คู่มือผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

KiDCHEN

สูตรเด็ด รายการเด็ก

Kidchen สูตรเด็ด รายการเด็ก

คู่มือผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ 978-616-374-669-6
พิมพ์ครั้งแรก : พฤศจิกายน 2557
ราคา 150 บาท

ข้อมูลบรรณานุกรมหอสมุดแห่งชาติ
สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)
Kidchen สูตรเด็ด รายการเด็ก.– กรุงเทพฯ : สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, 2557. 100 หน้า.
ISBN 978-616-374-669-6

ลิขสิทธิ์และจัดพิมพ์โดย : สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)
เลขที่ 6/5 ซอยอารีย์ 5 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์/โทรสาร : 0-2617-1919-20
เว็บไซต์ : www.childmedia.net
พิมพ์และแยกสี : บริษัท ศิริวานิชเจริญ จำกัด
จัดจำหน่าย : สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)

บรรณาธิการ
ชิษณ์ชญา ตั้งพรพิพัฒน์
ณัฐพรรณ แย้มแขไข

พิสูจน์อักษร
เบญจวรรณ แก้วสว่าง

ศิลปกรรม
กัมปนาท ศิลาวรรณ

ประสานงาน
นพพร ศักดานเรศว์

ที่ปรึกษา
บริษัท ไอเดียโกรว์ จำกัด

KiDCHEN
สูตรเด็ดรายการเด็ก

คำนำ

เด็กทุกวันนี้ดูโทรทัศน์เป็นเรื่องปกติมาก (หรือเรียกได้ว่ามากเป็นปกติ)
(รวมถึงรายการหรือคลิปที่เผยแพร่อยู่ในอินเทอร์เน็ตด้วย)
แต่ในนั้นมันมีรายการสำหรับเด็กอยู่มาก...น้อยแค่ไหน
(เราจะข้ามเรื่องเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่ที่ไม่เหมาะสมกับเด็กไป นั่นเป็นหน้าที่ของผู้ปกครองที่ต้องให้คำแนะนำ)
แล้วรายการแบบไหนที่เรียกว่ารายการสำหรับเด็ก รายการที่มีเด็กถือว่าเป็นรายการเด็กแล้วหรือยัง
แล้วรายการที่ออกอากาศในช่องเด็กและครอบครัวล่ะ ใช่ไหม
แล้วรายการเด็กที่มีให้ดูในโทรทัศน์ไทยตอนนี้มันดีสำหรับพวกเขาแล้วจริงๆ หรือ
แล้วรายการที่ดี มีสักกี่รายการที่ผลิตโดยคนไทย เพื่อเด็กในสังคมไทยโดยเฉพาะ
แล้วรายการเด็กที่ดีมันต้องเป็นอย่างไร เราจะรู้ได้อย่างไร เอาอะไรมาตัดสินเด็กต้องได้ดูอะไร แบบไหน

...

หนังสือเล่มนี้พอจะมีคำตอบที่ดีสำหรับคำถามที่ว่ามาอยู่บ้าง

คำตอบที่ว่า เราได้มาจากการสร้างหลักสูตรและจัดการอบรมผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กหน้าใหม่ ที่มีชื่อว่า 'Kidchen สูตรเด็ดรายการเด็ก' ที่ตระเวนสอนไปทุกภาคทั้งประเทศ ภายใต้แนวคิดว่าเรากำลังเปิดครัว เอาสูตรเด็ด เคล็ดลับ จาก Chef รุ่นใหญ่มาสอน Chef หน้าใหม่ ให้กลายเป็นคนปรุง 'เนื้อหา' ออกมาเป็นรายการโทรทัศน์จานอร่อย ที่มีทั้งคุณค่า ถูกใจ ให้พอดีคำกับผู้บริโภค ซึ่งก็คือ เด็กๆ ของเราจะได้เติบโตมีสุขภาพชีวิตที่แข็งแรง เพราะ "You are what you eat."

โดยสุมหัวระดมความคิดจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เด็กมืออาชีพระดับตำนาน นักแต่งนิทานผู้ชำนาญการหลอกล่อเด็ก นักวิชาการด้านพัฒนาการเด็กและวัยรุ่น นักสื่อสารรณรงค์ นักคิดสร้างสรรค์ ทีมงานโปรดักชั่น หน่วยงานสนับสนุนสื่อเด็ก และภาคีอีกหลายท่าน

แล้วจึงได้สรุป ปรับปรุง สูตรเด็ดที่เราได้สอน และได้เรียนรู้ตลอดการอบรมของเรามาให้ได้อ่านกัน...แต่เท่านั้นยังไม่พอ เรายังได้ไปรวบรวมความรู้ ความคิดจาก 'คนในวงการ' อีกหลายท่านมาเพิ่มเติมให้อีกด้วย

...

ใครที่ต้องอ่านหนังสือเล่มนี้

คนทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

คนทำรายการโทรทัศน์ ที่สนใจรายการเด็ก

คนทำงานกับเด็ก ที่สนใจนำเนื้อหามาทำเป็นรายการโทรทัศน์

คนที่เรียนด้านสื่อสารมวลชน แล้วตั้งใจว่าจะจบออกมาทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

คนที่ไม่ได้ทำงานกับเด็กและโทรทัศน์ ไม่ได้เรียนด้านสื่อสารมวลชน แต่เห็นว่าเรื่องรายการโทรทัศน์เด็กเป็นเรื่องสำคัญ

...

สรุปว่า ทุกคน

Contents

สารบัญ

7
คำนำ

10
บทเกริ่นนำ:
เกิดอะไรขึ้นระหว่าง
'เด็ก' กับ 'ทีวี'

13
'สื่อดี'
ที่สถาบันสื่อเด็ก
และเยาวชนเร่งสร้าง

20
โอกาสและช่องทาง
ในการทำรายการเด็ก

24
สำรวจคนทำรายการ
เด็กในปัจจุบัน:
วิวัฒน์ วงศ์ภัทรฐิติ

30
สำรวจคนทำรายการ
เด็กในปัจจุบัน:
เทพฤทธิ์
วงศ์วาณิชวัฒนา

34
รายการเด็กแบบไหน
ที่ผู้ปกครองต้องการ:
ธิดา
ผลิตผลการพิมพ์

38
รายการเด็กแบบไหน
ที่ผู้ปกครองต้องการ:
สุวิทย์ สาสนพิจิตร์

48
ทำรายการเด็ก
คุณรู้จักเด็กๆ
ดีแค่ไหน

52
ควรรู้ ควรระวัง
คำแนะนำของ
แพทย์หญิง โชษิตา
ภาวสุทธิไพศิฐ
ต่อคนทำรายการเด็ก

60
Kidchen สูตรเด็ด
รายการเด็ก: ครัวนี้
อบรมอะไรกันบ้าง

64
เรียนรู้จากแบบอย่าง
หลากวิธีถอดสูตร
รายการเด็ก

80
ร่มไทร ศักดาเดช
กับการสร้างสรรค์
รายการเด็ก
ให้ตอบโจทย์

86
หลักการประเมิน
รายการโทรทัศน์
สำหรับเด็ก

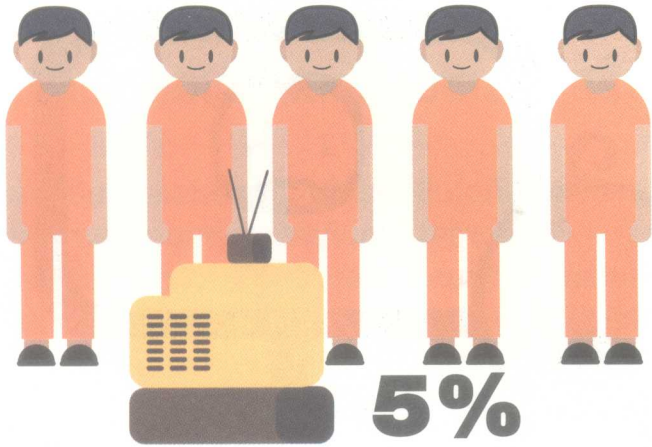
92
หลากทรรศนะว่าด้วย
'คนทำรายการเด็ก
ควรมีคุณสมบัติ
อย่างไร'

97
ค้นคว้าเพิ่มเติม

เกิดอะไรขึ้นระหว่าง 'เด็ก' กับ 'ทีวี'

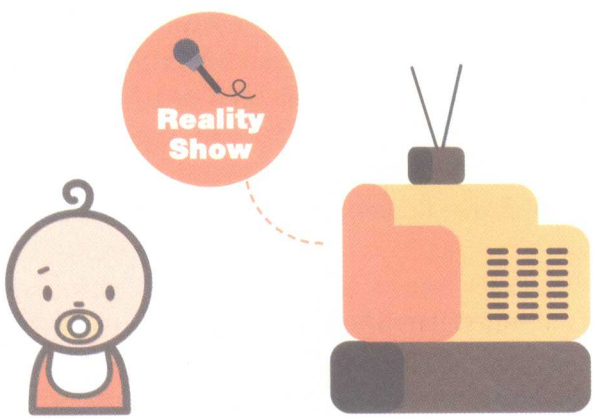
คุณเป็นคนหนึ่งใช่ไหมที่เชื่อว่ารายการโทรทัศน์ดีๆ สามารถสร้างเสริมให้เด็กมีจินตนาการและก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ และก็เป็นอีกคนหนึ่งใช่หรือเปล่าที่อยากให้รายการเด็กเป็นพื้นที่ปลอดภัย เพื่อคุณจะวางใจให้พวกเขาได้รับสาระและความบันเทิงในสัดส่วนที่เหมาะสมได้ แต่แล้วคุณกลับเจอแต่ข่าวประเภทที่ว่า

รายการทีวีเองมีส่วนที่เป็นปัญหาไม่น้อย แต่ก่อนจะโทษว่ารายการทีวีเป็นต้นตอของปัญหาทั้งปวง ลองมาดูกันก่อนดีกว่าว่าเพราะเหตุใดรายการทีวีจึงมีผลกับเด็กมากขนาดนี้

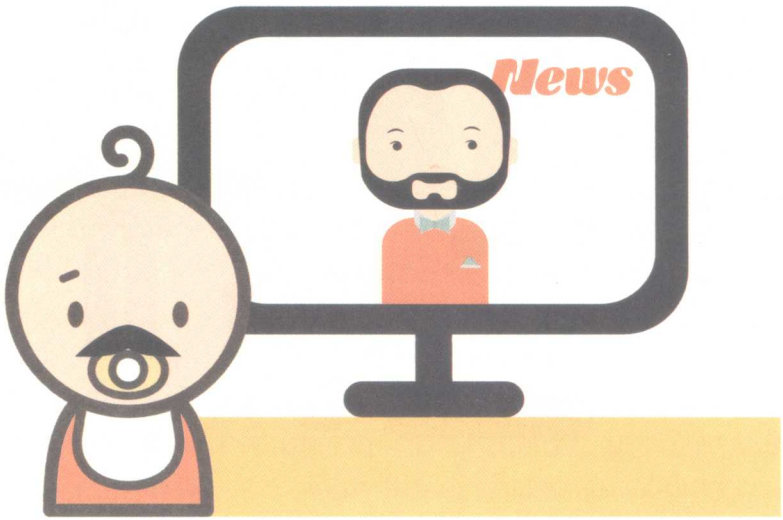


สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2557 พบว่ามีประชากรไทยทั้งหมดราว 64,871,000 คน ในจำนวนนี้เป็นเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี 11,954,000 คน หรือคิดเป็น 18.4%

ทว่าผลการศึกษาจากมีเดีย มอนิเตอร์ในปี 2549 พบว่ามีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศเพียง 5.2% เมื่อสำรวจอีกครั้งในปี 2551 ก็เพิ่มขึ้นมาเป็น 5.5% เท่านั้น



เมื่อรายการเด็กมีจำนวนน้อย แถมยังขาดความหลากหลาย ไม่ตอบสนองความสนใจของเด็กที่แตกต่างกันไปในแต่ละวัย เด็กๆ จึงหันไปดูสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวถัดมา นั่นก็คือรายการทีวีของผู้ใหญ่นั่นเอง โดยที่ผู้ใหญ่ก็ไม่ทันเอะใจว่าจะมีผลอย่างไรต่อเด็ก



ทว่าเด็กไม่เหมือนผู้ใหญ่ (แม้แต่ผู้ใหญ่เองก็ยังมีโอกาสลืมตัวหลงใหลไปกับสิ่งที่อยู่บนจอทีวี) เด็กเล็กยังแยกความจริงกับจินตนาการไม่ได้ ส่วนเด็กที่โตขึ้นมาหน่อยก็เรียนรู้การใช้ชีวิตด้วยการเลียนแบบสิ่งที่พบเห็นรอบตัว เราจึงไม่มีทางรู้ว่าเด็กรับและจดจำอะไรเข้าไปบ้างระหว่างที่ดูทีวี และเขาจะตัดสินใจนำสิ่งที่พบเห็นมาใช้กับใคร ที่ไหน หรือเมื่อไหร่

ถ้าคุณเชื่อว่าหนึ่งในหนทางแก้ปัญหาอยู่ที่การเพิ่มพื้นที่ให้รายการเด็ก ทีวีดิจิตอลก็น่าจะเป็นความหวังใหม่ของพวกเรา ทว่าผลการสำรวจผังรายการและเนื้อหาทีวีดิจิตอลช่องเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 สถานี ได้แก่ ช่อง 3 Family MCOT Family และ Loca ระหว่างวันที่ 5-12 มิถุนายน 2557 ที่มีเดียมอนิเตอร์จัดทำขึ้นกลับระบุว่าช่องเหล่านี้มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวเพียง 35% (ที่เหลือเป็นรายการสำหรับผู้ชมทั่วไป) อีกทั้งยังไม่มีรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ขวบ) เลยแม้แต่รายการเดียว

การขาดแคลนคนทำรายการเด็กดูจะเป็นประเด็นที่ต้องเร่งส่งเสริม ทว่าการพัฒนาผู้ผลิตรายการเพียงอย่างเดียวไม่อาจทำให้รายการเด็กเติบโตอย่างมีคุณภาพในระยะยาวได้ ถ้าเราเห็นตรงกันว่าเด็กควรมีสื่อดีที่เสริมทักษะและจินตนาการ รวมทั้งช่วยปลูกฝังค่านิยมใหม่ๆ เพื่อให้โลกใบนี้น่าอยู่กว่าเดิม อาจถึงเวลาแล้วที่เราต้องร่วมกันเรียนรู้อุปสรรคและความเป็นไปได้ในการผลิตรายการสำหรับเด็กจากมุมมองของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ขับเคลื่อนนโยบาย นักสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็ก ผู้เชี่ยวชาญเรื่องเด็ก ไปจนถึงผู้ปกครองและตัวเด็กเอง เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์สื่อคุณภาพสำหรับเด็กไปพร้อมๆ กัน

'สื่อดี' ที่สถาบันสื่อเด็กและเยาวชนเร่งสร้าง

รายการสำหรับเด็กและเยาวชนที่ดีจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อนำความรู้จากหลากหลายสาขามาประยุกต์เข้าด้วยกันอย่างสร้างสรรค์ แต่ในช่วงเวลาที่ประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับเด็กให้คนทำสื่อได้นำไปต่อยอดได้ ก็มีสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) นี่ล่ะที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางคอยประสานให้คนทำงานเกี่ยวกับเด็กได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกันและกัน คุณเข็มพร วิรุณราพันธ์ ผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชนคือผู้ที่คอยขับเคลื่อนภารกิจนั้น และเธอจะมาเล่าให้ฟังว่าเหตุใดจิตสำนึกที่ดีของเด็กๆ จึงเริ่มต้นจากผู้ผลิตรายการเด็กที่มีคุณภาพได้

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชนกับเป้าหมายในการสร้าง 'สื่อดี'

ในการทำงานของ สสย. ด้านหนึ่งเราพยายามทำให้สังคมมีการกำกับดูแลสื่อที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก มีการเฝ้าระวังให้เกิดมาตรการทางสังคมของภาครัฐของหน่วยงานที่จะดูแลสื่อและประเด็นที่สร้างปัญหาหรือมีผลกระทบต่อเด็ก อีกด้านเราก็ส่งเสริมยุทธศาสตร์ที่ทำให้เกิดสื่อที่ดี สื่อที่สร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนให้มากขึ้น ในแง่นี้ ทีวียังเป็นสื่อที่เข้าถึงเด็กมากที่สุด แม้จะมีสื่อใหม่อะไรก็ตาม แต่เมื่อมองภาพรวมไปยังชนบทแล้วทีวีก็ยังเป็นสื่อที่เข้าถึงเด็กได้กว้างมาก และด้วยเทคโนโลยี ทีวีก็ดูได้หลายช่องทาง รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจึงมีความสำคัญ นอกจากนี้ทีวียังส่งเสริมการเรียนรู้ให้เด็กผ่านรูปแบบของรายการได้ มันคือการศึกษาของเด็กรูปแบบหนึ่งเลย ถ้ารัฐบาลหรือผู้ใหญ่เข้าใจเรื่องนี้ เราจะใช้รายการสำหรับเด็กเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเด็กและสร้างอนาคตของสังคมได้

แต่ตอนนี้เราพบว่ารายการสำหรับเด็กมีสัดส่วนน้อยมาก โดยเฉพาะรายการสำหรับเด็กเล็กๆ ซึ่งผลิตยาก จริงๆ แล้วเราขาดแคลนรายการสำหรับเด็กเกือบทุกช่วงวัย และขาดรายการที่มีคุณภาพด้วย หมายถึงรายการที่เข้าถึงเด็ก เด็กเปิดรับและชอบ เนื่องจากรายการส่วนใหญ่มีลักษณะสอนตรงเกินไป ไม่เข้าใจธรรมชาติของเด็ก เด็กไม่ชอบเลยหันไปดูรายการต่างประเทศ ไปดูการ์ตูนและรายการของผู้ใหญ่แทน เนื้อหาดีๆ ที่จะทำให้เด็กเกิดการเรียนรู้ก็เลยไปไม่ถึงเด็ก

ในประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเด็ก จะทุ่มเทและทุ่มทุนกับรายการเด็กมาก ยิ่งรายการสำหรับเด็กเล็ก ยิ่งทำยาก ต้องใช้ความละเอียดอ่อน ต้องการองค์ความรู้ ต้องการคนหลายอาชีพมาช่วยกัน ทั้งนักจิตวิทยา นักพัฒนาการเด็ก นักสร้างสรรค์ คนทำสื่อ ต้องมาร่วมมือกันเป็นสหวิชาชีพ รายการสำหรับเด็กในหลายๆ ประเทศได้รับการสนับสนุน

จากรัฐบาลทั้งการวิจัย การพัฒนาองค์ความรู้ที่จะทำให้ผู้ผลิตเข้าใจเด็ก มีฝ่ายวิชาการคอยสนับสนุน มีงานวิจัยมารองรับ ประเทศเหล่านั้นจะลงทุนให้คนเหล่านี้ได้ทำงานเต็มที่ ไม่ต้องหาทุนหาช่องทางเอง แต่ของไทยต้องดิ้นรนเองทุกเรื่อง เนื้อหาก็ต้องพัฒนาเอง ทำให้รายการไม่มีคุณภาพเพียงพอ ผู้ผลิตที่ยังอยู่รอดได้ส่วนใหญ่ก็ต้องพึ่งพาทางธุรกิจ ทำให้รายการต้องมีโฆษณาเข้ามาแทรกหรือให้สปอนเซอร์เข้ามามีอิทธิพลต่อรายการโดยที่ผู้ผลิตเองก็ไม่ต้องการ อันนี้เลยเป็นที่มาว่า สสย. น่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยกลุ่มผู้ผลิตให้ทำรายการดีๆ ออกมาได้

อันที่จริงมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็กพยายามส่งเสริมประเด็นเหล่านี้มาตั้งแต่ปี 2522 แล้ว ตอนหลังมูลนิธิมาทำงานร่วมกับ สสส. ภายใต้ สสย. ก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาโดยตลอด สสส. เองเคยมีงบประมาณสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการใหม่ๆ ขึ้น ก็ช่วยให้ผู้ผลิตที่มีความตั้งใจดีและอยากทำรายการเด็กมีโอกาสทำรายการ แต่สิ่งที่ค้นพบก็คือ พวกเขามีประสบการณ์ที่สั่งสมไว้น้อยมาก เพราะไม่ได้ทำรายการกับเด็กอย่างต่อเนื่อง หรือทำแล้วไม่มีช่องทางเผยแพร่ ทำให้พวกเขาไม่มีทักษะที่จะสื่อสารกับเด็กแบบเข้าไปนั่งในหัวใจเด็กได้ เราจึงเห็นว่าถ้าอยากให้เกิดรายการดีๆ รายการสร้างสรรค์อย่างที่เราคาดหวังทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ เราต้องมุ่งส่งเสริมผู้ผลิตให้มีทักษะ มีความสามารถมากขึ้น และในอนาคตระยะยาว พวกเขาต้องได้รับการสนับสนุนหลายๆ ด้านอย่างครบวงจร ถึงจะทำรายการออกมาได้นิ่งพอ และมีประสบการณ์สั่งสมพอที่จะเข้าใจว่าเด็กควรรับสื่อแบบไหน เนื้อหาบางอย่างที่อยากให้เด็กเรียนรู้จะย่อยและทำให้เข้าถึงเด็กได้อย่างไร นี่คือหัวใจที่เป็นนโยบายเป็นยุทธศาสตร์ในการนำสื่อดีๆ มาสู่เด็ก ก็เลยมุ่งไปที่การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก

ขับเคลื่อนเพื่อองค์ความรู้และความหลากหลาย

ในการทำงานของ สสย. เราไม่ได้แยกตามประเภทสื่อ แต่ดูตามเงื่อนไขที่เป็นยุทธศาสตร์ของเรา อย่างตอนนี้เราเน้นที่สื่อทางเลือก สื่อที่เด็กเข้าถึงในระดับชุมชน แต่ผ่านยุทธศาสตร์เรื่องการทำเรื่องพื้นที่สร้างสรรค์ชื่อ 'พื้นที่นี้ดีจัง' ซึ่งจริงๆ ก็คือเรื่องสื่อเหมือนกัน แต่เป็นสื่อที่ดึงภูมิปัญญาท้องถิ่น สื่อวัฒนธรรม สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล ที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งโดยภาพรวมก็จะครอบคลุมทุกสื่ออย่างตอนผลักดัน พรบ. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ก็เช่นกัน

ทางด้านสื่อทีวี ด้วยบทบาทที่ทำมาเราจึงกลายเป็นส่วนกลางไปโดยปริยาย แต่เราอยากมองถึงระดับชาติด้วย ตอนนี้เราเป็นแค่ตัวประสาน กระตุ้น ทดลองทำ ในอนาคตควรมีหน่วยงานกลางมาทำเรื่องนี้โดยเฉพาะ เหมือนที่ต่างประเทศมีคณะกรรมการระดับชาติเรื่องการพัฒนาสื่อสำหรับเด็ก บางประเทศอาจแยกทีวีออกมาเป็นคณะกรรมการพัฒนารายการทีวีสำหรับเด็กเลย ซึ่งอาจไปเชื่อมกับกองทุนที่รัฐบาลตั้งขึ้น กับกลุ่มที่ทำมาตรฐานว่าด้วยรายการที่ดีสำหรับเด็ก หรือกับภาควิชาการ มันควรมีหน่วยงานที่ทำงานจริงจังต่อเนื่อง ตอนนี้สังคมไทยยังไม่มีหน่วยงานแบบนั้น สยย. เลยทำ

บทบาทนั้นอยู่ แต่เราก็มีข้อจำกัด ไม่อาจทำสเกลใหญ่มากๆ ได้ เลยหวังจะเห็นแนวทางแบบนั้นเกิดขึ้น ถ้าเราผลักดันให้เกิด พรบ. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำเร็จ ก็คาดว่าน่าจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างตรงนี้

ทีนี้จากงานวิจัย ประสบการณ์การเฝ้าระวัง การสำรวจผังรายการทีวีสำหรับเด็ก รวมถึงสื่อประเภทอื่นด้วย เราพบว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่มุ่งผลิตสื่อสำหรับเด็กในเมือง เวลาทำรายการโทรทัศน์หรือซื้อรายการต่างประเทศมาก็จะเป็นรายการเพื่อเด็กในเมืองทั้งหมด มีรายการสำหรับเด็กกลุ่มอื่นๆ น้อยมาก เด็กชนบทต้องนั่งดูรายการสำหรับเด็กในเมือง บางทีเป็นเนื้อหาที่เกิดขึ้นในบ้านเขานั่นล่ะ แต่คนจากกรุงเทพฯ ไปถ่ายทำแล้วเผยแพร่มาจากส่วนกลาง ให้เขาดูเรื่องราวของตัวเองในมุมมองของส่วนกลาง ทั้งที่ความต้องการหรือความสนใจของเด็กในแต่ละพื้นที่ต่างกัน เด็กชนบทอาจอยากรู้เรื่องการทำเกษตรหรือวิถีชีวิตของเขาอย่างเรื่องฤดูกาลที่มันเป็นบริบทของเขา

และจริงๆ เด็กในสังคมไทยมีความหลากหลายมาก มีทั้งชาติพันธุ์ เด็กที่อยู่ภูมิภาคต่างกันอย่างภาคใต้ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ก็มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีเด็กที่มีความพิการ เด็กที่ทำงาน เด็กแรงงาน และเรายังมีเด็กต่างชาติหลายแสนคน บางคนเกิดประเทศไทย พูดภาษาไทยได้ พูดภาษาประเทศตัวเองไม่ได้ เราปฏิเสธไม่ได้ว่าเด็กเหล่านี้คือคนที่อยู่บนแผ่นดินเดียวกับเรา เขาก็ดูรายการโทรทัศน์เหมือนกับเรา ถ้าเราเอาเด็กเป็นตัวตั้งว่าเราต้องการให้เขาเรียนรู้อะไร ต้องการสร้างเด็กที่จะโตไปเป็นคนแบบไหน เราก็ควรจะมีเนื้อหาที่สื่อสารไปถึงเขาให้ตรงกลุ่มมากขึ้น หลากหลายมากขึ้น หลายเรื่อง พูดแบบเดียวกันแล้วเหมารวมทั้งประเทศไม่ได้ อาจต้องมีเนื้อหาที่สื่อสารกับเขา ภาษาของเขา วัฒนธรรมของเขา ถ้าเป็นเรื่องที่เขาเข้าถึงได้ มีส่วนร่วมได้ ก็จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการเรียนรู้ของเขา เราอยากเห็นความหลากหลายแบบนั้นทั้งรายการทีวี วิทยุ และสื่ออื่นๆ อยากให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในการเป็นเจ้าของเนื้อหา เป็นคนสื่อสารเรื่องราวของเขาเอง ถ้าเราคาดหวังแบบนี้ กระบวนการก็ต้องเปิดกว้างมากขึ้น แล้วก็มีกระบวนการให้เด็กได้มีส่วนร่วมด้วย มันก็จะซับซ้อนมากขึ้น ต้องลงทุนมากขึ้นด้วย

อย่ามองข้าม 'สิทธิเด็ก'

ในพ.ศ. 2535 ประเทศไทยได้ให้สัตยาบันกับอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the Rights of the Child) โดยรับประกันว่าเด็กในประเทศไทยจะต้องมีสิทธิขั้นพื้นฐานดังต่อไปนี้

1. สิทธิที่จะมีชีวิตรอด-ได้รับการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐาน มีสันติภาพ และความปลอดภัย
2. สิทธิที่จะได้รับการพัฒนา-มีครอบครัวที่อบอุ่น ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ และมีภาวะโภชนาการที่เหมาะสม
3. สิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง-ให้รอดพ้นจากการทำร้าย การถูกล่วงละเมิด การถูกทอดทิ้ง และการแสวงประโยชน์ในทุกรูปแบบ
4. สิทธิในการมีส่วนร่วม-ในการแสดงความคิดเห็น แสดงออก การมีผู้รับฟัง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่มีผลกระทบกับตนเอง

ข้อมูลจาก www.unicef.org/thailand

Kidchen
ครัวนี้สร้างความรู้และเครือข่าย

ตั้งแต่ช่วงแรกที่ สสย. เริ่มทำงาน เราเห็นอยู่แล้วว่าเราขาดกลุ่มผู้ผลิตที่ทำรายการสำหรับเด็ก ในอดีตเรามีปัญหาว่าทำรายการแล้วก็ไม่รู้จะไปออกช่องไหน ไม่มีผู้สนับสนุน สถานีก็ไม่ให้เวลา แต่ตอนนี้โอกาสเปิดแล้ว ทั้งทีวีดิจิตอลที่เกิดขึ้นหลายสิบช่อง ช่องเด็กอีก 3 ช่อง ในอนาคตจะมีช่องเด็กสาธารณะอีก 1 ช่อง รวมเป็น 4 ช่อง จากที่ไม่เคยมีช่องเด็กเลย ก็เลยเป็นโอกาส แต่พอไปดูด้านผู้ที่จะผลิตรายการมาป้อนก็ยังเท่าเดิม แล้วความต่อเนื่องของเขาก็ไม่มี เพราะขาดหายไป แม้จะมีไทยพีบีเอส แต่ก็ไม่มีพื้นที่ให้เขามากนัก ไม่มีทุนให้เขาทำรายการ ส่วนหนึ่งเราอยากฟื้นฟูเรื่องนี้เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมว่าถ้าเกิดช่องทางเปิดขึ้นมา กลุ่มผู้ผลิตมีความพร้อมหรือยัง ขณะเดียวกันเราอยากเห็นกลุ่มที่กระจายไปอยู่ตามภูมิภาคด้วย เพราะในอนาคตเราจะมีโทรทัศน์ชุมชนซึ่งเป็นระดับจังหวัดหรือระดับพื้นที่ชุมชนเลย เราจึงอยากเตรียมพร้อมไว้ แต่คงไม่สามารถเป็นองค์กรที่ไปปูพรมได้ทั่ว ก็เลยจะเป็นเหมือนกึ่งๆ ทดลอง แล้วก็สร้างรูปแบบหลักสูตรอบรมขึ้นมา ซึ่งก็คือโครงการ Kidchen ถ้าในอนาคตมีกองทุนหรือหน่วยงานอย่าง กสทช. สถาบันวิชาการหรือสถานีโทรทัศน์จะเอาไปทำเอง เขาจะได้มีตัวอย่างหลักสูตรและกระบวนการที่เราทำเป็นต้นแบบไว้ให้ เราอยากถอดบทเรียนและส่งต่อองค์ความรู้ให้สังคมต่อไป

นี่เป็นภารกิจของเราอยู่แล้วที่จะผลักดันให้เกิดสื่อดีสำหรับเด็ก ในอีกด้านเราก็ผลักดันนโยบายกับกองทุนระดับชาติที่จะมาสนับสนุนให้เกิดตรงนี้ขึ้นด้วย โครงการนี้เป็นเหมือนการเตรียมความพร้อมให้เดินทางไปสู่จุดนั้นได้ ในระยะใกล้และระยะกลาง เราอยากเห็นองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการและทำสื่อสำหรับเด็กมีมากขึ้นในสังคมไทย ตอนนี้เรามีองค์ความรู้น้อยมาก ในมหาวิทยาลัยก็ไม่มีการสอน หรือถ้ามีก็อาจใช้ไม่ได้กับสถานการณ์จริง องค์ความรู้บางส่วนมีอยู่ในตัวผู้ผลิต แต่ก็มีข้อจำกัดอย่างที่บอกไปว่าพอไปทำโปรดักชั่น เขาก็ขาดโอกาสที่จะเรียนรู้และแสวงหางานทั้งเชิงลึกเชิงกว้างมาศึกษา ไม่มีใครสนับสนุนเขา จะไปเรียนรู้จากต่างประเทศก็มีค่าใช้จ่าย สสย. เลยอยากสร้างองค์ความรู้เรื่องนี้ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย แต่ต้องร่วมมือกับภาคส่วนอื่นๆ ด้วย คงไม่สามารถทำได้ตามลำพัง

ที่ผ่านมาเรามีแต่การรวมตัวเฉพาะกิจ เอากิจกรรมเป็นตัวตั้ง เช่น จะอบรมก็ดึงฝ่ายนั้นฝ่ายนี้มานั่งคุยกัน ไม่ได้มีการมอง

ภาพรวมร่วมกันเพื่อให้เกิดเป็นระบบขึ้นมา เวลาพูดถึงการสร้างองค์ความรู้ ทุกฝ่ายเห็นเป้าหมายเดียวกัน ยินดีให้ความร่วมมือ ขาดก็แต่ผู้ประสานงานตรงกลางที่จะคอยเชื่อมโยงแบบต่อเนื่อง เนื่องจาก สสย. เองก็มีภารกิจหลายด้าน เคลื่อนไหวหลายประเด็น หลายสื่อ อย่างตอนเราไปผลักดันกฎหมาย งานด้านนี้ก็ว่างเว้น หายไปบ้าง โดยส่วนตัว เรามีความหวังกับเรื่องกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่พยายามผลักดันกฎหมายอยู่ ถ้าผ่านมันก็จะเป็นตัวเชื่อมในเชิงนโยบาย แล้วก็จะมีกลไกมารองรับว่าใครควรจะทำบทบาทตรงนี้ให้เกิดความต่อเนื่อง จะเอาสถาบันวิชาการมาเป็นตัวประสานงานกลาง หรือจะให้เป็นไปในลักษณะยังไง

รายการเด็ก สิทธิเด็ก และการโฆษณา

สิทธิเด็ก ถ้าพูดถึงอย่างแรกเลยก็คือการมีส่วนร่วม อันนี้ผู้ผลิตอาจไม่ค่อยเข้าใจหรือเข้าใจไม่ตรงกันว่าการมีส่วนร่วมของเด็กหมายถึงอะไร จริงๆ รายการเด็กไม่จำเป็นต้องเอาเด็กมาอยู่ในรายการเลยก็ได้นะ แต่ผู้ผลิตมักจะเข้าใจว่าการเอาเด็กมาเป็นพิธีกรหรือมาอยู่ในรายการคือสร้างการมีส่วนร่วมแล้ว แต่จริงๆ ไม่จำเป็น การมีส่วนร่วมอาจมาจากด้านอื่นก็ได้ เช่น ไปรับฟังว่าเขาต้องการดูรายการอะไรแบบไหน หรือเขาคิดเห็นยังไง แล้วเอาความคิดนั้นมาย่อย มาสื่อสาร

การมีส่วนร่วมเองก็มีหลายระดับ แต่พอผู้ผลิตอยากให้เห็นว่าเด็กมีส่วนร่วม ส่วนใหญ่เลยอยู่ในขั้นแค่มาปรากฏตัว บางคนอาจพูดแรงว่าเอาเด็กมาเป็นแค่ไม้ประดับ แต่ความคิดหรืออะไรต่างๆ เป็นของผู้ใหญ่ใส่เข้ามาให้เด็กอ่าน หรือเขียนสคริปต์ให้เป็นแบบที่ผู้ใหญ่ต้องการ นี่ไม่ใช่การมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมจริงๆ ต้องเริ่มตั้งแต่การฟังความคิดของเขา ให้เขาได้แสดงความคิดเห็นว่าต้องการรูปแบบรายการแบบไหน หรืออยากสื่อสารอะไรที่เป็นเรื่องราวของเขาเอง

เรื่องนี้อาจต้องมาช่วยกันพัฒนาว่ารูปแบบการให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงเป็นยังไง เราอยากให้สังคมไทยเกิดการเรียนรู้มากขึ้นด้วย เข้าใจว่าเวลาทำรายการเด็ก ปัญหาส่วนหนึ่งมาจากข้อจำกัดของเด็กเวลาออกสื่อหรือผ่านสื่อ เด็กอาจจะไม่กล้าแสดงความคิดเห็น แต่รายการก็มีความเร่งรัดที่จะต้องให้เด็กแสดงออก กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมเลยยากกว่าการสั่งให้เด็กทำ อันนี้ก็ต้องอาศัยการเรียนรู้ระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ด้วย

ประเด็นถัดมาที่เห็นก็คือการละเมิดสิทธิเด็ก จริงๆ แล้วผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่ตั้งใจหรอก ไม่มีใครอยากละเมิดสิทธิเด็ก เพียงแต่ไม่เข้าใจเรื่องพัฒนาการ ความต้องการ การรับรู้ของเด็กในแต่ละช่วงวัย บางเรื่องตัวเนื้อหาไปสร้างไปตอกย้ำให้เด็กเกิดความรู้สึกมีปมด้อย หรือทำให้เด็กบางกลุ่มถูกเลือกปฏิบัติไปโดยไม่รู้ตัว ตัวอย่างเช่น ถ้าไปฟังคุณหมอหรือจิตแพทย์เขาจะบอกว่าเด็กวัยอนุบาลหรือเด็กต่ำกว่า 8 ขวบจะมีจินตนาการ ในวัยนี้เขายังไม่รู้หรอกว่าอะไรคือการโกหกหรือการขโมย เขาอาจจะบอกว่าเขาเห็นผี เห็นของลอยได้ มันเป็นจินตนาการ แต่ผู้ใหญ่จะไปตีตราว่าเขาโกหก หรือเด็กที่พูดแบบนี้คือเด็กไม่ดี เพ้อเจ้อ อย่างการที่เด็กอยากได้ยางลบแล้วเอากลับบ้านเลยก็เพราะเขาไม่รู้ หรือบางทีในการ์ตูนแอนิเมชั่นก็จะบอกว่าเด็กที่เอายางลบไปเนี่ยเป็นตัวโกง แล้วก็จะถูกคนอื่นในเรื่องประณาม แบบนี้เป็นการทำร้ายจิตใจเด็กนะ โดยที่ไม่เข้าใจพัฒนาการของเขา เพราะผู้ใหญ่ไปสร้างตัวแบบว่าคนแบบนี้เลว แทนที่จะพูดถึงตัวพฤติกรรมว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่ดีนะ แต่ไม่เป็นไร ถ้าหนูแก้พฤติกรรมนี้ หนูจะได้รับการยอมรับซึ่งพวกนี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนมาก ผู้ผลิตไม่ได้ตั้งใจหรอก แต่ผลก็คือไปทำร้ายจิตใจเด็ก

การที่เราพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิตให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันจะช่วยเรื่องพวกนี้ได้เยอะ ขณะเดียวกันพ่อแม่หรือผู้ชมก็ต้องเป็นตัวช่วยสะท้อนให้เกิดประเด็นด้วย ถึงจะนำมาสู่การพูดคุยเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน นั่นคือในเชิงแก้ปัญหา แต่อีกสิ่งที่สังคมไทยยังขาดก็คือการยกระดับสิ่งที่เราอยากสร้างให้กับเด็ก หลายประเด็นที่เราอยากปลูกฝังในตัวเด็ก ต้องใช้ความรู้ว่าจะแทรกเรื่องเหล่านั้นเข้าไปในรายการอย่างไร อย่างสังคมไทยในช่วงที่ผ่านมามีความแตกแยกมาก มีแต่ความรุนแรงแล้วสื่อยังไปตอกย้ำ ไม่ดึงเด็กออกมา ไม่สร้างจิตสำนึกใหม่ให้กับเด็กอีก อนาคตเราก็ไม่มีความหวัง ดังนั้นรายการเด็กอาจต้องมาสร้างสิ่งที่เราอยากได้ในสังคมด้วย ซึ่งบางประเทศอาจจะมีการส่งเสริมว่าถ้ามีประเด็นเหล่านี้ก็จะได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุน เช่น จะทำเรื่องการสร้างสันติวิธีในจิตใจเด็ก ก็ไประดมสรรพกำลังหัวกะทิมาช่วยกันคิดเรื่องนี้ ทำสื่อดีๆ ออกมา นี่คือประเด็นใหม่ๆ ที่อยากให้สังคมไทยในอนาคตมี แต่ต้องเป็นรายการที่เด็กอยากดู มันต้องเข้าไปในหัวใจเด็กด้วย

ในส่วนของรายการที่เห็นว่ามีโฆษณาหรือการแข่งขันที่ไม่เหมาะสม จะสังเกตได้ว่าผู้ผลิตมุ่งผลทางธุรกิจเป็นหลัก ถ้าเขาเอาเด็กเป็นตัวตั้ง เขาจะมองเห็นว่าสิ่งที่เด็กจะได้เรียนรู้ควรออกมาในรูปแบบไหน ลักษณะของเกมแข่งขันน่าตื่นเต้นนี่ทำได้นะ ธรรมชาติของเด็กมีความรู้สึกอยากผจญภัยอยู่แล้ว แต่เขาได้เรียนรู้อะไรจากกระบวนการที่เขาได้เข้าไปมีส่วนร่วม ต่างหากที่เป็นตัวตัดสินว่ารายการนั้นละเมิดสิทธิเด็กหรือไม่ ถ้าเขาได้เรียนรู้ว่าทำอะไรก็ได้ ขอให้ได้สิ่งตอบแทนมหาศาล โดยไม่ต้องใช้สติปัญญาความสามารถเลยทำให้เด็กก็เรียนรู้ว่าทำอะไรก็ได้ขอให้มีชื่อเสียงขึ้นมาก็พอ นั่นล่ะคือการละเมิดสิทธิเด็ก

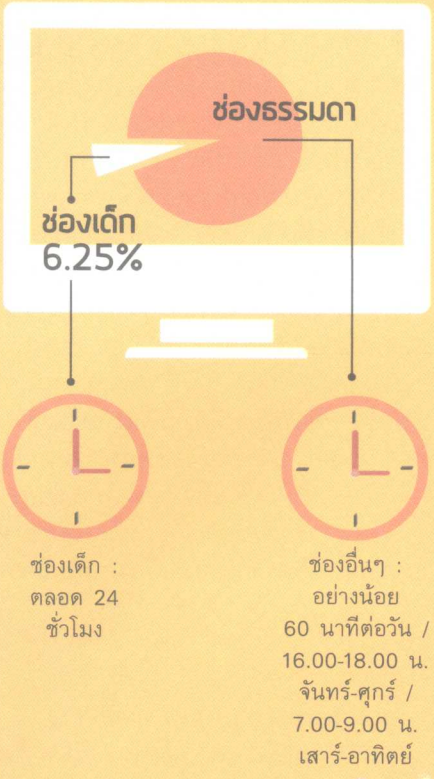
จริงๆ มีหลายประเทศนะที่มีหลักเกณฑ์ในการนำเอาเด็กมาร่วมรายการ เขาจะบอกเลยว่าอะไรบ้างที่มีผลกระทบต่อจิตใจหรือพัฒนาการของเด็ก อะไรทำให้เกิดผลเสียในระยะยาว เพราะเด็กไม่สามารถคาดการณ์ได้ บางทีพ่อแม่ก็ไม่รู้ เขาจะมีแนวปฏิบัติที่พึงระวังอะไรทำนองนี้ให้ผู้ผลิตรายการ ซึ่งอาจมีผลต่อเด็กในอนาคต แต่สังคมไทยไม่มีแนวปฏิบัติเหล่านี้เลย แทบไม่มีการคำนึงถึงด้วย แม้แต่โฆษณาขององค์กรทางสังคมเอง ก็ใช่ว่าจะเหมาะสำหรับเด็กนะ คนมักเข้าใจว่าโฆษณาเพื่อสังคมอยู่ช่วงรายการเด็กได้ ในอังกฤษเคยเอาโฆษณารณรงค์ช่วยคนประสบอัคคีภัยมาฉายช่วงรายการเด็ก ปรากฏเด็กเห็นแล้วช็อก กลัว เพราะภาพไฟไหม้มันโหดร้าย ก็มีการเรียกร้องไปที่ออฟคอม (Ofcom-หน่วยงานกำกับดูแลกิจการวิทยุโทรทัศน์และโทรคมนาคมทั้งหมดของประเทศอังกฤษ) พ่อแม่ก็ขอให้ถอนโฆษณาตัวนี้ออกจากช่วงรายการเด็กเล็ก และร้องเรียนว่าโฆษณาทำให้พัฒนาการลูกเขาถดถอย ถ้าองค์กรเพื่อสังคมจะเอาโฆษณามาลงในช่องรายการเด็ก หรือต้องการจะสื่อสารกับเด็กก็ต้องทำอีกแบบหนึ่ง จะเห็นได้ว่ามันมีความละเอียดอ่อนมาก จะมาทำแบบชุ่ยๆ ไม่ได้ ซึ่งเหล่านี้เป็นองค์ความรู้ใหม่ในสังคมไทย และเราพยายามอย่างมากให้หลุดออกจากกรอบที่มีอยู่ในปัจจุบัน

โอกาสและช่องทาง ในการทำรายการเด็ก

ในช่วงเวลาที่สื่อเมืองไทยกำลังก้าวกระโดดจากยุคอนาล็อกสู่ดิจิตอลอย่างเต็มตัว นอกจากพื้นที่ของรายการสำหรับเด็กจะกว้างขวางขึ้นบนจอโทรทัศน์แล้ว สื่อออนไลน์ต่างๆ ยังเป็นอีกช่องทางน่าสนใจที่เปิดรอให้ผู้ผลิตรายการได้คว้าโอกาสใหม่ๆ มาเป็นของตัวเอง

1 ทีวีดิจิตอล

นอกจาก กสทช. จะกำหนดให้สถานีโทรทัศน์ทุกช่องออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคม หรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนอย่างน้อยวันละ 60 นาที ในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ของวันจันทร์ถึงศุกร์ และช่วงเวลา 7.00-9.00 น. ของวันเสาร์และอาทิตย์แล้ว (ตามข้อ 7 ในประกาศหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556) ในจำนวนช่องทีวีดิจิตอลทั้งหมด 48 ช่อง กสทช. ยังได้กำหนดให้เป็นประเภทช่องเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 3 ช่อง (ได้แก่ ช่อง 3 Family, ช่อง MCOT Family และ ช่อง Loca) คิดเป็น 6.25% ของช่องทีวีดิจิตอลทั้งหมด ซึ่งนี่นับเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยมีช่องเฉพาะเกิดขึ้นสำหรับรายการเด็กและเยาวชน

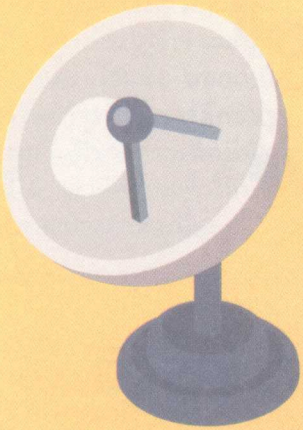


2 ออนไลน์

อย่างที่เรารู้กันดี อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานที่ไม่ต้องอาศัยเงินลงทุนมากนัก ในเว็บไซต์แชร์ไฟล์วิดีโอยอดนิยมอย่าง YouTube มีช่องรายการ (YouTube Channel) ที่เป็นเนื้อหาสำหรับเด็กมากมาย ทั้งที่เป็นการนำรายการโทรทัศน์เก่ามาเผยแพร่และผลิตรายการขึ้นใหม่โดยเฉพาะ ด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย ตั้งแต่การแสดงละครหุ่น ไปจนถึงแอนิเมชั่น 2 และ 3 มิติ ช่องสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนใน YouTube ที่เป็นเพลงหัดร้องสำหรับสอนทักษะง่ายๆ บางช่องมียอดสมัครสมาชิกมากถึงหลักล้าน ที่น่าสนใจคือโมเดลการต่อยอดเนื้อหาจากช่องทางการฉายฟรีออนไลน์สู่ช่องทางอื่นๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้กลับคืนมาสู่ผู้ผลิตรายการ

YouTube Channel ช่องรายการ /+ Website เว็บไซต์รายการ

- Subscription สมัครสมาชิก
- Download ดาวน์โหลดเนื้อหาในรูปแบบไฟล์วิดีโอ, ไฟล์เพลง และแอพพลิเคชั่นบนมือถือและแท็บเล็ต
- DVD & Books ดีวีดีและหนังสือที่สร้างจากเนื้อหาหรือตัวละครเดียวกัน



3 ดีวีดี และแผ่นบันทึกข้อมูลอื่นๆ

จุดเด่นของดีวีดีและแผ่นในรูปแบบอื่นๆ คือเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสื่อมีความคุ้นเคยในการซื้อหา ผู้ปกครองสามารถเลือกประเภทรายการที่ต้องการได้ง่ายจากการแบ่งหมวดหมู่อย่างชัดเจนบนหน้าปก ทั้งอายุผู้ชมที่เหมาะสม และการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ การผลิตรายการสำหรับเด็กในรูปแบบดีวีดี รวมถึงวีซีดีและบลูเรย์ เหมาะแก่การจัดแยกเนื้อหารวมเป็นชุด (เช่น ดีวีดีบ็อกซ์เซ็ต) โดยอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อการเรียนการสอนโดยตรง หรือต่อยอดมาจากรายการในช่องทางการเผยแพร่อื่นอย่างสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ก็ได้ ยิ่งมีการประชาสัมพันธ์ร่วมกันในหลายช่องทางก็จะยิ่งสร้างโอกาสให้รายการของเราเป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น

มารู้จัก 'กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์' กันเถอะ

เพราะสื่อดีที่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชนยังขาดแคลนทั้งปริมาณและโอกาสในการเผยแพร่ เครือข่ายภาคประชาชนจึงต้องการผลักดันให้เกิด 'กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์' ขึ้น เพื่อเป็นองค์กรสนับสนุนเงินทุนรวมถึงปัจจัยอื่นในการผลิตสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและครอบครัว อันจะช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าถึงและรู้เท่าทันสื่อ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ที่เริ่มมีการผลักดันร่างกฎหมายกองทุนสื่อเด็ก ได้มีการร่าง พ.ร.บ. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งโดยภาคประชาชนและกระทรวงวัฒนธรรม ปัจจุบัน 'กองทุนพัฒนาสื่อฯ' ถูกระบุให้เป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ที่ กทปส. (กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ) ต้องทำการจัดสรรเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามกฎหมาย

สำรวจคนทำรายการเด็ก ในปัจจุบัน

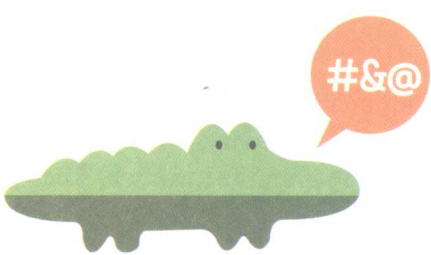
วิวัฒน์ วงศ์ภัทรฐิติ
'ซูเปอร์จิ๋ว' กับ 2 ทศวรรษบนเส้นทางสื่อเด็ก

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 จนถึงปัจจุบัน ด้วยระยะเวลาการออกอากาศต่อเนื่องยาวนานกว่า 2 ทศวรรษ ทำให้ **'ซูเปอร์จิ๋ว'** เป็นรายการวาไรตี้สำหรับเด็กที่น่าจะเรียกได้ว่าอายุยืนยาวที่สุดในประเทศไทย รูปแบบรายการและวันเวลาออกอากาศอาจมีการปรับตัวเพื่อเปลี่ยนผ่านตามยุคสมัย แต่ที่ไม่เคยหายไปจากรายการเลยคือ **คุณวิวัฒน์ วงศ์ภัทรฐิติ** หรือ **'พี่ซุป'** ของน้องๆ จากจุดเริ่มด้วยการเป็นพิธีกรขวัญใจเด็กๆ ปัจจุบันคุณวิวัฒน์เป็นเจ้าของ บริษัท ซูเปอร์จิ๋ว จำกัด ที่ผลิตรายการ 'ซูเปอร์จิ๋ว' ร่วมไปกับรายการสำหรับเด็ก รวมถึงรายการอื่นๆ ที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์สังคม เส้นทางอันยาวนานของการเป็นคนทำรายการเด็กให้บทเรียนอะไรแก่เขาบ้าง มาร่วมเรียนรู้ประสบการณ์อันเข้มข้นไปพร้อมกัน

เรียนรู้การเป็นคนทำรายการเด็กด้วย 'การปรับตัว'

ผมไม่ได้มีความคิดอยากทำรายการเด็กมาแต่เดิมนะครับ แค่อยากทำงานและรู้สึกว่านี่คืองาน กระทั่งผ่านวันเดือนปีก็ค่อยๆ ซึมซับ เรารู้สึกว่างานที่เราทำอยู่มันกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต หลังจากนั้นมิติความคิดทุกครั้งมันจะวนเวียนอยู่แค่เรื่องทำรายการเด็ก ถ้าเกิดมาชีวิตหนึ่งแล้วอยากทำอะไรบางอย่างที่เราภูมิใจ ผมก็รู้สึกว่าที่เราทำอยู่นี่แหละ ใช่แล้ว นอกเหนือจากการได้ทำงานทำธุรกิจ เรารู้สึกว่าเราได้ทำสิ่งที่ดี ทุกวันนี้รายการเด็กมีน้อย ถ้าเราทำตรงนี้ได้ เราก็ควรจะทำให้มันดีขึ้นไป และก็ควรจะต้องทำต่อเนื่อง

แต่ปัญหาคือเราไม่มีบุคลากรที่จะทำรายการเด็กอย่างแท้จริง แม้กระทั่งตัวเราก็เป็นการเรียนรู้ถูกผิด เราเมื่อวันนี้กับเราเมื่อ 20 ปีที่แล้วก็พัฒนาขึ้นเยอะ มีหลายอย่างที่เราทำในสิ่งที่ไม่ควรทำไปเยอะเหมือนกัน แล้วก็โชคดีที่มันไม่ได้เป็นอะไร เช่น เคยพาไกรทองน้อยมาโชว์กับจระเข้ในรายการ 'จระเข้หงุดหงิด' ไล่งับพิธีกร นี่คือปัญหานะ ในขณะเดียวกันบุคลากร



ที่มีความรู้ก็อาจไม่ใช่บุคลากรที่เหมาะกับการทำทีวี คือวิชาการเกินไป ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะนำเอาสิ่งที่เป็นสาระล้วนๆ มาสื่อผ่านทีวีที่ไม่สามารถควบคุมบังคับให้เด็กดูได้ พอเจอรายการทีวีที่ตั้งใจสอนเกินไป เด็กก็จะเดินออกจากช่องนั้น เวลานั้นแล้วไปเสพอย่างอื่นรอบๆ ตัวแทน ถ้าเกิดเราไม่ทำตัวเองให้น่าสนใจ เด็กก็จะไม่สนใจเรา เราไม่สามารถบอกว่า "เราเป็นรายการเด็กนะ ช่วยดูหน่อย" คนที่ตัดสินใจก็คือเด็ก รีโมตอยู่ในมือ ถ้าเกิดเขารู้สึกว่ามันไม่ใช่เขาก็ไม่ดู

วิธีการทำงานคือต้องปรับสองอย่างนี้เข้าด้วยกัน นำความรู้เชิงวิชาการมาผสมผสานกับเทคนิคความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ที่ผ่านมา บ่อยครั้งเราใช้วิธีเรียนถูกผิดด้วยตัวเอง ระยะหลังเราเริ่มมีตัวช่วย คือมี 'ที่ปรึกษา' ในเวลาที่เราไม่มั่นใจหรือมีแหล่งข้อมูลที่เราเข้าถึงไม่ได้ ซึ่งตรงนี้ช่วยได้เยอะ ผมคิดว่าประสบการณ์ก็เป็นองค์ความรู้อย่างหนึ่ง และในขณะเดียวกัน องค์ความรู้ที่ชัดเจนมากก็คือว่า ถ้าไม่รู้ก็ให้ไปหาผู้รู้ แล้วก็เอาความรู้จากผู้รู้มาปรับเป็นสื่อที่เด็กจะพร้อมรับหรือพร้อมชมด้วยความสุขใจ

เรียนรู้ว่าจะทำรายการเด็กอย่างไรด้วย 'การวิจัยค้นคว้า'

การรีเสิร์ชสำคัญมาก อยากขออนุญาตแนะนำว่า อย่าทำรายการที่ตัวเองอยากทำเพียงอย่างเดียว ต้องทำรายการที่เด็กอยากดูด้วย แล้วเอาสองสิ่งนี้มารวมกันถึงจะเป็นรายการที่มีโอกาสประสบผลสำเร็จ เพราะว่าโลกของการแข่งขันมันสูงมาก จากเดิมที่เราเคยบอกว่า เวลาที่เราออกอากาศทุกช่องรอบตัวเราเป็นการ์ตูน ตอนนี้ยิ่งไปกว่านั้นอีก วันนี้ทีวีบ้านเราไม่ได้มีแค่ 6 ช่อง แต่มี 30 ช่อง 100 ช่อง นับรวมดาวเทียมเคเบิลอีก ก็ 200 ช่อง การแข่งขันสูงมาก ในขณะที่ดูรายการทีวีอยู่ เด็กก็ถือมือถือเล่นเกมไป โอ้โห ไดนามิกมาก

สิ่งที่เราทำคือกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คิดรูปแบบรายการ แล้วนำสิ่งที่ได้ไปคุยกับเด็ก บางครั้งเราใช้วิธีเปิดเทปรายการต่างๆ แล้วก็ดูปฏิกิริยาเด็กว่าเป็นยังไง เราเคยถึงขนาดที่ว่าเอาทีวีมาเรียงกันหลายๆ เครื่อง แล้วก็แอบดูพฤติกรรมเด็กว่าเขาชอบดูอะไร สนใจอะไร เวลาที่เราถามเด็กว่าชอบเกมโชว์หรือละคร เด็กอาจจะตอบว่า "ชอบอ่านหนังสือ" เพราะคำตอบนี้ดูดี แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่เด็กเป็นธรรมชาติ จังหวะที่เขาไม่รู้ตัว ไม่สร้างกำแพง จังหวะนั้นแหละที่เราจะได้รู้ว่าที่จริงเขาชอบอะไร สนใจอะไร

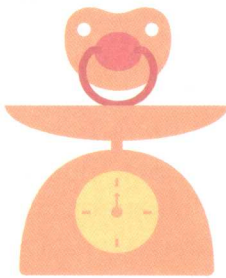
'ซูเปอร์จิ๋ว' เป็นรายการเด็กที่เข้าโรงเรียนเยอะมาก เฉพาะที่ออกทีวีเดือนหนึ่งมี 40 โรงเรียน เราได้เจอเด็กเยอะมาก การพบเจอเด็ก คุยกับเด็กๆ ก็เป็นรีเสิร์ชเล็กๆ อย่างหนึ่ง เรานำสิ่งที่ได้จากการคุยกับเด็ก ฟังพวกเขาคิด มาพัฒนาปรับปรุงรายการตลอดเวลา รีเสิร์ชครั้งแรกที่เราใช้ปรับปรุงรายการเมื่อ 18 ปีก่อน มีเด็กโวยวายว่ารายการพี่เป็นรายการของเด็กที่อยู่ในกรุงเทพฯ พี่ไม่ออกจากห้องส่งเลย ฉากพี่ไม่ลงทุนเลย กระจอกมาก ถ้าเทียบกับรายการเกมโชว์ นี่คือสิ่งที่เด็กพูดมาฟังแล้วเจ็บจี๊ดมากแต่ก็จริง เราไม่สามารถบอกน้องได้ว่า พี่ขายโฆษณาถูกกว่ารายการผู้ใหญ่สิบเท่านะ จะให้มีฉากใหญ่เท่าเขาเชียวหรือ เด็กเขาไม่รู้ เขาไม่สนไง หน้าที่ของเราคือนำเสนอรายการ หน้าที่ของเขาคือดูรายการที่เขาอยากดู นี่ทำให้เรารู้ว่าคุณภาพในการทำรายการเป็นสิ่งสำคัญ เราจะคิดง่ายๆ ลวกๆ ไม่ได้ จากเดิมที่เราคิดว่าฉากในรายการเด็กแค่เอาลูกโป่งมาเรียงกันก็น่าจะโอเค มันโอเคในมุมเรา แต่เด็กเขาบอกว่าไม่สวย ยังไม่พอ ถ้าจะเปรียบการทำรายการเด็กให้เห็นภาพก็เหมือนกับเอาอาหารมาวางให้เด็กเลือก 3 จาน อาหารจานนี้เต็มไปด้วยของที่มีประโยชน์ แต่มันไม่สวยไม่น่ากิน แล้วเขาก็จะบอกว่าอันนี้ไม่กินเพราะมันไม่น่ากิน ดังนั้นมันก็จะยากขึ้นแล้ว จานต้องสวยขึ้น ช้อนต้องสวยขึ้น รสชาติต้องดี ชิมแล้วต้องติดใจ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีค่าใช้จ่ายหมดเลย

> "เราไม่สามารถบอกว่า 'เราเป็นรายการเด็กนะ ช่วยดูหน่อย' คนที่ตัดสินใจก็คือเด็ก รีโมตอยู่ในมือ ถ้าเกิดเขารู้สึกว่ามันไม่ใช่ เขาก็ไม่ดู"

เรียนรู้ราคาของ 'ต้นทุน' และ 'โฆษณา'

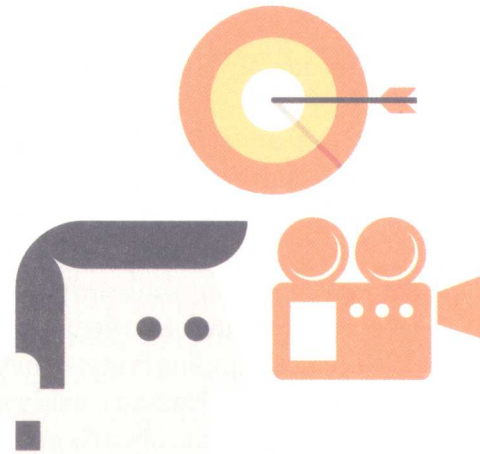
จะทำรายการให้ดีได้ต้องมีงบประมาณต้นทุนที่เหมาะสม ผมว่ารายการเด็กบ้านเรามีข้อเสียเปรียบตรงนี้ ยิ่งถ้าเปรียบเทียบกับงบประมาณการผลิตการ์ตูนหรือรายการต่างประเทศที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน รายการเด็กมีอยู่ 2 แนวทาง หนึ่งคือรับจ้างผลิต สองคือผลิตแล้วก็ขายโฆษณา ผมเคยคุยกับนักวิชาการบางท่าน เขาก็บอกว่ารายการเด็กที่ดีต้องไม่มีโฆษณา ซึ่งผมรู้สึกว่านี่เจตนาดีที่เป็นอุดมคติมาก เป็นไปได้อย่างไรไม่มีโฆษณา แล้วผู้ผลิตจะนำเงินที่ไหนมาผลิต รัฐบาลสนับสนุนได้ไหม ถ้ารัฐบาลสนับสนุนได้ก็จบ แต่ทุกวันนี้ภาครัฐสนับสนุนไม่ไหว ภาระที่มีอยู่ก็ล้นมือ ผู้ผลิตหลายรายการก็ต้องดิ้นรนสร้างสรรค์ตามอุดมการณ์ของตนเอง เข้าเนื้อ ขาดทุน ก็เป็นได้ แต่เพียงตำนานผู้บุกเบิกสร้างสรรค์รายการเด็กแล้วเป็นหนี้เป็นสิน ให้ผู้คนเล่าขานว่าถ้าอยากแกล้งใครให้ชีวิตอับเฉา ขอให้ชวนเขามาทำรายการเด็ก ผมคิดว่าจริงๆ แล้วที่ถูกต้องคือมีช่องเด็กช่องเดียวหรือสองช่องก็ได้ แล้วบอกไปเลยว่าหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนจะรับสนับสนุน ซึ่งคนที่สนับสนุนเงินเหล่านี้สามารถหักภาษีได้โดยตรง พูดง่ายๆ คือคล้ายเงินบริจาค แล้วช่วยกันสร้างรายการเด็กให้ดี มาช่วยกันทำ และอย่ากังวลเรื่องเรตติ้ง อย่าไปคาดหวังว่าต้องมีคนดูสองล้าน ถ้ามีสามแสนแล้วเป็นสามแสนที่มีคุณภาพ เราก็สร้างชาติได้

แต่ผมแยกชัดเจนนะ ถ้าอยู่ไทยพีบีเอสหรือทำให้ สสส. ในรายการกลุ่มนี้จะไม่มีโฆษณา แต่บางรายการที่เราผลิตเองในช่องอื่น ไม่มีใครให้งบประมาณในการผลิตกับเรา เราก็ต้องหาจากงบประมาณโฆษณา เราก็อยากให้พ่อแม่รู้ว่าใครที่ยอมสละเงินมาร่วมสนับสนุนรายการที่ดีให้ลูกเขาได้ดู สังคมควรรู้ว่าเขาคือใคร ใน 'ซูเปอร์จิ๋ว' มีป้ายโฆษณาเพื่อให้รู้ว่าใครสนับสนุน หลายปีก่อนเคยมีลูกค้าเสนอว่าอยากชิงโชคในรายการก่อนที่จะมีกฎอะไรออกมาอีก ผมก็ไม่ได้รับ แม้กระทั่งออดิโอเท็กซ์ 1900 ที่เขาการันตียอดเงินให้ เป็นยอดที่สูงแต่ผมก็ไม่รับ เพราะรู้สึกว่าไม่ใช่ ไม่ถูกต้อง เด็กไม่มีวิจารณญาณมากพอ มันมีหลายอย่างที่คนทำสื่อเด็กปฏิเสธโดยที่คนอื่นไม่รู้ เราสกรีนตัวเองพอสมควรโดยใช้อุดมการณ์ส่วนตัวในการตัดสินใจ สมัยแรกเริ่มตอนที่เรายังยืนไม่ได้ เราก็เคยนำสินค้ามาเล่นแบบตรงไปนิด แต่เมื่อเรายืนได้ เรามีสิ่งที่ทำให้เขามั่นใจว่าเรามีดีมากพอ มากกว่าต้องไปทำแบบนั้น เราลงทุน ลงแรง ทั้งด้านการผลิต ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบรายการที่หลากหลาย เข้าถึงเด็กๆ ทั่วประเทศ ทีมงานยอมทำงานอย่างหนัก ออกกองเดือนละ 20-25 ครั้งเพื่องานคุณภาพ ลูกค้าก็เชื่อมั่น ไว้ใจในการร่วมสร้างสรรค์รายการไปพร้อมกับเรา



เรียนรู้เพื่อค้นพบ 'จุดสมดุล' ในการทำรายการเด็ก

สำหรับผม ฝันของผมคือการอาสาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อเด็กให้ได้ยาวนานที่สุด คนทำรายการเด็กต้องมีฝัน ในฝันเราควรมีเส้นชัยด้วย เราต้องหมั่นถามตัวเองว่าเรายากจะไปถึงเส้นชัยหรือเปล่า เพราะในระหว่างทาง การทำรายการเด็กมันจะมีอุปสรรคเยอะมาก การทำรายการทีวีในเมืองไทยยากหมด แต่พอเป็นรายการเด็กแล้วยิ่งยากกว่า ยากกว่าตรงไหน ทั้งเรื่องแหล่งข้อมูลความรู้ การเข้าถึงข้อมูลที่ดี การเข้าถึงโอกาสในการหาลูกค้า ในโลกของการโฆษณา รายการเด็กก็เป็นทางเลือกสุดท้าย ทั้งๆ ที่ทุกครั้งเราจะพูดกันว่าทำอะไรต้องนึกถึงเด็ก เด็กคืออนาคตของประเทศนี้ ก็จะเป็นคำพูดที่สวยหรูทุกยุคทุกสมัย แต่ถึงเวลาจริงๆ เด็กกลับเป็นตัวเลือกสุดท้าย ดังนั้นถ้าอยากทำรายการเด็กจริงๆ ก็ต้องมั่นใจว่านี่คือฝันของเรา และก็ต้องอดทนเพื่อจะไปถึงจุดนั้นให้ได้



ไม่รู้ว่าที่เราทำจะเรียกว่าอุดมการณ์หรือเปล่านะ แต่นี่คือทางของเรา 'ซูเปอร์จิ๋ว' เราเชื่อว่าเด็กทุกคนมีความสามารถ แต่ถ้าปราศจากโอกาส ความสามารถนั้นก็อาจหมดความหมาย 'ซูเปอร์จิ๋ว' เราก็อยากเป็นเวทีให้เด็กได้แสดงออก เราอยากจะยืนหยัดตรงนี้ เราอยากทำเนื้อหาที่เป็นของบ้านเรา (Local Content) ท่ามกลางกระแสรายการต่างประเทศ (International Content) เพราะว่าเวลาที่เราอยากจะพูดเรื่องความเป็นไทย อยากจะพูดอะไรที่เป็นวัฒนธรรมของเรา อะไรที่เป็นเรื่องของเรา ซอฟต์แวร์ต่างประเทศพูดแทนเราไม่ได้ เรายอมรับว่าสื่อต่างประเทศมากมายเป็นสื่อที่ดี แต่เราคงทำใจไม่ได้ถ้าเด็กของเราโตมากับสื่อต่างประเทศทั้งหมด ต้องมีสื่อที่เป็นของเราอยู่ด้วย เด็กควรมีโอกาสได้เลือก เด็กๆ จะได้เติบโตอย่างสมดุล

> เราอยากทำเนื้อหาที่เป็นของบ้านเรา
> ท่ามกลางกระแสรายการต่างประเทศ
> เพราะว่าเวลาที่เราอยากจะพูดเรื่องความเป็นไทย
> อยากจะพูดอะไรที่เป็นวัฒนธรรมของเรา
> อะไรที่เป็นเรื่องของเรา
> ซอฟต์แวร์ต่างประเทศ พูดแทนเราไม่ได้

เป้าหมายสูงสุดของผมไม่ใช่เงิน แต่ก็ไม่อยากขาดทุนนะ ผมว่าถ้าขาดทุนอยู่ได้แป๊บเดียว แล้วก็ต้องเลิก แต่เราอยากจะอยู่ให้ได้นานที่สุด เมื่อวานอัดรายการมีแม่คนหนึ่งเดินมาบอกว่าดู 'ซูเปอร์จิ๋ว' ตั้งแต่เด็ก จูงลูกอายุ 8 ขวบมาทักทาย เราก็ดีใจนะที่ได้สร้างสรรค์รายการจากรุ่นสู่รุ่น ผมไม่ได้มองรายการเด็กเป็นธุรกิจ 100% พูดถึงรายการเด็ก ผมไม่ได้นึกถึงตัวเลขก่อน ผมนึกถึงสิ่งที่อยากทำ คือฝันของเรา แล้วสิ่งที่ตามมาคือต้องอยู่ได้ ต้องเป็นงานที่เลี้ยงดูทีมงานได้ น้องๆ ที่ทำงานกับเรา เขาก็มีครอบครัว แม้เขาจะมีอุดมการณ์เลือกทำงานรายการเด็ก แต่เขาก็ควรมีชีวิตที่ดีพอสมควร เพื่อที่จะได้มีพลังในการสร้างสรรค์งานที่ดี ผมมองว่ารายการเด็กสมัยก่อนส่วนหนึ่งที่อยู่ยากเพราะผู้ใหญ่หวังดีเกินไป ผลิตรายการที่อยากให้เด็กดู แต่ไม่ใช่สิ่งที่เด็กอยากดู เราก็เคยเป็นแบบนั้นหลงทางอยู่หลายปี เรารู้สึกว่าสิ่งนี้ดี สิ่งนี้เด็กต้องดู แต่เด็กเขาไม่ดู เพราะมันคือทีวีไม่ใช่ห้องเรียน เราบังคับเด็กให้ดูไม่ได้ เราเลยเปลี่ยนความคิด เราไปคุยกับเด็ก ทำรีเสิร์ช นำสิ่งที่เราอยากทำ มาผสมผสานกับสิ่งที่เด็กอยากรับ ประยุกต์สองอย่างนี้มาเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ แล้วก็ศึกษาว่าความเชื่อนี้จะตรงกับใคร ดนตรี กีฬา ศิลปะ ความคิดสร้างสรรค์ ฯลฯ แล้วชวนเขามาสร้างสรรค์รายการร่วมกับเรา เรามองว่าเราไม่ได้ขายโฆษณา แต่เราชวนลูกค้าที่เชื่อมั่นตรงกันมาสร้างสรรค์รายการเด็กที่ดีด้วยกัน นี่คือแนวทางของเรา แนวทางของ 'ซูเปอร์จิ๋ว' ที่ทำให้เรายืนหยัดมาได้ถึงทุกวันนี้

สำรวจคนทำรายการเด็ก ในปัจจุบัน

เทพฤทธิ์ วงศ์วาณิชวัฒนา

เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ กับรายการเด็กที่ให้ความบันเทิงทั้งครอบครัว

สำหรับบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหญ่อันดับต้นๆ ของเมืองไทยอย่าง เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ เมื่อก้าวเข้ามาทำรายการสำหรับเด็ก จุดแข็งที่เวิร์คพอยท์มีอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็นด้านความคิดสร้างสรรค์ งานโปรดักชั่นที่ถึงพร้อม หรือการสร้างความบันเทิง ได้ถูกนำมาต่อยอดจนทำให้เกิดหลายรายการเด็กที่ได้รับทั้งความนิยมจากคนดูและคำชื่นชมจากเวทีประกวด คุณเทพฤทธิ์ วงศ์วาณิชวัฒนา ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตของเวิร์คพอยท์ จะมาร่วมแบ่งปันแนวคิดและนโยบายในการทำรายการเด็กของเวิร์คพอยท์ให้เราฟัง ว่าอะไรคือเคล็ดลับในการทำรายการเด็กให้จับใจคนดูกลุ่มครอบครัว

รายการเด็กแบบเวิร์คพอยท์: เด็กได้โชว์ความสามารถ X ดูสนุกทั้งครอบครัว

ผมดูแลในส่วนภาพรวมของเนื้อหารายการทั้งหมดที่เกิดขึ้นในทีวีดิจิตอลของเวิร์คพอยท์ครับ ซึ่งจะเน้นน้ำหนักไปทางเกมโชว์เหมือนเดิมตามสไตล์ของเวิร์คพอยท์ ในส่วนของรายการเด็กเราก็ทำขึ้นมาเหมือนกันตั้งแต่เริ่มผังที่ออกอากาศ คือเราให้ความใส่ใจกับรายการเด็กมาก่อนหน้านี้อยู่แล้ว เพราะเราเชื่อว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กๆ หรือว่าคุณพ่อคุณแม่นั้นมีอยู่เยอะเหมือนกันที่ชอบดูรายการเด็ก หรือรายการประเภทครอบครัวอบอุ่น น่ารัก สนุกๆ เราเล็งเห็นตรงนี้แล้วก็ทำมันขึ้นมา

ในการทำรายการเด็กของเวิร์คพอยท์ ผมว่าหลักๆ เลยที่เราคิดถึงน่าจะเป็นเรื่องว่าเราอยากส่งเสริมเด็กที่มีความสามารถเยอะๆ จะเห็นได้ว่าทั้งหมดตั้งแต่เราทำมาไม่ว่าจะเป็น 'เกมทศกัณฐ์' 'สู้เพื่อแม่' หรือว่า 'เก่งยกห้อง' หรือแม้กระทั่ง 'วิทยสัประยุทธ์' ที่เป็นรายการเด็กโตหน่อยก็ตาม เราจะพยายามเชิดชูความสามารถของเด็ก และสิ่งที่เด็กทำได้ เราอยากเห็นตรงนี้

ขึ้นชื่อว่ารายการเด็กเสน่ห์ของมันก็คือเด็ก ปัจจัยเดียวที่สำคัญที่สุดในรายการก็คือเด็กนั่นแหละ เด็กต้องออกมาน่ารัก แล้วเด็กเขามีจินตนาการ เขาจะพูดอะไรที่ผู้ใหญ่อาจจะว่านี่เป็นต้นไม้ แต่เด็กอาจจะมองไม่เป็นต้นไม้ก็ได้ ความน่าที่งอยู่ที่ตรงนั้นครับ

กระบวนการคิดรูปแบบรายการ: ระดมความคิดจากเรื่องใกล้ตัว X นำเสนอด้วยความอบอุ่น

จริงๆ มันเริ่มด้วยการระดมความคิดพร้อมกันหลายๆ คน แล้วก็หยิบยกเรื่องใกล้ตัวมาคิดดู ไม่ได้มีอะไรมากมาย ประเด็นหลักๆ อยู่ที่ตัวเรื่องมากกว่า ว่าเราจะเลือกเรื่องไหนเป็นหลัก ยกตัวอย่างเช่น รายการ 'หลานปู่กู้อีจู้' ที่เคยทำ พอดีแม่ผมเพิ่งมีหลาน แล้วเราดันทะลึ่งไปเห็นความน่ารักของหลานเวลาอยู่กับคุณย่าพอดี คือคุณย่าก็แบบแก่เลย เด็กก็คือเด็ก ยายที่ไหนจะรู้จักการ์ตูนเบ็นเท็น แต่หลานก็สอนยาย มันก็เลยเห็นถึงความน่ารักที่คนแก่ต้องมารู้จักเบ็นเท็น มารู้จักดราก้อนบอล คือจริงๆ ไม่เห็นต้องรู้จักเลย แต่พอหลานรู้จัก เดี๋ยวคุณย่าคุณยายก็จะรู้จักดราก้อนบอลทุกตัวเอง มันจะเป็นอย่างนั้น เราก็เลยเอาตรงนี้มาขาย เริ่มจากการใช้วิธีระดมความคิดก่อน แล้วก็ทำเทปเดโมออกมา

เป้าหมายในการทำรายการของเราน่าจะเป็นรายการที่ดูสนุก แต่แอบได้อะไรนิดหนึ่ง ถ้าไม่ได้ความรู้ก็ต้องขายความซาบซึ้ง คือเวลาที่ผมทำ 'หลานปู่กู้อีจู้' หรือ 'สู้เพื่อแม่' ประเด็นมันจะอยู่ที่ความอบอุ่นในครอบครัว เราอยากนำเสนอตรงนั้นว่า โอ้โห เวลาเด็กกอดกัน หลานกอดยาย ยายกอดหลาน มันดูน่ารักที่สุดเลย ผมเชื่อว่าถ้าไม่ได้ความรู้ มันจะได้ความน่ารัก ได้ความอบอุ่นในครอบครัวที่รายการแสดงออกมา

เสียงตอบรับส่วนใหญ่ที่เราทำรายการเด็กมา ร้อยทั้งร้อยเลยที่เจอ ผมอยากจะแอบเคลมสักร้อยเปอร์เซ็นต์ ว่าคนดูแฮปปี้นะเวลาเราทำรายการเด็ก เพราะเราขายความน่ารักของเขาจริงๆ แล้วเราก็ขายความสามารถของเขาจริงๆ ไม่ได้มีการเสแสร้งให้เด็กสตรอเบอร์รี่อะไรมากมายไปกว่านั้น

ผลกระทบที่รายการทีวีมีต่อเด็ก: โฆษณา X การแข่งขัน

คือเราก็คิดในทางที่ดี เราไม่ค่อยกลัวเรื่องพวกนี้ เพราะอะไรที่มันไม่ดีเราก็ได้คัดกรองแล้ว เราบอกตัวเองว่าเราไม่เอาตั้งแต่แรกอยู่แล้ว มันเลยไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไหร่ครับ อย่างการโฆษณาในรายการเด็กผมว่ามันก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม คือถ้าสปอนเซอร์รายการเป็นนม ทุกวันนี้เด็กก็ดื่มนม ดื่มก็ไม่เห็นเสียหาย เราไม่ได้บอกให้เขาไปดื่มเหล้านี่ ผมว่าอันนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกันนะ แต่ถ้าบางอันมันดูไม่เข้า เราก็ไม่ทำอยู่แล้ว จะมีการคัดกรองกันในระดับหนึ่งอยู่แล้วครับว่าอะไรที่เหมาะสม เพราะเวลาลูกค้าเขาซื้อ เขาก็เล็งเห็นอยู่แล้วครับ

เรื่องการแข่งขันกันของเด็กในรายการนี่ผมมองสองมุมนะ พวกรายการแข่งขันมันก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีทั้งหมดของการทำรายการเด็กคือการเปิดโอกาสให้เด็กได้เข้ามาแข่งขันกัน มันคือเวทีของเด็ก ซึ่งอันนี้สำคัญนะ ดังนั้นผมแอบเชียร์ไม่ว่าจะเป็นใครก็ตาม แม้กระทั่งเป็นคู่แข่งเรา ผมก็แอบเชียร์เขานะ **คือตัวเราไม่ได้เกิดมาแบบโลกสวยไง ผมเลยยอมรับตรงนี้ได้** ประเด็นคือมันหลีกเลี่ยงไม่ได้ โตขึ้นไปในวันหนึ่งในสังคมมันก็ต้องแข่งกันอยู่ดี ถ้าคุณไม่อยากร้องไห้ในอนาคต คุณก็ต้องร้องไห้ตอนนี้แหละ ผมเชื่ออย่างนั้น อย่างหลานผมเวลาที่ไปแข่งกีตาร์ระดับประเทศนี่มันแพ้มันก็ร้องไห้ แม่มันก็ปลอบ แล้วมันก็สู้ใหม่ ประเด็นคือมันหลีกเลี่ยงไม่ได้จริงๆ นั่นแหละ ผมรู้สึกว่ามองได้สองแบบ

> "คนดูแฮปปี้นะเวลาเราทำรายการเด็ก เพราะเราขายความน่ารักของเขาจริงๆ แล้วเราก็ขายความสามารถของเขาจริงๆ"

มองให้เข้มแข็งก็ได้ เด็กมันจะได้โตได้ เด็กมันน่าจะต้องแกร่งหน่อย ไม่ใช่โตมาแบบไร้ภูมิต้านทานเหลือเกิน ชีวิตคุณจะเปราะบางมาก

ในรายการที่เราทำ เด็กที่เข้าร่วมอายุประมาณ 5-6 ขวบ ซึ่งคุยกันรู้เรื่องหมดแล้ว รู้ว่าแพ้ชนะคืออะไร การประยุกต์ใช้จิตวิทยาเด็กในการทำรายการมันเป็นไปได้ครับ และก็เป็นเรื่องที่ดีอยู่แล้ว แต่ผมเองตีภาพว่าอาจจะเป็นเด็กที่อายุต่ำจาก 4 ขวบลงไป ที่บางทีเราควบคุมเขาไม่ได้มากกว่าอันนั้นอาจจะต้องใช้ แต่เท่าที่ผมทำมาเป็นเด็กอายุ 4 ขวบขึ้น ซึ่งคุยกันได้หมดเลย ผมว่าเขาเข้าใจด้วยว่าเขามาทำอะไร

เวลาเราคิดถึงรายการเด็ก เราจะแอบคิดขึ้นมาว่า เด็กดูแล้วได้อะไร เวลาที่คนดูรายการนี้เขาจะได้อะไร

สิ่งสำคัญของการทำรายการเด็ก: รู้จัก X เข้าใจ X เป้าหมายชัดเจน

ที่บางรายการอยู่ไม่ได้นาน ผมเชื่อว่าโลกสมัยนี้มันทำให้เราเห็นแล้วล่ะว่ารายการที่อยู่ได้สักปีหนึ่งก็ถือว่าเก่งมากแล้ว เพราะประเด็นคือ เรามีช่องเยอะมาก เยอะเกินกว่าที่เราจะจินตนาการแล้วตอนนี้ พอสื่อเยอะมันก็แข่งกัน แต่ผมมองสองมุม ในแง่ของผู้ผลิตถ้าเกิดทำออกมาไม่โดน รายได้ไม่เข้าก็จะมีปัญหา แต่ในส่วนหนึ่งก็คือถ้าเรตติ้งมันไม่ใช่ มันไม่มีอะไรเลย มันก็อยู่ไม่ได้ของมันเองผมว่าเป็นแบบนี้มากกว่า ต่อให้ดีมากมันก็อาจจะอยู่ไม่ได้เลย

จริงๆ ส่วนตัวแล้วผมคิดว่ามาตรฐานของคำว่า 'ดี' มันน่าจะมีในหลายๆ เรื่อง ยกตัวอย่าง 'เกมทศกัณฐ์เด็ก' นี่ดีไหม ถ้ามันมีทั้งข้อดีข้อเสีย แล้วบรรทัดฐานมันคืออะไร สมมติมันคือ เคพีไอ (Key Performance Indicators - KPI ดัชนีชี้วัดในการประเมินผลการดำเนินงาน) มันคงต้องหาเกณฑ์ว่าเคพีไอมันคืออะไร ไม่งั้นในภาพรวมมันจะยาก เผลอๆ มันอาจจะต้องแบบ 3-5 เคพีไอเป็นอย่างนี้ 5-8 เคพีไอเป็นแบบนี้ด้วยนะ อาจจะต้องระบุแยกละเอียดขนาดนั้น ไม่งั้นจะแยกไม่ออก คำว่าดีนี่มันอาจจะดีของเด็ก 8 ขวบ ไม่ดีของ 4 ขวบก็ได้ ผมว่า 'สู้เพื่อแม่' อาจจะแรงไปสำหรับเด็ก 3-5 ขวบก็ได้ เพราะมันเป็นเรื่องของภารกิจกลางแจ้ง อาจจะอันตรายเกินไปหรือเปล่า ไม่แน่ใจ แต่ส่วนตัวผมก็ชอบนะ คือเด็กได้ออกไปเรียนรู้โลกเลย มันคือประสบการณ์

สิ่งที่ควรต้องคำนึงถึงในการทำรายการเด็ก คือผมว่าเวลาเราคิดถึงรายการเด็ก เราจะแอบคิดขึ้นมาว่า เด็กดูแล้วได้อะไร เวลาที่คนดูรายการนี้เขาจะได้อะไร อย่างน้อยมันต้องรู้สึกได้ว่าอารมณ์มันใช่ นุ่นนี่มันใช่ ดูแล้วมันได้อะไรจริงๆ อย่างที่บอกถ้ามันไม่ได้ความรู้ มันก็ต้องได้ความรู้สึกว่าสถาบันครอบครัวมันแน่นแฟ้นเหลือเกิน ไม่ใช่แค่รายการทีวีมาดูเอาสนุกขำๆ มาดูเด็กเต้นอะไร แต่น่าจะต้องคิดถึงอะไรที่มันลึกล้ำกว่านั้นนิดหนึ่ง ว่าดูแล้วได้อะไร

ในการทำรายการเด็กผมว่าเราควร 'รู้จัก' มันมากกว่า ถ้ารู้จักมันจริงๆ แล้วเราจะทำได้ดี คือเราควรเข้าใจว่าแก่นของรายการคืออะไร เพื่อที่เราจะได้นำเสนอถูก แล้วอีกเรื่องหนึ่งก็คือน่าจะต้องเข้าใจความเป็นเด็กหรือโลกแห่งเด็กๆ ถ้าเราทำตัวเป็นเพื่อนเด็กๆ ได้เร็วมันก็จะดี พูดให้ง่ายสุดคือถ้าอยากจะทำรายการเด็กจริงๆ บางทีเราต้องทำตัวเป็นเพื่อนเด็ก อย่าทำตัวเป็นพี่เขา พอทำตัวเป็นเพื่อนเขาเขาก็จะเริ่มรู้สึกสนุกกับเรา แล้วเดี๋ยวเขาก็จะทำของเขาเอง

รายการเด็กแบบไหน ที่ผู้ปกครองต้องการ

ธิดา ผลิตผลการพิมพ์
บรรณาธิการนิตยสาร BIOSCOPE

เมื่อพูดชื่อ คุณธิดา ผลิตผลการพิมพ์ เดาว่าแทบทุกคนคงนึกถึงเธอในฐานะบรรณาธิการนิตยสารภาพยนตร์สำหรับคนรักหนังอย่าง 'ไบโอสโคป' หากวันนี้เธอมาร่วมแบ่งปันมุมมองและประสบการณ์ในฐานะคุณแม่ลูกสอง แม้การศึกษาทางเลือกที่เธอเลือกให้ลูกๆ จะมีแนวคิดไม่ให้เด็กเปิดรับสื่อโทรทัศน์โดยสิ้นเชิง แต่การคลุกคลีอยู่กับการวิเคราะห์สื่อมายาวนานก็นำมาซึ่งการตั้งคำถามชวนสะกิดใจถึงบทบาท หน้าที่ และอิทธิพลอันยิ่งใหญ่ที่สื่อมีต่อเด็ก

เลี้ยงลูกด้วยแนวคิดปลอดทีวี เลี่ยงการตีกรอบความคิดให้กับเด็ก

ปกติจะไม่ให้ดูทีวีเลย ยกเว้นตามที่ที่มันเปิดแล้วเราเลี่ยงไม่ได้ อย่างตามร้านอาหารอะไรแบบนี้ สาเหตุจริงๆ แล้วคือหนึ่ง ปกติเราเป็นคนไม่ดูทีวีอยู่แล้ว อาจจะด้วยเวลาหรืออะไรก็แล้วแต่ คือรู้สึกว่าคอนเทนต์ในทีวีปัจจุบันมันไม่น่าสนใจ อันนี้คือเฉพาะบ้านเรานะ รายการทั่วๆ ไปมันไม่ได้ให้ความรู้อะไรใหม่ อันนี้คือทัศนคติพื้นฐาน สองคือแนวทางการศึกษาที่เราสนใจแล้วเอาลูกไปเรียนชื่อแนววอลดอร์ฟ ซึ่งเขาจะไม่ให้เด็กรับสื่อ โดยเฉพาะสื่อเทคโนโลยีเลย เช่น เล่นเกมไอแพด โทรศัพท์อะไรไม่ให้เลย ฟังวิทยุถ้าหลีกเลี่ยงได้ก็ไม่ควร ทัศนคติพื้นฐานของแนวคิดนี้ก็คือเด็กโตตามวัยไปตามธรรมชาติ ดังนั้นกิจกรรมที่ผูกพันเด็กกับธรรมชาติจะทำให้เด็กได้เรียนรู้โลกภายนอก ซึ่งโลกภายนอกมันมีผลต่อการเติบโตภายใน และมันก็เป็นจังหวะที่ธรรมชาติจัดมาแล้ว เช่น วัยนี้วิ่งเล่น วัยนี้เล่นดินเล่นทราย พัฒนาร่างกายด้วยการวิ่งและปีนต้นไม้ คือทำอะไรที่มันคลุกคลีอยู่กับโลกแห่งความเป็นจริง

พอมีทัศนคติแบบนี้เขาก็เลยมองสื่อว่าเป็นโลกที่ไม่ควรเข้ามาในวัยเด็ก อันนี้พูดถึงเด็กเล็ก แต่จริงๆ แล้วเขาก็ค่อนข้างไม่ให้เด็กรับสื่อไปจนถึงวัยรุ่นจนอายุ 14 คือเขามองว่าพัฒนาการเด็กมันเป็นช่วงๆ 7 ขวบแรกเป็นช่วงของพัฒนาการขั้นนี้ 7 ขวบต่อมาเป็นแบบนี้ จนพ้น 14 ไปจนถึงวัย 20 ต้นๆ ถึงจะมีพัฒนาการเรื่องความ

คิดในเชิงคอนเซปต์ ซึ่งอันนั้นถึงจะสามารถรับรู้สื่อได้ เพราะว่าโลกของสื่อเป็นโลกที่มันถูกคิดหรือถูกกลั่นคอนเซปต์ไปอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งเด็กในวัยเด็กเล็กไม่ควรรับ เพราะเป็นการให้ข้อมูลที่โตเกินวัย

มีตัวอย่างหนึ่งที่ยกแล้วเห็นภาพชัด เช่น พ่อแม่ชอบคิดว่าดูการ์ตูนเด็กอย่างดิสนีย์หรือพิกซาร์ มันก็น่ารักดีนี่ ไม่ได้เป็นพิษเป็นภัย สมมติพูดถึงสโนว์ไวท์ พวกเราที่เคยดูการ์ตูนสโนว์ไวท์ก็จะเห็นสโนว์ไวท์หน้าตาแบบที่ดิสนีย์วาดมา จริงๆ มันมีมโนภาพของสโนว์ไวท์ตั้งมากมายอยู่ในหัวเด็ก ทำไมเราจะต้องเอาสโนว์ไวท์นั้นไปครอบ แล้วเด็กก็โตมากับภาพสโนว์ไวท์นั้นภาพเดียว มันก็เห็นชัดว่าการรับสื่อคือการจำกัดจินตนาการหรือความกว้างในการรับรู้โลก แนวคิดนี้จะมองว่าการรับสื่อไม่ใช่แค่เรื่องของรายการที่ไม่มีคุณภาพ ต่อให้รายการที่ผู้ใหญ่รู้สึกว่ามีคุณภาพก็ไม่ได้เหมาะกับพัฒนาการตามวัยของเด็ก

จริงๆ ถ้าเชื่อในแนวคิดนี้ แม้แต่หนังสือนิทานภาพก็ยังไม่ควรดูเลย แต่มันก็มีหลุดเข้ามาในชีวิตแหละ เพราะว่าในความเป็นจริงคือไปเดินห้าง พ่อไปซื้อหนังสือ ลูกก็วิ่งไปชั้นหนังสือเด็ก มันก็เห็นอยู่ตลอด บางทีก็มีเผลอซื้อมาบ้าง แต่พอนึกขึ้นได้ก็เก็บออก แต่ว่าหลักๆ ก็คือจะเล่านิทานที่ไม่มีภาพนิทานที่มันมีแต่คำ ซึ่งตอนนี้ก็ต้องเป็นเราเล่า เพราะเขายังอ่านหนังสือไม่ออก แล้วในเวลาปกติก็ไม่ได้ใช้ไปกับการดูสื่อ เขาก็เล่นอะไรไปตามเรื่องตามราวเด็กไป

ตั้งต้นใหม่ เราอยากให้เด็กเป็นอย่างไรกันแน่

เรารู้สึกว่ารายการแข่งขันของเด็กบางรายการมองเด็กด้วยเป้าหมายชีวิตแบบผู้ใหญ่ และเป็นผู้ใหญ่ที่อยู่ในแนวคิดความเชื่อแบบสังคมเสรีนิยมใหม่ บริโภคนิยมใหม่ อะไรก็แล้วแต่ คือมองว่านี่คือเส้นทางสู่ความสำเร็จของคนเรา ซึ่งมันเป็นปัญหาของชีวิตเด็กไทยทั้งหมดเลยนะ เรื่องระบบการศึกษาอะไรพวกนี้ มันคือการมองว่าเส้นทางชีวิตมีเส้นเดียว แล้วก็เป้าหมายของทุกคนคือต้องประสบความสำเร็จในคำตอบเดียวกัน เช่น เด็กต้องเก่งทางวิชาการ ต้องเข้าเรียนโรงเรียนที่มีป้ายแปะอยู่หน้าโรงเรียนเยอะๆ ว่าสอบได้ที่ไหนบ้าง หรือนี่มันก็นำมาซึ่งรายการประเภทที่มองว่าเด็กที่ท่องอะไรเก่งกว่าคนอื่นนี่คือสุดยอด แต่มันคือตัววัดความสำเร็จของเด็กหรือ ทำไมเด็กถึงต้องแข่งขันกันเพื่อที่จะไปสู่ความเป็นอะไรสักอย่าง เรารู้สึกว่านี่คือสิ่งที่เด็กต้องการหรือ นี่คือสิ่งที่เราอยากให้เด็กเป็นหรือ คือท่องอะไรเก่งๆ จำนู่นจำนี่แม่นๆ นี่มันใช่หรือเปล่า ทำไมถึงไม่มองว่าอีกยี่สิบปีข้างหน้าเด็กเหล่านี้จะมีประโยชน์อะไรแก่โลก หรือโตขึ้นไปแล้วจะทำอะไร

สื่อไม่จำเป็นต้องสอน

อันนี้อาจเทียบเคียงจากสื่อที่เราสัมผัสเยอะกว่าทีวี ก็คือหนังสือนิทานภาพ เวลาไปตามร้านที่มันเลี่ยงไม่ได้ ลูกก็จะมาขอให้อ่านเรื่องนี้ให้ฟังหน่อย พอเทียบเป็นหนังสือภาพ จะรู้สึกเลยว่าของไทยมันจะชอบมีลักษณะการสั่งสอน จริงๆ แล้วมันเป็นกับทุกสื่อนั่นแหละ ผู้ใหญ่จะมาพร้อมกับทัศนคติว่าสื่อนั้นต้องสอนอะไรบางอย่าง ไม่ว่าจะมากหรือน้อยหรือจะเป็นค่านิยมอะไร ถึงแม้จะสอนแบบเนียนๆ ไม่ออกมาพูดว่า “นิทานเรื่องนี้สอนให้รู้ว่า...” แต่มันจะมีท่าทีแบบนี้คลุมอยู่ในทุกๆ อย่าง เมื่อก่อนเราดูอย่างนี้จนเคยชินแล้วก็นึกว่า

มันเป็นเรื่องปกติ ว่าถูกแล้วที่สื่อและผู้ใหญ่ต้องทำหน้าที่นี้

แต่พอไปดูหนังสือนิทานของเมืองนอก คือฝรั่งหรือแม้แต่ญี่ปุ่น ซึ่งส่วนใหญ่มันไม่สอน และมันไม่ได้แทรกคำสอนที่เรารู้สึกได้อย่างบางๆ ด้วยนะ เช่น นิทานฝรั่งเศสเรื่องหนึ่งเป็นเรื่องของตุ๊กตาขาดๆ ที่ป่วยแล้วก็เลยไปหาหมอ แล้วก็เจอว่าในคลินิกก็มีตุ๊กตาขาดๆ เต็มไปหมด แล้วหมอก็รักษาแล้วก็จบ อะไรแบบนี้ แล้วเราก็ย้อนคิดว่ามันจำเป็นไหมนะที่เราต้องพยายามใส่คำสอน หรือคำชี้แนะการใช้ชีวิตเวลาเราพูดกับเด็ก บางทีมันไม่จำเป็นเลย คือเด็กไม่ได้รู้สึกว่า โอ้ ต้องได้รับสารบางอย่างจากนิทานแล้วถึงฟิน แต่เด็กแค่สัมผัสได้ว่าเรื่องนี้มันท้าทายจินตนาการ เรื่องนี้มีตัวละครแปลกประหลาดที่เขาไม่เคยเห็น หรือว่ามีตัวละครใกล้ตัว กระต่าย หมู แมว ที่มันมีการผจญภัยอะไรบางอย่างที่มันเป็นเรื่องใกล้ตัวก็ได้ แล้วเขาก็รู้สึกว่า หูย มันสนุก-สนานมีความสุข

เรารู้สึกว่าโดยวัยแล้วเด็กเขาต้องการสัมผัสโลกแบบนี้ อันนี้พูดถึงเด็กเล็กนะ เพราะว่าลูกเรายังเป็นเด็กเล็ก คือเรารู้สึกว่าคอนเทนต์ไม่ว่าในสื่อไหน ถ้าพูดถึงพัฒนาการเด็ก มันควรให้สิ่งที่ทำให้เด็กรู้สึกว่านี่คือโลกที่เขาจะมีชีวิตอยู่ มันอาจจะเป็นด้านสว่างหรือด้านที่มืดลงไปตามวัยก็ได้นะ แต่ให้เขารู้สึกว่านี่คือโลกที่เขามีชีวิตอยู่ และนี่คือโลกที่มันน่าอยู่ยังไง ไม่จำเป็นต้องโลกสวยนะ แต่หมายความว่านี่คือความเป็นจริงของโลกที่เขาจะได้เติบโตไป แค่นี้ก็พอ แล้วก็ทำให้เขารู้สึกว่าชีวิตนี้เป็นเรื่องที่มีอะไรให้ค้นพบ โลกนี้มันมีคุณค่าที่เขาได้เกิดมา

เด็กกับการทำงานอันมหัศจรรย์ของเรื่องเล่า

เด็กเนี่ยเท่าที่สังเกตจะเชื่อฟังอยู่แค่ประมาณ 5-6 ปีแรก แล้วพอเริ่มเข้าสู่ปีที่ 7 เขาก็จะเริ่มมีความคิดของเขาเองแล้ว ไอ้ท่าทีผู้ใหญ่ที่มา “แฮ่...ทำอย่างนี้ๆ” เด็กจะมีมุมของเขาที่จะโต้เถียงแล้วล่ะ ดังนั้นเรารู้สึกว่าจะสอนหรือจะอะไรก็ตาม ในแง่หนึ่งสารมันต้องลึกซึ้งหรือแนบเนียน คือจำเป็นไหมที่จะต้องสอนนั่นเรื่องหนึ่ง กับวิธีการที่จะพูดก็อีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งเราว่าเด็กต้องการการเล่าเรื่อง นี่คือเหตุผลที่นิทานสำคัญกับโลกของเด็ก ไม่ใช่แค่เล่าสนุกสนานอ่านไปวันๆ แต่มันทำงานในเชิงที่มหัศจรรย์นะ

เราสังเกตเองอย่างเช่น ฟิ้ว (ลูกสาว) หรือ ปัน (ลูกชาย) ก็แล้วแต่ พวกเขาก็จะมีที่ที่นั่งคุยกันแล้วเขาก็จะนึกถึงเรื่องที่ฟังมาจากโรงเรียนหรือที่เราเล่าให้ฟังไปเมื่อสามวันที่แล้ว แล้วมันไปตกผลึกอยู่ในหัวของเขา อย่างน้องปันนี่จะเห็นชัดคือเขาชอบเปรียบเปรยกับนิทานที่ฟัง สมมติเราบอกว่า ดูรถคันนี้สิ ขับเร็วมากอันตรายมากเลยเนอะ เขาจะแบบ “..เหมือนอันนั้นเลยเนอะแม่” คือเหมือนว่าเรื่องราวพวกนี้มันทำงานอยู่ในตัวเขา บางทีอาจจะเพราะว่าเขารับสื่อไม่เยอะ ดังนั้นเรื่องที่เข้าไปมันก็จะอยู่นาน เรารู้สึกว่าคำสอนที่เข้าไปเป็นชุดๆ มันจะได้ผลอยู่ไม่ได้นาน เพราะว่าเราคิดในฐานะของคนด้วยกัน เราก็ไม่ได้อยากฟังอะไรที่มันเป็นคำสั่งคำสอน พอเป็นคำสั่งมันก็ไม่อยากจะจำ แต่ว่าเรื่องที่มีศิลปะในการพูด มันจะค่อยๆ ตกผลึก แล้วเดี๋ยวเด็กก็จะมีความสามารถในการร้อยเรียงของเขาเอง แล้วบางทีเขาก็เรียนรู้บทเรียนชีวิตจากเรื่องพวกนี้ ซึ่งมันไม่ต้องพูดออกมาอย่างโจ้งๆ ก็ได้

จิบลิ ภาพของคอนเทนต์เด็กในฝัน

เราชอบคอนเทนต์ของจิบลิ (Studio Ghibli- สตูดิโอแอนิเมชั่นของญี่ปุ่น) ไม่ว่ามันจะปรากฏในรูปของการ์ตูนหรือจะถูกแปลงไปเป็นรายการอะไรหนึ่งคือ ในแง่ของการนำเสนอ มันมีอารมณ์และจังหวะที่นุ่มนวลกว่าการ์ตูนฝรั่ง ซึ่งเรารู้สึกว่ามันสมูทกับอารมณ์เด็ก สองคือในแง่เรื่องราว เรารู้สึกว่าเขาเก่งมากเลย เข้าใจเด็กมากๆ คือการ์ตูนหรือวิธีคิดแบบฝรั่งจะทรีตเด็กเป็นเด็ก เด็กตัวแค่นี้ก็ต้องเล่าเรื่องแบบแง้วๆ หรือต้องมีบทเรียนง่ายๆ แต่เรารู้สึกว่าจิบลิทรีตเด็กเป็นสิ่งมีชีวิตที่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ มันจะมองไม่เหมือนกัน วิธีคิดแบบตะวันตกจะมองเด็กแบบหยุดนิ่ง แต่จิบลิมองว่าเด็กมันคือขั้นตอนหนึ่งของความเป็นคน เรารู้สึกแบบนี้นะ

ดังนั้นเขาก็จะเล่าเรื่องของเด็กที่กำลังอยู่ในภาวะที่กำลังเจริญเติบโต แต่ว่าเด็กมันก็จะมีวิกฤติในชีวิตของมัน ซึ่งการ์ตูนฝรั่งจะไม่ค่อยแตะ การ์ตูนฝรั่งนี่เด็กก็คือเด็ก วิกฤติก็น่ารักแบบเด็ก แต่จิบลิจะมีวิกฤติของเด็กในฐานะคนคนหนึ่ง การ์ตูนของจิบลิหลายเรื่องตัวละครจะกำพร้าพ่อแม่ พ่อแม่ทำงานไม่มีเวลาให้หรืออะไรก็แล้วแต่ และเด็กก็ต้องข้ามผ่านอุปสรรคในชีวิต ที่เป็นความมืดหม่นในมุมของเขา ด้วยเหตุการณ์อะไรก็แล้วแต่ที่สร้างพลังให้เขาก้าวข้ามไปได้

หรือกรณีคลาสสิก เช่น โตโตโร่ (แอนิเมชั่นเรื่อง My Neighbor Totoro) ก็คือแม่ป่วยแล้วต้องไปอยู่กับพ่อ และเธอก็ต้องออกไปผจญภัยกับโลกที่มีสัตว์ใหญ่ใจดีคุ้มครอง แล้วเธอก็รู้สึกว่าเธอเติบโตในโลกนี้อย่างมั่นใจ แม้ว่าจริงๆ อีกใจหนึ่งก็โหวงๆ เพราะไม่รู้แม่จะตายเมื่อไหร่ เออ มันมีเรื่องประเภทนี้เราอยากเห็นคอนเทนต์แบบนี้กับเด็ก คือดูแล้วในแง่หนึ่งมันก็ส่งเสริมจินตนาการ เห็นความผูกพันของชีวิตกับธรรมชาติ มีเรื่องของสัตว์ป่า เจ้าป่าเจ้าเขา ซึ่งมันเป็นเรื่องของมิตรที่มีเสน่ห์ และมันอยู่ในชีวิตของคนเรา กับอีกด้านหนึ่งมันก็พูดถึงวิกฤติในชีวิตของคนจริงๆ ที่จะต้องผ่านเรื่องของความทุกข์ในแต่ละช่วงเวลา และมันก็ต้องเติบโตต่อไป

เรารู้สึกว่าอยากให้คอนเทนต์หรือรายการมันทำงานกับเด็กแบบนี้ คือเข้าใจว่าความทุกข์และความสุขของเด็กในแต่ละช่วงมันคืออะไร เด็กไม่ได้มีแต่ความโสนะ อย่างลูกเรากลับจากโรงเรียนก็จะมีทั้งเรื่องสนุกและก็เรื่องทุกข์ ซึ่งบางทีเราก็ไม่รู้จะคลี่คลายให้เขายังไง มันไม่ใช่มีแต่ปัญหาเด็กๆ คือมันก็เป็นเรื่องแบบ โห นี่เจอวิกฤติชีวิตแล้ว เธอก็ต้องข้ามอันนี้ไป เช่น ไม่มีใครเล่นกับหนูเลย ทำไมเพื่อนๆ ถึงไม่รักหนู โห เศร้าอะ คือไม่รู้จะช่วยยังไง แล้วเราจะมีความรู้สึกว่าการ์ตูนจิบลิโคตรเข้าใจเด็กเลย มันมีความกล้าที่จะจับเรื่องแบบนี้ในชีวิตคนมาเล่า

หลักๆ เลยเรารู้สึกว่าคอนเทนต์เด็กมันควรมีความเข้าใจในสิ่งที่เด็กต้องเผชิญ ในขณะเดียวกันคุณก็ทำหน้าที่ให้กำลังใจเด็กที่จะขับเคลื่อนชีวิตต่อไป และบางทีมันก็ต้องแตะประเด็นที่ใหญ่กว่านั้น เช่น การช่วยเหลือคนอื่น การดูแลรักษาโลกหรืออะไรก็ว่าไป แล้วทุกอย่างมันก็เนียนอยู่ในเรื่องที่เข้าใจได้ง่าย วิธีการนำเสนอที่มันนุ่มนวล ไม่ใช่กระโชกโฮกฮากกระแทกกระทั้นอะไรแบบนี้ สำหรับเรานี่คือสิ่งที่เด็กควรจะได้รับในการที่จะใช้ชีวิตอยู่ในโลกนี้ มันไม่จำเป็นหรอกที่จะไปสอนบทเรียนประเภทสำเร็จรูปหรือความเป็นเลิศทางวิชาการ

ในที่สุดแล้ว อันนี้อาจจะสอดคล้องกับสิ่งที่เชื่อและเป็นเหตุผลที่ทำให้เลือกมาทางนี้ คือเรารู้สึกว่าในที่สุดแล้ว แนวคิดของวอลดอร์ฟมันพูดเรื่องการศึกษา การศึกษาไม่ใช่เพื่อให้คนเราเรียนแล้วไปสอบอะไร ไปเอนทรานซ์แล้วจะไปทำอาชีพอะไร แต่การศึกษามันคือทำให้คนโตขึ้นมาในโลกนี้ได้และก็อยู่ในโลกนี้ หนึ่งคือมีความสุขกับตัวเอง สองคือมีประโยชน์กับคนอื่น แล้วคุณก็เป็นสิ่งมีชีวิตบนโลกนี้ไม่ใช่แบบมีขึ้นมาเพื่อเป็นมนุษย์ทำงานอะไรสักอย่าง ชีวิตมันไม่ได้มีนิยามแค่นั้น

รายการเด็กแบบไหน ที่ผู้ปกครองต้องการ

สุวิทย์ สาสนพิจิตร์

ผู้อำนวยการสำนักรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ในฐานะคนทำสื่อมากประสบการณ์ในวงการโทรทัศน์ ปัจจุบัน คุณสุวิทย์ สาสนพิจิตร์ มีตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสำนักรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ผู้รับหน้าที่ควบคุมดูแลการผลิตรายการทั่วไปทั้งหมดของช่องที่ไม่ใช่รายการข่าว ในฐานะผู้ปกครอง เขาคือคุณพ่อผู้เลือกสอนลูกทั้ง 2 คนด้วยการศึกษาทางเลือกแบบโฮมสคูล เมื่อถามว่ารายการเด็กแบบไหนที่พึงปรารถนาในสายตาผู้ปกครอง คุณสุวิทย์ตอบรวดเร็วว่า "อยากให้มีแบบที่เราสอนลูก" ถ้าอย่างนั้นเขาสอนลูกด้วยแนวคิดและวิธีการแบบไหน และสื่อควรจะเข้ามามีบทบาทแค่ไหนอย่างไร ต่อไปนี้คือมุมมองหลายมิติว่าด้วยความสัมพันธ์ของสื่อ เด็ก และครอบครัว ผ่านแว่นที่เขาสวมทั้งในฐานะคุณพ่อและคนในวงการโทรทัศน์

อยากให้มีสื่อแบบที่ใช้สอนลูก แล้วมีวิธีการสอนลูกอย่างไรบ้าง

ผมมีลูก 2 คน คนโต 8 ขวบครึ่ง คนเล็กกำลังจะ 7 ขวบ ที่จริงระบบที่สอนที่บ้านทีแรกเราไปเอาคู่มือของกระทรวงศึกษาฯ ที่เขาทำมาดู เขาจะมีเป้าหมายวัตถุประสงค์ว่าต้องเรียนรู้อะไรบ้าง แต่เราเอาฐานความรู้ของเขามาบวกกับสิ่งที่เราอยากให้ลูกรู้ไม่ได้ เพราะผมไม่สนใจว่าลูกจะรู้อะไร แต่สนใจกระบวนการที่ลูกจะรู้มากกว่า หลายทฤษฎีผมทดลองทำกับลูกคนโตก่อนนะ คนเล็กค่อนข้างโชคดี เพราะบางทีเราพลาดมาจากลูกคนโต ลูกคนเล็กเราจะได้ผล

วิธีการคือผมทดลองกับพี่คนโตด้วยการไม่สอนภาษาไทยเลย จนประมาณ 4 ขวบถึงสอนที่บ้านจริงจังแล้วกำหนดขึ้นมาว่าจะต้องรู้เรื่องอะไร เขาสามารถพูดและเขียนภาษาไทยได้ใน 6 เดือนเชื่อไหม เราทดสอบแล้วถึงกล้ามองว่า การเรียนรู้ของเด็กไม่ได้เกิดจากเราไปตั้งเป้าว่าเด็กต้องรู้อะไร แล้วไปถึงตรงนั้นด้วยวิธีการทั่วๆ ไป แต่กระบวนการจากจุดสุดท้ายกับจุดเริ่มต้นเราสามารถออกแบบได้ เช่น เราอยากให้ลูกเรียนวิทยาศาสตร์แล้วเข้าใจ เราไม่ต้องไปตั้งต้นด้วยการทดลอง แต่เรา

เอากระบวนการวิธีคิดแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Thinking) คือสงสัย ตั้งสมมติฐาน พิสูจน์ ทดสอบ และอธิบาย เอาการคิดอย่างมีเหตุผลมาใช้ได้กับทุกเรื่องเลย

แม่เขาก็เลยออกแบบการสอนว่าเรียนรู้คณิตศาสตร์จากการทำกับข้าวก็ได้ เราสนใจกระบวนการถอยหลังแบบนี้ พอถึงขั้นพิสูจน์หรือการนำเสนอก็ทำให้มันสนุกหน่อย ลูกสาวอยากได้กล้อง ผมไม่ให้เขามีโทรศัพท์ ก็ซื้อกล้องอันเล็กๆ ให้เขาอันหนึ่ง แต่บอกเขาว่ากล้องนี่ต้องแลกกับพ่อนะ ต้องทำรีเสิร์ชให้พ่อทุกอาทิตย์ เอากล้องไปตลาดกับแม่ ดูว่าแม่ซื้ออะไรบ้าง แล้วบันทึกอะไรก็ได้ เขาก็จะบันทึกว่าแม่ซื้อผักกี่ขีด ขีดหมายถึงอะไร เขารู้มาตราส่วน เขาก็รู้ว่าผักนี้มีราคาเท่าไหร่ต่อกิโลกรัม ขีดเดียว 10 บาท หนึ่งกิโลกรัมก็ 100 เขาก็คูณกลับเป็น พออีกอาทิตย์หนึ่งแม่เขาไปซื้อผักเดิม แต่ทีนี้มันขีดละ 12 บาท เขาก็จะตั้งคำถามได้ว่า เอ๊ะ ทำไม เขาก็จะถ่ายรูป ถ่ายเสร็จผมก็ช่วยเขาพรินต์ ช่วยกันติดบอร์ด แล้วเขาก็ช่วยกันเล่าสองคน

ทุกวันนี้ผมเอาสมุดบันทึกที่เหลือๆ ตั้งโจทย์เลขเขียนไว้ทั้งเล่มเลย ว่างๆ เขาก็จะนั่งทำของเขาไป ซึ่งมันจะเกินจากสิ่งที่เขามีอยู่โดยที่เขาไม่รู้ แล้วเดี๋ยวเขาก็จะไปค้นเอง เช่น ถ้าเขารู้หลักว่าคูณเลขสองหลักเป็นยังไง เขาก็ทำสามหลักสี่หลักได้เอง แต่ถ้าเขาไปเรียนจากโรงเรียน โรงเรียนจะบอกว่าช่วงนี้ทำสองหลัก ช่วงนี้ทำสามหลักนะ แบบนั้นมันเท่ากับไปหยุดมันไว้ แต่สมองมันหยุดไม่ได้นะ สมองเวลาเรียนมันมีพัฒนาการของมัน เราต้องปล่อยให้เขาออกแบบกระบวนการเรียนรู้ของเขาได้เองบ้าง ถ้าเด็กรับข้างเดียว เราจะไม่รู้เลยว่าอันไหนเขาไม่รับ แต่ถ้าเขาตั้งคำถามแสดงว่าอันนั้นไม่รู้ ที่เหลือเขาไม่รับ รับไม่รับก็เรื่องของเขา ผมมองแบบนั้นนะ ผมนี่ยิ่งกว่าวอลดอร์ฟ* อีก ปล่อยเขาเต็มที่ไปตามธรรมชาติ เด็กมันมีธรรมชาติของเขาอยู่

"เราต้องปล่อยให้เขาออกแบบกระบวนการเรียนรู้ของเขาได้เองบ้าง"

FOOTNOTE

วอลดอร์ฟ* คือการศึกษาทางเลือกจากแนวคิดของนักปรัชญาชาวออสเตรีย รูดอล์ฟ สไตเนอร์ ที่เน้นมิติการเรียนการสอนในเชิงมนุษยปรัชญา โดยส่งเสริมจินตนาการและการเรียนรู้ตามพัฒนาการของเด็กมากกว่าการวัดผลทางวิชาการ มีแนวคิดต่อต้านการให้เด็กใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมถึงการดูโทรทัศน์ด้วย

การเปิดรับสื่อของลูก คือทางเลือกที่ผู้ปกครองกำหนดได้

เรามีอิทธิพลกับลูกเยอะนะในช่วงสิบปีแรก คือเด็กโตมาเขาไม่รู้หรอกว่าในชีวิตเขาเขาจะใช้เวลาไปกับอะไรบ้าง ในเมื่อมันเป็นอย่างนี้เราก็จัดเวลาให้เขา ลูกอ่านหนังสือนะ ถ้าจบอันนี้แล้วพ่อถึงจะให้ทำไอ้นี่ เราบวกเวลาไป แล้วถ้าเราไม่อยากให้เขามีสื่อเราก็ไม่จัดมันลงไปในเวลาเขา โดยที่เขาไม่ตั้งคำถามว่าทำไมวันนี้หนูไม่ได้ดูทีวี เราอย่าไปจัดตารางให้ไปโรงเรียนแปดชั่วโมง กลับมาต้องกินขนมเท่านี้ แล้วมาดูทีวี มันเป็นแบบแผนไปหมดเลย เสาร์อาทิตย์ไม่มีทางเลือกอื่นเลยก็ต้องไปเดินห้าง บ้านผมไม่เดินห้าง ยกเว้นต้องไปซื้อของทำขนมอะไรอย่างนี้ แต่จะไม่เดินเล่นไม่ซื้อของเล่น จดไปว่าจะซื้ออะไร แล้วเขาก็ช่วยกันหยิบแล้วจบ

เราจัดไม่ให้มันมีเวลาเหลือเกินไป แต่ถ้ามันจะมี เช่น ถ้าอยู่ระหว่างเขาจะรอทานข้าวเย็น แล้วมันมีข่าวหนึ่งทุ่ม เขาก็จะได้ดูข่าว เพราะผู้ใหญ่ที่บ้านก็ดูข่าว แต่เขาจะไม่บอกว่าชอบรายการนี้ติดรายการนั้น จะดูอันนั้นอันนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าผมเลือกคอนเทนต์เอาไปดูที่บ้านโดยใช้วิธีการดูเป็นแผ่นด้วย ถ้าเราอยากให้เขาดูอันไหน เราก็หยิบแผ่นแล้วเอาไปฉายที่บ้าน ผมจะดูปฏิกิริยาลูกว่าดูแล้วเขาได้อะไร ดูแล้วเขาจดจำสาระสำคัญอะไรได้บ้าง แต่ลูกผมไม่ซีเรียสนะ แล้วผมก็ไม่ซีเรียสกับลูก

วิธีการไม่ให้มันซีเรียสคือบางทีผมก็ให้เขาตั้งกระดานไวท์บอร์ดไว้ตรงหน้าทีวีนั่นแหละ แล้วก็ชวนให้เขาหันเหความสนใจไปเรื่องอื่น แล้วในห้องนอนต้องอย่ามีทีวีนะ เวลาจะเช็กรายการ ผมต้องแอบเช็กในจอเล็กๆ ลูกจะมาเห็นทีวีไม่ได้ ต้องอย่าทำให้เห็นว่าบ้านนี้เป็นบ้านที่ทีวีเปิดอยู่ตลอดเวลาโดยไม่มีสาเหตุ มันมีเหตุผลที่ต้องเปิดหรือปิด เขาก็ดูช่องบูมเมอแรงอะไรที่คนอื่นเขาดูกัน แต่เขาไม่เคยดื้อเลยนะ เวลาบอกว่าปิดได้แล้วลูก พ่อว่ามันนานแล้วนะ สิบนาทีกว่าแล้ว เขาก็ปิด หรือถ้าบอกว่าจะดูข่าวแล้ว เขาก็จะเปลี่ยนช่อง ไม่ได้งอแงอะไร สรุปว่าไม่ติดทีวี แต่ถามว่าถ้ามีอะไรน่าสนใจดูไหมก็ดู

เมื่อสื่อมักตั้งต้นให้เด็กที่ผลลัพธ์มากกว่ากระบวนการ

เวลาออกแบบรายการ เรามักไม่ค่อยพูดถึงกระบวนการ เช่น วันนี้เราจะมาทำภูเขาไฟจากโซดาไบคาร์บอเนตกัน แต่เราไม่ได้บอกว่าอะไรทำไม แล้วก็มาอธิบายเอาทีหลังว่าที่เป็นแบบนี้เพราะเอาน้ำส้มสายชูใส่เข้าไป อันนี้มันไม่ใช่วิธีคิดแบบเด็ก มันเป็นวิธีคิดแบบผู้ใหญ่ แบบวิชาเคมีที่โรงเรียน แต่เด็กเขาไม่ได้คิดอย่างนั้น สื่อไม่ว่าจะเป็นรายการหรือหนังสือ เรามักจะเอาผลสำเร็จมาเป็นแรงจูงใจกับเด็กเสมอ ถ้าเธอเลี้ยงสุนัข เธอให้ความรักกับสุนัข สุนัขมันจะรักเธอ เฮ้ย สุนัขไม่รักก็มีนะ จริงๆ เราดูแลสุนัขหรือปลูกต้นไม้เนี่ยมันไม่โตก็มีนะ ทำไมเราต้องสอนเด็กว่าทำอย่างนี้แล้วประสบความสำเร็จ ทำไมเราไม่สอนว่าขั้นตอนมันเป็นแบบนี้ จะดีจะเลวมันอยู่ที่ขั้นตอนที่หนูทำ

ก็เลยรู้สึกว่าพวกนี้ญี่ปุ่นจะเก่ง เวลาญี่ปุ่นเขียนการ์ตูน เขาจะไม่เขียนอะไรที่สมบูรณ์แบบ ถึงแม้จะมีพลังอำนาจพิเศษยังไงก็ตามก็จะไม่สมบูรณ์แบบ ความไม่สมบูรณ์แบบเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องอธิบายให้เด็กเข้าใจนะ ไม่งั้นเด็กจะเข้าใจผิด คิดว่าถ้าทำแบบนี้แล้วดี ทำแบบนี้แล้วต้องตอบว่าใช่ ฉันเรียนหนังสือหนัก ทำไมฉันเข้า

"เรามักจะเอาผลสำเร็จมาเป็นแรงจูงใจกับเด็กเสมอ ถ้าเธอเลี้ยงสุนัข เธอให้ความรักกับสุนัข สุนัขมันจะรักเธอ เฮ้ย สุนัขไม่รักก็มี"

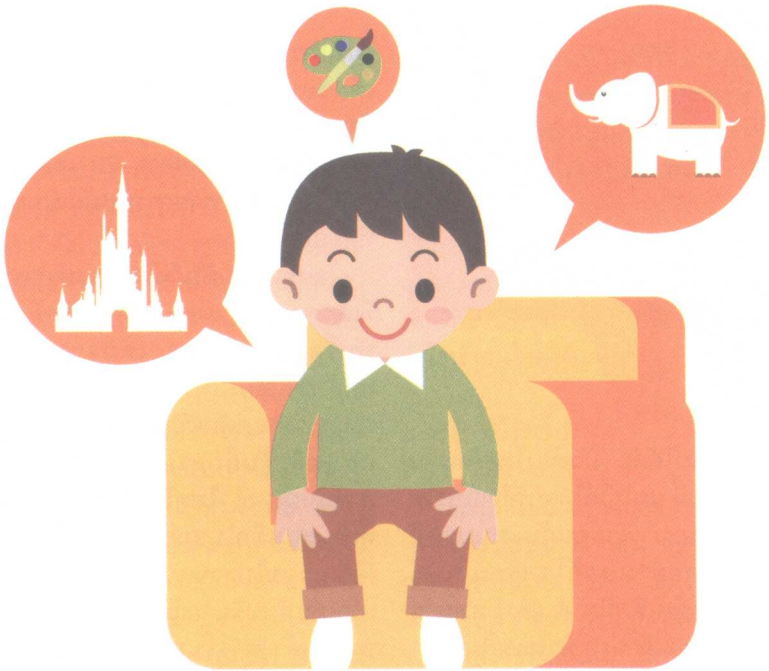
มหาวิทยาลัยไม่ได้ล่ะ มันต้องไม่ยุติธรรมแน่ๆ อะไรแบบนี้ ผมไม่ได้ให้ลูกรู้สึกแบบนั้น ผมคิดเอาเองนะว่าเราสอนกันแบบบะหมี่สำเร็จรูป ทุกอย่างเลยที่โรงเรียนก็เป็น เราไม่ค่อยยอมให้เด็กผิด ถ้าเด็กผิดพลาด ครูก็จะว่าหรือพ่อแม่ก็จะดุ ทำไมเราไม่นึกว่าผิดพลาดเป็นเรื่องธรรมชาติ ผิดพลาดเป็นเรื่องปกติ แล้วอีกหน่อยถ้าเด็กมันผิดไม่ได้เป็นยังไง เธอดีกว่าฉันก็ไม่ได้ใช่ไหม เธอเข้าก่อนฉันไม่ได้ใช่ไหม ฉันเลยต้องแย่งคิวเธอ มันจะเป็นแบบนี้ไปหมด ผมไม่อยากให้ลูกโตไปในโลกอะไรไม่รู้ที่มันไม่น่าอยู่

โลกนี้ไม่ใช่โลกของเด็ก โลกของสื่อก็ไม่ใช่ของเด็ก

สื่อที่เราทำกันทุกวันนี้แทบจะหาไม่เจอที่เป็นสื่อเด็ก ส่วนมากคนที่มาทำสื่อแล้วชอบทำสื่อเด็กก็ไม่ใช่คนที่เข้าใจเรื่องเด็กและไม่มีประสบการณ์เพราะขาดโอกาส ไม่มีนายทุนที่ไหนมาลงทุนให้ฝึก ลองคิดเล่นๆ เทียบกับละครหลังข่าว ย้อนเวลาไปไม่ต้องไกล สักปี พ.ศ. 2520 ที่ช่อง 7 เพิ่งดังใหม่ๆ ละครแต่ละเรื่องใช้เงินเท่าไหร่ ที่มันทำให้คนเขียนบทฝึก ทำให้ตากล้องฝึกโห มันใช้เงินเป็นพันล้านหมื่นล้านเลยนะ ขณะที่รายการเด็กย้อนหลังกลับไปแทบจะไม่มีใครลงทุนให้เด็ก เราแทบไม่รู้เลยว่าเด็กชอบดูอะไรไม่ชอบดูอะไร แล้วเวลาที่เราตัดสินรางวัลอะไรทองคำทั้งหลายยังตัดสินด้วยคนแก่อายุ 70 เลย แล้วเราจะเชื่อได้ยังไงว่ารายการนั้นมันเป็นรายการที่ดีของเด็ก

โลกทุนนิยมนี้ไม่ใช่โลกของเด็ก ตรงไหนที่เด็กพอจะมีพื้นที่ลองสังเกตดูสิครับ พอตึกมันรื้อแล้วมีที่ว่างๆ เด็กจะมาเต็มเลย เด็กโตหน่อยมาเตะบอล เด็กเล็กมาเล่นหิน เล่นทราย แต่สักแป๊บนึงมันก็จะกลายเป็นตึก แล้วมันก็กลายเป็นคอมเมอร์เชียลสำหรับผู้ใหญ่ ไปดูในห้างมีกี่ตารางเมตรที่เป็นของเด็กในสนามเด็กเล่นก็ไม่มีพื้นที่เด็ก ลูกผมไปสวนลุมฯ ตั้งแต่เด็กๆ สนามเด็กเล่นกับปริมาณเด็กเมื่อหารจำนวนต่อหน่วยแล้ว ตารางเมตรหนึ่งผมว่าเกินสามคน ขณะที่ทั้งสวนผู้ใหญ่วิ่งพื้นที่ใหญ่มาก ทำไมเราไม่ให้ความสำคัญกับเด็ก ผมเอาลูกไปท้องฟ้าจำลองที่คลองหก นิทรรศการจอมันสูงอย่างนี้ ต้องผู้ใหญ่ดู พื้นก็เป็นพื้นไม้ ไม่ได้ปูพรม หกล้มก็เจ็บ แล้วสารคดีก็ทำแบบสารคดีผู้ใหญ่

จริงๆ ถ้าคนทำคอนเทนต์เข้าใจว่าเด็กดูอะไร เนี่ย แหงนหน้ามองสามมิติ เราผู้ใหญ่ดู 5 นาทีเราก็ปวดลูกตาแล้ว แล้วเด็กจะทนดูได้สักเท่าไหร่ เพราะฉะนั้นความยาวสำหรับเด็กต้องสั้นๆ รายการเด็กถ้าเป็นการ์ตูนฝรั่ง ผมซื้อมา 7, 8, 10, 12 นาที ไม่มียาวเลย แล้วเขาก็รู้ว่าเด็กขนาดไหนดู ทำไมเรื่องบางเรื่องมันยังต้องทำเป็น 2 มิติอยู่เลย เพราะเด็กมันดู 2 มิติไง แต่คนไทยเวลาทำการ์ตูนจะรู้สึกว่าถ้าเป็น 2 มิติ แหม ดูไม่ค่อยแอดวานซ์ต้อง 3 มิติ ความจริงมันไม่ใช่เรื่องฝีมือหรือไม่ฝีมือ แต่เป็นเรื่องจิตวิทยาเด็กว่าเด็กวัยไหนเขาชอบดูอะไร



เด็กชอบดูอะไร ทำอย่างไรคนทำสื่อจึงจะเข้าใจเด็ก

ผมไม่รู้หรอกว่าจะบอกยังไงว่าทำคอนเทนต์ยังไงถึงจะดีกับเด็ก แต่ผมรู้ว่าที่เราทำมาเราตั้งต้นกันไม่ถูก เราไม่ได้ถามว่าคนดูเป็นใคร หรือมีความเข้าใจกันว่าทำรายการเด็กต้องมีพิธีกรเด็ก เด็กมันไม่ดูพิธีกรเด็ก เด็กมันดูพิธีกรผู้ใหญ่นะ หรือดูเด็กที่โตกว่า หรือเราทำสีสันเยอะแยะ เด็กเขาดูสีอยู่ไม่กี่สี หรือการเคลื่อนที่เยอะแยะ เด็กไม่ได้ดูการเคลื่อนที่เยอะ เด็กยิ่งเล็กยิ่งดูการเคลื่อนที่ช้า องค์ประกอบน้อย สีน้อย ดนตรี เมโลดี้น้อย ไม่ซับซ้อน เพราะฉะนั้น เซซามี สตรีท (Sesame Street) ถึงถูกใจเด็กเล็ก อยู่มาได้เป็นเวลายาวนาน เพราะเขารู้ว่าเด็กดูอะไร ผมเคยคุยกับโปรดิวเซอร์ที่ทำเซซามี สตรีท ของแคนาดา เขาบอกว่าหนึ่งตอนทำออกมาเสร็จ จะฉายเทสต์ให้เด็กดูเลย แล้วทำวิจัยว่ามันดีไม่ดียังไง เรื่องนี้จะเล่ายังไงดี

ลองไปดูแอนิเมชั่นไทยที่เรามีฉายกันอยู่ ผมว่าเรื่องเล่าแบบในวรรณคดีไม่ใช่เรื่องของเด็กนะ แม้ว่ามันจะเป็นนิทานที่ผู้ใหญ่รุ่นหนึ่งเคยเล่าก็ตาม อย่าง ปลาบู่ทอง ในนั้นมันมีลูกเลี้ยงลูกจริงอิจฉากัน ซึ่งผมว่าสาระบางอย่างมันไม่ใช่ของเด็ก ยกเว้นเทพนิยายที่มันครีเอตสมัยใหม่อย่าง Frozen (ภาพยนตร์แอนิเมชั่น 3 มิติของดิสนีย์) ซึ่งถ้าลองดูสื่อที่มันประสบความสำเร็จกับเด็ก เราจะพบว่าสิ่งที่แตกต่างไปมันอยู่ในเนื้อหา พล็อต และวิธีเล่าเรื่อง เช่น Frozen สุดท้ายมีคำตอบว่าความรักแท้ที่จริงไม่จำเป็นต้องมาจากเจ้าชายหรอก มันมาจากพี่สาวน้องสาวที่รักกันแล้วกลายเป็นรักแท้ก็ได้ พออธิบายแบบนี้มันเป็นคำอธิบายใหม่ๆ หมดยุคแล้วที่จะรอเจ้าชายขี่ม้าขาวมาตามลำธาร มันไม่มีแล้ว

> รายการเด็กไม่โลกสวยก็ได้ แต่รายการเด็กต้องเดินอยู่บนคำตอบหรือกระบวนการอะไรบางอย่าง ว่าสิ่งที่เด็กอยากไปหา มันมีทางเลือกยังไงบ้าง

จุดอ่อนที่สุดของการทำคอนเทนต์เด็กของคนไทยคือบท คือการเล่าเรื่อง คนเล่าเรื่องเด็กจริงๆ ไม่เข้าใจเด็ก ไม่รู้ว่าเด็กต้องการหรือไม่ต้องการอะไร ก็ชอบคิดไปว่าเด็กผู้ชายดูแอ็กชั่น เด็กผู้หญิงต้องดูอะไรที่น่ารักๆ ไม่จริงหรอก เด็กขนาดลูกสาวผม 7 ขวบเข้าใจความหมายของ Frozen มันแปลว่าเรื่องแบบนี้ไม่ใช่สิ่งที่ซับซ้อนไปสำหรับเด็ก เด็กเขาก็มีความคิดในแบบของเขาที่ซับซ้อนระดับหนึ่ง เราชอบคิดว่ารายการเด็กต้องโลกสวย รายการเด็กไม่โลกสวยก็ได้ แต่รายการเด็กต้องเดินอยู่บนคำตอบหรือกระบวนการอะไรบางอย่างว่าสิ่งที่เด็กอยากไปหา มันมีทางเลือกยังไงบ้าง

อันนี้ที่เราไม่ค่อยทำกัน ทำวิจัยก็ทำไม่ได้ เพราะตัวแบบของเราก็ไม่ค่อยมีมากการทำคอนเทนต์ อย่าว่าแต่เด็กเลย ทุกชนิดเราไม่ลงลึกกันทั้งนั้น เพราะลงลึกมากก็เปลืองตังค์เยอะ จะหาทางสร้างสมดุลยังไงก็เป็นเรื่องยาก ยิ่งรายการเด็กยิ่งยากเพราะอะไรที่ว่าดีไม่ดีเราไม่มีข้อมูลเลย อย่าง 'เจ้าขุนทอง' ผมว่าดีและเด็กชอบแต่ชอบตัวไหน ทำไมถึงชอบ เราจะไม่รู้เลย ผมเคยอ่านข้อมูลเกี่ยวกับ บาร์นีย์ (Barney ไดโนเสาร์สีม่วง) มันเขียนคาแรกเตอร์ชัดหมดเลยนะ ว่าเวลาพูดออกมาแต่ละคำหมายถึงอะไร เวลาเห็นเพื่อนเด็กตัวเล็กๆ นั่งเศร้า มันจะเดินเข้าไปถาม ไม่ได้ถามว่าเศร้าเพราะอะไร แต่จะเป็นบทสนทนาเชิงบวก "เธอจะไปเล่นกับฉันไหม" "ไม่ได้หรอก ฉันเศร้าใจอยู่" "เธอไปเล่นสิ แล้วเดี๋ยวเธอจะหายเศร้าใจ" เขาศึกษามาว่าบทสนทนาแบบไหนที่เด็กเจอแล้วตอบสนองเชิงบวก แต่ของเราไม่มี เวลาเราวิจัยรายการเด็กเราก็มักจะวิจัยแต่กายภาพ สี รูปทรง แต่บทสนทนา เนื้อเรื่อง วิธีเล่าเรื่อง มันเป็นเรื่องใหญ่ที่แก้ยังไงก็ไม่หาย

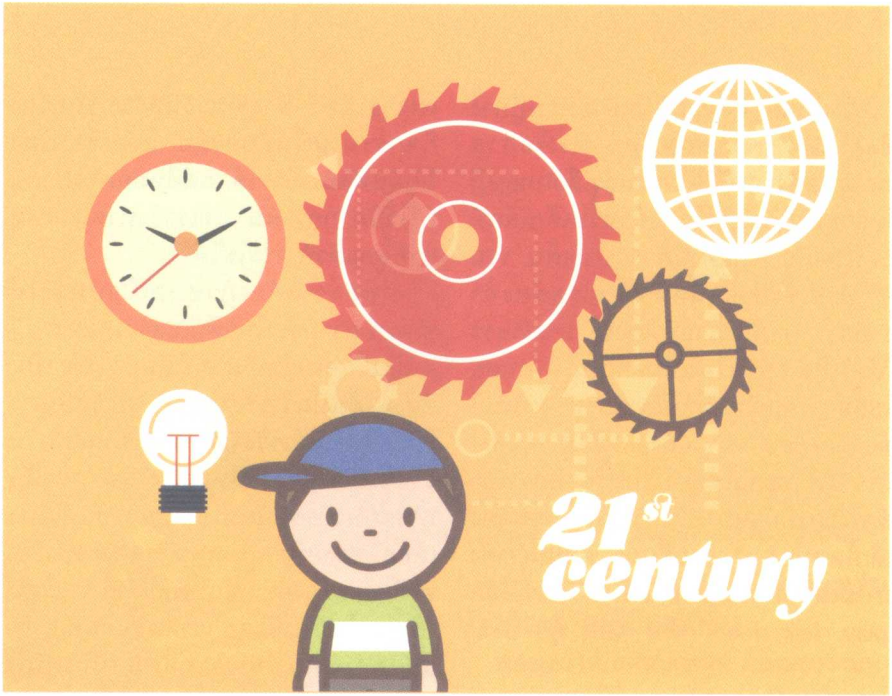
‘บรรทัดฐานรายการเด็ก’ มีปัจจัยอะไรบ้างที่จะช่วยให้มันเกิดขึ้น

พอพูดว่าเป็นคอนเทนต์ ต้องมองว่ามันอยู่บนช่องทางไหน พอพูดว่าเป็นรายการโทรทัศน์ก็คือทีวี ถ้าเป็นอินเทอร์เน็ตมันก็เป็นพื้นที่ในโซเชียลมีเดีย ผมว่าตอนที่ตั้งเป้าหมายแรกของแต่ละช่องทาง มันควรมีวัตถุประสงค์ การกำหนดโลกทัศน์ที่ชัดเจน (Criteria) ในภาษาของไทยพีบีเอสคือกำหนด ‘ยุทธศาสตร์รายการเด็ก’ เนื้อหายุทธศาสตร์ที่ว่าเอาอะไรมาเป็นเกณฑ์ เราก็ทำร่วมกันกับ อ.หนู (ดร.วรนาท รักสกุลไทย) แล้วก็ สสส. หมอพรรณ (แพทย์หญิงพรรณพิมล วิปุลากร) ใช้เวลายาวนานผ่านกระบวนการคิด มีครีเอทีฟด้วย บินหลา สันกาลาคีรี แล้วก็ อิทธิสุนทร วิชัยลักษณ์ มานั่งคุยกันว่าคอนเซปต์ที่คนทำเรื่องเด็กคิดมาแบบนี้ ทางฝั่งคนทำคอนเทนต์คิดยังไง แล้วก็ประมวลออกมาว่ามีกลุ่มของเนื้อหาอะไรบ้างสำหรับเด็กเล็กกับเด็กโต

ถ้าเป็นเด็กเล็กๆ มันมีหลายทฤษฎีทางสังคมนะ เช่น ทฤษฎีหน้าต่างโอกาส ทฤษฎีไอคิวและอีคิว เราดูแล้วเลือกทฤษฎีไอคิวและอีคิว ซึ่งไอคิวสำหรับเด็กเล็กมี 5 ประเด็น กับอีคิวอีก 4 ประเด็น รวม 9 ประเด็นของเนื้อหาที่เราจะต้องทำรายการ บางอันเราก็ทำเองได้ บางอันเราก็ทำไม่ได้ อย่างเรื่องเห็นอกเห็นใจ เราเลยไปซื้อการ์ตูนญี่ปุ่นที่ว่าด้วยแมวมา ('บ้านนี้ต้องมีเหมียว' หรือ Chi's Sweet Home) เพราะเราอยากให้เด็กเรียนรู้ด้วยการเอาสัตว์เลี้ยงที่บ้านมาเป็นตัวอย่าง ส่วนของเด็กโตหน่อย 7 ขวบขึ้นมา ตอนนี้เรายังทำไม่เสร็จว่าจะเลือกอะไรดี ฝรั่งเขาเลือก 'play, talk, read' หรือ 'เล่น คุย อ่าน' เพราะเชื่อว่าสามอย่างนี้สามารถสร้างกิจกรรมในพื้นที่ของสื่อ แล้วเชื่อมโยงให้เกิดพัฒนาการได้ แต่ที่หมอพรรณเคยทำไว้มีมากกว่านั้น แต่เรายังหาหมวดหมู่คำที่พูดแล้วทำง่ายไม่ได้

"'เล่น คุย อ่าน' สามอย่างนี้สามารถสร้างกิจกรรมในพื้นที่ของสื่อ แล้วเชื่อมโยงให้เกิดพัฒนาการได้"

ที่พูดว่าจะต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน ความจริงไทยพีบีเอสกำหนดแบบนี้ คนอื่นกำหนดอีกอย่างก็ได้นะ ไม่จำเป็นต้องมาตั้งเป็นวาระแห่งชาติ ต่างคนก็ต่างทำกันไป แต่ว่าจริงจังหรือเปล่า หน่วยงานราชการที่ทำเรื่องนี้สนใจจริงไหม สถาบันการศึกษาทำจริงไหม อย่างสถาบันพัฒนาเด็กฯ ของมหิดลที่ นพ.สุริยเดว ทรีปาตี ทำก็ไม่มีสตางค์ทำ นักวิจัยก็น้อย คนเรียนปริญญาโทยังไม่มีเลย เราก็หมุนกันอยู่แค่นี้ แล้วคอนเทนต์พอทำออกมาทีไรมันก็เหมือนเดิมทุกที แล้วพอเราไปให้ทางฝั่งนักแก้ปัญหาคิดคอนเทนต์ปุ๊บ มันก็จะออกมาเป็นลักษณะของคลินิกว่าเด็กเป็นแบบนี้ต้องทำยังไง เราไล่ตามปัญหาไม่ทันหรอก เราไม่ลงทุนกับเด็ก แล้วพอวนไปวนมาก็บอกว่าไอ้สื่อนี่แหละทำลายเด็ก ทุกวันนี้มาตรการจัดระเบียบรายการทีวี น. (ผู้ชมเด็กควรได้รับคำแนะนำจากผู้ใหญ่) ท. (เหมาะกับผู้ชมทุกวัย) ยังไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้ การจะทำให้มาตรการพวกนี้สัมฤทธิ์ผลไม่ใช่กระทรวงวัฒนธรรม ไม่ใช่กสทช. แต่มันคือที่บ้าน จริงๆ ถึงมันจะเป็น ท. คุณจะไม่ให้ลูกดูก็ได้ แต่ทำไมพ่อแม่ไม่สนใจล่ะ ทำไมในห้องนั่งเล่นหรือหน้าโต๊ะอาหาร ทุกคนก็ยังดูละครที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับเด็กได้ พ่อแม่ก็ยังใช้วาจาหรือแสดงพฤติกรรมบางอย่างที่ไม่เหมาะกับเด็กโดยไม่รู้ตัว



การปรับตัวที่ควรคาดหวัง รายการเด็กในศตวรรษที่ 21

อย่างที่บอกว่าความยากอยู่ที่เราไม่มีองค์ความรู้เรื่องนี้ เราศึกษาวิจัยกันน้อย เพราะพอพูดกันเรื่องค่าใช้จ่าย ตอนละเท่านี้บาทจะให้คนผลิตไปศึกษาอะไร แอนิเมชั่นเราซื้อญี่ปุ่นมาตอนละหมื่นสองหมื่น 15 นาที ขณะที่เราผลิตเองมันสองแสน เราก็รับไม่ได้ เราจะพัฒนาได้ไหม มันก็ทำได้นะ แต่มันก็ใช้เงินเยอะ ดังนั้นอุปสรรคเรื่องเงิน หยุย (เข็มพร วิรุณราพันธ์) ก็ไปว่าด้วยการไปยื่นเรื่องให้สภาฯ ตั้งเงินสนับสนุนกองทุนผลิตสื่อเพื่อเยาวชนฯ ซึ่งถ้ากองทุนที่เขาเรียกร้องกันยังเอามาทำสื่อไม่ได้ แต่เอามาศึกษาได้ ผมว่าก็อาจจะเป็นการเริ่มต้นที่ดีนะ จริงๆ เรามีคณะครุศาสตร์ปฐมวัยอะไรแบบนี้ แต่สังคมไทยยังจัดการองค์ความรู้ไม่ค่อยเก่ง เรายังไม่สามารถจะเอากลไกองค์ความรู้ของแพทย์เด็ก กับครู กับนักทำสื่อ กับนักโฆษณา กับนักการตลาด กับนักการเงิน มาปนกันได้ พอเอามาปนทีไรมันเป็นของนักการตลาด ก็บอกว่าต้องขายเยอะๆ พอมาปนกันเป็นของครู ครูก็บอกต้องเนื้อหาเยอะๆ นักจิตวิทยาบอกนำไปสู่ปัญหาเยาวชน มันไม่กลม ไม่รู้ทำไม

จริงๆ คอนเทนต์เด็กถามว่าจะมีคุณค่าเชิงการตลาดได้ไหม ผมเชื่อว่าทำได้นะ ทุกวันนี้ตลาดหนังสือเด็กก็กลับมาบูม มันเริ่มมีคอนเทนต์ที่เป็นเนื้อหาเฉพาะจริงๆ ของเด็ก ผมมองว่ามันจะจัดสรรของมันเอง จะน้อยจะมากไม่รู้ ถ้าผลตอบแทนมันน้อยมีคนไม่มากมันก็อยู่ได้ ผมกำลังคิดว่าการกระตุ้นจากกองทุนที่ว่านี้อาจ

"ตัวละครวอลต์ดิสนีย์ใครบอกอมตะ ไม่แล้วนะ โดนัลด์ดั๊ก มิกกี้เมาส์ ไม่ใช่ขวัญใจเด็กอีกแล้ว เพราะฉะนั้นผมว่ามันเปลี่ยนหมดแล้ว"

เป็นการกระตุ้นให้เกิดการต่อยอด สุดท้ายคนทำรายการเด็กมันต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ไม่ใช่วันนี้ทำสารคดีผู้ใหญ่ก็ได้ ทำละครหลังข่าวก็ได้ ฉันทำได้หมด อันนี้ผมไม่เชื่อ ต่อไปมันจะไม่มี มันจะเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะที่ลงลึกมากขึ้น ที่จริงมันก็เริ่มมองเห็นบ้าง ถ้าการตลาดจัดที่จัดทางให้เขาอยู่รอดได้ ผมว่าเป็นอาชีพได้ มันเป็นอาชีพที่ดีได้ด้วย แล้วใครๆ ก็ดูเหมือนจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้น

ในที่สุดเรื่องคอนเทนต์เด็กกับการศึกษามันจะเริ่มเข้ามาปนเป็นเนื้อเดียวกัน เพราะมันเป็นรากฐานของเด็กที่จะโตขึ้นมาอย่างเข้าใจโลกและเข้าใจตัวเอง อาจจะต้องรอการกระตุ้นเพิ่มขึ้นของสิ่งที่เรียกว่าเป็นทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่เขากำลังพูดกันอยู่หรือเปล่าไม่ทราบ เช่น มันอาจจะต้องมาตั้งคำถามว่า เด็กสมัยนี้ที่เราอยากให้ดูคอนเทนต์ของเรายังใช่เด็กเมื่อสิบปีสามสิบปีที่แล้วไหม มันต้องตอบว่าไม่ใช่นะ เด็กมันไม่อยู่ที่เดิม ตัวเราเองยังไม่อยู่ที่เดิมเลย ถ้าคุณคิดว่ารายการการ์ตูนเด็กยังมีสูตรสำเร็จเหมือนเมื่อสิบปีที่แล้วก็ผิดแล้ว แม้แต่ เซซามี สตรีท เขาก็ยังต้องพัฒนาปรับแก้ แล้วตัวละครวอลต์ดิสนีย์ใครบอกอมตะ ไม่แล้วนะ โดนัลด์ดั๊ก มิกกี้เมาส์ ไม่ใช่ขวัญใจเด็กอีกแล้ว เพราะฉะนั้นผมว่ามันเปลี่ยนหมดแล้ว

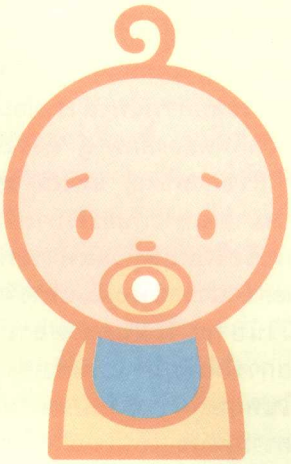
รายการเด็กมันไม่เหมือนสูตรอาหาร ไม่ใช่ว่าเขียนมาทำตามสูตรแล้วจะทำได้ ต้องมีปัจจัยอะไรปลีกย่อยอีกมากมาย ผมบอกไม่ได้จริงๆ ว่าสูตรสำเร็จคืออะไร แต่ถ้าพูดกว้างสุดก็จะบอกว่าต้องศึกษา ไม่ได้หมายถึงเอาธีสิสมากองแล้วจะทำได้ด้วยนะ แต่หมายถึงว่าทุกครั้งที่จะทำก็ต้องศึกษาเฉพาะเรื่องไป ผสมกับสิ่งที่เราเรียกว่า guts หรือประสบการณ์พรสวรรค์อะไรบางอย่าง แล้วก็ทดลองศึกษาดู การวิจัยอาจไม่ต้องรีเสิร์ชภาพใหญ่ แต่รีเสิร์ชจุดย่อยๆ มีเป้าหมายเฉพาะกับอะไรบางเรื่อง เช่น ถ้าคุณเชื่อในทฤษฎีวิลล์พาวเวอร์ (Will Power-อำนาจความมุ่งมั่นทางจิต) ว่าถ้าเด็กมีวินัยจะประสบความสำเร็จ คุณก็ทำรายการให้เด็กมีวินัยในตัวเองสูง ถ้าคุณเชื่อในทฤษฎีความเห็นอกเห็นใจว่าถ้าเด็กมีความเห็นอกเห็นใจจะโตขึ้นไปเป็นเด็กที่เข้าใจสังคม สังคมเราจะดีขึ้น คุณก็ทำไปในแนวทางนี้ หลายๆ แนวทางเข้าไปประกอบกัน มันไม่จำเป็นต้องมีทางออกหรือคำตอบเดียวที่จะทำให้ประเทศเรามีเยาวชนที่ดี ผมมองว่าอย่างนั้นนะ

ทำรายการเด็ก คุณรู้จักเด็กๆ ดีแค่ไหน?

พัฒนาการของเด็กแต่ละช่วงวัย

เด็กๆ มีพัฒนาการทางธรรมชาติแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ซึ่งผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กจำเป็นต้องเข้าใจลักษณะเฉพาะของพัฒนาการเด็กในวัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบของรายการให้สอดคล้องเหมาะสม และตอบสนองได้ตรงจุดกับความต้องการที่ต่างกันของเด็กแต่ละช่วงวัย

เด็กเล็ก



0-3 ปี

ร่างกาย:
เรียนรู้สิ่งรอบตัวด้วยการเคลื่อนไหวให้ร่างกายสัมผัสกับสิ่งต่างๆ

สติปัญญา:
เรียนรู้จากผู้เลี้ยงดูและกระทำการเรียนรู้ซ้ำๆ จนเกิดการบันทึกจดจำ

อารมณ์จิตใจ:
แสดงออกตามที่รู้สึก ต้องการความรักความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด

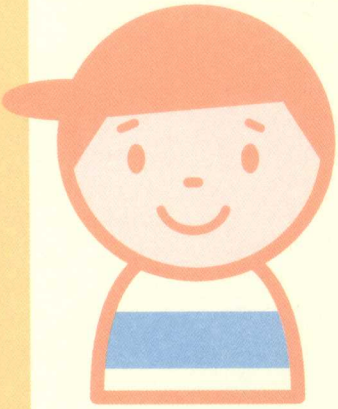
สังคม:
ผู้เลี้ยงดูเปรียบเหมือนโลกทั้งใบของเด็ก

ระวัง!

โทรทัศน์ไม่ใช่ตัวเลือกที่ดีเลยสำหรับการเลี้ยงดูเด็กเล็ก เพราะแสงวูบวาบและภาพเคลื่อนไหวในจออาจรบกวนการมองเห็น และยังดึงความสนใจ ทำให้เด็กวัยนี้ขาดโอกาสในการเรียนรู้แบบโต้ตอบและขาดการเคลื่อนไหวของร่างกาย

สิ่งนี้ที่หนู Like! อ่านนิทานให้เด็กๆ ฟัง

เด็กก่อนวัยเรียน



3-5 ปี

ร่างกาย:
เป็นวัยฝึกฝนการใช้ร่างกายให้คล่องเพื่อช่วยเหลือตนเองในชีวิตประจำวัน

สติปัญญา:
เริ่มมีพัฒนาการทางด้านภาษาและเรียนรู้จากการเล่นสมมติ แต่ระบบคิดยังไม่สามารถแยกความจริงออกจากจินตนาการได้

อารมณ์จิตใจ:
รับรู้อารมณ์คนรอบข้างได้ เอาตนเองเป็นศูนย์กลาง เล่นคนเดียวได้โดยไม่ต้องมีเพื่อน

สังคม:
ชอบทดลอง และเลียนแบบพฤติกรรมที่เห็นโดยไม่อาจแยกแยะอันตรายที่จะเกิดตามมา

ระวัง!

เด็กวัยนี้จะรับรู้ข้อมูลจากสื่อโดยซึมซับว่าเป็นความจริง การรับชมภาพที่น่ากลัวอาจทำให้เด็กตื่นตระหนกและคิดว่าสิ่งแวดล้อมน่ากลัว ไม่ควรให้เด็กวัยนี้ดูโทรทัศน์มากกว่าวันละ 1 ชั่วโมง การชมโทรทัศน์มากไปทำให้เด็กขาดการใช้จินตนาการ ทั้งยังรบกวนการพัฒนาสมาธิและการใช้ภาษาของเด็กด้วย

สิ่งนี้ที่หนู Like!

อยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ชอบเล่นสมมติ และชอบเรื่องราวแนวจินตนาการเหนือจริง (Fantasy) อย่างเทพนิยาย

แนวทางของรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน

เนื้อหาง่ายๆ ไม่ซับซ้อน ไม่ยาวเกินไปนัก เน้นการเรียนรู้ด้านภาษาและกระตุ้นจินตนาการ ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ต่อยอด ค้นคว้า และทดลองทำต่อ

นิทาน/หุ่น/การ์ตูน/การแสดงออก

เด็กวัยเรียน

6-12 ปี

ร่างกาย:
เริ่มใช้ทักษะทางร่างกายหลายด้านประสานกัน พัฒนาได้ด้วยการเล่นกีฬา

สติปัญญา:
เป็นช่วงที่ระบบความคิดกำลังพัฒนาความเป็นเหตุเป็นผลและการแยกแยะความหมาย เป็นวัยที่สนใจหาความรู้ด้วยการอ่านหนังสือ

อารมณ์และจิตใจ:
อยากรู้อยากเห็นและยังมีการเลียนแบบสูง โดยอาจไม่เข้าใจความหมายของพฤติกรรมที่ตนเองเลียนแบบ

สังคม
มีประสบการณ์ทางสังคมมากขึ้น สามารถแบ่งเวลาสำหรับการเล่นและเรียนรู้ เริ่มเรียนรู้การมีวินัยและความรับผิดชอบ

สิ่งนี้ที่หนู Like!

เริ่มสนใจสังคมรอบตัวที่กว้างกว่าพ่อแม่ และเริ่มสนใจโลกที่เป็นจริงมากขึ้น ความชอบอาจแตกต่างกันตามเพศ ของโปรดของเด็กชายอาจเป็นเรื่องผจญภัย ลึกลับ การประดิษฐ์ทดลองวิทยาศาสตร์ และเครื่องยนต์ สำหรับเด็กหญิงอาจเป็นชีวิตในบ้าน เรื่องรักๆ ใคร่ๆ และงานประดิษฐ์

ระวัง!

เด็กวัยเรียนมีแนวโน้มสูงที่จะคล้อยตามและลอกเลียนแบบพฤติกรรมที่ตนเองเห็นในสื่อ เพราะคิดว่าเป็นค่านิยมที่ได้รับการยอมรับในสังคม

แนวทางของรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน

เนื้อหาซับซ้อนขึ้น ใกล้เคียงกับชีวิตจริงหรือสังคมจริงมากขึ้น มีกลวิธีในการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจ (เช่น การขมวดปมในตอนจบ) ชักจูงให้เด็กๆ ทดลองปฏิบัติด้วยตัวเอง หรือทำไปพร้อมๆ กับรายการ

นิทาน/หุ่น/การ์ตูน/การแสดงออก/ละคร

เด็กวัยรุ่น

13-18 ปี

ร่างกาย:
ร่างกายเปลี่ยนรวดเร็วจากการหลั่งฮอร์โมนในการเจริญเติบโตและฮอร์โมนเพศ ส่งผลให้อารมณ์ปั่นป่วนเปลี่ยนแปลงง่าย

สติปัญญา:
มีการพัฒนาระบบความคิด สามารถแยกแยะและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ

อารมณ์และจิตใจ:
อยากเป็นผู้ใหญ่และมีพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่เพื่อแสดงออกว่าโตแล้ว

สังคม
ต้องการการยอมรับในสังคม และเลือกรับสิ่งที่เป็นกระแสหลักได้ง่าย

สิ่งนี้ที่หนู Like!

เพื่อนและความรักคือความสนใจหลักของวัยรุ่น ร่วมไปกับสิ่งทั้งหลายที่กำลังอยู่ในกระแส ไม่ว่าจะเป็นดารา นักร้อง ภาพยนตร์ ดนตรี แฟชั่น หรือเทคโนโลยีการสื่อสาร

ระวัง!

วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการแสวงหาต้นแบบในอุดมคติ เหล่าดารา นักร้องขวัญใจวัยรุ่น (Idol) จึงมีอิทธิพลอย่างสูงต่อความคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่น ทั้งเรื่องภาพลักษณ์และการสร้างอารมณ์ร่วม

แนวทางของรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน

นำเสนอเนื้อหาที่วัยรุ่นสนใจอย่างการเข้าใจตนเอง เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย อารมณ์ จิตใจ ความสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม นำเสนอความบันเทิงควบคู่ไปกับสาระ ช่วยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ (เช่น กีฬา ดนตรี การเรียน ฯลฯ) และเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้แสดงความสามารถ*

การ์ตูน/ละคร/เกมโชว์/รายการวาไรตี้/สารคดี

นอกจากเข้าใจพัฒนาการเด็กแล้ว ผู้ผลิตรายการยังสามารถเข้าใจเด็กๆ ได้โดยตรงผ่านการรับฟังความคิดเห็นของพวกเขาว่าสนใจสิ่งใดและต้องการเห็นอะไรในรายการโทรทัศน์ อาจทำในรูปแบบของการสัมภาษณ์หรือเปิดช่องทางให้พวกเขาส่งจดหมายเล่าเรื่องเข้ามา ซึ่งจะทำให้เด็กๆ มีส่วนร่วมกับรายการมากขึ้นด้วย

แหล่งข้อมูล

1. 'พัฒนาการวัยรุ่น' โดย นพ.พนม เกตุมาน เว็บไซต์บริษัทคลินิกจิต-ประสาท (http://www.psyclin.co.th/new_page_56.htm)
2. 'สื่อกับการรับรู้ของเด็ก' โดย พรรณพิมล วิปุลากร
3. รายงานการวิจัย โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม รอบที่ 3 เรื่อง 'รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก'
4. *บทสรุปจากการระดมความเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนาที่เป็นวัยรุ่น ต่อคำถามที่ว่า 'สื่อแบบไหนที่วัยรุ่นต้องการ' ในงานสัมมนา 'วัยรุ่นกับสื่อ: ภาพสะท้อนผู้ใหญ่ในอนาคต' จัดโดย มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิไทยพีบีเอส และแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2555

ควรรู้ ควรระวัง คำแนะนำของหมอต่อคนทำรายการเด็ก

แพทย์หญิง โชษิตา ภาวสุทธิไพศิฐ

แพทย์เชี่ยวชาญ
จากสถาบันจิตเวชเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์

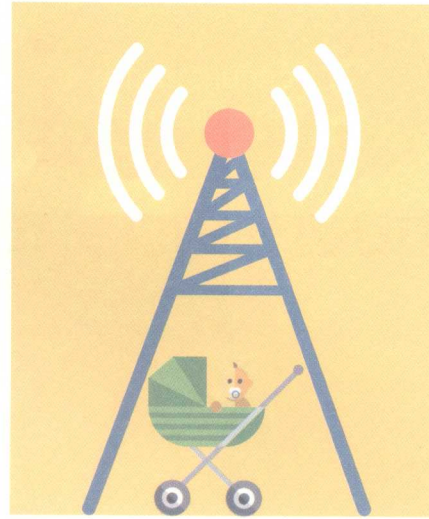
อุปสรรคใหญ่อีกประการของการทำรายการเด็กคงจะหนีไม่พ้นการขาดความรู้ความเข้าใจในเด็กๆ ผู้เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในเบื้องต้นมีอะไรที่ผู้ผลิตรายการเด็กจำเป็นต้องรู้และควรระวังบ้าง คำตอบอยู่ในมุมมองและความรู้เชิงวิชาการจากการสัมภาษณ์ แพทย์หญิง โชษิตา ภาวสุทธิไพศิฐ คุณหมอผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันจิตเวชเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์

1

ความรู้ความเข้าใจแบบไหนที่จำเป็นในการทำรายการเด็ก

ในการพัฒนารายการเด็ก เราต้องทำความเข้าใจว่า**เรากำลังสื่อสารกับเด็กวัยไหน** อย่างเช่น **เด็กเล็กวัย** 3-5 ขวบ ถ้ารายการทีวีมีประโยชน์ จะช่วยเสริมให้พัฒนาการการเรียนรู้ดีขึ้น เราต้องไม่เป็นกรอบความคิด และช่วยให้สมองเขาพัฒนาเต็มศักยภาพสูงสุด ยิ่งเขาเห็น คิดต่อ วิเคราะห์ และสังเกต จะยิ่งทำให้กระบวนการทำงานสมองสมบูรณ์มากขึ้น **จินตนาการเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด** รองลงมาคือการรู้จักตนเอง รู้จักคนอื่น รู้จักเพื่อน สังเกตตนเอง สังเกตคนอื่น การรู้จักตัวเองคือเริ่มรู้จักอารมณ์และวิธีการจัดการตัวเอง รายการจะช่วยเสริมเรื่องวิธีการ อาจไม่ใช่สื่อสารกับเด็กโดยตรงแต่สื่อสารกับผู้ปกครอง ที่สำคัญคือต้องใช้ภาษาที่สื่อสารกับเด็กได้เข้าใจ

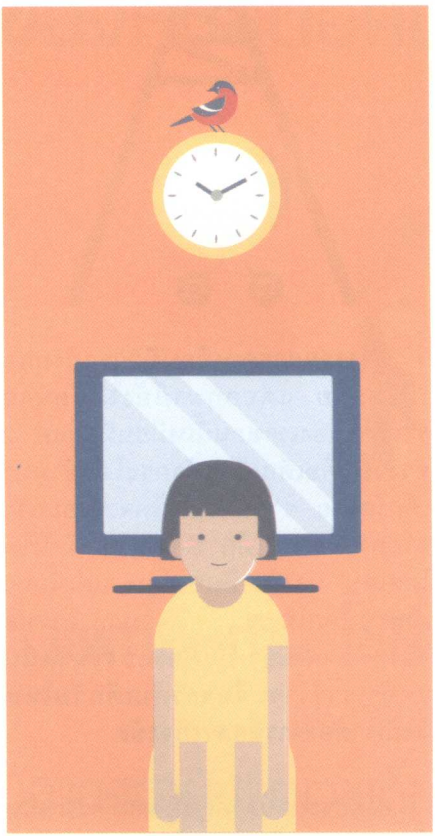
พอเริ่มเข้าสู่วัยเรียน รายการส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องการเรียนรู้ แต่รายการเมืองไทยที่ยังขาดอยู่คือเรื่องการฝึกการสังเกต การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ การชักชวนให้เด็กมีส่วนร่วม คิดต่อยอด หรือชวนเด็กออกไปผจญภัย สังเกตธรรมชาติ รายการที่มีอยู่ผู้ผลิตมักจะให้คำตอบว่าถูกหรือผิด ซึ่งจริงๆ คำตอบอาจไม่มี **สิ่งที่ดีที่สุดคือตั้งคำถามแล้วให้เด็กไปหาคำตอบเอง** พอผู้ใหญ่เป็นคนตัดสิน ทำให้เด็กไม่ได้ค้นหาคำตอบด้วยตัวเอง เด็กก็จะหยุดค้นหาทดลอง เป็นการปิดกั้นวิธีคิดการเรียนรู้บางอย่าง



บางรายการดูเหมือนมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย แต่ออกมาก็ยังไม่ชัดมาก รายการของเราตอนนี้เหมือนมีอยู่แค่ 2 ช่วงวัย คือเด็กเล็กแล้วกระโดดข้ามมาเด็กโตเลย รายการเด็กโตจะเยอะกว่ารายการสำหรับเด็ก 3-6 ขวบที่มียังไม่โดดเด่น บางอันเป็นการ์ตูน แต่เนื้อหาเป็นของเด็กโต เช่น โดราเอมอน อาราเล่ จริงๆ อาจไม่จำเป็นต้องแบ่งขนาดนั้น แต่**ถ้าเรารู้ว่าจะสื่อสารกับเด็กวัยไหน สิ่งที่เราต้องการสื่อสารก็จะชัด**

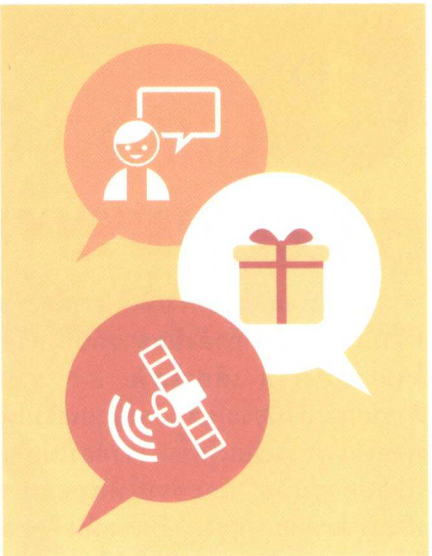
องค์ประกอบสำคัญของคนที่จะมาเป็นผู้ผลิตรายการเด็ก ถ้าพูดถึงรายการของไทย อาจต้องมีใจรัก ส่วนหนึ่งเข้าใจว่ารายการเด็กจะไม่ได้สปอนเซอร์เยอะเท่ารายการผู้ใหญ่ แต่มันก็มีประโยชน์ และต้องมีความเข้าใจในการทำเป็นส่วนสำคัญ **ถ้าเราต้องการทำรายการเพื่อเด็ก เราต้องมีเลนส์ของเด็กอยู่ด้วย** มีสายตาของความเป็นเด็กมองเด็กอย่างเข้าใจ และเข้าใจวิธีการสื่อสาร ไปยังเด็กระดับหนึ่ง

2 เด็กกับความเหมาะสมในการเปิดรับสื่อ



เด็กดูทีวีได้มากแค่ไหนใน 1 วัน

ถ้าต่ำกว่า 2 ขวบก็คงไม่ควรดู 3-5 ขวบ ถ้าเอาตามธรรมชาติของสมาธิและลักษณะการเรียนรู้แล้ว ไม่ควรเกิน 1 ชั่วโมงต่อวัน หรืออย่างน้อยต้องพักเบรก เช่น ดูรอบเช้ากับเย็น ไม่ควรเป็นกิจกรรมที่ยาวต่อเนื่องกัน สำหรับเด็กที่โตขึ้นมาหน่อย ผลการวิจัยบอกว่าที่มีผลกระทบในเชิงลบน้อยที่สุดคือไม่ควรเกิน 1-2 ชั่วโมง



เด็กควรได้ดูอะไรในช่องเด็ก

ถ้าเป็นไปได้คนทั่วไปคงต้องการให้รายการในช่องเด็กได้ผ่านการคำนึงแล้วว่าสามารถส่งเสริมการพัฒนาเติบโตหรือการเรียนรู้ของเด็ก สังคมไทยส่วนหนึ่งเราเรียนรู้กันหน้าทีวีจริงๆ ถึงแม้ว่าบางบ้านจะไม่ได้มีปัญหาทางเศรษฐกิจก็ตาม ดังนั้นถ้าเราทำช่องรายการทีวีเด็กผู้ปกครองจะฝากความคาดหวังไว้ว่าเขาจะต้องสามารถเปิดทิ้งไว้ให้ลูกดูทั้งวันได้ การดูทั้งวันไม่เหมาะอยู่แล้ว แต่ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้เราก็ต้องทำรายการทีวีที่มันลดระดับความเป็นผู้ใหญ่ลง ให้มันเป็นรายการเพื่อที่จะพัฒนาเด็ก อย่างน้อยคิดเสียว่ามันต้องมีเด็กที่ดูทั้งวันแน่นอน อันนี้ไม่ใช่เฉพาะผู้ผลิตแต่ตัวผู้ควบคุมรายการต้องคำนึงถึงตรงนี้ด้วย ว่าความหลากหลายหรือลักษณะของแต่ละรายการมันมีผลยังไงบ้าง ที่บ้านเรายังขาดคือรายการสำหรับเด็กเล็กที่มีลักษณะกระตุ้นให้เด็กคิด สังเกต เรียนรู้ตัวเองและเรียนรู้โลกภายนอก เรายังมีไม่ค่อยเยอะและยังไปไม่ค่อยถึงเป้าหมาย

ดูทีวีมากไปจะเกิดอะไรกับเด็ก

สำหรับเด็กต่ำกว่า 2 ขวบไม่แนะนำเลย ถึงจะเป็นรายการเด็กก็ไม่เหมาะ เพราะพบว่ามันมีผลเยอะ ทั้งเรื่องพัฒนาการทางด้านภาษาและสังคม พอดูทีวีมันปิดความสนใจอื่นๆ จากสิ่งที่เขาควรเรียนรู้ ในแง่ของสุขภาพเรื่องน้ำหนักตัวก็พบปัญหา โดยธรรมชาติของเด็กการเรียนรู้ที่ดีกว่าคือการปฏิสัมพันธ์กับคน มีงานวิจัยว่าการดูทีวีเยอะยิ่งทำให้เด็กไม่อยากอ่านหนังสือและมีผลต่อเรื่องสมาธิ จริงๆ ทีวีเป็นตัวปิดกั้นจินตนาการระดับหนึ่ง เพราะมันมีความสมจริง ต่างประเทศทำรายงานวิจัยติดตามจนโตพบว่าคนที่ดูทีวีมายาวนานตั้งแต่เล็ก เป็นกลุ่มที่มักจะเจอว่าออกจากระบบการศึกษาก่อน หรือว่าเรียนได้ไม่ดีเท่า

วอลดอร์ฟกับแนวคิด 'เด็กปลอดสื่อ'

มีการวิจัยของวอลดอร์ฟ* เกี่ยวกับการรับรู้ตัวตนของเด็กที่ดูทีวี พบว่ารูปวาดของเด็กที่ดูทีวีมี 'ความเป็นคน' น้อยกว่าเด็กที่ไม่รับสื่อเลย จริงๆ อันนี้อาจจะค่อนข้างลึก ซึ่งของไทยจะไม่ได้คำนึงถึงเชิงจิตวิญญาณหรือการพัฒนาตัวตนแบบนี้มากนัก ถามว่ามีความต่างไหม บางทีเด็กวอลดอร์ฟจะมีตัวตนที่ชัดเจนกว่าจริงๆ ถ้าเด็กจะดูก็คงดูได้บ้าง แต่ระยะเวลาและรายการที่เลือกดูก็มีผล ถ้าดูช่องสารคดีอย่างดิสคัฟเวอรี แชนแนล จริงๆ ก็เป็นการเปิดโลกทัศน์เด็กแบบหนึ่ง อันนี้คงขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ถ้าถามว่าเด็กไม่รับสื่อเลยดีกว่าไหม มันมีมุมที่ดีกว่าชัดเจนอยู่เหมือนกัน แต่คงไม่ได้เข้มงวดถึงขั้นห้ามเลย

3 อะไรคือสิ่งที่ 'ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก' ในสื่อ

สิ่งที่นักวิชาการส่วนใหญ่กังวลใจ คือ รายการทีวีบ้านเรามีเนื้อหาการแสดงออกที่เป็นตัวอย่างในเรื่องการใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม ไปจนถึงการใช้ความรุนแรงในบางรายการ ส่วนใหญ่รายการเด็กที่มีอยู่จริงๆ ไม่ได้รุนแรงมาก แต่ปัญหาหนึ่งคือสภาพสังคมไทยปฏิเสธไม่ได้ว่าเด็กก็ดูรายการอื่นๆ ที่ไม่ใช่รายการของเด็กด้วย สำหรับรายการของเด็กเองสิ่งที่เราระมัดระวังก็คือเนื้อหา เด็กเรียนรู้ผ่านการเลียนแบบ เพราะฉะนั้นสิ่งที่เขาได้เห็นในรายการจึงมีโอกาสที่เขาจะเลียนแบบ เวลาเราเช็คว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม จะดูว่ามีโอกาสที่เด็กจะเอาไปปฏิบัติตามแล้วมันจะเกิดอันตรายกับเขา หรือเป็นการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่ดี เช่น การพูดจาไม่ดีใส่กัน การตีกัน อะไรแบบนี้ หรือเปล่า เหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวัง

เวลาประเมินรายการ ก่อนอื่นเราจะดูเรื่องภาษาก่อน เพราะเป็นสิ่งที่มีผลกับเด็กมากที่สุด ภาษาบวกเนื้อหา และดูตามวัตถุประสงค์ของรายการด้วย ว่าเขาต้องการสื่อสารกับใคร รายการสำหรับเด็กถ้ามีความรุนแรงและมีการสื่อสารเรื่องเพศมากเกินไป เร็วเกินไป ก็มีโอกาสสูงที่เด็กจะเลียนแบบ บางรายการอาจต้องปรับแก้เลย บางรายการต้องมาดูว่าจะปรับยังไง

ทำไมเราจึงควรตระหนักถึงเด็กเมื่อทำสื่อ?

รายการเด็ก / รายการทั่วไป

↓

กรอบความคิด / ค่านิยม / ภาษา / ความรุนแรง / เรื่องเพศ

↓

ผู้ชมเด็ก

↓

การเลียนแบบ

↓

อันตรายทางร่างกาย / จิตใจ

รายการเด็กกับประเด็นอ่อนไหว
สิ่งเหล่านี้ 'ควรพิจารณา' อย่างไร ในมุมมองผู้เชี่ยวชาญเด็ก

การ์ตูน

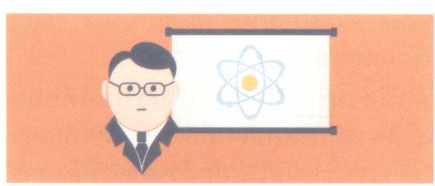
การ์ตูนของผู้ผลิตไทยส่วนใหญ่ยังเป็นข้อความที่สื่อสารกับผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก เช่น การ์ตูนบางเรื่องอาจมีเสียงเด็กผู้หญิงตัวร้ายในละคร ซึ่งจะไม่เหมาะกับเด็กเล็ก เพราะจะเลียนแบบวิธีการออกเสียง วิธีการพูด ท่าทางของตัวละครตัวร้ายนั้น

ภาษาและรูปแบบการนำเสนอ

ถ้าเป็นเด็กเล็กควรจะใช้ภาษาน้อย การ์ตูนบางเรื่องจะไม่มีการพากย์เลย เพราะบางทีการพากย์ก็เป็นข้อจำกัดสำหรับเด็ก โทนเสียงขึ้นลงสูงต่ำมากไปจะเป็นการเร้า อย่างถ้าเราฟังแล้วรู้สึกว่าบางทีก็อึดอัด ก็แสดงว่ามันไม่เหมาะกับธรรมชาติเด็กเล็ก เด็กเล็กบางทีชอบสีพาสเทล แสดงว่าเขาไม่เหมาะกับสีที่มันฉูดฉาดเกินไป หรือโทนเสียงที่ดัง เบาหรือแหลมเกินไป แต่พอเด็กวัยเรียนเริ่มรับรู้เกือบๆ จะเท่าผู้ใหญ่ ความเร็วในการพูดจังหวะเสียงที่ใช้ถึงเด็กดูก็อาจจะไม่มีผลมาก เด็กเล็กไม่ต้องพูดเยอะสื่อสารให้เขาจินตนาการ แต่พอเป็นเด็กโตคำพูดอาจจะโตขึ้นหน่อยหรือใกล้เคียงกับผู้ใหญ่

ตัวอิจฉา

เนื้อหาถ้าเป็นเด็กเล็กเลย 3-5 ขวบ จริงๆ นางอิจฉาไม่ควรมีเลยด้วยซ้ำ ยังไม่เหมาะสมกับเขา สำหรับเด็กเล็กคนในการรับรู้ของเขาจะมีลักษณะกลางๆ ถ้าจะมีตัวร้ายอาจจะมีเป็นลักษณะของสัตว์มากกว่าพอเป็นคนมันจะสมจริงทำให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรม ควรจะหลีกเลี่ยงไปเป็นสัตว์หรือสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์แทนในการสื่อสาร



การสั่งสอน

บางทีเห็นว่ารายการเด็กส่วนใหญ่จะไปติดกับรูปแบบการสอน เหมือนเป็นครูในทีวี ถ้าเราดูรายการเด็กของต่างประเทศจริงๆ แล้วมันคือการเปิดช่องว่าง ไม่ได้ตัดสินว่าอะไรถูกผิด เป็นการให้เด็กไปคิดต่อเอาเอง มันต้องมีส่วนนี้เหมือนกัน จริงๆ รายการต้องคิดได้เหนือกว่าสื่อการเรียนการสอน มีการพลิกแพลงซึ่งเป็นสิ่งที่ครูเขาอาจจะไม่มีทางคิด นั่นหมายความว่าเราต้องมีมุมมองที่นำเสนอ หรือเป็นวิธีการเรียนแบบใหม่ มันคือการใส่ความคิดสร้างสรรค์บวกกับพื้นฐานของกลุ่มเด็กที่เรากำลังพูดถึง

บทสรุปสูตรสำเร็จ

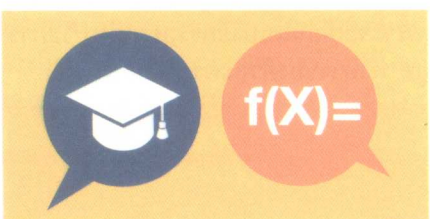
คงไม่ได้ถึงขั้นห้ามทำ แต่ทางที่ดีสำหรับเด็กเล็กน่าจะเป็นเรื่องความหลากหลาย ไม่ตีกรอบ เปิดโลกให้กว้างขึ้น น่าจะเป็นลักษณะของรายการที่เปิดกว้างในการคิดและทางออกต่างๆ ไม่ต้องสรุป ไม่ต้องสอน เพราะคำตอบจะขึ้นอยู่กับเด็กแต่ละคน แต่ของเราส่วนมากเราจะมีคำตอบแล้ว ซึ่งเป็นการสร้างแพตเทิร์นให้เด็ก

เกมทายปัญหา

ถ้าเนื้อหาที่ไม่เหมาะกับวัยเขา มันก็คงได้ประโยชน์กับเด็กส่วนใหญ่น้อย ก็ต้องถามก่อนว่าเราต้องการอะไร ไม่งั้นมันจะเหมือนระบบการศึกษาไทย คือเราให้เขาพยายามตอบในสิ่งที่เขาไม่จำเป็นต้องใช้ เขาไม่รู้จะเอาความรู้นี้ไปใช้ทำอะไร หรือได้คำตอบมาแล้วอาจยังงงๆ อยู่ ก็แปลว่าไม่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่

การแข่งขัน

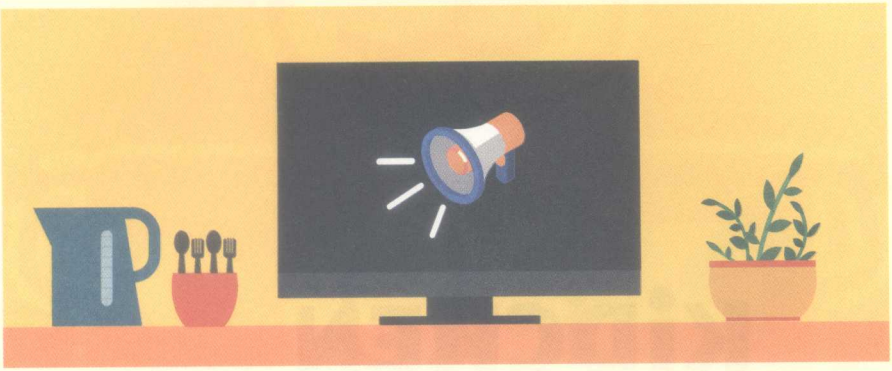
จริงๆ ทำได้ แต่พอตัวรายการไปเน้นประเด็นเรื่องการเอาชนะมากกว่าความสนุกสนานให้เด็กมีส่วนร่วม เราจะเห็นว่าเด็กที่ชนะจะได้ความภาคภูมิใจ คือเราสื่อสารกับเขาว่าต้องชนะ มันไม่เคยมีรายการที่สื่อสารว่าเด็กที่แพ้ก็ดีนะ ได้เรียนรู้ มันไปไม่ถึงตรงนั้น ส่วนใหญ่จะนำเสนอออกมาแค่ว่าชนะแล้วดี สำหรับเด็กเล็กมันอาจจะไม่ใช่สิ่งที่เขาคิด แต่เราต่างหากที่ใส่ความคิดให้เขา ถ้าเรามองว่ามันยังไม่จำเป็นสำหรับวัยเขา แต่เราพยายามยัดเยียดให้เขารู้สึกว่าเขาแพ้ จริงๆ มันอาจจะไม่เหมาะ ถ้าเป็นเด็กประถมอาจจะไม่แปลก เพราะวัยเขาจะเริ่มรู้แล้วว่าแพ้ชนะคืออะไร แต่สำหรับเด็กอนุบาล มันอาจจะกลายเป็นบาดแผลของเด็กไปเลยก็ได้ เด็กบางคนอาจจะไม่กล้าอีกต่อไป แทนที่จะรู้สึกว่าทดลองดูเพื่อความสนุก กลายเป็นเด็กกลัวแพ้ไป



วิธีคิด 'แบบผู้ใหญ่'

รายการเด็กที่แท้จริงต้องอิงเด็กส่วนใหญ่เป็นตัวตั้ง ถ้าเล่นเกมเด็กมีธรรมชาติเป็นยังไงก็ควรเป็นอย่างนั้น ควรเอาธรรมชาติของเด็กขึ้นมาชูมากกว่าเตรียมสคริปต์เพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่เราต้องการ ตอนนี้เป็นรายการเด็กก็จริง แต่เหมือนเราเอาเด็กมาเล่นเกมโชว์ให้ผู้ใหญ่ดู ซึ่งอาจจะไม่ให้ประโยชน์กับเด็กที่ดู จริงๆ มันต้องปรับวิธีคิดว่าเด็กดูแล้วต้องได้อะไร สมมติเด็กตอบคำถาม มันมีเด็กที่มีความเห็นต่าง ซึ่งเขาก็มีเหตุผลที่อธิบายของเขา เราก็ไม่ควรไปบอกว่าผิดจริงๆ แล้วด้วยธรรมชาติวัยของเขา มันมีมุมมองอื่น เลยทำให้รายการเด็กบางครั้งไม่เหมาะกับเด็ก เพราะวิธีการคิดแบบผู้ใหญ่

โฆษณากับรายการเด็ก



โฆษณามีผลกับเด็กแค่ไหน

โฆษณาคั่นรายการเด็กส่วนใหญ่จะเป็นโฆษณาขายของ ถามว่ามีผลไหม ของเด็กไทยเราไม่มีการศึกษา แต่ว่าในการศึกษาของต่างประเทศมันมีผลกับพฤติกรรมการกินการเสพ เราจะกินขนมปังยี่ห้อเดียวกับที่โฆษณาตอนเบรก เด็กดูก็วิ่งไปซื้อขนมที่เซเว่น ผลกระทบจะเป็นเรื่องน้ำหนักตัว พฤติกรรมการบริโภคของเด็ก ในทางสุขภาพน่าเป็นห่วง แต่อาจจะไม่ถึงขั้นต้องห้าม อันนี้ไม่ใช่บทบาทของผู้ผลิต แต่ควรเป็นเรื่องของทางสถานีว่าการคั่นรายการเด็กควรมีความหลากหลายของโฆษณา หรือจริงๆ ถ้าเราพูดถึงลักษณะของโฆษณาอาจจะปรับโทนให้ไม่เชิญชวนมากเกินไป บางทีมันเป็นเรื่องความหลากหลายของโฆษณา เราจะเห็นว่ามีโฆษณาขนมของเล่นอะไรต่างๆ

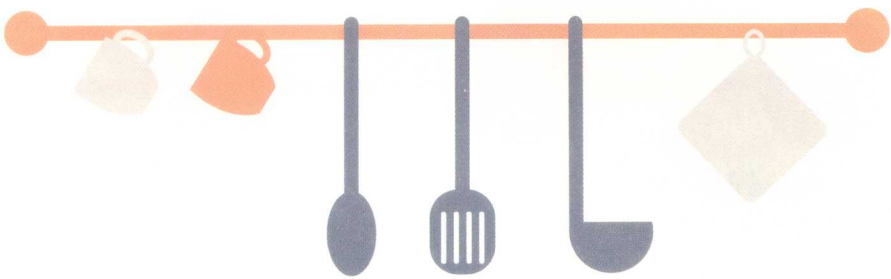
การโฆษณาในรายการอย่างพวกป้ายต่างๆ อาจจะมีบ้างที่ไม่เหมาะสม แต่มันก็ไม่ได้แปลว่าทำไม่ได้ โดยเฉพาะในรายการทีวีไทยที่ต้องพึ่งโฆษณา แต่ทำยังไงที่จะให้มันไม่ดูตั้งใจโฆษณาเกินไป คิดว่าจริงๆ ผู้จัดรู้ว่ามันตั้งใจหรือเปล่าจริงๆ ตั้งอยู่ในฉากมันอาจจะไม่เท่าไหร่ ไม่เท่ากับการให้ตัวเอกกินขนมชิ้นนี้ มันต่างกันในเนื้อหา

เด็กโตเท่าไหร่ถึงจะแยกแยะได้ว่านี่คือโฆษณา?

เด็กเล็ก 3-5 ขวบยังแยกไม่ได้ เด็กประถมน่าจะพอเริ่มแยกได้ 7-8 ขวบ แต่ด้วยวัยจริงๆ แล้วเด็กยังมีแนวโน้มที่จะทำตาม ธรรมชาติของเด็กคือยังคุมความยับยั้งไม่ได้ ถ้าเห็นก็อยาก ถ้าเอาตามพัฒนาการเด็ก จริงๆ แล้วเด็ก 11-12 ปีขึ้นไปจะรู้จักความยับยั้งชั่งใจ แต่ว่าสำหรับเด็กไทยอาจจะเกินกว่านั้น ด้วยวิธีการเลี้ยงดูของคนไทยมีแนวโน้มว่าเด็กไม่สามารถตัดสินใจด้วยตัวเอง หรือยับยั้งความต้องการของตัวเองได้ จะช้ากว่าเด็กฝรั่ง เพราะเรามีแนวโน้มในการปกป้องเยอะ เราไม่ได้เปิดโอกาสให้เด็กช่วยเหลือตัวเองเต็มที่ เช่น ผู้ใหญ่ทำให้หมดตามใจ ร้องแล้วให้นี่คือการตอบสนอง ถ้าเป็นแนวพุทธ ก็คือการตอบสนองกิเลส โดยธรรมชาติแล้วคือตอบสนองให้เด็กไม่ได้ฝึกควบคุมความต้องการของตัวเอง

KiDCHEN
สูตรเด็ดรายการเด็ก

ครัวนี้
อบรมอะไร
กันบ้าง



เมื่อปลายปี 2556 สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน ร่วมกับบริษัท ไอเดียโกรว์ จำกัด และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส จัดโครงการอบรม Creative: Director & Producer รายการเด็กและเยาวชน 'Kidchen สูตรเด็ดรายการเด็ก' ขึ้นใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง (ชลบุรี) ภาคใต้ (สงขลา) ภาคเหนือ (เชียงใหม่) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อุบลราชธานี) เพื่อสร้างผู้ผลิตรายการเด็กที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับเด็ก พร้อมทั้งพัฒนาโมเดลการอบรมผู้ผลิตรายการเด็กสำหรับใช้ต่อไปในอนาคตด้วย

เนื้อหาสำคัญที่ต้องการให้ผู้เข้าร่วมได้รับจากการอบรมมี 3 ประเด็น ได้แก่

1. ความเข้าใจเกี่ยวกับเด็ก และการสื่อสารกับเด็กในช่วงวัยต่างๆ
2. เทคนิคการผลิตรายการให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย
3. การนำเสนอต่อสถานีหรือช่องทางและโอกาสการหาแหล่งทุน

โดยรูปแบบพื้นฐานที่ได้จัดอบรมไปใน 4 จังหวัดจาก 4 ภูมิภาค (ชลบุรี สงขลา เชียงใหม่ อุบลราชธานี) มีดังต่อไปนี้

คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ

- แต่ละทีมต้องมีสมาชิก 3 คน
- สามารถถ่ายทำและตัดต่อวิดีโอได้
- นำอุปกรณ์ กล้องวิดีโอ และคอมพิวเตอร์สำหรับตัดต่อมาเอง
- มีโครงร่างรายการสำหรับเด็กในฝันที่อยากทำมานำเสนอ
- มีความรู้เกี่ยวกับการทำงานกับเด็กและเยาวชนได้ยิ่งดี

5 วันสู่การเป็นผู้ผลิตรายการเด็ก

แต่ละทีมต้องเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นระยะเวลา 5 วัน วันละ 8 ชั่วโมง รวมเป็น 40 ชั่วโมง

วันที่ 1

ทำความเข้าใจโครงการและกระบวนการอบรมตลอด 5 วัน

ทำความเข้าใจสถานการณ์รายการเด็กผ่านเสวนา 'รายการเด็ก เรื่องเล็กๆ ที่ถูกมองข้าม'

บอกเล่ารายการในฝันที่แต่ละทีมเตรียมมา

ร่วมกันอภิปรายและถอดสูตรตัวอย่างรายการดีๆ จากทั่วโลก

วันที่ 2

บริหารสมอง ฝึกความคิดสร้างสรรค์ มองหาแรงบันดาลใจ

หยิบเอาสิ่งต่างๆ รอบตัวมาประยุกต์ทำรายการเด็กให้สนุกและตอบโจทย์

สรุป 'หลักสำคัญในการทำงานเกี่ยวกับเด็ก' อิงจากประสบการณ์จริงของวิทยากร

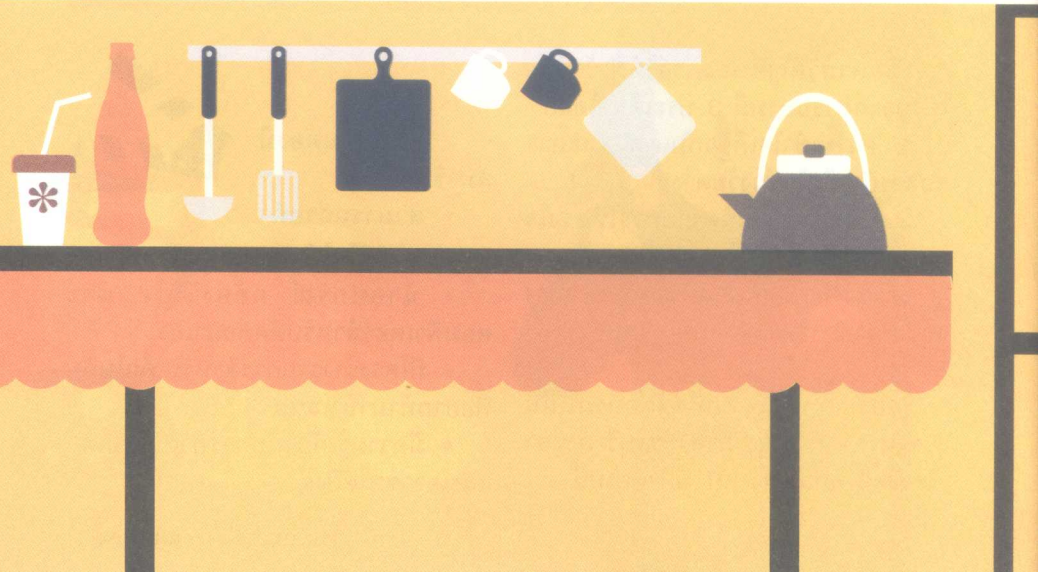
วันที่ 3

ลับความคิดสร้างสรรค์

ให้โจทย์รายการแบบฝึกหัด

แบ่งผู้อบรมเป็น 2-3 ทีม ให้แต่ละทีมออกแบบวิธีนำเสนอในประเด็นที่กำหนด

ลองทำออกมาเป็นคลิป 1 นาที



วันที่ 4

สรุปกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

ออกแบบรายการความยาว 5 นาที โดยให้ทุกทีมใช้โจทย์เดียวกัน แต่สร้างสรรค์ตามใจชอบ

แยกย้ายกันไปถ่ายทำและตัดต่อให้เสร็จภายในคืนนั้น

วันที่ 5

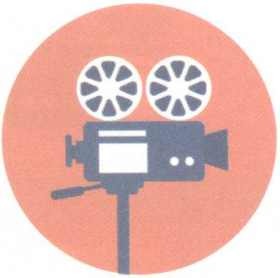
นำผลงานมาฉายแลกเปลี่ยนประสบการณ์

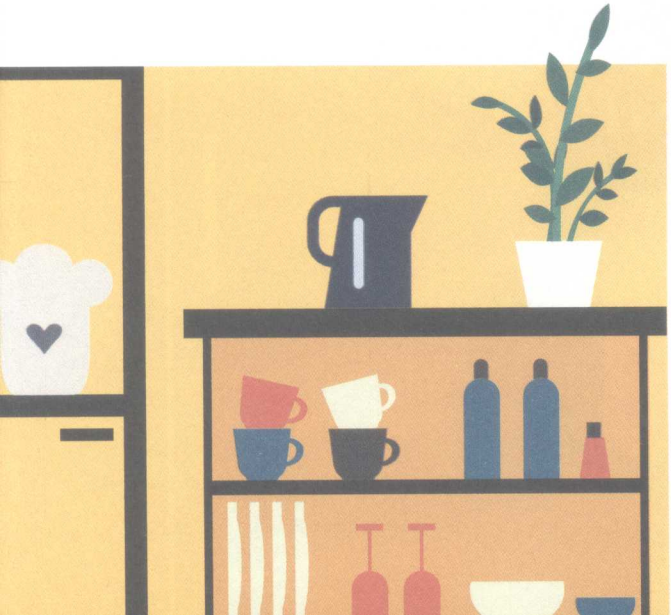
พี่เลี้ยงช่วยดูรายการและร่วมปรับปรุง

นำเสนอรูปแบบของรายการในฝันที่เตรียมมาเพื่อลงมือทำเป็นตัวอย่างรายการ (เดโม่)

2 สัปดาห์ผ่านไป

ส่งเดโม่ให้โครงการเพียงเท่านี้ก็มีตัวอย่างผลงาน พร้อมเรียนรู้สร้างสรรค์รายการเด็กต่อไปได้แล้ว





เรียนรู้จากแบบอย่าง หลากวิธีถอดสูตรรายการเด็ก

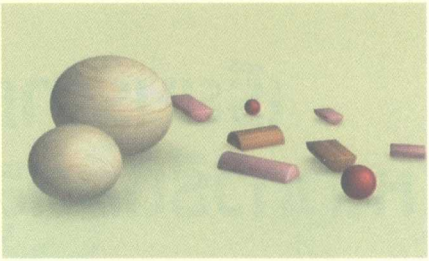
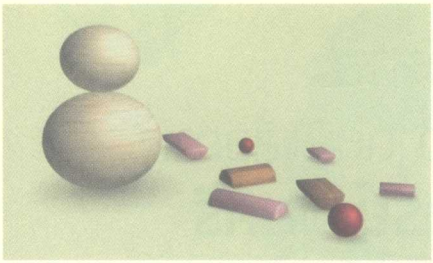
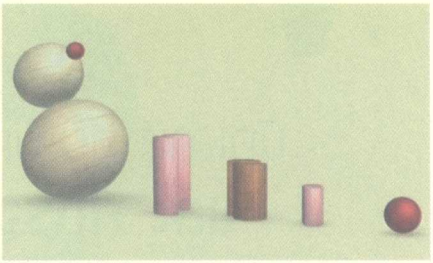
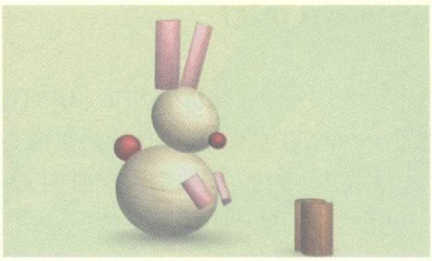
ชีวัน วิสาสะ
นักเล่านิทาน-นักวาดหนังสือภาพ
และ ภัทรจารีย์ อัยศิริ
ผู้ก่อตั้ง 'สโมสรผึ้งน้อย'

เนื่องจากองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการสำหรับเด็กในเมืองไทย ไม่มีการรวบรวม เผยแพร่ หรือวิจัยอย่างเป็นรูปธรรมให้ค้นคว้ามากนัก หนึ่งในกิจกรรมที่ขาดไม่ได้เลยในการอบรมเชิงปฏิบัติการ 'สูตรเด็ดรายการเด็ก' หลังจากทำความเข้าใจพัฒนาการเด็กและสถานการณ์รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเรียบร้อยแล้ว จึงเป็นการถอดบทเรียนจากรายการเด็กที่ทำเอาไว้ดีแล้วเพื่อหาสูตรมาประยุกต์ใช้กับรายการเด็กของเราเองอย่างที่ในโครงการนี้เรียกกันว่า 'การถอดสูตร' นั่นเอง

ทว่าการถอดสูตรในที่นี้ไม่ใช่การถอดโครงสร้างหรือรูปแบบของรายการมา 'ลอก' แล้วเปลี่ยนแค่บริบทให้มีความเป็นไทยหรือเป็นปัจจุบันมากขึ้น แต่หมายถึงการวิเคราะห์ว่าผู้ผลิตรายการต้องการส่งเสริมพัฒนาการหรือสอนสิ่งใดให้แก่เด็กๆ และสื่อออกมาด้วยวิธีใด รวมทั้งเสริมรายละเอียดใดบ้างเพื่อทำให้รายการกลมกล่อมและน่าสนใจ

ในการถอดสูตรนี้ เราได้สองนักสร้างสรรค์ที่ทำสื่อสำหรับเด็กมายาวนานอย่าง คุณชีวัน วิสาสะ นักเล่านิทาน-นักวาดหนังสือภาพ หรือ 'ครูชีวัน' ของหลายๆ คน และ คุณภัทรจารีย์ อัยศิริ หรือ 'น้านิต' ผู้ก่อตั้ง 'สโมสรผึ้งน้อย' มาสาธิตวิธีการถอดสูตรรายการเด็กจากประเทศญี่ปุ่นให้ดูเป็นตัวอย่าง 2 รายการ ได้แก่ รายการ Building Blocks Animals ตอน Rabbit และ Monkey และรายการพัฒนาการสอนภาษาอังกฤษของ GrapeSEED ตอน Blue

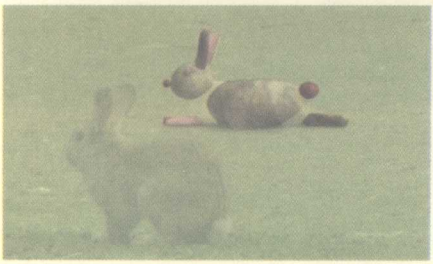
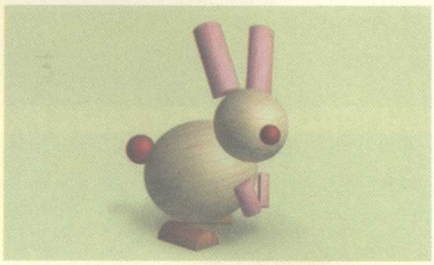
แต่ก่อนจะไปถอดสูตร เรามาดูเนื้อเรื่องย่อๆ กันก่อนดีกว่า

Building Blocks Animals ตอน Rabbit 1:45 นาที

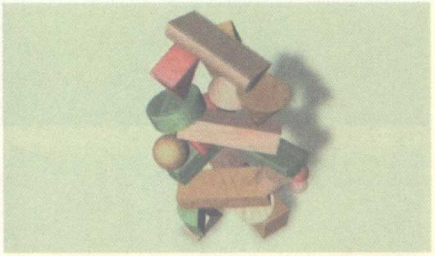
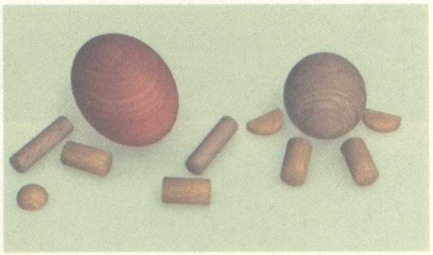
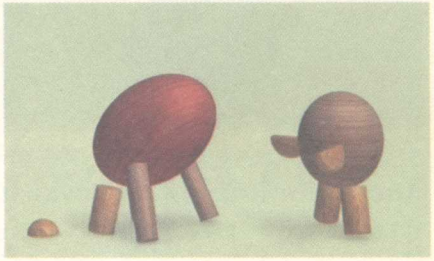
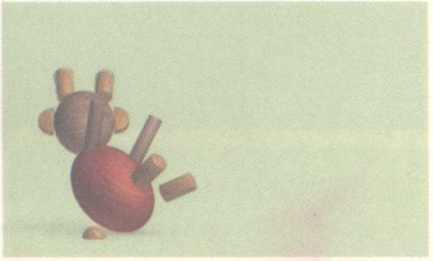
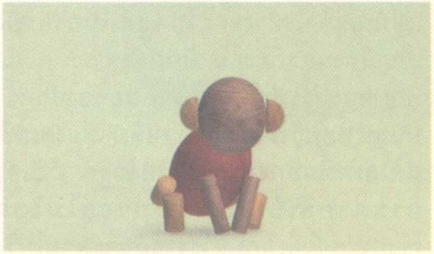
แอนิเมชั่นสามมิติเล่าเรื่องสัตว์และธรรมชาติโดยใช้บล็อกไม้ตัวต่อ ของเล่นเสริมสร้างจินตนาการของเด็กๆ เป็นตัวเชื่อม เปิดฉากมาเราจะเห็นบล็อกไม้ถูกเรียงไว้อย่างง่อนแง่นไม่เป็นระเบียบ มีเสียงดนตรีสั้นๆ ให้ความรู้สึกตื่นเต้นน่าสงสัย พอไม้ทรงกลมชิ้นจิ๋วหล่นลงมาแค่ชิ้นเดียว ชิ้นที่เหลือก็ค่อยๆ หล่นตามลงมาจนหมด เสียงดนตรีเงียบลง มีเพียงเสียงบล็อกไม้ดังก๊อกแก๊กตามการเคลื่อนไหว บล็อกไม้บางอันกลิ้งออกไปจากจอ ไม้ทรงกลม 2 ชิ้นกลิ้งไปชนกับบล็อกไม้อีกกอง แล้วทันใดนั้นกองบล็อกไม้ก็มีชีวิตขึ้นมา

ไม้ทรงกลมกระโดดขึ้นไปต่อตัวกับอีกชิ้นที่ใหญ่กว่า แล้วบล็อกไม้ที่เหลือก็ลุกขึ้น กระโดดเรียงแถวลดหลั่นตามความสูง ไม้ทรงกลมสีแดงชิ้นเล็กกับชิ้นกลางเตี้ยกว่าใครเลยอยู่ท้ายสุด ชิ้นเล็กเริ่มขยับก่อนด้วยการกระโดดเหยียบขึ้นไปตามแถวที่เรียงรายราวขั้นบันได แล้วกระโจนเข้าหาไม้ทรงกลมที่อยู่ด้านบนจนมันหงายหลังไปเล็กน้อยแล้วเอนกลับมาไม่ต่างจากตุ๊กตาล้มลุก แล้วมันก็ติดแน่นอยู่กับไม้ชิ้นนั้น ไม้ทรงกลมสีแดงชิ้นกลางกระโดดตามคราวนี้มันยึดตัวเองติดกับไม้ทรงกลม

ชิ้นล่าง ไม้ชิ้นล่างหมุนให้มันไปอยู่ข้างหลัง แล้วลองขยับมันดูราวกับว่ามันเป็นหาง ไม้ทรงกระบอกผ่าครึ่งสีชมพูสองชิ้น กระโดดย่ำอยู่กับที่เพื่อเรียกให้มันหันกลับ แล้วกระโดดเข้าใส่ไปติดในตำแหน่งที่คล้ายกับแขน ไม้สีชมพูอีกสองชิ้นที่ใหญ่กว่า กระโดดถอยหลังแล้วกระโจนขึ้นไปเกาะติดไม้ทรงกลมชิ้นบนก่อนจะดีดตัวตั้งขึ้นราวกับเป็นหู จากนั้นไม้บล็อกทั้งหมดก็กระโดดทับไม้ทรงกระบอกผ่าครึ่งสีน้ำตาลสองชิ้นสุดท้าย แล้วดีดตัวขึ้นสูงไปบนอากาศ ไม้สีน้ำตาลสองชิ้นนั้นเอนราบแล้วกลายสภาพเป็นเท้าเมื่อมันตกสู่พื้น ในที่สุดเราก็รู้แล้วว่ามันเป็นตัวอะไร เสียงเด็กน้อยดังขึ้นเป็นภาษาญี่ปุ่นแปลว่า ‘กระต่าย’

จากนั้นภาพของบล็อกไม้ก็ค่อยๆ ยืดออกแล้วกลายเป็นกระต่ายจริงๆ ยืนอยู่กลางสนามหญ้า เสียงดนตรีสดใสดังขึ้นให้ความรู้สึกผ่อนคลายเหมือนไขปริศนาสำเร็จแล้ว กระต่ายค่อยๆ เหยียดขาออกไปข้างหน้าเพื่อนอนลง เดี๋ยวเดียวมันก็ยันขาหลังขึ้นแล้วหมุนตัวกระโดดไปทางซ้ายก้มลงดมพื้นที่เต็มไปด้วยมูลกระต่าย ทำจมูกฟุดฟิด แล้ววิ่งไปทางซ้ายต่อ เด็กน้อยส่งเสียงเรียก “กระต่าย” อีกครั้ง แต่มันกลับวิ่งห่างออกไป เสียงในฉากหลังเป็นเสียงนก เสียงลม เสียงย่ำเท้าบนสนามหญ้าของกระต่าย แล้วมันก็นอนลงอีกครั้งบนสนามหญ้าที่สะอาดกว่าเดิม เสียงดนตรีสดใสดังขึ้นอีกรอบหนึ่ง แล้วจู่ๆ ก็มีเจ้ากระต่ายสีเข้มโผล่เข้ามาอยู่ไม่ไกล เจ้ากระต่ายจึงลุกขึ้นวิ่งราวกับจะตามไปวิ่งเล่นด้วยกัน เสียงเด็กน้อยเรียก “กระต่าย” เบาๆ อีกครั้ง จากนั้นก็เป็นเสียงกระต่ายวิ่งตามธรรมชาติ กระต่ายตัวเดิมนอนลงและเหยียดขาออกอีกครั้ง แล้วภาพกระต่ายก็หดเข้ามากลับกลายเป็นบล็อกไม้ตามเดิม เสียงดนตรีสดใสดังขึ้นระหว่างที่เจ้าบล็อกไม้รูปกระต่ายกระโดดวนไปรอบๆ เสียงดนตรีเร่งจังหวะเร็วขึ้นจนกระทั่งถึงตอนจบ เจ้าบล็อกไม้กระโดดมาหยุดตรงหน้าจอ หันซ้ายหันขวาแล้วจ้องมาทางคนดู เสียงเด็กน้อยย้ำเป็นครั้งสุดท้ายอย่างชัดถ้อยชัดคำว่า “กระ-ต่าย”

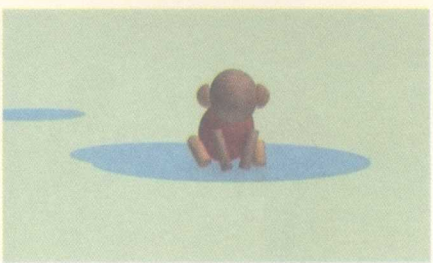






Building Blocks Animals

ตอน Monkey

1:30 นาที

แอนิเมชั่นสามมิติเล่าเรื่องบล็อกไม้เหมือนเรื่องที่แล้ว แต่เปลี่ยนไปเล่าเรื่องของลิง รวมทั้งมีลูกเล่นและความซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิมนิดหน่อย ตอนต้นเปิดมาเหมือนเดิม จนกระทั่งบล็อกไม้ทรงกลมอันหนึ่งกลิ้งไปชนกับบล็อกไม้อีกกองที่วางระเกะระกะอยู่ ทันใดนั้นบล็อกไม้อีก 4 ชิ้นก็เลื่อนมารายล้อมเป็นแขนขาราวกับมีแม่เหล็กดูด เหตุการณ์เดียวกันนี้เกิดกับบล็อกไม้ทรงกลมอันข้างๆ เช่นกัน แล้วกล้องก็เปลี่ยนจากมุมสูงมาเป็นมุมด้านข้าง ทำให้เราเห็นเจ้าบล็อกไม้นอนหันปลายขามาทางคนดู แล้วบล็อกไม้อันเล็กก็หกสูงก่อนจะกระโดดขึ้นยืน แล้วทำท่าเรียกบล็อกไม้อันใหญ่ให้ลุกตาม บล็อกไม้อันใหญ่



ลูกขึ้นแล้วย่อลง บล็อกไม้อันเล็กจึงกระโดดขึ้นไปต่อตัวโดยเอาหัวชนหัว จนพวกมันหงายหลังไปเล็กน้อย ไม้บล็อกเล็กปล่อยให้ขาสองข้างของมันหล่นลงมาต่อกับขาของบล็อกไม้อันใหญ่ มันค่อยๆ ลุกขึ้นนั่งยองๆ แล้วพยักหน้าให้ไม้กลมๆ ชิ้นจิ๋วกระโดดมาต่อเป็นหาง จากนั้นเจ้าบล็อกไม้ก็ตีลังกาหนึ่งรอบ ทันใดนั้นเราก็รู้ทันทีเสียงเด็กน้อยร้องขึ้นมาว่า “ลิง” ตามด้วยเสียงดนตรีสดใสท่วงทำนองเหมือนตอนกระต่าย แต่ใช้เครื่องดนตรีคนละประเภทกัน จากนั้นภาพก็ยืดออกกลายเป็นแม่ลิงตัวจริง นั่งอุ้มลูกอยู่ท่ามกลางแมกไม้

ลูกลิงนั่งเกาหัวเกาพุงอยู่ในอ้อมกอดแม่พร้อมซุกไซ้อกแม่แสนสบาย เสียงเด็กน้อยย้ำคำว่า “ลิง” อีกครั้ง จากนั้นเราก็เห็นแม่ลิงเดินอยู่บนพื้นแล้วปีนขึ้นต้นไม้อย่างว่องไวโดยมีลูกลิงเกาะแน่นอยู่ด้านหน้า เสียงดนตรีสดใสดังขึ้นอีกครั้ง เจ้าลิงนั่งอยู่บนกิ่งไม้ ลูกลิงตัวน้อยปีนออกจากตักแม่มาสำรวจกิ่งไม้ใกล้ๆ แทะไม้บ้าง ปีนป่ายบ้าง แต่อยู่ไม่ห่างจากแม่เลย เสียงนกร้องและลมพัดกิ่งไม้ดังอยู่เบื้องหลัง ลิงน้อยปีนลงจากกิ่งไม้เหยียบอยู่บนตัวแม่ เมื่อดนตรีดังขึ้นอีกครั้ง ภาพลูกลิงก็กลายกลับไปเป็นบล็อกไม้อีกครั้ง

บล็อกไม้รูปลิงลุกขึ้นวิ่งไปทางขวาจนไปเจอแอ่งน้ำเข้าหลายแอ่ง เสียงดนตรีหยุดลงชั่วครู่ระหว่างที่มันเอียงหัวนิ่งคิด แล้วดนตรีก็ดังขึ้นใหม่ คราวนี้เจ้าลิงวิ่งอ้อมแอ่งน้ำเล็กๆ ไปกระโจนใส่แอ่งน้ำที่ใหญ่ที่สุด แล้วกระโดดย่ำน้ำอย่างสนุกสนาน เสียงเด็กน้อยเอ่ยคำว่า “ลิง” ขึ้นมาอีกครั้งเป็นการปิดท้าย

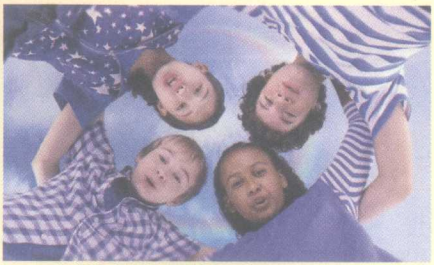
GrapeSEED

ตอน Blue

1:25 นาที

รายการสอนภาษาอังกฤษชิ้นนี้ทำขึ้นในสไตล์มิวสิกวิดีโอ โดยคำศัพท์หลักที่ต้องการเน้นคือคำว่า Blue ที่แปลว่า สีฟ้าและสีน้ำเงิน นั่นเอง เปิดภาพมาเราจะเห็นตัวหนังสือคำว่า 'Blue' สีขาวขอบฟ้ามีความลึกและเงาสะท้อนแบบภาพสามมิติขนาดใหญ่วางอยู่กลางจอ ซ้ายและขวาของตัวหนังสือมีกีตาร์สีฟ้าหลายตัวโผล่ออกมา ด้านล่างเต็มไปด้วยฟองอากาศท่าทางเด้งดึ๋ง พื้นหลังเป็นท้องฟ้าและท้องทะเล มีเส้นสีฟ้าเงาๆ วิ่งพาดผ่านจอจากขวาไปซ้าย ทุกอย่างเป็นสีฟ้าสดใส

เมื่อท่อนอินโทรจบลงก็ปรากฏภาพโคลสอัพด้านข้างของเด็กผู้หญิงหน้าตาแบบชาว



เอเชียคนหนึ่งกำลังร้องเพลงเป็นภาษาอังกฤษ เห็นการขยับริมฝีปากและลิ้นชัดเจน ฝั่งขวาเป็นภาพระยะไกลของเด็กชายหญิง 3 คนเหยียบบนตัวอักษร 'Jump-in!' และกำลังกระโดดลงน้ำอย่างสนุกสนาน สอดคล้องกับเนื้อเพลงที่บอกให้กระโดดลงน้ำสีฟ้าสดใส ถัดมาบนฉากหลังที่เป็นกราฟิกสุดเนี้ยบสีฟ้าสดใส เด็กผู้หญิงผมหยิกผิวเข้มคนหนึ่งเดินร้องเพลงบอกว่าฉันชอบสีฟ้า พร้อมหันไปถามเพื่อนชายผิวขาวผมบลอนด์อีกคนว่าแล้วเธอล่ะ เด็กผู้ชายพยักหน้าแล้วร้องตอบว่า "My shorts are blue." ส่วนเด็กผู้ชายผมหยิกผิวขาวอีกคนก็ร้องต่อว่า "My shirt is too." แล้วก็เป็นภาพทั้งสี่นอนหันศีรษะเข้าหากันเสมือนลอยอยู่บนน้ำ แล้วร้องประสานเสียงว่า "I like the color of blue, don't you?"

ในท่อนฮุก เด็กทั้ง 4 คนกำลังร้องเพลงเล่นดนตรีเหมือนวงดนตรีจริงๆ วงหนึ่งสมาชิกทุกคนใส่สูทผูกเนคไทสีฟ้า ใส่กางเกงสีขาว และใส่วิกผมสีฟ้าเหมือนๆ กัน เด็กๆ เล่นดนตรีอย่างสมจริง เพลงดำเนินต่อไปบนฉากหลังที่เป็นท้องทะเลและท้องฟ้า เด็กๆ นั่งอยู่กลางอากาศพร้อมร้องเพลงอย่างชัดถ้อยชัดคำถึงสิ่งต่างๆ ที่เป็นสีฟ้า เช่น ท้องฟ้า แปรง และหวี นอกจากพวกเขาจะทำรูปริมฝีปากเวลาออกเสียงแต่ละคำอย่างชัดเจนแล้ว ยังมีตัวคำศัพท์ภาษาอังกฤษลอยมาประกอบด้วยเป็นบางท่อน สุดท้ายเพลงจบลงด้วยท่อนฮุกพร้อมภาพเด็กๆ เล่นดนตรีอย่างสนุกสนาน แล้วถามผู้ชมอีกครั้งว่าฉันชอบสีฟ้านะ เธอก็เหมือนกันใช่ไหม

มาถอดสูตรกันเถอะ

"เห็นอะไรบ้าง" ครูชีวันเริ่มถาม

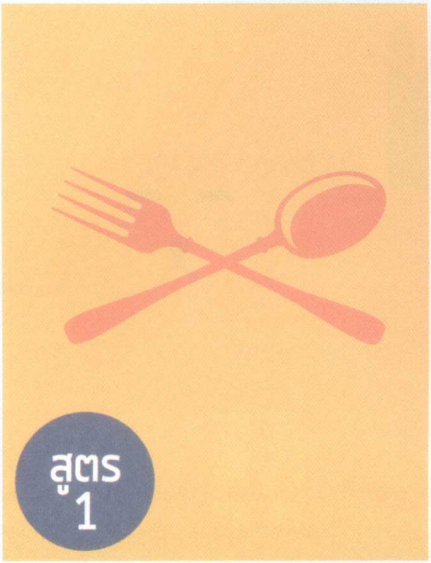
เราตอบไปตามที่เห็นและที่คิดว่าจะเกี่ยวข้องกับการทำรายการเด็ก สำหรับรายการ Building Blocks Animals เราเห็น 'ของเล่นบล็อกไม้' 'โยงกับสัตว์ที่เห็นได้ในชีวิตจริง' 'สัตว์อยู่ตามธรรมชาติ' 'ดนตรีประกอบน่ารัก' 'ตอนสั้นๆ' 'สีอ่อน' 'กราฟิกแบบสามมิติ' ส่วนรายการ GrapeSEED เราเห็น 'กราฟิกและสเปเชียลเอฟเฟกต์เนี้ยบ' 'คุมโทนสีเป็นสีฟ้าขาวทั้งหมด' 'เด็กๆ ดูเท่และสนุกสนาน' 'เพลงเพราะร้องตามง่าย' ฯลฯ แต่เราบอกแน่ชัดไม่ได้ว่าเพราะเหตุใดผู้ผลิตรายการจึงเลือกทำเช่นนั้น ทั้งยังไม่รู้ด้วยว่าจะนำสิ่งที่ได้ไปใช้ผลิตรายการได้อย่างไร

"ที่เราทำอยู่นี่กระโดดข้ามพื้นฐานไปหน่อย จริงๆ เราต้องคิดถึงตั้งแต่เรื่องของประสาทสัมผัส คิดถึงพื้นฐานการดู การได้ยิน การทำรายการทีวีไม่ใช่แค่ทำให้มีภาพหรือเอาภาพมาใช้ แต่ต้องคิดด้วยว่าเป็นมุมมองแบบไหน ขนาดเท่าไหร่ ทุกอย่างมีผลหมด แต่พอเราดูรายการที่ดีมากๆ แบบนี้แล้วไม่วิเคราะห์ ก็จะพานคิดว่ามันก็ต้องเป็นอย่างนั้นเป็นธรรมดา พอจะมาทำเองก็ไม่มีสูตร นึกไม่ออกทั้งการจัดองค์ประกอบ ขนาด การเคลื่อนไหว จะไปทางซ้ายหรือทางขวา ทั้งๆ ที่มันมีผลทั้งนั้น" ครูชีวันกล่าวถึงที่มาในการสอนถอดสูตร

"ทีนี้แต่ละคนก็มีสูตรในการคิดเฉพาะตัวอีก คือแต่ละคนจะดู คิด เข้าใจ แล้วก็ทำตามความเข้าใจของตัวเอง จนมันกลายเป็นสูตรของเราเอง แต่เวลาไปอธิบายให้คนอื่นฟัง เขาฟังรู้เรื่องแน่ล่ะเพราะเราใช้ภาษาไทย แต่เข้าใจจริงๆ หรือเปล่าเป็นอีกเรื่องหนึ่ง เพราะฉะนั้นผู้เรียนต้องฝึกวิเคราะห์ด้วยตัวเองเพื่อจะลำดับสูตรของตัวเองออกมา ซึ่งอาจไม่เหมือนของผู้สอนก็ได้ แต่ต้องมีส่วนที่ร่วมกันอยู่" ครูชีวันอธิบาย

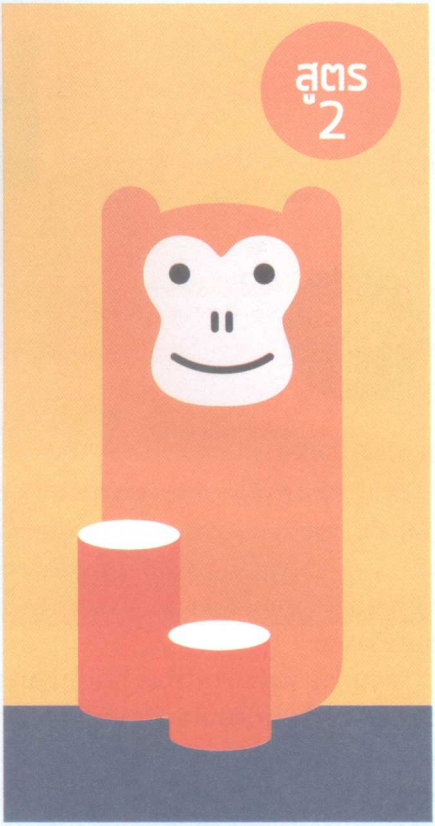
"เราชอบยกตัวอย่างเปรียบกับการทำอาหาร เวลาเราไปกินของอร่อยๆ ถ้าเราไม่ได้ถามเขาว่ามีขั้นตอนและส่วนผสมยังไง เราก็ต้องมานั่งวิเคราะห์เองใช่ไหม ต่อให้ถามแล้วเขาบอกมา พอเอาไปทำตามคิดว่าจะได้ออกมาเหมือนเขาไหม ไม่เหมือนหรอก เราต้องอาศัยประสบการณ์ของเรา หรือไม่ก็อาศัยการวิเคราะห์ของเราแล้วทำเองโดยไม่ถามเขาเผลอๆ อาจออกมาอร่อยกว่าด้วย มันก็ไม่ต่างอะไรกับเรื่องของสูตร ความเข้าใจและการลงมือทำ การเข้าใจเองนี่ดีที่สุด เพียงแค่ว่าถ้ามีแบบอย่างให้ดูก่อน มันก็เหมือนมีคนทดลองมาให้แล้วส่วนหนึ่ง เราก็แค่มาทำความเข้าใจ แล้วทำรายการให้ตอบโจทย์"

เมื่อเข้าใจวัตถุประสงค์ที่ต้องให้ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กหัดถอดสูตรเองแล้ว ครูชีวันและน้านิตก็ใช้ความเข้าใจและประสบการณ์จากการคลุกคลีและทำสื่อให้เด็กๆ สาธิตการถอดสูตรรายการให้เราฟังเป็นตัวอย่าง พร้อมทั้งสรุปเป็นสูตรสั้นๆ ให้เรานำไปผสมกับสูตรของเราได้อย่างสบายๆ อีกด้วย



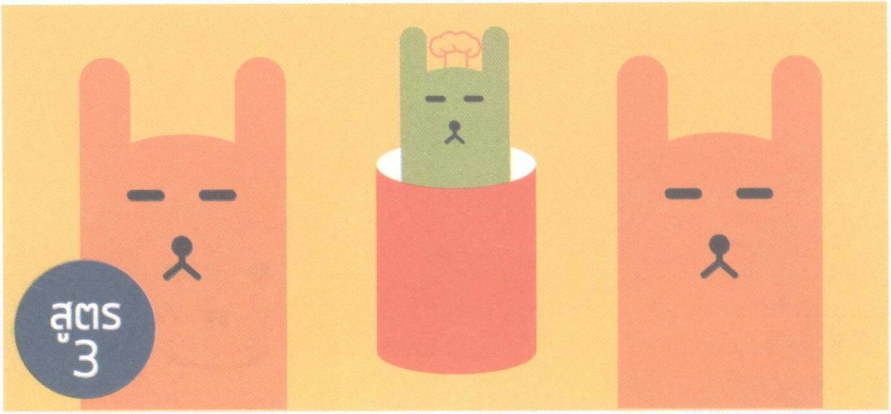
พอดีคำ

ทั้งสามรายการมีความยาวโดยเฉลี่ยเพียง 1 นาทีครึ่งเท่านั้น ซึ่งกำลังพอดีกับความสนใจของเด็กปฐมวัย ถ้าดูตามพัฒนาการแล้ว เด็กเล็กมากไม่ควรดูทีวีเลย ส่วนเด็กที่โตขึ้นมาหน่อยควรดูทีวีแบบจำกัดเวลา เช่นนี้แล้วการทำเป็นตอนสั้นๆ ก็จะเอื้อต่อการเอาไปจัดการต่อได้อีก ในต่างประเทศ ช่วงเวลาที่สถานีโทรทัศน์กำหนดให้ฉายรายการสำหรับเด็กจะมี 'การบริหารหน้าจอ' หรือ 'การจัดสรรเวลาหน้าจอ' ซึ่งหมายถึงการผสมผสานรายการหลายๆ แบบเข้าด้วยกัน เช่น มีทั้งเกม การ์ตูน เพลง ละคร ฯลฯ โดยจัดกลุ่มเนื้อหาให้อยู่ในธีมเดียวกัน เพื่อให้เด็กได้รับอะไรดีๆ และหลากหลายที่สุดจากช่วงเวลาสั้นๆ ที่ผู้ใหญ่อนุญาตให้เด็กดูทีวี เรียกได้อีกอย่างว่าผู้ผลิตรายการจะต้องมีสหวิทยาการ คือมีความรู้หลายๆ ด้านเพื่อมาทำรายการ ส่วนเด็กๆ เมื่อดูรายการแล้วก็จะได้ความรู้แบบบูรณาการ คือความรู้แบบองค์รวม มีมิติและรอบด้าน



เชื่อมโยง ตั้งคำถาม

บล็อกไม้ตอนต้นรายการทำหน้าที่ตั้งคำถามให้เด็กๆ ทายว่ามันจะกลายเป็นตัวอะไร ใช้หมดทุกชิ้นไหม อันไหนอยู่บน อันไหนอยู่ล่าง อย่างตอนลิงน่ะ มีหลอกล่อด้วยว่ามันจะเป็นช้างหรือเปล่า หรือมันจะเป็นสองตัวกันนะ เขาใช้วิธีที่เรียกว่ามิติสัมพันธ์หรือความคิดเชื่อมโยง มันคือการให้เด็กคิดในลักษณะของการตั้งคำถามว่า "มันจะเป็นอะไรได้บ้าง" ซึ่งสำคัญมาก เด็กอาจคิดในใจ คิดแล้วไม่ตรงก็ไม่เป็นไร แต่พอดูซ้ำ เขาก็จะรู้แล้ว พอจบอันนี้ปุ๊บมันก็เชื่อมโยงเป็นไปภาพสารคดีชีวิตสัตว์สั้นๆ ไม่ต้องมีคนพูดบรรยาย ทักษะความคิดแบบนี้ เด็กก็เอาไปฝึกต่อเองได้



เนื้อหา ภาษา ภาพ

คนทำต้องคำนึงถึงว่าเราจะทำรายการออกมาให้เด็กได้เห็นและได้ยิน 'อะไร' และ 'อย่างไร' รายการ Building Blocks Animals เกาะการเรียนรู้ของเด็ก เขารู้ว่าเด็กเพิ่งเกิดมาบนโลกใบนี้ไม่กี่ปี ยังไม่เคยเห็นสัตว์เหล่านี้ ยังไม่เคยสังเกตรูปทรงต่างๆ เขาก็เอาของเล่นที่เด็กคุ้นเคย ที่อยู่ใกล้ตัวเด็กมาทำให้เกิดการเรียนรู้ เอามาตั้งแต่สิ่งที่เป็นพื้นฐานของชีวิตเลย

ส่วนภาษาและภาพให้มองว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร อย่าคิดว่ากำลังทำรายการอยู่เพียงอย่างเดียว เราต้องคิดประกบอยู่ตลอดว่าเรากำลังสื่อสารกับเด็ก จะได้เห็นภาพกว้างและสามารถหยิบอะไรมาใช้ได้มากมาย เวลาดูรายการของคนอื่น เราไม่รู้ความคิดเขา แต่เราวิเคราะห์ได้ การวิเคราะห์ของเราอาจไม่เหมือนของเขาทั้งหมด แต่ส่วนที่ไม่เหมือนก็ไม่ได้เสียเปล่า เราเอามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสูตรเราได้ แต่ถ้าดูอย่างผิวเผิน ไม่วิเคราะห์ แล้วเอามาทำตาม รับรองว่าไม่ได้ผล

รายการนี้สั้น 'พอดีคำ' ก็จริง แต่ 'แน่น' มากด้วย คือถ้าเป็นอาหารก็ครบห้าหมู่ อย่างตอนกระต่ายเราจะเห็นเยอะเลยว่ากระต่ายเวลาวิ่งตัวเท่านี้ เวลานอนตัวจะยืดได้อีกกระโดดแบบนี้ หูเป็นแบบนี้ ขาหน้าสั้น ขาหลังยาว ถ้าเขาไม่ใส่ใจตรงนี้ เขาก็จะมองกระต่ายกับหมาไม่ต่างกัน แต่จริงๆ แมวกับหมานี่ขาหน้ากับขาหลังนี่ยาวเท่ากันนะ เขาก็ตั้งใจถ่ายทอดให้เด็กค่อยๆ ดูและคิดตามไปผ่านการใช้บล็อกไม้แต่ละชิ้นมาประกอบส่วนลิงนี่สลับกัน แขนจะยาว ขาจะสั้น แล้วมันมีเหตุผลที่เป็นแบบนั้นคือมันใช้งานไม่เหมือนกัน

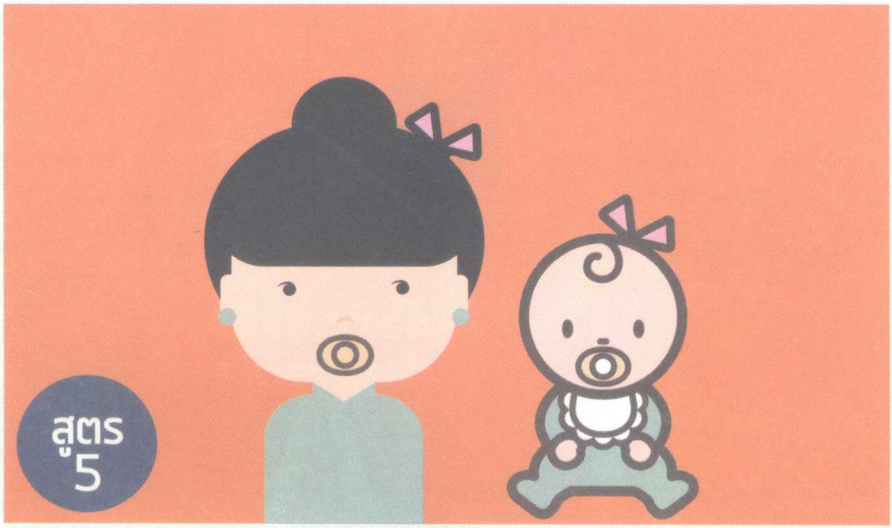
นี่เป็นการฝึกให้เด็กสังเกตและสอนให้เด็กจินตนาการว่าบล็อกไม้นี่เปลี่ยนรูปร่างได้ไม่สิ้นสุด มันกลายเป็นสัตว์ต่างๆ ได้โดยที่ผู้ใหญ่ช่วยนำให้เด็กคิด ขณะเดียวกันก็สอนการลดทอนรายละเอียดเป็นรูปทรงที่ถูกสัดส่วนแบบศิลปะ ภาพสามมิติที่นำมาใช้ก็เข้ากับเรื่องราว ดนตรีก็มาสร้างมู้ดและโทนให้น่าตื่นเต้น น่าติดตาม แล้วลองสังเกตดูว่าทำไมพอบล็อกไม้มีชีวิตและเคลื่อนไหวได้จะต้องมีเสียง นอกจากเพื่อให้สมจริงแล้ว หากไม่ใส่เสียงหรือให้เด็กใส่เสียงเองจะทำให้เขาหลอน สิ่งของลอยได้มันน่ากลัวนะ นี่ก็สำคัญนะ อะไรที่จงใจปล่อยให้เด็กคิดต่อเอง อะไรที่จงใจบอกเขา

สอนเพื่อเรียนรู้

ถ้าถามว่าจำเป็นไหมที่รายการเด็กต้องสอน บอกเลยว่าจำเป็น แต่ว่าจะสอนอย่างไรต่างหาก การสอนไม่ใช่เรื่องน่ารังเกียจ แต่เราต้องคิดเสมอว่าเราสอนเพื่อนำไปสู่สิ่งที่สำคัญที่สุด นั่นก็คือ 'การเรียนรู้' ถ้าเราใช้คำว่า 'สอน' ก็ต้องนึกถึงคำว่า 'เรียนรู้' ด้วย เราคิดแต่จะสอนอย่างเดียวไม่ได้ ต้องคิดด้วยว่าคนเรียนจะได้เรียนรู้อะไร ถ้าเราเป็นผู้เรียน เราจะได้เรียนรู้อะไรบ้าง แล้วเรียนรู้จากอะไร

อย่างภาพกระต่ายที่เราเห็นก็ไม่ใช่ว่าไปถ่ายมา 2-3 นาทีแล้วเอามาใช้เลย เขาต้องตั้งโจทย์ไว้แล้วว่าต้องการกระต่ายหลายๆ ท่าทาง มีนั่ง มีนอน มีเหยียดขา แล้วเวลากระต่ายวิ่งนี่สายตาเด็กๆ จะตามทันไหม แล้วค่อยไปตามถ่ายแบบที่เด็กจะสามารถเรียนรู้ได้มากที่สุด แถมเขายังเลือกภาพที่บอกถึงความเป็นธรรมชาติให้เด็กเชื่อมโยงกับชีวิตเขาได้ อย่างกระต่ายตัวนี้ไม่ได้อยู่เดี่ยวๆ เขามีเพื่อน เพื่อนก็แตกต่าง ไม่ได้เหมือนเขาไปเสียทั้งหมด

มันเป็นหน้าที่ของผู้ใหญ่ที่จะต้องบอกให้เด็กได้รู้จักชีวิต รู้จักโลกนี้ รู้จักสิ่งต่างๆ ในโลกนี้โดยใช้ประสบการณ์ชีวิตของตัวผู้ใหญ่เป็นตัวนำพา ขณะเดียวกันก็ต้องเคารพทักษะการเรียนรู้ของเด็กด้วยว่ารับได้แค่ไหน ถ้าเราบอกแค่ว่ามันคือกระต่าย กระต่ายต้องมีหูยาวๆ แล้วจบ มันไม่พอ ดูรายการนี้แล้วเราเห็นความลึกซึ้งนะ เราได้อารมณ์ของความสุข นอนเล่นอยู่กลางสนาม มีเพื่อนมาฉันก็วิ่งไปเล่นด้วย มันได้บรรยากาศได้ความเป็นชีวิต อย่างตอนของลิงก็ได้เห็นความสัมพันธ์และพฤติกรรมของแม่กับลูก มันทำให้เด็กเคารพในชีวิตของสัตว์เหล่านี้ด้วย แล้วเห็นความเชื่อมโยงระหว่างคนกับสัตว์ว่ามันมีชีวิตจิตใจ ไม่ใช่แค่กระต่าย ลิง ของเล่น หรือสัตว์เลี้ยงนะ

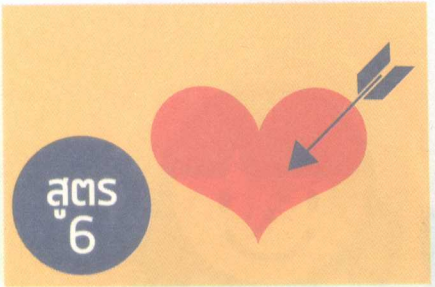


เป็นพวกเดียวกับเด็ก

ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการเข้าข้างหรือตามใจเด็ก แต่หมายถึงการเอาตัวเองเข้าไปนั่งในสถานะเดียวกับเด็ก ตั้งแต่การคำนึงถึงพัฒนาการของเขา ไปจนถึงการย้อนกลับไปคิดว่าสมัยเป็นเด็ก เราเคยรู้สึกอย่างไร ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร อยากดูรายการแบบไหน

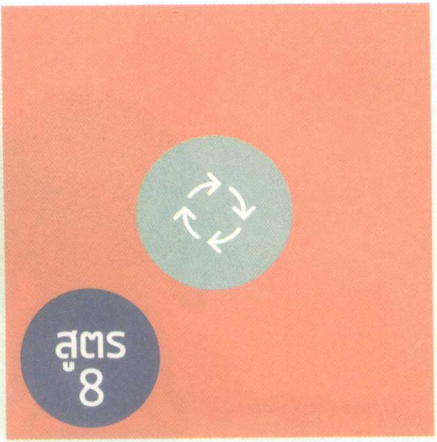
คนส่วนมากมักคิดไปเองว่ารายการสำหรับเด็กจะต้องสดใส ฉูดฉาด มีเพลง ต้องเร็ว ต้องกระโดดโลดเต้น ไม่จำเป็นเลย อย่างรายการนี้เขาปล่อยให้เด็กใช้จินตนาการเชื่อมโยงกับของจริง อย่างตอนที่บล็อกไม้ต่อตัวแล้วมีจังหวะหงายหลังก็สื่อถึงตัวเด็กเองนะ เด็กในวัยอนุบาลกว่าจะจับอะไรตั้งได้สักอย่างนี่มันยากนะ เล่นบล็อกไม้นี่ก็ต้องก่อแล้วก่ออีก แต่ในนี้เขาทำให้เห็นว่าการล้มเป็นเรื่องธรรมดา หรืออย่างตอนของลิง เปิดมาเป็นแม่ลิง ตอนจบมาปิดที่ลูกลิง พอเขามาเจอบ่อน้ำก็กระโดดน้ำเล่น แล้วเลือกเอาบ่อใหญ่ที่สุดด้วยนะ เขาเล่นซนเพราะเป็นลูกลิงไง มันก็คือการทำให้เด็กรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกับเขา ไม่ใช่แค่รับโจทย์มาว่าต้องทำรายการเด็กแล้วมาคิดเกมโชว์ให้เด็กแข่งกัน ถ้าคิดแค่นั้นมันก็มีแต่การเล่นสนุก เอามัน ฉาบฉวย ไม่มีคุณค่า รายการเด็กมันต้องมีคุณค่าทางปัญญา ทางจิตใจ มันจะมีได้ก็จากคนทำ ดังนั้นคนทำต้องรู้ค่าของสิ่งที่ตัวเองทำด้วย

แล้วในโลกจินตนาการของเด็กนี่ ทุกอย่างมีชีวิตหมดเลยนะ บางทีเด็กจะคุยกับสิ่งของเวลาเล่นของเล่น เขาก็จะคิดว่านั่นคือเพื่อนเขา ไม่ได้คิดว่ามันเป็นแค่ไม้หรืออะไร เราต้องเข้าใจตรงนี้ เวลาทำอะไรก็ไม่ควรทำออกมาแข็งๆ เคยมีเรื่องเล่าที่บอกว่าแม่ทำเจลลี่รูปกระต่ายแช่เย็นเอาไว้ พอกลับมาอีกที บนเจลลี่นั้นมีผ้าห่ม แม่ก็โกรธว่าใครเอาผ้าห่มไปไว้ในตู้เย็น เด็กก็บอกว่าหนูกลัวเขาหนาว แล้วก็ไม่ยอมกิน ร้องไห้แล้วบอกว่าทำไมแม่ต้องทำเป็นรูปกระต่ายด้วย หรือทำข้าวเป็นรูปหมี แล้วให้เด็กตักปาก ตักหูมันกินอะไรแบบนี้ เด็กไม่อยากกินหรอก เด็กเป็นอย่างนี้จริงๆ ยิ่งเด็กที่มีจิตใจอ่อนโยนด้วยแล้ว หรือพรมเช็ดเท้ารูปโดราเอมอนน่ะ ชอบมากเอามาทำพรมเช็ดเท้าซะเลย มันคือการคิดแบบผู้ใหญ่ถึงได้บอกว่าต้องเข้าใจเด็ก ต้องเข้าใจความละเอียดอ่อนของเขา ต้องทบทวนให้ดี



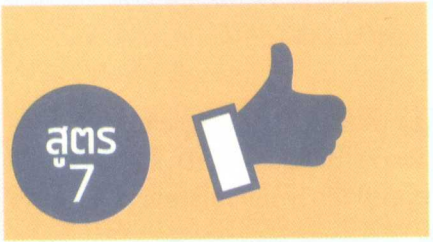
รู้จักรู้ใจ

การทำความเข้าใจและรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้การสื่อสารของเรามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



บ่อย ย้ำ ซ้ำ ทวน

สูตรสำหรับการสื่อสารและเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะกับเด็กเล็กหรือผู้ใหญ่ การกล่าวถึงบ่อยๆ ย้ำจุดที่ต้องการจะเน้น พูดซ้ำแบบพอดีๆ และทบทวนเมื่อมีโอกาส จะทำให้ผู้รับสารจดจำได้ขึ้นใจ

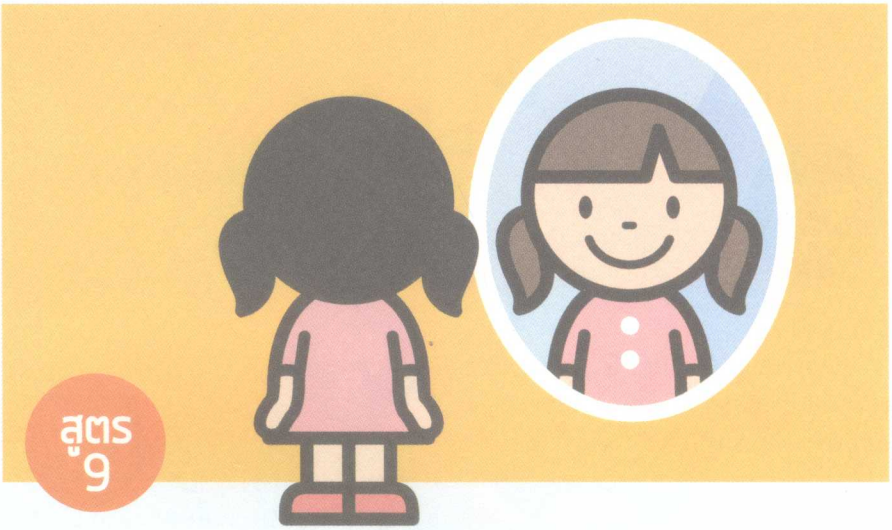


รสนิยมต้องสร้าง

นอกจากภาพที่ดูปลอดภัย ไม่มีอะไรแหลมๆ ที่ดูน่ากลัวเลย การใช้สีของเขาก็น่าสนใจทั้งๆ ที่มันไม่ใช่สีตามธรรมชาติจริงๆ ด้วยนะ แต่เป็นสีอ่อนๆ ไม่ได้ฉูดฉาดเลอะเทอะ สีแดงก็ใช้แค่จุดเล็กๆ อย่างจมูกหรือหาง แต่จุดใหญ่ๆ ก็เป็นสีอ่อน สบายตา อันนี้เป็นศิลปะ เป็นเรื่องของรสนิยมที่เราต้องสร้างให้เด็ก

คนเชื่อกันว่าเด็กๆ ชอบสีสันสดใส อย่าไปเชื่อ นอกจากสีสันสดใสไม่จำเป็นจะต้องฉูดฉาดแล้ว เด็กก็ไม่ได้ชอบสีสันสดใสนะ แต่ถูกทำให้ชอบ แล้วก็ทำตามๆ กันมา สีสันสดใสเนี่ยกระตุ้นให้เด็กตอบสนองได้ฉับพลันทันที แต่อย่าไปตีความว่าการตอบสนองคือความชอบ สีจัดๆ ของลูกกวาดมีเพื่อดึงความสนใจเด็ก และมาพร้อมเหตุผลเชิงพาณิชย์ เพื่อหลอกล่อหรืออะไรก็ว่าไป พอใช้กับเด็กมากๆ เข้า คนอื่นไม่ทันคิดอะไรก็ทำตาม ตีขลุมเอาว่าเด็กชอบ แล้วก็กลายเป็นการสร้างรสนิยมต่อไป

และอีกอย่างคนเราไม่ได้ต้องการสีสันสดใสตลอดเวลา สีสันแทนความมีชีวิตชีวา แล้วคนเรามีชีวิตชีวากันตลอดเวลาเหรอ เป็นไปไม่ได้ มันต้องมีหมองบ้าง เศร้าบ้าง ทุกข์บ้าง แล้วอารมณ์เหล่านั้นจะแทนด้วยสีอะไร เรื่องสีสันนี่ก็เหมือนกับที่เชื่อกันว่าเด็กไม่ชอบกินผักเพราะมันไม่อร่อย โดนหลอกแล้ว ไม่มีเด็กที่ไม่ชอบกินผัก มีแต่ผู้ใหญ่ทำให้เด็กไม่ชอบกินผัก เด็กที่พ่อแม่ไม่กินผักเองนั่นล่ะลูกจะไม่กินผัก เพราะบนโต๊ะอาหารไม่มีผักเลย หรือการคิดว่าพูดกับเด็กต้องทำเสียงน่ารัก ต้องใช้เสียงสูง หรือพูดช้า ก็ไม่จำเป็นนะ พูดปกติและพูดให้ชัดเจนก็พอ



สูตร 9

เด็กโตต้องการความสมจริง

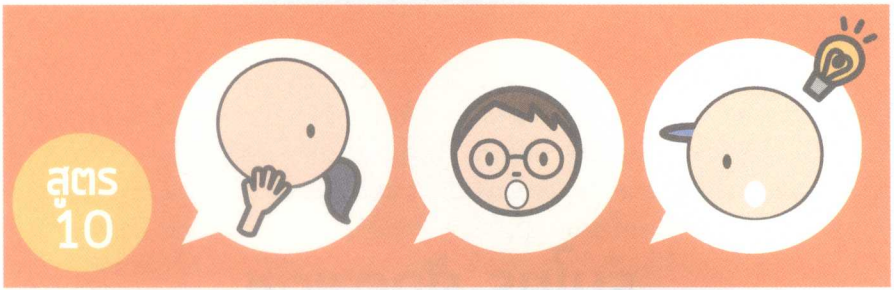
ในขณะที่เด็กเล็กจะชอบดูเด็กเล็กด้วยกันเอง เด็กที่โตขึ้นมาหน่อยจะชอบดูเด็กที่โตกว่าและชอบรายการที่มีความซีเรียส จริงจัง สมจริง ใน GrapeSEED ที่สอนเรื่องสีฟ้านี่จะเห็นได้ว่ากราฟิกสวยงาม ลงทุนมาก เหมือนมิวสิกวิดีโอหรือโฆษณายาสีฟันที่ใช้โปรดักชั่นเนี้ยบๆ ขนาดนั้นเลย

สีฟ้าที่ใช้ก็สดใสแต่ไม่ถึงขั้นแสบตา แล้วก็ใช้อย่างมีวัตถุประสงค์คือเพื่อสอนภาษาและสื่อให้ชัดเจนถึงคำว่า Blue เขาเอาเรื่องสีมาเชื่อมโยงหลายชั้น หลายสิ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสีฟ้าแต่ก็เอามาทำเป็นสีฟ้าเพื่อคลุมเรื่องราว สอนคำศัพท์ รวมทั้งสอนเรื่องการออกเสียงโฟเนติกด้วย เห็นได้ว่าเขาจะตั้งใจทำปากให้ชัดเจนจนโอเวอร์

ในวิดีโอจะเห็นว่าเด็กเหล่านี้ได้ทำอะไรสนุกๆ เต็มที่เหมือนเป็นผู้ใหญ่เลย ได้ร้องเพลง เล่นดนตรีเท่ๆ ใส่วิกสีฟ้า แต่งตัวหล่อๆ สวยๆ ถ่ายมิวสิกวิดีโอ เด็กที่โตหน่อยจะรู้สึกว่าอะไรแบบนี้ดึงดูดใจเขามาก เพราะวัยของเขาอยากโตเป็นผู้ใหญ่เร็วๆ อยากทำสิ่งที่ผู้ใหญ่ทำได้

จริงๆ รายการนี้เป็นของประเทศญี่ปุ่น ทำเพื่อสอนภาษาอังกฤษคนญี่ปุ่น แต่เราไม่เห็นคนญี่ปุ่นในนั้นเลยใช่ไหม เขาเอาคนต่างชาติเจ้าของภาษามาแสดง แล้วเราก็รู้สึกได้ว่าพอเป็นต้นตำรับแล้วเท่มาก นอกจากนี้เขายังสอดแทรกเรื่องความหลากหลายเข้าไปด้วย อย่างเด็กทั้งสี่คนก็จะมีทั้งผมทอง ผมดำ ผมหยิก ชาวเอเชีย อันนี้ก็เป็นหลักสากลในการดึงดูดกลุ่มคนดูหลายๆ กลุ่ม หนังฮอลลีวู้ดก็ทำเป็นประจำ

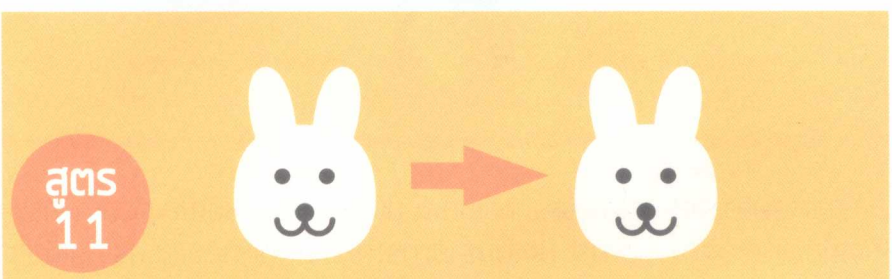
แล้ว GrapeSEED นี่ไม่ได้พัฒนาแค่รายการนะ เขาทำเป็นหลักสูตร มีตำรา มีแบบฝึกหัด มีชั้นเรียน ทำกันเป็นระบบ คนที่ทำอยู่เบื้องหลังก็มีทั้งฝ่ายข้อมูล ฝ่ายจิตวิทยา ฝ่ายโปรดักชั่น ฯลฯ ซึ่งซับซ้อนกว่าของเราเยอะ และลองสังเกตดู ถ้างานมันดีมีคุณภาพ มีอาร์ต มีองค์ประกอบที่ดี ไม่เฉพาะเด็ก ผู้ใหญ่ดูก็ยังสนุกเลย ถ้าเขาเปิดใจก็จะไม่รู้สึกว่ามันน่าเบื่อ



รู้สึก-นึก-คิด

รู้สึก นึก คิด เป็นกระบวนการพื้นฐานที่ควรทำทั้งก่อนและหลังผลิตรายการเลย ตอนถอดสูตรรายการคนอื่นให้เราลองดูว่า 'รู้สึก นึก คิด' ยังไงในฐานะคนดู ดูแล้วรู้สึกยังไงบ้าง นึกถึงอะไร แล้วคิดอะไรต่อได้อีก เช่น ดูรายการสอนทำอาหารแล้วรู้สึกสนุก นึกถึงเครื่องปรุงที่ใช้ในการทำอาหาร แล้วคิดต่อว่าจะทดลองทำเองดูบ้าง ถ้าดูรายการเด็ก เราก็ต้องตอบตัวเองให้ได้ว่าเด็กในตัวของเรารู้สึกยังไง จับความประทับใจออกมาให้ได้

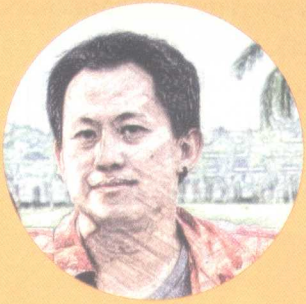
หลังจากนั้นเมื่อเราเป็นฝ่ายทำรายการ เราก็ต้องคิดถึงคนดูว่าเขาจะ 'รู้สึก นึก คิด' อะไรจากการดูรายการของเรา เราต้องวางเป้าหมายให้ชัดเจน แล้วดูว่ามันตอบโจทย์ที่ตั้งไว้หรือเปล่า ถ้าหมั่นตรวจสอบแบบนี้ เราก็จะนึกถึงคนดูอยู่เสมอ ไม่ได้ทิ้งคนดูของเราไปไหน ตรงนี้สามารถขอให้คนอื่นช่วยด้วยก็ได้ ให้เด็กๆ มาดูแล้วช่วยบอก ให้คนอื่นมาดูแล้วช่วยกันวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงต่อไป แต่เราต้องซื่อสัตย์กับตัวเองด้วย ไม่ใช่ดูแบบเข้าข้างตัวเอง ต้องถามตัวเองว่ามันดีขึ้นกว่านี้ได้อีกไหม



เริ่มต้นด้วยสิ่งไหน จบด้วยสิ่งนั้น

รายการ Building Blocks Animals เริ่มต้นที่บล็อกไม้ กลายเป็นกระต่าย แล้วจบด้วยการกลายเป็นบล็อกไม้อีกที ตอนท้ายของรายการทำหน้าที่เหมือนท่อนสรุปของเรียงความ ถ้าตอนแรกเราตั้งคำถามไว้ สุดท้ายเราก็กลับมาที่คำถามเพื่อตอบมัน ทำให้การสร้างเรื่องลงตัวและสมบูรณ์ ในนี้เริ่มด้วยของเล่นและจบด้วยของเล่นก็จริง แต่มันก็ไม่ได้จบจริงๆ หรอก เพราะบล็อกไม้ยังสามารถกลายเป็นตัวอื่นๆ ได้อีก สมมติว่ารายการจบที่ตัวกระต่ายจริงๆ วิ่งลงรูไป เด็กก็จะเหวอนะว่าแล้วไม้บล็อกของหนูหายไปไหน มันจะกลายเป็นแฟนตาซีที่ไม่มีการกลับมาสู่โลกแห่งความเป็นจริงไป แต่ถ้าเป็นแบบนี้มันจะช่วยให้เด็กเชื่อมโยงได้มากกว่า

ร่มไทร ศักดาเดช
กับการสร้างสรรค์รายการเด็กให้ตอบโจทย์



ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ครีเอทีฟนับเป็นมันสมองหลักในการสร้างสรรค์ทั้งเนื้อหาและวิธีการสื่อสาร ยิ่งเป็นรายการสำหรับเด็กที่ต้องใคร่ครวญเนื้อหาและค้นหาวิธีสื่อสารที่เหมาะสมเป็นพิเศษด้วยแล้ว ยิ่งต้องอาศัยทักษะและองค์ความรู้หลายอย่าง เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ที่สนใจทำรายการสำหรับเด็กเข้าใจบทบาทของครีเอทีฟมากขึ้น คุณร่มไทร ศักดาเดช ผู้ทำงานครีเอทีฟมายาวนานก่อนจะมาก่อตั้ง บริษัท ไอเดีย โกรว์ เพื่อผลิตสื่อและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวโดยเฉพาะ จึงมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์และจุดประกายไฟสร้างสรรค์ให้กับพวกเรา

ความคิดสร้างสรรค์อยู่รอบๆ ตัวเรา

การเป็นครีเอทีฟคือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ คนเราต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา และทุกคนล้วนมีความคิดสร้างสรรค์ มันคือการแก้ปัญหาเพื่อหาว่าอะไรเวิร์ก ในการอบรม 'สูตรเด็ดรายการเด็ก' ผมยกตัวอย่างแบบนี้ มีสหายยุคหินสองคนเดินออกไปล่ากระต่าย วันหนึ่งพวกเขาเดินไปเห็นฟ้าผ่าเปรี้ยงลงมากระต่ายตกใจ กระโดดออกจากรู หัวโขกหินตาย สองสหายนี่ก็เลยไปเก็บกระต่ายมากินพอวันรุ่งขึ้น พวกเขาก็อยากกินกระต่ายอีก แต่ไม่มีฟ้าผ่าแล้ว ไม่มีหินหน้าโพรงกระต่ายด้วย ทำยังไงดี ผมก็ให้ผู้เข้าอบรมช่วยกันคิดว่าสองสหายนี่จะต้องทำยังไง ต้องใช้อะไรแทนเสียงฟ้าผ่า ต้องไปยกหินมาตั้งไว้ไหม มีวิธีอื่นอีกหรือเปล่า ซึ่งพวกเขาก็ช่วยกันคิดออกมาได้เรื่อยๆ นี่ล่ะคือความคิดสร้างสรรค์ที่เราต้องประมวลออกมา

คำว่าสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับอะไรใหม่ๆ มันอาจไม่ต้องใหม่ขนาดเป็นนวัตกรรมถึงขั้นจดสิทธิบัตรได้อะไรแบบนั้น บางทีแค่ค้นพบว่าเลี้ยวรถทางนี้ใกล้กว่าเก่าก็ถือเป็นความคิดสร้างสรรค์แล้ว ความคิดสร้างสรรค์มีในทุกสาขาอาชีพ เพราะคนเราต้องคิดแก้ปัญหาเพื่อทำให้สิ่งต่างๆ ดีขึ้น มันอาจไม่ใช่สิ่งที่คิดขึ้นมาเองแต่เป็นการค้นพบ เขามีมานานแล้วแต่เพิ่งรู้ เพิ่งเจอด้วยตัวเองแล้วเอามาใช้งาน ก็นับเป็นการสร้างสรรค์ได้หมด

ส่วนความคิดสร้างสรรค์ในการทำรายการทีวีก็คือการสร้างสรรค์คอนเทนต์ขึ้นมา หรือเอาคอนเทนต์มาสร้างสรรค์ให้มีวิธีการสื่อสารที่น่าสนใจ การสื่อสารให้ได้ผลคือต้องน่าฟัง โดนใจ อย่างการบอกให้คนหันมาดูแลสุขภาพ เลิกกินของที่ไม่มีประโยชน์ พยายามให้ข้อมูลว่ากินแล้วไม่ดียังไงบ้าง บอกไปตรงๆ คนก็ไม่ฟัง เราเลยต้องหากลเม็ดและวิธีที่จะสื่อสาร

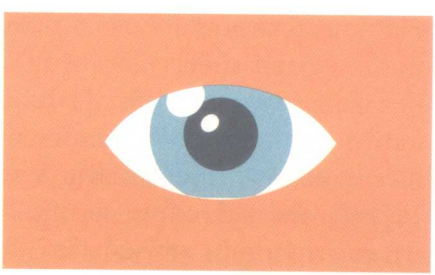
ทีนี้ สูตรนี้ที่จะฝึกหัดความคิดสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ ผมได้มาจากพี่จิก (ประภาส ชลศรานนท์) สมัยทำงานที่เวิร์คพอยท์ พี่จิกเรียกมันว่า 'วิธีตีหินสร้างประกายไฟ' เพราะว่าไอเดียหรือความคิดมันเป็นแค่ประกายแวบขึ้นมา ใครก็คิดได้ ใครก็แวบได้ แต่มันจะหายไปอย่างรวดเร็ว เพราะมันเป็นแค่ประกาย ต้องมีเชื้อเพลิงไฟถึงจะติดขึ้นมา เชื้อเพลิงที่ว่าจะได้มาจาก 1. ข้อมูล 2. ประสบการณ์ และ 3. วินัย

กลับไปที่ตัวอย่างมนุษย์ยุคหิน ถ้าเรามีไอเดียและมีข้อมูลว่าจะทำเสียงดังได้ยังไง เช่น เอาน้ำหยอดรูแทนก็ได้ หรือใช้ไม้แทนหินก็ได้ อะไรอย่างนี้คือเรามีความรู้ อย่างที่สองคือประสบการณ์ บางทีเรารู้ว่าไม้มันแข็งน่าจะใช้แทนได้ แต่มันแข็งพอหรือเปล่า ถ้าเราไม่เคยเอาอะไรไปตีหัวกระต่าย เราจะไม่รู้ว่าหัวกระต่ายแข็งแค่ไหน ความรู้และประสบการณ์มาคู่กัน สุดท้ายคือเรื่องวินัย ถ้าเราไม่เอาจริงเอาจัง ไม่มีความสม่ำเสมอ ความคิดนั้นก็จะไม่พัฒนา ในการทำงานครีเอทีฟ วินัยสำคัญมาก ไม่อย่างนั้นใครๆ ก็คิดได้ แต่การทำอะไรจริงจังต่างหากที่ทำให้การสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จ รวมถึงการฝึกฝนอย่างการหมั่นหาข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ หมั่นสังเกตสิ่งรอบข้าง บังคับตัวเองให้คิดและจดบันทึกทุกวันอะไรทำนองนี้ด้วย

หลากสูตรจุดประกายความคิดสร้างสรรค์

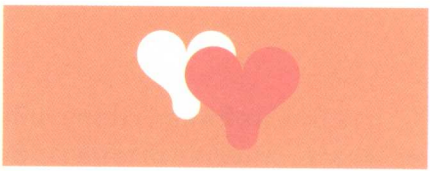
ตั้งคำถาม

นักคิดควรตั้งคำถามอยู่เสมอ แม้กับเรื่องเล็กๆ น้อยๆ หรือเรื่อง 'ไร้สาระ' ในสายตาคนอื่น โดยเฉพาะคำถามปลายเปิดที่กระตุ้นความคิดอย่าง 'ทำไม' เช่น ทำไมถึงเชื่อกันว่าคนเราต้องมีความสุขอยู่ตลอดเวลา นอกจากตั้งคำถามแล้วยังต้องขยันหาคำตอบหรือเสนอทางเลือกอื่นที่เป็นประโยชน์ด้วยการคิดว่า 'ถ้า' หรือ 'เป็นไปได้ไหม' เช่น เป็นไปได้ไหมที่คนเราจะมองความทุกข์และความสุขเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเหมือนๆ กัน



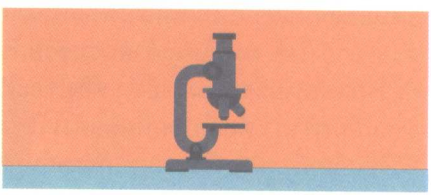
มองต่างมุม

บางอย่างที่เรามองว่าเป็นปัญหาอาจนำมาใช้แก้ปัญหาหรือทำให้เกิดประโยชน์ก็ได้ถ้าเรามองอีกมุมให้ต่างออกไป อย่างคีตกวีชาวอเมริกัน จอห์น เคจ บอกว่าเขาแต่งดนตรีตัวหยุดในคอนเสิร์ตของเขาคนดูจึงได้ฟังความเงียบไม่ใช่เสียงดนตรี หรือซอสมะเขือเทศที่เทออกจากขวดยาก แทนที่จะทำให้ขวดเป็นทรงปกติ ก็ออกแบบขวดให้คว่ำหัวลงจะได้ไม่ต้องคอยเขย่าเวลาเท เป็นต้น



จับคู่ เชื่อมโยง

ของบางอย่างสามารถนำมาเข้าคู่หรือเชื่อมโยงเพื่อให้กลายเป็นสิ่งใหม่ได้ อย่างการนำก๋วยเตี๋ยวมาผสมกับต้มยำ กลายเป็นก๋วยเตี๋ยวต้มยำ การนำข้าวมากินคู่กับเนื้อโดยจัดสรรเป็นชิ้นละคำอย่างซูชิ ไปจนถึงที่มาของแซนด์วิชที่เล่าขานกันว่าขุนนางอังกฤษคนหนึ่งติดไพ่มาก จึงบอกให้คนรับใช้นำสเต็กย่างมาประกบด้วยขนมปังสองแผ่น เขาจะได้หยิบมันขึ้นมาทานได้โดยไม่ต้องวางไพ่ เป็นต้น



ช่างสังเกต อย่ามองข้ามเรื่องเล็ก

การที่เป็นนักคิดสร้างสรรค์ที่ดีต้องช่างสังเกตในความเหมือนจะธรรมดา มันธรรมดาจริงๆ หรือเปล่า ลุงที่เราเห็นว่าธรรมดาๆ อาจจะเป็นปรมาจารย์ไทเก๊ก ผลักเรากระเด็นไป 20 เมตรก็ได้ อาจต้องลองเข้าไปคุยดูถึงจะรู้ และในความธรรมดามันก็จะมีรายละเอียดให้เราค้นพบอีกมากมาย

ทำลายกรอบลวงตา

การทำงานทุกอย่างต้องมีกรอบเพื่อกำหนดทิศทาง ในการทำรายการทีวีอาจมีกรอบที่เป็นข้อจำกัดอย่าง งบประมาณ เนื้อหา กลุ่มผู้ชม ฯลฯ แต่เราต้องแยกให้ออกว่าอะไรเป็นกรอบจริงๆ และอะไรเป็นกรอบลวงตา อย่างการบอกว่ารายการเด็กพูดเรื่องเพศหรือมีเรื่องผิดศีลธรรมไม่ได้ จริงเหรอ ไม่จริงนะ เราพูดได้ แต่พูดเพื่ออะไรและพูดอย่างไรต่างหาก

หัวใจของการสร้างสรรค์แบบครีเอทีฟรายการทีวี

เนื่องจากครีเอทีฟรายการทีวี 'มีโจทย์' ในการสร้างสรรค์ทั้งเนื้อหาและวิธีการสื่อสาร จึงต้องมีหลักการคิดเพื่อให้งานที่ออกมาตอบโจทย์ สิ่งที่ครีเอทีฟรายการทีวี (ที่จริงรวมถึงการสื่อสารทุกประเภท) ต้องทำคือสูตรที่เรียกว่า 4 ก. ได้แก่ เก็บ เกี่ยว กรอบ แก่น

เก็บ

อย่างที่บอกว่าประกายไอเดียจะหมดไปอย่างรวดเร็ว สิ่งที่จะช่วยหล่อเลี้ยงมันได้ก็คือข้อมูล ประสบการณ์ และวินัย ซึ่งการ 'เก็บ' นี่คือการหาข้อมูล หาความรู้และประสบการณ์ ครีเอทีฟต้องหาความรู้ในเรื่องที่จะทำเพื่อเป็นฐานในการคิด การอ่านข้อมูลและวิจัยจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เลย

นอกจากศึกษาข้อมูลแล้ว การจะทดสอบว่าตัวเองเข้าใจจริงๆ หรือเปล่า ให้ลองประมวลออกมา มันคือหลักการเดียวกับหัวใจนักปราชญ์ สุ จิ ปุ ลิ (ฟัง คิด ถาม เขียน) ต้องมีการรับข้อมูลเข้ามาประมวล จากนั้นก็ตรวจสอบสิ่งที่ตนเองสงสัย แล้วเรียบเรียงความรู้ที่ได้ออกมากันลืม โดยที่ความรู้นั้นก็ต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มาด้วยนะ เคยได้ยินไหมที่เขาว่าการเรียนที่ดีที่สุดก็คือการสอน คือมี input แล้วก็ต้องมี output ถึงจะเป็นการสรุปบทเรียนอย่างแท้จริง

เกี่ยว

นี่คือหลักการเดียวกับการ 'จับคู่เชื่อมโยง' นอกจากเราจะเชื่อมโยงเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ แล้ว เรายังนำสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารมาเชื่อมโยงกับด้านอื่นๆ ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้การสื่อสารของเราได้ผลมากขึ้นได้อีกด้วย และข้อมูลที่ได้จากการ 'เก็บ' นี่ล่ะที่จะช่วยให้เรา 'เกี่ยว' โยงสิ่งต่างๆ ได้ดีขึ้นด้วย

กรอบ

นี่ก็เป็นหลักการเดียวกับเรื่อง 'ทำลายกรอบลวงตา' การทำรายการทีวีต้องมีกรอบในการทำงานเพื่อกำหนดให้การสื่อสารของเราชัดเจน ตรงวัตถุประสงค์ และก็อย่างที่บอกไปว่าต้องแยกแยะให้ออกว่าอันไหนเป็นกรอบจริง อันไหนเป็นกรอบลวงตา เป็นความเคยชินที่ทำตามๆ กันมาโดยไม่เคยตั้งคำถาม เป็นข้อจำกัดที่เราคิดเองหรือเปล่าว่าเปลี่ยนแปลงไม่ได้ ถ้าพบก็ให้ทำลายทิ้งเสีย ขณะเดียวกันก็มีกรอบบางอย่างที่เราต้องเคารพอย่างจริงจัง เช่น ต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ ไม่ทำผิดกฎหมาย ไม่รุกล้ำสิทธิมนุษยชนของผู้อื่น ฯลฯ

แก่น

แก่นคือสิ่งที่เป็นหัวใจของการสื่อสาร เป็นสิ่งที่เราทิ้งไม่ได้โดยเด็ดขาด สมมติเราทำรายการทีวีเพื่อส่งเสริมความสามัคคีเด็ก เราก็ต้องเอาประเด็นนี้เป็นตัวตั้ง ถ้ามีข้อสงสัย ให้ย้อนกลับมาดูแก่น ให้จำง่ายๆ ว่าเราทำรายการเพื่อเสนอแก่น ส่วนกรอบจะเป็นตัวบอกเราว่าจะไปได้ไกลแค่ไหน

ครีเอทีฟทำงานกันอย่างไร

ในรายการทีวีจะมีทีมครีเอทีฟทำงานกันเป็นทีม โดยมี ครีเอทีฟ ไดเร็กเตอร์ เป็นหัวหน้า ครีเอทีฟเองจะแบ่งเป็นหลายสาย เช่น เขียนบท ทำอาร์ต ดูแลฉาก ถ่ายภาพ ตัดต่อ ฯลฯ

ส่วนขั้นตอนการทำงานก็เริ่มตั้งแต่การหาข้อมูล ระดมสมอง คิดรูปแบบรายการ ลงมือเขียนให้เป็นรูปเป็นร่าง หาที่ปรึกษา ทดลองทำ ทดลองฉาย ประเมินผล นำคำวิจารณ์ไปปรับปรุงรายการต่อไป

ในการทำรายการทีวีสำหรับเด็กก็มีขั้นตอนการทำงานไม่ต่างกัน แต่พอเพิ่มรายละเอียดเข้ามา มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นว่าเรากำลังรายการให้เด็กดู เรากำลังสื่อสารกับเด็กอยู่ วิธีคิดในการทำงานก็ต้องปรับเปลี่ยนใหม่ สิ่งที่ควรต้องคำนึงถึงคือเรื่องเหล่านี้

ในการพัฒนารายการเด็ก เราต้องดูทั้งพัฒนาการเด็กตามวัย และดูธรรมชาติจริงๆ ของเด็กสมัยนี้ด้วย เช่น เด็กสมัยนี้อายุแค่ 5 ขวบก็เล่นไอแพดคล่องแล้ว การจะทำให้เด็กเหล่านี้หันมาดูทีวีได้ต้องทำอย่างไร หรือตอนที่เราจะทำรายการเด็ก มีพี่คนหนึ่งเอารายชื่อการ์ตูน 10 เรื่องที่เด็กปัจจุบันนี้ดู เช่น โปเกมอน เบ็นเท็น ฯลฯ แล้วถามว่ารู้จักไหม การ์ตูนเหล่านี้คือสิ่งที่คนทำรายการเด็กต้องสู้ด้วย ทำได้ไหม

ต่อให้รู้เรื่องเด็กดีแค่ไหนก็ควรมีที่ปรึกษา การกระทำบางอย่างเราอาจไม่รู้ว่าไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก ประสบการณ์ไม่ดีบางอย่างอาจมีผลกระทบต่อเด็กไปชั่วชีวิต ยิ่งเป็นรายการทีวียิ่งเผยแพร่ในวงกว้าง จึงควรปรึกษานักจิตวิทยาหรือผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเด็ก ซึ่งหลายๆ สถาบันก็ยินดีให้คำปรึกษากับผู้ผลิตสื่ออยู่แล้ว

อย่ามองข้ามเรื่องการทำเดโม่ให้เด็กดูเพื่อทดสอบว่าเขาสนใจรายการที่เราทำไหม เป้าหมายในการทำเดโม่ควรจะทำเพื่อทดสอบเด็กและนำกลับมาพัฒนารายการมากกว่าทำเพื่อขายโฆษณาลูกค้า แต่คนทำรายการมักไม่ลงทุนและคิดว่าเสียเวลา

ถ้านึกไอเดียสำหรับรายการเด็กไม่ออก ให้ย้อนกลับไปหาเรื่องเก่าๆ นึกถึงสมัยตัวเองยังเป็นเด็กๆ ว่าเราต้องการอะไร เคยประทับใจกับอะไร ได้แรงบันดาลใจจากอะไร บางทีเราก็หลงลืมไปว่าตอนเด็กๆ คิดยังไง จำไม่ได้แล้วว่ารู้สึกยังไงตอนเห็นอะไรเป็นครั้งแรก เช่น ตอนเห็นช้างครั้งแรก

อย่ามองข้ามเรื่องลิขสิทธิ์ การทำรายการเพื่อสอนเด็ก แต่ผู้ทำกลับไม่เคารพผลงานสร้างสรรค์ของผู้อื่นเสียเอง เป็นการปลูกฝังค่านิยมอะไรอยู่หรือเปล่า นอกจากนี้ผลงานที่เราทำออกสู่สาธารณะจะคงอยู่ตลอดไป คนทำงานสร้างสรรค์ที่ลอกเลียนแบบคนอื่นจะหมดความน่าเชื่อถือ แม้แต่ข้อมูลที่นำมาใช้ก็ต้องฝึกอ้างอิงให้เป็นนิสัยด้วย

การหาข้อมูลเพื่อทำรายการเด็ก ไม่ใช่การนั่งอยู่หน้าคอมพิวเตอร์แต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องออกไปพูดคุยกับเด็ก ไปเจอเด็กจริงๆ ด้วยว่าข้อมูลที่เราอ่านมายังเป็นความจริงอยู่ไหม หรือรายการที่เราคิดค้นทดลองทำได้ผลอย่างที่เราตั้งใจไว้จริงๆ หรือเปล่า

ระวังสิ่งที่เป็นนามธรรมเกินไป ทำรายการเด็กต้องไม่ขี้เกียจที่จะเล่าหรืออธิบาย เช่น รายการพูดถึงแต่คำว่า 'เสียสละ' ทั้งๆ ที่จริงบอกเขาว่าการแบ่งขนมให้เพื่อนเป็นการเสียสละอย่างหนึ่ง เด็กน่าจะเข้าใจง่ายกว่า

อย่าคิดเข้าข้างตัวเองว่ารายการออกมาดีแล้ว เพราะตัวเองคิดและทุ่มเททำมาอย่างดี ให้พยายามหาคนช่วยดู ช่วยวิจารณ์ พร้อมทั้งเปิดรับคำวิจารณ์เพื่อนำไปปรับปรุง ถ้าทำรายการเด็กเด็กซึ่งจะเป็นผู้ชมของเรานั่นล่ะ คือคนช่วยดูที่ดีที่สุด

ไม่ยึดติด คนเรามีแนวโน้มที่จะยึดติดอยู่กับวิธีที่ใช้แล้วได้ผล ใช้แล้วประสบความสำเร็จ แต่ในการสร้างสรรค์ การยึดติดมักกลายเป็นกรอบลวงตาที่จะทำให้เราทำงานได้ยากกว่าเดิม ทางที่ดีคือหมั่นตรวจสอบความเคยชินและความรักในงานที่เราทำ

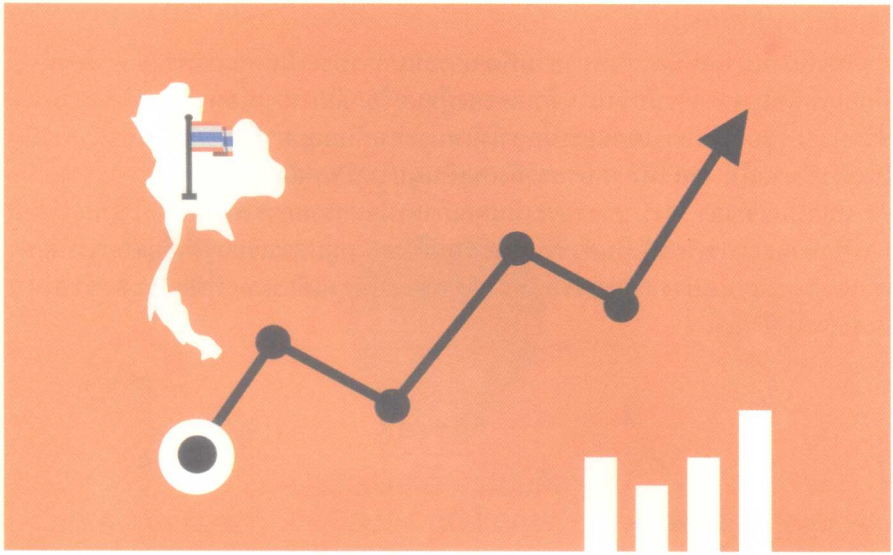
เคล็ดช่วยสำหรับครีเอทีฟ

ครีเอทีฟต้องมีวินัยทั้งในการทำงานและการใช้ชีวิตแบบที่เราได้ยินอยู่เสมอว่าต้องทำงานและพักผ่อนให้เป็นเวลา คุณภาพชีวิตที่แย่จากการทำงานนานเกินไป ทำงานซ้ำซากจำเจ พักผ่อนไม่เพียงพอ หรือก่อเกิดเป็นความเครียด ไม่สามารถทำให้ครีเอทีฟคิดอะไรดีๆ ออกมาได้ การวางแผนอย่างเหมาะสมและมีวินัยมากพอที่จะทำตามแผนนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนทำงานสร้างสรรค์

หลักการประเมิน รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

หลังจากเรียนรู้องค์ประกอบที่จำเป็นในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจากฝั่งผู้ผลิตแล้ว คุณอาจต้องการหลักการประเมินเบื้องต้นเพื่อประเมินรายการที่ตัวเองคิดขึ้นก่อนลงมือทำ และประเมินอีกครั้งก่อนนำไปทดลองฉายหรือขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญต่อไป นี่คือสิ่งที่คุณเข็มพร วิรุณราพันธ์ จาก สสย. เรียกว่า 'การประเมินก่อนและหลังทำรายการ'

หลักการประเมินรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีมากมายหลายวิธี หลักการประเมินก่อนการถ่ายทำอาจดูได้จากวัตถุประสงค์ของรายการที่ตั้งไว้ว่าสอดคล้องกันหรือไม่ เช่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็กหรือไม่ ส่งเสริมเด็กวัยไหน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อะไร อย่างไร ส่วนหลักการประเมินหลังทำคือการตรวจสอบว่าทำรายการออกมาแล้วเด็กสนใจดูหรือไม่ ดูแล้วชอบหรือไม่ ได้รับสารที่ต้องการสื่อหรือเปล่า ซึ่งคุณเข็มพรอธิบายว่า "อันดับแรกต้องดูว่าเป็นรายการที่กลุ่มเป้าหมายดูหรือเปล่า ถ้าเขาไม่ดูแสดงว่าเขาไม่เปิดรับ สิ่งที่เราต้องการสื่อสารก็ไปไม่ถึงเขา ประเด็นนี้วัดความเข้าใจของผู้ผลิตว่าสามารถสื่อสารกับเด็กได้แบบเข้าไปนั่งในหัวใจเด็กหรือเปล่า



"ระยะแรก รสนิยมของเด็กอาจยังผิดเพี้ยนอยู่ เพราะในสังคมไทย เด็กดูแต่รายการผู้ใหญ่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าช่วงแรกๆ เด็กไม่ดูรายการแบบไทยพีบีเอส เพราะยังติดการดูละครตอนเย็นหรือหลังข่าว มันเป็นเรื่องของการสะสมรสนิยม เด็กที่เลือกรับสื่อหลากหลาย และเข้าถึงความงามและความละเอียดอ่อนของสื่อ จะเลือกได้ดีกว่าเด็กที่ได้ดูแต่อะไรซ้ำๆ การบอกว่าเด็กชอบละครหลังข่าวอาจยังไม่ใช่ จริงๆ เขาอาจไม่ได้ชอบก็ได้ แต่ไม่มีทางอื่นให้เลือก

"ส่วนในระยะยาว สิ่งที่ต้องประเมินคือรายการเข้าถึงเด็กหรือไม่ สามารถสร้างการเรียนรู้ให้เด็กจนค้นพบตัวเอง ค้นพบอะไรที่จะเป็นรสนิยมของเขาในระยะยาวได้หรือไม่ เราอาจต้องมาออกแบบการประเมินใหม่ด้วยเหมือนกัน ต้องมีฝ่ายวิชาการมาช่วยด้วย ถ้าให้ผู้ผลิตทำก็คงทำได้แค่ในแง่ที่ว่าเด็กดูหรือเปล่า มีการตอบรับหรือมีส่วนร่วมกับรายการแค่ไหน อาจวัดได้จากการเปิดช่องทางให้ส่งจดหมายหรือภาพวาดเข้ามาในรายการ"

ประเมินรายการตาม 'สูตรเด็ดรายการเด็ก'

สูตรเด็ดทั้งหลายที่นำเสนอไป นอกจากจะใช้เป็นทางลัดเพื่อสร้างรายการเด็กแบบง่ายๆ ยังสามารถนำมาเป็นหลักการประเมินเบื้องต้นรายการที่ทำได้อีกด้วย

สูตร 'พอดีคำ' เอามาตรวจสอบได้ว่ารายการที่คุณทำมีประเด็น ความยาว ความซับซ้อน ความชัดเจน 'พอดี' กับวัยของเด็กที่รับชมแล้วหรือยัง

สูตร 'เนื้อหา ภาษา ภาพ' สามารถใช้ประเมินได้ว่าสิ่งที่นำเสนอในรายการสอดคล้องและส่งเสริมกันและกันหรือไม่

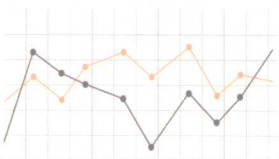
สูตร 'เป็นพวกเดียวกับเด็ก' และ 'รู้จักรู้ใจ' ก็เอาไว้ย้ำเตือนคนทำรายการว่าควรคำนึงถึงความสนใจ การรับรู้ ความสามารถ และความต้องการของเด็กเป็นสำคัญ

สุดท้าย สูตร 'รู้สึก-นึก-คิด' นำมาใช้เวลาให้ผู้อื่นช่วยประเมินรายการได้ว่าดูแล้วรู้สึกอย่างไร นึกถึงอะไร แล้วคิดอะไรต่อได้อีก และความรู้สึกนึกคิดเหล่านั้นเป็นไปในทางที่เราต้องการส่งเสริมหรือไม่

ประเมินรายการตามกลุ่มการเรียนรู้

เท่าที่ผ่านมาเคยมีความพยายามพัฒนาระบบการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ที่นอกเหนือไปจากการนับจำนวนตัวเลขของผู้ชมหรือกลั่นกรองเนื้อหาขึ้นมา โดยสามารถชี้วัดความรู้ของเนื้อหา แยกแยะเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มอายุของผู้ชม ระบุผู้ประเมินในเชิงปริมาณได้ และให้ภาคประชาสังคมเป็นผู้ประเมินหลัก

หลักเกณฑ์ของ 'ระบบการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการโทรทัศน์' ใช้เกณฑ์ด้านการศึกษาและการเรียนรู้เป็นตัวชี้วัด ประกอบด้วย 6 กลุ่มการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนอย่างสร้างสรรค์และสอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของคนในสังคมไทย ดังนี้



กลุ่มที่ 1 เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดระบบวิธีคิด ตลอดจนการส่งเสริมพัฒนาการทางสมองและสติปัญญาให้มีความรู้ความเข้าใจ ความสามารถในการประยุกต์ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินได้อย่างเป็นระบบ

กลุ่มที่ 2 เนื้อหาที่ส่งเสริมความรู้ในเรื่องวิชาการ ตลอดจนความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ ให้สามารถเรียนรู้วิชาการในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ ตลอดจนศาสตร์ประยุกต์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

กลุ่มที่ 3 เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรม ให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจถึงคุณธรรมและจริยธรรม

กลุ่มที่ 4 เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต ให้รู้จักและเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตในสังคม สามารถนำทักษะดังกล่าวไปใช้ในชีวิตของตนเองได้ ตลอดจนแก้ไขปัญหาในชีวิตได้อย่างถูกต้อง

กลุ่มที่ 5 เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจความหลากหลายในสังคม ทั้งเรื่องวัฒนธรรม เชื้อชาติ สัญชาติ เพศและวัย เป็นต้น เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับความแตกต่างและใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและขจัดความขัดแย้งได้

กลุ่มที่ 6 เนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว รู้จักเรียนรู้และเข้าใจกันและกันของคนในครอบครัว ตลอดจนการทำให้เกิดแรงบันดาลใจในความรักของคนในครอบครัว

อัจฉริยะทางศาสตร์
วิชาการ และความรู้
อัจฉริยะทางระบบคิด
สมอง สติปัญญา
พัฒนาด้านคุณธรรม
จริยธรรม
เกณฑ์ในการชี้วัดคุณภาพ
(Quality)
เสริมสร้าง
ความสัมพันธ์ของคน
ในครอบครัว
เสริมสร้างความสัมพันธ์
ของคนในครอบครัว
ความรู้รอบตัว ทักษะ
ในการใช้ชีวิต

ประเมินรายการจากมุมมองคุณหมอและผู้ปกครอง

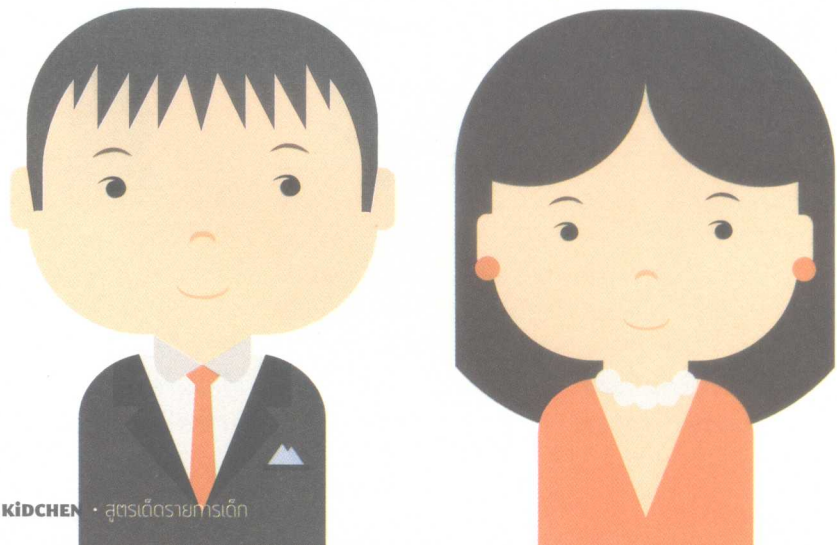
ในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เกณฑ์ที่คุณหมอและผู้ปกครองเลือกใช้เพื่อประเมินรายการก็เป็นสิ่งที่น่ารู้เช่นกัน

ในมุมมองของหมออย่าง แพทย์หญิงโชษิตา ภาวสุทธิไพศิฐ หลักการประเมินรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กคือหลักการเดียวกับการจัดเรตติ้ง นั่นคือดูประเด็นเรื่องเพศ ภาษา และความรุนแรง ซึ่งในรายการเรต 'ป' (ปฐมวัย-เนื้อหาเหมาะสมสำหรับเด็กปฐมวัย 3-5 ปี) และเรต 'ด' (เด็กโต-เนื้อหาเหมาะสมสำหรับเด็กวัย 6-12 ปี) ไม่ควรนำเสนอประเด็นเหล่านี้อย่างล่อแหลม "ก่อนอื่นจะดูเรื่องภาษาก่อน เพราะเป็นสิ่งที่มีผลกับเด็กมากที่สุด ภาษากับเนื้อหา และดูตามวัตถุประสงค์ของรายการด้วยว่าเขาต้องการสื่อสารกับใคร รายการสำหรับเด็กถ้ามีความรุนแรงและสื่อสารเรื่องเพศมากเกินไป มันอาจเร็วเกินไป และมีโอกาสที่เด็กจะเลียนแบบสูง" แพทย์หญิงโชษิตากล่าว

ส่วนเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ นอกเหนือจากดูเรื่องเพศ ภาษา และความรุนแรงแล้ว ยังคิดค้นหลักการพิจารณาคุณภาพรายการ 6 อย่าง ซึ่งสำคัญต่อการพัฒนามนุษย์ (*) ได้แก่

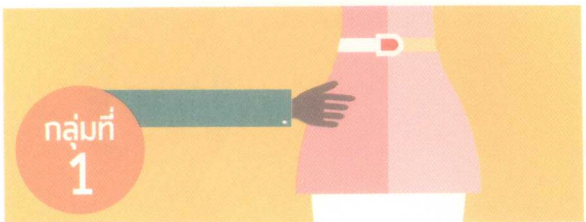
1. คิดเป็นระบบ
2. รู้ในเชิงวิชาการ
3. คุณธรรม จริยธรรม
4. ทักษะในการใช้ชีวิต
5. แตกต่างหลากหลาย
6. ครอบครัว สังคม

(*) อ้างอิงจาก "ดูได้ดูดี คู่มือสามัญประจำบ้าน เพื่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ 'ฉบับครอบครัว'" โดยเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ



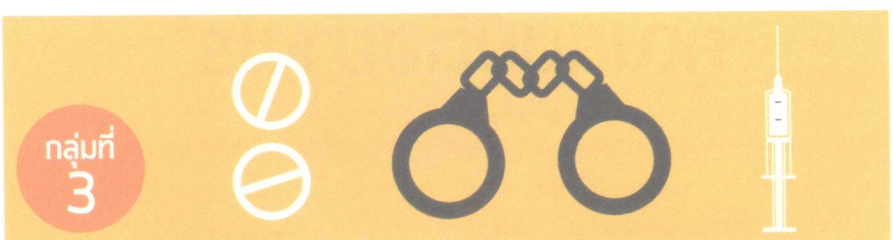
ประเมินรายการแบบจัดเรตติ้ง

ในการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการโทรทัศน์ในระบบการจำแนกเนื้อหาตามช่วงอายุ ให้ใช้เกณฑ์ด้านการพิจารณาความไม่เหมาะสมของเนื้อหาเป็นตัวชี้วัด ประกอบด้วย 3 กลุ่มเนื้อหาที่สามารถส่งผลกระทบเชิงลบต่อการเรียนรู้และการพัฒนาเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อคุณลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ของคนในสังคมไทย ดังนี้



กลุ่มที่ 1 เนื้อหาที่เกี่ยวกับความไม่เหมาะสมในเรื่องเพศ ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมด้านการแต่งกาย การแสดงออกทางเพศ การแสดงท่าทางหรือกิริยาทางเพศที่ไม่เหมาะสม การล่วงละเมิดทางเพศ การพูดเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสม การสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศในประเด็นต่างๆ เช่น การดำรงเพศ การเหยียดเพศ

กลุ่มที่ 2 เนื้อหาที่เกี่ยวกับความไม่เหมาะสมในเรื่องภาษา ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา ไวยากรณ์ทางภาษา การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ก้าวร้าว



กลุ่มที่ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวกับความไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมอันนำไปสู่ความรุนแรง ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมอันนำไปสู่ความรุนแรง ประกอบด้วย การแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม การใช้ความรุนแรงกระทำต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อวัตถุ การแสดงภาพของการใช้ยาเสพติด การกระทำความผิดในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม

เหล่านี้เป็นหลักการประเมินเพียงบางส่วนที่ผู้ผลิตต้องหมั่นนำไปใช้เพื่อพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ต่อไปในอนาคต ยังมีหลักการประเมินอีกหลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการสร้างรายการด้วย แต่ไม่ว่าหลักประเมินจะเป็นไปในทิศทางใด ทุกขั้นตอนตั้งแต่การคิด ผลิต และออกฉาย พึงระลึกไว้เสมอว่า “เด็ก” ซึ่งเป็นผู้ชมจะต้องเป็นศูนย์กลางของรายการเสมอ

หลากทรรศนะว่าด้วย ‘คนทำรายการเด็กควรมีคุณสมบัติอย่างไร’

เข็มพร วิรุณราพันธ์

ผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)

คนทำรายการเด็กต้องเข้าใจเด็กก่อน อันนี้เป็นพื้นฐานเลย แล้วก็เรียนรู้จากเด็ก แต่ความคิดสร้างสรรค์ก็ต้องมี เพราะสื่อก็เป็นอีกศาสตร์หนึ่ง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าคนที่แค่เป็นนักพัฒนาการเด็กทำสื่อเด็กไม่ค่อยได้ เพราะเขามีความรู้จริง แต่เขาต้องเอาความรู้นั้นมาบวกกับความคิดสร้างสรรค์ด้านสื่อให้ได้ด้วย ถ้าทำออกมาแต่เด็กไม่เปิดรับ สิ่งที่เราต้องการสื่อสารก็ไปไม่ถึงเขา การทำรายการเด็กจึงต้องมีความเป็นสหวิชาชีพ เหมือนหุ่น เซซามี สตรีท ของอเมริกาน่ะ เบื้องหลังของรายการคือระดมสหวิชาชีพมาช่วยกัน ทั้งๆ ที่หน้าจอเรียบง่ายมาก กับ เทเลทับบีส์ ขึ้นหลุมลงหลุม นับหนึ่ง สอง สามเนี่ย ผู้ใหญ่ดูแล้วเบื่อ แต่เขาทำวิจัยมาแล้วว่ารูปร่างต้องเป็นยังไง สีต้องเป็นยังไง เด็กเล็กๆ ฟังคำพูดได้เยอะแค่นี้ ตัวละครก็พูดซ้ำๆ ง่ายๆ แค่นี้ เขาศึกษามาเยอะ คนเอาไปศึกษาเผยแพร่ต่อกันทั่วโลก แล้วเด็กในวัยที่เป็นเป้าหมายก็ดูได้เป็นร้อยๆ ครั้งไม่มีเบื่อ ไม่มีจำกัดเรื่องเชื้อชาติ

ชีวัน วิสาสะ

นักเล่านิทาน-นักวาดหนังสือภาพ

คนที่จะทำรายการเด็กต้องไม่นึกถึงแค่การทำรายการ แต่ต้องเป็นคนที่คิดถึงการพัฒนามนุษย์เด็กให้เป็นมนุษย์ผู้ใหญ่ มันต้องคิดถึงขนาดนั้น ไม่อย่างนั้นสิ่งที่ทำจะสิ้นเปลืองทรัพยากรเปล่าๆ นี่พูดแบบซีเรียสนะ มันสมควรซีเรียสขนาดนั้น คนทำต้องมีคุณสมบัติหนักแน่นแบบนี้ ส่วนเรื่องเทคนิคหรือคุณสมบัติเบื้องต้นอะไรเหล่านั้นจะกลายเป็นเรื่องเบาไปเลย เขาต้องเป็นคนที่คิดถึงการพัฒนา เพียงแต่ว่ามาทำในสายของรายการเด็ก

อีกอย่างคือคนทำอย่าคิดแค่ว่าเราโตเป็นผู้ใหญ่แล้ว เรารู้มากกว่าเด็ก เลยสามารถทำรายการเด็กได้ หรือโตเป็นผู้ใหญ่แล้ว เขียนหนังสือหรืออ่านหนังสือได้เยอะกว่าเด็กแล้ว รูปก็วาดได้ดีกว่าเด็ก แล้วจะสามารถทำหนังสือเด็กได้ มันไม่พอนะ ทุกวันนี้เรามีสื่อมีหนังสือกเฟวรากเยอะแยะ อีกส่วนก็แค่ไม่เลวแต่แง่มุมที่จะสื่อสารกับเด็กอย่างมีคุณภาพแทบไม่มี ซึ่งมันมาจากความคิดแบบนี้ล่ะ

ภัทรจารีย์ อัยศิริ
ผู้ก่อตั้ง 'สโมสรผึ้งน้อย'

เราเชื่อว่าถ้าไม่รักเด็ก เขาคงไม่มาทำรายการเด็ก แต่สำคัญที่เขาต้องมีความรับผิดชอบ เขาต้องรู้ว่าตัวเองกำลังทำสิ่งสำคัญอยู่ ต้องเคารพจุดนี้ให้มากๆ ต้องทำด้วยความภาคภูมิใจ คนทำรายการเด็กกำลังสร้างมนุษย์ที่กำลังจะโตให้เติบโตไปเป็นมนุษย์ที่มีคุณค่า เขาต้องภูมิใจตรงนี้ด้วย ถ้าคิดว่าทำรายการเด็กเพื่อรับเงินเป็นเดือนๆ ไปเนี่ย อย่าทำ ไปทำอย่างอื่น เพราะรายการเด็กมันมีคุณค่ามากกว่าแค่ได้เงิน ถ้าเขาไม่เห็นคุณค่าของสิ่งที่เขาทำเสียแล้ว เขาก็ไม่ใช่คนทำรายการเด็ก

ที่ผ่านมาจะมีปัญหาประเภทว่าคนที่อินกับการทำรายการเด็กคือคนคิด แต่ฝ่ายเทคนิคไม่อินด้วย จริงๆ ทีมเวิร์กนี่สำคัญมากนะ เราต้องให้ทุกฝ่ายเข้าร่วมกระบวนการตั้งแต่การคิดเลย ถ้าเขาเข้าใจในสิ่งที่ตัวเองทำ เขาจะรักชิ้นงานนั้น แล้วเขาจะดัดต่อจะทำอะไรต่อมิอะไรด้วยความเคารพเด็ก เคารพในคนดูของเขา

ตอนนี้เรามาถึงยุคที่วีดิจิตอลที่มีทุนมหาศาลแจกจ่ายกันไปทำ เราอยากบอกคนที่จะมาทำรายการเด็กว่าคุณต้องมีความรู้เรื่องเด็กอย่างถ่องแท้นะ ไม่ใช่อยากจะทำเพราะเห็นว่ามันง่ายหรือเห็นว่ามีทุนให้ไม่ได้แล้ว คนทำยุคนี้ต้องมีความเข้าใจความรู้ขั้นแค่พื้นฐานยังไม่พอเลย โดยเฉพาะรายการเด็กเล็กนี่แทบจะต้องไปเรียนก่อนเลยนะ การพัฒนาของเด็ก การเติบโตของเขา ต้องเข้าใจให้ชัดเจนเลย เพราะเรื่องของเด็กเป็นเรื่องละเอียดอ่อน คุณสามารถสร้างเด็กก้าวร้าวหรือมีน้ำใจได้ด้วยรายการของคุณ

เพราะฉะนั้น ความรับผิดชอบของคุณต้องสูงมากๆ และความเคารพในผู้รับซึ่งก็คือเด็ก จริงๆ ไม่ว่าอาชีพอะไรก็ต้องมีความรับผิดชอบทั้งนั้น ต้องศึกษาก่อนมาทำ ถ้าจะมีคนรุ่นใหม่ๆ เข้ามา เราก็อยากให้เขาทำทุกอย่างด้วยความใส่ใจ วิธีหนึ่งที่ช่วยได้ก็คือ เขาจะต้องระลึกให้ได้ว่าตอนเป็นเด็ก เขาดูอะไร หลงใหลอะไร มีความสุขกับอะไร เราเชื่อว่าทุกคนจำได้ เอาตรงนั้นมาใช้ให้เป็นประโยชน์ อะไรที่คุณไม่ชอบก็อย่าทำ การเอาเด็กมาให้ผู้ใหญ่ดูถูก เอามาทำเป็นตัวตลกให้คนหัวเราะเล่นไปทั่วประเทศนี่เป็นสิ่งที่เราอยากเห็นเหรอ เราอยากได้เด็กที่เติบโตมาอย่างภาคภูมิใจ รายการก็ควรซัพพอร์ตตรงนี้ใช่หรือเปล่า เราต้องรู้สึกให้ได้ในฐานะที่ตัวเราเองเคยเป็นเด็กแล้วโตมาเป็นผู้ผลิต

> "เรื่องของเด็กเป็นเรื่องละเอียดอ่อน คุณสามารถสร้างเด็กก้าวร้าวหรือมีน้ำใจได้ด้วยรายการของคุณ"

แพทย์หญิง โชษิตา ภาวสุทธิไพศิฐ
สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์

เข้าใจว่ารายการเด็กในไทยไม่ได้มีสปอนเซอร์เยอะเท่ารายการผู้ใหญ่ คนทำก็อาจต้องมีใจรัก มีความเข้าใจในการทำ ต้องมีเลนส์ของเด็กอยู่ด้วย เข้าใจวิธีการสื่อสารให้เด็กในระดับหนึ่ง ที่ผ่านมาผู้ผลิตมักคิดทำกันเอง แล้วเอาผู้เชี่ยวชาญไปพูดปิดท้าย แต่จริงๆ แล้ว ถ้าพูดคุยกันในกระบวนการผลิตน่าจะดีกว่า เช่น รายการอยากบอกสิ่งนี้ เราอาจแนะนำได้ว่าน่าจะเปลี่ยนคำพูดนะ หรือเปลี่ยนวิธีการสื่อสารไปเป็นอีกแบบจะได้ผลกว่า

เทพฤทธิ์ วงศ์วาณิชวัฒนา
ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตของเวิร์คพอยท์ฯ

คนทำรายการเด็กต้องรู้จักเด็กให้มากพอ และทำตัวเป็นเพื่อนกับเด็ก อย่าทำตัวเป็นพี่หรืออะไร เวลาเขารู้สึกว่าเราเป็นเพื่อนเขาก็จะเริ่มรู้สึกสนุกไปกับเรา แล้วเดี๋ยวธรรมชาติเขาก็จะออกมาเอง อีกอย่างก็คือคนทำรายการเด็กต้องคอยคิดว่าเด็กหรือคนที่ดูรายการเราเขาได้อะไร แล้วทำให้มันได้ออกมาจริงๆ ถ้าไม่ได้เรื่องความรู้ ก็ต้องได้เรื่องสถาบันครอบครัวที่มันแน่นแฟ้น เราไม่ได้ทำแค่รายการทีวีที่ดูเอาสนุกขำๆ เอาเด็กมาเต้นหรืออะไรแค่นั้น มันต้องมีอะไรที่ลึกล้ำกว่านั้นหน่อย

ร่มไทร ศักดาเดช
ผู้ก่อตั้งบริษัท ไอเดีย โกรว์

คนทำรายการเด็กอาจไม่ต้องรักเด็กก็ได้นะ แต่ต้องรู้จักเด็ก ชอบสังเกตเด็ก เข้าใจเด็ก บางทีคนเป็นพ่อแม่มาทำรายการเด็กก็อาจได้เปรียบตรงที่รู้ธรรมชาติของเด็ก แต่บางทีก็เป็นข้อเสีย เช่น อดคิดแทนไม่ได้ เซ็นเซอร์เยอะเกินไป กลายเป็นปกป้องเด็กมากเกินจำเป็น

"คนทำรายการเด็กอาจไม่ต้องรักเด็กก็ได้นะ แต่ต้องรู้จักเด็ก"

สุวิทย์ สาสนพิจิตร์
ผู้อำนวยการสำนักรายการ
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ผมมองว่าสุดท้ายคนทำรายการเด็กต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เหมือนคุณเป็นหมอกระดูกคุณต้องรักษากระดูกมานาน คุณจะไม่สามารถข้ามไปข้ามมาเดี๋ยวเป็นหมอกระดูก เดี๋ยวเป็นหมอหัวใจไม่ได้ สุดท้ายคนทำรายการเด็กต้องเป็นแบบนั้น จะต้องถึงขนาดเรียนจากมหาวิทยาลัยเลยหรือเปล่าผมไม่รู้ คอนเทนต์สำหรับเด็กก็ไม่ใช่ทำอะไรก็ได้ ผมเชื่อว่าในที่สุดคอนเทนต์รายการเด็กกับการศึกษาจะเข้ามาปนเป็นเนื้อเดียวกัน เวลาพูดถึงการศึกษาก็ต้องพูดถึงเรื่องนี้ด้วย

"คอนเทนต์สำหรับเด็ก
ก็ไม่ใช่ทำอะไรก็ได้"

"ยากมากนะที่จะหาคนที่
อยากทำรายการเด็ก
มีความสามารถจะทำได้
และรักเด็กด้วย"

วิวัฒน์ วงศ์ภัทรฐิติ
เจ้าของ บริษัท ซูเปอร์จิ๋ว จำกัด

เวลารับคนเข้ามาทำงานผมสัมภาษณ์เอง ผมจะรู้เลยว่าคนไหนเหมาะที่จะทำรายการเด็ก แต่ในความเป็นจริง ผมใช้วิธีดูว่าเขาทำงานได้และทัศนคติพอปรับจูนได้มากกว่า ตัวผมเองก็ไม่ได้เริ่มต้นจากคนที่ทำงานด้านเด็ก แต่สนุกที่ได้อยู่กับเด็ก ยากมากนะที่จะหาคนที่อยากทำรายการเด็ก มีความสามารถจะทำได้ และรักเด็กด้วย ถ้าถึงพร้อมด้วยองค์ประกอบทั้งสามก็ถือว่าสมบูรณ์แบบมาก แต่ถ้าไม่ถึง มีสักสองในสาม เราก็พัฒนาด้านที่เหลือได้ อีกอย่างเวลาทำงาน เราจะคุยกันตลอด ทั้งก่อนออกอากาศ หลังออกอากาศ ช่วยกันเช็ก ช่วยกันคอมเมนต์ว่าอะไรใช่อะไรไม่ใช่ เวลาแก้งานเราก็ไม่ได้คุยแต่กับโปรดิวเซอร์ แต่จะเรียกทีมงานเข้ามาคุยด้วยกันเยอะๆ เพื่อให้เขาเข้าใจกระบวนการคิด จะได้เรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน

ค้นคว้าเพิ่มเติม

ถ้าคุณอ่านมาถึงหน้านี้แล้วยังอยากทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กอยู่ล่ะก็ เราขอนับถือในความมุ่งมั่น และต่อไปนี้คือตัวช่วยที่คุณสามารถไปขอคำปรึกษา คำชี้แนะ และองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเด็กและเยาวชนได้

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)
เลขที่ 6/5 ซอยอารีย์ 5 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 0-2617-1919-20
เว็บไซต์: www.childmedia.net
อีเมล: childmedia@childmedia.net

สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์
เลขที่ 75/1 ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 0-2248-8999 สายด่วนสุขภาพจิต 1323, 1667
เว็บไซต์: www.smartteen.net
อีเมล: smartteen2010@hotmail.com

สสย.
สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน

Thai PBS

IdeaGrow

ราคา 150 บาท
ISBN 978-616-374-669-6
9 786163 746696