

บทที่ 4

ลักษณะของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการ

จากผลการวิจัยพบว่า นับตั้งแต่ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์เป็นสถานีแรก จนกระทั่งทุกวันนี้ มีรายการเด็กที่ผลิตขึ้นมาในประเทศไทยอยู่ไม่มากนัก โดยจะใช้วิธีจัดรายการแบบผสมผสานกันหลายวิธี ซึ่งมีกิจกรรมหลายอย่างที่ผู้จัดรายการใช้กันอยู่เป็นประจำ และมักจะใช้กิจกรรมหลายแบบรวมกัน แต่ก็มีกิจกรรมบางอย่างที่ไม่ค่อยนำมาใช้เท่าไรนัก

ลักษณะการดำเนินงานของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบันนี้ มีลักษณะการดำเนินงานที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับจังหวัดและโอกาสรวมทั้งปัจจัยอื่นอีกหลายประการ และปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ เรื่องนโยบายของสถานีโทรทัศน์ เพราะนโยบายในการบริหารงานและการดำเนินงาน ของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีมิได้มีลักษณะเหมือนกันหมดทุกสถานี สถานีโทรทัศน์บางแห่งอาจมีนโยบายในการเปิดให้เข้าเวลา โดยเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เข้ามาดำเนินการผลิตรายการเพื่อออกอากาศ และมีรายได้จากการหาโฆษณาเข้ามาในรายการของตัวเอง โดยสถานีโทรทัศน์ก็จะได้รับค่าตอบแทนจากผู้ผลิตรายการเหล่านั้นในรูปของการเข้าเวลา ซึ่งรูปแบบการบริหารงานดังกล่าวได้ปฏิบัติต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ยุคแรก ๆ ของกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย และยังคงมีต่อเนื่องกันมา โดยขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานีโทรทัศน์ว่า จะเปิดให้ผู้ผลิตรายการเข้ามาเข้าเวลาในช่วงเวลาใดบ้าง หรือช่วงเวลาใดที่ทางสถานีจะเป็นผู้

จัดรายการด้วยตนเอง ซึ่งในปัจจุบันนี้ เวลาออกอากาศส่วนใหญ่จะถูกขายให้กับผู้ผลิตรายการจากภายนอกแทบทั้งสิ้น (ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์, 2534)

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. เป็นสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานโดยเอกชน คือบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ซื้อสัมปทานมาจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยเพื่อดำเนินกิจการโทรทัศน์ ซึ่งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีนโยบายหลักที่จะผลิตและบริหารรายการด้วยตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ รายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศทางสถานีส่วนใหญ่ นั้น จะเป็นรายการที่สถานีดำเนินการผลิตและขายโฆษณาเองแทบทั้งสิ้น

แต่ในบางกรณีสถานีก็เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้จัดรายการจากภายนอกเข้ามาดำเนินการผลิตรายการด้วยเช่นกัน โดยสถานีจะไม่คิดค่าเช่าเวลาจากกลุ่มผู้จัดรายการเหล่านั้น แต่สถานีจะรับเวลาโฆษณาในรายการส่วนหนึ่งเป็นการตอบแทน เนื่องจากทางสถานีเห็นว่าการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าว จะช่วยให้กลุ่มผู้จัดรายการสามารถที่จะลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการลงไปได้ เพราะไม่ต้องเสียค่าเช่าเวลา ทำให้มีเงินทุนที่จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพของรายการให้ดียิ่งขึ้น

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานโดยกองทัพบก โดยมีเจ้ากรมการทหารสื่อสารดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการของสถานีโทรทัศน์ แต่มีข้อจำกัดที่ทหารมีภาระหน้าที่อื่นที่ต้องทำนอกเหนือไปจากงานด้านการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ ดังนั้น สถานีวิทยุโทรทัศน์จึงเปิดให้กลุ่มผู้จัดรายการจากภายนอกเข้ามาเช่าเวลา เพื่อดำเนินการผลิตรายการประเภทต่าง ๆ สำหรับการออกอากาศ โดยที่สถานียังคงเป็นผู้ควบคุมนโยบายในการผลิตรายการทั้งหมด ซึ่งกลุ่มผู้จัดรายการจะเป็นผู้กำหนดอัตราค่าโฆษณาและดำเนินการขายโฆษณาเอง

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการบริหารงานโดยเอกชนเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. โดยมีบริษัทกรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด เป็นผู้ซื้อสัมปทานจากกองทัพบก ดังนั้น ในการบริหารงานก็ยังคงต้องปฏิบัติตามนโยบายของกองทัพบกด้วย คือนำเสนอรายการที่ไม่ขัดแย้งต่อกองทัพ ให้ความร่วมมือกับรายการของกองทัพ ซึ่งโดยมากจะเกี่ยวข้องกับในส่วนของการข่าวมากกว่ารายการ

สำหรับรูปแบบการบริหารรายการของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จะมีทั้งลักษณะที่สถานีโทรทัศน์เป็นเจ้าของเวลาเอง และลักษณะที่กลุ่มผู้จัดรายการอิสระจากภายนอกเป็นเจ้าของเวลา

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นสถานีโทรทัศน์ที่พัฒนามาจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย มีบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด เป็นผู้จัดตั้งและดำเนินกิจการ ต่อมาได้ยุบเลิกบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด และจัดตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ขึ้นมาดำเนินการแทน

สำหรับรูปแบบการบริหารรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการเปิดให้กลุ่มผู้จัดรายการจากภายนอกเข้ามาเช่าเวลาของสถานีเพื่อจัดทำรายการ โดยสถานีจะจัดสรรเวลาในการออกอากาศให้กับผู้ขอเช่าเวลาเป็นราย ๆ ไป แต่ก็ยังมีบางรายการที่สถานีดำเนินการผลิตรายการด้วยตนเอง

สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 เป็นสถานีโทรทัศน์ล่าสุดในส่วนกลาง สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ และเป็นสถานีแม่ข่ายให้กับสถานีโทรทัศน์

เครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นด้วย รูปแบบในการบริหารงานของ สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 นี้ ก็มีทั้งลักษณะของการผลิตรายการ เอง และการให้ผู้ผลิตอิสระมาเช่าเวลาไปผลิตรายการ แต่จะพิเศษกว่าสถานี อื่น ๆ คือค่าเช่าเวลาจะมีราคาไม่สูงมาก และรายการก็ไม่สามารถมีโฆษณา ได้ ลักษณะของการผลิตรายการส่วนมากแล้วจะใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ของทางสถานี

จากลักษณะการบริหารงานของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 สถานี ทำให้เรา สามารถจำแนกลักษณะของการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กออกเป็นลักษณะที่สำคัญได้ดังนี้

1. สถานีโทรทัศน์เป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด

การผลิตรายการในลักษณะนี้ สถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นเจ้าของเวลาในการ ออกอากาศ จะต้องเป็นผู้ดำเนินการในการผลิตรายการเองตั้งแต่ขั้นตอนแรก คือการสร้างสรรค์รูปแบบของรายการ จัดหาบุคลากรรับหน้าที่ต่าง ๆ ในการ ผลิตรายการ จัดทำบทโทรทัศน์ จัดเตรียมฉากและวัสดุประกอบฉาก จัดหาผู้ร่วม รายการ จนถึงขั้นการถ่ายทำ การตัดต่อ และการแพร่ภาพออกอากาศ รวมทั้ง ในเรื่องของการขายเวลาโฆษณาในรายการด้วย

จากการศึกษาพบว่า สถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 สถานียังไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการ ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเองทั้งหมด ที่ปรากฏก็เป็นเพียงรายการ ประเภทอื่น ๆ เช่น รายการข่าว รายการละคร เป็นต้น สาเหตุหนึ่งเนื่องมา จากนโยบายหลักของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี ต้องการเปิดโอกาสให้เอกชนมา เช่าเวลาไปผลิตรายการเองมากกว่า เพราะสามารถมีรายได้ที่แน่นอนจากการ ให้เช่าเวลา อีกทั้งการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเองนั้น ต้องอาศัยผู้

เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ต่างกับการผลิตรายการประเภทอื่น และยังคงพบกับปัญหาจากกระบวนการผลิตรายการต่าง ๆ อีกหลายประการ จึงสามารถกล่าวได้ว่ากรณีที่สถานีโทรทัศน์ไม่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเองนั้น อาจเนื่องมาจากผลกำไรที่ได้ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนก็เป็นได้

2. สถานีโทรทัศน์ร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ผลิตรายการ

การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในลักษณะนี้ สถานีโทรทัศน์จะให้ความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ซึ่งสามารถเป็นองค์กรของทั้งภาครัฐและเอกชน โดยรายละเอียดในการให้ความร่วมมือจะแตกต่างกันออกไป เช่น

- สถานีโทรทัศน์มอบเวลาออกอากาศให้กับองค์กรอื่นเป็นผู้ผลิตรายการ โดยแลกเปลี่ยนกับเวลาโฆษณาในรายการ และต่างฝ่ายต่างขายเวลาโฆษณาในส่วนของตน
- สถานีโทรทัศน์เป็นเจ้าของเวลาในการออกอากาศ และให้ใช้บุคลากรด้านเทคนิค รวมทั้งอุปกรณ์การผลิตของสถานี โดยองค์กรอื่นเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการผลิต และบุคลากรด้านสร้างสรรค์รายการ
- สถานีโทรทัศน์คิดค่าเช่าเวลาในอัตราพิเศษที่ต่ำกว่าปกติ และองค์กรอื่นเป็นผู้ผลิตรายการรวมถึงการขายเวลาโฆษณา

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีอยู่ในปัจจุบัน และมีลักษณะการผลิตรายการโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์และองค์กรอื่น ๆ ได้แก่

รายการเจ้าขุนทอง เป็นความร่วมมือระหว่างสถานีวิทยุโทรทัศน์
กองทัพบกช่อง 7 และบริษัทเอกชน

รายการเด็กดี เป็นความร่วมมือระหว่างสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่ง
ประเทศไทยช่อง 11 กับมหาวิทยาลัยรามคำแหง

รายการเสาร์ส์โมสร เป็นความร่วมมือระหว่างสถานีวิทยุโทรทัศน์
กองทัพบกช่อง 5 กับศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

รายการโลกใบจิ๋ว เป็นความร่วมมือระหว่างสถานีวิทยุโทรทัศน์
แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กับ NHK จากญี่ปุ่น

3. องค์กรเอกชนดำเนินการเอง

การผลิตรายการในลักษณะนี้ องค์กรผู้ผลิตรายการเอกชนจะเป็นเจ้า
ของเวลาออกอากาศเอง โดยการเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์ และเป็นผู้รับ
ผิดชอบค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตรายการ รวมทั้งการขายเวลาโฆษณาใน
รายการเอง จากการศึกษาได้พบว่ามีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ผลิตรายการ
ในลักษณะนี้หลายรายการด้วยกัน ได้แก่ รายการจิ๋วแจ๋วเจาะโลก รายการ
ผึ่งน้อยโซ้ว รายการดรุ่มธรรม รายการหนูทำได้ รายการเกมยังคลับ รายการ
โลกของเด็ก

4. องค์กรเอกชนร่วมกันดำเนินการ

ลักษณะของการผลิตรายการแบบนี้ ส่วนมากจะพบในรูปแบบขององค์กร
เอกชนเป็นผู้เช่าเวลาออกอากาศจากสถานีโทรทัศน์ และเป็นผู้หาโฆษณาในราย

การเอง แต่ยังคงขาดศักยภาพในการผลิตรายการจึงต้องว่าจ้างให้เอกชนด้วยกัน
ทำหน้าที่ผลิตรายการ โดยแลกกับค่าตอบแทนเป็นตอนๆ ไป จากการศึกษาพบว่า
รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีลักษณะการผลิตรายการแบบนี้ ได้แก่ รายการ
กล้าคิด กล้าทำ รายการบันเทิงน้อย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก สามารถแยก
ออกเป็น 2 ลักษณะ โดยพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างรายการที่เลือกในการวิจัย
ครั้งนี้

1. ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ได้แก่
 - 1.1 องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
 - 1.2 ลักษณะการนำเสนอรายการ
 - 1.3 งบประมาณ
2. ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ได้แก่
 - 1.1 ผู้สนับสนุนรายการ
 - 1.2 บริษัทโฆษณา (ADVERTISING AGENCY)
 - 1.3 สถานีโทรทัศน์
 - 1.4 ภาวะเป็ียบของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
 - 1.5 นโยบายของรัฐบาล
 - 1.6 เด็กที่มีส่วนร่วมในรายการ
 - 1.7 รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดีเด่น

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

1. องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

1.1 บุคลากร

จากการศึกษาวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนมากที่ประกอบอาชีพนักผลิตรายการโทรทัศน์ในท้องตลาดปัจจุบัน ยังมีประสบการณ์ทำงานค่อนข้างน้อย จึงทำให้การเขียนบทโทรทัศน์ หรือการผลิตรายการ ขาดการคำนึงถึงเนื้อหาสาระที่เหมาะสมกับเด็ก บุคลากรที่ขาดประสบการณ์เหล่านี้ บางครั้งได้เน้นเนื้อหาสาระที่มุ่งหวังจะสอนเด็กมากเกินไป จนกลายเป็นการยึดเยียด หรือเขียนบทโทรทัศน์ให้เด็กมีพฤติกรรมแบบผู้ใหญ่ ซึ่งอันที่จริงแล้วมิใช่พฤติกรรมของเด็กในช่วงอายุนั้น ๆ

เจ้าของบริษัทผลิตรายการเด็กแห่งหนึ่งกล่าวถึงกรณีบุคลากรประเภทนี้ว่า

"เคยมีลูกน้องบางคนเขียนบทโทรทัศน์มาให้ตรวจ เราก็มาดู เอ๊ะทำไมมันไม่เหมือนเด็กพูดนะ มันเป็นคำพูดของผู้ใหญ่ี่หว่า แล้วเรื่องที่เขียนมาก็เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยึดเยียดนะ พี่ว่าถึงให้เด็กมาพูดตามนั้น มาเล่นตามนั้น มันก็เป็นพฤติกรรมที่ผิดปกติของเด็กนะ มันต้องไม่ใช่เด็กอายุแค่นั้นแน่ ๆ อะไรทำนองนี้ เราเลยต้องแก้ไขไปตามเรื่อง"

นอกจากนี้ยังพบว่า บุคลากรบางส่วนยังขาดความชำนาญ และขาดความรักในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ตลอดจนไม่มีความรักเด็กเป็นพื้นฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องของการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น เป็นเรื่องของความละเอียดอ่อนที่มีเด็กเป็นผู้มีชิบสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้ใหญ่ถ่ายทอดไป

ให้ หากบุคลากรขาดความรักในอาชีพนี้ อาจเกิดความไม่เข้าใจเด็ก หรือขาดความอดทนเมื่อเด็กทำผิด หรือทำไม่ได้ดังที่ตั้งใจไว้

สำหรับในกรณีของการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ต้องอาศัยเด็กเป็นส่วนร่วมในรายการ ยิ่งจะเห็นได้ชัดเจนนมาก บางครั้งอาจมีการถ่ายซ้ำ (retake) บ่อยครั้ง แต่ผู้ผลิตจะต้องใจเย็น พร้อมกับพยายามหาวิธีที่จะมาทำให้เด็กสามารถแสดงไปตามบทบาทที่กำหนดให้ได้

ผู้ควบคุมการผลิตรายการเด็กรายการหนึ่งเปิดเผยว่า

"พี่ทำรายการเด็กมาหลายรายการนะ เจอตั้งแต่เด็กอนุบาลยันเด็กประถมปลายนะ เราเองก็ชินกับพฤติกรรมเด็กวัยต่าง ๆ รู้ว่าถ้าเอาเด็กเล็กมาอัดรายการ ต้องไม่ใช่เวลาบ่าย เพราะเด็กจะนอนกลางวัน เป็นเรื่องละเอียดอ่อนมากเลยนะ ถึงเด็กโตก็เถอะบางคนเห็นกลัว ๆ แต่พอมาเจอกล้อง เจอไฟ เจอห้องส่งก็มีมือเย็น เท้าเย็น ปอดไปเลยก็มี มันเป็นการทำงานที่อาศัยความละเอียดอ่อนและความอดทนมากเลยละ บางวันพิธีกรเด็กของเราเทค (take) เป็นสิบครั้งเลย เราก็ต้องหาวิธีแก้ปัญหา ไม่มาโมโหที่เขาทำไม่ได้ พี่เคยเจอบางคนอารมณ์เสียไปจุดเด็ก ยิ่งไปกันใหญ่เลย"

หากจะกล่าวถึงบุคลากรแล้ว คงหลีกเลี่ยงที่จะกล่าวถึงสถาบันการศึกษา และหลักสูตรที่อบรมบ่มเพาะบุคลากรเหล่านั้นเสียมิได้ เพราะปัจจุบันนี้ การศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ได้กลายเป็นสาขาที่มีวัยรุ่นนิยมมากเป็นอันดับหนึ่งติดต่อกันมาหลายปีแล้ว บางคนก็มุ่งมั่นที่จะเรียนด้วยใจรักในวิชาชีพ บางคนก็อยากออกไปผจญกับสิ่งแปลกใหม่ในโลกกว้าง ในขณะที่อีกหลายคนมาเรียนเพราะเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน และอาจจะเรียกได้ว่าเป็นแฟชั่นไปแล้ว จึงมีสถาบันการศึกษาทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน เปิดทำการ

สอนในหลักสูตรนิเทศศาสตร์กันอย่างกว้างขวาง เพื่อรองรับจำนวนผู้ที่ต้องการเรียน แต่คงต้องยอมรับกันว่าสถาบันการศึกษาที่เปิดขึ้นใหม่ ๆ นั้น หลักสูตรวิชาการต่าง ๆ เองก็ยิ่งขาดความสมบูรณ์อยู่มาก และยิ่งขาดผู้ชำนาญการทางสาขาวิชานั้น ๆ มาเป็นผู้สอนอีกด้วย จึงส่งผลไปถึงผู้ที่ศึกษาทางสาขาวิชานั้นว่า บางคนอาจจบ การศึกษามาด้วยการไม่รู้ลึกถึงแก่นแท้ของวิชาการ เมื่อจบการศึกษาออกมาจึงต้องไปปรับตัวในขณะที่กำลังทำงาน

ผู้กำกับรายการเด็กทางช่อง 9 ได้กล่าวถึงเรื่องคุณวุฒิของคนทำรายการเด็กว่า

"มีครั้งหนึ่งที่ออฟฟิศ (office) รับเด็กที่จบจากวิทยาลัยครูมาทำงานในตำแหน่งครีเอทีฟ (creative) เราก็ไปสัมภาษณ์ในฐานะที่ต้องเป็นลูกน้องเรา ปรากฏว่าเรียนนิเทศศาสตร์มาแค่ 2-3 วิชาเอง เขียนบทโทรทัศน์ยังไม่ค่อยจะเป็นเลย ยิ่งเรื่องของการถ่ายทำ การตัดต่อ ลืมไปได้ เราก็ลมแทบใส่ดีแต่ว่าเด็กมันมีไฟ ชยัน และอยากที่จะเรียนรู้ เลยมาเรียนมาสอนกันใหม่ แทนที่จะได้ผู้ช่วย ก็ไปได้ลูกศิษย์มาเพิ่ม แต่พอเขาเรียนรู้สักพักก็ทำงานได้"

และยังมีอีกหลายกรณีที่ไม่ได้จบการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์มาโดยตรง แล้วมาปฏิบัติงานในด้านของนิเทศศาสตร์ โดยอาศัยการปรับตัวระหว่างการทำงาน บางครั้งส่งผลให้พวกที่ยังขาดประสบการณ์ในการทำงานทางด้านนี้ มีมุมมอง หรือความคิดสร้างสรรค์ที่แคบ เพราะขาดความรู้ทางด้านของการผลิตรายการ นอกจากนี้ ยังสร้างปัญหาในขณะทำงานอีกหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเตรียมงานที่ขาดความสมบูรณ์ การผลิตรายการที่ไม่ได้คุณภาพ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงกับเด็กที่ชมรายการ สำหรับในด้านขององค์กรผู้ผลิตรายการแล้ว อาจสร้างปัญหาในแง่ของงบประมาณการผลิตบ้าง

เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กรายหนึ่ง กล่าวถึงการทำงานของตนว่า

"คือพี่ไม่ได้จบทางด้านนี้มาโดยตรงนะ แต่ว่าอยากทำงานทางด้านนี้ ก็อาศัยศึกษามาด้วยตัวเองบ้าง ถ้ามคนโน้นคนนี้บ้าง ในสมัยแรกที่ทำงานเหรอ เป็นความลำบากมากเลยล่ะ เพราะเรามีข้อผิดพลาดในการทำงานเยอะมาก มันมาจากการที่เราไม่เข้าใจขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงานอย่างถ่องแท้ เคยสั่งอุปกรณ์ผิด เคยทำบทโทรทัศน์ผิด อะไรอย่างนี้ แต่พอทำมาได้ระยะหนึ่ง ก็เริ่มรู้อะไรขึ้นเรื่อย ๆ"

สำหรับบรรดานักวิชาชีพทางด้านนี้ ที่มีความสามารถและความชำนาญ งานมาก ๆ ก็มักจะมารับทำงานประจำให้กับที่ใดที่หนึ่ง โดยส่วนใหญ่แล้วจะรับงานในลักษณะของนักผลิตรายการโทรทัศน์อิสระรับงานเป็นชิ้น ๆ และต้องมีค่าตอบแทนที่สูงกว่าพวกที่จบใหม่ ๆ อีกทั้งไม่ชอบลักษณะการผูกมัดใด ๆ ทำให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไม่สามารถจ้างบุคลากรเหล่านี้ มาผลิตรายการได้มากเท่าใดนัก

นักผลิตรายการโทรทัศน์อิสระคนหนึ่ง กล่าวถึงกรณีการรับงานว่า

"พี่ทำงานมานานแล้วละนะ แต่มีนิสัยที่ไม่ชอบยึดติดกับที่ใดที่หนึ่งเป็นประจำ มันจำเจ และพี่ก็เชื่อว่ามันทำให้เราไม่พัฒนาตัวเอง ส่วนมากแล้วพี่จะรับงานเป็นจ๊อบ (job) นะ ทำให้เรามีงานแปลก ๆ อยู่เสมอ เป็นตัวกระตุ้นให้เราต้องแอคทีฟ (active) ตลอดเวลาไง รายการเด็กเรอาก็ทำนะ แต่จะไม่ค่อยมีใครมาจ้าง เพราะค่าจ้างมันแพงเค้ารับกันไม่ค่อยจะได้ ส่วนมากที่ทำให้จะเป็นเพื่อน ๆ กันมากกว่า แบบคิดราคามิตรภาพไงล่ะ"

สรุปได้ว่า บุคลากรผู้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เปรียบเสมือนหัวใจของกระบวนการผลิตรายการ และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในการทำงานที่ถูกต้องจริง ๆ การผลิตรายการจึงมีประสิทธิภาพ หากตัวผู้ผลิตรายการขาดความรู้ ความชำนาญด้านการผลิตรายการแล้ว ก็อาจจะส่งผลให้รายการดังกล่าวเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาได้

1.2 การบริหารองค์กร

องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในบ้านเรา สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- องค์กรที่สามารถผลิตรายการและนำรายการออกอากาศได้เลย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่ผลิตรายการขึ้นเองและส่งออกอากาศเอง
- องค์กรที่สามารถผลิตรายการแต่ไม่สามารถนำออกอากาศได้เลยแก่ บรรดาบริษัทเอกชนที่รับจ้างผลิตรายการทั่ว ๆ ไป

องค์กรทั้ง 2 ประเภท ต่างก็มีลักษณะการบริหารงานในองค์กรแตกต่างกัน โดยสถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นองค์กรขนาดใหญ่ จะมีการบริหารองค์กรแบบเป็นทางการ มีการแบ่งสายงานการบังคับบัญชาไปตามลำดับชั้น มีการกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบในการทำงานตลอดจนบทลงโทษไว้อย่างชัดเจน ในขณะที่บริษัทเอกชนหรือองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในปัจจุบัน ส่วนมากเป็นองค์กรที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก จะอยู่ในระดับเล็กจนถึงระดับกลาง และมีพนักงานอยู่ไม่มาก คือมีประมาณ 10-50 คน ลักษณะของการบริหารองค์กรจะไม่มีการแบ่งสายงานการบังคับบัญชาอย่างเป็นทางการ ลักษณะของการปฏิบัติงานจะเป็นความรับผิดชอบต่อชิ้นงานนั้น ๆ มากกว่าการจะมาตรวจสอบด้วย

เวลา สภาพขององค์กรจะมีการแบ่งหน้าที่ออกเป็นฝ่ายใหญ่ ๆ และมีแผนกย่อยๆ แยกออกไป ทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานสูง องค์กรส่วนมากจะไม่มี การกำหนดกฎเกณฑ์ไว้อย่างชัดเจน หรือเป็นทางการมากเกินไป พนักงานก็จะมีอิสระในการทำงาน ซึ่งเป็นข้อดีของการบริหารงานในองค์กรขนาดเล็ก และ สอดคล้องกับที่ ทิปวิท พงศ์ไพบุลย์ ได้กล่าวไว้ใน "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" ว่า

"การมีคุณลักษณะของ องค์กรที่ไม่เป็นทางการ ภายในบริษัทผู้ผลิต รายการโทรทัศน์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เพราะงานการผลิตรายการโทรทัศน์ ค่อนข้างจะต้องให้ความเป็นอิสระในการทำงานแก่สมาชิกมากพอสมควร โครงสร้างที่ไม่เป็นทางการนี้ จะช่วยให้สมาชิกได้รับความพอใจจากการที่ไม่ถูกจำกัด อยู่ในกฎเกณฑ์มากนัก วิธีการที่จะให้มีโครงสร้างส่วนที่ไม่เป็นทางการ ทำได้ โดยการไม่กำหนดทุกสิ่งทุกอย่างจนชัดเจนเกินไป หรือถ้าจะกำหนดอย่างชัดเจน ก็ไม่ควรยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด จนข้อยกเว้นบางอย่างที่สมเหตุสมผลก็เกิดขึ้นไม่ได้ ความคล่องตัวในขนาดที่เหมาะสมคงไม่ทำให้ผู้บริหารถึงกับขาดการ ควบคุม หรือผลงานต้องเสียไป"

จากการศึกษาวิจัยพบว่า องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ส่วนมากจะมีลักษณะการบริหารงานแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งลักษณะดังกล่าวส่งผล ให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพดีกว่าการบริหารงานแบบเป็นทางการ ทั้งนี้ เนื่องจากสาเหตุหลายประการประกอบกัน กล่าวคือ สภาพขององค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจะมีขนาดเล็ก มีพนักงานไม่มาก อีกทั้งความมั่นคงในการประกอบอาชีพก็มีน้อย เพราะความมั่นคงของงานจะขึ้นอยู่กับอายุสัญญาการ เข้าเวลาในการออกอากาศกับสถานีโทรทัศน์ หากในปีต่อไปบริษัทไม่สามารถต่ออายุสัญญาการเข้าเวลาออกอากาศกับสถานีโทรทัศน์ได้ บริษัทก็อาจต้องล้มเลิก

กิจการไป ในด้านค่าตอบแทนของพนักงานนั้น ก็ไม่สูงมากพอที่จะดึงดูดให้นักผลิต รายการที่มีประสิทธิภาพสูงมาทำงานในฐานะพนักงานประจำได้ สภาพของการ ทำงานจึงเป็นไปในลักษณะที่มีพนักงานที่จบการศึกษามาใหม่ ๆ เป็นผู้เตรียมการ ผลิต และมีนักผลิตรายการโทรทัศน์มืออาชีพมารับจ้างควบคุมการผลิตเป็นครั้ง คราวไป อีกทั้งในเรื่องของสวัสดิการต่าง ๆ ของพนักงานก็ไม่อยู่ในขั้นที่ดีพอ นอกจากนั้น ยังเกี่ยวข้องกับลักษณะของงานการผลิตรายการโทรทัศน์อีกด้วย เพราะงานทางด้านนี้ เป็นงานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์มาสร้างผลงาน ไม่ สามารถใช้เวลาที่กำหนดปริมาณและคุณภาพของงานได้ ดังนั้น องค์กรผู้ผลิต รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนมาก จึงนำลักษณะการบริหารงานแบบไม่เป็น ทางการมาใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ที่ปวิท พงศ์ไพบูลย์ ได้กล่าวถึงเรื่องโครงสร้างองค์กรของบริษัทผู้ผลิต รายการโทรทัศน์ ไว้ว่า

"บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะกำหนดโครงสร้างหลักขององค์กรเอาไว้โดยยึดหลัก 3 ประการในการกำหนดโครงสร้างการทำงานของสมาชิก ดังนี้

1. จะต้องมียุทธศาสตร์ของการแบ่งงานกันทำ (division of labour)
2. มีการกำหนดเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ (authority)
3. มีการกำหนดเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ต่างๆ (relationship)

โดยยึดหลักการประสานงานกัน (co-ordination) ของสมาชิกในองค์กร เป็นสำคัญ

ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีลักษณะการบังคับบัญชาแบบเป็นทางการ ก่อให้เกิดความไม่คล่องตัวในการปฏิบัติงาน เพราะใช้เวลาเป็นเกณฑ์ในการปฏิบัติงาน ถึงแม้ว่าบางแห่งอาจจะมีค่าล่วงเวลาในการทำงานให้กับพนักงาน แต่เป็นอัตราที่ไม่สูงมากนัก การบริหารงานมีความล่าช้า

เพราะต้องผ่านการตัดสินใจจากผู้บังคับบัญชาหลายขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานโดยระบบราชการ ในด้านของบุคลากรในสถานีโทรทัศน์ก็มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งส่วนมากจะเป็นเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านเทคนิคมากกว่าเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญด้านการสร้างสรรค์รายการ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะนโยบายหลักของแต่ละสถานีคือ การให้เอกชนใช้เวลาไปผลิตรายการเอง ดังนั้น สถานีจึงมีเจ้าหน้าที่รองรับเฉพาะในเรื่องการบริหารงานและส่งออกอากาศเท่านั้น จึงเป็นผลให้สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ไม่สามารถผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเองได้

จากการศึกษาในเรื่องของลักษณะการบริหารองค์กรพบว่า องค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะ เป็นองค์กรขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ควรที่จะนำลักษณะการบริหารงานแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการมาผสมผสานกันอย่างพอเหมาะพอดี เพื่อให้บริหารงานองค์กรของตน กล่าวคือ หากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ก็ใช้การบริหารงานแบบเป็นทางการเป็นหลักและเสริมด้วยการบริหารงานแบบไม่เป็นทางการ ในทำนองเดียวกันหากเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็กก็ยึดการบริหารงานแบบไม่เป็นทางการไว้เป็นหลัก และสอดแทรกด้วยการบริหารงานแบบเป็นทางการเฉพาะในส่วนที่จำเป็น ทั้งนี้ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน

1.3 การขายโฆษณาของผู้ผลิตรายการ

ในกรณีที่ผู้ผลิตรายการเป็นเจ้าของเวลาเอง หมายถึง การที่ผู้ผลิตรายการจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเองและต้องเป็นผู้ขายโฆษณาเองด้วย ซึ่งลักษณะของการขายโฆษณาในรายการโทรทัศน์นั้นก็มีหลายลักษณะด้วยกัน เช่น ขายเป็นสปอต (SPOT) ตามอัตราค่าโฆษณาต่ออนาที หรืออาจจะ

ขายเป็นราคาเหมา (PACKAGE) โดยแบ่งเป็น VTR สับสนุนช่วงต่าง ๆ ในรายการ การนำผลิตภัณฑ์มาเป็นของรางวัลในรายการ บางช่วงเวลาอาจต้องใช้กลยุทธ์ในการลด แลก แจก แถม เพื่อแข่งขันกันแย่งตลาดลูกค้ากัน บางรายการอาจมีผลประโยชน์แลกเปลี่ยนกัน โดยยอมจ่ายเงินเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เพื่อแลกกับพื้นที่สำหรับวางสินค้าในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 5 เจ้าของรางวัลโทรทัศน์ทองคำ กล่าว
ว่า

"เรื่องของกลยุทธ์ในการขายโฆษณาสำหรับพี่แล้ว พี่คิดว่าพี่ยอมขายทุกสิ่งทุกอย่างที่ลูกค้าต้องการซื้อนะ คือพี่จะมีทั้งแบบขายสปอต (spot) เป็นนาที ๆ และก็เป็นราคาเหมา (package) แต่แบบราคาเหมาจะได้ผลมากกว่า คืออาจเป็นลักษณะว่า เป็นผู้อุปถัมภ์รายการหลัก (main sponsor) แล้วจ่าย 8 หมื่นบาทต่อสัปดาห์นะ ลูกค้าก็จะได้สปอตไป 1.5 นาที ซึ่งก็เป็นมูลค่าถึง 5 หมื่นกว่าบาทแล้ว นอกจากนั้นยังได้เป็นผู้สนับสนุนช่วงหลักในรายการ โดยมีภาพ VTR ของสินค้าขึ้นในรายการด้วย จะได้ตราของสินค้า (logo) ประดับในฉาก ไมโครโฟน และชุดพิธีกร ในช่วงนั้นทั้งหมด รวมทั้งเนื้อหาของรายการก็จะเอื้อต่อสินค้าและบริการของลูกค้าด้วย ซึ่งลูกค้าอาจมองว่า ถ้าซื้อสปอตเป็นนาทีก็ได้ดูแป๊บเดียว แต่ถ้าจ่ายเพิ่มอีกนิด ผลประโยชน์ที่ได้ก็มหาศาล สามารถต่อยอดคนดูได้ดีมาก ๆ เลย ทั้งสปอตโฆษณา ทั้งในรายการ อีกทั้งยังได้ภาพพจน์ที่ดีกับตัวสินค้าด้วยนะ ขายโฆษณาแบบนี้ เรามีผู้อุปถัมภ์รายการหลัก 1 ตัว มีผู้อุปถัมภ์รายการร่วม (co-sponsor) สัก 2-3 ตัว ก็พอแล้ว ส่วนสปอตที่เหลือก็เป็นกำไรล้วน"

เจ้าของรายการเด็กชื่อดังทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. กล่าวถึงกลยุทธ์
ในการขายโฆษณาของตนว่า

"เราได้เปรียบกว่ารายการเด็กอื่น ๆ ตรงที่ว่าเราเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ในด้านผู้ซื้อ เราก็เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) ไปสู่ผู้บริโภค ในด้านผู้ขายเราขายโฆษณาของรายการเด็ก เราใช้กลยุทธ์แบบเหมาจ่ายนะ อย่างจอร์จสันเนี่ย จ่ายเราเป็นประจำเดือนละแสน สองทุกเดือน และยังให้ผลิตภัณฑ์อีกเยอะแยะเลยให้เรามาแจกเด็กในกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย เราก็จะให้สปอตโฆษณา ให้เป็นผู้สนับสนุนช่วง ให้ติดโลโก้สินค้า (logo) ในฉาก หรือบางทีก็ให้เอาหุ่นการ์ตูนมิสเตอร์จอร์จสันของจอร์จสันเข้ามาร่วมทีมกับบรรดากาตาร์ตูนซีแคตตูนของเรา ในส่วนที่เป็นเงื่อนไขแลกเปลี่ยนกันก็คือ ให้ตั้งขึ้นวางจอร์จสันในซูเปอร์มาเก็ตได้เพิ่มขึ้นจากเดิม หรือในตำแหน่งที่ดี จะเรียกว่าบีบบังคับม๊ัย เราก็ให้เขามากทีเดียว แต่ถ้าจอร์จสันถอนโฆษณาเมื่อไหร่ ขึ้นวางจอร์จสันก็คงต้องหายไปจากห้างของเราแน่ ๆ"

อีกกรณีหนึ่งคือการทำผู้ผลิตรายการจ้างบริษัทที่รับขายโฆษณาให้ทำการขายโฆษณาทั้งหมดให้ โดยตกลงแบ่งเปอร์เซ็นต์กัน ส่วนมากแล้วบริษัทที่รับขายโฆษณาจะแบ่งไปถึงร้อยละ 65 เหลือให้ผู้ผลิตรายการเพียงร้อยละ 35 เท่านั้น

เจ้าของรายการดรุ่มธรรม ช่อง 5 กล่าวถึงการขายโฆษณาว่า

"รายการของพีคริงซ์ว็อมงมีโฆษณาได้ 5 นาที แต่จากประสบการณ์ที่ผ่านมาเนี่ยไม่เคยขายเต็มเลย รายการเด็กเป็นอะไรที่ไม่ค่อยได้ประสบหรือการค้าว่าโฆษณาเต็ม จะเหลือเวลาโฆษณาวางอยู่แน่ ๆ ประมาณ 2 นาที พีก็เลยใช้วิธีขายให้กับ บริษัทหาโฆษณาใหญ่ ๆ ที่เขามีสินค้าอยู่ในมือเยอะ ๆ แต่เขาก็จะหักเปอร์เซ็นต์โหดนะ อย่างสมมติค่าโฆษณา 100 บาทต่อนาที เราจะได้ 35 บาทเอง แต่บริษัทหาโฆษณาเขาจะได้ 65 บาท ว่าไปแล้วเราได้น้อยมาก แต่ยิ่งตีกว่าปล่อยเวลาตรงนั้นผ่านมือไป ยิ่งได้มา 2 นาที ตั้ง 70 บาทใช้ม๊ัย เอามาเป็นค่าใช้จ่ายอย่างอื่นได้นิด ๆ หน่อย ๆ"

ลักษณะการขายโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแต่ละรายการต่างก็มีชุดวิธีที่แตกต่างกันออกไป แต่ลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกันอยู่ประการหนึ่งก็คือ ผู้ผลิตทุกรายการต่างก็พยายามหาวิธีที่สามารถทำรายได้ให้กับรายการของตนได้มากที่สุด เพราะถ้าการขายโฆษณาในรายการสามารถมีผลกำไรได้ก็ย่อมหมายความว่า ปัจจัยที่สำคัญในเรื่องของงบประมาณการผลิตรายการ จะไม่ใช่ปัญหาที่สำคัญอีกต่อไป ผู้ผลิตรายการสามารถผลิตรายการโดยใช้งบประมาณมาสร้างสรรค์งานการผลิตได้อย่างเต็มที่ และมีกำลังใจในการผลิตรายการต่อไปอย่างมีคุณภาพ แต่ถ้าหากไม่สามารถแสวงหาผลกำไรจากการขายโฆษณาได้ ก็อาจเป็นปัจจัยสำคัญให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดังกล่าวไม่สามารถผลิตรายการเพื่อออกอากาศได้อีกต่อไป

2. ลักษณะการนำเสนอรายการ

2.1 วิธีการนำเสนอรายการ

อรรถัย ศรีสันติสุข กล่าวไว้ว่า "รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กควรเปิดโอกาสให้เด็กเข้าร่วมรายการ เพื่อให้เด็กได้แสดงออก และให้เด็กรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในรายการ" ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ชาญ จันทร์เจียวใช้ (2521) ที่ได้ศึกษาไว้ว่า "รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กควรให้เด็กได้ร่วมกิจกรรมในรายการ เช่น เล่นเกมส์ ร้องเพลงและแสดงความสามารถ"

ซึ่งรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีอยู่ในบ้านเรานั้น ก็ได้นำวิธีการเล่นตามแบบของ Caillois มาใช้ในรายการกันอย่างแพร่หลายมาก สามารถนำมายกตัวอย่างประกอบได้ดังนี้

รายการเกมยั้งคลิบ

เป็นรายการในลักษณะของเกมสโว์สำหรับเด็ก ที่นำลักษณะการเล่นแบบ Agon และ Llinx มาผสมผสานกัน เนื่องจากวิธีการเล่นเกมในรายการเกมยั้งคลิบมีการแบ่งผู้แข่งขันออกเป็นทีม แข่งกันตอบคำถามเพื่อหาผู้ชนะเข้าไปเล่นเกมสโว์ในรอบต่อไป และต้องใช้วิธีการในการตั้งความหวังที่จะได้รางวัลในรอบสุดท้ายด้วย โดยผู้แข่งขันต้องพยายามทำตามกฎกติกาที่รายการกำหนดให้ถูกต้องมากที่สุด เพื่อที่จะได้รับของรางวัลไปตามที่กำหนดไว้

รายการผิงน้อยโซ้ว

เป็นรายการนิตยสารทางอากาศ เพราะมีรูปแบบการเสนอรายการหลายวิธี เช่น การสนทนา การตอบปัญหา การเล่านิทาน การแสดงประกอบเพลง เป็นต้น โดยมีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการเชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ ในรายการเข้าด้วยกัน ซึ่งการที่รายการได้นำเอาวิธีการตอบปัญหาทางโทรศัพท์หรือการเล่านิทานเข้ามาใช้ในรายการ ก็เป็นการใช้เกณฑ์การเล่นประเภท Mimicry คือ เป็นการสมมติเหตุการณ์ต่าง ๆ ขึ้น เพื่อให้ผู้ชมหรือผู้ร่วมรายการเกิดความรู้สึกคล้อยตามไปในเหตุการณ์นั้น ๆ

รายการตรุษธรรม

มีการนำเสนอรายการในลักษณะต่าง ๆ คือ การบรรยาย การเล่านิทาน การสนทนา มีพิธีกรเป็นผู้เชื่อมโยงเนื้อหาสาระในช่วงต่าง ๆ ของรายการให้เข้ากันได้ดี สำหรับรายการตรุษธรรมนั้น มีวิธีการนำเสนอรายการที่เป็นเนื้อหาสาระนำความบันเทิงเป็นส่วนมาก เริ่มตั้งแต่ช่วงการสนทนาระหว่างผู้ใหญ๋กับเด็กในหัวข้อสาระต่าง ๆ ช่วงการแนะนำสถานที่น่าสนใจต่าง ๆ ใน

รูปแบบของสารคดี จะมีช่วงที่นำการเล่นเข้าใช้เพียง 2 ช่วงเท่านั้น คือการเล่านิทานประกอบภาพการ์ตูน ซึ่งเป็นการแสดงโดยสมมติเหตุการณ์โดย การนำเรื่องราวของนิทานมาทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามเนื้อหาของนิทานไป แต่ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของเทคนิคในการนำเสนอรายการด้วย ส่วนช่วงตอบคำถามทางโทรศัพท์นั้น เป็นการถามคำถามทิ้งไว้ในช่วงท้ายรายการ แล้วให้ผู้ชมทางบ้านแข่งกันโทรศัพท์เข้ามาตอบคำถามในรายการตามหมายเลขโทรศัพท์ที่ให้ไว้ในรายการ ซึ่งเป็นลักษณะของการเล่นแบบ Alea ที่อาศัยการเสี่ยงโชค การตั้งความหวังที่จะได้รับรางวัล และผลของการเล่นจะออกมาในลักษณะของผู้โชคดี ในที่นี้ก็คือผู้ชมที่สามารถโทรศัพท์เข้ามาได้ สามารถตอบคำถามได้ถูกต้อง และได้รับรางวัลจากทางรายการไป

รายการกล้าคิดกล้าทำ

เป็นรายการที่นำลักษณะการเล่นแบบ Mimicry มาใช้อย่างชัดเจนที่สุด คือเป็นการสมมติเหตุการณ์สร้างภาพลวงตาให้เด็กได้กระทำในสิ่งที่ตนเองคิด ซึ่งในสภาพความเป็นจริงแล้วเด็กทั่ว ๆ ไปไม่สามารถที่จะกระทำได้ โดยทางรายการเปิดโอกาสให้เด็กเขียนจดหมายเล่าความคิดของเด็ก ส่งเข้ามาในรายการ แล้วทีมงานจะพิจารณาคัดเลือกกรณีที่น่าสนใจมาผลิตรายการ วิธีการนี้ทำให้เด็ก ๆ ที่ดูรายการเกิดความสนใจที่จะคิดฝันตามจินตนาการของตนเองบ้าง แต่จากสภาพการณ์ในปัจจุบันปรากฏว่า รายการได้เสื่อมความนิยมลงเนื่องจาก กรณีตัวอย่างที่นำมาออกอากาศเกิดความซ้ำซาก และไม่น่าสนใจเหมือนตอนแรก ซึ่งเป็นจุดอ่อนของรายการประเภทนี้ เนื่องจาก ความใฝ่ฝันของเด็กในช่วงวัยใกล้เคียงกัน มักจะไม่แตกต่างกันมากเท่าใดนัก



รายการเจ้าขุนทอง

สำหรับรายการเจ้าขุนทองที่มีการนำเสนอด้วยบรรดา หุ่นมือ หุ่นเชิดทั้งหลาย มักจะใช้วิธีการเล่นในแบบ Mimicry โดยการใช้สื่อที่เป็นหุ่นลักษณะต่าง ๆ สมมติขึ้นมาแทนลักษณะและพฤติกรรมบางอย่าง เช่น ความเป็นไทย การออกเสียงชัดเจน ความคงแก่เรียน เป็นต้น ซึ่งลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ ถูกกำหนดให้เป็นลักษณะประจำของตัวหุ่นแต่ละตัว มีข้อน่าสังเกตว่า รายการเจ้าขุนทองเป็นรายการที่มีได้นำวิธีการเล่นในลักษณะอื่น ๆ นอกเหนือจาก Mimicry เข้ามาใช้เลย แต่รายการก็ได้รับความนิยมในระดับที่สูงพอสมควรทีเดียว

รายการหนูทำได้

เป็นรายการเกมส์โชว์สำหรับเด็กอีกรายการหนึ่ง ที่ใช้ยุทวิธินำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพิธีกร และใช้ลักษณะการเล่นแบบ Agon ผสานกับ Alea คล้ายกับรายการเกมยั้งคลีบ แต่รายการหนูทำได้ยังมีช่วงอื่น ๆ ในรายการเพิ่มเติม นอกเหนือไปจากเกมส์เพียงอย่างเดียว อีกทั้งลักษณะของเกมส์นั้น ได้พยายามเอาการละเล่นของเด็กเข้ามาผสมผสานด้วย คือท่าฉากในการแข่งขันให้คล้ายกับเกมส์บันไดงู

รายการบ่ตื้นน้อย

เป็นรายการที่มีลักษณะการนำเสนอรายการหลายรูปแบบ เช่น การเล่า นิทาน การเล่นเกม การตอบปัญหา ซึ่งเป็นรายการที่ได้นำลักษณะการเล่นตามแบบของ Caillois มาใช้มากที่สุดก็ว่าได้ คือ ลักษณะของการเล่านิทานในรายการ เป็นการเล่านิทานประกอบละครที่แสดงโดยเด็ก ๆ โดยจะมีฉากที่เหมือนจริงตามเนื้อเรื่องนั้น ๆ ซึ่งได้นำวิธีการเล่นแบบ Mimicry มาใช้โดยสมมติเหตุการณ์ในละครนิทานขึ้น เพื่อสร้างจินตนาการของผู้ชมให้คล้อย

ตามไปกับเนื้อเรื่องนั้น สำหรับด้านเกมส์การแข่งขันนั้นก็เป็นการผสมผสานระหว่างการเล่นแบบ Llinux และ Agon คือจะมีการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันเฉพาะผู้ชนะในเกมส์ มาแข่งขันในขั้นต่อนต่อไป และมีการแบ่งผู้เข้าแข่งขันออกเป็นทีม เพื่อหาทีมที่ชนะเลิศ โดยพิจารณาจาก ผลการแข่งขันที่บ่งชี้ว่าทีมใดเป็นผู้แพ้ทีมใดเป็นผู้ชนะ

รายการโลกของเด็ก

เป็นรายการเกมส์โชว์ของเด็กอีกรายการหนึ่ง ที่ดำเนินรายการโดยผู้ที่มีชื่อเสียง คือน้ำต้อย เข็มเบ้ นักพากย์การ์ตูนขวัญใจของเด็ก ๆ เป็นรายการที่รวมการแข่งขันในรูปแบบต่าง ๆ ตามลักษณะการเล่นของ Caillois ไว้อย่างครบเครื่อง เพราะมีการแบ่งทีมผู้แข่งขันแล้วแข่งขันตอบปัญหา เพื่อหาผู้ชนะเลิศไปรับรางวัลต่อในช่วงท้ายรายการ

ผู้ผลิตรายการเจ้าขุนทอง ออกอากาศทางช่อง 7 ได้กล่าวถึงวิธีการนำเสนอรายการว่า

"เราคำนึงถึงคนดูนะคะ เพราะคนดูเนี่ยเป็นเด็ก แล้วเด็กก็เป็นวัยที่ช่างคิดช่างฝัน ช่างจินตนาการ เราจึงพยายามสร้างสื่อต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อดึงดูดความสนใจจากเด็ก เช่น หุ่นมือ หุ่นเชิด รวมทั้งมีการแต่งเพลงขึ้นเฉพาะกิจทุกตอนเลย เด็ก ๆ จำไปร้องได้เยอะนะ มันเป็นส่วนหนึ่งของรายการทำให้เด็ก ๆ สนใจมาดูรายการ"

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในบ้านเรา ต่างก็พยายามนำกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับทฤษฎีการเล่น มาใช้เป็นเทคนิคในการนำเสนอรายการมากมายหลายวิธีด้วยกัน แต่ก็ไม่มีรายการใดที่ประสบความสำเร็จอย่างเด่นชัดจากกลวิธีในการนำเสนอรายการ ในทำนองกลับกันต้องอาศัยปัจจัยอย่างอื่นมาประกอบ

กันเกื้อกูลกันอย่างเหมาะสมลงตัว จึงสามารถส่งผลให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประสบความสำเร็จได้

2.2 เทคนิคการผลิตรายการ

จากการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เด็กนิยมนั้น ส่วนหนึ่งจะมาจากเรื่องของเทคนิคที่ใช้ในการผลิตรายการ โดยผู้ผลิตต้องพยายามใช้เทคนิคการผลิตรายการที่มีสีสันน่าสนใจ ทำให้เด็กไม่เกิดความเบื่อหน่ายง่าย เช่น การตัดต่อแบบฉับไว การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกทำตัวการ์ตูนหรือรูปภาพต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ เพราะรายการบางรายการได้ใช้วิธีการนำเสนอรายการที่น่าสนใจแล้ว แต่ยังคงขาดความทันสมัยในเรื่องเทคนิคการผลิตรายการ ก็ทำให้รายการลดความน่าสนใจลงไป บางรายการมีความเด่นตรงรูปแบบรายการแล้ว เทคนิคการผลิตรายการก็เป็นเพียงส่วนประกอบย่อย ๆ อีกอันหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้รายการดูน่าสนใจขึ้น

ผู้กำกับรายการครอบครัวธรรม ทางช่อง 5 กล่าวถึง เทคนิคการผลิตรายการของตนว่า

"รายการของเราใช้แอนิเมชัน (animation) เข้ามาช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ โดยเราทำเป็นการ์ตูนแบบไทย ๆ นะ วาดรูปภาพสวย ๆ ลงสีสด ๆ แต่มีขั้นตอนในการทำมาก ลองคิดง่าย ๆ แล้วกันว่า 1 วินาทีมี 25 เฟรม แล้วการ์ตูนเรายาว 5 นาที เราต้องมานั่งตัดต่อหนึ่งที่ละ 3-4 เฟรม เพื่อความละเอียดอ่อนของงาน กว่าจะเสร็จก็ใช้เวลาเพียงเฉยนะ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนในการผลิตรายการสูง แต่ทีมงานก็รู้สึกภูมิใจนะที่ได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้เด็กได้ดูกัน"

การที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจะคิดค้นและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจเข้ามาใช้ในรายการ เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมที่เป็นเด็กนั้น ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณอยู่มากทีเดียว เนื่องจากเทคนิคการผลิตในลักษณะดังกล่าวจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นกว่าการผลิตแบบธรรมดาตามาก จึงทำให้ผู้ผลิตรายการบางรายเท่านั้นที่จะสามารถสร้างสีสันจากปัจจัยนี้ได้

2.3 เนื้อหาสาระในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

เรื่องของเนื้อหาสาระในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการผลิตรายการเป็นอย่างมาก เนื่องจาก เด็กแต่ละวัยจะมีความสนใจในเนื้อหาที่แตกต่างกัน จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพบว่า ผู้ผลิตรายการมักจะตั้งกลุ่มเป้าหมายของรายการโดยใช้อายุของผู้ชมเป็นเกณฑ์ ส่วนมากจะเป็นเด็กที่มีอายุระหว่าง 3-12 ปี สามารถแยกลักษณะการนำเสนอและเนื้อหาในรายการออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ

1) เด็กที่อยู่ในวัย 3 - 5 ขวบ หรือเด็กนักเรียนในชั้นอนุบาล จะชอบรายการที่มีเนื้อหาและลักษณะการนำเสนอแบบง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน มีความใกล้เคียงกับชีวิตประจำวัน เช่น รายการบันเทิงคดี รายการเด็กดี รายการเจ้าขุนทอง รายการโลกใบจิ๋ว รายการผจญภัยไซ๋ว เป็นต้น

2) เด็กที่อยู่ในวัย 6-9 ขวบ หรือเด็กนักเรียนในชั้นประถมต้น จะชอบรายการที่เกี่ยวกับการแสดงออก เรื่องเหนือจริง แต่ไม่ชอบเรื่องที่มีความยาวมาก ๆ สามารถสอดแทรกสาระความรู้ได้มากขึ้น เช่น รายการตรูณธรรม รายการจิวแจ้วเจาะโลก เป็นต้น

3) เด็กที่อยู่ในวัย 10-12 ขวบ หรือเด็กนักเรียนในชั้นประถมปลาย จะชอบรายการที่มีเหตุผลมากขึ้น มีความใกล้เคียงกับชีวิตจริงมากขึ้น เริ่มสนใจ เรื่องที่มีความตื่นเต้น ผจญภัย เช่น รายการกล้าคิด กล้าทำ รายการเกมยิ่งคลับ รายการโลกของเด็ก รายการเสาร์ส์โมสร รายการหนูทำได้ เป็นต้น

สรุปได้ว่า เนื้อหาในการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการจะต้องคำนึงถึง ลักษณะและพัฒนาการในแต่ละช่วงของเด็กแต่ละวัยให้ดี เพื่อที่จะผลิตรายการ ได้ตรงตามความต้องการของเด็กให้มากที่สุด และนำมาซึ่งสำเร็จของรายการที่สามารถครองความนิยมในกลุ่มผู้ชมได้มากตามไปด้วย

3. งบประมาณ

จากการศึกษาลักษณะการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพบว่า เรื่องของงบประมาณที่ใช้ในการผลิตรายการเป็นปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการในหลายด้านด้วยกัน สำหรับการใช้งบประมาณในการผลิตรายการก็มีอยู่ด้วยกันหลายลักษณะคือ

3.1 ค่าเช่าอุปกรณ์ในการผลิต

เนื่องจากปัญหาที่ทางสถานีโทรทัศน์ไม่สามารถจะรองรับให้ผู้ผลิตรายการใช้อุปกรณ์ของสถานีได้ ผู้ผลิตรายการจึงต้องติดต่อขอเช่าอุปกรณ์จากบริษัทเอกชนด้วยตนเอง ซึ่งมีระบบการคิดค่าเช่าที่แพง การผลิตจึงต้องแข่งขันกับเวลาเพื่อประหยัดงบประมาณให้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังมีผลต่อการเลือกวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับงานด้วย เพราะราคาจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของการใช้งาน

ผู้กำกับรายการของรายการเด็กทางช่อง 3 รายหนึ่ง กล่าวว่า

"ทางรายการของเราไม่ได้ใช้อุปกรณ์ของสถานีนะ เพราะมันนัดคิวลำบาก เราเช่าอุปกรณ์ของเอกชนด้วยกัน ราคาก็เรียกว่าแพง ค่าเช่ากล้องวันละ 6-7 พัน ค่าห้องติดต่อชั่วโมงละเกือบพันบาท เราจึงต้องใช้คิวต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าที่สุด คือวางแผนให้ดี เช่ากล้องมาแล้วถ่ายให้คุ้มค่าที่สุด ถ้าเรารู้จักประหยัดมันก็ไม่เกินงบประมาณหรอก"

ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเช่าเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตรายการนับว่าเปรียบเสมือนหัวใจของการผลิตรายการก็ว่าได้ ทั้งนี้ เพราะความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่จินตนาการไว้ จะเกิดเป็นภาพจริงขึ้นมาได้ด้วย อุปกรณ์การผลิต

ที่ทันสมัย มีคุณภาพดี แต่เนื่องจากผู้ผลิตต้องประสบปัญหาเรื่องงบประมาณในการเข้าเครื่องมือดังกล่าว จึงทำให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตออกมาอาจด้อยคุณภาพไปจากจินตนาการที่วางไว้ได้

3.2 ค่าจ้างบุคลากร

บุคลากรที่มีความชำนาญในด้านการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก จะมีราคาค่าจ้างที่แพงกว่าปกติ ทำให้ไม่สามารถจะจ้างได้ในจำนวนที่มาก แต่ถ้าต้องการจ้างหลาย ๆ คน ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนมาจ้างบุคลากรที่มีความชำนาญน้อยลงมาตามลำดับ

แต่ถ้าเทียบระหว่างพนักงานประจำกับบรรดานักผลิตรายการโทรทัศน์อิสระทั้งหลายแล้วจะมีความแตกต่างกันอย่างมาก คือพนักงานประจำจะมีงานมากแต่ได้ค่าตอบแทนน้อย ส่วนนักผลิตรายการโทรทัศน์อิสระจะมีงานน้อยแต่ได้ค่าตอบแทนมาก เพราะส่วนมากจะเป็นการทำงานในส่วนที่สำคัญ ๆ ทั้งสิ้น แต่พนักงานประจำส่วนมากมักมีหน้าที่เตรียมงานเพื่อการผลิตเสียมากกว่า ซึ่งในประเด็นนี้เอง ที่ทำให้มีการเคลื่อนย้ายของบุคลากรค่อนข้างบ่อย โดยเฉลี่ยแล้วอาชีพทางสื่อสารมวลชนเป็นอาชีพที่มีการเปลี่ยนงานกันมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากลักษณะของชิ้นงานด้วย เช่น รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีสัญญาการเช่าเวลากับทางสถานีโทรทัศน์เพียงปีต่อปี เป็นต้น ดังนั้น ความมั่นคงแน่นอนของผู้ผลิตรายการก็มีเพียงปีต่อปีตามไปด้วย เมื่อสัญญาการเช่าเวลาผลิตรายการสิ้นสุดลง พนักงานบางคนก็อาจจะลาออกเพื่อไปทำงานกับหน่วยงานอื่น ๆ หรือเมื่อทำงานมาถึงจุดอิ่มตัวแล้ว ก็อาจจะต้องมีการเปลี่ยนงานใหม่ ทั้งนี้ เพราะอาชีพนี้ เป็นอาชีพที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา ผู้ที่อยู่ในอาชีพนี้จึงต้องมีการศึกษาหาข้อมูลใหม่ ๆ อยู่อย่างสม่ำเสมอ

พนักงานของบริษัทที่รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กรายหนึ่ง
กล่าวว่า

"เราเป็นเด็กจบใหม่ หน้าที่ที่รับผิดชอบก็คือประสานงานและเตรียม
การถ่ายทำ หรือที่เรียกกันว่า pre-pro ใจ อยู่ในบริษัทแบบนี้ก็ได้อย่างเสีย
อย่างค่ะ คือเป็นประสบการณ์ใหม่ มีโอกาสให้เราได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ แต่พูดถึง
รายได้กับความมั่นคงก็ไม่ค่อยดีค่ะ รายได้เราอยู่ในขั้นมาตรฐานของตำแหน่งนี้
เพียงแต่ถ้าเทียบกับพวกฟรีแลนซ์ (freelance) แล้วไม่ติดฝุ่นเลย เพราะพวก
เขาทำงานครึ่งนึงได้ค่าจ้างเท่ากับเราทำเดือนนึงแน่ะ คงเป็นเพราะชั่วโมงบิน
เขาสูงมั้ง ก็นึกเปรียบเทียบอยู่เหมือนกันนะ เพราะเราต้องมาเป็นเหมือนคนที่
คอยตอบสนองความต้องการของเข่อีกที คือมีความรู้สึกเหมือนกับว่าเขาสร้าง
ผลงานจากงานของเราอีกที"

ผู้ที่รับจ้างทำรายการเด็ก โดยรับค่าจ้างเป็นรายตอน กล่าวว่า

"เป็นฟรีแลนซ์ (freelance) มานานแล้วละ จะรับค่าจ้างเป็นตอน
โดยดูจากรายการว่าต้องทำงานมากแค่ไหนรายการยาวเท่าไร ถ่ายกี่วัน ตัดต่อ
กี่วัน มีการเตรียมงานอะไรให้บ้าง ราคาก็อยู่ในขั้นใช้ได้นะ อย่างเพื่อน ๆ กัน
นะ ทำแบบไม่ได้อะไรนะ รายการออกอากาศครึ่งชั่วโมง ถ่ายทำ 2 วัน ตัดต่อ
วันนึง ก็คิดค่าจ้างประมาณ 4-5 พันบาท แต่กว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ เราเองก็ต้อง
สั่งสมประสบการณ์มาจนโชกโชก เพราะใน 2-3 วันที่ทำงานนั้นเป็นความรับผิดชอบ
ที่เต็มตัวจริง ๆ ต้องคอยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าทุกด้าน เรียกว่าเจ้าของงาน
เขาจ้างเราแล้ว เราก็รับประกันเลยว่างานจะออกมาอย่างที่เขาคือต้องการแน่ ๆ
งบประมาณไม่บานปลาย เหมือนการจ้างมืออาชีพนะ ไม่งั้นเขาจะจ่ายแพงกว่า
ทำไหม"

เจ้าของบริษัทที่ผลิตรายการสำหรับเด็กรายหนึ่งกล่าวว่า

"พี่ชอบจ้างพวกที่มีประสบการณ์มากนะ จริงอยู่ว่าค่าตัวอาจจะแพงกว่าการจ้างพนักงานประจำหลายเท่า แต่เราก็ใช้วิธีจ้างเพียงคนสองคนต่อหนึ่งรายการ นอกนั้นเป็นพนักงานของเราคอยเตรียมการผลิตให้ คือพวกมืออาชีพพวกนี้จะใช้คิวได้คุ้ม วันนึงถ่ายได้หลาย ๆ ที่ เวลาตัดต่อก็ใช้เวลาไม่มากนัก ถ้าเป็นพวกมือใหม่ก็ตัดต่อที่เป็นวัน ๆ เลย แล้วลองคิดดูซิว่าค่าเช่าห้องตัดต่อเนี่ยชั่วโมงละเท่าไร คิดแล้วพวกมืออาชีพดีกว่านะ"

ถึงแม้ว่า ค่าใช้จ่ายสำหรับการจ้างนักผลิตรายการโทรทัศน์มืออาชีพจะมีราคาสูงกว่าพวกที่เพิ่งจบการศึกษาใหม่ ๆ หลายเท่า แต่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว ผู้ผลิตรายการมักจะเลือกจ้างพวกมืออาชีพมากกว่า ทั้งนี้ เนื่องจากสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตรายการได้ เพราะพวกมืออาชีพสามารถปฏิบัติงานได้ตามงบประมาณที่ตั้งไว้ได้อย่างเคร่งครัด

3.3 ค่าจ้างผู้ร่วมรายการ มูลค่าสิ่งของที่ใช้เป็นรางวัลในรายการ

ในปัจจุบันรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีมากมายหลายรายการด้วยกัน สภาวะการแข่งขันจึงค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของรางวัลในรายการนั้น จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เด็กมาร่วมรายการได้มากที่สุด ของรางวัลในรายการจะต้องมีมูลค่าที่มากพอ จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจให้เด็กสมัครเข้าร่วมในรายการได้ หากเป็นของรางวัลที่ธรรมดา ก็อาจจะต้องใช้วิธีการไปเสาะหาเด็กมาร่วมรายการเอง

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กรายหนึ่ง กล่าวถึงเรื่องมูลค่าของรางวัลในรายการว่า

"เมื่อก่อนนี่ตอนเราทำเกมส์ใหม่ ๆ ก็ยังหาสปอนเซอร์ (sponsor) ไม่ทันใจ พวกของรางวัลต่าง ๆ ก็มีน้อย ประกอบกับเกมส์ยังไม่เป็นที่นิยมของกลุ่มเด็ก ๆ เวลาจะหาเด็กมาแข่งขันกันที่นิงนะ ยิ่งกว้างมเติมในมหาสมุทรอีก เคยมีตอนแรก ๆ นะต้องใช้วิธีส่งจดหมายไปที่นิงเป็นร้อย ๆ โรงเรียนเลย มีที่ตอบรับมาแค่จำนวนสิบเอง คิดดูซิว่ามีมน่าน้อยใจขนาดไหน บางทีหาเด็กไม่ได้ ต้องไปเอาญาติ ๆ หลาน ๆ มาเล่น"

ในกรณีที่ของรางวัลมีมูลค่ามาก เช่น ตัวเครื่องบิน จะเกิดปรากฏการณ์ที่เด็ก ๆ แย่งกันสมัครเข้ามาอย่างมากมาย จนผู้ผลิตต้องสร้างกระบวนการคัดเลือกผู้สมัครอีกทีหนึ่ง

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กรายหนึ่งกล่าวไว้ในกรณีเดียวกันว่า

"มีช่วงนิงนะ ที่เราติดต่อกับสายการบิน แล้วได้ตัวเครื่องบินพร้อมกับอาหารและที่พักมาเป็นของรางวัลในรายการ เชื่อกันว่า พอเราประชาสัมพันธ์ออกไปเท่านั้นแหละ โอ้โฮ ไม่รู้ว่าเด็กมาจากไหนมดฟ้ามดดินกันไปหมด ทั้งจดหมาย ทั้งโทรศัพท์ ทั้งมาสมัครด้วยตนเอง เกมส์ก็เกมส์เดียวกันนะ แต่เด็กมากันเป็นร้อยหลายร้อย แต่เราต้องคัดเลือก 12 คน เพื่อแข่งเกมส์ ตอนนั้นต้องใช้วิธีกรอกใบสมัครแบบละเอียดนะ มีการสัมภาษณ์ดูบุคลิก ดูความรู้ ดูไหวพริบ ปฏิภาณ กว่าจะได้เด็กมาร่วมรายการ ก็เล่นเอาสัมภาษณ์กันเหนื่อยเลยแหละ"

เมื่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีสภาพการแข่งขันที่สูง ปัจจัยเรื่อง ของของรางวัลที่เด็กจะได้รับเมื่อมาร่วมรายการ จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญเท่าๆ กับปัจจัยอื่นขึ้นมาทีเดียว เพราะนอกจากเด็กและผู้ปกครองจะพิจารณาเข้าร่วมรายการโดยดูจากปัจจัยที่รายการเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ชมแล้ว ยังเลือกพิจารณาจากผลประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อเข้าร่วมรายการอีกด้วย

3.4 ค่าเช่าเวลาในการออกอากาศ

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการผลิตรายการของผู้ผลิตรายการก็คือ เรื่องของค่าเช่าเวลาสำหรับออกอากาศ ซึ่งมีราคาที่สูงมาก เพราะสถานีโทรทัศน์ส่วนมากจะคิดในอัตราเต็มเท่ากับรายการประเภทอื่น ทั้ง ๆ ที่ทราบดีว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมักไม่ค่อยมีผู้อุปถัมภ์รายการ บางครั้งค่าเช่าเวลาในการออกอากาศแต่ละครั้ง เป็นสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของต้นทุนการผลิตเลยทีเดียว ทำให้ผู้ผลิตต้องประหยัดงบประมาณในส่วนอื่นมาทดแทน ถ้าสถานีโทรทัศน์เล็งเห็นความสำคัญของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ก็อาจจะมีส่วนลดสำหรับค่าเช่าเวลาให้กับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กบ้าง จะทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ผู้ผลิตรายการก็สามารถนำงบประมาณที่เหลือไปใช้ประโยชน์ในส่วนของการผลิตรายการได้

อัจฉราพรอม ไพบูลย์สุวรรณ พิธีกรและเจ้าของเวลา หนูทำได้ ทางช่อง 7 กล่าวว่่า

"ค่าผลิตรายการตกรประมาณตอนละ 60,000 บาท และค่าเวลาออกอากาศอีกก้อนโต เฉลี่ยแล้วต้นทุนในการผลิตรายการจะไม่ต่ำกว่าตอนละ 150,000 บาท ซึ่งรายการหนูทำได้นั้นดำเนินรายการมาเป็นปีที่ 4 แล้ว มีสปอนเซอร์หลัก (main sponsor) อยู่ 3 รายคือ แพนต้า แบรินด์และโพลาริส ซึ่งก็พอจะพุงรายการไปได้บ้าง แต่ก็ไม่สร้างกำไร โดยเฉพาะในฤดูฝนนั้นจะขายโฆษณาได้เฉลี่ยประมาณ 1.5 นาทีเท่านั้นจากเวลาโฆษณาเต็ม 5 นาที"

เจ้าของรายการเด็กทางช่อง 9 กล่าวว่่า

"รายการของเราตัวต้นทุนที่สำคัญตัวนึงก็คือเรื่องค่าเช่าเวลา เพราะค่าเช่าที่แพง เกือบจะเท่ากับค่าจ้างที่เราจ้างผู้ผลิตรายการเลยนะ ที่สำคัญคือช่อง 9 เป็นสถานีที่ต้องมีการจ่ายค่าเวลาล่วงหน้าเป็นเดือน แต่รายการคุณต้องทยอยออกอากาศทีละตอน ๆ ยังไม่นับกรณีที่มีการงดออกอากาศอีกนะ เงินเรา

ไปจมอยู่ที่สถานีเยอะมาก ขนาดว่าการเป็นเจ้าของเวลาต้องมีการใช้หลักฐานทางการเงินจากธนาคาร มายืนยันสภาพมั่นคงด้านการเงินไปที่หนึ่งแล้วนะ เนี่ย ยังเรียกเก็บล่วงหน้าขนาดนี้"

ส่วนผู้ผลิตรายการทางช่อง 11 กล่าวว่า

"เรื่องของค่าเวลาออกอากาศของช่อง 11 ไม่โหดเหมือนสถานีอื่น เพราะช่อง 11 เป็นสถานีที่ไม่ได้มุ่งหวังด้านธุรกิจ แต่ก็มีข้อจำกัดว่าเราไม่อาจจะมีโอกาสได้ มันก็เลยเป็นเหมือนจับคู่กันได้อย่างพอดีพอดี"

สถานีโทรทัศน์บางสถานีได้กำหนดให้มีการจ่ายค่าเช่าเวลาล่วงหน้าหนึ่งเดือน และจะต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันในวงเงินที่สูงมาก

เจ้าของรายการเด็กทางช่อง 9 รายหนึ่งกล่าวถึงค่าเช่าเวลาว่า

"เป็นการใช้เงินในส่วนที่แพงที่สุดในการผลิตรายการเลยทีเดียว เวลาแค่ครึ่งชั่วโมงเนี่ย ราคาเป็นหมื่น ๆ เลยนะ แถมกว่าจะได้เวลามากก็ต้องวิ่งกันขาวิดเลยทีเดียว จับเส้นกันวันวายไปพักใหญ่ การจ่ายค่าเช่าเวลาก็ค่อนข้างเอาเปรียบเรานะ ให้เราจ่ายล่วงหน้าทั้งเดือน แล้วค่อยให้เราทยอยออกอากาศไปที่ละตอน เงินตั้งมากนะที่ไปจมอยู่กับสถานีนะ"

บางสถานีใช้วิธีการประมูลเวลา ซึ่งทำให้ค่าเช่าเวลาถีบตัวสูงขึ้นไปโดยอัตโนมัติ

เจ้าของรายการคนเดิมกล่าวต่อไปอีกว่า

"วิธีการได้มานะเหรอ ก็สถานีนี้เขาใช้วิธีการประมูล เราก็ต้องตั้งราคาใส่ซองไปประมูลกับคนอื่นเขา ใครให้ราคาสูงมาก ก็ได้เวลาช่วงนั้นไป"

เราก็ใส่ไปพอประมาณละ แต่ถ้ามากกว่านั้นก็ไม่ใช่แล้ว นี่ขนาดเรามีอำนาจต่อ
รองกับผู้อุปถัมภ์รายการทั้งหลายพอดีนะ ไม่งั้นเราจะเอาเงินจากไหนมารองรับ
ค่าเวลาตรงนี้ละ และถ้าเป็นผู้ผลิตรายการเล็ก ๆ ไม่รู้จะทำยังไงเหมือนกันนะ”

การเข้าเวลาสำหรับการออกอากาศนั้น ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่
สุดก็ว่าได้ เพราะเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะเผยแพร่งานทั้งหมด ที่ผู้ผลิตได้สร้าง-
สรรค์ขึ้นมาออกสู่สายตาของกลุ่มผู้ชม แต่ในปัจจุบันนี้แต่ละสถานีต่างก็มีช่วงเวลา
ในการออกอากาศสำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ผู้ผลิต
รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น จึงเกิดการแข่งขันกัน
เพื่อให้ได้มาซึ่งเวลาในการออกอากาศด้วยวิธีต่าง ๆ นานา ตามแต่ที่สถานี
โทรทัศน์จะยึดถือเป็นกฎ กติกา ซึ่งเป็นปัจจัยที่นำความลำบากมาสู่ผู้ผลิตรายการ
โทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดทีเดียว

จากการศึกษาพบว่า มีกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กบางราย
เช่น รายการดรูมธรรม เป็นต้น ที่พยายามหาวิธีแก้ไข โดยการออกหนังสือขอ
ความอนุเคราะห์จากสถานีในการขอส่วนลดสำหรับค่าเข้าเวลา ซึ่งก็มีบางช่วง
เวลาที่สถานียินยอมให้ส่วนลด ในขณะที่บางสถานีหาวิธีการแบ่งเบาภาระของผู้
ผลิตรายการโดยไม่คิดค่าเข้าเวลา แต่แบ่งเวลาในการขายโฆษณาในรายการ
ไปขายเอง เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นต้น ทั้งนี้ โดยวิธีการขาย
พร้อมกับโฆษณาในรายการสำคัญ ๆ ที่ทางสถานีขายโฆษณาเอง เช่น รายการ
ข่าวประจำวัน เป็นต้น

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ให้ได้ดีตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้น นอกจากจะต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ จากในองค์กรผู้ผลิตแล้ว ยังมีความจำเป็นต้องพึ่งพาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่แวดล้อมองค์กรผู้ผลิตอีกด้วย ซึ่งในที่นี้ก็มีปัจจัยต่าง ๆ อยู่หลายปัจจัยด้วยกัน คือ

1. ผู้สนับสนุนรายการ (SPONSOR)

สามารถกล่าวได้ว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแทบทุกรายการ จะประสบปัญหาด้านการขาดผู้สนับสนุนรายการที่เป็นปัจจัยหลัก ในอันที่จะได้รับงบประมาณมาใช้ในการผลิตรายการ โดยอาจมีความรุนแรงของปัญหามากน้อยต่างกันไป ตามแต่ศักยภาพของผู้ผลิตแต่ละทีม ซึ่งสภาพการณ์ของการขาดผู้สนับสนุนรายการนั้น มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบร่วมกันดังต่อไปนี้

1.1 ผลประโยชน์

ในการตัดสินใจลงโฆษณาในรายการใดก็ตาม แน่แน่นอนว่าผู้ประกอบการทั้งหลายก็ต้องหวังผลประโยชน์กลับคืนสู่สินค้า และบริการของตนให้มากที่สุด ทำให้เป้าหมายไปตกอยู่กับกลุ่มที่มีกำลังซื้อ หรือกลุ่มผู้ใหญ่ที่ทำงานแล้ว ซึ่งเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีผู้ประกอบการไม่มากนัก เพราะถ้าเป็นสินค้าของผู้ใหญ่เด็กก็ไม่อาจที่จะมีกำลังซื้อได้ หรือถ้าเป็นสินค้าสำหรับเด็ก ก็มักจะเลือกลงโฆษณาในรายการการ์ตูนมากกว่า

เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในท้องตลาดที่ไม่อาจจะลงโฆษณาในรายการเด็กกล่าวว่า

"สินค้าของเราเป็นสินค้าที่เด็กไม่สามารถมีกำลังซื้อได้อยู่แล้ว แต่ก็มีบ้างที่เราเลือกลงโฆษณาในรายการเด็ก เพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคมให้เด็กมีรายการที่ดี แต่ก็เป็นส่วนน้อยมาก เพราะเราต้องคำนึงถึงด้านธุรกิจของเราด้วย เราต้องเลือกลงโฆษณาในรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายของเราดูเยอะ เพื่อผลประโยชน์ทางการค้า"

ในกรณีที่มีการตัดสินใจลงโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ไม่ว่าจะในรูปแบบของสปอตโฆษณาหรือผู้สนับสนุนช่วงต่าง ๆ หรือการให้ผลิตภัณฑ์เป็นของรางวัลในรายการก็ดี ผู้อุปถัมภ์รายการส่วนมากก็มักจะต่อรองในทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถกระทำได้ ไม่ว่าจะเป็นการลดแลก แจก แถม เช่น ขอส่วนลด เป็นเปอร์เซ็นต์ ขอติดตราของสินค้า (LOGO) ขอวางตัวอย่างสินค้าในฉากหรือเวทีของรายการหรือบนชุดของพิธีกรหรือที่ไมโครโฟน ในขนาดและปริมาณที่มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ขอให้มีการกล่าวขอบคุณสินค้าและบริการที่สนับสนุนรายการ ขอให้สร้างเนื้อเรื่องในรายการเพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการ โดยให้เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาในรายการ เป็นต้น

เจ้าของผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กรายหนึ่ง กล่าวถึงการลงโฆษณาในรายการเด็กว่า

"เราลงโฆษณบ้างเหมือนกันในรายการเด็ก ก็มีทั้งแบบที่เป็นสปอตโฆษณา และให้ของรางวัลในรายการ แต่ก็ต้องมีส่วนที่มอบให้เป็นพิเศษแถมมาให้ เช่น เราต้องการให้มีภาพสินค้าของเราติดในฉาก หรืออาจมีข้อแม้ว่าให้ใช้สินค้าของเราประกอบฉาก ประกอบรายการ พวกเล่นเกมอะไรทำนองนี้"

ซึ่งทุก ๆ กรณีดังกล่าว ล้วนแล้วแต่สร้างความอึดอัดใจให้กับผู้ผลิตรายการมาก เพราะจะทำให้ภาพพจน์ของรายการถูกเปลี่ยนไป เป็นภาพพจน์

เพื่อธุรกิจเสียมากกว่า และในบางครั้งก็ผิดกฎระเบียบเรื่องการโฆษณาของทางสถานีโทรทัศน์ เช่น การโฆษณาแฝงในรายการ เป็นต้น ซึ่งก็เป็นภาระของผู้ผลิตรายการที่ต้องนำเทปรายการมาแก้ไข แต่หากเป็นกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ทางสถานีอาจตัดช่วงดังกล่าวทิ้งไปเลยก็ได้ หรืออาจมีการเตือนแบบเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจะมีผลตอนพิจารณาबंधรับผังรายการตอนปลายปี

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 9 รายหนึ่งกล่าวถึงลักษณะการโฆษณาแฝงว่า

"จริง ๆ แล้วก็อยากได้นะโฆษณาเนี่ย เพราะมันหมายถึงลมหายใจต่อไปของรายการเลขที่เดียว แต่ผู้อุปถัมภ์รายการบางรายก็ พอซื้อสปอตโฆษณาไป 1 นาที ก็จะต้องทั้งลด แลก แจก แถม ครบชุดเลย มีทั้งชอตติดโลโก้ (LOGO) ในฉากบ้างละ แถมยังต้องเอาขนาดใหญ่ ๆ ตำแหน่งที่เห็นชัดด้วยนะ เชื้อมัยบางครั้งคนดูยังนึกว่าเป็นรายการของผู้อุปถัมภ์รายการไปเลยนะ"

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 3 ที่ประสบปัญหาเดียวกันกล่าวว่า

"ก็มีบ้างเหมือนกันที่มาขอให้ใช้สินค้าของเราประกอบรายการ อย่างรายการเราจะมีการแข่งขันเกมส์ เขาก็ขอให้ใช้สินค้าของเราประกอบในเกมส์ด้วย แล้วจึงจะมาเป็นผู้สนับสนุนของรางวัลในเกมส์นั้น ซึ่งเราก็ต้องยอม"

ส่วนผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 5 กล่าวถึงปัญหานี้ว่า

"ลำบากใจเหมือนกันนะ เพราะคนดูจะมองว่าเราเอาเปรียบเด็ก รายการอะไรมีแต่โฆษณาแฝงเต็มไปหมด กระทั่งโฆษกยังต้องพูดขอบคุณในประสิทธิภาพของสินค้าอะไรทำนองนี้ กับทางสถานีเหอ ก็มีบ้างนะ เป็นบางครั้งก็คณะกรรมการเซ็นเซอร์อาจเห็นว่า ไม่ควรปล่อยออกอากาศ บางทีเราก็โดนเหมือนกันนะ ส่งเทปกลับมาให้ดูเฉลียงช่วงนั้น ช่วงนี้ออก บางทีก็มีหนังสือเตือนมา เราก็ต้องไปทำความเข้าใจกับผู้อุปถัมภ์รายการเค้าให้รู้เรื่อง"

การเลือกลงโฆษณาในรายการโทรทัศน์นั้นถือได้ว่าเป็นธุรกิจการแลกเปลี่ยนกันอย่างหนึ่ง ผู้ผลิตรายการก็จะได้เงินตอบแทนจากเวลาโฆษณา ส่วนผู้อุปถัมภ์รายการก็จะได้โฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตน ออกสู่สายตาของผู้บริโภค ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าต่างฝ่ายต่างต้องพยายามที่จะรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ส่วนตนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ จนบางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของอีกฝ่ายหนึ่งได้ แต่ตราบดีที่การผลิตรายการโทรทัศน์ยังมีความจำเป็นต้องพึ่งพาเงินจากค่าโฆษณาของผู้อุปถัมภ์รายการอยู่ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็ต้องพยายามหาหนทางประสานผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกันบนพื้นฐานในการผลิตรายการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วยเช่นกัน

1.2 การมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ของผู้อุปถัมภ์รายการ

โดยมากแล้ว ผู้อุปถัมภ์รายการที่ตัดสินใจลงโฆษณาในรายการใดก็ตาม ก็มักจะมีการร่วมกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ รูปแบบรายการ ไปจนถึงวิธีการนำเสนอรายการ กับบริษัทผู้ผลิตรายการนั้น ๆ เช่น ให้นำชื่อสินค้ามาเป็นชื่อช่วงของรายการ ใช้วิธีการโทรศัพท์เข้ามาตอบคำถาม หรือใช้สถานที่ของผู้อุปถัมภ์รายการเป็นสถานที่ในการถ่ายทำ ในการเล่นเกมส์ ทำให้รูปแบบของรายการถูกจำกัดด้วยสถานที่โดยปริยาย เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดอุปสรรคในการทำงานมาก จนบางครั้งถึงกับต้องเสี่ยงประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อกรณีนี้ก็มี

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 5 รายหนึ่งกล่าวถึงกรณีนี้ว่า

"มีผู้อุปถัมภ์รายการอยู่รายหนึ่งนะ ที่เราไปขอโฆษณาจากเขา เขาก็ดีละ อยากช่วยเรา แต่เขามีเงื่อนไขมานิดนึงคือต้องการให้มีชื่อสินค้าของเขาในช่วงหนึ่งของรายการ คือเขาคงอยากให้คนดูจำชื่อสินค้าของเค้าได้ อะไรทำนองนั้นนะ ทางครีเอทีฟ (creative) เราก็ต้องเอามาคิดช่วง เพื่อสนับสนุนเค้า คือมันเป็นการพบกันครึ่งทางนะ เพราะเราก็ไม่ได้เสียอะไรและไม่ได้เอาเปรียบคนคุณนะ เจ้าของสินค้าเขาก็แฮปปี้ (happy) มันก็ลงตัวดี"

ส่วนผู้ผลิตรายการเด็กรายการหนึ่งที่เจอกรณีเดียวกันนี้กล่าวว่า

"รายการของเราต้องการผู้อุปถัมภ์รายการหลัก เพื่อหล่อเลี้ยงรายการให้อยู่ได้พอดีเราไปคุยกับที่ (ชื่อผู้อุปถัมภ์รายการ) ว่าต้องการให้เขาเป็นสปอนเซอร์ (sponsor) ใหญ่ เขาก็ตกลงนะ แต่ก็มีเงื่อนไขผูกมัดเราอยู่หลายข้อ คือเขาต้องการให้รายการใช้สถานที่ของเขาเป็นสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งมันเป็นความยากลำบากอย่างมากที่เราต้องมาคิดรูปแบบรายการให้เหมาะสมกับสถานที่ของเขา แถมยังเป็นการเพิ่มงบประมาณของเราอีก เขาก็ได้ไปคุ้ม เพราะเป็นการใช้วัสดุสถานที่ตั้ง 30 นาทีต่อ 1 อาทิตย์นะ คิดเป็นเงินแล้วมันมากโขอยู่ ฝ่ายเราก็มาคำนวณดูว่ามันก็พอคุ้มกับค่าผลิตอยู่ ก็เลยต้องตกลงไป"

นอกจากนี้ ยังมีผู้อุปถัมภ์รายการบางรายมีวัตถุประสงค์ที่จะสนับสนุนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กอยู่แล้ว และบางรายก็ได้สนับสนุนเป็นประจำติดต่อกันมาเป็นเวลานาน จนกระทั่ง ได้รับรางวัลผู้สนับสนุนรายการดีเด่นก็มี เช่นปูนซิเมนต์ไทย สนับสนุนรายการ IQ 180 เครื่องดื่มเป๊ปซี่ มิรินดา สนับสนุนรายการจิวแจ้วเจาะโลก เป็นต้น ซึ่งก็เป็นปัจจัยที่ทำให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดังกล่าว สามารถออกอากาศได้นานกว่ารายการอื่น ๆ

ผู้อุปถัมภ์รายการบางรายอาจต้องการนำเสนอภาพพจน์ ให้กับสินค้าและบริการของตนอย่างชัดเจน โดยการตั้งเป็นงบประมาณสำหรับผลิตรายการขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งสามารถที่จะออกแบบลักษณะรายการ และวิธีการในการนำเสนอให้เหมาะสมกับเป้าหมายของตนมากที่สุด

การขอเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในรายการนั้น เป็นปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประสบอยู่ ซึ่งผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ก็จำเป็นต้องปรับลักษณะของการผลิตรายการให้

เข้ากันได้กับความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ ในขณะที่ต้องไม่สวนทางกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของรายการด้วย จึงนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไม่แพ้ปัจจัยอื่น ๆ เลย

2. บริษัทโฆษณา (ADVERTISING AGENCY)

ในปัจจุบันนี้ สินค้าส่วนมากจะมั่งบประมาณในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผ่านให้บริษัทโฆษณาดูแลการใช้งบประมาณนั้น ตั้งแต่การวางแผนเลือกสื่อ เลือกรายการที่จะลงโฆษณา ซึ่งบรรดาบริษัทโฆษณาทั้งหลาย มักจะใช้ข้อมูลจากจำนวนคนดูรายการ (RATING) มาเป็นตัวตัดสินในการเลือกลงโฆษณา โดยจะเลือกกลุ่มรายการโทรทัศน์ที่มี จำนวนคนดูรายการสูง ๆ ก่อนเสมอ

มณฑา มหพันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อโฆษณา ของบริษัท ฟาร์อีส แอ็ด-เวอร์ทีไทซิง จำกัด ให้ความเห็นว่า

"เงินที่ใช้ซื้อโฆษณานั้นเป็นของลูกค้า เอเจนซี (agency) มีหน้าที่ต้องใช้งบประมาณนั้นให้ได้ประโยชน์สูงสุด ความนิยมในรายการยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อสื่อโฆษณา จะต้องเลือกลงโฆษณาผ่านรายการที่ได้รับความนิยมในระดับที่น่าพอใจ เพื่อให้การโฆษณาถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด"

"เด็ก ๆ ก็เหมือนผู้ใหญ่ ที่ชอบดูรายการบันเทิงมากกว่ารายการประเภทอื่น รายการเด็กในปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบและการนำเสนอที่น่าสนใจมากขึ้น แต่ในเมื่อยังมีการ์ตูน ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของเด็กได้มากกว่า ใน

แง่ธุรกิจเราก็จำเป็นต้องเลือกโฆษณาผ่านรายการนั้น การจะซื้อโฆษณาหรือไม่ มิใช่เป็นการตัดสินคุณภาพรายการ เป็นหน้าที่ของทุกส่วนสังคมรวมทั้งรัฐบาลและสถานีโทรทัศน์ ที่จะต้องพยายามลดรายการบันเทิงจากผังรายการลงให้มีความสมดุลย์"

อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ พิธีกรและเจ้าของรายการหนูทำได้ ทางช่อง 7 กล่าวว่่า

"ภาวะการณ์ของรายการเด็กในปัจจุบันก็ยังไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมาเท่าใดนัก เพราะต้นทุนในการผลิตรายการสูงขึ้น แต่ในแง่การตลาดกลับไม่ได้ได้รับความสนใจจากสปอนเซอร์เท่าใด"

"รายการเด็กหรืออะไรที่เกี่ยวกับเด็กเป็นสิ่งสุดท้ายที่ผู้ใหญ่จนถึง คนทำรายการประเภทนี้ ต้องพยายามประคับประคองรายการไปเรื่อย ๆ โดยส่วนตัวแล้ว ที่ยังต้องทำรายการนี้อยู่ถึงแม้จะไม่มีกำไร เพราะมีความสุขและมีงานส่วนตัวที่สามารถพุงรายได้อยู่บ้าง"

สำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ซึ่งมีจำนวนผู้ชมทั้งหมดน้อยกว่า รายการประเภทอื่นอยู่แล้ว เมื่อตรวจสอบจำนวนผู้ชมรายการออกมาปรากฏว่่า เป็นรายการที่มีจำนวนผู้ชมต่ำเสมอ จึงเป็นการยากที่จะได้รับการจองเวลาโฆษณาในรายการจากบริษัทโฆษณา เว้นแต่กรณีพิเศษบางประการ เช่น รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก สามารถตอบสนองต่อแผนการโฆษณาสินค้าได้อย่างชัดเจนและได้ผล เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของผู้อุปถัมภ์รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
ทางช่อง 5 กล่าวว่า

"บริษัทของเรามีวัตถุประสงค์ที่ต้องการส่งเสริมให้เยาวชนไทยเป็นผู้
ที่มีความรอบรู้อยู่แล้ว พอดีรายการนี้เสนอรูปแบบรายการเข้ามา เราก็คิดว่ารับ
กับความต้องการของเรา เราก็เลยร่วมเป็นผู้สนับสนุนรายการ ตั้งแต่นั้นมาจน
ปัจจุบันก็หลายปีแล้ว คิดว่าคงสนับสนุนต่อไปนะ จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง
นโยบายนะ"

เกียรติสุดา ภิรมย์ ผู้ผลิตรายการเจ้าขุนทอง ทางช่อง 7 กล่าวว่า

"เราคงไม่สามารถจะทำรายการแนวนี้เองได้ เพราะลำพังค่าเช่า
เวลาออกอากาศก็หนักหนาสาหัสอยู่แล้ว เมื่อรวมกับค่าผลิตรายการ ค่าแรงงาน
ของคนทำงาน ก็เป็นภาระใหญ่เกินกำลัง เพราะว่าผู้อุปถัมภ์รายการจะพิจารณา
ด้านจำนวนของผู้ชมรายการเป็นหลักในการสนับสนุนรายการ และมักมองว่าเด็ก
ยังไม่มีกำลังซื้อ จึงมีสินค้าเด็กหลายชนิดไปลงโฆษณาผ่านรายการที่กลุ่มเป้าหมาย
เป็นผู้ปกครอง"

เป็นที่น่าสังเกตว่า การสำรวจหาปริมาณของผู้ชมรายการโทรทัศน์ใน
ปัจจุบันนั้น ไม่เคยมีการแสดงหรือเปิดเผยถึงลักษณะ วิธีการเก็บข้อมูลแต่อย่าง
ใด อย่างไรก็ตามเมื่อสำรวจปริมาณผู้ชมรายการทั่ว ๆ ไป เช่น ปกิณณะ ละคร
ฯลฯ ก็จะได้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่และยังได้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเพิ่มเติม
อีกด้วยเพราะเด็กเองก็สนใจที่จะดูรายการอื่นนอกเหนือจากรายการเด็กอยู่แล้ว
แต่ในทางกลับกัน เมื่อมีการสำรวจจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กก็จะ
พบแต่ผู้ชมที่เป็นเด็กเท่านั้นซึ่งมีจำนวนไม่มากอยู่แล้ว และยังไม่มีการผู้ชมที่เป็น
ผู้ใหญ่อยู่อีกด้วย จึงเป็นเหตุให้จำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก มีจํานวน
ที่ไม่มากเหมือนรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทางช่อง 9 ซึ่งประสบปัญหาเรื่อง
ของจำนวนผู้ชมรายการกล่าวว่า

"เรื่องเรตติ้ง (rating) นะ เหนือ เป็นสิ่งที่บั่นทอนคนทำงานมาก
เลยนะ ลองคิดดูง่าย ๆ ก็แล้วกันว่า ประชากรทั้งหมดมีเท่าไร เป็นเด็กเข้าไป
เท่าไร แล้วรายการเด็กเนี่ยก็มีแต่เด็กดู อาทิหนึ่งให้แบบเยอะ ๆ เลยก็ดาว
เดียว แต่รายการบันเทิงอื่น ๆ มีคนดูตั้งแต่เด็กยันผู้ใหญ่ ก็ขึ้นไปช้อาทิตย์ละ 3
ดาว 4 ดาว มันเป็นเรื่องที่เอามาเทียบกันได้ยากนะ"

"แล้วการสำรวจเรตติ้ง (rating) เนี่ยก็ทำอยู่ไม่กี่เจ้า ถ้าจะว่า
กันไปแล้ว ตัวเลขนี้สามารถเชื่อถือได้แค่ไหนมีใครรู้บ้าง เพราะไม่เคยมีการ
บอกถึงวิธีการสำรวจหรือรายละเอียดอะไรเลย แต่คงไม่สามารถหามาตรฐาน
ที่ดีไปกว่านี้แล้วมั้ง เอเจนซี (agency) ทั้งหลายถึงได้เชื่อถือเลขนี้กันนัก"

อย่างไรก็ตาม ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา มีการพิจารณารางวัลผล
งานดีเด่นทางโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ จากหลายสถาบันด้วยกัน ซึ่งก็ได้มีรางวัล
รายการโทรทัศน์ดีเด่นสำหรับเด็กรวมอยู่ด้วย และเป็นที่น่าสนใจที่ หลังจาก
รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กรายการใดได้รับรางวัลแล้ว ก็จะมีสภาพคล่องของ
การหาผู้สนับสนุนรายการดีขึ้นมาก เสมือนหนึ่งว่า รายการดังกล่าวได้ผ่านการ
ประกันคุณภาพจากสถาบันเจ้าของรางวัลนั้น ๆ มาแล้ว อันจะแสดงถึงคุณภาพ
สาระประโยชน์ของรายการ ซึ่งจากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า เป็นมุมมองจาก
ภาพพจน์ของรางวัลมากกว่าตัวเนื้อหาสาระจริง ๆ ของรายการนั้น ๆ จนใน
ระยะหลัง ๆ รายการใดที่ได้รับรางวัลก็มักจะนำจุดนี้มาเป็นจุดขายของรายการ
ตน เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับรายการของตนมากยิ่งขึ้น

เจ้าของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางช่อง 5 ซึ่งได้รับรางวัลรายการดีเด่นสำหรับเด็กกล่าวถึงอิทธิพลของรางวัลที่มีต่อรายการว่า

"รายการของเราเคยได้รับรางวัลรายการโทรทัศน์ดีเด่นสำหรับเด็กจากชมรมส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ หรือที่พวกเรารู้จักกันดีในชื่อของรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ก็มีความดีใจนะ ในฐานะของคนทำงานก็รู้สึกว่ายากหน่อย มันเกิดพลังขึ้นมา เป็นพลังที่มาจากกำลังใจที่รู้ว่ายังมีคนคอยดูแลผลงานของเราอยู่ ด้านของผู้อุปถัมภ์รายการก็เริ่มมีมากขึ้นนะ หลังจากที่รายการได้รับรางวัลแล้ว ชื่อเสียงของรายการเริ่มติดปากคนดู โฆษณาเริ่มขายง่ายขึ้น คือเวลาเราไปขายโฆษณาก็ไม่ต้องไปเริ่มต้นจากศูนย์ พวกเอเจนซี (agency) ก็จะมีพอรู้อยู่บ้าง อ้อที่ได้รายการเด็กดีเด่นใจ ทำให้เราขายโฆษณาอย่างหวังผลได้มากขึ้น"

เจ้าของรางวัลโทรทัศน์ทองคำรายการดีเด่นสำหรับเด็ก ทางช่อง 9 กล่าวว่่า

"ก่อนได้รางวัลนี้มา ทีมงานเราก็ผลิตรายการไปเรื่อย ๆ แต่พอได้รับรางวัลมาแล้วรู้สึกว่าจะอะไรหลาย ๆ อย่างมันดีขึ้น อย่างเช่นสถานีก็เริ่มเห็นความสำคัญของเรามากขึ้น เวลาไปส่งเทป เวลาไปติดต่อ จะได้รับความสะดวกมากขึ้น"

สรุปได้ว่า การวัดมาตรฐานของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในปัจจุบันนั้น ไม่ได้มีแต่เฉพาะการสำรวจความนิยมของผู้ชมแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีมาตรฐานจากรางวัลต่าง ๆ ที่สถาบันในสังคมร่วมกันกำหนดขึ้นมา ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงต่อการถูกวัดมาตรฐานนั้น ๆ ได้ แต่ต้องพยายามผลิตรายการของตนให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่บริษัทโฆษณา (advertising agency) จะได้เล็งเห็นความสำคัญ จนกระทั่งตัดสินใจซื้อเวลาโฆษณาในรายการ

3. สถานีวิเคราะห์

สถานีวิเคราะห์เป็นองค์กรสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่มีลักษณะการดำเนินงานธุรกิจแบบหวังผลกำไร (PROFIT ORGANIZATION) โดยรายได้หลักที่สำคัญซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของสถานีวิเคราะห์คือ รายได้จากการขายเวลาโฆษณาให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริษัทตัวแทนโฆษณาที่นำสินค้าหรือบริการมาลงโฆษณาในรายการต่างๆ ของสถานีวิเคราะห์

นอกจากนี้ สถานีวิเคราะห์ยังเป็นองค์กรที่มีปัจจัยต่างๆ หลายประการซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทั้งในลักษณะของนโยบายการบริหารงานของผู้บริหารแต่ละสถานีวิเคราะห์ ไปจนถึงเรื่องของเทคโนโลยีที่แต่ละสถานีวิเคราะห์นำมาใช้ด้วย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 นโยบาย

สถานีวิเคราะห์ในส่วนกลางทั้ง 5 สถานีวิเคราะห์ เป็นสถานีวิเคราะห์ที่ทำธุรกิจรายการโทรทัศน์เสีย 4 สถานีวิเคราะห์ ซึ่งในจำนวน 4 สถานีวิเคราะห์นี้เป็นสถานีวิเคราะห์ที่ปกครองแบบราชการและรัฐวิสาหกิจอยู่ 2 สถานีวิเคราะห์ โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้บริหารไปตามวาระของตำแหน่ง และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้บริหารสถานีวิเคราะห์แต่ละครั้ง สิ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลงตามไปก็คือ เรื่องของนโยบายที่จะนำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการอนุมัติผังรายการประจำปี เรื่องการพิจารณาระเบียบ กฎเกณฑ์ต่างๆ ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลต่อการกำหนดทิศทางของสถานีวิเคราะห์ว่าจะตั้งเป้าหมายไปในทางใด

เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ ช่อง 7 สี กล่าวถึงรายการเจ้าขุนทองว่า

"ช่อง 7 สี เราพยายามที่จะคืนกำไรคืนประโยชน์สู่สังคม ทางผู้ใหญ่ก็เล็งเห็นว่า เวลาช่วงเช้าก่อนเด็กจะไปโรงเรียนเป็นช่วงที่น่าจะให้เด็กได้รับ

สาระประโยชน์เล็ก ๆ น้อย ๆ จึงเป็นที่มาของรายการเจ้าขุนทอง ซึ่งจะเน้นเรื่องการใช้ภาษา โดยใช้ละครหุ่นเป็นสื่อหลักในการเสนอเนื้อหาของรายการ"

"เรามุ่งไปที่กลุ่มเด็กประถม ประถม 1-6 นั้น เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เพราะเด็กในวัยนี้กำลังมีพัฒนาการทางภาษา รายการของเราออกอากาศช่วง 7.15-7.45 ทำมานาน 3 ปีแล้ว ถ้าพูดถึงด้านการตลาดก็เรียกได้ว่า ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าไร แต่ทางสถานีก็จะยังคงรายการนี้ไว้เพื่อคั่นกำไรให้เด็ก ๆ"

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการบริหารงาน บางครั้งทางสถานีก็กำหนดขอบเขตให้กับผู้ผลิตรายการมากเกินไป เช่น มีการกำหนดว่าเนื้อหาสาระของรายการต้องเป็นไปในเชิงสร้างสรรค์ วิชาการ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคแก่การคิดวิธีการนำเสนอรายการได้ หรือบางครั้งอาจเปิดกว้างให้แก่ผู้ผลิตรายการจนเกินไป ทำให้ผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพที่มากเกินไป อาจเป็นผลต่อเนื้อหาสาระที่น่าเสนอให้ผู้ชมที่เป็นเด็กได้

ผู้ผลิตรายการเด็กรายหนึ่งซึ่งประสบกับการเปลี่ยนแปลงนโยบายจากเจ้าสถานีกล่าวว่า

"การผลิตรายการเนี่ย ปัจจัยตัวแรกที่ต้องมีสำหรับพีก็คือ เวลาออกอากาศนะ กว่าที่เราจะสามารถเข้าถึงผู้ใหญ่เพื่อขอเวลาได้เนี่ย มันก็เป็นสิ่งที่ยากเย็นมากแล้ว แต่ที่น่าปวดหัวกว่านั้นก็คือ เมื่อมีฤดูกาลโยกย้ายเกิดขึ้น ใ้เรา ก็ต้องไปปรับตัวตามการโยกย้ายไปด้วย คือคนที่เรารู้จักกลายเป็นอดีตไปแล้วไง เราก็จำเป็นต้องสานสายใยขึ้นใหม่ ซึ่งของอย่างนี้มันไม่ใช่เรื่องง่ายเลย แล้วพอมมีคนใหม่มา เขาก็ต้องสร้างผลงานของเขา เป็นการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่เลย นโยบายต่าง ๆ เปลี่ยนหมด เราก็ต้องทำตัวเป็นสนลูลมขี เปลี่ยนตามเข้าไป ที่ไปติดต่อผู้อุปถัมภ์รายการไว้ ก็ต้องวิ่งเปลี่ยนตามไปหมดเรื่องใหญ่มาก"

สำหรับการให้ความสำคัญกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น สามารถจะกล่าวได้ว่า เกือบทุกสถานียังไม่เห็นความสำคัญของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากเท่าที่ควร นับตั้งแต่ระดับผู้บริหารลงไปจนถึงเจ้าหน้าที่ จะเห็นได้ชัดจากจำนวนของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในแต่ละสถานี มีน้อยกว่ารายการประเภทอื่น ๆ มาก ช่วงเวลาที่ออกอากาศก็เป็นช่วงเวลาที่ ไม่เหมาะสม ไม่ใช่ช่วงเวลาที่มิดนินิยมดู ส่วนในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการผลิตรายการ ไปจนถึงการส่งเทปรายการเพื่อออกอากาศ ก็มักจะไม่ได้ได้รับความร่วมมือที่ดี โดยเจ้าหน้าที่จะใช้กฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดมากกำหนดบทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ในขณะที่รายการอื่น ๆ นั้นสามารถโอนอ่อนผ่อนผันได้ เช่น การส่งเทปรายการเพื่อตรวจพิจารณาก่อนการออกอากาศ 3 วัน เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่รับผลิตรายการโทรทัศน์รายหนึ่ง กล่าวถึงความสัมพันธ์กับสถานีว่า

"รายการเด็กหรือ โน่นเวลาไปติดต่อกับทางสถานี ก็จะเป็นพวกตัวเล็ก ๆ ไม่ว่าจะเรื่องอะไรนะ ส่งเทปเซ็นเซอร์ (sensor) รับเทปคืน ส่งสปอตโปรโมท (spot promote) ไม่ค่อยจะได้รับการเหลียวแล เคยมีครั้งนึงไปส่งเทปก่อนออกอากาศ 1 วัน ซึ่งมันผิดกฎ เราก็ทราบดี แต่มันจำเป็น และเราก็ไม่ได้ทำบ่อย โดนเจ้าหน้าที่เอ็ดเซ่แทบแย่ แต่ที่สำคัญคือ พอเรากำลังจะเดินออกมา ก็มีอีกรายการนึงที่ต้องออกอากาศเย็นนั้น เพิ่งเอาเทปมาส่ง แต่เจ้าหน้าที่ต้อนรับซึบสู้เหมือนเป็นรายการของตัวเองเลยนะ เราก็มาคิด เวลาจะเซ็นเซอร์ (sensor) ยังแทบจะไม่มีเลย แต่ไม่ยักโดนเอ็ดแบบเรา"

3.2 ผังรายการ

ในการออกอากาศแต่ละวันนั้น มีบางกรณีที่ต้องลด เพิ่ม เปลี่ยนแปลง และงดออกอากาศรายการบางรายการ โดยเอารายการพิเศษอื่น ๆ มาแทรกออกอากาศแทน ในบางครั้งกรณีเหล่านี้ก็เกิดขึ้นกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ซึ่งสร้างความเสียหายต่อระบบธุรกิจของผู้ผลิตรายการ เพราะหากในสัปดาห์นั้นมีโฆษณาเต็มหรือมีโฆษณาในปริมาณที่ผู้ผลิตรายการมีกำไร แล้วรายการไม่ได้ออกอากาศก็ทำให้ผู้ผลิตรายการเสียผลประโยชน์ทางธุรกิจไป ในกรณีที่มีการเลื่อนเวลาออกอากาศหรือลดเวลาออกอากาศแบบกระทันหัน ทำให้เด็ก ๆ ที่คอยชมรายการเกิดความสับสนและความไม่ต่อเนื่องในการชมรายการ

เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการที่ออกอากาศทางช่อง 5 รายหนึ่งกล่าวว่า "มีหลายครั้งที่รายการเราถูกงดออกอากาศ เพราะว่าทางช่อง 5 ต้องถ่ายทอดสดงานพิธีหรือกิจการของกองทัพบ้าง แต่รายการเราผลิตไปแล้วคือเวลาจะให้ส่งเทปก็บังคับให้ส่งล่วงหน้า เราก็จะต้องทำสต็อก (stock) รายการใช้มัย แต่เวลาจะงดรายการกลับแจ้งแบบกระทันหัน รายการบางตอนของเราผลิตเพื่อออกอากาศในช่วงเวลานั้นจริง ๆ แต่พอมางดเราก็ต้องเอาไปออกสัปดาห์ถัดไป เนื้อหาสาระมันก็ไม่ทันต่อเหตุการณ์แล้ว"

"ส่วนในด้านของโฆษณาก็มีบางนะที่เดือดร้อน บางตอนที่เราขายโฆษณาได้มากจนเรียกว่าพอมีกำไรนะ ก็เป็นอะไรที่เงินมาอยู่ตรงหน้าแล้ว แต่ยังคงว่ามาไม่ได้ เพราะรายการยังไม่ออนแอร์ (on air) เราก็ได้แต่เฝ้ารอเวลาชั ที่ไหนได้วันดีคืนดีก็มีโทรศัพท์จากสถานีบอกว่าอาทิตย์นี้ต้องของดนะ จะถ่ายทอดฟุตบอล โอ้โฮ เงินที่ลอยอยู่ตรงหน้าหายวับไปเลย เพราะเจ้าของสินค้าบางราย ไม่ยอมเลื่อนไปโฆษณาในสัปดาห์ถัดไป ต้องโฆษณาสัปดาห์นี้เท่านั้น มันเป็นความเสียหายทางธุรกิจอย่างมาก"

อีกประการหนึ่งที่สำคัญก็คือผังรายการจะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง
 ทุกปี เรียกว่าอายุสัญญาในการผลิตรายการแต่ละรายการนั้นสั้นเพียง 1 ปี
 ซึ่งเป็นผลให้ผู้ผลิตเกิดความล้มเหลวไม่แน่ใจในการที่จะลงทุนในส่วนต่าง ๆ โดย
 เฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของอุปกรณ์ถาวร เนื่องจาก ต้องใช้ต้นทุนสูงและไม่อาจ
 ถึงจุดคุ้มทุนได้ภายในระยะเวลาเพียง 1 ปี จึงทำให้ผู้ผลิตส่วนมากวางแผน
 การลงทุนเป็นปีต่อปีเช่นเดียวกัน และในบางสถานีมีการใช้วิธีการประมูลค่า
 เช่าเวลาออกอากาศ หากรายการใดให้ราคาสูงก็จะเป็นผู้ได้เวลาช่วงนั้นไป
 ทำให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไม่มีโอกาสที่จะได้เวลามาเหมือนรายการอื่น
 เพราะรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีกำลังทุนทรัพย์ต่ำ ไม่สามารถสู้ราคาการ
 ประมูลกับรายการประเภทอื่น ๆ ที่มีกำลังทางทุนทรัพย์สูง ๆ ได้

เจ้าของเวลารายการเด็กทางช่อง 9 รายหนึ่งกล่าวว่า

"เรื่องของสัญญาทางสถานีได้เปรียบกว่าเราเยอะ เป็นการถือไพ่ที่
 หนักกว่าอยู่ตลอดเวลา เพราะจะเซ็นสัญญาปีต่อปี ปีต่อปีนี้ยังดีนะ บางสถานี
 เล่นเซ็นทุก 3 เดือนเลย เพื่อเป็นการบังคับให้ผู้ผลิตปรับปรุงรายการอยู่ตลอด
 เวลา อาจอ้างว่าเพื่อผลประโยชน์ของคุณ แต่ผมว่ามันเป็นการตีกรอบที่แคบ
 เกินไปนะ เพราะการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ดีสักรายการหนึ่งเนี่ย คุณต้องใช้
 งบประมาณมากพอๆ มีทั้งการลงทุนระยะสั้นและการลงทุนระยะยาว เมื่อเรา
 รู้ตัวว่าจะมีอายุได้เพียงหนึ่งปี ใครจะไปกล้าลงทุนระยะยาว กว่าที่ดินทุนบาง
 ที่ 4-5 ปี แน่แน่นอนว่ารายการเด็กที่บ้านเรายังคงไม่ไปไหนไกลหรอก ถ้ายัง
 ให้ความสำคัญกันแค่นี้ ไม่มีเอกชนรายไหนมาทุ่มทุนให้ตลอดไป มันไม่ใช่เงินจำ
 นวนน้อย ๆ นะ แล้วจะมีสักกี่คนที่มั่งเงินถึงเงินถึงมาจ่ายอยู่ตลอด"

นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กบางรายการ ได้เวลาออกอากาศแบบสัปดาห์เว้นสัปดาห์ ซึ่งทำให้เด็กจ่ารายการไม่ได้ เพราะไม่ได้มีเป็นประจำทุกสัปดาห์เหมือนรายการอื่น และช่วงเวลาที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กออกอากาศนั้น ส่วนมากเป็นช่วงเวลาที่ไมดีนี่คือ 16.00-18.30น. ซึ่งเด็กส่วนมากยังเดินทางไม่ถึงบ้าน เป็นผลให้จำนวนผู้ชมรายการออกมาต่ำ ถ้าจะมองในแง่ของปริมาณเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เทียบกับปริมาณการออกอากาศทั้งหมดของสถานีโทรทัศน์แล้ว ก็นับว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีปริมาณของเวลาที่ออกอากาศน้อยกว่ารายการประเภทอื่น ๆ มาก

ผู้ผลิตรายการทางช่อง 5 รายหนึ่งกล่าวถึงเรื่องเวลาออกอากาศว่า "เรื่องเวลาที่เรามาได้มาเนี่ยเป็นแบบอาทิตย์เว้นอาทิตย์ เราทำรายการได้ลำบากมากนะ เพราะเด็กจะจ่ารายการเราไม่ค่อยได้ มีที่เป็นแพนกันจริง ๆ เท่านั้นแหละ แล้วในรายการเราก่อนจะจบ เราจะต้องพยายามบอกตลอดเลยว่าตอนหน้าพบกันเมื่อไร วันไหน เวลาไหน เพื่อให้เด็กจ่าได้ไง แต่พอเจอตอนออกอากาศก็ก็แยเหมือนกัน เราต้องเอารายการมาดูเสียงออก มาแก้ตัวหนังสือที่บอกวันเวลาใหม่หมด มันเป็นเรื่องที่ทางสถานีเป็นผู้ก่อนนะ แต่เราผู้ผลิตต้องเป็นผู้รับ แต่ยังไม่เท่ากับการที่รายการเราจะหายไปเลย มีครั้งนึงนะ เดือนนั้นเจอแจ็กพ็อต (jackpot) โบนัสสองครั้งเลย ก็เท่ากับว่าเดือนนั้นไม่มีรายการเร่ออกอากาศเลย นึกภาพดูซิ เสียหายหลายอย่างนะไม่มีรายได้เลย แต่รายจ่ายของเดือนนั้นยังต้องมี ต้องเปลี่ยนแปลงวุ่นวายไปหมด"

ความลำบากในเรื่องของผังรายการ ที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแต่ละรายการได้เป็นเจ้าของเวลานั้น ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการเช่นกัน ด้วยสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่ค่อนข้างสูง ยิ่งทำให้ผู้ผลิตรายการต่างต้องพยายามทำให้ผู้ชมสนใจรายการของตนมากที่สุด แต่บางครั้งปัจจัยเรื่องผังรายการ ก็เป็นเหตุสุดวิสัยเกินกว่าที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจะสามารถแก้ไขได้เพียงลำพัง

3.3 ช่วงเวลาออกอากาศ

ตั้งแต่เริ่มมีประกาศของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2525 ได้กำหนดให้เวลา 18.00-18.30 น. เป็นเวลาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และเวลา 16.00-18.00 น. เป็นเวลาของรายการที่มีคุณประโยชน์แก่เด็ก ต่อมาในปี พ.ศ. 2532 จึงมีการย้ายนโยบายดังกล่าวอีกครั้งหนึ่ง และกำหนดให้เวลา 18.30-19.00 น. ที่เคยเป็นช่วงเวลาประหยัดไฟฟ้า เป็นเวลาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

จะพบว่าในปัจจุบันรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนมากจะออกอากาศในช่วงเวลาตั้งแต่ 17.00-19.00 น. ในวันจันทร์-ศุกร์ ส่วนเสาร์-อาทิตย์มักจะอยู่ช่วงเช้า แต่ก็มียุ่่น้อยมาก ซึ่งหากพิจารณาถึงสภาวะการณ์ในปัจจุบันแล้ว ช่วงเวลาดังกล่าวไม่เหมาะกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเหมือน 11 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเด็กส่วนมาก โดยเฉพาะเด็กในกรุงเทพมหานคร ยังต้องอยู่บนท้องถนน ท่ามกลางการจราจรที่ติดขัด ไม่สามารถรับชมรายการที่ออกอากาศได้ เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กน้อยลงไปอีก จึงไม่ค่อยมีการลงโฆษณาตามไปด้วย

เจ้าของรายการเด็กทางช่อง 9 กล่าวถึงช่วงเวลาที่ยื่นเอกสารว่า "ทางเราก็พยายามที่จะขอเวลาที่ดีกว่านี้ คือเป็นช่วงเย็นกว่านี้ สักประมาณ 6 โมงเย็นไปแล้ว หรือช่วงก่อนข่าว แต่ก็ไม่ได้สำเร็จ ขนาดใช้วิธีให้ผู้บริหารของเราซึ่งก็รู้จักกับผู้บริหารของสถานีเป็นการส่วนตัวเจรจาให้ ยังได้มาแค่นี้เอง ซึ่งมันเป็นผลนะ กับหลาย ๆ อย่าง ทั้งจำนวนคนดู ทั้งการขายโฆษณา เยอะแยะไปหมดเลย"

สำหรับความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 11 รายการหนึ่ง กล่าวว่

"รายการของเราออกอากาศเดือนละ 2 ครั้ง สัปดาห์วันสัปดาห์นะ กับเด็กที่ดูรายการเธอ พี่คิดว่าถ้าไม่รักกันจริง เขาคงจะงงเหมือนกันนะ ว่ากันตามจริงใครจะมานั่งจำล่ะ ว่ารายการนี้มีทุกพฤษ์ที่ 1 และ 3 จริงมัย นี่ยังไม่นับวันที่ถูกงดออกอากาศอีกนะ อย่างถ่ายทอดรายการที่สำคัญ แน่نونว่ารายการเราก็ต้องงดไป จนกระทั่งเด็กบางคนนึกว่ารายการเราเลิกทำไปแล้ว"

ผู้ผลิตรายการเด็กอีกรายหนึ่ง กล่าวถึงการถูกย้ายเวลาในการออกอากาศว่า

"รายการของเราเกิดมาจากช่อง 3 ได้เวลาตอนเช้า วันหยุดเสาร์อาทิตย์ ก็เป็นเวลาที่เหมาะนะ นายเราก็ชอบ เพราะเด็กจะตื่นเช้า แต่พอมีความจำเป็นบางอย่างเกิดขึ้น เราก็ต้องระเห็ดมาอยู่ที่ช่อง 9 ในช่วงเวลาตอนเย็น ๆ อย่างนี้ 5 โมงกว่า เด็ก ๆ ยังอยู่บนรถกันเลย คนดูคงจะน้อยลงไป แต่ก็ยังดีนะที่มีที่ลง ไม่งั้นก็ไม่มีรู้จะทำยังไงเหมือนกัน"

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยในเรื่องของช่วงเวลาในการออกอากาศ เป็นสิ่งจำเป็น ที่จะทำให้รายการโทรทัศน์มีจำนวนผู้ชมมากหรือน้อย ขณะเดียวกันผู้ผลิตรายการก็ไม่อาจเลือกสรรเวลาได้ตามต้องการ แต่จะต้องขึ้นอยู่กับ การพิจารณาจากผู้บริหารของทางสถานีโทรทัศน์ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการที่องค์กร ผู้ผลิตรายการเป็นองค์กรที่ไม่สามารถผลิตและส่งออกอากาศได้เองด้วย

3.4 บุคลากรของสถานีโทรทัศน์

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนมาก มักจะประสบปัญหาในการ ประสานงานกับบุคลากรของสถานีโทรทัศน์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือ ในการใช้อุปกรณ์ ห้องส่ง การถ่ายทำ ไปจนถึงการตัดต่อ ทั้งนี้ อาจเนื่องมา จากสาเหตุหลายประการด้วยกัน เนื่องจาก สถานีโทรทัศน์บางแห่งมีระบบการ บริหารงานแบบราชการ เป็นผลทำให้บุคลากรขาดความกระตือรือร้นในการทำ งาน หรือบางครั้งก็รับบุคลากรเข้ามาทำงานด้วยงบประมาณค่าตอบแทนที่จำกัด ทำให้ได้บุคลากรที่มีศักยภาพในการทำงานต่ำ งานที่ได้ออกมาจึงไม่ค่อยมีสีสัน มากเท่าที่ควร บางครั้งบุคลากรก็ขาดความตรงต่อเวลา ทำให้เกิดปัญหาในการ ผลิตรายการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทางสถานีเป็นอย่างมาก

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 3 รายการหนึ่งกล่าวว่า

"รายการของเราที่ออกอากาศทางช่อง 3 ก็ไม่ค่อยประสบปัญหาใน เรื่องของบุคลากรมากนัก เพราะทางช่อง 3 มีนโยบายว่า ให้เวลาออกอากาศ มาแล้ว เราต้องหาบริษัทผลิตรายการเอาเอง โดยช่อง 3 แบ่งเวลาโฆษณา ของเราไปเป็นค่าเวลา เราจะประสานงานกับช่อง 3 แค่ตอนส่งเทปออกอากาศ เท่านั้น"

เจ้าของรายการเด็กทางช่อง 11 ที่ประสบปัญหาเรื่องบุคลากร
กล่าวว่า

"เรามักประสบปัญหาเวลาไปอัดเทปที่ช่อง 11 นะ และที่เราต้องใช้
อุปกรณ์ของช่อง 11 ก็เพราะเป็นเงื่อนไขของการผลิตรายการร่วมกัน เราเลย
อัดเทปกันที่สถานี ใช้ห้องส่งของสถานี แต่พอเราเจอคนของสถานีเข้าที่นี้ ก็
แทบอยากจะไปเสียเงินจ้างเอกชนทำ ปัญหามันเยอะ อย่างนี้อัดเทป 10 โมง
เด็กก็แต่งชุดมาเตรียมรอแล้ว ฝ่ายจากฝั่งจะขึ้นฉากเข้ามา กว่าที่ทุกอย่างจะ
พร้อมก็ปาเข้าไปใกล้เที่ยงแน่ๆ ก็ต้องพักทานข้าวเที่ยง แล้วคิดดูซิว่าเด็กต้องมา
รอ ร้อนก็ร้อน แต่ละคนแต่งหน้าแต่งชุดกันมาเรียบร้อยแล้วทั้งนั้น"

"พอทานข้าวเสร็จ ก็จะไปรอจนที่งานมาครบ เข็ม็มายิ่งกว่าจับปู
ใส่กระดองอีก พอรอไปประเดี๋ยวคนนั้นก็จะบ่นว่าทำไมเพื่อนยังไม่มา จั้นเดี๋ยวมานะ
เดี๋ยวเพื่อนมาแล้วไปตามนะ คือจะเป็นอย่างนี้ ลองคิดดูซิว่าถ้าจะครบ จะปวด
หัวขนาดไหน"

"เรื่องฝีมือก็เป็นไปตามราคานะ คืออย่างของรายการเราส่วนมากที่
อัดเทปที่นี้ก็จะเป็นการแสดงของเด็ก ประเภทเต้น ๆ รำ ๆ ธรรมดา เวลา
ถ่ายก็ใช้กล้อง 3 ตัว กว่าที่จะสำเร็จต้อง 3-4 เทค (take) ขึ้นไป นี่ขนาดซ้อม
ให้ดูรอบนึ่งนะ ที่เทค (take) นะไม่ใช่เด็กเราเทค (take) นะ พวกเจ้าหน้าที่
ที่ทำผิดพลาดเทค (take) กันเอง กล้องจับภาพไม่ทันบ้าง ผู้กำกับรายการทำผิด
บ้าง ซึ่งมันเสียเวลา เปลว ๆ นับไปนับมาจะเสียมากกว่าจ้างเอกชนทำอีกนะ"

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 5 กล่าวถึงกรณีบุคลากรว่า

"ก็เคยมีปัญหาบ้างเหมือนกันนะ ตอนแรกเราก็ใช้ทีมถ่ายทำของทาง
สถานีนะ แต่พอประสบปัญหาความล่าช้า ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นบ่อย เลยทำให้

เราตัดสินใจจ้างเอกชนมาทำ มันตัดปัญหาจุกจิก สบายใจกว่า อาจจะเปลืองงบประมาณไปอีกนิด แต่คิดแล้วคุ้มกับหลาย ๆ อย่าง"

ดังที่กล่าวไป ในเรื่องของปัจจัยในองค์กรผู้ผลิตรายการแล้วว่าปัจจัยเรื่องบุคลากรในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะว่าหากบุคลากรขาดคุณภาพแล้ว ก็ย่อมส่งผลถึงคุณภาพของรายการด้วย สำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรของทางสถานี ในการผลิตรายการนั้นจึงประสบปัญหาเดียวกัน หากบุคลากรของสถานีเป็นบุคลากรที่ขาดคุณภาพ

3.5 รูปแบบขององค์กร

สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้อำนวยการสถานี จะทำหน้าที่เพียงการบริหารงาน และควบคุมการปฏิบัติงานขององค์กรเท่านั้น แต่ไม่สามารถจะไปเป็นผู้ปฏิบัติงานในบางขั้นตอนได้ ลักษณะขององค์กรมีความสลับซับซ้อน มีการกระจายงานไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่เฉพาะเจาะจงลงไป โดยอาศัยอำนาจในการบริหารซึ่งจะขึ้นตรงต่อส่วนบริหารที่อยู่ในระดับสูงกว่าไปตามลำดับชั้น บางสถานีมีทีมผู้บริหารในรูปของคณะกรรมการ เพื่อร่วมตัดสินใจในการบริหารองค์กรทั้งหมด

สถานีโทรทัศน์ทุกสถานีจะมีลักษณะการจัดองค์กรแบบเป็นทางการ (formal organization) คือจะมีการแบ่งงานกันทำ (division of labour) มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และระบุมารับผิดชอบของคนในองค์กรไว้ มีศูนย์รวมอำนาจอยู่หลายจุด เพื่อที่จะควบคุมให้คนในองค์กรทุ่มเทการทำงานไปสู่เป้าหมายให้ได้ และคอยตรวจสอบผลงานขององค์กรอยู่เสมอ หากมีความจำเป็นก็จะปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรเสียใหม่ เพื่อประสิทธิภาพของการทำ

งานที่ต่ำขึ้น มีการสลับสับเปลี่ยน โยภย้าย เลื่อนตำแหน่งตัวบุคลากรในองค์กร โดยพิจารณาบุคคลที่มีความสามารถเข้ามาแทนที่

สถานีวิจัยในประเทศไทยทั้ง 5 สถานะนั้น มีสถานีวิจัยในประเทศไทยที่วิจัยช่อง 3 และสถานีวิจัยที่กองทัพบกช่อง 7 ที่มีระบบการบริหารองค์กรแบบเอกชน เพราะเป็นการดำเนินธุรกิจโดยภาคเอกชนรับสัมปทานมาจากหน่วยงานราชการ ส่วนสถานีวิจัยที่กองทัพบกช่อง 5 และสถานีวิจัยที่ประเทศไทยช่อง 11 เป็นการบริหารองค์กรแบบราชการ โดยช่อง 5 เป็นข้าราชการที่สังกัดกองทัพบก แต่ช่อง 11 เป็นข้าราชการที่สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ และสถานีวิจัยช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นเพียงสถานีวิจัยแห่งเดียวที่บริหารองค์กรแบบรัฐวิสาหกิจ

ซึ่งรูปแบบของการบริหารองค์กรแต่ละแบบ ก็จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป รวมทั้งจะมีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันออกไปด้วย สำหรับสถานีวิจัยที่บริหารงานแบบเอกชน ก็จะมีผลคล่องตัวในการทำงานค่อนข้างสูง ผลตอบแทนที่ได้ก็จะสูงกว่าราชการ เพราะสถานีวิจัยสามารถทำอะไรในธุรกิจมาเลี้ยงตัวเองได้ ทำให้สถานีวิจัยนั้น ๆ สามารถที่จะพัฒนาทั้งทางด้านของบุคลากร และอุปกรณ์ในการผลิตได้คล่องตัวกว่า การขยายเครือข่าย หรือการกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ตั้งแต่ผังรายการ รูปแบบรายการต่าง ๆ ก็ทำได้ดีกว่า คล่องตัวกว่า โดยไม่ต้องมีนโยบายมาขวางกั้นมากเท่าระบบราชการ ส่งผลให้รายการที่น่าเสนอทางสถานีนี้ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง

หากเป็นองค์กรที่มีระบบการบริหารแบบราชการ ก็จะประสบปัญหาไม่ต่างไปจากระบบราชการในองค์กรอื่น ๆ คือเจ้าหน้าที่มักจะไม่มีความกระตือรือร้นในการทำงานต่ำ ผลตอบแทนที่ได้ไม่มากนัก การทำงานเป็นไปอย่างเชื่องช้า

และด้อยประสิทธิภาพ ขาดความทันสมัยในเรื่องเทคโนโลยี เพราะสถานีต้องอาศัยงบประมาณจากงบประมาณแผ่นดินในแต่ละปี ถึงแม้สถานีจะมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจมา แต่ก็ยังเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก เพราะว่าเป็นสถานีที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรอย่างเดียว อีกทั้งในการทำงานก็ต้องทำเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล เสมือนเป็นกระบอกเสียงให้รัฐบาล การกำหนดผังรายการต่าง ๆ รูปแบบรายการต่าง ๆ ต้องผ่านกระบวนการทางราชการที่ค่อนข้างซับซ้อน และไม่ทันต่อการปรับปรุงรายการของสถานีอื่น ๆ รายการที่ออกอากาศทางสถานีนี้จึงมักได้รับความนิยมนจากผู้ชมรองลงมา

สำหรับสถานีที่เป็นรัฐวิสาหกิจก็ค่อนข้างที่จะลอยตัว เนื่องจากเป็นการทำธุรกิจเพื่อเลี้ยงตนเอง โดยสามารถทำกำไรส่งกลับคืนสู่รัฐบาลได้ ซึ่งมีบางกรณีที่เกิดการขาดทุนรัฐบาลก็จะเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุน

เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง กล่าวถึงลักษณะการจัดองค์กรของตนว่า

"ทำงานที่นี้มา 10 กว่าปีแล้ว รู้สึกว่าค่อนข้างชินกับระบบ หรือระบบมันกลืนเราไปแล้วก็ไม่รู้ ก็ช้ากว่าที่อื่น จะทำอะไรก็เขียนโครงการ ตั้งเบิกงบประมาณ ตรวจสอบ อนุมัติ กว่าจะเดินหนึ่งสื่อครบทุกขั้นตอน โครงการก็ล่าสมัยไปแล้ว ทำไงได้ล่ะ มันเป็นที่ระบบนะ ผมคิดว่าในเมืองงานขององค์กรเป็นงานแบบนี้ ซึ่งต้องแข่งขันกับเวลา ต้องมีความสด ใหม่ เพื่อให้คนดูได้รับแต่ข่าวสารที่ทันสมัย มันไม่น่าจะใช้ระบบนี้มาบริหารนะ น่าจะเป็นแบบยืดหยุ่นได้ มีอิสระในขอบเขตที่พอเหมาะ ไม่ต้องถูกจำกัดด้วยกฎเกณฑ์มากนัก ถ้าจะดีนะ"

เจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ที่มีเครือข่ายมากที่สุดกล่าวถึงองค์กรของตนว่า

"ทำไมใคร ๆ มักคิดว่าที่นี่ดีเสียจริง ต้องดูก่อนว่าใช้อะไรเป็นเกณฑ์ ถ้าบอกว่าประสบความสำเร็จทางธุรกิจอาจจะจริง แต่ถ้าบอกว่าสถานีได้กำไรเยอะ พนักงานเงินเดือนเยอะด้วย มันไม่เป็นเช่นนั้น พนักงานที่นี่เงินเดือนไม่มาก ผู้รัฐวิสาหกิจยังไม่ได้เลย เพราะเขามีค่าล่วงเวลา ของเรามีแต่การทำงานล่วงเวลา ไม่เคยรู้จักค่าล่วงเวลาเลย เรื่องการตัดสินใจอะไรอาจจะเร็ว เพราะเป็นการตัดสินใจของคนคนเดียว คิดเอง ตัดสินเอง ที่ยังทำอยู่ที่นี้ เหมอ ก็คงเพราะชื่อเสียงนะ เราอยู่เพื่อสร้างฐานให้ตัวเราก่อน พอถึงเวลาที่ เราต้องไปตามเส้นทางที่เปิดกว้างไว้ เราก็คงต้องไป"

สรุปได้ว่า ลักษณะขององค์กรที่ผลิตรายการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะ เป็น องค์กรผู้ผลิตรายการ หรือสถานีโทรทัศน์ก็ตาม ต่างก็ประสบปัญหาในเรื่องของ การบริหารงานในองค์กรเหมือนกัน หากการบริหารงานในองค์กรเป็นไปตามสาย งานบังคับบัญชา ก็จะทำให้ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ เพราะงาน ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของข่าวสาร ซึ่งมีความ จำเป็นต้องมีความสด และทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ ดังนั้น จึงต้องการลักษณะการ บริหารงานแบบยืดหยุ่น มีการกำหนดขอบเขตการตัดสินใจในระดับใดระดับหนึ่ง เพื่อจะทำให้การปฏิบัติงานลุล่วงไปด้วยคุณภาพของผลงานที่ดีได้

3.6 เทคโนโลยี

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ต่อผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หลายอย่างด้วยกัน เพราะนอกจากธุรกิจการผลิตราย การโทรทัศน์จะเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วมากแล้ว ยังส่งผลให้โทรทัศน์เป็น สื่อที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารมากอีกด้วย



เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประหยัดเวลาในการทำงาน ประหยัดแรงงาน ลดค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ มีความคล่องตัวในการทำงานสูง อีกทั้งทำให้รายการที่ผลิตออกมามีประสิทธิภาพมากขึ้น มีความน่าสนใจด้วยเทคนิคแปลก ๆ ใหม่ ๆ มากขึ้น

สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะมีเครื่องมืออยู่อย่างจำกัด เพราะอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละอย่างมีราคาสูงมาก ดังนั้น อุปกรณ์ต่าง ๆ จึงมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในการผลิตรายการ สถานีโทรทัศน์ก็ไม่สามารถรองรับต่อความต้องการในการผลิตรายการได้ทั้งหมด ผู้ผลิตรายการส่วนมากจึงเลือกใช้บริการของบริษัทเอกชนด้วยตนเอง สำหรับผู้ผลิตรายการบางส่วนที่ต้องอาศัยอุปกรณ์ของสถานีโทรทัศน์นั้นก็ต้องรับเร่งผลิตรายการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายอื่น ๆ ได้มีโอกาสเข้ามาใช้บริการบ้าง ทำให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายการที่ออกอากาศ

ผู้ผลิตรายการเด็กทางช่อง 9 กล่าวถึงเรื่องเทคโนโลยีของสถานีว่า "บริษัทของเราไม่ได้อาศัยเครื่องมือหรืออุปกรณ์ของสถานีเลย เราเช่าจากเอกชนด้วยตนเอง พิจารณาตัดปัญหาไปเลยดีกว่า เพราะถ้าใช้ของสถานีแล้วต้องร่นวายุเรื่องเวลานัดหมาย เช่าเครื่องมือได้มันลงตัวกว่าวันละ 5-6 พันบาท อยากถ่ายวันไหนก็ถ่ายได้ อีกอย่างลูกค้าก็เป็นคนชอบให้รายการมีเทคนิคพวกพลิกภาพเยอะ ๆ ปรู๊ดปร๊าด ๆ นั้นแหละ เขาชอบ เขาบอกว่าเด็ก ๆ ดูแล้วจะได้ไม่เบื่อ ที่นี้ใช้เจ้าปรู๊ดปร๊าด ๆ เนี่ยในสถานีมันไม่มี เราต้องเช่าจากข้างนอก แต่ก็ราคาแพงเหมือนกัน"

นอกจากในเรื่องของปริมาณแล้ว ยังมีข้อจำกัดเรื่องความทันสมัยของเทคโนโลยีด้วยพบว่า สถานีโทรทัศน์ส่วนมาก โดยเฉพาะที่บริหารระบบแบบราชการ มักจะมีเครื่องมือที่ไม่ทันต่อสมัยนิยม เพราะการเบิกจ่ายงบประมาณแต่ละครั้ง ต้องทำอย่างเป็นขั้นเป็นตอน และงบประมาณที่ได้ก็อยู่ในขอบเขตจำกัด จึงไม่สามารถที่จะตามความล้ำยุคของเทคโนโลยีได้ทัน รายการที่ออกมาจึงมีความโฉบเฉี่ยว ทันสมัยน้อยลง แต่บางสถานีที่บริหารแบบระบบเอกชนสามารถนำผลกำไรที่ได้ในแต่ละปีมาพัฒนาความก้าวหน้าของเครื่องมือต่าง ๆ ได้ ทำให้รายการต่าง ๆ ดูมีสีสันขึ้นมาบ้าง แต่ก็ยังไม่สามารถเทียบเท่ากับบริษัทของเอกชนที่ให้บริการทางด้านนี้โดยเฉพาะ เนื่องจากการลงทุนที่มีจุดคุ้มทุนได้เร็ว หากมีผู้ใช้บริการมากพอ และบริษัทเอกชนเหล่านี้ก็มักจะเปลี่ยนแปลงเครื่องมือไปตามเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำไปเรื่อย ๆ อยู่เสมอ ทำให้รายการที่ใช้เครื่องมือของบริษัทเอกชน มีรูปแบบรายการที่โฉบเฉี่ยวกว่า ทันสมัยกว่าและน่าสนใจกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กด้วยแล้ว เทคนิคพิเศษ (SPECIAL EFFECT) ต่าง ๆ นั้นมีความสำคัญในการนำเสนอรายการให้มีสีสัน เป็นอย่างมากทีเดียว

4. ภาวะเบี่ยงของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ในสภาพสังคมปัจจุบันนี้ กฎ กติกา ที่ได้ตั้งกันไว้ อาจไม่ทันต่อเหตุการณ์และไม่สามารถนำมาใช้ได้เหมาะสมเหมือนสมัยก่อน ช่วงเวลาของการเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กอาจต้องยืดหยุ่นให้มากขึ้น โดยอาจจะปรับให้เป็นเวลาใดก็ได้ที่เด็กสามารถจะชมรายการได้อย่างมีประโยชน์มากกว่า

บันทึก สนธิสัญญา ได้กล่าวไว้ในเอกสารการสัมมนาเรื่อง การส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2525 ณ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ว่า

"กบว. ท่านได้กำหนดนโยบายมาว่า ขอให้สถานีโทรทัศน์ทุกช่องบรรจุรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทุกวันในเวลา 18.00 น. "จอมเกเร" (ละครโทรทัศน์สำหรับเด็กในขณะนั้น-ผู้เขียน) ก็เลยได้ออกอากาศตอนแรกเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2524 ในเวลาประมาณ 17.50-18.25 น. โดยที่หัวหน้าฝ่ายจัดรายการของสถานีเธอเป็นผู้เลือกเรื่องให้"

ซึ่งช่วงเวลาที่รัฐบาลกำหนดมาให้ ก็เป็นช่วงเวลาที่มีคนดูมากไม่ใช่ช่วงเวลาที่เหมาะกับผู้ปกครองรายการได้ลำบาก แต่นั่นเป็นสภาพความจริงเมื่อเกือบ 10 ปีมาแล้ว แต่ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมทั้งหลายรอบตัวเราได้เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ที่เห็นได้ชัดคือเรื่องการจราจร 10 ปีก่อนหน้านั้นเวลา 18.00 น. เด็กก็เดินทางถึงบ้าน ทำการบ้านเรียบร้อยแล้วพร้อมที่จะรับสารบบเทิงจากสื่อโทรทัศน์ได้ดีกว่าปัจจุบัน แต่ในปัจจุบันเด็กต้องออกจากบ้านตั้งแต่ตี 4 ถึง ตี 5 แล้วไปนอนหลับที่โรงเรียน ต้องรับประทานอาหารเช้าในรถระหว่างทางที่ผู้ปกครองพาไปส่งโรงเรียน สำหรับช่วงเย็นหลังเลิกเรียนกว่า

จะกลับมาถึงบ้านได้ ก็เป็นเวลากว่า 18.00 น. ไปแล้ว ซึ่งบางครั้งเด็กต้องทำการบ้านจากในรถระหว่างทางกลับบ้าน เมื่อเด็กถึงบ้านก็เหนื่อยล้าเต็มที่แล้ว ศักยภาพที่จะรับสาระบันเทิงต่าง ๆ จากโทรทัศน์จึงมีเหลือน้อยเต็มที่

นอกจากกฎกติกา เกี่ยวกับระเบียบด้านช่วงเวลาของการออกอากาศแล้ว กบว. ยังได้ออกกฎของวิธีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ออกมาด้วยซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ว่าด้วยวิธีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2523

สำหรับเวลาในการโฆษณานั้น กบว. กำหนดให้สถานีวิทยุโทรทัศน์โฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที

วิธีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ยังมีกฎเกณฑ์อีก คือ

รายการที่ออกอากาศต่ำกว่า 30 นาที	โฆษณาได้ไม่เกิน 2 ครั้ง
รายการที่ออกอากาศ 30 นาที	โฆษณาได้ไม่เกิน 3 ครั้ง
รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ 31-40 นาที	โฆษณาได้ไม่เกิน 4 ครั้ง
รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ 41-50 นาที	โฆษณาได้ไม่เกิน 5 ครั้ง
รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ 51-60 นาที	โฆษณาได้ไม่เกิน 6 ครั้ง

เป็นที่น่าสังเกตว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเกือบทุกรายการจะเข้าข่ายรายการที่มีเวลาออกอากาศไม่เกิน 30 นาที จึงสามารถโฆษณาได้ไม่เกิน 3 ครั้ง ด้วยเวลา 5 นาที ในบางครั้งส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการขายโฆษณาและการกำหนดรูปแบบรายการได้เช่นกัน เช่น บางรายการอาจไม่มี

โฆษณาเข้า หรือมีโฆษณาเข้าเพียง 3 สปอต แต่ต้องโฆษณา 3 ครั้ง (เพราะถ้ารายการไม่หยุดโฆษณาเดี๋ยวกว่าจะเกิดความเบื่อได้) ดังนั้น ในแต่ละช่วงของการโฆษณาบางครั้ง ก็ใช้สปอตโฆษณาตัวเดียวกันติดกันหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้ได้เวลาโฆษณาตามที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงปริมาณของโฆษณาในรายการได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กบางรายการ ที่ให้สปอตโฆษณากับผู้อุปถัมภ์รายการโดยไม่คิดมูลค่า เพื่อต้องการให้รายการดูเหมือนว่ามีโฆษณาเต็ม ทั้งนี้ เพื่อผลทางธุรกิจบางประการ เช่น ให้ผู้อุปถัมภ์รายการบางรายที่ขาดข้อมูลเข้าใจว่า รายการนี้โฆษณาเต็มน่าจะพิจารณาลงโฆษณาบ้างหรือบางกรณีเป็นการกระทำเพื่อให้รายการคู่แข่งเกิดความเข้าใจผิด คิดว่ามีโฆษณาเต็มแต่ความเป็นจริง เป็นการโฆษณาแบบแลกเปลี่ยนด้วยสิ่งของจากผู้อุปถัมภ์รายการกับเวลาโฆษณาเท่านั้น

รายการโทรทัศน์ทุกรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทุกสถานี ต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการที่รับผิดชอบก่อนออกอากาศเสมอ ทั้งนี้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำเสนอสิ่งที่ไม่ดีไม่งามไปสู่สายตาของผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ชมรายการที่เป็นเด็กและเยาวชน สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะมีคณะกรรมการคอยพิจารณา ตรวจสอบตราเนื้อหา สาระ ไปจนถึงวิธีการนำเสนอรายการให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบที่มีการบัญญัติไว้

หน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบรายการโทรทัศน์ทุกรายการ คือคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือที่รู้จักกันในชื่อของ กบว. ซึ่งรายละเอียดในแง่ของการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพนั้น ก็ยึดหลักว่า ไม่มีการโฆษณาแอบแฝง ไม่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรม ไม่เป็นเรื่องที่มอมเมาเยาวชน เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง ที่มีหน้าที่คอยตรวจพิจารณารายการต่าง ๆ กล่าวว่า

"วิธีการตรวจพิจารณาก็คือ จะเอาเทปโทรทัศน์มานั่งดูกัน แล้วตรงไหนที่ไม่เหมาะสม ก็จะมีคำสั่งให้ผู้ผลิตรายการรับทราบและแก้ไข หากมีสิ่งที่ไม่เหมาะสม เราก็เตือนเป็นเรื่องเป็นราวตามความหนักเบาของกรณี"

สำหรับกรณีที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กถูกตรวจพบ ส่วนมากจะเป็นเรื่องของการโฆษณาแอบแฝง เพราะผู้อุปถัมภ์รายการต้องการให้มีการโฆษณาให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ แต่ด้วยความที่ผู้ชมรายการโทรทัศน์เป็นเด็ก ซึ่งยังขาดดุลพินิจในการเลือกรับรู้สิ่งต่าง ๆ จึงต้องมีการควบคุม ดูแล ขนาด ปริมาณ และลักษณะของการโฆษณาในรายการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยคณะกรรมการจะพิจารณาจากการดูเทปโทรทัศน์ที่ส่งมาตรวจสอบก่อนการออกอากาศ ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตรายการที่จะต้องนำส่งเทปโทรทัศน์ให้คณะกรรมการได้ตรวจพิจารณา ก่อนออกอากาศเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน หากมีการแก้ไขเกิดขึ้น ทางคณะกรรมการก็จะแจ้งให้ผู้ผลิตรายการรับเทปโทรทัศน์กลับไปแก้ไขได้ทันการออกอากาศ

ผู้ตรวจพิจารณารายการโทรทัศน์ ของสถานีโทรทัศน์ที่มีรายการเด็กมากที่สุด กล่าวว่า

"สำหรับการตรวจพิจารณารายการเด็ก เรื่องที่พบเห็นว่าไม่เหมาะสมไม่ควร ส่วนมากจะเป็นเรื่องของพวกเขาแอบแฝง เช่นว่าพิธีกรพูดสรรพคุณของสินค้าบริการออกมา หรือมีการซ่อนตัวหนังสือในรายการ ซึ่งเราก็จะให้เอาเทปกลับไปแก้ไข แต่ถ้าแก้ไขไม่ทัน เราก็จะจัดการตูดเสียงหรือตัดภาพช่วงนั้น ๆ ออกเสียเอง และมีหนังสือตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษรไปถึงผู้ผลิตรายการ กรณีอื่น ๆ ที่เจอบ่อยก็เรื่องเวลาเกิน คือรายการครึ่งชั่วโมงเนี่ย เนื้อรายการจะ

เหลือประมาณ 22-23 นาที แต่บางรายการตัดมาตั้ง 25 นาที เราก็ต้องตัดรายการทิ้งไป เมื่อรายการดำเนินมาถึงนาทีที่ 23 ซึ่งมันก็ทำให้รายการเสียอรรถรสไปบ้าง แต่เพื่อเป็นการรักษาเวลาโดยรวมเอาไว้ มันก็จำเป็น"

เป็นที่น่าสังเกตว่า การพิจารณาเทปโทรทัศน์นั้น แต่ละรายการควรที่จะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาเป็นผู้ตรวจสอบ แต่ในปัจจุบันเท่าที่ถือปฏิบัติกันมาก็จะใช้เจ้าหน้าที่ของสถานีเพียงไม่กี่ท่านเท่านั้นเป็นผู้พิจารณารายการ ซึ่งมักจะประสบปัญหาว่าไม่สามารถที่จะตรวจพิจารณารายการต่าง ๆ ที่จะออกอากาศได้ครบทั้งหมด บางรายการก็ใช้วิธีการพิจารณาเทปโทรทัศน์อย่างคร่าว ๆ เท่านั้น

ผู้ตรวจพิจารณารายการโทรทัศน์ของสถานีแห่งหนึ่งกล่าวว่า

"วันหนึ่งก็ตรวจรายการอยู่หลายรายการมากนะ ลองคิดง่าย ๆ ก็แล้วกันว่าวันหนึ่งเนี่ยสถานีมีรายการออกอากาศตั้งกี่ชั่วโมง ซึ่งเราก็ต้องมานั่งดูเทปนั้นทั้งหมดก่อนออกอากาศใช่ไหม ถึงแม้ผู้ผลิตจะส่งมาให้ตรวจก่อนออกอากาศ 3 วันก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติแล้วก็ดูกันไม่ทันหรอก ส่วนมากจะอาศัยความเคยชินกับรายการ ว่ารายการนี้พอช่วงนี้จะเป็นเกมส์ ช่วงนี้เป็นตอบคำถามช่วงนี้มีพุดชอບคุณสปอนเซอร์ แล้วก็ใช้วิธี search เทปดูกันแบบเร็ว ๆ และก็หยุดดูเป็นจุด ๆ เหมือนส่มตัวอย่างเอานั่นแหละ"

ลักษณะของการปฏิบัติต่อรายการที่ผิดระเบียบจะขึ้นอยู่กับลักษณะของความผิด เช่น ถ้าหากมีการตัดต่อเนือรายการมาเกินเวลาที่กำหนด อาจออกเป็นจดหมายเตือนในครั้งแรก หากมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้นอีก ก็จะใช้วิธีตัดรายการออกไปเลยเมื่อออกอากาศได้ครบเวลาที่กำหนดไว้ หรือบางครั้งเป็นความผิดที่เกี่ยวกับภาพและเสียงในเนื้อหาารายการ สถานีอาจจะตัดเสียงบางช่วงออกไปกรณีที่ร้ายแรงก็คือตัดทั้งภาพและเสียงในช่วงนั้น ๆ ออกไปทั้งหมด และที่ร้าย

แรงที่สุดคือการไม่อนุญาตให้ออกอากาศทั้งรายการ แต่สำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแล้ว ส่วนมากจะเป็นการผิดกฎระเบียบที่ไม่ร้ายแรงนัก

5. นโยบายของรัฐบาล

จากการศึกษาพบว่า ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน โดยรัฐบาลได้ดำเนินการลงนามในสนธิสัญญาเกี่ยวกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน การจัดทำแผนพัฒนาต่าง ๆ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าสิ่งที่รัฐบาลได้ดำเนินการไปเป็นเพียงการกล่าวถึงนโยบายอย่างกว้าง ๆ โดยไม่ได้กำหนดวิธีการและรายละเอียดในทางปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน ส่งผลให้หน่วยงานของรัฐนำมาปฏิบัติได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร คือ

1. ปฏิญญาเพื่อเด็กไทย พ.ศ. 2533

รัฐบาลได้ประกาศใช้ปฏิญญาเพื่อเด็ก พ.ศ. 2533 อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2534 และให้หน่วยงานที่ดำเนินการเกี่ยวกับเด็ก ทั้งภาครัฐและเอกชน คือเป็นแผนนโยบาย การดำเนินการเพื่อพัฒนาเด็กไทย โดยใช้สภาวะความต้องการพื้นฐานและบริการสำหรับเด็ก (สพด.) เป็นแนวทางสาระสำคัญ

2. การลงนามเป็นภาคีสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กขององค์การสหประชาชาติในปี 1989

รัฐบาลได้ลงนามเป็นภาคีสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กขององค์การสหประชาชาติในปี ค.ศ. 1989 เพื่อให้ความคุ้มครองสิทธิของเด็กในด้านร่างกายและสวัสดิภาพ ตลอดจนการคุ้มครองด้านการศึกษาและสังคมแก่เด็ก

3. จัดทำแผนพัฒนาเด็กและเยาวชน

เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาเยาวชนเสเพลติด โรคเอดส์ การบริการ
สาธารณสุข

นอกจากนี้ ยังมีการระบุเรื่องของการพัฒนาเยาวชนของชาติไว้ใน
กฎหมายรัฐธรรมนูญด้วย

ในมาตรา 62 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2521
ได้ระบุไว้ว่า "รัฐพึงสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาเยาวชนของชาติ ให้เป็นผู้
มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายจิตใจและสติปัญญา เพื่อประโยชน์ในการพัฒนา
เศรษฐกิจ และสังคมเพื่อความมั่นคงของรัฐ"

นอกจากรัฐบาลจะเห็นความสำคัญและสนใจในเรื่องปัญหาของเด็กแล้ว
ด้านสถาบันการศึกษาซึ่งเป็นองค์กรที่สำคัญทางสังคม ก็ได้สนใจศึกษาปัญหานี้ใน
ประเด็นของการกำหนดกฎหมายและมาตรการเกี่ยวกับสื่อมวลชนเพื่อเด็ก โดยมี
การสัมมนาในเรื่องกฎหมายและมาตรการเกี่ยวกับสื่อมวลชนเพื่อเด็ก เมื่อวันที่
22-23 พฤษภาคม 2524 ณ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งมีข้อ
สรุปที่สำคัญดังนี้

1. ควรสนับสนุนให้มีการจัดโทรทัศน์ในระหว่างเวลา 18.30-20.00
น. ต่อไป เพราะสอดคล้องกับนโยบายประหยัดพลังงานของรัฐบาล [ช่วงนั้น
เกิดวิกฤติการณ์ด้านพลังงาน รัฐบาลต้องการให้สถานีโทรทัศน์งดออกอากาศ
ระหว่าง เวลา 18.00-18.30 น. : ผู้เขียน] และเพื่อสร้างความสัมพันธ์
อันดีในครอบครัวระหว่างช่วงที่ชมโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้เด็กได้มี
พัฒนาการที่ดีขึ้น

2. ควรระบุในรัฐธรรมนูญให้ชัดเจนในเรื่องของนโยบายในการคุ้มครองสิทธิเด็ก และแก้ไขเพิ่มเติม บทกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องสื่อมวลชนกับเด็กให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึง

3. ควรเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน ที่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องการควบคุม ตรวจสอบ และลงโทษสื่อมวลชนที่ประพฤติไม่เหมาะสม โดยวิธีเพิ่มจำนวนบุคลากรและหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมไปถึงปรับปรุงลักษณะการบริหารงานการจัดองค์กรใหม่

4. ควรใช้สื่อมวลชนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอย่างจริงจัง ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งการสนับสนุนทางตรงและทางอ้อม

สรุปได้ว่า นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีหลากหลายมาก แต่ยังคงขาดความชัดเจนในเนื้อหาและวิธีปฏิบัติ จึงทำให้มีผลกระทบต่อการจัดทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทั้งทางตรงและทางอ้อม

6. เด็กที่มีส่วนร่วมในรายการ

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนมากจะมีเด็กเข้ามามีส่วนร่วมในรายการในหลายลักษณะ เช่น เป็นผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้แสดง เป็นต้น ซึ่งศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของเด็กก็มีจำกัด บางครั้งในขณะที่บันทึกเทปโทรทัศน์ อาจต้องมีการซักซ้อมหรือใช้เวลามากกว่าปกติ เด็กหลาย ๆ คนจะมีอาการของการกลัวแสดงออกน้อยลง เมื่อมาอยู่หน้ากล้องโทรทัศน์ ทั้ง ๆ ที่ในเวลาซ้อมสามารถทำได้เป็นอย่างดี

ผู้กำกับการแสดงละครในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก กล่าวถึงกรณีนี้ว่า

"เด็กบางคนที่เราทำการคัดเลือกมาเล่นละครเนี่ย เวลาซ้อม เวลาตัดตัวก็เล่นได้ดีมากเลย จำบทแม่นมาก แสดงได้ถึงบทถึงบาทเหลือเกิน แต่พอมาเจอเข้ากับฉากจริง ไฟจริง กล้องจริงปั๊บ กลายเป็นคนละคนไปเลย เล่นไม่ออก เล่นไม่ได้ เราก็พยายามปลอม พยายามให้ปรับตัว บางรายใช้เวลาสักพักหนึ่งก็หาย บางรายนี่สิ เล่นไม่ได้เอาเสียเลย ทางเราก็ต้องแก้ปัญหา อาจเปลี่ยนบทให้น้อยลง หรืออาจสลับตัวละครกัน ก็พยายามแก้ปัญหาให้ได้มากที่สุด แต่เท่าที่เจอมาก็ยังไม่ร้ายแรงมากถึงขนาดอัดเทปไม่ได้นะ"

มีบางกรณีที่ได้นัดหมายกันไว้อย่างเรียบร้อยแล้ว แต่พอถึงกำหนดการที่จะถ่ายทำจริง เด็กบางคนอาจจะไม่มาตามนัด เพราะเกิดความกังวล ความเครียด เช่น กลัว เกร็ง ไม่กล้า จนถึงขั้นไม่ยอมมาตามเวลาที่นัดหมาย บางครั้งทำให้การเตรียมงานในฉากนั้น ๆ ต้องยกเลิกไปโดยปริยาย ทำให้เสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นอย่างมาก

ผู้ควบคุมการผลิตรายการเด็กทางช่อง 9 รายหนึ่งกล่าวว่า

"รายการของเราเป็นการแข่งขันตอบปัญหา ซึ่งก็ต้องใช้เด็ก 3 คน มาแข่งกันเพื่อหาผู้ชนะเลิศในวาระเนี่ย เราจะอัดเทปประมาณ 4 เทป ก็ใช้เด็ก 12 คน ซึ่งมาจากต่างชั้นเรียนกันนะ ต้องนัดเด็กมาให้พอดีกับจำนวนที่จะแข่ง ของแบบนี้มันนัดเพื่อไม่ได้ ถ้ามีตัวสำรองไว้ แต่ตัวจริงเกิดมาครบ คนที่เป็นตัวสำรองก็เสียความรู้สึกใช้มี่ย มีครั้งหนึ่งที่นัดเด็กไว้แล้ว เด็กเกิดป่วยกระทันหันโดยไม่โทรมาบอกเราเลยนะ ทางเราก็รอแล้วรอเล่า จนกระทั่งรอไม่ได้เลยต้องใช้วิธีไปหาเด็กที่อยู่ชั้นเดียวกันกับเด็กที่ไม่ยอมมา เราก็ไปเดินหาจากแถว ๆ โรงถ่ายพอดีมีเด็กคนนึงนอนดูทีวีอยู่ที่บ้าน เราก็เลยไปบอกให้เปลี่ยน

ชุดแล้วไปเล่นเกมส์ เพราะเราเลื่อนการอัดเทปไปไม่ได้ เสียค่าใช้จ่ายแล้ว
เชิญ เด็กคนอื่น ๆ มาแล้ว พอเราได้เด็กคนนั้นมาแข่งก็เลยทำให้ทุกอย่างเรียบร้อย
ร้อย เชื้อมัย เด็กคนนั้นมาคว่ำรางวัลที่ 1 ไปเลย ได้ของรางวัลไปตั้งหมื่นกว่า
บาท นี่เรียกว่านอนอยู่ดี ๆ แล้วบุญหล่นทับแท้ ๆ เลย"

ปัญหาหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมักจะประสบทุกรายการ
ก็คือ เรื่องของผู้ปกครองของเด็กที่มาร่วมรายการ เพราะผู้ปกครองทั้งหลายมัก
จะให้ความสนใจในกิจกรรมของบุตรหลานอย่างใกล้ชิด จนบางครั้งขัดขวางการ
ทำงานของผู้ผลิต เช่น คอยติดตามถ่ายภาพบุตรหลานด้วยไฟแฟลชตลอดเวลา
 เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ฝ่ายถ่ายทำรายการเด็กทางช่อง 9 กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

"ตอนเราถ่ายละครเด็กนะ มันก็ต้องใช้เด็กเยอะไป ปรากฏว่าเด็ก
หนึ่งคนจะมีผู้ปกครองตามมาอย่างน้อย 2-3 คน ห้องอัดรายการของเราแน่น
ไปเลยนะ แล้วพวกผู้ปกครองนี่ก็คอยตามเช็ดหน้า แต่งตัว เต็มหน้าให้เด็ก แถม
เวลาถ่ายทำยังคอยถ่ายรูปแว๊ป ๆ ตลอดเลย ซึ่งเราก็บอกแล้วว่าถ้าจะถ่ายไม่
ต้องใช้แฟลชนะ ไฟมันสว่างอยู่แล้ว แต่บางคนก็ยังขี้ขโมย มันทำให้เวลาอัดเทปไป
แล้ว ใช้การไม่ได้ไง มีสว่างวาบ ๆ เป็นช่วง ๆ เลย ก็ปวดหัวตอนไปตัดต่อซี"

จะเห็นได้ว่า การให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ไม่ว่าจะใน
ลักษณะใด ก็เจอนำปัญหาต่าง ๆ มาสู่ผู้ผลิตเสมอ เนื่องจาก วัยเด็กเป็นวัยที่มี
ศักยภาพในขอบเขตจำกัด สำหรับวิธีการแก้ปัญหา นี้ อาจจะต้องอาศัยการทำ
ความเข้าใจและขอความร่วมมือจากผู้ปกครองอย่างใกล้ชิดมากขึ้น เพื่อที่จะให้
ผู้ปกครองช่วยเป็นเสมือนผู้กำกับนักแสดงอีกท่านหนึ่ง เพราะผู้ปกครองของเด็ก
แต่ละคนจะรู้จักพฤติกรรมและลักษณะนิสัยของเด็กได้ดีกว่าผู้ผลิตรายการ

การที่จะผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ทันสมัยมาสักหนึ่งรายการนั้น ต้องอาศัยปัจจัยสำคัญหลายประการที่จะเกื้อหนุนให้รายการประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็น การเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์ในราคาพิเศษ การมีผู้อุปถัมภ์ รายการในปริมาณที่คุ้มต้นทุนการผลิต การมีบุคลากรที่ชำนาญงานด้านนี้มาผลิต รายการ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ สำหรับเด็กทั้งสิ้น เพียงแต่ว่าปัจจัยใดจะมีผลกับรายการใดมากน้อยต่างกันเท่านั้น รายการที่ได้รับผลกระทบไม่มากนัก ก็พอที่จะผลิตรายการออกอากาศต่อไป ได้ แต่รายการใดที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก อาจถึงกับต้องยุติการผลิตและ ออกอากาศไปเลยก็มี

7. รายการโทรทัศน์ดีเด่น

แม้ว่าในอดีตที่ผ่านมา รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กยังไม่มีข้อโดดเด่น ออกจากกันมากนัก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะการนำเสนอรายการ รูปแบบรายการ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวน 12 รายการ ในปีพุทธศักราช 2525 มีวิธีการนำเสนอรายการอยู่เพียงไม่กี่วิธีเท่านั้น ได้แก่ เล่นเกมส์ การแสดงของเด็ก เล่านิทาน ตอบปัญหา ละครห่น เป็นต้น ซึ่งในครั้งนั้นอาจจะจำกัดด้วย ปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น ผู้อุปถัมภ์รายการและบุคลากร วัณจักรของความ ซ้ำซากยังคงวนเวียนอยู่ จนไม่มีที่ท่าว่าจะฉีกแนวออกไปในทางที่น่าสนใจได้ นักผลิตรายการโทรทัศน์รุ่นใหม่ในวงการ ยังไม่มีวิสัยที่จะสร้างปรากฏการณ์ ความแปลกใหม่ให้เห็นเด่นชัดเป็นรูปธรรม นอกเสียจากการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในเชิงธุรกิจเท่านั้น

แต่ในปัจจุบัน รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กได้มีการเปลี่ยนแปลง เกิด ขึ้นในด้านต่าง ๆ อย่างเห็นได้ชัด ทั้งในด้านปริมาณของรายการที่เพิ่มมากขึ้น

คุณภาพของรายการที่ตีขึ้น เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากกว่าในอดีต และการเริ่มกำหนดเนื้อหาของรายการให้เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น รายการตรุษธรรม จะเน้นเฉพาะเรื่องศีลธรรม จรรยาสำหรับเด็ก รายการจิวแจ้วเจาะโลก จะเน้นเรื่องข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับเด็ก รายการเจ้า-ขุนทองจะเน้นเรื่องการปลูกฝังให้เด็กรักการอ่าน การใช้ภาษาที่ถูกต้อง รายการกล้าคิด กล้าทำ เน้นการให้เด็กกล้าแสดงออกในสิ่งที่ตนเองใฝ่ฝัน เป็นต้น

เมื่อรายการได้รับความสนใจในมากยิ่งขึ้น มีผู้จับตามองรายการทั้งด้านคุณภาพและปริมาณมากขึ้น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องหลายแห่ง จึงรวมตัวกันก่อตั้งรางวัลเกียรติยศสำหรับรายการโทรทัศน์ดีเด่นในสาขาต่าง ๆ เพื่อเป็นกำลังใจให้กับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้มีขวัญ และกำลังใจในการสร้างสรรค์งานที่ดีต่อไป ซึ่งมุมมองและกฎเกณฑ์ของคณะกรรมการในการตัดสินรางวัลรายการโทรทัศน์ดีเด่นสำหรับเด็กนั้น จะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหลักการวัตถุประสงค์ของรางวัลนั้น ๆ

รางวัลเมขลา

เริ่มขึ้นเมื่อปี 2523 โดยสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทยได้จัดให้มีการประกาศรางวัลผลงานดีเด่นทางโทรทัศน์ขึ้น

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในสมัยนั้น คือรายการน้องหนู ได้รับรางวัลในฐานะรายการที่มีประโยชน์ และสร้างสรรค์สังคมจากคณะกรรมการปฏิบัติการจิตวิทยาแห่งชาติ โดยได้รับเกียรติบัตรและเงินรางวัลเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2524

สำหรับในการจัดงานครั้งที่ 12 ประจำปี พุทธศักราช 2535 นั้น
 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้รับรางวัลสถานีโทรทัศน์ดีเด่น
 ด้านส่งเสริมรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ส่วนรายการสำหรับเด็กและ
 เยาวชนดีเด่น ได้แก่ รายการทุ่งแสงตะวัน ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
 รายการละครสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น ได้แก่ ละครเรื่อง กาลังใจ ทาง
 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

รางวัลโทรทัศน์ทองคำ

ชมรมส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ไทย ร่วมกับหนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี ได้
 จัดให้มีการประกาศผลรางวัลดีเด่นทางโทรทัศน์ที่มีชื่อว่า "โทรทัศน์ทองคำ" ขึ้น
 เป็นครั้งแรกเมื่อเดือน มกราคม 2530 และได้ดำเนินการติดต่อกันมาทุกปี โดย
 คณะกรรมการตัดสินล้วนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ผู้เชี่ยวชาญใน
 สาขาวิชาชีพ และกลุ่มคณะกรรมการชมรมส่งเสริมกิจการโทรทัศน์

การมอบรางวัลโทรทัศน์ทองคำในครั้งล่าสุดคือ ครั้งที่ 7 ประจำปี
 2535 ได้ประกาศผล ณ โรงละครแห่งชาติ เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2536
 สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลดีเด่นด้านรายการสำหรับเด็กและสตรีได้แก่
 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

รายการสำหรับเด็กดีเด่นได้แก่ รายการเจ้าขุนทอง ทางสถานี
 โทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

รายการสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น ได้แก่ รายการทุ่งแสงตะวัน
 ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3

การประกาศเกียรติคุณสดุดีผู้ผลิตผลงานสื่อมวลชนดีเด่นเพื่อพัฒนา
เยาวชน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ
(สยช.)

โครงการส่งเสริมสื่อมวลชนดีเด่นเพื่อเยาวชน เป็นโครงการที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นเวลา 10 ปีแล้ว ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2527-2528 มาจนถึงปัจจุบันในปีพุทธศักราช 2534-2535 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมผู้ผลิตผลงานสื่อมวลชนสำหรับเยาวชน ส่งเสริมให้ผู้ผลิตงานสื่อมวลชนได้ตระหนักในหน้าที่และความรับผิดชอบต่อการพัฒนาเยาวชนของชาติ ทั้งในด้านการสร้างสรรค์ค่านิยม ทศนคติ และตัวอย่างพฤติกรรมที่พึงประสงค์ รวมทั้งเสนอความบันเทิงที่มีคุณค่ามีสาระและเหมาะสมกับเยาวชนในแต่ละวัย เพื่อเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ผลิตงานสำหรับเยาวชน และส่งเสริมให้มีการผลิตผลงานที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนมากยิ่งขึ้น

รายการโทรทัศน์ดีเด่นของสื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย

กลุ่มสื่อมวลชนคาทอลิกแห่งประเทศไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์กับเด็ก โดยได้ดำเนินการคัดเลือกรางวัลดีเด่นสำหรับเด็กมาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2522

แต่ประเภทของรางวัลในแต่ละปีจะแตกต่างกันไป โดยจะขึ้นอยู่กับโอกาสที่สำคัญในปีนั้น ๆ เช่น ในโอกาสที่สมเด็จพระสันตปาปาเสด็จเยือนไทย ในโอกาสประชุมสื่อมวลชนคาทอลิก ในโอกาสประชุมสมัชชาสื่อมวลชนคาทอลิกโลก เป็นต้น หรือสภาพความเหมาะสมในขณะนั้น เช่น ปีเด็กสากล ปีครอบครัว ปีผู้สูงอายุ เป็นต้น โดยแต่ละปีจะมีเกณฑ์การตัดสินที่แตกต่างกันไป

สำหรับในส่วนของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ก็มีหลายคนที่ต้องการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เพื่อชื่อเสียง เกียรติยศ โดยไม่สนใจในเรื่องของธุรกิจเท่าใดนัก จนกระทั่ง บางรายต้องประสบกับสภาพการขาดทุน ในขณะที่บางรายประสบความสำเร็จด้านธุรกิจ หลังจากที่รายการได้รับรางวัล

ผู้ผลิตรายการเด็กคนหนึ่งกล่าวว่า

"พวกเราไม่ได้คิดทำรายการเด็กเพื่อธุรกิจการค้าหรอก พอดีมีใจรักทางด้านนี้ ชอบทำหุ่นมือ หุ่นเชิด ชอบเล่นนิทาน คือเด็กเป็นอะไรที่ชาวสะอาดแล้วแต่ที่เราจะใส่อะไรลงไป เราก็ทำรายการกันมานานแล้วนะ แต่เราไม่ต้องรับผิดชอบเรื่องโฆษณา เพราะของเราไม่มีโฆษณาในรายการ รายการของเรามีโอกาสได้รับเกียรติให้เป็นรายการดีเด่นสำหรับเด็ก ในฐานะคนทำก็รู้สึกภูมิใจและดีใจมาก เป็นกำลังใจให้เราทำงานต่อไปได้อีกนานทีเดียว ในขณะที่บางรายก็ต้องขาดทุนเลิกไปก็มีนะ เพราะเขาต้องรับผิดชอบในเรื่องธุรกิจด้วย ไหนจะค่าเวลา ค่าผลิต ค่าโน่น ค่านี่ พอออกอากาศได้ไม่นานก็ต้องเลิกรายการไป"

และก็มีผู้ผลิตบางรายที่มุ่งหวังแต่เรื่องของธุรกิจอย่างเดียว โดยมีได้สนใจในรางวัลเกียรติยศต่าง ๆ ที่มีอยู่เลย

ผู้ผลิตรายการเด็กที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จรายหนึ่ง กล่าวถึงเรื่องรางวัลว่า

"ผมเป็นคนทำรายการเด็กที่ไม่ค่อยได้คำนึงถึงเรื่องรางวัลอะไรเท่าไรนะ เพราะผมมุ่งเรื่องธุรกิจมากกว่า คือผมยังมีความจำเป็นที่จะต้องทำ แต่ผมก็ได้พยายามทำรายการให้ดีที่สุดนะ แต่จะไม่ทำอะไรที่ต้องขาดทุนเด็ดขาด

มันไม่คุ้มค่านะ ผมเป็นนักธุรกิจนะ ดังนั้น ผมจะไม่ทำอะไรหรอกที่ต้องควักเงินของตัวเอง ถ้าได้รางวัลเหรอ ก็คงต้องตั้งใจเป็นธรรมดา แต่ของเราคงไม่ได้หรอกพี่รูดี รายการเด็กสมัยนี้แข่งขันกันเยอะมาก แล้วรายการของเราก็ขายโฆษณาได้โดยไม่ต้องพึ่งเครดิต (credit) ของตัวรางวัลอยู่แล้ว"

จากการศึกษาพบว่า ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีรางวัลเกียรติยศสำหรับรายการโทรทัศน์ดีเด่นอยู่หลายประเภทก็ตาม แต่ก็ยังเป็นเพียงปัจจัยประกอบที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการผลิตรายการของผู้ผลิตบางรายเท่านั้น ผู้ผลิตรายการส่วนมากยังถูกกดดันด้วยเรื่องของงบประมาณในการผลิต ซึ่งมาจากปัจจัยในเรื่องของผู้อุปถัมภ์รายการมากกว่า

ลักษณะของการดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในขณะนั้น ผู้ผลิตรายการต้องเผชิญกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตนันทนาการ ไม่ว่าจะเป็นมาจากภายในองค์กร เช่น บุคลากรที่จบการศึกษามาใหม่ เป็นต้น หรือปัจจัยจากภายนอกองค์กร เช่น เรื่องค่าเช่าเวลาออกอากาศที่มีราคาสูง เป็นต้น ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ยังคงออกอากาศอยู่ในปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่จะมีองค์กรธุรกิจที่ใหญ่หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสังคมสนับสนุนในลักษณะถาวร เช่น ดารา นักแสดง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นภาพพจน์และแทนความน่าเชื่อถือของรายการ ซึ่งบริษัทโฆษณาต่างก็ให้ความสนใจมากกว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กรายอื่น ๆ สำหรับรายการที่ขาดปัจจัยดังกล่าวจะผลิตและออกอากาศได้เพียงชั่วคราวระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากจะไม่สามารถทำผลกำไรได้มากพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากต้องเผชิญกับสภาพปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น สภาพของนโยบายผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ บุคลากรในการผลิต การหาโฆษณาจากบริษัทโฆษณาทำได้ยากลำบาก ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่คอย ๆ ริดรอนให้ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องยุติการผลิตไปทีละรายการ จนกระทั่งในปัจจุบันนี้ เหลือรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กอยู่น้อยเต็มที่แล้ว

สรุปได้ว่า เรื่องของปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการมากที่สุดคือ ผู้สนับสนุนรายการ บริษัทโฆษณา (ADVERTISING AGENCY) และสถานีโทรทัศน์ตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ นั้น ก็เป็นปัจจัยประกอบที่ส่งผลให้กับการผลิตรายการอยู่บ้าง แต่ไม่มีผลกระทบต่อขนาดที่ทำให้ต้องหยุดผลิตรายการ