ISSN: 2586-923X E-ISSN: 2630-0362

JMND
Journal of MCU NakhonDhat
วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์

ปีที่ 10 ฉบับที่ 5 (พฤษภาคม) : Vol.10 No.5 (2023)
https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND
pp: 187-193

บทความวิจัย : Research article

การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23*

THE STUDY ON CREATION OF MUSIC PROGRAMS WITH COPYRIGHT FROM ABROAD OF WORKPOINT CHANNEL NO.23

วิสาขา มีบุญ* และ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว
Wisakha Meeboon and Saranthorn Sasithanakornkaew
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Kasetsart University, Thailand
*Corresponding author E-mail: ploypailin.pho@ku.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาข้อมูล ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลที่ได้รับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีผลงานออกอากาศในช่วงปีพ.ศ. 2556-ปัจจุบัน ใช้การวิเคราะห์ตีความแบบอุปนัย โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ และมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการอ่านบทสัมภาษณ์หรือบทความ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยด้านกระบวนการผลิต พบว่า การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศกับรายการเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง มีข้อแตกต่างกัน ในเรื่องกระบวนการคิดโครงสร้าง วิธีการทำงาน ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่าง ๆ และภาพลักษณ์ ซึ่งทางเจ้าของลิขสิทธิ์จะส่งทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญมาเพื่อเผยแพร่และเป็นที่ปรึกษาให้ตลอดการทำรายการ อย่างไรก็ตามยังมีความเหมือนกันในเรื่องขั้นตอนการผลิตรายการและการถ่ายทำ รวมถึงการใช้ทีมงานที่เป็นมืออาชีพในการทำงานกระบวนการต่าง ๆ ผลการวิจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ พบว่า การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ มีข้อแตกต่างจากรายการเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง คือ การคิดและปรับเพิ่มเติม แต่ยังคงคอนเซ็ปต์ของลิขสิทธิ์เอาไว้ การเตรียมผลิตรายการมีการกำหนดขอบเขตและการกำหนดเนื้อหาโดยเริ่มจากความคิดสร้างสรรค์ในเนื้อหาและรูปแบบของการผลิตรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศและนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้รับชม ส่วนที่มีความเหมือนกัน คือ รูปแบบที่มีความทันสมัยมากขึ้น พิจารณาเนื้อหาที่สามารถออกอากาศได้ รวมถึงสร้างสรรค์ให้มีเนื้อหาครบถ้วนในทุกมิติ

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ, ช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23

Abstract

The objective of this research is to study the production process and the creation of copyright music programs from foreign countries of Workpoint No. 23. This is quality research that uses data description from in-depth interview methods. The sample group or information provider

* Received March 10, 2023; Revised April 10, 2023; Accepted May 7, 2023

that has been selected for specific samples is personnel in the production of television programs that have a broadcast during the years 2013-present. Using an analysis of metaphor by analyzing information from in-depth interviews to analyze and data analysis from reading interviews or various related news articles. The results of the production process found that Creating copyright music programs from foreign countries and creative music programs are differences in the process of thinking, structure, work methods, limitations and regulations and images. Which the copyright owner will send an expert team to distribute and be a consultant throughout the transaction. However, there is still the same matter in the matter. Procedures of production and shooting Including using a professional team to work in various processes. Creativity findings found that Creation of licensed music programs from foreign countries is difference from a music program that is created by oneself, which is additional thinking and adjustment but still maintains the concept of copyright, production preparation has to determine the scope and content from the creativity in the content and the form of producing copyrighted programs adapting to suit the audience. In common is a more modern style. Consider broad castable content including creating complete content in all dimensions.

Keywords: The production process and the creation of copyright music programs from foreign countries, Workpoint No. 23

บทนำ

ในปัจจุบันสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตแทบทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม แนวความคิด กระบวนการเรียนรู้ พฤติกรรม โดยสื่อมวลชนในรูปแบบบันเทิง และสื่อบันเทิงที่ทรงอิทธิพลกับชีวิตของมนุษย์มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบต่าง ๆ ล้วนถูกสร้างสรรค์และถ่ายทอดออกมายังหน้าจอโทรทัศน์เพื่อสร้างความบันเทิง ในปัจจุบันแนวโน้มของผู้ชมรายการเพลงทางโทรทัศน์ก็ยังได้รับความนิยม การซื้อลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์จากต่างประเทศเพื่อนำไปผลิตในประเทศต่าง ๆ นั้น เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ได้รับความนิยม และแพร่หลายไปยังทั่วโลก การซื้อลิขสิทธิ์รูปแบบรายการมาผลิตหลากหลายรายการ และแม้ว่าจะยังคงรูปแบบต้นฉบับจากต่างประเทศ แต่ก็มีการปรับเปลี่ยนบางอย่างเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรม ประเพณี และรสนิยมของคนไทย เวิร์คพอยท์ทีวี ที่มีความโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์รายการเกมโชว์และวาไรตี้โชว์ (กรุงเทพธุรกิจ, 2558) ช่อง เวิร์คพ้อยท์ทีวีได้มีการซื้อรายการลิขสิทธิ์รายการต่างประเทศ โดยเฉพาะรายการเพลง นำมาปรับรูปแบบและเนื้อหาให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมของผู้ชมในประเทศไทย เหตุผลที่รายการเพลงประสบความสำเร็จ เพราะเป็นรายการที่ฟังง่าย ดูแล้วสนุก คอยลุ้นคอยเชียร์ตามไปด้วย และที่สำคัญแบรนด์เวิร์คพ้อยท์มีชื่อเสียงทางด้านรายการเพลงมานาน แต่ละรายการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนแตกต่างกันออกไป ในขณะเดียวกันเป็นการตรึงคนดูไม่ให้เบื่อหรือหนีไปดูช่องอื่น เพราะจะมีความรู้สึกว่าช่องนี้มีรายการใหม่ให้ชมอย่างสม่ำเสมอ รายการ The Mask Singer หน้ากากนักร้อง เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี้เกมโชว์และมิวสิคโชว์โดยซื้อลิขสิทธิ์รูปแบบรายการ “Miseuteori Eumaksyo Bokmyeon-gawang“ (เกาหลี: 미스터리 음악쇼 복면가왕) ที่เป็นลิขสิทธิ์ ของบริษัท Munhwa Broadcasting Corporation (MBC) จากประเทศเกาหลีใต้นำมาทำเป็นรูปแบบรายการของประเทศไทย ผลิตรายการโดยบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์จำกัด (มหาชน) วิธีการเลือกผู้เข้าแข่งขัน ผู้เข้าแข่งขันที่เลือกมาจะต้องร้องเพลงได้และมาจาก หลากหลายวงการ โดยให้เลือกเพลงที่ร้องจากเพลงที่ไม่เคยร้อง เพลงที่ไม่ถนัด หรือเพลงที่ไม่ใช่ประเภทที่ร้องอยู่เป็นประจำ เพื่อไม่ให้ผู้ชมทราบผู้ร้องได้ง่าย

หน้ากากที่ใส่ในรายการจะใช้ระยะเวลาในการทำประมาณครึ่งปีโดยแต่ละหน้ากากจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับผู้เข้าแข่งขัน เป็นการใบ้เล็กน้อย โดยที่แตกต่างคือ ของเกาหลีใต้กับจีนจะเป็นแค่หน้ากาก แต่ของประเทศไทยเป็นทั้งชุดและหน้ากาก เพื่อใช้ชุดอำพรางรูปร่าง ในส่วนของชุดและหน้ากากใช้ดีไซเนอร์ร่วมกันออกแบบ การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นที่น่าสนใจยิ่งว่า เวิร์คพอยท์ทีวีใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เป็นอาวุธสำคัญในการต่อสู้ในสนามแข่งขันในทีวีดิจิทัล แต่ในขณะที่เป็นที่รับรู้โดยทั่วไปว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) นั้นเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญต่อการทำงานในวงการโทรทัศน์ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกทำการศึกษาในประเด็น “การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23” ซึ่งจะเป็นการสร้างสรรค์การผลิตรายการเพลง โดยศึกษาถึงบทบาทหน้าที่และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์รายการเพลง ตลอดจนเทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิต และแนวทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

บุคลากรในตำแหน่ง Executive Producer, Producer และ Creative กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะเป็นบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีผลงานออกอากาศในช่วงปี พ.ศ. 2556-ปัจจุบัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้การเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งมีการกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ และเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลที่ได้สนใจเพิ่มเติมได้ โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีการกำหนดข้อคำถาม จำแนกเป็น 2 ด้านได้แก่ 1) ด้านกระบวนการผลิต 2) ด้านความคิดสร้างสรรค์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ด้วยรูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแน่นอน (Semi-structured interview) เพื่อกำหนดกรอบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และเป็นประโยชน์ต่อการตั้งประเด็นคำถามเพิ่มเติม โดยในการสัมภาษณ์เชิงลึกมีการใช้กรอบคำถามและการสัมภาษณ์ในประเด็นเดียวกัน โดยแยกเป็นกลุ่มคำถามสำหรับผู้บริหาร (Executive Producer) และคำถามสำหรับทีมผลิต (Producer และ Creative) โดยระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ดำเนินการบันทึกเสียงควบคู่กับจดบันทึกด้วย

2. การรวบรวมเอกสาร ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมเอกสาร บทความ บทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเด็นความคิดสร้างสรรค์และการผลิตรายการโทรทัศน์/รายการเพลง และรับชมรายการโทรทัศน์/ รายการเพลงที่เป็นผลงานการผลิตของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ตีความแบบอุปนัย (Induction) โดยนำข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์และมีการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับข้อมูลทุติยภูมิจากการอ่านบทสัมภาษณ์หรือบทความ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความคิดสร้างสรรค์กับการผลิตรายการโทรทัศน์/รายการเพลง โดยมีกรอบการวิเคราะห์ตาม

วัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แก่ เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้

ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้จัดทำมุ่งศึกษากระบวนการผลิตและการสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23 พบว่า ในด้านกระบวนการผลิต การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมีข้อจำกัดและกฎระเบียบตามเจ้าของลิขสิทธิ์กำหนด สามารถเห็นรูปแบบจริงของรายการที่มีอยู่แล้ว เห็นรูปร่าง โครงสร้างของรายการแล้วว่าเป็นอย่างไร มีข้อดี รู้ผลลัพธ์แล้วว่าคนดูชอบรายการมากน้อยแค่ไหน และภาพลักษณ์ที่ดูอินเตอร์เนื่องจากเป็นรายการจากต่างประเทศ แนวคิดตัดสินใจซื้อรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ คือเพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีความแปลกใหม่และวิธีการที่นำรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมาประยุกต์สร้างสรรค์อย่างถูกต้อง ในแบบของอุตสาหกรรมที่ประเทศนั้น ๆ มีขั้นตอนคือดูรายการที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อศึกษา และทำการแกะเทปเพื่อนำมาผลิตในรูปแบบที่ทางเราอยากนำเสนอ ซึ่งทางเจ้าของลิขสิทธิ์จะส่งทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญมาเพื่อเผยแพร่และเป็นที่ปรึกษาให้ตลอดระยะเวลาการผลิต ขั้นตอนการผลิตรายการและการถ่ายทำนั้น สิ่งสำคัญคือ ความต่อเนื่องของการถ่ายทำ หากมีการหยุดถ่ายทำบ่อยครั้ง อาจทำให้อารมณ์ความรู้สึกไม่ต่อเนื่อง หรือปัจจัยอื่น ๆ ขั้นตอนหลังการผลิต กระบวนการของ Post Production จากที่มีการถ่ายทำมาอย่างต่อเนื่องแล้วการใช้การตัดต่อเข้ามาช่วย จะสามารถทำให้การผลิตรายการออกมาสู่สายตาคนดูได้อย่างสมบูรณ์แบบ ทำให้คนดูเกิดอารมณ์ร่วมไปกับการรับชมรายการได้ดียิ่งขึ้น โดยวิธีการเริ่มจากการนำ Footage ที่ถ่ายทำมา Sync กันจากจำนวนกล้องที่ได้ถ่ายทำทั้งหมดมาเรียงต่อกัน ช่างตัดต่อจะทำการเริ่มคัดเนื้อหาที่จำเป็นและสำคัญในการนำเสนอ เมื่อได้เวลาตามที่กำหนดสำหรับการเผยแพร่แล้ว ทางผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) จะมาทำการตรวจเนื้อหาของรายการและแก้ไขจนสมบูรณ์ และส่งไปให้ฝ่ายเอฟเฟค กราฟฟิค ดนตรี เสียงพากย์ ทำงานในส่วนนั้น ๆ ออกมาอย่างสมบูรณ์และส่งกลับมาให้ Producer ตรวจอีกครั้งหนึ่งและส่งให้ทาง Censor ของทางสถานีออกอากาศต่อไป การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ จุดเด่น คือ มีการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์มากขึ้นในส่วนของการผลิตรายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ การ Re-arrange เพลงในรายการรวมถึงการเรียบเรียงเพลง การดีไซน์ของเนื้อเพลงที่มีการแต่งเนื้อร้องใหม่ขึ้นมา รวมถึงการ Cover เพลงอีกด้วย ส่วนจุดด้อย คือ เพลงบางเพลง กลุ่มคนส่วนใหญ่ชอบในรูปแบบของต้นตำรับมากกว่านำไปดัดแปลง การคัดเลือกเพลงจะเลือกจาก 1) เพลงดัง นักร้องดัง 2) เพลงดัง นักร้องไม่ดัง และ 3) เพลงไม่ดัง นักร้องไม่ดัง ตามลำดับ จากนั้นจะมีการเตรียมผลิตรายการ มีการกำหนดขอบเขตและการกำหนดเนื้อหาโดยเริ่มจากความคิดสร้างสรรค์ในเนื้อหาและรูปแบบของการผลิตรายการที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศและนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้รับชม ในการผลิตรูปแบบรายการ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงมีคือต้องไม่กระทบต่อการเมืองการปกครองของประเทศ ศาสนา สังคม ครอบครัว และเยาวชน ไม่นำเสนอสิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด หรือพฤติกรรมรุนแรง ส่วนใหญ่จะนำเสนอสื่อบันเทิงเชิงบวก ทั้งนี้การสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอรายการในแบบต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสิ่งนี้คือหัวใจหลักของการผลิตรายการ รวมถึงการใช้เอฟเฟค กราฟฟิก ดนตรี เสียงพากษ์ ฯลฯ เป็นการช่วยเพิ่มความน่าสนใจอย่างมาก ต้องมีการนำมาใช้เพื่อความสมบูรณ์แบบในการรับชมรับฟังของคนดู ซึ่งจะทำให้การผลิตรายการมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นมาก เรียกว่าเป็นการกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 นั่นเอง การ

สร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ นอกจากจะต้องคำนึงถึงระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายต่าง ๆ แล้ว ต้องคำนึงถึงกฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ด้วย

อภิปรายผล

ด้านกระบวนการผลิต

การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศกับรายการเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง มีข้อแตกต่างกันคือ รายการจากต่างประเทศจะมีกระบวนการที่คิดไว้ให้แล้ว เรื่องวิธีการทำงาน มีแบบแผน ขั้นตอน ไว้ให้หมดแล้ว ข้อจำกัดและกฎระเบียบที่เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนด ได้เนื้อหาที่มีความแปลกใหม่และวิธีการที่นำรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมาประยุกต์สร้างสรรค์อย่างถูกต้อง มีตัวอย่างรูปแบบรูปร่าง โครงสร้างของรายการ ข้อดี ความสนุกสนาน และผลลัพธ์ให้เห็นเป็นตัวการันตี กลยุทธ์การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์นั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยที่ต่างกัน โดยส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการ ผู้ชมรายการ ผู้สนับสนุนรายการ สังคมและสื่อมวลชน (ชนนิกานต์ พฤกษ์สมบูรณ์, 2549) นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องของภาพลักษณ์ที่ดูอินเตอร์เนื่องจากเป็นรายการจากต่างประเทศ และในส่วนของขั้นตอนการผลิต ก่อนการผลิตจะเริ่มจากการได้ดูรายการที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อศึกษา และทำการแกะเทปเพื่อนำมาผลิตในรูปแบบที่ทางเราอยากนำเสนอ ซึ่งทางเจ้าของลิขสิทธิ์จะส่งทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญมาเพื่อเผยแพร่และเป็นที่ปรึกษาให้ตลอด สอดคล้องกับ ปองพร พิทากร ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง บทบาทของ Production House ต่อรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ กรณีศึกษารายการเดอะวอยซ์ เสียงจริง ตัวจริง การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศกับรายการเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง มีขั้นตอนการผลิตรายการและการถ่ายทำที่เหมือนกัน คือ ต้องมีความต่อเนื่องของการถ่ายทำ มีทีมงานที่มีความเป็นมืออาชีพ มีสติ และความพร้อม รวมไปถึงการทำงานเป็นทีม ในการแก้ไขปัญหากรณีการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนการที่วางไว้ (ปองพร พิทากร, 2557) แนวดำเนินการผลิตรายการ ได้แก่ ภารกิจต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติในกระบวนการผลิตรายการเพื่อให้รายการนั้น ๆ เกิดผลตามที่มุ่งหวังไว้ (วีระ สุภะ, 2537) การผลิตรายการโทรทัศน์ต้องเกี่ยวข้องกับทีมงานหลาย ๆ ฝ่าย และต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งแต่ละฝ่ายก็มีความชำนาญเฉพาะด้านในหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่ และต่างมีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เท่าเทียมกัน การทำงานหากขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จะทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ อาจเป็นเหตุให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นไม่มีคุณภาพตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (สมสุข หินวิมาน, 2554) ในขั้นตอนหลังการผลิตรายการ/ตัดต่อ ช่างตัดต่อจะทำการเริ่มคัดเนื้อหาที่จำเป็นและสำคัญในการนำเสนอ ซึ่งในส่วนนี้จะทำการคัดออกของเนื้อรายการที่ไม่น่าสนใจออกไปอีกด้วย การตัดต่อเสียงและลำดับภาพอาศัยศิลปะในการเรียงลำดับภาพใหม่ให้สอดคล้อง และมีความหมายได้อย่างสมบูรณ์ตามบทโทรทัศน์ที่ทีมงานผลิตได้วางโครงเรื่องไว้ นอกจากการตัดต่อเสียงและลำดับภาพใหม่แล้ว การใส่เทคนิคพิเศษ กราฟฟิก การซ้อนตัวหนังสือ หรือเทคนิคอื่น ๆ ก็จะช่วยให้ภาพมีชีวิตชีวาน่าสนใจมากขึ้น ขั้นตอนหลังการผลิตรายการนอกเหนือจากประกอบไปด้วยการผสมเสียง การตัดต่อ และลำดับภาพแล้ว ยังมีขั้นตอนการประเมินผลด้วย (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557) เมื่อได้เวลาตามที่กำหนดสำหรับการเผยแพร่แล้ว ทางผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) จะมาทำการตรวจเนื้อหาของรายการและแก้ไขจนสมบูรณ์ และส่งไปให้ฝ่ายเอฟเฟค กราฟฟิค ดนตรี เสียงพากย์ และส่งกลับมาให้ Producer ตรวจอีกครั้งหนึ่งและส่งให้ทาง Censor ของทางสถานีออกอากาศต่อไป

ด้านความคิดสร้างสรรค์

การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศกับรายการเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง ในด้านความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตรายการ คือ การพัฒนาทางด้านการผลิตสื่อในยุคปัจจุบันมีการนำเสนอในรูปแบบที่มีความทันสมัยมากขึ้นทำให้ต้องมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อทำให้มีความแตกต่างขึ้นอยู่กับการปรุงแต่งการ

สร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นหัวใจของการทำรายการ เป็นสิ่งที่ทำให้รายการสามารถตอบสนองความพึงพอใจและให้ความสุขแก่ผู้ชม รวมทั้งเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตรายการโทรทัศน์ทุกประเภท หากเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ที่มีการสร้างสรรค์ที่ดีกับรายการโทรทัศน์ที่ไม่ค่อยมีความสร้างสรรค์ จะทำให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจน (วัชระ แววว่ฒินันท์, 2548) ในการผลิตรูปแบบรายการ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงต้องไม่กระทบต่อการเมือง การปกครองของประเทศ ศาสนา สังคม ครอบครัว และเยาวชน ไม่นำเสนอสิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด หรือพฤติกรรมรุนแรง ส่วนใหญ่จะนำเสนอสื่อบันเทิงเชิงบวก โดยจะมีฝ่ายเซ็นเซอร์ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหาของเทปนั้น ๆ หากมีการส่อไปในทางลบจะถูกตัดออก โดยต้องพิจารณาเนื้อหาที่สามารถออกอากาศได้ ตามหลักของกฎหมายเรตคนดู โดยปมุข ศุภสาร และพิไลวรรณ ปุกหุต กล่าวว่า เนื่องจากสถานการณ์ที่คนส่วนใหญ่มักจะเคร่งเครียดกับการทำงานมาตลอดทั้งวัน ดังนั้น ผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่จึงนิยมผลิตรายการที่เน้นให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม เพื่อให้ผู้ชมเกิดความผ่อนคลายและเพลิดเพลิน ทั้งนี้รายการเพลงเป็นอีกรายการหนึ่งที่มีรูปแบบรายการที่สนุกสนานให้แก่ผู้ชมได้เช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม ความเพลิดเพลิน การเผยแพร่ศิลปะ การสะท้อนสังคม การโน้มน้าวให้การศึกษา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้จัดรายการควรคำนึงถึง มิใช่จัดเพื่อความบันเทิงหรือการค้าแต่เพียงอย่างเดียว รายการเพลงจึงควรจัดขึ้นอย่างมีคุณค่าและสาระให้แก่สังคมและสาธารณชนบ้างตามสมควร การสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอรายการ จะสร้างสรรค์ให้มีเนื้อหาครบถ้วนในทุกมิติ เนื่องจากสิ่งนี้คือหัวใจหลักของการผลิตรายการ (ปมุข ศุภสาร และพิไลวรรณ ปุกหุต, 2530) ดังที่เมสัน (Mason) ได้กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องของความสามารถในการ “เชื่อมโยง” คือ สามารถเชื่อมโยงสิ่งที่มีอยู่แล้ว ตั้งแต่สองสิ่งขึ้นไปให้สัมพันธ์กัน โดยเกิดเป็นความสัมพันธ์รูปแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน เมสัน (Mason, 1960) ซึ่งสอดคล้องกับเมดนิค (Mednick) ที่พบว่า ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะเป็นผู้ที่สามารถคิด “โยงสัมพันธ์” ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองต่าง ๆ ที่แปลกใหม่และมีประสิทธิภาพกว่าผู้ที่คิดในทิศทางเดียว คนไทยเป็นคนขี้เบื่อ ดังนั้นแต่ละเทปจะต้องหาวิธีนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป เพื่อไม่ให้เกิดความจำเจ การตัดต่อหลังถ่ายทำถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่ทำให้รายการสนุกขึ้น 50% การใช้เอฟเฟค กราฟฟิก ดนตรี เสียงพากษ์ ฯลฯ เป็นการช่วยเพิ่มความน่าสนใจอย่างมาก ต้องมีการนำมาใช้เพื่อความสมบูรณ์แบบในการรับชมรับฟังของคนดู ซึ่งจะทำให้การผลิตรายการมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นมาก เช่น ตัดต่อให้มุกตลกดูตลกขึ้น เปรียบเสมือนนักร้อง ระหว่างร้องเพลงสดกับร้องแบบมีดนตรี ความรู้สึกก็แตกต่างกัน เป็นต้น เรียกว่าเป็นการกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 นั่นเอง (Mednick, 1961)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ด้านกระบวนการผลิต การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศนั้น จะต้องคำนึงถึงกระบวนการ วิธีการทำงาน แบบแผน ขั้นตอน ข้อจำกัดและกฎระเบียบที่เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนด ก่อนการผลิตจะเริ่มจากการได้ดูรายการที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อศึกษา และทำการแกะเทปเพื่อนำมาผลิตในรูปแบบที่ทางเราอยากนำเสนอ ซึ่งทางเจ้าของลิขสิทธิ์จะส่งทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญมาเพื่อเผยแพร่และเป็นที่ปรึกษาให้ตลอด และด้านความคิดสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์รายการเพลงที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ สามารถใช้เครดิตของต่างประเทศทำให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้น แต่อาจจะไม่ตรงกับนิสัยคนไทยทั้งหมด จึงต้องมีการคิดและปรับเพิ่มเติม แต่ต้องยังคงคอนเซ็ปต์ของลิขสิทธิ์เอาไว้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2558). เวิร์คพอยท์ชูเกมโชว์-วาไรตี้ ย้ำผู้นำเรทติ้ง-ปรับค่าโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพธุรกิจ.

ชนนิกานต์ พฤกษ์สมบูรณ์. (2549). การผลิตรายการเพลงทางสื่อโทรทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีรายการอี-เมาท์ ของบริษัทแกรมมี่เทเลวิชั่น จำกัด. ใน วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปมุข ศุภสาร และพิไลวรรณ ปุกหุต. (2530). องค์ประกอบที่จำเป็นของการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ปองพร พิทากร. (2557). บทบาทของ Production House ต่อรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ: กรณีศึกษา รายการเดอะวอยซ์ เสียงจริง ตัวจริง. ใน วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัชระ แววงามนันท์. (2548). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์วิชานิเทศศาสตร์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วีระ สุภะ. (2537). การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ.2536. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสุข หินวิมาน. (2554). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Mason. (1960). The Knowledge-Creativity. New York: Cambridge.

Mednick. (1961). The associative basis of the creative process. Psychological Review, 69(3), 220-232.