสนอหลังจากเกิดเหตุการณ์ทันทีหรือไม่เกิน 3 วันก่อน ส่วนประเด็นที่เกิดขึ้นมานานแต่ยังคงอยู่ในความสนใจก็ได้รับการนำเสนอเช่นกัน ถ้ายังคงมีความสำคัญ

1.6) เกณฑ์การคัดเลือกประเด็นนอกจากใช้ความสดใหม่ ทันเหตุการณ์และกำลังอยู่ในความสนใจของประชาชนแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะสามารถผลิตรายการได้อีกด้วย ผู้ดำเนินรายการสามารถทำหน้าที่ตามเวลาที่นัดหมายได้หรือไม่ รวมทั้งสามารถจัดหาอุปกรณ์การผลิตในการถ่ายทำนอกสถานที่ได้หรือไม่

2) ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร

การผลิตรายการดีสิบ ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านความสนใจและความต้องการของผู้รับสารตามแนวความคิดของ McQuail ที่กล่าวว่าองค์กรสื่อสารมวลชนต้องนำเสนอเนื้อหาโดยยึดถือความสนใจและความต้องการของประชาชนเป็นหลัก ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

2.1) การนำเสนอประเด็นในรายการดีสิบ เพื่อตอบสนองต่อความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร เป็นการคาดคะเนของผู้บริหารและทีมงานว่าในแต่ละวันผู้ชมให้ความสนใจต่อเหตุการณ์ใดบ้าง แล้วคัดเลือกเพื่อนำมาเป็นประเด็นการสนทนาต่อไป ส่วนกรณีอื่น ๆ เช่น มีความสนใจในประเด็นใดหรือต้องการรับชมแขกรับเชิญคนใดเป็นพิเศษ จะต้องผ่านการไตร่ตรองจากทีมงานอย่างสูง เนื่องจากต้องพิจารณาควบคู่กับปัจจัยด้านอื่น ๆ ด้วย ยกเว้นสอดคล้องกับความตั้งใจของทีมงานอยู่ก่อนแล้ว

2.2) การนำเสนอประเด็นในรายการดีสิบ ไม่ได้เป็นการตอบสนองความสนใจและความต้องการจากผู้ชมอย่างแท้จริง เนื่องจากเกิดจากการคาดคะเนของผู้บริหารและทีมงาน รวมทั้งประเด็นที่หลาย ๆ คนสนใจไม่ได้รับการพิจารณาให้นำเสนอ

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) กลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ 3 กลุ่ม อันได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้ดำเนินรายการดีสิบ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด นำเสนอข้อมูลแบบพรรณนา

5.3.1) สรุปและอภิปรายผลจากการศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้ผลิตรายการทีวีเกี่ยวกับ
เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตรายการทีวี 3 กลุ่ม พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ตรงกันเรียงตามลำดับดังนี้

- 1) มีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์และความบันเทิง
- 2) มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ ไม่เลียนแบบรายการอื่น
- 3) มีเทคนิคการผลิตรายการที่มีมาตรฐาน

ทั้งนี้เกณฑ์ที่ผู้ผลิตทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดคือเนื้อหาในรายการนั้น ๆ
ควรมีทั้งสาระและบันเทิง โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน จากทั้งหมด 15 คนที่ได้ให้ความสำคัญ
กับเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่คิดว่า ความบันเทิงเป็นสิ่งที่
จำเป็นจะต้องมีในสื่อประเภทโทรทัศน์ แต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประเภทของรายการเนื่องจาก
ความบันเทิงนั้นทำให้ผู้ชมรู้สึกต้องการติดตามชมรายการ เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่านอกจาก
รายการโทรทัศน์จะต้องทำหน้าที่สร้างความบันเทิง เพื่อช่วยให้ความเพลิดเพลินแก่คนในสังคม
และช่วยลดความเครียดในสังคมตามทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory) แล้ว ความบันเทิง
ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อจำนวนผู้ชม อันหมายถึงรายได้ที่จะตามมาจากการสนับสนุนของผู้
อุปถัมภ์รายการตามแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting
Management Structure) ซึ่งมีปัจจัยสำคัญในการบริหารโครงสร้างสถานี คือรายได้และจำนวนผู้ชม
เนื่องจากผู้ผลิตเชื่อว่าผู้ชมส่วนใหญ่นิยมชมความบันเทิงซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มจำนวนผู้ชมและมีผล
ต่อการตัดสินใจเลือกอุปถัมภ์รายการของโฆษณา ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของผู้ผลิตนั่นเองสำหรับสาระ
นั้นผู้ผลิตรายการทีวี โดยส่วนใหญ่ได้ให้ความคิดเห็นว่า มีความจำเป็นในรายการโทรทัศน์ที่มี
คุณภาพไม่ว่าจะเป็นข้อมูล ข่าวสาร หรือการสร้างจิตสำนึกที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อผู้ชมและสังคม ซึ่ง
เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory) สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ให้ข้อมูลข่าวสาร (Surveillance) ผู้ผลิตรายการทีวี มีความเห็นว่ารายการ
โทรทัศน์ที่มีคุณภาพนั้นควรมีสารประโยชน์ เช่น การนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ หรือเรื่องราวแปลกใหม่
ที่ผู้ชมไม่เคยทราบมาก่อน แต่สัดส่วนของสาระจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์
กลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบของรายการ

2) ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคม (Correlation) ผู้ผลิตรายการทีวีมีความเห็นว่า
รายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพนั้น ควรจะปลูกฝังในเรื่องจิตสำนึก เช่น ความดี ความซื่อให้แก่ผู้รับ
สาร ซึ่งผู้วิจัยสรุปกระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้ว่าเป็นการสร้างทัศนคติในสังคม

3) สร้างความต่อเนื่องในสังคม (continuity) กลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ มีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ จิตสำนึกในเรื่องวัฒนธรรม และระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย ซึ่งมีส่วนในการถ่ายทอดวัฒนธรรม กระแสหลักในสังคม วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ และส่งเสริมและรักษา ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของสังคม

4) รณรงค์ทางสังคม / การเมือง / และเศรษฐกิจ (Mobilization) ผู้ผลิตรายการดีสิบได้แสดงความเห็นว่า รายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ ควรส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบและจิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม และระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย

จากเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นตรงกันกับทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory) เปรียบเทียบตามตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบทัศนะในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบกับทฤษฎีหน้าที่นิยม

กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามทฤษฎีหน้าที่นิยม	กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามทัศนะของผู้ผลิต
<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ข้อมูลข่าวสาร (Surveillance) 2. ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน ได้แก่ เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ประสานกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมสร้างฉันทาคติในสังคม 3. สร้างความต่อเนื่องทางสังคม (Continuity) <ul style="list-style-type: none"> - ถ่ายทอดวัฒนธรรมกระแสหลักในสังคม วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ - ส่งเสริมและธำรงรักษาได้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของสังคม 4. ให้ความบันเทิง (Entertainment) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. นำเสนอเนื้อหาสาระเช่นข้อมูลข่าวสาร 2. นำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ หรือการปลูกฝังจิตสำนึก เช่น ความดี ความซื่อให้กับผู้ชม 3. ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และจิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย 4. มีเนื้อหาสาระที่ให้ความบันเทิง

ซึ่งผู้ผลิตแต่ละกลุ่มทั้ง 3 กลุ่ม ได้แสดงทัศนคติที่เหมือนกันและแตกต่างกันตามทฤษฎีหน้าที่นิยมตามตารางที่ 5.2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 แสดงความเหมือนและความแตกต่างเกี่ยวกับทัศนคติในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบตามทฤษฎีหน้าที่นิยม

เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ตามทฤษฎีหน้าที่นิยม	กลุ่มผู้ผลิตรายการตีสืบ		
	1	2	3
1. ให้ข้อมูลข่าวสาร (Surveillance)	✓	✓	✓
2. ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน ได้แก่ เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ประสานกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม สร้างฉันทาคติในสังคม	✓		✓
3. สร้างความต่อเนื่องทางสังคม (Continuity) - ถ่ายทอดวัฒนธรรมกระแสหลักในสังคม วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ - ส่งเสริมและธำรงรักษาได้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของสังคม	✓		
4. ให้ความบันเทิง (Entertainment)	✓	✓	✓
5. รณรงค์ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ	✓		

หมายเหตุ

1 = หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

2 = ผู้อุปถัมภ์รายการตีสืบ

3 = ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

จากตารางที่ 5.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตรายการตีสืบทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเห็นตรงกันว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้นควรทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Surveillance) และประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน (Correlation) โดยการนำเสนอเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์แก่ผู้ชมโดยการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นสาระความรู้ ข่าวสาร หรือจิตสำนึกในเรื่องต่าง ๆ เช่น ความดี ความชั่ว เพื่อสร้างฉันทาคติในสังคม รวมทั้งควรให้ความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งผู้ผลิตส่วน

ใหญ่เชื่อว่าผู้รับสารส่วนใหญ่นิยมเปิดรับรายการที่ให้ความบันเทิงเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความเครียดที่ประสบอยู่ในชีวิตประจำวัน

อย่างไรก็ตามมีผู้ผลิตเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น คือเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในแผนกส่งเสริมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ (Sensor) ที่มีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีกระบวนการผลิตนั้น ควรส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ จิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย ซึ่งตรงกับทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism Theory) คือการสร้างอย่างต่อเนื่องทางสังคม (Continuity) ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอด วัฒนธรรมกระแสหลักในสังคม วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ รวมทั้งส่งเสริมและธำรงรักษาซึ่งค่านิยมพื้นฐานของสังคม สร้างอย่างต่อเนื่องทางสังคม (Continuity) และธำรงค้ำทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ

นอกจากนี้เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์โดยพิจารณาจากสาระประโยชน์ และความบันเทิงในรายการนั้นตรงกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ตามแนวคิดการประเมินคุณค่าการทำงานของสื่อ (Media Performance Assessment) ในเรื่องของจริยธรรมทางสังคมหรือคุณค่าทางการเมือง (Criteria of Social Morality Political Value) อีกด้วย คือกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพนั้นควรมีสาระอันส่งเสริมสังคม ช่วยเพิ่มจิตสำนึกทางสังคม

ดังนั้นจากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า ความบันเทิงเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ เนื่องจากเป็นหน้าที่ที่สำคัญของสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นการให้ความเพลิดเพลิน หรือผ่อนคลายความเครียดให้กับคนในสังคม นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ชมต้องการจะชมรายการอันจะนำไปสู่รายได้ของผู้ผลิต แต่สิ่งที่สำคัญและเป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณภาพในรายการโทรทัศน์ไม่ได้มีเพียงความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังหมายถึงเนื้อหาสาระที่ปรากฏในรายการอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ชมและสังคมหลังจากได้รับชมรายการนั้น ๆ

เกณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตให้ความสำคัญรองลงมาคือ ความสร้างสรรค์ แปลกใหม่ ไม่ลอกเลียนแบบรายการอื่น ๆ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน จากทั้งหมด 13 คนที่เห็นว่าเกณฑ์นี้มีความสำคัญกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

เกณฑ์ประการสุดท้ายที่ผู้ผลิตให้ความคิดเห็นตรงกันในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ คือการมีเทคนิคการผลิตที่มีมาตรฐานซึ่งตรงกับแนวคิดการประเมินคุณค่าการทำงานของสื่อ (Media Performance Assessment) ตามเกณฑ์คุณค่าในการผลิตและคุณภาพทางวิชาชีพ (Production Values and Professional Quality) อันหมายถึง รายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพวัดได้จากความเชี่ยวชาญเทคนิคในการผลิตรายการ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าเกณฑ์ในข้อนี้มีผู้ผลิตที่ให้

ความสำคัญกับเกณฑ์ดังกล่าวเพียง 3 คนจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 15 คน รวมทั้งผู้ผลิตไม่ได้ให้รายละเอียดของคำว่า “เทคนิคที่มีมาตรฐาน” อย่างชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบทางด้านเทคนิคในการผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นแสง สี เสียง ฉาก เครื่องแต่งกาย นักแสดง พิธีกร ฯลฯ นั้นจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของรายการ ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนนั่นเอง

นอกจากนี้พบว่ายังมีเกณฑ์อื่น ๆ ที่ผู้ผลิตใช้ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีความแตกต่างกันไป และหากพิจารณาตามแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting Management Structure) พบว่าลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตรายการ ดิจิทัลมีผลต่อการกำหนดเกณฑ์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้โครงสร้างการดำเนินงานของผู้ผลิตรายการดิจิทัลมีลักษณะการดำเนินงานที่จัดอยู่ในประเภทที่สถานีให้ผู้อื่นเช่าเวลา ในที่นี้หมายถึง สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ให้บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เช่าเวลาในการผลิตรายการ ดังนั้นทางสถานีจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตรายการ แต่จะเกี่ยวข้องเฉพาะคุณภาพของรายการ และรับเงินค่าสถานีจากผู้เช่าโดยผู้เช่ารายการจะต้องหาผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor) หาตัวแสดงเสียค่าใช้จ่ายเองทั้งหมดค่าไรชาดทุนเท่าใดก็เป็นของผู้เช่าเวลาเพียงผู้เดียว อย่างไรก็ตามในกรณีของรายการดิจิทัลนั้น นอกจากค่าเช่าเวลาที่สถานีจะได้จากผู้เช่าเวลาแล้วสถานียังมีส่วนแบ่งของเวลาในการขายโฆษณาในรายการด้วย

ดังนั้นเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของผู้ผลิตแต่ละราย จึงมีเกณฑ์ที่ใช้สำหรับกระบวนการผลิตรายการแตกต่างกัน คือ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีสถานะเป็นผู้ให้เช่าเวลาและขายโฆษณาให้กับผู้อุปถัมภ์รายการ ดังนั้น นอกจากสามารถประกอบดังกล่าวข้างต้นแล้ว สถานีจะใช้เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามเกณฑ์ ดังนี้ (1) มีรูปแบบและเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่รายการกำหนดไว้ (2) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม (3) มีรูปแบบและเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่รายการกำหนดไว้ (4) ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ซึ่งจากแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting Management Structure) พบว่าเกณฑ์เหล่านี้โดยส่วนใหญ่จะเป็นไปเพื่อเป้าหมายสำหรับรายได้ของสถานี เนื่องจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะส่งผลให้การผลิตเนื้อหาในรายการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง เพราะลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันทางพฤติกรรมศาสตร์ ส่งผลต่อความสนใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากผู้ผลิตระบุกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ก็จะส่งผลต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการได้อย่างชัดเจน และหากผู้ผลิตรายการสามารถผลิตรายการได้ตอบวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายย่อมจะทำให้รายการได้รับ “ความนิยม” และได้รับการยอมรับ

จากผู้ชมซึ่งในที่นี้สามารถวัดได้จากคะแนนรายการ (Rating) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก
อุปถัมภ์รายการจากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อันหมายถึงรายได้ของสถานีที่จะตามมา

ทั้งนี้ น่าสังเกตว่า แม้เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ดังกล่าวข้างต้นมี
จุดมุ่งหมายคือรายได้ แต่มีเกณฑ์ “การไม่เอาเปรียบผู้บริโภค” เป็นเกณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม
เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ลดการขูดเยียดความเป็นบริโภคนิยมของผู้ชม เพราะเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์
ไทยทีวีสีช่อง 3 จะใช้เกณฑ์ดังกล่าวตรวจสอบว่ารายการหนึ่ง ๆ มีการโฆษณาสินค้าหรือบอก
สรรพคุณสินค้าอย่างชัดเจนเกินไปหรือไม่ อย่างไรก็ตามเกณฑ์นี้ไม่มีมาตรฐานที่เป็นกลางที่ชัดเจน
ของแต่ละสถานี รวมทั้งมีผู้ให้ความสำคัญกับเกณฑ์นี้เพียงคนเดียว เพราะฉะนั้นจึงน่าจะกำหนด
มาตรฐานที่ชัดเจนของแต่ละสถานี รวมทั้งให้ผู้ที่ทำหน้าที่ผลิตรายการกลุ่มอื่น ๆ ได้ตระหนักถึง
ความสำคัญตามเกณฑ์ดังกล่าวให้มากขึ้น เพื่อให้รายการโทรทัศน์มีประโยชน์ต่อผู้ชมมากกว่าเอื้อ
ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจเท่านั้น

ส่วนผู้อุปถัมภ์รายการนั้นจะมีสถานะเป็นผู้ซื้อเวลาโฆษณาในรายการดีสิบจากทางสถานี
และบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดังนั้นเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการ
โทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ของผู้ผลิตกลุ่มนี้ นอกจากองค์ประกอบ 4 ประการที่กล่าวไปแล้ว ผู้
อุปถัมภ์รายการมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพิ่มเติม คือ (1) มีกลุ่มเป้าหมายของ
รายการสอดคล้องกับรูปแบบรายการ (2) มีรูปแบบรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้
อุปถัมภ์รายการ (3) มีกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ (4) มีราคาขาย
โฆษณาของรายการตรงตามที่ผู้อุปถัมภ์รายการกำหนด ทั้งนี้เพราะเกณฑ์ที่กลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการดี
สิบได้กำหนดไว้เกี่ยวข้องกับหลักทางการตลาด คือเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผลิตภัณฑ์
(product) ของตน เนื่องจากประเด็นสำคัญในการเลือกซื้อสื่อโฆษณา คือการแจ้งข่าวสารทางการ
ตลาดให้ถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงการที่จะเลือกใช้สื่ออะไร ในเวลาใด เพื่อที่จะ
นำข่าวสารของสินค้าไปเสนอแก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และเหมาะสมที่สุดตามงบประมาณที่
กำหนดให้ตามปรัชญาขั้นพื้นฐาน คือ (1) ซื้อสื่อให้เข้าถึงได้มากที่สุดตามความเหมาะสม
(Optimum Reach) (2) ให้มีความถี่สูงสุดที่เหมาะสม (Optimum Frequency) (3) มีการสูญเปล่าที่
น้อยที่สุด (Minimum Waste) ในงบประมาณที่กำหนดให้ ดังนั้นผู้อุปถัมภ์รายการดีสิบจึงได้มีความ
คิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพควรมีองค์ประกอบ คือ (1) มีกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับ
รูปแบบรายการ (2) มีรูปแบบรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ (3) มี
กลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ (4) มีราคาตรงตามที่ผู้อุปถัมภ์รายการ
กำหนด เพื่อให้สินค้าของตนเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด เช่น ผลิตภัณฑ์ดีแทค (DTAC) เป็นผลิตภัณฑ์
ที่ต้องการนำเสนอจุดขายคือ เครือข่าย (Network) จึงเลือกสนับสนุนรายการดีสิบ รวมทั้งมี

กลุ่มเป้าหมายของรายการเป็นกลุ่มมวลชน (Mass) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นรายการดีสิบจึงมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการตัดสินใจเลือกสนับสนุนรายการดีสิบ

ผู้ผลิตกลุ่มสุดท้ายคือ บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีสถานะเป็นผู้เช่าเวลาจึงต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการทั้งหมด โดยที่รายได้คือการขายโฆษณาทำให้เกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ไม่แตกต่างจากหัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เท่าใดนัก เนื่องจากสถานีก็มีรายได้จากการขายโฆษณาเช่นกัน โดยมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ดังนี้ (1) มีรูปแบบและเนื้อหารายการตรงตามวัตถุประสงค์ (2) ได้รับการยอมรับจากผู้ชมไม่ว่าจะเป็นคะแนนรายการ (Rating) หรือกระแสจากสื่อมวลชน จากแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting Management Structure) พบว่าผู้ผลิตกลุ่มนี้กำหนดเกณฑ์ดังกล่าว เนื่องจากการมีรายการที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และผลิตรายการให้ตรงตามวัตถุประสงค์จะนำไปสู่ความพึงพอใจและการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการ โดยส่วนใหญ่กำหนดมาจากกลุ่มเป้าหมาย และหากทำให้รายการเป็นที่ “นิยม” ซึ่งปรากฏในรูปของคะแนนรายการ (Rating) ก็หมายถึงรายได้ที่จะตามมา

อย่างไรก็ตามการยอมรับจากผู้ชมนอกจากจะหมายถึงจำนวนของผู้ชมแล้วยังหมายถึงการยอมรับกันเองของสื่อมวลชน ซึ่งตรงกับแนวคิดการประเมินคุณค่าการทำงานของสื่อ (Media Performance Assessment) คือการที่สื่อตรวจสอบและควบคุมกันเอง (The Professional / Organization Assessment) ในที่นี้หมายถึงหากรายการไหนได้รับการ “พูดถึง” “เขียนถึง” หรือ “กล่าวถึง” ในสื่อประเภทอื่น ๆ แม้ว่าจะมีคะแนนรายการ (Rating) ไม่ได้แต่ก็ถือว่ารายการนั้น ๆ ได้รับการยอมรับเช่นกัน เกณฑ์ดังกล่าวมีความน่าสนใจคือหากตัวสื่อมวลชนหรือผู้ส่งสาร (Sender) ได้ตระหนักและใช้เกณฑ์ในกระบวนการผลิตเพื่อจะ “กล่าวถึง” รายการหนึ่ง ๆ จากการที่รายการนั้นได้นำเสนอเนื้อหาที่ก่อให้เกิดเพื่อประโยชน์ต่อผู้ชม ก็เท่ากับเป็นการสนับสนุนรายการที่ก่อให้เกิดประโยชน์สังคมและอาจจะส่งผลให้รายการนั้นสามารถอยู่รอดได้

ดังนั้นจากทัศนะเกี่ยวกับเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ผลิตรายการดีสิบ พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ (Commercial Criteria of Success) ซึ่งให้ความสำคัญกับการผลิตรายการเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชมอันนำไปสู่รายได้ไม่ว่าจะเป็น

- 1) ความสร้างสรรค์แปลกใหม่ ไม่เลียนแบบรายการอื่นเพื่อดึงดูดผู้ชม
- 2) มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีรูปแบบ รวมทั้งเนื้อหาตรงตามที่กลุ่มเป้าหมายกำหนด
- 3) มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และมีรูปแบบ รวมทั้งเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทาง

รายการกำหนดไว้

- 4) ได้รับการยอมรับจากผู้ชม
- 5) มีรูปแบบรายการสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์
- 6) มีกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์
- 7) มีราคาของโฆษณาต่าง ๆ ในรายการตามที่อยู่ผู้ผลิตรายการต้องการ

อย่างไรก็ตามมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์ของผู้ชมเพียง 3 ประการคือ

- 1) การมีเนื้อหาสาระและความบันเทิง
- 2) การไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
- 3) การส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ จิตสำนึกในเรื่องการปกครอง วัฒนธรรม ระเบียบประเพณีอันดีงามของสังคมไทย

ทั้งนี้แม้จะมีเกณฑ์เพื่อประโยชน์ต่อผู้ชมเพียง 3 ประการ แต่เกณฑ์ในเรื่องการมีเนื้อหาที่เป็นสาระและความบันเทิงเป็นเกณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตรายการทีวีได้ให้ความสำคัญเป็นจำนวนมากที่สุดในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังนั้นคำว่าคุณภาพของรายการโทรทัศน์ของผู้ผลิตกลุ่มนี้จึงไม่ได้หมายถึงจำนวนผู้ชมหรือรายได้เท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญของคำว่ากระบวนการผลิตคือรายการนั้น ๆ ได้ให้สาระประโยชน์ต่อผู้ชมมากแค่ไหน และได้ทำหน้าที่ที่สื่อพึงกระทำต่อสังคมหรือไม่

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง “ศึกษากระบวนการผลิตรายการทีวีของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” ตามวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อพบว่ากลุ่มผู้ผลิตแต่ละกลุ่มมีเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่เหมือนกันบางประการและแตกต่างกันบางประการตามหน้าที่ของตน ทั้งนี้หากจะสรุปผลเพื่อหาเกณฑ์ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทใดที่ดีตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตรายการทีวี เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ที่จะใช้สำหรับรายการอื่น ๆ นั้น ผู้วิจัยเสนอว่ากลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรให้ความสำคัญกับสาระและประโยชน์ที่ปรากฏในเนื้อหาของรายการ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เห็นว่ามีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตของรายการ เนื่องจากเกณฑ์อื่น ๆ นั้นมีเป้าหมายสำคัญคือการเพิ่มจำนวนผู้ชม ซึ่งมีตัววัดที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับในกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันแล้วคือ การสำรวจคะแนนรายการ (Rating) แล้วแต่สารประโยชน์ที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์นั้นไม่มีตัววัดที่ชัดเจนในเชิงปริมาณทั้ง ๆ ที่เกณฑ์ดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์ของผู้ชมและสังคม

ดังนั้นในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ นอกจากผู้ผลิตโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับจำนวนผู้ชมและรายได้แล้ว กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ บริษัทเอกชน ผู้ผลิตรายการ หรือผู้อุปถัมภ์รายการ ควรจะคำนึงคือรายการนั้น ๆ เสนอเนื้อหาสาระอันเป็นประโยชน์มากน้อยแค่ไหนเนื่องจากแท้ที่จริงแล้วรายการโทรทัศน์ไม่มีใครเป็นเจ้าของแต่เป็นสมบัติร่วมกันของสาธารณะชน เนื่องจากหากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อผู้รับสารก็จะก่อให้เกิดการพัฒนาสังคมและประเทศชาติต่อไปในอนาคต

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปศึกษาวิจัยโดยการสังเกตการณ์การปฏิบัติงาน การสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก และการรับชมเทปวีดิทัศน์บันทึกรายการดีสิบนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการผลิตรายการดีสิบ

1) ควรมีทีมงานเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีทีมงานน้อยไปนั้นคือ 3 คน เท่านั้น ที่มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตรายการทุกขั้นตอน 5 วันใน 1 สัปดาห์ จากการทำมีทีมงานน้อยอาจส่งผลให้เกิดการเร่งรีบในการทำงาน คุณภาพของรายการอาจด้อยลง และเนื้อหาประเด็นการสนทนา รวมทั้งรูปแบบและวิธีการนำเสนออาจจะไม่มีการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

2) การนำเสนอในบางประเด็นมีการสอดแทรกภาพประกอบรายการระหว่างการสนทนาน้อยไป ทำให้ผู้ชมไม่สามารถมองเห็นภาพตามเนื้อหาสนทนาได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นทีมงานควรมีการจัดเตรียมภาพประกอบรายการให้เพียงพอ และพร้อมมากกว่าเดิม เพื่อเพิ่มสีสันให้แก่รายการได้อีกทางหนึ่ง

3) จากการที่คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ เป็นคณะผู้บริหารและผู้ดำเนินรายการหลัก ซึ่งต้องทำหน้าที่นี้แต่เพียงผู้เดียว และเกือบทุกตอนนั้นนับได้ว่าเป็นผู้ที่มีภารกิจมากมายในแต่ละวัน โดยในวันหลังจากเสร็จสิ้นการประชุมของคณะผู้บริหารฝ่ายรายการ ต้องมาทำหน้าที่ดำเนินรายการทันที ทำให้คุณวิทวัสไม่มีเวลาเตรียมตัวในการสนทนาครั้งนั้นดีพอ ดังนั้นทีมงานควรจัดหาผู้ดำเนินรายการมาทำหน้าที่เพื่อแบ่งเบาภาระจากคุณวิทวัสลงไปบ้าง โดยผู้ดำเนินรายการผู้นั้นต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับประเด็นในการสนทนา และสามารถดำเนินรายการได้ดีเช่นเดียวกับคุณวิทวัส เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดการเปรียบเทียบระหว่างการรับชมได้

4) ทางสถานีควรมีการจัดการเครื่องมือการทำงานและอุปกรณ์การผลิตรายการให้พอเพียงแก่การทำงาน เนื่องจากทีมงานประสบปัญหาอย่างมากในความไม่พร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์เหล่านั้น เช่น ชุดเครื่องตัดต่อ รถถ่ายทอดรายการขนาดเล็ก (OB Van) รวมทั้งชุดกล้องต่างๆ นอกจากนี้อุปกรณ์บางอย่างมีการชำรุด เสียหาย ทรุดโทรม เนื่องจากผ่านการใช้งานมานาน

เป็นผลทำให้คุณภาพในการผลิตรายการด้อยลงไป ดังนั้นทางสถานีและผู้ที่ได้รับผิดชอบควรมีการตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข อุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านั้น ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมแก่การใช้งานตลอดเวลา

5) ทีมงานควรสร้างสรรค์รูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ใหม่ ๆ และแตกต่างไปจากเดิมบ้าง เช่น มีรายงานพิเศษนำเข้ารายการ มีผู้ดำเนินรายการภาคสนามซึ่งทำหน้าที่เสริมผู้ดำเนินรายการหลัก เป็นต้น ซึ่งทำให้รายการมีสีสันเพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างความดึงดูดใจผู้ชมรายการได้มากขึ้นอีกด้วย

6) ทีมงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) ซึ่งเป็นผู้ที่ควบคุมดูแลและรับผิดชอบรายการทั้งหมด ควรให้ความสำคัญกับศิลปะในการนำเสนอด้านภาพให้มากขึ้น เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นการดำเนินงานที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการนำเสนอเนื้อหาและศิลปะทางด้านภาพประกอบกันไป เพื่อให้รายการประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้ชมสูงสุด ซึ่งจากการรับชมเทปรายการนั้นพบว่า ลักษณะภาพโดยรวมเป็นภาพขนาดปานกลาง (Medium Shot) เป็นส่วนใหญ่ตลอดทั้งรายการ ดังนั้นควรมีการเปลี่ยนแปลงขนาดของภาพและการเคลื่อนที่ของภาพเพิ่มเติมบ้าง เช่น การเคลื่อนที่จากภาพของแขกรับเชิญขนาดปานกลาง (Medium Shot) มาสู่ภาพใกล้ (Close Up) อย่างช้า ๆ ในช่วงที่แขกรับเชิญกำลังถ่ายทอดความรู้สึกออกมาเป็นคำพูด หรือเป็นการเน้นภาพให้เห็นอารมณ์ของการสนทนาได้อย่างชัดเจนนั่นเอง

7) ควรมีการจัดสรรงบประมาณให้แก่รายการนี้เพิ่มมากขึ้น เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างในรายการ

8) ทางสถานีควรจัดหาผู้บริหารเพื่อดูแล ควบคุม และวางแผนการผลิตรายการดีสิบในแต่ละตอนอย่างแท้จริงโดยตรง เพื่อสร้างแนวทางการผลิตรายการ รับทราบปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ช่วยแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน

9) เมื่อเปรียบเทียบกับรายการวาไรตี้ทางต่างประเทศแล้ว ถ้าต้องการให้รายการประสบความสำเร็จ ทางรายการควรมีการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยบางอย่างให้มีคุณภาพมากที่สุด เช่น ทีมงานผลิตควรมีความรู้ด้านการผลิตรายการ และควรมีความรู้เรื่องเทคนิคในการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งหมายถึง ศิลปะด้านภาพ แสง มุมกล้อง ฉาก เป็นอย่างดีแล้ว เพื่อเพิ่มเสน่ห์และสีสันให้แก่รายการ พร้อมทั้งควรมีการจัดหาเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการใช้งาน และที่สำคัญควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการนำเสนอรายการให้น่าสนใจอยู่ตลอดเวลา โดยเน้นให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการซักถามและแสดงความคิดเห็น

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

- 1) ควรมีการศึกษากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ของผู้รับสาร (receiver) เพื่อจะได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้รับสาร และเปรียบเทียบกับทักษะของผู้ส่งสาร (Sender)
- 2) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาผู้ผลิต 3 กลุ่มคือ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้อุปถัมภ์รายการ และผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งแต่ละกลุ่มมีสถานะที่แตกต่างกันทำให้มีทักษะในกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันในบางประเด็น ดังนั้นควรมีการศึกษาทักษะกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของแต่ละกลุ่มโดยมีจำนวนและความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มให้มากขึ้น
- 3) ในการทำวิจัยในอนาคตนั้น ควรทำการศึกษาเพื่อทราบถึงกระบวนการผลิตรายการและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบในรายการประเภทใดก็ได้ ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ทั้งของรัฐบาลและของทหาร เพื่อนำมาเปรียบเทียบให้ทราบว่าปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการมีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
- 4) ในอนาคตข้างหน้าควรทำการวิจัยในเรื่องนี้ซ้ำอีก เพื่อทราบว่ากระบวนการผลิตและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบยังคงมีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสัน
เพรส โปรดักส์ จำกัด.

_____. (2541). การศึกษาสื่อสารมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย.
กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

_____. (2543). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร:
บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.

กาญจนา แก้วเทพ, กิติ กัมภี และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543). มองสื่อใหม่สังคม
ใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.

กฤษณ์ ทองเลิศ. (2539). สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
ส่วนท้องถิ่น.

คณะกรรมการนักศึกษาศาปริญญโท. (2541.) สัมมนาวิชาการเรื่องวิทยุและโทรทัศน์ไทยกับการ
พัฒนาสังคม. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิตา ชูโต. (2540). การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: พี.เอ็น.การพิมพ์.

ประมะ สตะเวทิน, ดร. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2529). การวิจัยประเมินผล. กรุงเทพมหานคร: การพิมพ์พระนคร.

ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล, สุภาพ นิตราภรณ์. (2543). การออกแบบวิจัย. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีระ จิระโสภณ. (2529). ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เพ็ญแข แสงแก้ว. (2544). สถิติเพื่อการวิจัยโดยใช้คอมพิวเตอร์ (SPSS Version 10.0).
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด.

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, สุริยา วีรวงศ์. (2545). คู่มือการประเมินผลโครงการ. กรุงเทพมหานคร:
โครงการฝึกอบรม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). **คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ศิริชัย ศิริกายะ, กาญจนา แก้วเทพ. (2531). **ทฤษฎีสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรรคร์วี วิชาชีวะ. (2525). **การวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์**. กรุงเทพมหานคร:
คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดวงกลม
สมัย จำกัด.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2530). **การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2534). **การสร้างมาตรฐานในการวิจัยทางสังคมศาสตร์**.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- อรนุช เลิศจรรยารักษ์. (2544). **รายงานวิจัยเรื่องโทรทัศน์**. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช เลิศจรรยารักษ์. (2544). **หลักการเขียนบทโทรทัศน์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2542). **ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทยโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและ
ผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์

- คันธिया วงศ์จันทา. (2541). **การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์**.
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรวรรณ กมลรัตน์โยธิน. (2536). **การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดี
สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ (2533-2534)**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตาพันธ์ วัฒนดิลก. (2545). **หน้าที่ของรายการเกมโชว์ ศึกษาเฉพาะกรณีรายการแข่งร้อยได้ล้าน**.
สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นพเกล้า หะดี. (2542). **โครงการบริหารโทรทัศน์ในประเทศไทย**. สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- เนาวรัตน์ เทพอาสน์. (2533). **ปัจจัยความสำเร็จของรายการชิงร้อยได้ล้าน**. สารนิพนธ์ ปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภารัตน์ ตันติวงศ์พิศาล. (2546). **การวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม (GMOS: Genetically Modified organisms) ในหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2538). **การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของผู้ผลิตที่มีต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุจิตรา แก้วสีนวล. (2545). **ประสิทธิผลของสื่อละครสร้างสรรค์ที่มีต่อการสร้างการมองเห็นคุณค่าในตนเองของเด็กที่ถูกทารุณกรรม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรางค์ พงษ์สิทธิถาวร. (2533). **ลักษณะเด่นของรายการเกมโชว์ที่ดึงดูดคนดู: กรณีศึกษารายการมาตามนัด**. สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนงค์นาฏ สุรคุปต์. (2536). **พัฒนาการของรายการเกมโชว์มาตามนัด**. สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช สุดประเสริฐ. (2538). **การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

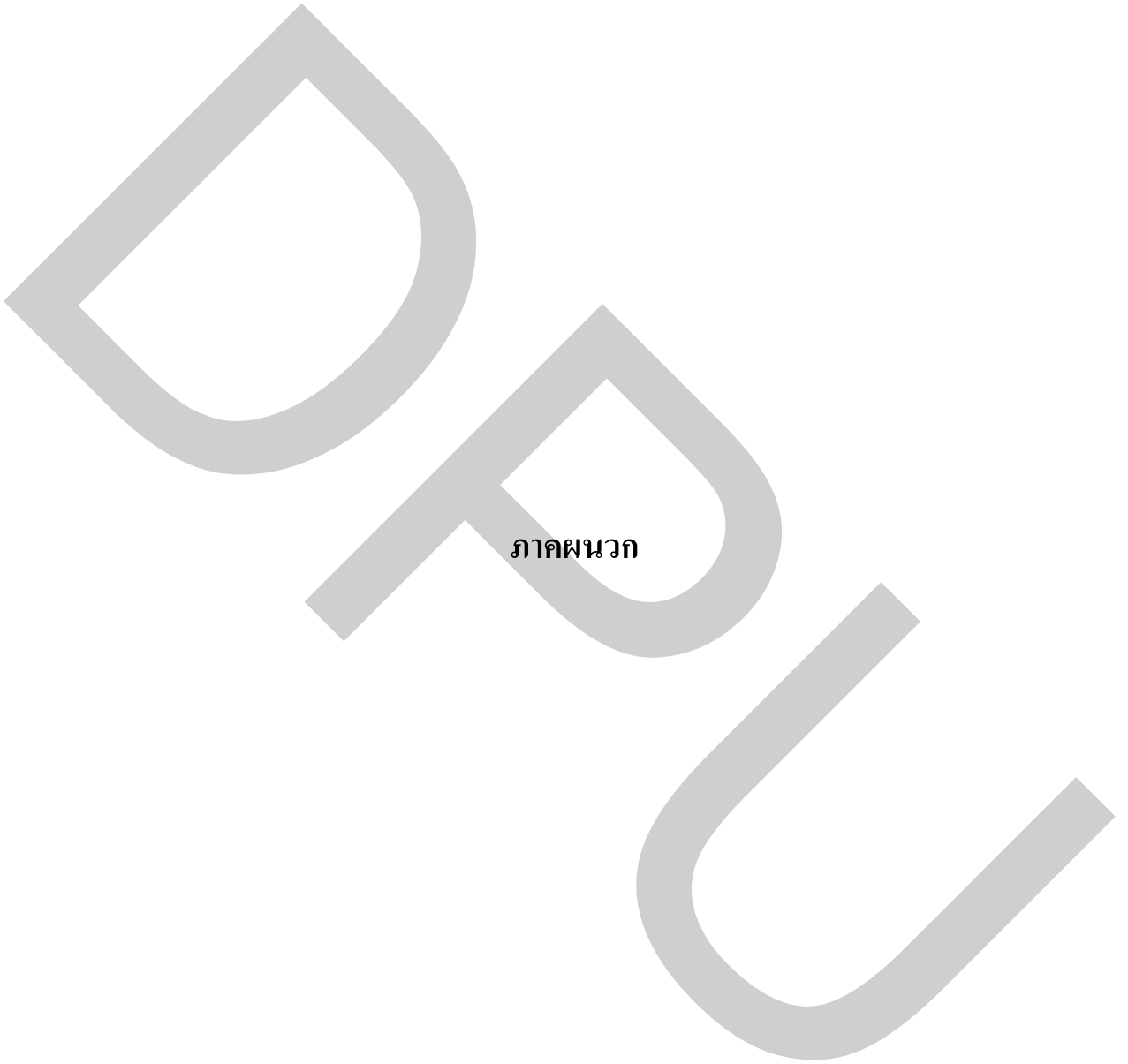
ภาษาต่างประเทศ

Books

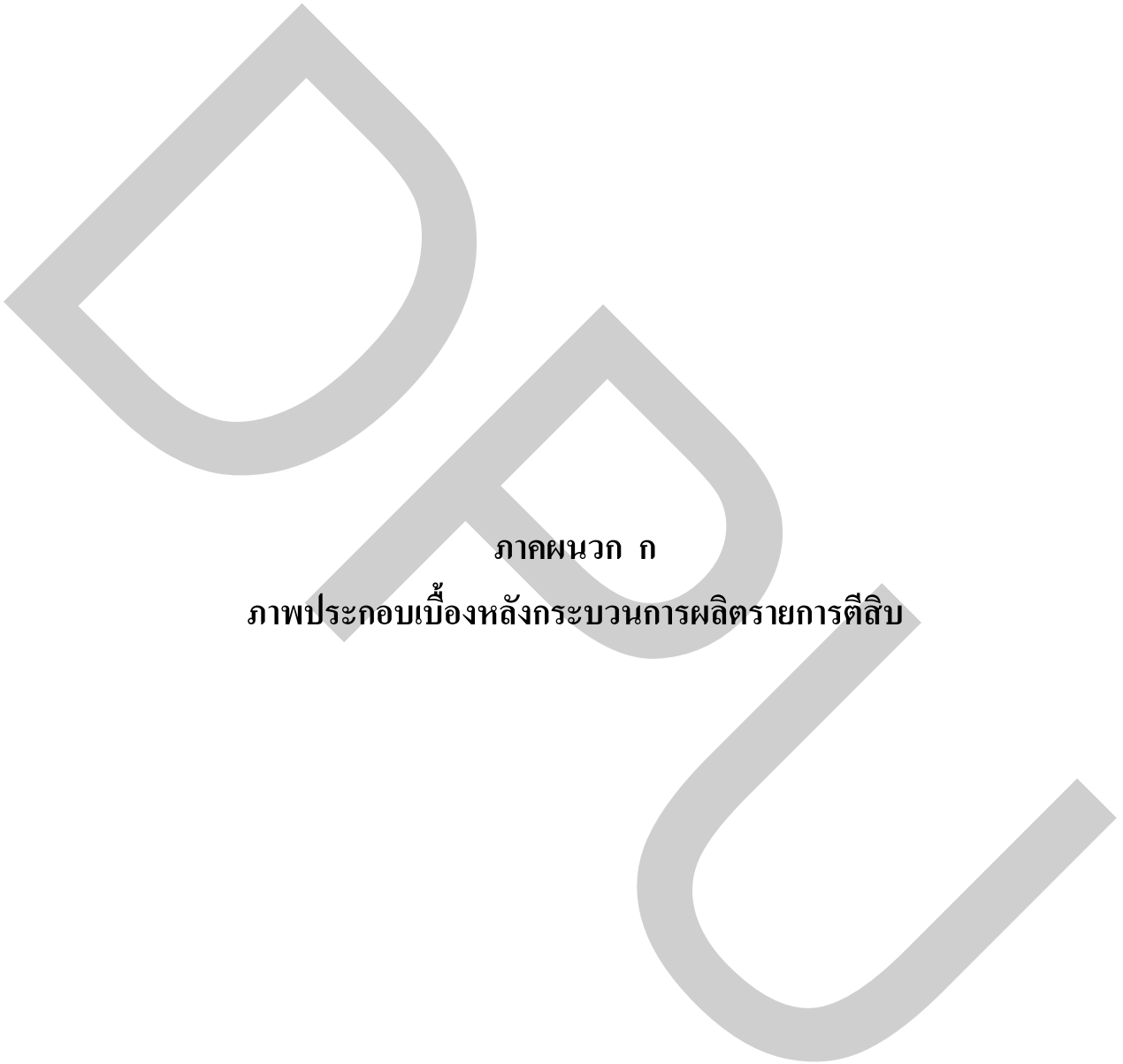
Harry J. Skornia. (1965). **Television and Society**. United States of America: McGraw-Hill Book Company.

David Deacon, Michael Pickering, Peter Golding and Graham Murdock. (1999). **Research Communications**. New York: Oxford University Press Inc..

Sakee Ishikawa. (1996). **Quality Assessment of Television**. U.K.: John Libbey Media.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ภาพประกอบเบื้องหลังกระบวนการผลิตรายการทีลึบ



ภาพที่ ก.1 เบื้องหลังการจัดคิวรายการ, จัดฉาก



ภาพที่ ก.2 เก้าอี้สำหรับผู้เข้าชมรายการทีวี



ภาพที่ ก.3 เสรีจเรียบร้อยดำเนินการถ่ายทำรายการ



ภาพที่ ก.4 คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ กรรมการบริหาร และผู้ดำเนินรายการ



ภาพที่ ก.5 คุณวัชรี คุณตารักษ์ ผู้ควบคุมฝ่ายผลิตรายการ



ภาพที่ ก.6 คุณคีนสิทธิ์ สุวรรณวัฒน์ พิธีกรและผู้สร้างสรรค์รายการตีสิบ



ภาพที่ ก.7 คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ หัวหน้าผู้กำกับรายการตีสิบ



ภาพที่ ก.8 คุณกฤตธีรา อินพรวิจิตร พิธีกรร่วมอีกหนึ่งท่าน



ภาพที่ ก.9 คุณบำเรอ ผ่องอินทรีย์ กรรมการตัดสินช่วงต้นดารา



ภาพที่ ก.10 อาจารย์จตุพล ชมพูนุช กรรมการตัดสินช่วงต้นดารา



ภาพที่ ก.11 คุณมณีนุช เสมรสุต กรรมการตัดสินช่วงคันดารา



ภาพที่ ก.11 คุณวิศิวรรณ บุญวงศ์ หนึ่งในทีมงานเบื้องหลัง

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
แบบสัมภาษณ์หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
และเจ้าหน้าที่ บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญ

สัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทักษะในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภท
วาไรตี้

1. ท่านคิดว่ากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ควรเป็นอย่างไร
2. ท่านคิดว่ากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ควรเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 คำถามในกระบวนการผลิตรายการตีสืบ

1. ท่านคิดว่ารายการตีสืบมีกระบวนการผลิตหรือไม่อย่างไร
2. ท่านคิดว่ารายการตีสืบมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่
3. ท่านคิดว่ารายการตีสืบในปัจจุบันมีเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร ยังคงมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
แบบสัมภาษณ์ผู้อุปถัมภ์รายการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญ

สัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติในการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้

1. ในฐานะผู้อุปถัมภ์รายการท่านคิดว่ากระบวนการผลิตของรายการโทรทัศน์ควรเป็นอย่างไร
2. ในฐานะผู้อุปถัมภ์รายการท่านคิดว่ากระบวนการผลิตของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ควรเป็นอย่างไร
3. ท่านใช้เกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นตัดสินใจเลือกอุปถัมภ์รายการหรือไม่

ส่วนที่ 3 คำถามในกระบวนการผลิตรายการตีสืบ

1. ท่านคิดว่ารายการตีสืบมีกระบวนการผลิตหรือไม่อย่างไร
2. ท่านคิดว่ารายการตีสืบมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่
3. ท่านคิดว่ารายการตีสืบในปัจจุบันมีเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร ยังคงมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่

๕

บรรณานุกรม

๖

๗

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด.

_____. (2541). การศึกษาสื่อสารมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

_____. (2543). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด.

กาญจนา แก้วเทพ, กิติ กัญภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543). มองสื่อใหม่สังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด.

กฤษณ์ ทองเลิศ. (2539). สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.

คณะกรรมการนักศึกษาปริญญาโท. (2541.) สัมมนาวิชาการเรื่องวิทยุและโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาสังคม. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิตา ชูโต. (2540). การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: พี.เอ็น.การพิมพ์.

ปรมะ สตะเวทิน, ดร. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2529). การวิจัยประเมินผล. กรุงเทพมหานคร: การพิมพ์พระนคร.

ผ่องพรรณ ดรัยมงคลกุล, สุภาพ ฉัตรภรณ์. (2543). การออกแบบวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีระ จิระโสภณ. (2529). ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เพ็ญแข แสงแก้ว. (2544). สถิติเพื่อการวิจัยโดยใช้คอมพิวเตอร์ (SPSS Version 10.0). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด.

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, สุริยา วีรวงศ์. (2545). คู่มือการประเมินผลโครงการ. กรุงเทพมหานคร: โครงการฝึกอบรม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). **คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ศิริชัย ศิริกายะ, กาญจนา แก้วเทพ. (2531). **ทฤษฎีสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรรคร์วี วิชาชีวะ. (2525). **การวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์**. กรุงเทพมหานคร:
คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดวงกลม
สมัย จำกัด.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2530). **การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2534). **การสร้างมาตรวัดในการวิจัยทางสังคมศาสตร์**.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- อรนุช เลิศจรยารักษ์. (2544). **รายงานวิจัยเรื่องโทรทัศน์**. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช เลิศจรยารักษ์. (2544). **หลักการเขียนบทโทรทัศน์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2542). **ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทยโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและ
ผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยานิพนธ์**
- คันธิยา วงศ์จันทา. (2541). **การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์**.
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรวรรณ กมลรัตน์ โยธินี. (2536). **การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดี
สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ (2533-2534)**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชิตาพันธ์ วัฒนดิถก. (2545). **หน้าที่ของรายการเกมโชว์ ศึกษาเฉพาะกรณีรายการแข่งร้อยได้ล้าน**.
สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นพเกล้า หะดี. (2542). **โครงการบริหารโทรทัศน์ในประเทศไทย**. สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- เนาวรัตน์ เทพอาสน์. (2533). **ปัจจัยความสำเร็จของรายการชิงร้อยได้ล้าน**. สารนิพนธ์ ปริญญา
บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภารัตน์ ดันตวิงศ์พิศาล. (2546). **การวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม (GMOS: Genetically Modified organisms) ในหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2538). **การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของผู้ผลิตที่มีต่อสำนักงานมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุจิตรา แก้วสินวล. (2545). **ประสิทธิผลของสื่อละครสร้างสรรค์ที่มีต่อการสร้างกรมองเห็น
คุณค่าในตนเองของเด็กที่ถูกทารุณกรรม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรางค์ พงษ์สิทธิถาวร. (2533). **ลักษณะเด่นของรายการเกมโชว์ที่ดึงดูดคนดู: กรณีศึกษารายการ
มาตามนัด**. สารนิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนงค์นาฏ สุรคุปต์. (2536). **พัฒนาการของรายการเกมโชว์มาตามนัด**. สารนิพนธ์ ปริญญา
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรนุช สุดประเสริฐ. (2538). **การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Harry J. Skornia. (1965). **Television and Society**. United States of America: McGraw-Hill Book Company.

David Deacon, Michael Pickering, Peter Golding and Graham Murdock. (1999). **Research Communications**. New York: Oxford University Press Inc..

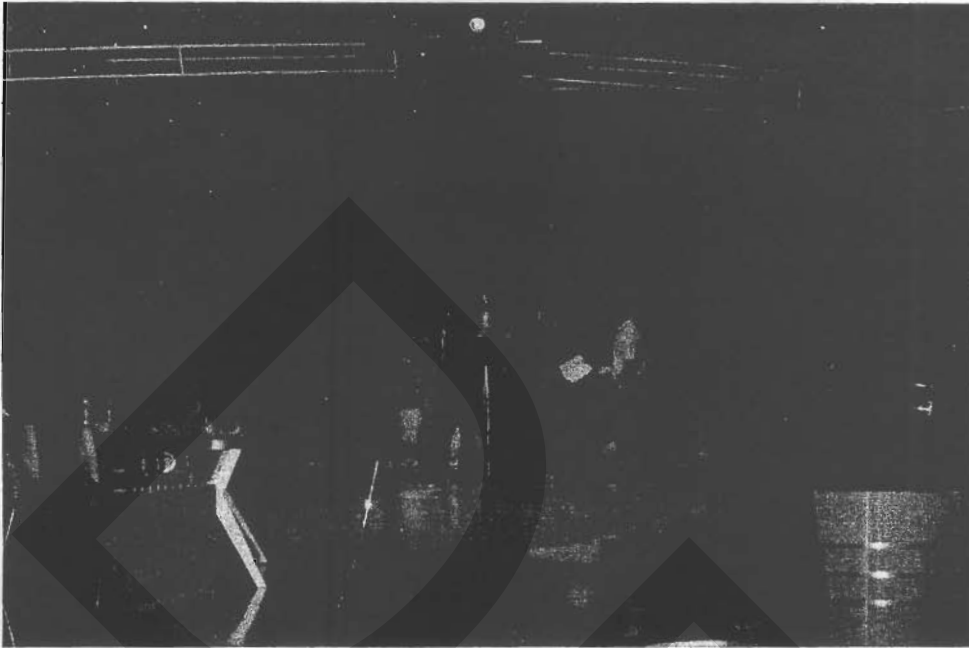
Sakee Ishikawa. (1996). **Quality Assessment of Television**. U.K.: John Libbey Media.

๕๒๕

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาพประกอบเบื้องหลังกระบวนการผลิตรายการตีสิบ



ภาพที่ ก.1 เนื่องหลังการจัดคิวรายการ, จัดฉลาก



ภาพที่ ก.2 แก้วสำหรับผู้เข้าชมรายการดีสลิป



ภาพที่ ก.3 .เสร็จเรียบร้อยดำเนินการถ่ายทำรายการ



ภาพที่ ก.4 คุณวิทวัส สุนทรวิเนตร์ กรรมการบริหาร และผู้ดำเนินรายการ



ภาพที่ ก.5 คุณวัชรีย์ คุณตารักษ์ ผู้ควบคุมฝ่ายผลิตรายการ



ภาพที่ ก.6 คุณคีนสิทธิ สุวรรณวัฒน์ พิธีกรและผู้สร้างสรรค์รายการตีสิบ



ภาพที่ ก.7 คุณเฉลิมศักดิ์ เทียมประเสริฐ หัวหน้าผู้กำกับรายการดีสิบ



ภาพที่ ก.8 คุณกฤตธีรา อินพรวิจิตร พิธีกรร่วมอีกหนึ่งท่าน



ภาพที่ ก.9 คุณบำเรอ ผ่องอินทรีย์ กรรมการตัดสินช่วงคันดารา



ภาพที่ ก.10 อาจารย์จตุพล ชมพูนุช กรรมการตัดสินช่วงคันดารา



ภาพที่ ก.11 คุณมณีนุช เสมรสต์ กรรมการตัดสินช่วงคันดารา



ภาพที่ ก.11 คุณวิศิวรรณ บุญวงศ์ หนึ่งในทีมงานเบื้องหลัง

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
แบบสัมภาษณ์หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
และเจ้าหน้าที่ บริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญ

สัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภท
 ว่าเป็นไรดี

1. ท่านคิดว่ากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ควรเป็นอย่างไร
2. ท่านคิดว่ากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทว่าเป็นไรดีควรเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 คำถามในกระบวนการผลิตรายการดีสิบ

1. ท่านคิดว่ารายการดีสิบมีกระบวนการผลิตหรือไม่อย่างไร
2. ท่านคิดว่ารายการดีสิบมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่
3. ท่านคิดว่ารายการดีสิบในปัจจุบันมีเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร ยังคงมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
แบบสัมภาษณ์ผู้อุปถัมภ์รายการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญ

สัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทักษะในการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้

1. ในฐานะผู้อุปถัมภ์รายการท่านคิดว่ากระบวนการผลิตของรายการโทรทัศน์ควรเป็นอย่างไร
2. ในฐานะผู้อุปถัมภ์รายการท่านคิดว่ากระบวนการผลิตของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ควรเป็นอย่างไร
3. ท่านใช้เกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นตัดสินใจเลือกอุปถัมภ์รายการหรือไม่

ส่วนที่ 3 คำถามในกระบวนการผลิตรายการตีสิบ

1. ท่านคิดว่ารายการตีสิบมีกระบวนการผลิตหรือไม่อย่างไร
2. ท่านคิดว่ารายการตีสิบมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่
3. ท่านคิดว่ารายการตีสิบในปัจจุบันมีเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร ยังคงมีกระบวนการผลิตตามเกณฑ์ที่ท่านกำหนดไว้หรือไม่