

บทที่ 2

ผลงานวิจัยและงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาโครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปีด้วยศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ผู้จัดทำโครงการได้นำผลงานวิจัยและงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ ประกอบด้วย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์

2.1.2 ประเภทของรายการโทรทัศน์

2.1.3 ลักษณะของการผลิตรายการโทรทัศน์

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานองค์การสื่อสารมวลชน

2.2 สถานีโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย (ThaiPBS)

2.2.1 การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย (ThaiPBS)

2.2.2 งบประมาณและรายได้ของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย (ThaiPBS)

2.2.3 คุณสมบัติของรายการของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย (ThaiPBS)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

2.3.1 ความหมายของความคิดสร้างสรรค์

2.3.2 การส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

2.3.3 ทฤษฎีการคิดนอกกรอบของเดอบีโน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมและจิตวิทยา

2.4.1 ความสนใจ ความชอบ และความแตกต่างของสิ่งกระตุ้นต่อเด็ก

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.5 งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพล และได้รับความนิยมอย่างมากจากสาธารณชนในปัจจุบัน ซึ่งหากวิเคราะห์ถึงธรรมชาติ และลักษณะของสื่อโทรทัศน์แล้ว สามารถสรุปลักษณะของสื่อโทรทัศน์ได้ (อรนุช เลิศจรรยาภักดิ์, 2544, น. 8) ดังนี้

1. โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้โดยง่าย (Accessibility) กล่าวคือ โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงปรากฏให้ผู้ชมทุกรุ่นทุกวัยเข้าใจได้ง่าย การดูโทรทัศน์มีความสะดวกสบายกว่า และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการชม ขณะที่การไปดูภาพยนตร์ หรือละครแต่ละครั้งต้องแต่งตัว นั่งรถไปยังโรงภาพยนตร์ และเสียค่าใช้จ่าย การดูโทรทัศน์ผู้ชมจะไม่คาดหวังมากเกินไปว่าเขาจะได้รับความบันเทิงโดยสมบูรณ์จากสิ่งที่เขาดูทางโทรทัศน์ ในความเป็นจริงนั้น ผู้ชมรายการมักดูโทรทัศน์ไปและหางานอื่นๆมาทำควบคู่ แม้หากรายการไม่เป็นที่น่าสนใจ เขาก็จะหันมาสนทนากันหรือหาความเพลิดเพลินอย่างอื่น อย่างไรก็ตามถ้าไม่มีข้อขัดข้องใดๆ ผู้ชมโทรทัศน์จะให้ความสนใจต่อรายการมาก และตอบสนองโดยการวิพากษ์วิจารณ์ให้ทัศนคติต่อรายการนั้นๆได้อย่างมาก

2. ความรวดเร็ว (Immediacy) กล่าวคือ สามารถนำเสนอเหตุการณ์ได้ทันทีทันควัน ในขณะที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น ผู้ชมจะได้เห็นทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจได้อย่างฉับพลัน และทำให้มีความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย ความรวดเร็วถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของโทรทัศน์ สำหรับรายการที่ไม่ใช่รายการสด ความพิถีพิถันในการเขียนบท และเทคนิคการผลิตรายการก็สามารถชักจูงให้ผู้ชมเกิดความสนใจ ความประทับใจในรายการมากกว่ารายการสด

3. ความใกล้ชิด (Intimacy) ในแง่ของการนำเสนอ กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์สามารถนำภาพไปเสนอให้ผู้ชมถึงบ้าน สร้างความรู้สึกใกล้ชิด ความคุ้นเคยให้กับผู้ชม ดังที่ Millerson (1977, pp. 198-201 อ้างถึงใน เบญจมาศ จรุงเกียรติกุล, 2549, น. 10) กล่าวไว้ว่า การดูรายการโทรทัศน์ เราไม่รู้สึกมากเท่าไรว่าเราถูกนำไปรู้จักกับโลกภายนอก เพราะเรารู้สึกว่าโลกภายนอกถูกนำเข้ามาหาเรา (Watching a television program, we feel so much that we are being taken out into the world, as that the world is being brought to us.) ซึ่งเป็นข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างภาพยนตร์ และโทรทัศน์

ตารางที่ 2.1

เปรียบเทียบสื่ออิเล็กทรอนิกส์: สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

คุณลักษณะทางการสื่อสาร	วิทยุ	โทรทัศน์	ภาพยนตร์
ประสิทธิภาพสัมผัส	หู	ตา และ หู	ตา และ หู
ความน่าสนใจ	น้อย	มาก	มากกว่า
ความกว้างขวาง	มาก	มาก	น้อย
การควบคุมการรับข่าวสาร	น้อย	น้อย	มาก
จำนวนผู้รับสาร	มาก	มาก	น้อย
ค่าใช้จ่ายในแง่การโฆษณา	ต่ำ	ต่ำ	สูง

ที่มา: กิติมา สุรสนธิ. (2540). *ความรู้ทั่วไปทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ สรุปได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีคุณลักษณะทางการสื่อสารที่ดี มีความรวดเร็ว และมีความใกล้ชิดต่อผู้ชม เหมาะแก่การใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารต่างๆ ไปถึงยังเยาวชนอายุ 5-7 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้เป็นอย่างดี

2.1.2 ประเภทของรายการโทรทัศน์

ปัจจุบันรายการโทรทัศน์มีมากมายหลากหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบดั้งเดิมที่ใช้กันมานาน และรูปแบบที่ประยุกต์ขึ้นใหม่ด้วยการผสมผสานรูปแบบหนึ่งกับอีกรูปแบบหนึ่งจนเกิดเป็นรูปแบบใหม่ขึ้นมา โดยรูปแบบรายการทั้งหมดแบ่งออกเป็น 16 รูปแบบ (ชยพล สุทธิโยธิน, 2548, น. 47-48 อ้างถึงใน ชัชศรีธัญย์ เตชะวิเชียร, 2550, น. 28) ได้แก่

1. รายการข่าว (News) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม มีพื้นฐานตั้งอยู่บนข้อเท็จจริง ความถูกต้อง แม่นยำ ไม่เน้นการให้ความบันเทิง

2. รายการสารคดี (Documentary) เป็นรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียว ด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลายและน่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลินในการรับชมไปพร้อมกับการได้รับความรู้ต่างๆ

3. รายการละคร (Drama) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องจริงเสมอ อาจเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจินตนาการขึ้นมาก็ได้ มีหลักสำคัญอยู่ที่กลวิธีการวางโครงเรื่อง การผูกปมเรื่อง การสร้างความขัดแย้ง การทวีความขัดแย้งจนนำไปสู่จุดไคลแมกซ์ของเรื่อง และคลี่คลายในที่สุด ได้อรรถรสในการรับชม

4. รายการเกม (Game) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการแข่งขันของผู้ร่วมเล่นเกมในรายการ โดยจะเน้นที่การใช้ทักษะร่างกายเป็นสำคัญ โดยการแข่งขันภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ที่ถูกกำหนดขึ้น ภายในเวลาอันจำกัด

5. รายการตอบคำถาม (Quiz) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการแข่งขันคล้ายเป็นรายการเกม แต่ต่างกันตรงที่รายการตอบคำถามจะเน้นการแข่งขันกันโดยอาศัยความรู้ ไหวพริบ และสติปัญญาของผู้เล่นเกมมากกว่าการใช้ทักษะร่างกาย

6. รายการพูดคุย (Talk Show) เป็นรายการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพูดคุยโดยพิธีกรผู้ดำเนินรายการ ที่จะพูดคุยกับแขกรับเชิญ

7. รายการวาไรตี้ (Variety) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบรายการที่หลากหลาย ไม่จำกัด แต่โดยมากมีสิ่งที่เป็นองค์ประกอบ คือ ดนตรีและเพลง ความตลกขบขัน การสนทนากับแขกรับเชิญ

8. รายการดนตรี (Music) เป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงเร้าอารมณ์แก่ผู้ชมในอรรถรสของการบรรเลงดนตรี การขับร้องเพลง

9. รายการกีฬา (Sport) เป็นรายการที่มีลักษณะเฉพาะ มุ่งเน้นการแข่งขันในเกมกีฬาประเภทใดประเภทหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นรายการถ่ายทอดสด และมีการนำเทปบันทึกการแข่งขันกีฬามาประยุกต์เป็นรายการใหม่ขึ้นมา

10. รายการถ่ายทอดสด (Live) เป็นรายการที่นำเสนอภาพเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมายังผู้ชมโดยตรง โดยผู้ชมจะได้รับชมไปพร้อมกันในเวลาเดียวกับที่เกิดเหตุการณ์นั้น

11. รายการสารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เป็นรายการที่นำประเด็นข่าวมานำเสนอใหม่ โดยใช้รูปแบบรายการสารคดีมานำเสนอ

12. รายการวิจารณ์ข่าว (News Commentary) เป็นรายการที่นำประเด็นข่าวมาพูดคุยวิพากษ์วิจารณ์ ด้วยมุมมองของผู้ดำเนินรายการเอง หรือมุมมองของแขกรับเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นเรื่องที่เป็นข่าว

13. รายการพูดคุยสนทนาเชิงวิเคราะห์ข่าว (News and Talk) เป็นรายการที่หยิบยกประเด็นข่าวที่น่าสนใจมาพูดคุย ซึ่งมีทั้งแบบผู้ดำเนินรายการคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟัง หรือดำเนินรายการสองคนขึ้นไปพูดคุยกัน

14. รายการสารละคร (Docudrama) เป็นรายการที่นำเรื่องราวข้อเท็จจริงต่างๆ มานำเสนอด้วยรูปแบบการแสดงเป็นละคร มีตัวละครเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว ผ่านการแสดงท่าทางและการพูด แทนที่จะใช้ภาพและเสียงบรรยายดังเช่นรายการสารคดี

15. รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ (Variety Talk Show) เป็นรายการที่นำรูปแบบการพูดคุยมาผสมผสานกับรายการวาไรตี้ กล่าวคือ มีการพูดคุยกับแขกรับเชิญเป็นหลัก แต่จะมีการนำเสนอรูปแบบความบันเทิงชนิดอื่นๆ ผสมเข้ามาเพื่อสร้างความน่าสนใจ เช่น การเพิ่มส่วนที่เป็นการแสดงความสามารถพิเศษของแขกรับเชิญ หรือเพิ่มการแสดงตลกเข้าไปในรายการ ซึ่งตามปกติรายการพูดคุยมักไม่นำเสนอ

16. รายการวาไรตี้เกมโชว์ (Variety Game Show) เป็นรายการที่นำรูปแบบเกมมาผสมกับรูปแบบวาไรตี้ กล่าวคือ มีพื้นฐานอยู่ที่การเล่นเกมการแข่งขันของผู้ร่วมรายการ แต่จะผสมผสานความบันเทิงรูปแบบอื่นๆ เข้าไป เช่น การเพิ่มส่วนแสดงตลก

นอกจากนี้ หากแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์โดยใช้วัตถุประสงค์ของรายการเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภท ก็จะสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท (ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 162-163 อ้างถึงใน ชัชศรีธัญญ์ เตชะวิเชียร, 2550, น. 27) ได้แก่

1. รายการประเภทความรู้ (Educational Programs) เป็นรายการโทรทัศน์ที่เน้นในการให้ความรู้และประสบการณ์แก่ผู้ชม รายการประเภทนี้มักจัดเพื่อบุคคลทั่วไป ไม่ได้จำกัดผู้ชมเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น เช่น รายการสารคดี รายการสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ ตลอดจนรายการสนทนาของบุคคลที่มีชื่อเสียงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รายการโทรทัศน์ประเภทความรู้ที่จัดในประเทศไทย เช่น รายการปฐมพี รายการแดนสนธยา รายการสารคดีเอกภพทัศน์ไทย รายการภาษาอังกฤษ 1 นาฬิกา เป็นต้น การจัดรายการทางการศึกษานอกจากจะให้ความรู้โดยตรงแล้ว ก็จะมีควมบันเทิงสอดแทรกอยู่ด้วย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามรายการโดยตลอดไม่เปลี่ยนไปดูช่องอื่น

2. รายการทางการสอน (Instructional Programs) เป็นรายการโทรทัศน์ที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องการเรียนการสอนโดยตรง โดยยึดหลักสูตรของการจัดการศึกษาของแต่ละสถานศึกษา เช่น การใช้รายการโทรทัศน์ในระบบการสอนทางไกลของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช และมหาวิทยาลัยรามคำแหง การจัดรายการจะมุ่งเพื่อผู้ดูแลเฉพาะกลุ่ม คือ ผู้ที่เรียนใน

3. รายการข่าว (News Programs) เป็นรายการที่เสนอเหตุการณ์ที่เพิ่งจะเกิดขึ้นซึ่งอยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป และมีผลกระทบกับบุคคลในสังคม โดยนำเสนอตามความเป็นจริง ไม่มีการแสดงความคิดเห็นลงไป ได้แก่ รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ส่วนรายการวิจารณ์ข่าว เช่น รายการเรื่องเล่าเช้านี้ หรือ รายการคุยคุ้ยข่าว นั้น ไม่จัดเป็นรายการข่าว แต่เป็นรายการวิเคราะห์ข่าว ซึ่งจัดอยู่ในประเภทความรู้แบบหนึ่ง เนื่องจากมีการใส่ความคิดเห็นของตัวเองลงไปด้วย

4. รายการบันเทิง (Entertainment Programs) เป็นรายการที่เน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินเป็นหลัก เช่น รายการละคร ภาพยนตร์ รายการเพลง คิวโชว์ และเกมโชว์ต่างๆ เช่น รายการเจาะใจ ทไวไลท์โชว์ จันทร์พันดาว ซิงร้อยซิงล้าน เป็นต้น บางรายการอาจจะจัดขึ้นเพื่อการบันเทิงอย่างเดียว แต่บางรายการอาจสอดแทรกความรู้ลงไปด้วย

5. รายการโฆษณา (Advertising Programs) รายการประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาชักชวนให้ซื้อสินค้า และบริการต่างๆ ของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยอาจทำเป็นสปอर्टโฆษณาสั้นๆ ประมาณ 30 วินาที หรือแทรกอยู่ในบันเทิงข่าวธุรกิจ กิจกรรมการเคลื่อนไหวของบริษัทร้านค้าต่างๆ ทั้งนี้เพื่อผลทางจิตวิทยาให้เกิดความศรัทธาจากลูกค้า

จากการศึกษาประเภทของรายการโทรทัศน์ ทำให้ผู้จัดทำโครงการสามารถกำหนดรูปแบบของโครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปีด้วยศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทยได้อย่างมีแนวทางและแบบแผน โดยจะมีรูปแบบของรายการเป็น รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ (Variety Talk Show) ึ่ง สารคดี (Documentary) คล้ายรายการสอนทำอาหาร ที่จะทำการสอนทำการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ให้แก่เยาวชน และสอดแทรกความรู้ตลอดเรื่องราวต่างๆ ที่มีประโยชน์ อาทิ เรื่องราวของวัฒนธรรม, ความรู้รอบตัว เป็นต้น ทั้งนี้รายการมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และให้ความรู้แก่เยาวชน (Educational Programs)

2.1.3 ลักษณะของการผลิตรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์สามารถแบ่งโดยอาศัยลักษณะของวิธีการผลิตรายการออกเป็น 4 ลักษณะ (ดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2525 อ้างถึงใน ฤชงค์ แดงประเสริฐ, 2545, น. 13) ได้แก่

1. รายการสด (Live Program in Studio) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นในห้องส่งและออกอากาศพร้อมกันในพื้นที่ ทั้งนี้จะต้องมีการซ้อมการออกอากาศล่วงหน้า และมีการนัดหมายกันระหว่างผู้ผลิต ผู้กำกับรายการ และผู้ร่วมงานคนอื่นๆ เพื่อให้รายการที่เสนอออกไปเป็นไปอย่างราบรื่นไม่มีข้อผิดพลาด หรือถ้ามีก็จะต้องมีน้อยที่สุด รายการประเภทนี้จะต้องจัดทำขึ้นด้วยความระมัดระวัง เพราะถ้าเกิดอุปสรรคอันหนึ่งอันใดขึ้นในระหว่างที่รายการกำลังออกอากาศอยู่อาจจะแก้ไขไม่ทันท่วงที เป็นการลดคุณภาพของรายการลง

2. รายการสดนอกห้องส่ง (Outside Broadcast Program) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นนอกห้องส่งโดยใช้รถถ่ายทอดสด ซึ่งมีอุปกรณ์ครบครัน (Outside Broadcast Van) รายการประเภทนี้มักเป็นรายการพิเศษ เช่น การถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาชนิดพิเศษต่างๆ การถ่ายทอดพิธีสำคัญๆ ลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่ไม่สามารถจัดทำขึ้นในห้องส่งได้ และทางสถานีจะบริการถ่ายทอดสดให้ผู้ชมสามารถเปิดเครื่องรับชมที่บ้านของตนได้ทันท่วงที

3. รายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า (Videotape Recorded Program) มักเรียกกันทั่วไปว่า “รายการแห้ง” เพราะเป็นรายการที่จัดทำขึ้นล่วงหน้า โดยบันทึกรายการลงในเทปบันทึกภาพแล้วนำไปออกอากาศอีกครั้ง โดยหลักการการผลิตรายการแล้วถือได้ว่าเป็นวิธีการผลิตรายการที่ถูกต้อง เพราะสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดที่จะมีขึ้นในรายการได้ด้วยวิธีการบันทึกเทปและตัดต่อเทป จึงทำให้รายการมีคุณภาพและมาตรฐานสูงกว่ารายการสด (Live Program) แต่อย่างไรก็ดี การผลิตรายการด้วยวิธีนี้ต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง เพราะต้องทำล่วงหน้า ต้องใช้เทปบันทึกภาพและบางครั้งผู้ร่วมรายการอาจไม่ค่อยตั้งใจทำงานนัก เพราะถือว่าเป็นรายการบันทึกเทป แต่หากผิดพลาดก็สามารถแก้ไขบันทึกใหม่ได้

4. รายการภาพยนตร์ (Telecine) อาจจะเป็นภาพยนตร์ที่สั่งซื้อจากต่างประเทศเข้ามาฉาย หรือผลิตขึ้นเองภายในประเทศ หรือเป็นภาพยนตร์ที่ทางสถานีสนับสนุนผู้ผลิตให้ผลิตขึ้นมาเพื่อนำมาฉายทางโทรทัศน์รายการประเภทนี้นิยมทำกันมากพอสมควร

จากการศึกษาลักษณะของการผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า รายการทุกประเภท ล้วนมีลำดับขั้นในการผลิตรายการไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้ผลิตรายการต้องมีการวางแผนล่วงหน้าว่าต้องการผลิตรายการประเภทใด มีเนื้อหาสาระอย่างไร ต้องการที่จะสื่ออะไร และที่สำคัญคือ มี

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ เป็นการผลิตสินค้าในลักษณะพิเศษ กล่าวคือ เป็นการผลิตสินค้าเพื่อมวลชน (Mass Production) เนื่องจากตัวสินค้า หรือรายการตอบสนองบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนผู้ชมรายการ และตอบสนองความต้องการของสปอนเซอร์ หรือผู้อุปถัมภ์รายการ รวมถึงนโยบายของสถานีที่เป็นเจ้าของเวลาออกอากาศ ดังนั้น เนื้อหารายการที่เผยแพร่จึงต้องเปี่ยมไปด้วยรูปแบบลักษณะการนำเสนอที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มต่างๆ ซึ่งเรียกได้ว่ารายการโทรทัศน์เป็นสินค้าชนิดพิเศษ (Special Product)

บริษัทผู้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย ส่วนมากจะเป็นบริษัทเอกชนที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ (Independent Production House) โดยมีลักษณะในการผลิตอยู่ 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ การไปขอเช่าเวลาการออกอากาศจากสถานีโทรทัศน์ แล้วผลิตรายการออกอากาศรวมทั้งเป็นผู้ขายเวลาโฆษณาเอง หรือบริษัทที่ไม่สามารถขอเช่าเวลาออกอากาศได้ ก็จะได้รับเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการป้อนให้กับบริษัทเจ้าของเวลาอีกต่อหนึ่ง หรือบางกรณีก็อาจจะผลิตรายการป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ โดยสถานีโทรทัศน์เป็นผู้รับผิดชอบในด้านการขายโฆษณาก็ได้ (Hart, 1999, pp. 2-4 อ้างถึงใน ทวีทรัพย์กุลธร อุทัยไพศาลวงศ์, 2552, น. 6-8)

ในการศึกษาเรื่องของการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ผู้จัดทำโครงการจำเป็นต้องศึกษาถึงแนวคิดและกระบวนการของการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อให้ได้เข้าใจถึง กระบวนการต่างๆ และขั้นตอนในการดำเนินการ จะได้เป็นแนวทางในการวางแผนการทำงานและ วางโครงสร้างของการผลิตรายการในขั้นต่อไปได้เป็นอย่างดี ซึ่งการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นงานศิลปะแขนงหนึ่งที่ต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ประยุกต์เข้าด้วยกัน โดย Hart (1999, pp. 2-4) ได้สรุปหลักการของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การพัฒนา (Development)

ผู้ผลิตรายการมีความต้องการผลิตรายการโทรทัศน์ขึ้น จึงเริ่มหาแนวความคิดว่าเป็นรายการเกี่ยวกับอะไร ถ้าเป็นรายการเกี่ยวกับการศึกษาจะให้ประโยชน์อะไรเกี่ยวกับผู้ดูบ้าง ต้องใช้งบประมาณเท่าไร ใช้เวลาสร้างนานเท่าไร มีขั้นตอนการวางแผน ดังนี้

1.1 วิเคราะห์เนื้อหาของรายการ เป็นกระบวนการหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการทำว่ามีข้อเท็จจริงอย่างไร ข้อมูลที่ได้อาจเป็นงานวิจัย

1.2 วิเคราะห์ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ เพื่อให้รายการที่ผลิตบรรลุตามวัตถุประสงค์

1.3 กำหนดวัตถุประสงค์ คาดหมายผู้ชมเมื่อดูรายการโทรทัศน์แล้วได้รับความรู้ อะไร

1.4 การเขียนบท ผู้เขียนบทนำเนื้อหาเรื่องราวไปจัดทำเป็นบทโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.5 เตรียมงบประมาณ ผู้ผลิตรายการต้องจัดตั้งงบประมาณ ได้แก่ ค่าผู้กำกับรายการ ค่าเขียนบท ค่าผู้แสดง ค่าวิทยากร ค่าสถานที่และอุปกรณ์ถ่ายทำ

2. การเตรียมการผลิต (Pre-production)

เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากขั้นตอนแรก คือ ทีมงานทุกคนจะต้องนั่งประชุมกันเพื่อกำหนดหัวข้อเรื่อง ที่จะนำเสนอในรายการ ซึ่งผู้รับผิดชอบในแต่ละฝ่ายก็จะเสนอแนวความคิดของตนเองให้ที่ประชุมฟังและช่วยกันพิจารณา หากเห็นสมควรแก้ไขช่วยแนะนำกัน จนกระทั่งได้หัวข้อเรื่อง ตัวบุคคล และแนวทางในการนำเสนอเรื่อง จากนั้นก็จะมอบหมายแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย สายงานการผลิตรายการโทรทัศน์แบ่งออกเป็นดังนี้

2.1 ด้านข้อมูล มีหน้าที่เกี่ยวกับการหาข้อมูล เพื่อนำมาทำเป็นบทโทรทัศน์

2.2 ด้านการจัดหาสถานที่ มีหน้าที่ จัดหาสถานที่ในการถ่ายทำทั้งในร่ม และกลางแจ้ง

2.3 ด้านการประสานงาน มีหน้าที่ติดต่อประสานงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการ

3. การผลิต (Production)

เป็นการนำเอาทุกสิ่งทุกอย่างที่เตรียมไว้ล่วงหน้าแล้วทั้งหมดนั้นมาดำเนินการผลิตหรือถ่ายทำรายการ ซึ่งรูปแบบรายการทั้งหมดขึ้นอยู่กับผู้ผลิตว่าต้องการนำเสนออย่างไร ยกตัวอย่างเช่น ในการผลิตรายการธรรมะ อาจจะต้องออกไปถ่ายทำยัง สถานที่ปฏิบัติธรรมต่างๆ ซึ่งในการถ่ายทำรายการนั้น จะต้องมี ผู้กำกับรายการ กำหนดการทำงานและรูปแบบให้ออกมาตามจุดประสงค์ที่ต้องการนำเสนอมากที่สุด และผู้กำกับรายการเองก็ต้องใช้ศิลปะในการผลิตและควบคุมทีมงานฝ่ายต่างๆให้ดำเนินงานตามหน้าที่ของตนให้บรรลุตามเป้าหมายและรูปแบบที่ต้องการ

4. หลังการผลิต (Post-production)

รายการที่ถูกบันทึกไว้ในม้วนเทปวีดีทัศน์จะต้องนำไปตัดต่อเป็นรายการที่สมบูรณ์ เลือกส่วนที่ดีที่สุดมาประกอบเข้าด้วยกันด้วยเครื่องตัดต่อ ซึ่งในปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การตัดต่อเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังสามารถเพิ่มเติม ตัวอักษร ภาพหรือเทคนิคพิเศษเข้าไปได้ตามต้องการเพื่อให้ การนำเสนอมีความน่าสนใจและสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น และหลังจากที่ตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะต้องมีการประเมินผลรายการ ผู้กำกับรายการจะนำไปให้ผู้ผลิตรายการดู ว่าควรแก้ไขปรับปรุงเนื้อหา การดำเนินเรื่อง ภาพและเสียงหรือไม่ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้มากที่สุด หลังจากนั้นก็นำจัดส่งเพื่อนำไปออกอากาศต่อไป

5. การจัดเก็บ (Clearing up)

สำหรับขั้นตอนสุดท้าย จะเป็นการจัดเก็บซึ่งผู้ผลิตต้อง วางแผนว่าจะทำการจัดเก็บเทปมาสเตอร์ของรายการไว้จำนวนกี่ชุด และจัดเก็บที่ไหนอย่างไร ที่สำคัญต้องระมัดระวัง เรื่องของการเสียหายด้วย นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังต้องจัดเก็บเอกสารส่วนอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น เอกสารด้านการเงิน รายรับรายจ่ายต่างๆ หรือเอกสารหลักฐานในการทำงานไว้เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในอนาคตต่อไป

จากการศึกษากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า การผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน และต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการผลิตรายการ ทั้งยังต้องอาศัยปัจจัยอีกหลายสิ่งเพื่อนำไปสู่ขั้นตอนในการออกอากาศ ดังนั้น “โครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปีด้วยศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย” ครั้งนี้ จะได้นำเสนอเพียงขั้นของการพัฒนา (Development) เท่านั้น กล่าวคือ โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อหารูปแบบรายการที่เหมาะสม จากการวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์กลุ่มผู้ชม และจัดทำงบประมาณเสมือนจริงเท่านั้น

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานองค์การสื่อสารมวลชน

Mcquail (1994, pp. 190-191 อ้างถึงใน เตชิชษฐ์ ยุวดี, 2547, น. 14) กล่าวว่า โดยทั่วไปสื่อมวลชนจะถูกควบคุมโดยปัจจัยต่างๆ ของสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้น สื่อมวลชนจึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวของตัวเอง แต่ต้องดำเนินการอยู่ท่ามกลางแรง

ภาพที่ 2.1
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การสื่อสารมวลชน



ที่มา: ประยุกต์จากแนวคิดของ McQuail (1987) ใน Stephen W. (1999). *Littlejohn Theory of Human Communication*, p. 349.

จากข้อมูลจะพบว่าการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ต้องอาศัยปัจจัยหลายปัจจัย ทั้งที่สามารถควบคุมได้ เช่น เนื้อหา กฎหมาย เทคโนโลยีต่างๆ และที่ควบคุมไม่ได้เช่น ผู้ถือหุ้น และผู้โฆษณาที่ผู้ผลิตจะต้องศึกษาให้ละเอียดเพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดความเสี่ยงจากปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ การเลือกผลิตรายการโทรทัศน์ ให้กับสถานีโทรทัศน์ Thai PBS ครั้งนี้ ก็จะเป็นการลดปัจจัย ความเสี่ยงในด้านของผู้โฆษณาได้เป็นอย่างดี กล่าวคือสามารถผลิตรายการโทรทัศน์ที่เน้นเนื้อหาสาระเพื่อเยาวชนได้โดยปราศจากการครอบงำจากการค้าของผู้โฆษณาได้อย่างชัดเจน

2.2 สถานีโทรทัศน์ ทวีไทย (ThaiPBS)

2.2.1 การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ ทวีไทย (ThaiPBS)

ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 7 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพ และคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้านสมดุลง และเชื่อถือตรงต่อจรรยาบรรณ

2. ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิงที่มีสัดส่วน อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

3. ส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น ผ่านทางการให้บริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น

4. ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน

5. สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางทางการให้บริการขององค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ

6. สนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์อื่น

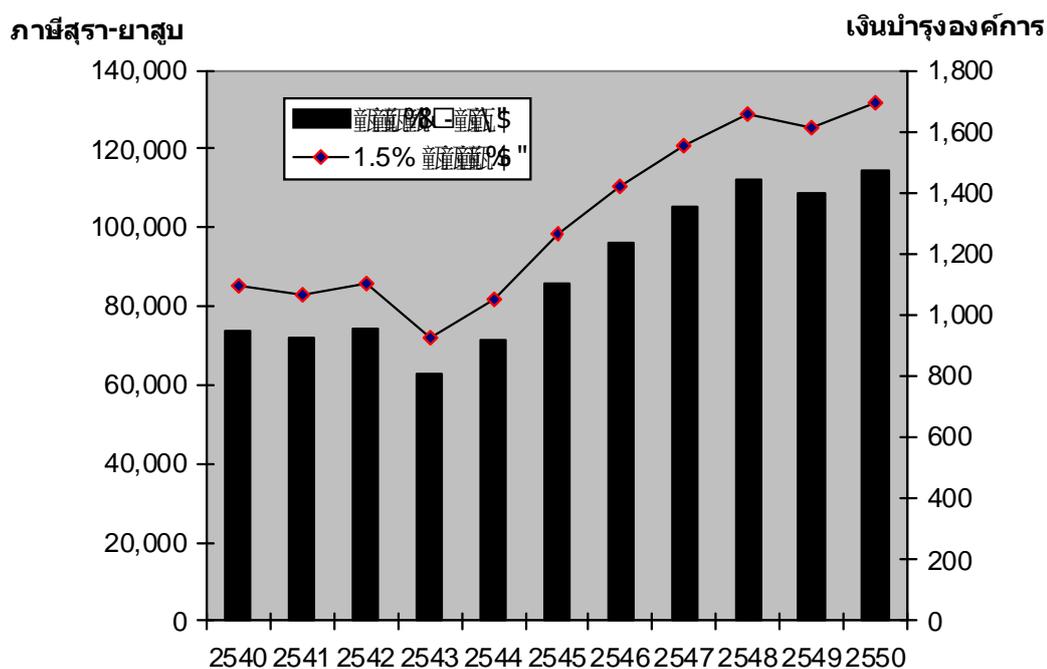
ทั้งนี้ เพื่อปกป้องอุดมการณ์ของความเป็นโทรทัศน์สาธารณะไว้ จึงมีการกำหนดที่มาของรายได้ของสถานีโทรทัศน์ ทวีไทยไว้อย่างรัดกุม เพื่อป้องกันผลประโยชน์ทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้น เช่น การห้ามโฆษณาทั้งทางตรงและแอบแฝงในรายการของทางสถานีโดยเด็ดขาด ซึ่งการออกกฎหมายตราพระราชบัญญัติก่อดังนี้ แม้จะมีเจตนาที่ดีเพียงใด แต่หากว่าผู้บริหารและทีมงานไม่มีจิตวิญญาณรับใช้สาธารณะ (Public Service Spirit) ภารกิจการสร้างสังคมคุณภาพนี้ก็ไม่มีทางสำเร็จลุล่วงลงได้

2.2.2 งบประมาณและรายได้สถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย (ThaiPBS)

- ทุนประเดิมจากรัฐบาล
 - เงินบำรุงองค์การจากรายได้ 1.5% ของภาษีสรรพสามิตสุรา-ยาสูบ (ภาษีบาป)
 - เงินสนับสนุนองค์การ (สามารถนำไปลดหย่อนภาษี)
 - รายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา
- (ห้ามโฆษณาทั้งทางตรงและแอบแฝง)

ภาพที่ 2.2

รายได้ที่มาจากภาษีสุรา-ยาสูบ (ภาษีบาป) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550



ที่มา: สถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย. (ม.ป.ป.). รายได้ที่มาจากภาษีสุรา-ยาสูบ (ภาษีบาป) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2550, จาก <http://www.thaipbs.or.th/AboutUs>

จากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในส่วนของกรหารรายได้-ลดต้นทุนของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทยด้วยช่องทางอื่นๆ ผู้จัดทำโครงการพบว่า แม้ในพระราชบัญญัติ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 จะมีการระบุไว้อย่างชัดเจน ถึงการห้ามหารายได้

นอกจากเงินสนับสนุนจากภาครัฐ และภาษีบาปแล้ว ทางสถานีก็มีสิทธิในการหารายได้เข้าสถานีจากช่องทางอื่นๆ ที่ไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติฯ เช่น การให้เช่าอิมมูบิลิตี้ในการถ่ายทำรายการของทางสถานี การจัดจำหน่ายรายการที่ออกอากาศไปแล้วในรูปแบบของสื่ออื่น เช่น VCD หรือ DVD เป็นต้น

2.2.3 คุณสมบัติของรายการของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย (ThaiPBS)

- ข่าวสารที่เที่ยงตรง รวดเร็ว และเป็นธรรมอย่างพอเพียงในเวลาเหมาะสม
 - รายการส่งเสริมการมีส่วนร่วมประชาชนในประเด็นสาธารณะบนพื้นฐานข้อมูล และมีสมดุลของความเห็น
 - รายการส่งเสริมการเรียนรู้ประชาชน เด็กและเยาวชนในเวลาเหมาะสม
 - รายการกีฬา และรายการส่งเสริมสุขภาพ
 - รายการส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และผู้ด้อยโอกาส
 - รายการบันเทิงที่สร้างสรรค์ ส่งเสริมคุณความดี และสุนทรีย์ภาพ
- จะเห็นได้ว่านโยบายของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทยนั้น ปราศจากการแสวงหาผลกำไรในรูปแบบต่างๆ จึงไม่ถูกจำกัดด้วยนโยบายด้านการตลาด ตลอดจนโฆษณา ผู้ให้การสนับสนุนเข้าช่วงเวลาออกอากาศ เพราะรายการของสถานีจะได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐโดยตรงในการผลิต ซึ่งมีความเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับเป็นช่องทางในการส่งเสริมพัฒนาสาระความรู้ไปยังเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย ด้วยข้อดีที่ยังคงอยู่ของความเป็นสื่อโทรทัศน์

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

2.3.1 ความหมายของความคิดสร้างสรรค์

นักจิตวิทยา และนักการศึกษาหลายคนได้ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

Torrance (1962) ให้ความหมายความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นกระบวนการของความรู้สึที่ไวต่อปัญหา หรือสิ่งที่บกพร่องขาดหายไป และไวต่อการแยกแยะ ไวต่อการค้นหาวิธีการแก้ปัญหา ไวต่อการเดาสุ่ม (สมมุติฐาน) ที่เกี่ยวกับข้อบกพร่อง ต่อจากนั้นก็ทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

Osborn (1963) ให้ความหมายความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นจินตนาการประยุกต์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ไม่ใช่เป็นจินตนาการที่ฟุ้งซ่านเลื่อนลอย

Guilford (1967) ให้ความหมาย ความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นความสามารถของสมอง ในการคิดได้หลายทิศทาง หรือเรียกว่า การคิดนอกเนกนัย

De Bono (1982) เสนอว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นความสามารถในการคิดนอกกรอบความคิดเดิมซึ่งปิดกั้นแนวคิดอยู่ ก่อให้เกิดแนวคิดอย่างอื่นที่แตกต่างสามารถนำมาพัฒนาเป็นแนวคิดที่แก้ปัญหาได้

Anderson (1970) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงความคิดใหม่ๆ โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ทั้งหมดที่ผ่านมาเพื่อสร้างรูปแบบใหม่ความคิดใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ และถือว่าทุกคนเกิดมาพร้อมศักยภาพทางการคิดสร้างสรรค์ซึ่งสามารถพัฒนาได้ทุกระดับอายุ ทุกเพศ ทุกอาชีพ ถ้าจัดประสบการณ์ให้เหมาะสม

Miles (1997) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นความสามารถที่มีมาแต่กำเนิด ซึ่งทุกคนสามารถพัฒนาและเป็นสิ่งจำเป็นต่อวิทยาศาสตร์ ธุรกิจ การปกครอง การศึกษา เช่นเดียวกับงานศิลปะ และประกอบด้วยความสามารถให้รายละเอียดในความคิดนั้นๆ ได้เป็นผู้มีความคิดคล่อง มีความยืดหยุ่น และไวต่อการค้นหาสิ่งใหม่ (อุดม หอมคำ, 2546, น. 13-15)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักคิดสมัยใหม่อีกหลายคน ได้ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์โดยส่วนใหญ่อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์จะเกี่ยวข้องกับความใหม่ (Novelty) และมีคุณค่า (Value) (Wallace and Gruber, 1996) ซึ่ง Matindale (1996) ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์คือ ความคิดที่เป็นหนึ่งเดียว เป็นทั้งการริเริ่ม และความพอใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ส่วน Lumsden (1989) กล่าวว่า เป็นความสามารถทางความคิดที่สามารถประยุกต์บางสิ่งบางอย่างขึ้นมาใหม่ และ Lubart (1995) กล่าวว่า ในมุมมองของชาวตะวันตก ความคิดสร้างสรรค์คือ ความสามารถในการสร้างผลที่มีความใหม่ และน่าชื่นชม ซึ่งทั้งหมดสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2.2

ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ในสองลักษณะ

<i>Author</i>	<i>Feature 1: Originality</i>	<i>Feature 2: Usefulness</i>
Gruber & Wallace	novelty	value
Martindale	original	appropriate
Landsmen	new	significant
Feet	novel	adaptive
Lobar	novel	appropriate
Borden	novel	valuable
Nickerson	novelty	utility

ที่มา: อุดม หอมคำ. (2546). ผลของระดับความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการฝึกการคิดนอกกรอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบเลี้ยงแนวคิดครอบงำและแบบสร้างแนวคิดที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์, สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, หน้า 15.

สำหรับประเทศไทย มีนักจิตวิทยา และนักการศึกษาได้ให้ความหมายความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้

สุจิต เพียรชอบ (2542) กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์ คือ ความคิดที่เป็นอิสระของตนเองในการสร้างสิ่งแปลกใหม่ต่างๆ ที่มีคุณค่าขึ้น รู้จักปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แยกแยะ สรปตีความสิ่งที่ได้พบเห็นได้รู้จัก แล้วสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ขึ้นมา นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการรู้จักคิดแก้ปัญหาได้หลายๆ วิธีการอีกด้วย

อารี พันธุ์ณี (2543) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการทางสมองที่คิดในลักษณะอเนกนัยอันนำไปสู่การคิดค้นพบสิ่งแปลกใหม่ด้วยการคิดดัดแปลง ปูรงแต่งจากความคิดเดิมที่ผสมผสานกันในเรื่องใหม่ ซึ่งรวมทั้งการประดิษฐ์คิดค้นพบสิ่งต่างๆ ตลอดจนวิธีคิดทฤษฎีหลักการได้สำเร็จ

จากความหมายข้างต้น จะเห็นว่า ความแปลกใหม่ (Novel) เป็นลักษณะที่นิยมกันในการให้ความหมาย นั่นคือ สิ่งที่เป็นคุณลักษณะที่แสดงว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์จะต้องมีความแปลกใหม่เป็นส่วนประกอบสำคัญ และจากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถสรุป

เมื่อประมวลความหมายและคำจำกัดความของความคิดสร้างสรรค์ แล้ว จะพบว่า มีหลากหลายและแตกต่างกันไป แต่ทั้งนี้ก็จะมีแนวคิดและคำจำกัดความร่วมกันอยู่ เช่น การก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า และสามารถนำไปปรับใช้แก้ปัญหาต่างๆ ได้ ดังนั้น การที่โครงการนี้สามารถเตรียมผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะส่งเสริมให้ผู้ชมสามารถเกิดการรับรู้ใหม่ๆ ขึ้นในชีวิต หรือสามารถคิดต่อยอดความรู้ ตลอดจนสิ่งต่างๆ ที่นำเสนอในรายการไปปรับใช้ได้อย่างเกิดประโยชน์ในชีวิตจริง ถือว่า “โครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปี ด้วยศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย” นี้ ประสบความสำเร็จและเป็นที่น่าพอใจตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.3.2 การส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เป็นการช่วยให้มนุษย์ได้มีโอกาสใช้ศักยภาพของตนเองในการพัฒนาสิ่งต่างๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ต่อตนเองและสังคม (วารุณี ดำรงค์ชัยนา, 2545, น. 29-30) การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ควรเริ่มจากการส่งเสริมภาวะทางสุขภาพจิตที่ดีเป็นพื้นฐานสำคัญ โดยเฉพาะเด็กย่อมต้องการสภาวะสุขภาพจิตที่ดีในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากครอบครัวจะมีอิทธิพลต่อเด็กแล้ว โรงเรียนก็มีบทบาทที่สำคัญ โดยเฉพาะการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เด็กพัฒนาความคิดสร้างสรรค์นั้น (Anderson, 1970) ได้แนวคิดในการจัดการเรียนการสอนว่าควรจัดโปรแกรมการศึกษาด้วยกฎเกณฑ์พื้นฐานดังนี้

1. จุดมุ่งหมายที่สำคัญของโรงเรียน คือ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
2. สอนให้เด็กรู้จักใช้กระบวนการแก้ปัญหา (Problem-Solving)
3. ครูควรปลูกฝังการคิดสร้างสรรค์
4. การสอนควรเป็นสิ่งพัฒนาการกระบวนการคิดแบบอเนกนัยเท่าๆ กับการคิดแบบเอกนัย
5. เน้นการเรียนรู้แบบปลายเปิด
6. จัดสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นเด็กให้เกิดการเรียนรู้
7. การสอนควรเน้นให้เกิดการคิดอย่างสร้างสรรค์และการคิดวิพากษ์วิจารณ์

8. ให้โอกาสเด็กในการแสดงความคิดใหม่ๆ
9. ไม่ควรเข้มงวดกับเด็กเกินไป
10. สร้างบรรยากาศประชาธิปไตยให้เกิดในห้องเรียน

2.3.3 ทฤษฎีการคิดนอกกรอบของเดอบอนโน (De Bono's Lateral Thinking)

De Bono (1982 อ้างถึงใน อุดม หอมคำ, 2546, น. 21-32) เป็นปรมาจารย์ด้านวิธีสอนการคิด และได้สร้างทฤษฎีเกี่ยวกับการคิดไว้หลายเรื่อง ทฤษฎีการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking) เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับค่านิยมจากหลายประเทศทั่วโลก และจากบริษัทชั้นนำหลายบริษัท โดยสามารถประมวลความรู้ โดยสรุปเป็นหัวข้อหลักๆ ได้ดังนี้

1. ความหมายเชิงเปรียบเทียบกับการชุดหลุม กล่าวคือ เราไม่สามารถชุดหลุมอีกหลุมหนึ่งในที่ใหม่ โดยการชุดต่อจากหลุมเดิมให้ลึกลงไปอีกได้
2. ความหมายเชิงเปรียบเทียบกับการคิด คือ การพยายามคิดเรื่องเดิมๆ ด้วยวิธีคิดแบบเดิมๆ อาจไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เราอาจจำเป็นต้องย้ายไปคิดนอกกรอบความคิดเดิม ด้วยวิธีการที่ใหม่กว่าเดิม
3. การคิดนอกกรอบ เป็นการเลี้ยวจากแนวคิดเดิมๆ และพิจารณาปรับเปลี่ยนเพื่อให้ได้แนวทางอื่นๆ อีก
4. การคิดนอกกรอบ เป็นวิธีการหาแบบแผนของข้อมูลใหม่ โดยการจัดเรียงข้อมูลเดิมในรูปแบบใหม่ และโดยการตัดความต่อเนื่องของโครงสร้างของข้อมูลเดิม เพื่อให้ได้แนวทางใหม่

การคิดนอกกรอบกับความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมาก กล่าวคือ ความคิดสร้างสรรค์มักเป็นเรื่องของผลที่เกิดขึ้น ในขณะที่การคิดนอกกรอบเป็นเรื่องของกระบวนการ โดยปกติคนเรามักพอใจในผลที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่ทุกคนสามารถฝึกที่จะเรียนรู้การใช้กระบวนการให้เป็นประโยชน์ได้เหมือนกัน ทางศาสตร์ศิลปะความคิดสร้างสรรค์จะถูกมองว่าเป็นเรื่องของพรสวรรค์ เป็นเรื่องของอัจฉริยะภาพเฉพาะบุคคลเท่านั้น เป็นสิ่งที่พิเศษที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งไม่เป็นประโยชน์ในแง่การพัฒนา ดังนั้นถ้าต้องการให้ตัวเองมีความคิดสร้างสรรค์ เราต้องกำจัดแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องของพรสวรรค์ออกไป แล้วมองว่ามันเป็นวิธีในการใช้จิตจัดการกับข้อมูลอย่างหนึ่งซึ่งก็คือวิธีการคิดนอกกรอบนั่นเอง

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปความหมายการคิดนอกกรอบได้ว่า หมายถึง กระบวนการคิดเพื่อให้ได้ความคิดที่หลากหลายและแปลกใหม่ โดยการปรับโครงสร้างของข้อมูลเดิมด้วยวิธีการเล็งแนวคิดเดิม และโดยการตัดความต่อเนื่องของการคิด โดยการกระตุ้นเพื่อสร้างแนวคิด

นอกจากนั้น เดอโบโน มีความเห็นว่า ความแตกต่างระหว่างการคิดในกรอบ และการคิดนอกกรอบ เกิดจากเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความคิดของมนุษย์ โดย De Bono (อ้างถึงใน อุดม หอมคำ, 2546, น. 21-32) ได้บัญญัติศัพท์และจำแนกการคิดออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่

1. การคิดในกรอบ (Vertical Thinking) เป็นการคิดเชิงตรรก (Logical Thinking) การคิดวิพากษ์วิจารณ์ (Critical Thinking) ระเบียบวิธีวิทยาศาสตร์ (Scientific Method)

2. การคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking) เป็นการคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่ครอบงำอยู่ทำให้เกิดแนวคิดใหม่หลายๆ อย่างขึ้น การคิดแบบนี้จะทำให้มนุษย์สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ต่างๆ ขึ้นมาได้

การคิดทั้ง 2 แบบต่างก็มีความสำคัญและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และสามารถอธิบายให้เห็นความแตกต่างดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3

ความแตกต่างระหว่างการคิดในกรอบและการคิดนอกกรอบ

การคิดในกรอบ (Vertical Thinking)	การคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking)
<ul style="list-style-type: none"> - คัดเลือกแต่สิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสม - เลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดูจะมีความหวังที่สุด และเมื่อพบวิธีนั้นแล้วก็จะไม่คิดหาวิธีอื่นๆ ต่อไป - จะหาวิธีทดลองเพื่อให้ได้คำตอบ - การเคลื่อนไหวทางความคิดจะเคลื่อนตามทิศทางเสมอ - คิดเป็นลำดับต่อเนื่องไม่สามารถกระโดดข้ามขั้นตอนได้ แต่ละขั้นตอนต้องดูเหมาะสมถูกต้อง - ถ้าเป็นการคิดในกรอบเราต้องใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเท่านั้น 	<ul style="list-style-type: none"> - คิดให้หลากหลายแนวทางโดยไม่ต้องคำนึงว่าถูกต้อง หรือเหมาะสมหรือไม่ - ยังคงสร้างทางเลือกต่างๆ ไว้หลายๆ ทางเลือกต่อไปเท่าที่จะสามารถทำได้ แม้ว่าจะพบแนวทางที่ดีที่สุดแล้วก็ตาม - จะหาวิธีทดลองเพื่อปรับปรุงแนวคิดของตน - การเคลื่อนไหวทางความคิด จะไม่เคลื่อนที่ไปตามทิศทางที่กำหนดไว้ แต่สามารถเคลื่อนที่ไปได้อย่างเรื่อยๆ หลายทิศทาง โดยไม่มีการกำหนดจุดหมายไว้ตายตัว - สามารถกระโดดข้ามขั้นตอนได้ และบางขั้นตอนไม่จำเป็นต้องถูกต้อง เพราะขั้นตอนที่ไม่ถูกต้อง จะเป็นตัวเชื่อมให้ได้สิ่งที่ดีในภายหลังได้ - การคิดนอกกรอบเราจงใจหาข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องมาใช้ในการคิดได้

ที่มา: ประยุกต์จากแนวคิดของ De Bono (1982) ใน อุดม หอมคำ. (2546). *ผลของระดับความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการฝึกการคิดนอกกรอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบเลี้ยงแนวคิดครอบงำและแบบสร้างแนวคิดที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5*. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์, สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, หน้า 21-32.

จากตารางสามารถสรุปได้ว่า การคิดนอกกรอบ เป็นวิธีการทำให้ตัวเองได้ความคิดใหม่ๆ โดยวิธีการพิจารณาสิ่งต่างๆ ในมุมมองที่ต่างไปจากเดิม โดยการหลีกเลี่ยงจากแนวคิดเดิมๆ และการกระตุ้นความคิดใหม่ๆ การได้มาซึ่งแนวคิดของการคิดนอกกรอบเราอาจทำผิดในบาง

De Bono (1982 อ้างถึงใน อุดม หอมคำ, 2546, น. 21-32) ไม่ถือว่ากระบวนการคิด ทั้ง 2 ลักษณะแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด แต่การคิดทั้ง 2 ลักษณะมีการสนับสนุนซึ่งกันและกัน ในการที่จะนำความคิดไปสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ มีกระบวนการคิดเป็น 2 ระยะเวลา การคิดระยะที่ 1 เป็น กระบวนการคิดนอกกรอบ เป็นการคิดให้เกิดแนวคิด และสร้างแนวคิดที่หลากหลาย สำหรับเป็น ทางเลือกของการแก้ปัญหา ส่วนการคิดที่ระยะที่ 2 เป็นกระบวนการคิดในกรอบ เมื่อใช้การคิด ระยะที่ 1 แล้วจะเกิดการสร้างแนวคิดที่หลากหลายสำหรับนำมาใช้แก้ปัญหา ดังนั้น การคิดระยะที่ 2 จะเป็นการทดสอบแนวคิดเหล่านั้นว่าแนวคิดใดเหมาะสมที่สุด แล้วพัฒนาให้สามารถนำไปใช้ แก้ปัญหาที่ต้องการได้

2.3.3.1 ธรรมชาติพื้นฐานของการคิดนอกกรอบ

1) การคิดนอกกรอบเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงแบบแผน แบบแผนหมายถึง การจัดเรียงข้อมูลบนพื้นผิวความจำของจิต แบบแผนเป็นลำดับของกิจกรรมทางประสาท ที่เกิดซ้ำ ได้ ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วแบบแผนเป็นได้ทั้ง ภาพ ความคิด แนวความคิด หรือแผนการที่สามารถ ทวนซ้ำได้ แบบแผนนี้อาจหมายถึงลำดับแผนการหรือแนวความคิดต่างๆ ที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ภายใน ช่วงเวลาหนึ่ง

การคิดนอกกรอบเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงแบบแผน กล่าวคือ การคิดนอก กรอบจะพยายามปรับปรุงโครงสร้างของแบบแผน โดยการนำสิ่งต่างๆ มาผสมกันในรูปแบบที่ต่างไป จากเดิม เช่น จัดเรียงข้อมูลใหม่ เพื่อจะได้ใช้ข้อมูลที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การจัดเรียงข้อมูล หมายถึง การปรับโครงสร้างของการรู้แจ้ง ซึ่งจุดประสงค์ของ การจัดเรียงใหม่ก็เพื่อค้นพบแบบแผนใหม่ที่มีประสิทธิผลมากกว่าและดีกว่าเดิม ความคิดที่ครั้ง หนึ่งเคยมีประโยชน์อย่างมากในอดีต อาจจะไม่ค่อยมีประโยชน์ในปัจจุบัน แต่ความคิดในปัจจุบัน ก็พัฒนามาจากความคิดเก่าๆ ที่ล้าสมัยไปแล้วนั่นเอง

เราอาจใช้เข็มหมุดยึดกับกระดาษ 2 ชั้นเข้าด้วยกันเหมือนที่คนทั่วไปทำ หรืออาจใช้เข็มหมุดลงจี้มีใครสักคนให้กระโดดตัวลอย การคิดนอกกรอบก็เช่นเดียวกัน เราจะไม่ดำเนินตามแนวทางในการพัฒนาแบบเดิมๆ หากแต่ทำให้เกิดความแตกต่าง โดยอาจใช้ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องหรือนำเอาข้อมูลที่ไม่ถูกต้องมาพัฒนาต่อแทนที่จะปล่อยให้ความคิดนั้นถูกทิ้งไป

2) การคิดนอกกรอบสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมในการจัดเก็บข้อมูลของจิต เนื่องจากระบบความจำแบบขยายตนเองของคนเรานั้นมีข้อจำกัด ระบบความจำดังกล่าวจะสร้างแบบแผนต่างๆ แล้วก็ทำให้แบบแผนเหล่านั้นคงอยู่อย่างถาวร ระบบนี้ไม่มีกลไกในการเปลี่ยนแปลงแบบแผนเพื่อที่จะทำให้แบบแผนมีความทันสมัย แต่ว่าการคิดนอกกรอบจะเข้ามาช่วยทำให้เกิดการปรับโครงสร้างของแบบแผนต่างๆ ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ความมีประสิทธิผลของการคิดนอกกรอบก็ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมในการจัดการกับข้อมูลของจิตนี้ด้วยเช่นกัน การคิดนอกกรอบจะใช้ข้อมูลในลักษณะของการกระตุ้น มันจะทำลายแบบแผนเก่าๆ เพื่อให้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นอิสระ และกระตุ้นให้เกิดการสร้างแบบแผนใหม่ๆ โดยการจัดเรียงข้อมูลในแบบที่ไม่น่าจะเป็นวิธีการเหล่านี้จะมีประโยชน์ก็ต่อเมื่อมันเกิดขึ้นภายในระบบความจำแบบขยายตนเองเท่านั้น เพราะระบบความจำนี้จะดึงข้อมูลต่างๆ เข้ามารวมกันเป็นแบบแผนใหม่อีกครั้ง ซึ่งหากไม่มีพฤติกรรมในการจัดการข้อมูลนี้แล้ว การคิดนอกกรอบก็จะเป็นสิ่งไร้ประโยชน์โดยสิ้นเชิง

3) การคิดนอกกรอบเป็นวิธีการสร้างความคิดใหม่ๆ แบบจงใจ หลายคนเข้าใจว่าความคิดใหม่ หมายถึง การประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ในรูปแบบของเครื่องยนต์กลไก เพราะมันเป็นรูปแบบของความคิดใหม่ที่เราเห็นเป็นรูปธรรมได้ชัดเจนที่สุด แต่ในความเป็นจริงแล้วความคิดใหม่นี้ยังรวมถึงวิธีการทำสิ่งต่างๆ รวมทั้งความคิดใหม่ๆ ด้วย เราต้องการความคิดใหม่ๆ เสมอไม่ว่าในเรื่องการทำโฆษณาหรืองานวิศวกรรม งานศิลปะ หรือการคำนวณ การทำอาหาร หรือการเล่นกีฬา เราสามารถใช้แนวคิดนอกจากการคิดในกรอบเป็นจุดเริ่มต้นได้

การจงใจที่จะสร้างความคิดใหม่ๆ นั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยากถ้าหากใช้วิธีคิดในกรอบตามที่เคยคิดกันมา ดังนั้นคนเราจึงมักรอแรงบันดาลใจในการคิด หรือรอโอกาสให้เกิดขึ้นเอง ทั้งที่จริงแล้วการคิดนอกกรอบสามารถสร้างแนวคิดใหม่ๆ โดยจงใจได้

2.3.3.2 เทคนิคการฝึกการคิดนอกกรอบ

เทคนิคการฝึกการคิดนอกกรอบมีหลายเทคนิค จากการศึกษาประมวลข้อมูลจากเอกสารชุดต่างๆ ของเดอบโน สามารถจัดกลุ่มเทคนิคการฝึกการคิดนอกกรอบที่เน้นวิธีการฝึกคิดเฉพาะรายบุคคล แตกต่างกันได้ 2 กลุ่ม โดยยึดตามเกณฑ์ที่เดอบโนอ้างถึง ดังนี้

1) กลุ่มวิธีการฝึกการคิดนอกกรอบที่ใช้เทคนิควิธีการเลี้ยงข้อมูลเดิม กลุ่มเทคนิคนี้จะพิจารณาและตรวจสอบข้อมูลเดิมที่มีอยู่ โดยพิจารณาว่ามีข้อมูลเดิมอะไรบ้างที่ครอบงำ หรือปิดกั้น ไม่ให้สามารถคิดแนวทางอื่นได้ จากนั้นเทคนิคกลุ่มนี้ก็จะช่วยให้สามารถเลี้ยงแนวคิดครอบงำได้ โดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของข้อมูลเดิมนั้นเอง เทคนิคเหล่านี้ได้แก่ เทคนิคการทำทายสมมติฐาน หรือ เทคนิคการถามทำไม เทคนิคการมองในมุมกลับ เป็นต้น

ตัวอย่างของเทคนิคต่างๆ ที่เป็นวิธีการเลี้ยงข้อมูลเดิม เช่น

1.1) เทคนิคการถามทำไม

เทคนิคการถามทำไม หมายถึง เทคนิคการใช้คำถามว่า ทำไม..? กับวิธีการแก้ปัญหาที่คิดได้ คำตอบที่ตอบจะถูกถามด้วยคำว่า ทำไม..? อีก สลับกันเช่นนี้ไปเรื่อยๆ จนคำถามและคำตอบวนซ้ำกันหรือไม่สามารถคิดคำถามคำตอบได้อีก จากนั้นเชื่อมโยงคำตอบที่คิดได้แต่ละคำตอบไปสู่ปัญหาที่ต้องการ เพื่อหาวิธีการคิดที่หลากหลาย

การถามว่า ทำไม..? เป็นเกมที่เปิดโอกาสให้เกิดการทำทายสมมติฐานเดิม โดยปกติคนเรามักจะสันนิษฐานกันไปเองว่า ความคิดเดิมๆ นั้นดีอยู่แล้ว ทำไมแนวคิดเดิมเหล่านี้ครอบหรือปิดกั้นความคิดไม่ให้เราคิดในทิศทางอื่นได้ เทคนิคการถามทำไม มีวัตถุประสงค์เพื่อล้วงเอาข้อมูลเดิมๆ ออกมาให้มากที่สุด โดยทำให้คนรู้สึกไม่พอใจกับคำตอบที่ได้รับ และพยายามถามคำถามเพื่อให้ได้คำตอบไปเรื่อยๆ และพยายามพิจารณาสิ่งต่างๆ ในมุมมองที่ต่างไปจากเดิม ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้เรามีโอกาสปรับโครงสร้างแบบแผนต่างๆ ได้มากขึ้น

นอกจากนี้ เทคนิคการถามทำไม จะคล้ายกับพฤติกรรมของเด็กที่ชอบถามว่า “ทำไม” ตลอดเวลา แต่ข้อแตกต่างก็คือ “ทำไม” ของเด็กจะถามเมื่อไม่รู้คำตอบ ในขณะที่เทคนิคการถามทำไม ในที่นี้จะใช้ถามเมื่อผู้ถามรู้คำตอบแล้ว ส่วนคำตอบที่ได้ก็มักจะเป็นการอธิบายสิ่งที่ไม่คุ้นเคยด้วยคำที่เราคุ้นเคยพอที่จะทำให้เรายอมรับในคำอธิบายนั้น

1.2) วิธีการใช้เทคนิคการถามทำไม

สมมุติมีปัญหาว่าจะออกแบบรถยนต์แบบใหม่ให้เป็นแบบไหนได้บ้าง เราสามารถใช้เทคนิคการถามทำไม ดังนี้

1.2.1) เริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามว่า “ทำไม...” กับรูปแบบเดิมๆ ของรถยนต์ เช่น “ทำไมล้อถึงกลม” เป็นต้น อาจเริ่มต้นถามทำไม กับลักษณะอื่นๆ ของรถยนต์ ก็ได้ จากนั้นตอบคำถามคำตอบอาจมีได้หลายคำตอบจากคำถามเดียวกัน เสร็จแล้วตั้งคำถามทำไมกับคำตอบที่ตอบไปแล้ว เช่นนี้ไปเรื่อยๆ จนไม่สามารถคิดคำถามหรือคำตอบต่อไปได้อีก หรือคำถามและคำตอบวนมาที่เดิม เช่น

- ทำไมล้อถึงกลม ? คำตอบ: เพื่อให้มันวิ่งได้เร็ว
- ทำไมต้องให้มันวิ่งได้เร็ว ? คำตอบ: เพื่อให้ถึงจุดหมายเร็ว
- ทำไมต้องให้ถึงจุดหมายเร็วๆ คำตอบ: เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาทำงาน ฯลฯ

1.2.2) จากคำตอบแต่ละคำตอบที่คิดออกมาได้ จะเป็นช่องทางให้สามารถคิดวิธีการแบบใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิมได้หลายๆ ทิศทาง เช่น

- คำตอบ: เพื่อให้มันวิ่งได้เร็ว จะได้วิธีการออกแบบรถยนต์ว่าติดเครื่องยนต์เทอร์โบ 2 เครื่อง หรือ ให้เสือดาวช่วยดึง ฯลฯ

- คำตอบ: เพื่อให้ถึงจุดหมายได้เร็ว จะได้วิธีการออกแบบรถยนต์ว่าให้มันค้นหาทิศทางเองได้ หรือ ให้มันสามารถหาทางลัดได้ ฯลฯ

- คำตอบ: เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาทำงาน จะได้วิธีการออกแบบรถยนต์ว่ามีที่ทำงาน บนรถ ฯลฯ

1.3) เทคนิคการมองในมุมกลับ

เทคนิคการมองในมุมกลับ หมายถึง เทคนิคการนำปัญหาหรือสถานการณ์มาคิดใหม่โดยมองในทางกลับกันหรือตรงกันข้าม ทันทีที่พลิกกลับก็จะทำให้เห็นทิศทางใหม่ซึ่งแตกต่างๆ จากแบบเดิมๆ ที่คุ้นเคย และสามารถพัฒนาแนวคิดที่หลากหลายต่อไปได้

ไม่ว่าปัญหาหรือสถานการณ์เดิมๆ เคยกำหนดไว้อย่างไร ทิศทางตรงกันข้ามก็จะถูกกำหนดตามไปด้วย เมื่อไรที่มีการกระทำเกิดขึ้นก็จะมีปฏิกิริยาย้อนกลับด้วยเสมอ ในการพลิกกลับ เราพิจารณาสิ่งต่างๆ ตามที่มองเห็นก่อนจากนั้นจึงพลิกกลับไปดูลักษณะที่ตรงกันข้ามแล้วเราก็จะเห็นสภาพที่เป็นจริง มันจึงเป็นการจัดข้อมูลในแบบที่ทำหายแบบเดิมๆ เหมือนกับการทำให้น้ำไหลขึ้นภูเขาแทนที่จะให้น้ำไหลลงจากเขา เป็นต้น

การมองในมุมกลับบางครั้งก็นำไปสู่มุมมองที่ผิดๆ แต่วัตถุประสงค์ของการมองไปมุมกลับเพื่อ

- หลีกหนีจากมุมมองเดิมๆ โดยไม่สนใจว่ามุมมองนั้นจะดูสมเหตุสมผลหรือไม่เพราะทันทีที่เราหลุดจากมุมมองเดิม การเคลื่อนที่ไปยังทิศทางใหม่ก็เป็นสิ่งง่ายขึ้น

- ทำให้เกิดการจัดเรียงข้อมูลแบบใหม่ได้ หลังจากพลิกกลับมุมมองเดิม

- เอาชนะความกลัวว่าจะทำอะไรผิด ความกลัวที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่มี

เหตุผล

วิธีการใช้เทคนิคการมองในมุมมองกลับ เช่น สมมติมีปัญหว่า แกะฝู่งหนึ่งยื่น กีดขวางทางรถยนต์ในตรอกแคบๆ แห่งหนึ่งคนขับรถตะโกนบอกคนเลี้ยงแกะให้รีบด้อนแกะไปให้พ้นทาง หากเป็นคนเลี้ยงแกะสามารถใช้เทคนิคการมองในมุมมองกลับช่วยแก้ปัญหาดังนี้

- พิจารณาปัญหาว่า ปัญหานี้มีสาเหตุจากอะไร และจะทำอย่างไรต่อไป หรือคิดว่าจะเกิดอะไรขึ้นต่อไป เช่น แกะยื่นเรียงขวางถนน ด้อนแกะเดินไปข้างหน้าเรื่อยๆ คนขับรถต้องขับรถชนแกะ

- พลิกกลับหรือมองในมุมมองกลับของปัญหาหรือสถานการณ์ที่คิดได้จากวิธีการเดิม เช่น แกะยื่นเรียงขวางถนน เมื่อมองในมุมมองกลับ: แกะยื่นแถวตอกลักด้อนแกะเดินไปข้างหน้าเรื่อยๆ เมื่อมองในมุมมองกลับ: ด้อนแกะกลับมาข้างหลัง คนขับรถต้องขับรถชนแกะ เมื่อมองในมุมมองกลับ: แกะขึ้นไปนั่งขับรถ

- การมองในมุมมองกลับสามารถทำให้ได้วิธีการแก้ปัญหาแบบใหม่ แล้วการพลิกกลับยังสามารถเชื่อมโยงให้เห็นแนวทางอื่นๆ ในการแก้ปัญหาได้อีก เช่น แกะยื่นแถวตอกลักได้วิธีการคือ ชูดูโมเมนต์ทำให้คนขับ ขับรถลอดผ่านไปด้อนแกะกลับมาข้างหลัง ได้วิธีการคือ ให้แกะเดินย้อนกลับไปช่องข้างๆ รถที่ละตัว แกะขึ้นไปนั่งขับรถ ได้วิธีการคือ เอาแกะขึ้นรถบางส่วนพอให้มีทางไปได้

2) กลุ่มวิธีการฝึกการคิดนอกกรอบที่ใช้เทคนิควิธีการสร้างแนวคิดใหม่ๆ กลุ่มนี้จะมีวิธีการฝึกการคิดนอกกรอบที่ใช้เทคนิควิธีการสร้างแนวคิดใหม่ๆ เลยมมากกว่าจะวิเคราะห์สิ่งเก่าๆ โดยการพิจารณา สิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเดิมเพื่อมากระตุ้นให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ เทคนิคเหล่านี้ได้แก่ เทคนิคการสุ่มคำ เทคนิคการเปรียบเทียบ เป็นต้น

ตัวอย่างของเทคนิคต่างๆที่ใช้เทคนิควิธีการสร้างแนวคิดใหม่ๆ เช่น

2.1) เทคนิคการสุ่มคำ

เทคนิคการสุ่มคำ หมายถึง เทคนิคการกระตุ้นสุ่มแบบหนึ่งโดยการนำคำที่สุ่มได้จากพจนานุกรมเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแนวคิด จากการหาคำตอบหรือประโยคที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับคำที่สุ่มได้เป็นตัวเชื่อมเพื่อโยงไปสู่แนวคิดต่างๆ ที่ใช้ในการแก้ปัญหา

การกระตุ้นสุ่ม โดยเทคนิคการสุ่มคำ เป็นเทคนิคที่แตกต่างจากการคิดในกรอบอย่างแท้จริง เนื่องจากการคิดนอกกรอบโดยการกระตุ้นสุ่มเราจะไม่มัวเสียเวลาคัดเลือกว่าสิ่งไหนเกี่ยวข้องกับสิ่งไหนไม่เกี่ยวข้อง แต่เราจะใช้ข้อมูลทุกอย่างที่มีอยู่เท่าไร มันก็อาจมีประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ระบบหน่วยความจำที่ขยายหน่วยความจำได้เองของจิต คือสิ่งที่ทำให้การกระตุ้นสุ่มมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ บัจจุบันนำเข้าใดๆ สองอย่างจะไม่สามารถแยกกันอยู่ได้แม้ว่าพวกมันจะไม่

2.2) วิธีการกระตุ้นโดยเทคนิคการสุ่มคำจากพจนานุกรม

สมมุติมีปัญหาที่ต้องแก้ คือ การขาดแคลนที่อยู่อาศัย เราสามารถใช้เทคนิควิธีการสุ่มคำจากพจนานุกรมดังนี้

- สุ่มคำจากพจนานุกรม การสุ่มมีหลายวิธี เช่น อาจใช้ตารางเลขสุ่มเพื่อสุ่มเลือกหน้าทีในพจนานุกรม และเราก็อาจใช้ตัวเลขจากตารางเดียวกันเพื่อหาตำแหน่งของคำในหน้านั้นด้วยก็ได้โดยนับจากคำศัพท์แรกของหน้าไปที่ละคำหรืออาจใช้วิธีกำหนดกลุ่มคำมาจำนวนหนึ่งประมาณ 20 คำ แล้วสุ่มจากหมายเลข 1-20 จนเจอคำที่ถูกต้องเพราะมันเป็นการเลือกไม่ใช่การสุ่ม

- นำคำที่สุ่มได้มากระจายคำหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

- นำแนวคิดจากคำที่สุ่มได้และคำเกี่ยวข้องมาเชื่อมโยงกับปัญหา

แนวคิดเหล่านี้บ้างก็มีประโยชน์ บ้างก็ดูไม่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ดี คำที่ได้จากการกระตุ้นสุ่มช่วยให้เกิดความคิดที่แตกต่าง แต่สิ่งที่สำคัญในการกระตุ้นสุ่มคือไม่มีคำใดที่ถูกต้องใช้ได้กับทุกสถานการณ์ เพราะบางทีเราก็อาจใช้คำนั้นมาเล่นพลิกแพลง เช่น สะกดเพี้ยนไปจากคำเดิมเล็กน้อย ทั้งนี้ขอให้ตระหนักไว้ว่าเราใช้คำสุ่มเพื่อสร้างแนวคิดใหม่ๆ ไม่ใช่เพื่อพิสูจน์สิ่งใดผิดถูก

2.3) เทคนิคการเปรียบเทียบ

เทคนิคการเปรียบเทียบ หมายถึง เทคนิคที่มีการนำเรื่องหรือสถานการณ์ ที่คนส่วนใหญ่รู้จัก ไปเปรียบเทียบกับบางสิ่งบางอย่าง และสามารถเชื่อมโยงหาวิธีการแก้ปัญหาที่หลากหลายได้

เทคนิคการเปรียบเทียบเป็นอีกเทคนิคหนึ่ง ที่จะช่วยให้เกิดการเคลื่อนไหวของความคิด ประเด็นสำคัญของเทคนิคการเปรียบเทียบ คือ มันทิวิตชีวา ที่สามารถแสดงออกมาให้เห็นได้ในเชิงวัตถุ เราสามารถนำกระบวนการต่างๆ ของสถานการณ์ไปสัมพันธ์กับสถานการณ์หลายๆ สถานการณ์อีก

วิธีการกระตุ้นโดยเทคนิคการเปรียบเทียบกับสถานการณ์ เช่น สมมุติว่าปัญหา คือ เราจะหาเส้นทางในขณะที่มีหมอกลมมองไม่เห็นทางเลยได้อย่างไร เราสามารถใช้เทคนิค วิธีการเปรียบเทียบกับสถานการณ์ ดังนี้

- เลือกเรื่องหรือสถานการณ์ที่จะใช้ในการเปรียบเทียบ เนื่องจากมันกระตุ้นทำให้เรื่องมันเกี่ยวข้องกับปัญหา การเลือกเรื่องควรอาจเป็นผู้กำหนดให้ตามความเหมาะสมของเด็ก ตัวอย่างสถานการณ์ เช่น การต้มไข่

- พิจารณาสถานการณ์การต้มไข่ว่ามีกระบวนการการต้มไข่จะสัมพันธ์กับสถานการณ์ใดได้อีก อาจพิจารณาสถานการณ์ในลักษณะที่เกินจริงก็ได้ เช่น

การต้มไข่ : ล้างไข่ให้สะอาด - ต้มในหม้อน้ำเดือด 10 นาที

: ไข่สุกเป็นยางมะตูม

การต้มไข่ : เกิดก๊าซไข่เน่า

: แม่ไก่กระโดดลงไปฟักไข่ในหม้อ

: ขณะต้มไข่ระเบิด

- เชื่อมโยงสถานการณ์ต่างๆ กับปัญหา เพื่อหาวิธีการตามโจทย์ต้องการ เช่น

ล้างไข่ให้สะอาด : ใช้ลมเป่าหมอกควันให้หายไป

ต้มในหม้อน้ำเดือด : ใช้ความร้อนละลายหมอกให้หายไป

ก๊าซไข่เน่า : ฉีดก๊าซละลายหมอก

อย่างไรก็ดีเทคนิคการคิดทั้ง 2 กลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันอย่างชัดเจน แต่เทคนิคการคิดของทั้ง 2 กลุ่มต่างก็เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง

เมื่อเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ตามทฤษฎีเดอบโนกับกลุ่มทฤษฎีการคิด อเนกนัยเห็นว่า การคิดนอกกรอบและความคิดสร้างสรรค์ เป็นการสร้างแนวคิดที่หลากหลายเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางเลือกในการแก้ปัญหาเหมือนกัน แต่สิ่งที่แตกต่างกันคือ ทฤษฎีเดอบโนเน้นให้ตระหนักถึงแบบแผนของการคิดของเราที่ถูกเก็บอยู่ในระบบความจำที่ค่อนข้างจะเป็นแบบแผนตายตัว วิธีการดังกล่าวก็คือ เทคนิคการคิดนอกกรอบนั่นเอง

การฝึกการคิดนอกกรอบแบบเลี้ยงจากแนวคิดครอบงำ วิธีการแรกสร้างแนวคิดจากการใช้แนวคิดเดิมที่ครอบงำ หรือปิดกั้นแนวคิดอยู่ เป็นตัวเราหรือตัวนำไปสู่แนวคิดใหม่ ส่วนวิธีการที่สองใช้สิ่งเร้าจากภายนอก เช่น คำที่สุ่มได้ เป็นตัวเราให้เกิดแนวคิดใหม่ โดยทั้งสองวิธีสามารถสร้างแนวคิดให้เกิดขึ้นได้ จากการเก็บข้อมูลของเดอบโน ได้อธิบายว่า โดยปกติคนที่มีความคิดครอบงำน้อย จะมีอัตราส่วนการแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้มากกว่าคนที่มีความคิด

เทคนิคต่างๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นตัวอย่งที่ดีของทฤษฎีการคิดนอกรอบเพื่อจะนำไปปรับใช้เป็นแนวทางใน “โครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปีด้วยศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย”

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสังคม และจิตวิทยา

2.4.1 ความสนใจ ความชอบ และความแตกต่างของสิ่งกระตุ้นต่อเด็ก

Valkenburg (2004) อธิบายถึงความสนใจ ความชอบ และความแตกต่างของสิ่งกระตุ้นต่อเด็กแต่ละวัยไว้ ดังนี้

1. วัยทารก และเด็กเล็ก (0-2 ปี)

เด็กวัยนี้จะชอบสีสดใส เสียงเพลง และการเคลื่อนไหวของวัตถุ ทารกวัยตั้งแต่ 4-5 เดือน นั้นเริ่มมีความสนใจรายการโทรทัศน์ การสนใจของเด็กวัยนี้เป็นการสนใจในภาพที่โดดเด่นสะดุดตา เสียงที่มีลักษณะเฉพาะในช่วงเวลาสั้นๆ แต่ไม่มีสัญญาณใดๆ บ่งบอกว่าเด็กวัยนี้เข้าใจในเนื้อหาสิ่งที่ดู

2. เด็กวัยก่อนเข้าโรงเรียน (2-5 ปี)

เด็กวัยนี้มีความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วขึ้น มีการแสดงออกถึงความสนใจในรายการโทรทัศน์ รู้ว่าตนชอบหรือไม่ชอบในเนื้อหารายการ มีการตั้งคำถามเพื่อให้เข้าใจในเนื้อหา รายการ รับรู้คำศัพท์จำกัด เด็กวัยนี้เริ่มมีพฤติกรรมเลียนแบบ ร้องเพลง พูดยุติกรรม คำซ้ำๆ ตามแบบรายการโทรทัศน์ที่ตนดู และเนื่องจากเด็กวัยนี้มีความรู้และประสบการณ์ในชีวิตไม่มาก จึงไม่เข้าใจในเนื้อหาที่ซับซ้อน ดังนั้น เด็กวัยนี้จึงชอบดูรายการที่มีการดำเนินรายการแบบช้าๆ เปลี่ยนฉากช้าๆ (Slow-Paced Program) ชอบดูซ้ำๆ หลายๆ รอบ ตัวอย่างรายการที่เป็นแบบ Slow-Paced Program คือ Teletubbies อีกทั้งรายการต้องมึลักษณะที่แสดงออกถึงท่าทางและเสียงที่เต็มไปด้วยอารมณ์ขัน เช่น แฝงด้วยความประหลาดใจ ท่าทางที่เหมือนตัวตลก และต้องสื่อให้เด็กดูแล้วเข้าใจด้วย คำพูด สิ่งของ และสัตว์ที่เด็กคุ้นเคย

3. วัยประถมตอนต้น (5-8 ปี)

เด็กวัยนี้สามารถแยกแยะระหว่างจินตนาการ (Fantasy) กับความเป็นจริง (Reality) แต่ไม่อาจแยกแยะบางอย่างที่ดูเหมือนจริงมากในโทรทัศน์ว่าไม่จริง เด็กวัยนี้สามารถทำกิจกรรม หรือ เล่นเกมคอมพิวเตอร์ได้ไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง (Andrewson et al., 1986; Ruff and Lawson, 1990) และเด็กวัยนี้ชอบแก่นของเรื่อง รายการที่มีลักษณะผจญภัย เช่น สถานที่ต่างประเทศ หรือ นอกระอวกาศ ที่มีการดำเนินเรื่องที่เร็วขึ้น (Fast-Paced Program) ซับซ้อนขึ้น อีกทั้งยังชื่นชอบเหล่ายอดมนุษย์ (Superheroes) เพราะสามารถข้ามเขตความสามารถที่จำกัดของตนเองได้

4. วัยประถมตอนปลาย (8-12 ปี)

เด็กวัยนี้จะมีความเคลือบแคลงสงสัยมากขึ้นในการรับชมรายการโทรทัศน์ จะเริ่มเบื่อหน่ายในรายการโทรทัศน์ที่ไม่มีคุณภาพ หรือ มีการนำเสนอซ้ำๆ ไม่ประทับใจในเอฟเฟกต์ (Effect) หรือรูปแบบรายการที่เป็นความนึกฝัน (Fantasy) รูปแบบเดิมๆ อีกต่อไป เริ่มสะสมของที่เป็นวัตถุมากขึ้น เช่น ตุ๊กตา รูปภาพของยอดมนุษย์ เริ่มมีความสนใจชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ เช่น นักแสดง นักกีฬาที่โด่งดัง เริ่มมีความสนใจในปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Mielke, 1983) อีกทั้งยังมีความสามารถในการรับรู้ และเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่นมากขึ้น สามารถมองเห็นโลกผ่านมุมมองของผู้อื่นได้ (Favell et al., 1993) และมีความสนใจในอำนาจของผู้ใหญ่ผ่านทางสิ่งบันเทิง เช่น เริ่มมีความสนใจในอาชีพ ครู, ตำรวจ เป็นต้น (Davies et al., 2000; Kellner, 1998)

2.4.2 ทฤษฎีการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร (Selective Exposure)

การเลือกเปิดรับข่าวสาร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่ง ที่กำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารการเลือกเปิดรับข่าวสารจึงเป็นกระบวนการซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters)

พีระ จิรโสภณ (2537, น. 9 อ้างถึงใน สุภวรรณ แยมเวช, 2549, น. 9) กล่าวว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นๆ ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ตามสภาพแวดล้อม ความต้องการ หรือความสนใจของแต่ละบุคคลโดยผ่านกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ข่าวสารของมนุษย์เราซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ภาพที่ 2.3
กระบวนการเปิดรับข่าว



ที่มา: พีระ จิระโสภณ (2537, น. 9 อ้างถึงใน สุภวรรณ แย้มเวช, 2549, น. 9)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด โดยมักจะเลือกรับความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ดังนั้นเพื่อการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตน

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Interpretation) เมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็จะเลือกตีความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ตามความเชื่อความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือตามสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ เท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมของผู้รับข่าวสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ตามปกติคนเราจะรับข่าวสารมากมายในแต่ละวัน ข่าวสารบางเรื่องรับรู้้อย่างผ่านไป เรื่องใดที่คนเราเห็นว่าตรงกับความสนใจก็จะตั้งใจรับข่าวสารนั้น เช่น เมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ ก็เชื่อว่าสนใจทุกข่าวสาร แต่จะมีการเลือกให้ความสนใจตามความต้องการ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหา หรือสนองความต้องการของตน

การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) จากแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ กระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งก็เชื่อว่าข่าวสารจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาของของผู้ส่งสารทั้งหมด เพราะผู้รับสารเลือกที่จะรับรู้ ตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

นอกจากนี้ สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) สภาวะ (Context) ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกในการสื่อสารด้วย

McComb and Becker (1979, pp. 51-52 อ้างถึงใน สุภวรรณ แยมเวช, 2549, น. 11) ให้ความเห็นว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 5 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความ เป็นไปได้ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในรอบตัวและสังคม

5. ต้องการเสริมสร้างความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไป แล้ว (Reinforcement)

Schramm (1973, pp. 121-122 อ้างถึงใน เพชร เพ็ชรสวัสดิ์, 2548, น. 20) ได้ กล่าวถึง องค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ว่า มีดังนี้

5.1 ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคย เห็นแตกต่างกัน

5.2 การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหา ข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร จึง ช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกด้วย จึงก่อให้เกิด การพัฒนาและปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบแสวงหาข่าวสาร

5.3 ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน โดยธรรมชาติ ของมนุษย์มักจะสนใจในสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่าง หรือ เปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราว ต่าง

5.4 การศึกษาและสภาพแวดล้อม เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน ที่ก่อให้เกิด ประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการ เลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร

5.5 ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ มีส่วน สัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ ประสาทสัมผัสทุก อย่างทำงานได้ตามปกติ และอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย และประสาทสัมผัส

5.6 บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้ำหนักจิตใจและ พฤติกรรมของผู้รับสาร

5.7 สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

5.8 ทศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีต่อผู้รับสาร

ผู้จัดทำโครงการได้นำทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารมาศึกษาเพื่อต้องการทราบถึง พฤติกรรมการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย(เยาวชนอายุ 5-7 ปี) ว่ามีปัจจัยใดบ้างในทางทฤษฎีที่อาจ ส่งผลต่อ“โครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปีด้วย ศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย” ครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ต่อไป

2.4.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) (ชวนะ ภวภานันท์, 2527, น. 20 อ้างถึงใน สุภวรรณ แยมเวช 2549, น. 14) เป็นคำที่มีรากกำเนิดมาจากภาษาลาตินว่า “Aptus” ซึ่งแปลว่าโน้มเอียงและ เหมาะสม และเมื่อนำมาใช้ในความหมายคำว่า “Attitude” หมายถึง สภาพความคิดและจิตใจของ บุคคล

นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้ มากมาย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

Asch (1952, p. 585 อ้างถึงใน ภัทรียา ปริชามารถ, 2542, น. 29) ให้ความหมาย ของคำว่า “ทัศนคติ” หมายถึง รูปแบบความคิดของบุคคลที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ในอดีต

Mayshark and Richardson (p. 76 อ้างถึงใน ภัทรียา ปริชามารถ, 2542, น. 29) ให้ คำนิยามว่า “ทัศนคติ” เป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพ ของพฤติกรรม หรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวก หรือทางลบ ต่อสถานที่ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายใน วัดได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจมีการ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และจะแสดงออกทางกายภาพ

Krech and Crutchfield (1948 อ้างถึงใน ปัทมศรี ทิพย์โกศย์, 2543, น. 18) ได้เปรียบเทียบ ระหว่างทัศนคติและความเชื่อไว้ว่าทุกๆ ทัศนคติเกิดจากการรวมตัวของความเชื่อ แต่ทุกๆ ความ เชื่อไม่จำเป็นต้องมีส่วนอยู่ในทัศนคติ ทัศนคติสามารถระบุได้ว่า “สนับสนุน” หรือ “ต่อต้าน” ในขณะที่ความเชื่อถูกรับรู้ว่าเป็นกลาง”

เมื่อสรุปความหมายต่างๆ ของ “ทัศนคติ” จากนักวิชาการแต่ละคนแล้ว พบว่ามีหลายลักษณะด้วยกัน แต่สามารถสรุปความหมายของทัศนคติว่า “ทัศนคติ” (อิศราวดี ชำนาญกิจ, 2542, น. 30) ได้ว่า เป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์อื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็น นามธรรม (Abstract) เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านการปฏิบัติ แต่ทัศนคติไม่ใช่แรงจูงใจ (Motive) และแรงขับ หากแต่เป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะได้ตอบ (State of Readiness) แสดงให้ทราบถึงแนวทางของการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งเร้า

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

อรทัย รุจิราธร (2541) กล่าวถึงพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยที่เป็นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยแบ่งได้เป็น 3 ช่วงได้แก่ ช่วงบุกเบิก, ช่วงเติบโต และช่วงตกต่ำ โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนคือปัจจัยทางด้านเทคนิค เทคโนโลยี และความมีใจรักของผู้ผลิต ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญคือข้อจำกัดทางด้านงบประมาณในการผลิตรายการและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสม , การที่ผู้ชมยึดติดสารคดีแบบเดิมๆ ทำให้ขาดความสนใจในการติดตามชม รวมทั้งมีมุมมองการนำเสนอที่หยุดนิ่ง ทั้งนี้รายการสารคดีโทรทัศน์ไทย มีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพื่อความอยู่รอดมากขึ้น โดยแปรผันตามภาวะเศรษฐกิจและกระแสความนิยมของผู้ชม สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหานี้จะต้องอาศัยการสนับสนุนจากรัฐบาล , ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานี , การเพิ่มขีดความสามารถของความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอของผู้ผลิต และการให้โอกาสแก่รายการสารคดีคุณภาพของผู้สนับสนุนรายการ การร่วมมือกันในแง่ของการลงทุนและการผลิตขององค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระหว่างประเทศ

สมเกียรติ เหลืองศักดิ์ชัย (2540) สรุปผลการวิจัยให้เห็นถึงบทบาทของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการผลิต ซึ่งประกอบไปด้วย บทบาทการจัดการ, บทบาทของผู้สร้างสรรค์สื่อ, บทบาทของผู้ช่วยเหลือสนับสนุนทางการสื่อสาร และบทบาทของเจ้าหน้าที่เทคนิคด้านการสื่อสาร (โดยมีขั้นตอนการทำงานแตกต่างกันเล็กน้อยระหว่างหน่วยงานของเอกชนกับรัฐบาล) โดยทั้งหมดจะมีปัจจัยก่อให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตรายการ ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายในได้แก่ นโยบาย ระบบการบริหารเงิน ภาพลักษณ์ขององค์กร ความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ และระบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพเหตุการณ์ต่างๆ และแหล่งข้อมูล ช่องทางการ

วรรณมา สุชาติสุธาธรรม (2539) มีแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์กันระหว่างความถี่และระยะเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรม กับ ความคิดเห็นของเยาวชน กล่าวคือ รายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมสามารถทำให้เยาวชนทราบถึงวัฒนธรรมไทยได้มากขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยได้

ในขณะที่ เชษฐา มั่นคง (2550) กล่าวว่า สถานการณ์ผลกระทบในเด็กไทย จากงานวิจัยเอแบคโพลล์ เมื่อปี 2546 เรื่อง ผลกระทบสื่อโทรทัศน์ต่อเด็ก พบว่า พ่อแม่ผู้ปกครองสังเกตเห็นว่ารายการโทรทัศน์มีผลต่อพฤติกรรมของเด็กในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ตั้งแต่การซื้อสินค้าตามโฆษณา (เด็กจะใช้เงินซื้อของเล่นและขนมตามโฆษณาประมาณร้อยละ 46.4 ของเงินที่ได้รับ) การเลียนแบบท่าทางในการ์ตูน การเลียนแบบทั้งการแต่งตัว คำพูดก้าวร้าว ใช้คำคำ ชกต่อย ตบตี นอกจากนี้ พ่อแม่ยังกังวลเรื่อง "เซ็กส์ล้นจอ" ซึ่งมาจากหนังต่างประเทศ ละครก่อน/หลังข่าว การ์ตูนญี่ปุ่น/ฝรั่ง มิวสิควิดีโอเพลง และการแต่งกายของพิธีกร ตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมทางเพศที่มักพบในโทรทัศน์ที่จะส่งผลกระทบต่อเด็ก ได้แก่ การแต่งกายวาบหวิด ค่านิยมทางเพศที่ไม่เหมาะสม เช่น มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การแสดงออกทางเพศในที่สาธารณะ ไปจนถึงฉากกอดจูบลูบคลำ ในด้านความรุนแรง พ่อแม่ร้อยละ 18.3 ระบุว่าสื่อโทรทัศน์กระตุ้นความรุนแรงในเด็ก โดยมาจาก หนังต่างประเทศ กีฬารุนแรง เช่น มวยปล้ำ การ์ตูนญี่ปุ่น ละครหลังข่าว และข่าว ตามลำดับ

จากงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นข้างต้น ทำให้ทราบว่าโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของไทยนั้นยังต้องอาศัยระบบอุปถัมภ์จากตัวแปรต่างๆ เพื่อความอยู่รอดของรายการ จึงไม่สามารถผลิตรายการที่มีศักยภาพสำหรับเด็กได้ดีเท่าที่ควรจะเป็น ทั้งนี้ทางแก้ไขคือ ต้องอาศัยการสนับสนุนจากรัฐบาล, ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานี, การเพิ่มขีดความสามารถของความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอของผู้ผลิต และการให้โอกาสแก่รายการสารคดีที่มีศักยภาพ รวมถึงคุณภาพของผู้สนับสนุนรายการ ตลอดจนต้องมีการร่วมมือกันในแง่ของการลงทุนและการผลิตขององค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระหว่างประเทศอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ยังมีปัญหาพฤติกรรมเลียนแบบต่างๆ ของเยาวชนจากจอโทรทัศน์อีกด้วย ซึ่งเมื่อทราบถึงปัญหาแล้ว ก็ควรใช้จุดอ่อนข้อนี้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แทน เช่น นำข้อมูลที่มีสาระความรู้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ การสร้างจิตสำนึกให้คนในชาติรู้สึกหวง

การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น จะประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ทั้งแนวคิดที่เกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์, แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ หรือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสังคม และจิตวิทยา ล้วนมีความสัมพันธ์กันในทางปฏิบัติ

จากการศึกษาค้นคว้าผลงานวิจัยและงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้โดยง่าย เป็นส่วนหนึ่งขององค์ความรู้ที่น่าสนใจนอกห้องเรียนให้แก่เยาวชน แต่บางครั้งอาจนำมาซึ่งพฤติกรรมเลียนแบบที่ไม่เหมาะสม การใช้โทรทัศน์เป็นเครื่องมืออย่างเหมาะสมจึงควรถ่ายทอดสาระความรู้ต่างๆ ไปยังเยาวชน เช่น ใช้ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และเปิดโลกทัศน์ใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเยาวชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้อะไรอีกมากมาย อีกทั้งรูปแบบของโครงการก็มีความสอดคล้องกับนโยบายของสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทยเป็นอย่างดี เพราะสามารถตอบสนองของกลุ่มประชาชนผู้รับชมรายการได้อย่างเต็มที่ ซึ่งไม่ต้องถูกจำกัดด้วยการตอบสนองของผลกำไรไปสู่ผู้อุปถัมภ์รายการ แต่ทั้งนี้ก็ต้องทำรูปแบบของรายการโทรทัศน์ให้มีความน่าสนใจเพื่อกระตุ้นการเปิดรับข้อมูลจากผู้ชม โดยอาศัยเทคนิคต่างๆ ดังที่ได้กล่าวถึงในบทนี้ อาทิ เทคนิคการถามทำไม? เพื่อให้ผู้ชมได้ฝึกทักษะการคิดนอกกรอบ นอกจากนี้ การผลิตรายการโทรทัศน์ยังต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ในการวางรูปแบบของรายการอย่างเป็นรูปธรรมให้มากที่สุด รวมถึงเตรียมการเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ด้วย นอกจากนี้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ยังต้องเตรียมตัวรับผลกระทบจากปัจจัยอื่นๆ เช่น สังคม, เศรษฐกิจ และการเมือง

ทั้งนี้ ผู้จัดทำโครงการได้ประมวลความรู้ทั้งหมดจากการศึกษาผลงานวิจัยและงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ออกมาเป็นข้อคำถามที่ใช้การสัมภาษณ์ โดยสรุปออกมาเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการจัดทำโครงการ ดังนี้

ภาพที่ 2.4

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการจัดทำโครงการผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์
แก่เยาวชนอายุ 5-7 ปี ด้วยศิลปะประดิษฐ์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย

