

บทที่ 1

บทนำ



## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาในการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ถ้าจะกล่าวโดยภาพรวมแล้ว อาจพอที่จะสรุปได้ในขณะนี้ว่า สื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการโทรทัศน์มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก กำลังต่อสู้กับปัญหาในเชิงปัญหาอย่างหนัก ปัญหาในเชิงปัญหาที่ว่านักคือ องค์กรที่มีหน้าที่เป็นผู้ผลิตสื่อต่าง ๆ จะ "คิด" อย่างไร และจะ "ทำ" อย่างไร เพื่อให้รายการที่สรรสร้างออกมาให้สามารถ "ขาย" ได้ เนื่องจากเหตุผลที่ว่า สินค้าที่เป็นสื่อโทรทัศน์นั้นเป็นสินค้าในเชิงพาณิชย์ศิลป์ นั่นก็คือต้องดำเนินควบคู่กันไประหว่างธุรกิจและศิลป์ แทนจะเรียกได้ว่านี่คือจุดประสงค์แรกของเป้าหมายในการผลิตรายการโทรทัศน์เลยทีเดียว ดังข้อคิดเห็นของคุณ ไตรภพ ลิมปัทย์ เจ้าของและพิธีกรรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงกล่าวไว้ว่า "รายการทีวีเป็นพาณิชย์ศิลป์ ผู้ผลิตทำพาณิชย์ให้เป็นที่สุด เพื่อให้พูด ดูแล้วเป็นศิลปะ"

จริงอยู่สื่อมวลชนในฐานะที่เป็นสถาบันหนึ่งของสังคม สื่อมวลชนย่อมมีหน้าที่ในการให้บริการแก่สังคมเพื่อสร้างสรรค์สังคม และเนื่องจากสื่อมวลชนมีบทบาทหลายประการ ทั้งในด้าน การให้ความรู้ความบันเทิง ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนทัศนะอันหลากหลายต่อส่วนรวม แต่ในทันทีที่สภาพความเป็นจริงที่ดำรงอยู่ ซึ่งบุคลากรที่ได้เข้ามาปฏิบัติงานอยู่ในสายงานด้านนี้ รู้สึก "อยู่ทุกตนว่า สื่อมวลชนในแขนงโทรทัศน์นั้นจำเป็นต้องทำใจอย่างยิ่งกับสถานะอันบางเบาที่จะทำหน้าที่สื่อมวลชน ให้สมบูรณ์เมื่อเปรียบเทียบกับสถานะของสื่อโทรทัศน์ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการดำรงอยู่ของการค้า

ทุกวันนี้ นอกจากศิลปะในการผลิตสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างเด่นชัดที่จะต้อง  
ใช้บุคลากรที่มีความชำนาญการจากสาขาอาชีพโดยตรง เพราะโลกกำลังดำเนินสู่ยุคข้อมูลและ  
ข่าวสาร จึงน่าจะก่อร่างสร้างขึ้นมาจากรุ่นที่รัฐจริงและมีวิสัยทัศน์ของนักสื่อสารมวลชน แต่ทว่า  
การแข่งขันในเชิงพาณิชย์ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ไม่ให้ความสำคัญไม่ได้เลย

... ศรีเอทีฟรุ่นใหม่ ๆ มักมีความคิดในการผลิตงานให้ดีที่สุด คิดอะไร เพื่อฝันอะไร  
จินตนาการอะไร ก็อยากให้ได้ออกมาตามนั้น ซึ่งสภาพความเป็นจริง ถ้าทำได้อย่างนั้น  
ผู้บริหารหรือเจ้าของบริษัทก็จะ Happy ด้วยกันทุกคน แต่ความเป็นจริงไม่ได้เป็นแบบนั้น  
แม้เราจะขายโฆษณาได้เต็ม 10 นาทีใน 1 ชั่วโมง ตามข้อบังคับ หรืออาจจะมากกว่านั้น  
แต่ก็ยังขาดทุนอยู่ดีอย่างนี้จะมีผู้บริหารที่ไหนจะให้เรารายการอย่างนั้น... (กิตติ  
โรจน์ชลาลิทธิ, สัมภาษณ์)

รายการโทรทัศน์จึงเป็นศิลปะ และ "ของ" ที่ขายได้

ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งประเด็นถึง "คุณค่า" ของรายการโทรทัศน์ คุณค่า (value)  
ที่เป็นหน้าที่ทางด้านศิลปะ และสื่อสารมวลชนว่าเหมาะสมที่จะมีค่าพอสำหรับความต้องการของ  
นักบริหารที่ตั้งใจจะเป็นตัวเลขมีกำไรขาดทุนเป็นจุดใหญ่ โดยจะวางขอบเขตประเด็นปัญหาให้  
อยู่ในคุณค่าที่เกิดขึ้นกับองค์กรที่ผลิตรายการที่นำเสนอเท่านั้น ซึ่งตามสภาพความเป็นจริงแล้ว  
คำว่า "ศิลปะของรายการโทรทัศน์" เราสามารถกล่าวได้ว่า ศิลปะคือ จุดเด่นหรือจุดขายของ  
รายการนั่นเอง เพราะฉะนั้นคุณค่าคือหน้าที่ที่จะสร้างศิลปะและธุรกิจให้เป็นที่พออกพอใจของ  
หน่วยผลิตทุก ๆ ฝ่าย

รายการที่ให้ความบันเทิง ในลักษณะที่เป็นรายการประเภทให้สาระแปลก ๆ ชีวิต  
ที่น่าพิศวง รวมทั้งสัตว์วิเศษต่าง ๆ คนที่มีความสามารถในแง่มุมต่าง ๆ เห็นอกว่าคนธรรมดาก็เป็น  
รายการที่ได้รับความนิยมมาเป็นเวลานาน เริ่มจากรายการตามไปดูทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

เรียกได้ว่าเป็นความบังเอิญที่ตอบสนองความอยากหรืออยากเห็นของผู้ชมได้เป็นอย่างดี โดยเริ่มแพร่ภาพออกอากาศในราวปี 2528

ในขณะนั้นรายการตามไปดูเป็นรายการประเภทเสนอสิ่งแปลก ๆ พิสดار อยู่เพียงรายการเดียว นักบริหารองค์กรสื่อสารมวลชนกลุ่มหนึ่ง อันได้แก่ ช่อง 7 สี และบริษัท กันตนา จำกัด ได้สรุปกันว่าน่าจะมีรายการโทรทัศน์ประเภทเดียวกันเพิ่มขึ้นไปอีก เพราะมองระยะทางในการผลิตรายการในช่วงเวลายาว ๆ แล้วว่าสามารถขายได้ และผู้ชมยังมีความต้องการอยู่อีกมาก

รายการทำพิธีขึ้นจึงเกิดขึ้น โดยคุณสุรงค์ เปรมปรีดิ์ เป็นผู้คิดชื่อรายการ มีความคิดในเบื้องต้นว่า จะเป็นการนำเสนอรายการในรายการแนวเดียวกัน (หมายถึงรายการตามไปดู) ว่าทางช่อง 7 และบริษัท กันตนา ก็สามารถทำรายการประเภทนี้ได้เช่นเดียวกัน และน่าจะทำได้ดีกว่าเสียด้วย

ในที่สุด การเริ่มผลิตรายการก็มาอย่างรวดเร็ว ความคิดมีอยู่คร่าว ๆ แต่ต้องปฏิบัติคือผลิตให้รายการออกมาก่อน แล้วค่อย ๆ ปรับปรุงความคิดไปเรื่อย ๆ

ในราวปลายเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2530 ผู้วิจัยได้รับคำสั่งให้เดินทางร่วมไปกับทีมถ่ายทำของบริษัท กันตนา จำกัด โดยมีคุณจตุรภัฏ กัลย์จาฤก กรรมการผู้จัดการบริษัท กันตนา จำกัด, คุณไตรภพ ลิมปพัทธ์ พิธีกร และผู้นำทางอีก 1 ท่าน เดินทางไปจังหวัดกาญจนบุรี

การออกกองถ่ายเพื่อไปถ่ายทำรายการในครั้งนั้น มีเพียงแต่คุณจตุรภัฏผู้เดียวเท่านั้นที่ทราบรายละเอียดเพียงคร่าว ๆ ว่าเรากำลังจะไปทำอะไร ที่ไหน แม้กระทั่งชื่อว่าเป็นคนเดียวกับที่รู้มากที่สุดว่าทั้งหมดกำลังเข้าป่าลึกจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อวัตถุประสงค์อะไร แม้แต่ตัวคุณไตรภพเองซึ่งยอมรับในภายหลังว่า ก็ยังไม่ทราบอะไรมากในการเดินทางไปถ่ายทำครั้งนั้น

อย่างไรก็ตาม งานที่ถ่ายทำได้ในเวลา 3 วัน ก็ได้แก่หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยงที่ไม่อยู่ในกฎที่จะต้องไปเกณฑ์ทหารอย่างหน้าท้าวไทยทั่วไป เพราะในสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวบ้านหมู่บ้านนั้นเคยนำช้างเผือกขึ้นทูลเกล้าฯถวายในหลวง เรื่องที่ 2 คือเรื่องการจุดไฟจากชุดจุดไฟแบบโบราณของชาวกะเหรี่ยงพร้อมกับพิธีกรรมนวดข้าวในตอนกลางคืนของชนกลุ่มน้อยกลุ่มนี้ เรื่องที่ 3 คือเรื่องสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในโลกที่อำเภอสังขละบุรี สร้างขึ้นโดยการดูแลของหลวงปู่อดัม และเรื่องที่ 4 คือบ่อน้ำร้อนธรรมชาติที่อำเภอทองผาภูมิ

ทั้ง 4 เรื่องเป็นการถ่ายทำที่กำหนดขึ้นในระหว่างการเดินทาง นำโดยผู้ชำนาญและรู้จักคนในพื้นที่เป็นอย่างดี ซึ่งถ้าหากผู้นำทางทำนั้นเกิดเปลี่ยนใจหรือนึกจะพาไปถ่ายทำเรื่องแปลก ๆ เรื่องอื่น ๆ ซึ่งไม่ได้มีการนัดหมายล่วงหน้าไว้ก่อน เรื่องราวที่ได้ก็จะเปลี่ยนแปลงไป แสดงให้เห็นถึงการเปิดกว้างของแนวรายการในช่วงต้นเป็นอย่างดี

ในที่สุด อีกประมาณเดือนเศษต่อมา ผู้วิจัยก็ได้เป็นคนแรกที่ติดต่อเทพรายการทำพิธีสำเร็จ ส่งทันออกอากาศอย่างฉิวเฉียดและอย่าง ไม่เชื่อมั่นในตัวเองนัก

วันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2531 รายการทำพิธีสำเร็จออกอากาศเป็นครั้งแรก เวลา 13.00 น. โดยมีหัวข้อหรือคอลัมน์ต่าง ๆ ดังนี้

ครึ่งหนึ่งในชีวิต	เรื่อง	รองสุพจน์
เรื่องเหลือเชื่อ	เรื่อง	สะพานไม้
กลเม็ดเคล็ดลับ	เรื่อง	คลองตลก
เบปพิศดาร	เรื่อง	เอ็นข้างตอง

นับจากนั้นเป็นต้นมา รายการทำพิธีสำเร็จก็ได้รับความนิยมขึ้นเป็นลำดับ จนเมื่อเสียงเทียบเท่ากับรายการในแนวเดียวกันที่ออกอากาศอยู่ก่อนคือ รายการตามไปดู จบจนปัจจุบันนี้ หลังจากทำรายการทำพิธีสำเร็จมาถึงปี พ.ศ. 2534 บุคลากรในการผลิตได้เปลี่ยนหน้าไปหลายชุด



พิธีกรได้เปลี่ยนจากคุณไตรภพ ลิมปพัทธ์ มาเป็น คุณฐาปกรณ์ ดิษยนันทน์

พิธีกรสนามที่ยังคงเด่นอยู่ในภาพพจน์ของรายการทำพิธีกรคือ คุณฐาปกรณ์ ลอยด์ และคุณพรสุดา ต่ายเนาวิคัง ขณะที่พิธีกรสนามคนอื่น ๆ มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปในช่วงต่าง ๆ

รายการในแนวเสนอของแปลก ๆ คนแปลก ๆ ก็เพิ่มมากขึ้น ปรับเปลี่ยนสีสันทัศนคติทางทำให้ดูเหมือนว่ารายการประเภทนี้จะมีอยู่แทบทุกช่อง ทำให้ของแปลกเกิดมาซ้ำกันบ้าง เรื่องแปลกจึงไม่เป็นเรื่องแปลกอีกต่อไป

ช่วงต่าง ๆ ในรายการได้เพิ่มช่วงขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของสินค้าที่เข้ามาลงเวลาโฆษณาในรายการ ซึ่งมีจำนวนมากถึงกับต้องรอคิวในการเข้ามาสนับสนุนรายการ ดังนั้นเวลาออกอากาศ 1 ชั่วโมง จึงเพิ่มขึ้นเป็น 1 ชั่วโมง 30 นาที และลดเวลาจาก 1 ชั่วโมง 30 นาที มาเป็น 1 ชั่วโมงเช่นเดิมในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

รายการทำพิธีกรในขณะที่กำลังทำการวิจัยอยู่นี้ ออกอากาศในเวลา 13.00 น. ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทุกวันอาทิตย์ มีช่วงต่าง ๆ (คอลัมน์) ดังนี้

ช่วงที่ 1 พลิกปมเรื่องจริง

เสนอเรื่องเกี่ยวกับเรื่องจริงที่เคยเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ อาจจะเป็นชีวิตบุคคล, สิ่งของหรือเรื่องราวที่น่าสนใจอื่น ๆ

ช่วงที่ 2 ช่างหลังภาพ

เสนอเรื่องความแปลกของคน, วัตถุ, สัตว์ต่าง ๆ โดยนำภาพที่ผู้ชมส่งมา เป็นต้นเรื่องในการนำเสนอ

ช่วงที่ 3-4 ค้นหาความจริง      เสนอการแสวงหาความจริงต่าง ๆ ที่ประชาชน  
ยังเกิดความเคลือบแคลงสงสัย นำมาตีแผ่พิสูจน์  
ให้เห็น

ช่วงที่ 5 ระยะทาง-กาลเวลา      เสนอภาพการเดินทางท่องเที่ยวไปในดินแดน  
ต่าง ๆ ที่ต่างเวลาและต่างระยะทาง กับสถานที่  
ที่ผู้ชมไม่เคยเห็น ไม่เคยไป

ช่วงที่ 6 เบ็บนิสตาร์      เสนอรายการชิมอาหารทั้งในประเทศและต่าง  
ประเทศ โดยผู้ชำนาญเรื่องอาหาร

ปรากฏว่า ผู้สนับสนุนรายการยังลงโฆษณาอยู่เต็มทั้งชั่วโมงหรือบางทีถึงกับล้น ใน  
ขณะที่รายการอื่น ๆ ไม่สามารถหาโฆษณารวมลงรายการได้มากเท่าในเวลาเดียวกัน

VTR (ผู้สนับสนุนในแต่ละช่วง) ต้องจองคิวเข้าเป็นระยะเวลาหลาย ๆ เดือน

ในขณะนี้ บุคลากรที่เป็นผู้ผลิตรายการเองกลับรู้สึกว่ รายการไม่มีคุณค่าเท่าที่ควร  
จะเป็น และรู้สึกว่าไม่อยากที่จะผลิตรายการนี้ต่อไป

ผู้ชมก็ได้ตอบสนองการชมรายการมาในลักษณะที่แตกต่างกัน มีทั้งสนับสนุนให้เสนอ  
รายการที่สาระต่อไป และทั้งก็ได้แนะนำให้เปลี่ยนแปลงรายการใหม่

การวิเคราะห์รายการทำปัสจันจึงเป็นตัวอย่งที่ดีในการที่จะวิเคราะห์คุณค่าของรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งที่เคยประสบความสำเร็จทั้งในแง่การตลาดและในแง่ศิลปการสื่อสาร เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาต่อไปในอันที่จะหาทิศทางหรือเงื่อนไขที่ใกล้เคียงพอสำหรับการอธิบายว่า รายการโทรทัศน์"ทำปัสจัน" มีคุณค่าขึ้นมาได้อย่างไร และคุณค่าดังกล่าวเกิดขึ้นต่อองค์กรใดบ้าง อย่างไรถึงเรียกว่า "รายการทำปัสจัน" มีคุณค่า (VALUE)

### ปัญหาที่นำมาวิจัย

1. คุณค่าของรายการทำปัสจันนั้นเกิดขึ้นกับองค์กรใดบ้าง และคุณค่าที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในรูปใดเป็นสำคัญ
2. คุณค่าของรายการทำปัสจันเกิดขึ้นได้อย่างไร มีองค์ประกอบใดบ้างที่ได้สร้างให้รายการทำปัสจันมีคุณค่าเพิ่มขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงคุณค่าของรายการทำปัสจัน ตั้งแต่ พ.ศ. 2531-2534
2. เพื่อทราบถึงลักษณะเงื่อนไขของการผลิตรายการโทรทัศน์ให้ประสบความสำเร็จ
3. เพื่อเป็นตัวอย่างในการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายและแบ่งการนำเสนอออกเป็นช่วงต่าง ๆ หรือเรียกว่า รายการประเภทบิณฑกะบันเทิง

### ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยนี้ เน้นศึกษาวิเคราะห์รายการทำพิธีกรรม ตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้น การเตรียมงาน จนถึงจบกระบวนการการผลิต ส่งออกอากาศรวมไปถึงบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในช่วงระยะเวลาตั้งแต่การเตรียมงานในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2530 จนถึงรายการทำพิธีกรรม วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2534 เป็นจำนวน 201 ตอน (ไม่รวมตอนพิเศษที่ออกอากาศในวันหยุดพิเศษ)
2. การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการผลิตรายการทำพิธีกรรมและหน่วยงาน องค์การที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ไม่เน้นรวมไปถึงกลุ่มผู้ชมและนักวิจารณ์แต่ประการใด

### ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. รายการทำพิธีกรรม มีบทบาทจากการเป็นรายการโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วของบริษัท กันตนา จำกัด ถือได้ว่ามีคุณค่าที่สำคัญต่อองค์กร ในด้านธุรกิจ ชื่อเสียง และอื่น ๆ อีกหลายประการ
2. คุณค่าของรายการทำพิธีกรรมเกิดขึ้นเพราะมีปัจจัยทางธุรกิจที่เหมาะสมเอื้ออำนวยให้เกิดความสมดุลต่อองค์กรผู้เกี่ยวข้อง

### ศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

Production = ชื่อเรียกรวมของฝ่ายผลิตหรือกระบวนการผลิตสื่อโทรทัศน์ โดยแบ่งกระบวนการออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ

1. Pre-Production ขั้นตอนเตรียมการถ่ายทำ
2. Production ขั้นตอนการถ่ายทำ
3. Post-Production ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ



- Studio = ห้องกว้างสำหรับถ่ายทำรายการ หรือโฆษณาต่าง ๆ โฉ่งและมี  
ราวไฟไว้ให้แขวนไฟ (หรืออาจจะมีไฟอยู่แล้วก็ได้)
- Mix = กรรมวิธีผสมเสียงต่าง ๆ ในห้องบันทึกเสียงโดยช่วยเพิ่มสีสัน  
ในรายการ แลทำให้รายการสนุกขึ้นอีก
- V.O. (Voice Over) = เสียงบรรยายของผู้บรรยาย
- Insert = การแทรกภาพหรือเสียงลงไปใ้วิดีโอด้วยเหตุผลต่าง ๆ
- Producer = บุคคลผู้ควบคุมการผลิตรายการ โดยจะดูแลทั้งการเตรียมงาน  
การผลิต การติดต่อและควบคุมบุคลากรให้ทำงานตามแผนงานได้  
สะดวกรวดเร็วที่สุด
- Budget = เงินทุนในการผลิตรายการ
- Spot = เทปโฆษณาสั้นคำ
- Creative = บุคลากรที่เป็นผู้คิดรายการต่าง ๆ บางทีเรียกว่าฝ่ายสร้างสรรค์
- VTR = ในที่นี้หมายถึง ภาพโฆษณาของสินค้าต่าง ๆ ที่สลับส่นแต่ละช่วง
- CUE = ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในการทำงาน ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเวลา  
การถ่ายทำและการติดต่อ
- Script = บทภาพยนตร์หรือวิดีโอสำหรับถ่ายทำหรือบรรยาย

Video	= ภาพ
Audio	= เสียง
Co-ordinator	= ผู้ประสานงานทั่วไป
แม่	= ห้ามออกอากาศหรือให้ออกอากาศโดยมีเงื่อนไขพิเศษ เช่น ตัดภาพ และหรือคำบางคำออกอากาศ
Editing	= การตัดต่อภาพ
Footage	= ภาพดิบที่ถ่ายมาจากขั้นตอนการถ่ายทำหรือภาพที่เตรียมไว้เพื่อการตัดต่อ
U-Matic	= เทปขนาด 3/4 นิ้ว เป็นเทปที่นิยมในการผลิตรายการในประเทศไทย
Copy	= การทำซ้ำ สำหรับในที่นี้หมายถึงการทำเทปเหมือนต้นฉบับออกมาหลาย ๆ ม้วนแล้วแต่ความต้องการ
Master Edit	= เทปที่ตัดต่อเสร็จสมบูรณ์แล้ว พร้อมที่จะลงเสียงและส่งออกอากาศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้เข้าใจถึงการพิจารณาคุณค่าของรายการโทรทัศน์ "ทำพิธี" "
2. ทำให้เป็นตัวอย่างของการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ ต่อเมื่อจะมีผู้ศึกษาต่อถึงรายการโทรทัศน์ในด้านอื่นด้านใด จะได้นำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ต่อไป
3. ในฐานะผู้วิจัยเป็นพนักงานคนหนึ่งของบริษัท ก็นึกนาคำจำกัด การวิเคราะห์รายการที่ผลิตขึ้นในนามขององค์กรย่อมช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจลึกซึ้งสมบูรณ์ในเชิงวิชาการเกี่ยวกับงานที่ผลิตออกมา อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงพัฒนาองค์กรในฐานะผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย