

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม” ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัยและผลงานที่เกี่ยวข้องอันเป็นประเด็นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาศึกษาวิจัยโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองวิพากษ์
- 2.2 ทฤษฎีสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดการรับชมโทรทัศน์
- 2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ
- 2.4 ทฤษฎีกฎการสื่อสารของพาเรโต้
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับรายการสารคดี
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของรายการสารคดีท่องเที่ยว
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการสารคดี
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร
- 2.9 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์กร
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองวิพากษ์ (Critical Political Economy Theory)

ในการผลิตรายการทางโทรทัศน์ต่างๆ ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นละคร รายการเกมโชว์ วาไรตี้โชว์ รายการสารคดี ฯลฯ มักเกิดจากความต้องการของนายทุนเป็นส่วนใหญ่ และสื่อออกมา

ทางรายการโทรทัศน์เพื่อผลประโยชน์ในการตอบรับทางการตลาดของผู้รับชม¹ ซึ่งได้กล่าวถึงการศึกษาในแนวเศรษฐศาสตร์การเมืองว่า มีกระบวนการหลักที่เน้นถึงการเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ของโครงสร้าง ผู้เสนอทฤษฎีนี้เชื่อว่าโครงสร้างของสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามการเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ของแต่ละสังคม

นักวิชาการทางนิเทศศาสตร์ที่เสนอทฤษฎี เช่น Garnham (1979) Murdock and Golding (1977) เชื่อว่าการทำความเข้าใจกับระบบสื่อสารมวลชน ต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ระบบอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน และเนื้อหาทางอุดมการณ์ของสื่อ โดยแบ่งนักวิชาการออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้²

1. กลุ่มที่ให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ฐานะทางเศรษฐกิจ หรือแบบแผนการผลิตของระบบสื่อสารมวลชน (political economic analysis) ได้แก่ Herbert Schiller , Nicholas Garnham กลุ่มนี้มองโลกและวิถีวิทยาแบบวิพากษ์โครงสร้างของระบบ (Critical structure research) โดย ดัลลัส สไมท์ (Dallas Smythe, 1977) ได้เสนอการวิเคราะห์เกี่ยวกับกลไกทางเศรษฐศาสตร์ของสินค้าทางวัฒนธรรมไว้ว่าสิ่งที่ระบบสื่อมวลชนผลิตอยู่ตลอดเวลาไม่ใช่เนื้อหารายการประเภทต่างๆ แต่สื่อผลิตผู้รับ (audience) ให้แก่บริษัทโฆษณา และเจ้าของสินค้า เท่ากับว่าผู้รับสื่อเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มคนทำงาน กลุ่มผู้หญิง กลุ่มผู้ชาย กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มเด็ก เป็นต้น เมื่อรวบรวมจำนวนผู้รับสื่อ (audience) ได้พอสมควรก็จะนำผู้รับสื่อไปขายให้แก่บริษัทโฆษณา ที่ฝ่ายซื้อสื่อโฆษณาก็จะเลือกที่ต้องการซื้อผู้รับสื่อกลุ่มใดเพื่อให้เข้ากับสินค้าของตนเอง หากยิ่งกลุ่มผู้รับสื่อมีจำนวนมากอัตราค่าโฆษณาก็จะยิ่งสูง การวัดจำนวนของกลุ่มผู้รับสื่อที่นิยมใช้กันมากทางธุรกิจสื่อสารมวลชน คือการจัดเรตติ้งคนดู หรือจัดอันดับว่ารายการใดได้รับความนิยมมากน้อยกว่ากัน กล่าวคือระบบสื่อสารมวลชนไม่เพียงแต่ทำให้วัฒนธรรมมนุษย์กลายเป็นสินค้าเท่านั้น แต่ได้ทำให้ตัวของมนุษย์กลายเป็นสินค้าด้วยเช่นกัน

2. กลุ่มที่ให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ผลผลิตของระบบสื่อสารมวลชน หรือวัฒนธรรมศึกษา (culture analysis) ได้แก่ นักวิชาในกลุ่ม Frankfurt School ซึ่งได้เสนอข้อวิพากษ์และวิเคราะห์วัฒนธรรมมวลชน (mass culture) และระบบการผลิตสื่อสารมวลชน

¹ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ , โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองของระบบวิทยุและโทรทัศน์ และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น.17.

² เรืองเดียวกัน, น. 18-19.

(mass media production) ว่าทำให้คุณค่าของศิลปะหายไป นำอุดมการณ์และจิตสำนึกจอมปลอม (false consciousness) มาครอบงำความคิดและจิตใจของมวลชน ทฤษฎีนี้สะท้อนให้เห็นภาพที่ใกล้เคียงความจริงในส่วนของระบบการผลิตสื่อที่มีวิธีการผลิตเป็นธุรกิจการค้า ทำให้ศิลปะกลายเป็นสินค้าวัฒนธรรม (culture commodity)

ในการผลิตสินค้าวัฒนธรรมของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนักสื่อสารมวลชนได้มีการสร้างสูตรมาตรฐานขึ้น เช่น การสร้างดารายอดนิยมเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสื่อ การสร้างละครให้ตัวเอกดูน่ารัก น่าสงสาร ต้องประสบเคราะห์กรรมในชีวิต แล้วพระเอกนางเอกเข้าใจกันตอนท้ายเรื่อง และจบลงอย่างมีความสุข (happy ending) ซึ่งในความหมายของวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) นั้นมีความหมายรวมถึงวัฒนธรรมของมวลชนในทางนิยมชมชอบ และผลงานทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อตลาดมวลชนเท่านั้น ส่วนสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมวลชนจะถูกทำให้มีมาตรฐานเดียวกันหมด รวมทั้งพฤติกรรมของมวลชนที่ใช้วัฒนธรรมดังนี้ด้วย ดังนั้นการผลิตวัฒนธรรมมวลชนสมัยใหม่ และระบบสื่อสารมวลชนสมัยใหม่จึงจำเป็นต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องเงินทุน และผลกำไร จึงส่งผลให้บรรดากลุ่มปัญญาชนผู้มีฐานะเป็นผู้ผลิตวัฒนธรรมต่างๆ จึงมักจะถูกหล่อใจโดยนายทุนให้ผลิตแต่ผลงานที่เป็นโอกาสในการทำรายได้ให้กับตนเอง และทำผลกำไรให้แก่เจ้าของทุน ฉะนั้นปัญญาชนจึงมีโอกาสมากที่จะทำเงินจากการผลิตเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมสามัญ และวัฒนธรรมระดับต่ำ ดังนั้นแนวโน้มในอนาคตระดับวัฒนธรรมมวลชนโดยรวมจะถอยร่นลงมาเรื่อยๆ และระดับวัฒนธรรมชั้นสูงจะค่อยๆ เลือนหายไป

จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์วิพากษ์ดังกล่าว ส่งผลให้ผู้วิจัยมีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเห็นความสำคัญเพียงค่าการวัดเรตติ้ง เพื่อให้รายการมีผู้สนับสนุนรายการจำนวนมาก ไม่คำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้รับชมรายการโทรทัศน์จะได้รับแต่ปลูกฝังเพื่อความบันเทิงให้แก่ผู้รับชมรายการโทรทัศน์เท่านั้น จึงส่งผลให้รายการสารคดีทางโทรทัศน์ของไทยมีจำนวนน้อยเนื่องจากเป็นประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งจำนวนผู้ชมไม่มากหากเปรียบเทียบกับรายการประเภทอื่นๆ ฉะนั้นจึงควรมีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มุ่งเน้นทางด้านจริยธรรม และคุณค่าของงานในการรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนด้วย เพราะการผลิตรายการโทรทัศน์คือการเข้าถึงมวลชน มวลชนเป็นเจ้าของของสื่อ ดังนั้นการผลิตรายการโทรทัศน์จะคำนึงถึงเพียงผลประโยชน์ของตนเอง หรือคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่ได้ ซึ่งงานต่างๆ ที่ออกมาจะอยู่ในรูปของความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่มีงานที่ผลิตออกมาเพื่อการสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อผู้รับชมรายการโทรทัศน์อย่างแท้จริง

2.2 ทฤษฎีสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดการรับชมโทรทัศน์

สาเหตุที่ส่งผลให้ผู้ชมรับชมโทรทัศน์เกิดจากหลายปัจจัยด้วยกัน ซึ่งสจวร์ต ไฮด์ (Stuart Hyde) นักวิจัยสาขาวิทยุโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัยซานฟรานซิสโก ได้ทำการศึกษาและแบ่งสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมรับชมโทรทัศน์เป็น 4 จำพวก³ ดังนี้

2.2.1. ผู้ชมซึ่งรับชมโทรทัศน์เพื่อทดแทนบางสิ่งบางอย่างในชีวิต (Vicarious)

ผู้ชมรับชมรายการโทรทัศน์ที่สามารถทดแทนบางสิ่งบางอย่างที่ขาดหายในชีวิตจริง ซึ่งรายการนั้น ๆ สามารถเติมเต็มส่วนที่ขาดให้ชีวิต ถึงแม้ว่าจะเป็นเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น สิ่งที่ยุทธการสามารถทดแทนให้กับผู้ชมได้แก่

2.2.1.1 ทดแทนความต้องการที่จะมีประสบการณ์ด้านอารมณ์

2.2.1.2 ทดแทนในสิ่งที่เหนือความเป็นมนุษย์

2.2.1.3 ทดแทนความต้องการที่มีความรู้ลึกอย่างแรงกล้ากับผู้อื่น ที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในชีวิตจริง

2.2.1.4 ทดแทนความกล้าที่จะเผชิญกับสิ่งที่เลวร้าย

2.2.1.5 ทดแทนความกล้าที่จะดูตัวร้าย

2.2.1.6 ทดแทนความกล้าที่จะมองตนเองเป็นวีรบุรุษ

2.2.1.7 ทดแทนการอยากหลุดออกจากสิ่งที่ไม่ดีในอารมณ์

2.2.1.8 ทดแทนการอยากรู้ในสิ่งที่สวยงามและน่าเกลียด

2.2.1.9 ทดแทนความอยากได้เงินรางวัล

2.2.1.10 ทดแทนความอยากในเรื่องของการพนัน และความเสี่ยง

2.2.1.11 ทดแทนความอยากที่จะสัมผัสกับเหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นในชีวิตจริง

³ Whetmore, E.J. , Media America Form, content and consequence of mass communication, 3 Edition (California : Wedsworth, Inc.) , 1982, p. 172.

รายการโทรทัศน์เหล่านี้จะให้ประสบการณ์กับผู้ชมโดยไม่ต้องลงไปสัมผัสเอง เช่น รายการเรียลลิตีโชว์ (Reality Show) ละครโทรทัศน์ที่มีตัวเองเป็นคนจน ในขณะที่ผู้ชมเป็นคนรวย ก็สามารถเห็นประสบการณ์นั้น ๆ ผ่านทางละครได้

2.2.2 ผู้ชมที่รับชมโทรทัศน์เพื่อหลีกเลี่ยงจากภาวะความเป็นจริง (Escapist)⁴

ผู้ชมที่รับชมจะต้องการทำตามความปรารถนาของตนเอง ซึ่งในภาวะความเป็นจริงนั้นกำลังประสบกับสถานการณ์ความเลวร้ายในภาวะต่าง ๆ

2.2.2.1 ความปรารถนาที่จะหนีจากชีวิตจริง

2.2.2.2 ความปรารถนาที่จะเชื่อในสิ่งมหัศจรรย์

2.2.2.3 ความปรารถนาที่จะนึกถึงวันเก่าๆ

2.2.2.4 ความปรารถนาที่จะสนุกสนาน

2.2.2.5 ความปรารถนาที่จะมีความโรแมนติก

2.2.2.6 ความปรารถนาที่จะมีประสบการณ์แบบจบบอย่างมีความสุข

2.2.2.7 ความปรารถนาที่จะหาทางออกในเรื่องที่ซับซ้อนที่ไม่ต้องกระทำความผิด

ภาวะที่เลวร้ายเหล่านี้จะเป็นเรื่องของภาวะทางเศรษฐกิจ หรือปัญหาส่วนตัว ดังนั้นผู้ชมจึงมักเลือกชมรายการโทรทัศน์เพื่อผ่อนคลายและหลีกเลี่ยงจากภาวะตึงเครียดชั่วคราว เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น รายการตลก หรือละครโทรทัศน์ในแนวตลก (Comedy) แนวจินตนาการ (Fantasy) แนวชวนฝัน (Melodrama)

2.2.3 ผู้ชมที่รับชมรายการโทรทัศน์เพื่อต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social)⁵

การรับชมรายการโทรทัศน์ของคนกลุ่มนี้เพราะต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เพื่อได้รับการยอมรับจากคนในสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

2.2.3.1 ความต้องการที่จะแบ่งปันประสบการณ์กับผู้อื่น

2.2.3.2 ความต้องการที่จะแบ่งปันความทุกข์ไปให้ผู้อื่น

2.2.3.3 ความต้องการในการบอกกล่าวความต้องการของตนเอง

⁴ Ibid., p. 172.

⁵ Ibid., p. 173.

2.2.3.4 ความต้องการการได้รับความยกย่อง

2.2.3.5 ความต้องการการได้รับการต่อว่า

2.2.3.6 ความต้องการความรู้สึกที่เหนือกว่าพวกที่เป่ียงเบน

2.2.3.7 ความต้องการที่จะเห็นความผิดพลาดของผู้อื่น

การเลือกรับชมรายการประเภทนี้ เป็นการรับชมเพื่อที่จะได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ในสังคม และได้รับการยอมรับในสังคม

2.2.4 ผู้ชมซึ่งรับชมโทรทัศน์เพื่อต้องการตอกย้ำเรื่องของศีลธรรม (Spiritual and Moral)⁶

ผู้ชมมักเป็นผู้ชมที่สิ้นหวังในชีวิต ทำให้หันไปพึ่งสิ่งที่เหนือธรรมชาติ หรือยึดหลักศาสนาเป็นที่พึ่ง โดยแบ่งความต้องการได้ดังนี้

2.2.4.1 ไม่อยากให้สังคมถูกครอบงำโดยวัตถุ

2.2.4.2 ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว

2.2.4.3 คนชั่วต้องได้รับการลงโทษ

2.2.4.4 สิ่งต้องห้ามมีผลอย่างไรกับชีวิต

2.2.4.5 ต้องการที่จะล้างบาป

2.2.4.6 อยากเห็นโลกมีระเบียบแบบแผน

รายการโทรทัศน์เหล่านี้จะเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและความเชื่อ เช่น รายการแนวชวนฝัน โดยมีแก่นของเรื่องเกี่ยวกับธรรมะชนะอธรรม คนดีมีคู่ เพื่อตอกย้ำว่าทำดีได้ดี และให้สิ่งที่อยู่ในธรรมชาติช่วยเหลือให้พ้นจากความทุกข์ต่าง ๆ

จากทฤษฎีสาเหตุที่ส่งผลให้เกิดการรับชมโทรทัศน์พบว่าผู้รับชมรายการโทรทัศน์ต้องการการทดแทนในการรับชมรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม คือ ผู้รับชมรายการไม่สามารถเดินทางไปได้ด้วยตนเองแต่มีผู้นำเสนอรายการให้ได้ชมจึงเปรียบเสมือนได้เดินทางและการได้รับการแบ่งปันประสบการณ์กับผู้ดำเนินรายการ ซึ่งรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม คือ รายการที่ถ่ายทอดถึงความเป็นจริงของสังคมเพื่อให้คนในสังคมได้รับรู้ถึงแง่มุมและความรู้ต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยนำความบันเทิงเข้ามาสอดแทรกเพื่อให้การดำเนินเรื่องมีความน่าสนใจ

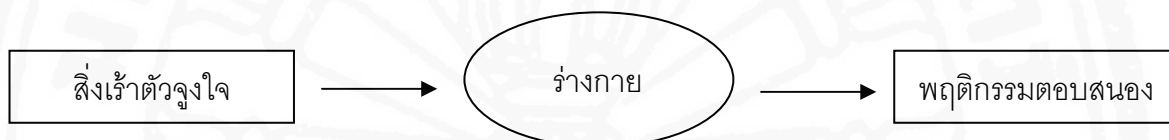
⁶ Ibid., p. 173.

2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ

การเกิดพฤติกรรมต่างๆ มักเกิดจากการจูงใจซึ่งเป็นหลักเบื้องต้นของจิตวิทยา พฤติกรรมเกือบทุกพฤติกรรมจะต้องมีสิ่งเร้า คือ ถ้าไม่มีอะไรมาเร้าร่างกายเรา การแสดงพฤติกรรมใดๆ ก็ไม่ควรจะเกิดขึ้น ฉะนั้นสิ่งเร้าจึงเป็นตัวการสำคัญหรือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม หรือเป็นตัวจูงใจให้เกิดพฤติกรรม เรียกว่าแรงจูงใจ ดังแผนภาพ⁷

ภาพที่ 2.1

การเกิดพฤติกรรมแรงจูงใจ



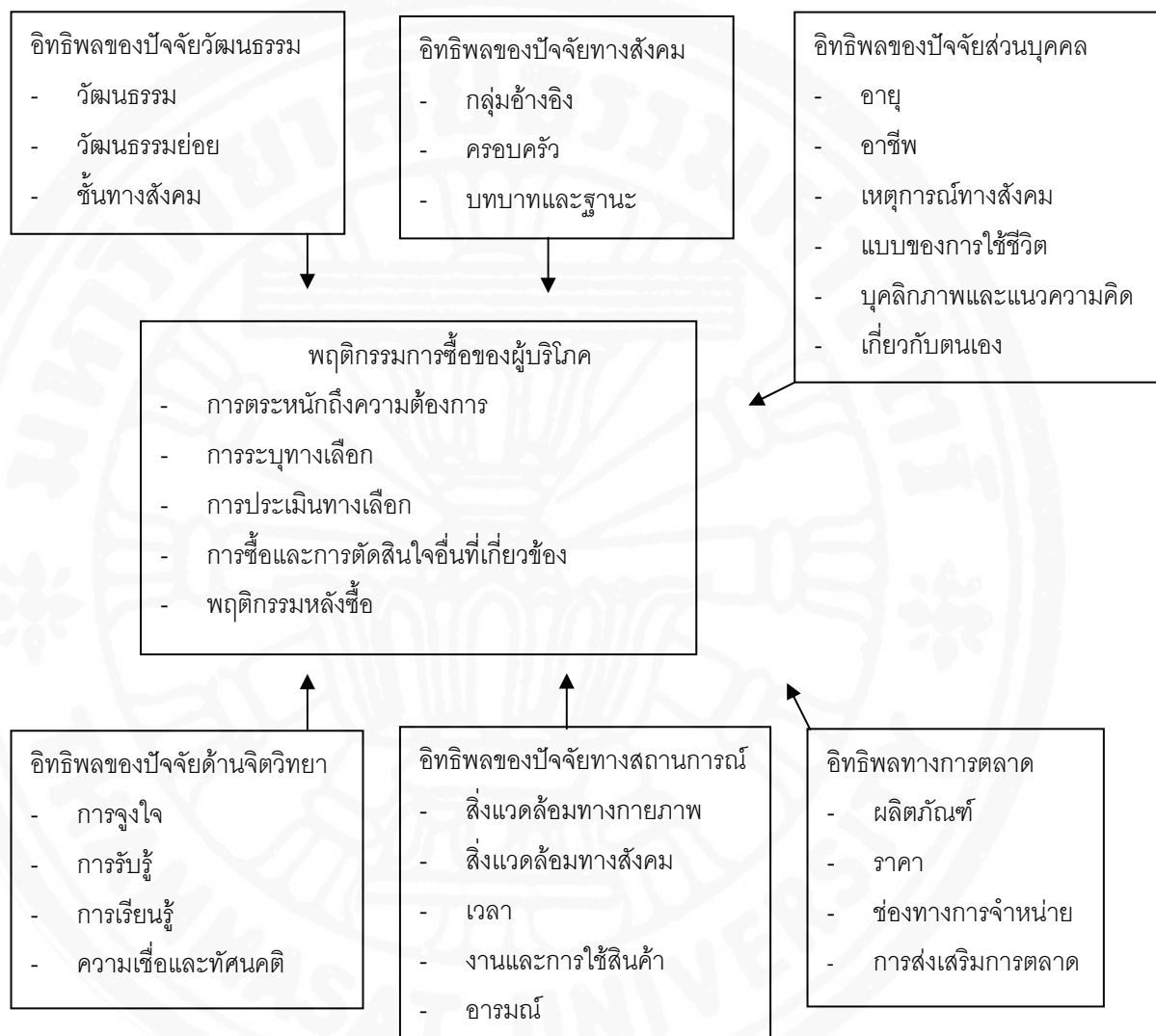
จากแผนภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมใดๆ จะเกิดขึ้นได้ย่อมต้องมีสิ่งเร้ามากระตุ้น เช่นเดียวกับการสื่อสารการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม หากต้องการให้ผู้รับสารหรือผู้ชมรายการเกิดพฤติกรรมตอบสนองกลับในการท่องเที่ยวย่อมต้องมีการกระตุ้นเร้าแบบซ้ำๆ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองอย่างต่อเนื่อง ดังเช่นแผนภาพพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว⁸

⁷ เดโช สนวนานนท์, จิตวิทยาสังคม, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2541), น.134.

⁸ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล, การบริหารการตลาด กลยุทธ์และวิธี, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น.139.

ภาพที่ 2.2

รูปแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภคและอิทธิพลต่างๆ ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

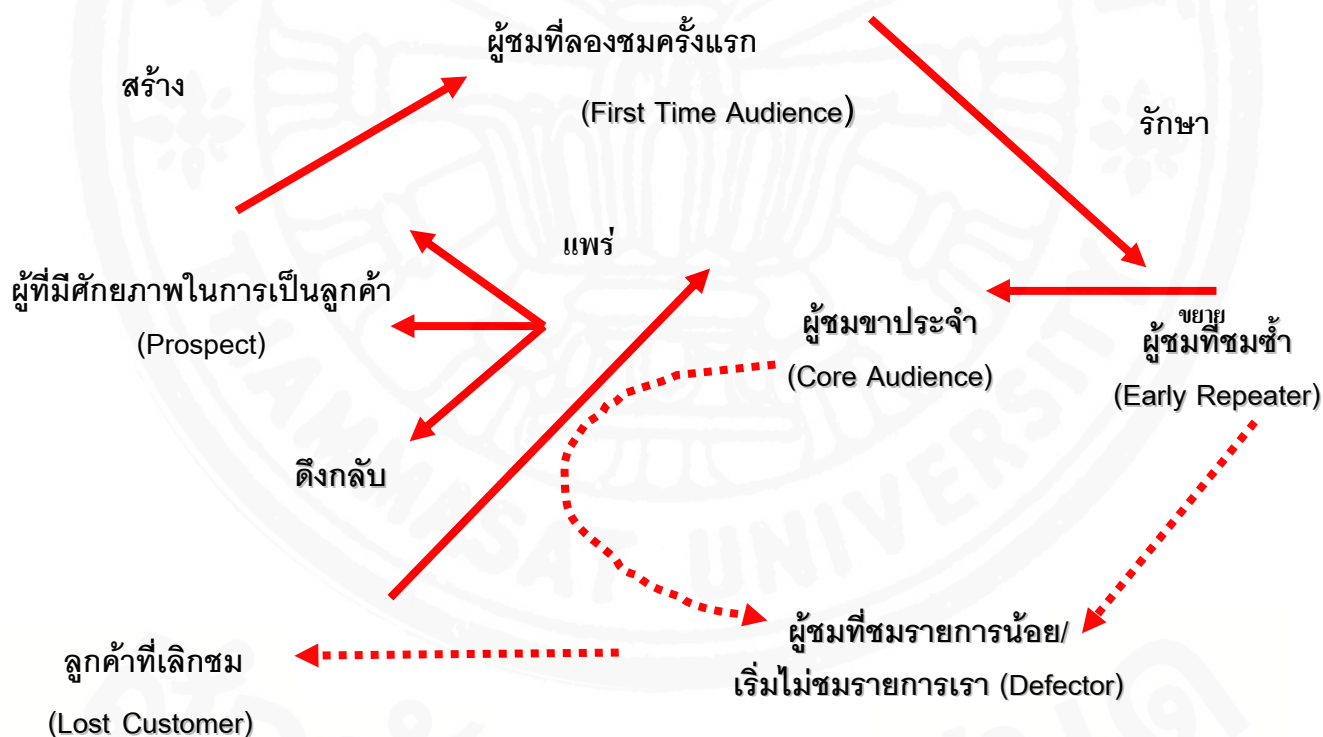


จากแผนภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการเกิดพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกเพื่อการท่องเที่ยวเกิดจากอิทธิพลหลายด้าน ได้แก่ อิทธิพลของปัจจัยวัฒนธรรม อิทธิพลของปัจจัยทางสังคม อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลของปัจจัยด้านจิตวิทยา อิทธิพลของปัจจัยทางสถานการณ์ และอิทธิพลทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคหรือผู้รับชมรายการให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อหรือท่องเที่ยวในที่ต่างๆ ดังนั้นการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการที่สามารถตอบสนองอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้รับชมรายการ

2.4 ทฤษฎีการสื่อสารของพาเรโต้

เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารโดยกว้างและมีบทบาทมากสำหรับสื่อมวลชน⁹ รวมถึงการแข่งขันในการสร้างสรรค์ผลงานและผลิตรายการประเภทต่างๆ ดังนั้นการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมให้มีผู้รับชมอย่างต่อเนื่องจึงต้องประกอบด้วยกลยุทธ์ในการ เพิ่ม → รักษา → ขยาย → แพร่ฐานผู้ชม¹⁰ ตามกฎการสื่อสารของพาเรโต้

ภาพที่ 2.3
กฎการสื่อสารของพาเรโต้



⁹ กาญจนา แก้วเทพ, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โพรดัคส์ จำกัด, 2543), น.184.

¹⁰ เสริมยศ ธรรมรักษ์, "การบริหารสื่อเชิงธุรกิจ กลยุทธ์การเพิ่มเครือข่ายฐานผู้ชม", <http://region5.prd.go.th/manage_comu/1.doc>, 25 สิงหาคม 2549.

จากแผนภาพดังกล่าวจะเห็นว่าการเพิ่มเครือข่ายฐานผู้ชมอย่างเดียวไม่พอ ยังควรต้องมีการสร้างฐานผู้ชมเพิ่ม ดังนี้¹¹

1. ต้องเพิ่มหรือสร้างผู้ชมใหม่ (Audience Acquisition) รายการต้องมีคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านภาพลักษณ์ คุณค่าด้านบุคลากร และมีการตั้งความคาดหวังในกลุ่มผู้ชมรายการ ได้แก่

สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากรายการ สอดคล้องกับความคาดหวัง=พอใจ

สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากรายการ เกินความคาดหวัง = พอใจอย่างยิ่ง

สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากรายการ ต่ำกว่าความคาดหวัง = ไม่พอใจ

2. ต้องรักษาผู้ชมไว้ (Audience Retention) ทำให้ผู้ชมเปิดรับชมรายการต่อไปด้วยการรักษาคุณภาพรายการ รักษาระดับ ความพอใจ โดยใช้วิธีการ HOOKER (ตะขอ) เกี่ยวไม่ให้ผู้ชมไปไหน ด้วยการโปรโมตรายการ ช่วงต่อไปก่อนค้นโฆษณา (เพราะในมือผู้ชมมีรีโมต) และโปรโมตรายการในสัปดาห์ต่อไป เพื่อให้กระตุ้นและตอกย้ำให้กลับมาชม

3. ต้องขยายฐานผู้ชมทำให้ผู้ชมเปิดรับชมรายการเพิ่มขึ้น (Audience Growth) Cross-selling ด้วยการทำให้ผู้ชมเปิดรับชมรายการอื่นๆเพิ่มขึ้น โดยการทำ Teaser (ยั่วให้อยาก) โดยการนำฉากสำคัญ (Key Scene) ของรายการมาออกล่วงหน้าในช่วงรายการอื่น โดยอาจออกในวันเดียวกันที่จะออกอากาศหรือออกล่วงหน้า

Cross-selling ด้วยการข้ามสื่อ เช่น สามารถเปิดชมรายการผ่านอินเทอร์เน็ต หรือคลื่นวิทยุเพื่อขยายไปยังกลุ่มผู้ฟังวิทยุที่ไม่เคยชมรายการนี้มาก่อนทางโทรทัศน์ให้เปลี่ยนมาชมทางโทรทัศน์

4. ต้องแพร่ความสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อ (Referral) การแพร่ความสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อโดยการสร้างคลับ หรือกลุ่มขึ้นมา (Club Marketing) จากเพื่อนแนะนำเพื่อน

5. ต้องให้ผู้ชมที่จากไปกลับมาชมอีกครั้ง (Audience Win-back or Audience Reacquisition)

ฉะนั้นจึงต้องมีการสร้างสรรค์รายการทั้งด้านรูปแบบรายการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และการสร้างฐานผู้ชมเพิ่มจากการส่งเสริมการทำโปรโมชันต่างๆ ให้กับผู้ชมรายการเพื่อเป็นแรงจูงใจและโน้มน้าวใจผู้ชมให้ยังคงมีความภักดีต่อรายการและรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง

¹¹ เรื่องเดียวกัน.

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับรายการสารคดี

ลักษณะทั่วไปของรายการสารคดีนั้นมีความแตกต่างกันไปตามการนิยามการให้ความหมายของคำว่ารายการสารคดี โดยที่รายการสารคดีมีความเป็นมาจากการถ่ายทอดเรื่องราวที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นจริงในสังคม เช่น วิธีการดำเนินชีวิตของผู้คนต่างๆ ในยุคสมัยนั้น ซึ่งหัวใจสำคัญของรายการสารคดี คือ¹² จุดประสงค์หลักของรายการ เพราะเปรียบเสมือนเข็มทิศที่ชี้แนะในการเดินทาง จุดประสงค์หลักหรือความคิดหลักจะช่วยควบคุมรายการให้เป็นหนึ่งเดียว ซึ่งมีอิทธิพลเหนือความคิดและการกระทำของผู้ชมโดยทั่วไป ทำให้ผู้ชมเกิดความคิดและตระหนักถึงปัญหาต่างๆ โดยไม่ได้สร้างความตื่นตระหนกให้แก่ผู้ชม เพราะรายการสารคดีได้สอดแทรกความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ผู้เขียนบท หรือประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสและการนำไปสู่ความคิดและการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาของผู้รับชมรายการ เพราะรายการสารคดีเป็นการนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นธรรมและมีการสร้างการนำเสนอให้ผู้ชมรายการเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วมกับทางรายการเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์นั้นๆ ดังนั้นรายการสารคดีจึงมีลักษณะใกล้เคียงกับรายการข่าวและรายการละครโดยนำเสนอข้อเท็จจริงตามจุดประสงค์และแนวคิดหลัก ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอมักเป็นเรื่องของสถานการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิทยาการความก้าวหน้า โดยการตีความและถ่ายทอดเรื่องราวในอดีต วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน และทำนายความเป็นไปได้ในอนาคต ผสมผสานกับการนำเสนออย่างมีศิลปะของงานโทรทัศน์เพื่อเป็นการให้ความรู้และสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ชม เพราะคุณค่าของรายการสารคดีไม่ใช่เพียงเพื่อความบันเทิงเท่านั้นแต่สิ่งสำคัญคือผลกระทบของรายการที่มีต่อประชาชน

ฉะนั้นรายการสารคดีจึงเป็นรายการที่ผลิตเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน และจากการที่รายการสารคดีเป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ความคิดของประชาชน จึงทำให้รายการสารคดีมีการแบ่งประเภทของวัตถุประสงค์การให้ความรู้ความบันเทิงในด้านต่างๆ เช่นเดียวกับรายการประเภทอื่นๆ โดยมีการแบ่งประเภทของรายการสารคดีของรายการสารคดีออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

¹² ปิยพรรณ กลิ่นขาย, “การเขียนบทรายการสารคดีทางโทรทัศน์”, (สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535), น.9 – 10.

ประเภทของรายการสารคดี¹³

การแบ่งประเภทของรายการสารคดีตามลักษณะของรายการจะสามารถแบ่งรายการสารคดีออกเป็นประเภทของรายการสารคดี ดังนี้

1. สารคดีทั่วไป (General Feature) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป ไม่เจาะจงว่าต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เช่น เรื่องราวของบุคคล สัตว์ สิ่งของ พืช ฯลฯ ตามความน่าสนใจที่ผู้ผลิตรายการเห็นว่าควรนำเสนอเพื่อเป็นประโยชน์และมีความรู้ต่อประชาชน และเน้นทางด้านความประทับใจมากกว่าการเป็นวิชาการ

2. สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ (Special Feature) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเทศกาลพิเศษ สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความน่าสนใจ รวมถึงบุคคลที่น่าสนใจ เป็นส่วนใหญ่ เนื้อหารายการสารคดีประเภทนี้สามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้ง่าย เพราะเหตุการณ์หรือโอกาสพิเศษต่างๆ จะมีผู้เก็บหลักฐานบันทึกไว้มากมาย เช่น สารคดีที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลต่างๆ วันสำคัญของชาติ ัตตชีวประวัติของบุคคลสำคัญ เป็นต้น โดยมีการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของการเล่าเรื่องราว ความเป็นมา ความสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มักสรุปเรื่องเพื่อเป็นการยกย่อง เป็นแนวทาง และเพื่อให้ผู้ชมรายการได้รำลึกถึงความสำคัญของเหตุการณ์บุคคลสำคัญ และโอกาสสำคัญเหล่านั้น

3. สารคดีเชิงวิเคราะห์ (Documentary) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรือสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่ต้องเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเนื้อหาจะเน้นหนักในแง่ของข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การวิเคราะห์ปัญหา การทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงการต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ในสภาวะต่างๆ ทั้งด้านความสามารถอันเข้มแข็ง ความชาญฉลาด และด้านความอ่อนแอหรือการแก้ไขปัญหาอย่างไร้สติ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความมานะพยายามในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่ต้องเผชิญ ซึ่งบทสรุปของรายการสารคดีประเภทนี้จะทั้งทำด้วยแง่คิดให้แก่ผู้ชม

¹³ ปมุข ศุภสาร , จันวรรค์ อัมภามงคล และไพไลพรรณ ปุกหุด,เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), น.211.

4. สารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องจากข่าวที่น่าสนใจ มีการนำเสนอเบื้องหลังของข่าว ข้อเท็จจริงของข่าวที่เกิดขึ้นว่ามีความเป็นมา เป็นไปอย่างไร โดยผู้จัดรายการจะต้องวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวให้เห็นในหลายๆ มุมมองโดยใช้ วิจารณ์อย่างเป็นธรรมไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัว พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่เป็นไปได้และอาจเกิดขึ้นในอนาคต

5. สารคดีท่องเที่ยว (Touring Feature) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง การเตรียมพร้อมในการไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ โดยมีการนำเสนอข้อมูลทางด้านแหล่งท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา ความสำคัญ และจุดที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงรายละเอียดข้อมูลเรื่องที่พัก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภทของรายการสารคดีตามลักษณะเนื้อหาของรายการ¹⁴ ที่ละเอียดขึ้น ดังนี้

1. สารคดีที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการปรับปรุงส่งเสริมตนเองให้ดีขึ้น (Personal Improvement) ได้แก่ ประเภทรายการสารคดีด้านสุขภาพ การออกกำลังกาย ความสวยความงาม เป็นต้น

2. สารคดีที่แนะนำวิธีการในการปฏิบัติการแก้ไขปัญหา (Practice Methods) ได้แก่ การแนะนำการแก้ไขปัญหาเครื่องใช้ภายในบ้าน การซ่อมโต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ

3. สารคดีที่แนะนำสถานที่ที่ไม่ค่อยมีผู้รู้จัก (Unfamiliar Place) เป็นสารคดีที่แนะนำให้ผู้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ หรือสามารถหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ จากสถานที่นั้นๆ เป็นลักษณะสารคดีท่องเที่ยว

4. สารคดีที่แนะนำสิ่งแปลกใหม่ ที่ไม่ค่อยได้พบเห็น (Unusual Articles and Objects) ได้แก่ สารคดีที่นำเสนอสิ่งก่อสร้างใหม่ๆ แฟชั่นใหม่ๆ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เป็นต้น

5. สารคดีที่มีเนื้อหาด้านพฤกษชาติและสัตว์ (Plants and Animals) ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับความเจริญเติบโตของพันธุ์ไม้ต่างๆ การดูแลลักษณะของนกชนิดต่างๆ เป็นต้น

¹⁴ อุฬาร เนืองจำนงค์, สื่อสารมวลชนวิทยุ – โทรทัศน์, (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วน จำกัด อักษรบัณฑิต, 2520), น. 146.

6. สารคดีเกี่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชน (People and Their Ways) ได้แก่ การนำเสนอชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเผ่าต่างๆ โดยอธิบายให้ผู้ชมทราบว่าพวกเขามีวิถีความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตอย่างไร

7. สารคดีด้านประสบการณ์ที่แปลกผิดธรรมดา (Extra – Ordinary Experience) เช่น วัวที่มีห้าขา ผลกล้วยที่เกิดจากต้นมะพร้าว เป็นต้น

8. สารคดีเกี่ยวกับผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ (Technical and Scientific Data) เป็นการอธิบายให้ทราบถึงผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์หรือสถิติต่างๆ

9. สารคดีเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญที่บันทึกไว้ (Notable Occasion and Occurrence) ได้แก่ สารคดีสงครามโลก เหตุการณ์ภัยพิบัติ เป็นต้น

10. สารคดีเกี่ยวกับบุคคลที่น่าสนใจ (Interesting Persons) ได้แก่ ชีวิตประวัติของสุนทรภู่ อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ เป็นต้น

11. สารคดีด้านผลการสืบสวนและสอบสวน (Investigation Results) ได้แก่ การติดตามข่าวคดีอาชญากรรม เป็นต้น

12. สารคดีการนำเสนอความคิดเห็นใหม่ๆ (Significant Ideas) ได้แก่ การนำเสนอความคิดเห็นในการสร้างบ้านสำเร็จรูปสามารถเคลื่อนย้ายได้ การสร้างรถที่สามารถกลายเป็นเรือได้ เป็นต้น

13. สารคดีการวิพากษ์วิจารณ์และโต้ตอบ (Critical Judgement and Reactions) ได้แก่ การวิพากษ์วิจารณ์หนังสือ การโต้ตอบทางด้านความคิดเห็นที่ขัดแย้ง เป็นต้น

14. สารคดีที่ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Diversion or Amusement) ได้แก่ เรื่องราวที่สนุกสนาน เรื่องราวที่สร้างอารมณ์ขัน เป็นต้น

ดังนั้นเห็นได้ว่ารายการสารคดี คือรายการที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของประชาชน เพื่อรับทราบข้อมูลต่างๆ ที่ตนไม่เคยรู้ในรูปแบบของความต้องการทั้งทางด้านความรู้และความบันเทิง เพราะฉะนั้นผู้ผลิตรายการสารคดีจึงต้องมีการสร้างสรรค์รายการสารคดีให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชม ซึ่งการสร้างสรรค์รายการสารคดี¹⁵ หมายถึง การประมวลเอาศิลปะของการเล่าเรื่องมาใช้ชักชวนให้ผู้ชมคล้อยตาม และรู้สึกอยากติดตามด้วยความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องราวที่ตนไม่เคยรู้มาก่อนมานำเสนอให้ผู้ชมได้รับความรู้และเกิดความบันเทิงร่วมกับรายการสารคดีประเภทต่างๆ

¹⁵ ศศิกร ฉันทเศรษฐ์, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน (Introduction to Mass Media), (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547), น.18.

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของรายการสารคดีท่องเที่ยว

รายการสารคดีเพื่อการท่องเที่ยว¹⁶ เป็นรายการสารคดีที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลานานจากภาพยนตร์สารคดีแบบธรรมชาตินิยม ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยว การผจญภัย การแสวงโชค การเสี่ยงภัยในดินแดนทุรกันดาร หรือการเดินทางเข้าไปในถิ่นที่แปลกประหลาด โดยมีแนวคิดที่มีความคล้ายคลึงกับความคิดในการสร้างภาพยนตร์ของพวกโรแมนติคนิยม เป็นการใช้อนุภาพของภาพยนตร์นำเสนอเรื่องราวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทาง โดยมีการบันทึกภาพแบบพรรณนาเหตุการณ์ สถานที่ต่างๆ ความประทับใจในความงดงามของธรรมชาติ หรือสถานที่ที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีคำบรรยาย (Narration หรือ Commentary) แนะนำให้เห็นความสวยงาม ความประทับใจของสถานที่นั้นๆ โดยบางเรื่องเป็นภาพยนตร์ที่มีการผสมผสานการแสดงเพื่อความบันเทิง ซึ่งรายการสารคดีท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงความงามของสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น หากยังรวมถึงความงามของธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะนิสัย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ฯลฯ เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ชม และจูงใจให้มาชมความงามต่างๆ ที่ทางรายการนำเสนอ

ดังนั้นรายการสารคดีท่องเที่ยวจึงสามารถจัดเป็นรายการสารคดีเชิงส่งเสริมและชักชวน (Promotional and Propagandistic Program) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักๆ¹⁷ ดังนี้

1. รายการสารคดีท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อชักชวนให้กระทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ชักชวนให้ไปเที่ยวงานเทศกาลตามจังหวัดต่างๆ
2. รายการสารคดีท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนในเรื่องที่เป็นประโยชน์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การขอความช่วยเหลือในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมมรดกของชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. รายการสารคดีท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวในกิจกรรมพิทักษ์ป่า

¹⁶ ลดาวัลย์ เกตุมา, “ลักษณะเฉพาะทั่วไปของสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์”, (สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533) น. 10.

¹⁷ เรื่องเดียวกัน, น. 11.

จากแนวคิดข้างต้นแสดงให้เห็นว่ารายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นรายการสารคดีที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ง่ายเพราะเป็นรายการสารคดีที่มีการเชิญชวนให้ผู้ชมรายการมีกิจกรรมร่วมกับทางรายการ อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวและมีความน่าสนใจจากการนำเสนอความบันเทิงเข้ามาผสมผสานในการนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตาม

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการสารคดี

รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่ได้รับชมกันทุกวันนี้ เป็นรายการที่สามารถให้ความรู้ควบคู่กับความบันเทิงแก่ผู้ชมในทุกเพศทุกวัย แต่ก่อนที่รายการสารคดีเหล่านี้จะปรากฏสู่สายตาผู้ชมย่อมต้องผ่านกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตรายการ รวมถึงองค์ประกอบและปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนสำคัญให้รายการสารคดีผลิตออกมาอย่างมีคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการผลิตรายการสารคดี¹⁸ ดังนี้

1. ผู้เขียนบทจะต้องเกิดความคิดว่า อะไรคือจุดสำคัญของการนำเสนอในรายการสารคดี
 2. หาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและเกิดขึ้นแล้ว เช่น จากการสัมภาษณ์บุคคลจริงที่อยู่ในเหตุการณ์จริง การเขียน การบันทึกเรื่องราวที่เกิดขึ้น เช่น ภาพถ่าย เทปเสียง เทปโทรทัศน์ เพื่อนำมาประกอบในรายการสารคดีทางโทรทัศน์ และอาจจัดเป็นบทละคร หรือการแสดงได้
 3. ผู้จัดรายการออกสำรวจพื้นที่สำหรับการถ่ายทำรายการ หรือไปถ่ายทำภาพยนตร์ และถ่ายภาพเพื่อจัดเก็บภาพไว้ล่วงหน้า
 4. นำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวมเพื่อเขียนเป็นบทรายการโทรทัศน์
 5. ทำการบันทึกเทปโทรทัศน์ และดำเนินการออกอากาศ
- ซึ่งการดำเนินรายการ สามารถแบ่งออกเป็นลักษณะการดำเนินรายการได้ ดังนี้
1. การดำเนินรายการแบบการบรรยายประกอบภาพ ภาพยนตร์ เทปโทรทัศน์
 2. การดำเนินรายการแบบการสนทนา (Interview) เป็นการสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการกับแขกรับเชิญหรือวิทยากร
 3. การดำเนินรายการในรูปแบบของละคร
 4. การดำเนินรายการแบบจำลองเหตุการณ์ หรือเรื่องราวนั้นๆ ให้เหมือนจริงมากที่สุด

¹⁸ สมคิด ธีรศิลป์, การผลิตรายการโทรทัศน์, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ประชาชน จำกัด, 2531), น. 157 – 158.

การที่จะได้รับชมรายการสารคดีที่เสร็จสิ้นสมบูรณ์นั้น นอกจากการผลิตรายการสารคดีตามขั้นตอนกระบวนการการผลิตรายการสารคดีแล้วรายการสารคดีที่ดีย่อมต้องมียุทธศาสตร์ประกอบของรายการสารคดีที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นรายการสารคดีอย่างแท้จริงซึ่งรายการสารคดีจำเป็นต้องมีองค์ประกอบของรายการสารคดี¹⁹ ดังนี้

1. มุมมองหรือแง่คิด (Point of view) รายการสารคดีที่ดีนั้นต้องมีมุมมองหรือแง่คิดในการกำหนดความเป็นเอกภาพ และเพื่อกำหนดเนื้อหาสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมุมมองหรือแง่คิดคือ การพิจารณาเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่จะนำเสนอในรายการสารคดีจากความคิดของผู้เขียนบทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ หรือจากการแนะนำของผู้ชมรายการ โดยสามารถแบ่งออกเป็น

2 ลักษณะ คือ ความรู้สึก ความคิดเห็นของบุคคลที่ปราศจากอคติ (Objective) และความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ หรือความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) ฉะนั้นมุมมองหรือแง่คิดจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการการคัดเลือกเรื่องหรือข้อมูล และการเรียงลำดับความสำคัญในส่วนต่างๆ ของรายการ

2. ความเกี่ยวข้องกับผู้ชม (Audience Involvement) ในรายการสารคดีส่วนของเนื้อหารายการมีความสำคัญและมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีเจตนาที่จะให้ผู้ชมมีส่วนร่วมหรือแม้แต่มีอารมณ์ร่วมกับรายการ โดยการทำให้ผู้ชมทราบถึงข้อเท็จจริงของบุคคล สถานที่และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้ชมมีความรู้สึกเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของบุคคลหรือเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกสงสาร ความเห็นใจ การเป็นกำลังใจ หรือแสดงความรังเกียจ อันเกิดจากการได้เห็นภาพและการได้ยินเสียงตามความเป็นจริง

3. ข้อมูลเอกสารที่ใช้ในการผลิต (A Documentary Documents) สำหรับรายการสารคดีนั้นวัตถุดิบที่สำคัญคือ ข้อเท็จจริง ถึงแม้ว่าการแสดงต่างๆ ในรายการนั้นจะเป็นการสร้างขึ้นมาใหม่ก็ตาม แต่บทของรายการสารคดีก็ไม่สามารถกำหนดมุกตลกและภาพได้ล่วงหน้า จึงทำให้รายการสารคดีมีส่วนคล้ายกับรายการข่าว คือบทของรายการที่สมบูรณ์จะเกิดขึ้นหลังการถ่ายทำ ซึ่งรายการสารคดีจะมีเค้าโครงเรื่องและแนวความคิดหลักเป็นผู้นำกำหนดขอบเขตของการถ่ายทำ และการคัดเลือกภาพจะกระทำก่อนการลำดับเหตุการณ์ และขั้นตอนสุดท้ายคือการเขียนบทบรรยาย จึงแสดงให้เห็นว่าวิธีการทำงานผลิตรายการสารคดีมีความแตกต่างจากขั้นตอนการผลิตรายการประเภทอื่นๆ

¹⁹ ปิยพรรณ กลิ่นขาย, “การเขียนบทรายการสารคดีทางโทรทัศน์”, (สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535), น.11 – 12.

ซึ่งองค์ประกอบของรายการสารคดีทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ล้วนมีความสำคัญในการผลิตรายการสารคดีเพื่อให้เป็นรายการสารคดีที่มีความน่าสนใจ น่าติดตาม และเป็นเอกลักษณ์ของรายการสารคดีที่มีความแตกต่างจากรายการประเภทอื่น และนอกจากองค์ประกอบที่ช่วยให้รายการสารคดีมีความสมบูรณ์แล้วยังต้องทราบว่าการผลิตรายการสารคดีนั้นผลิตขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อะไร ผลิตเพื่อใคร ควรมีรูปแบบอย่างไรตลอดจนการจัดสรรงบประมาณในการผลิตรายการ ฉะนั้นในการผลิตรายการสารคดีจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยในการผลิตรายการสารคดีด้วยเช่นกันเพื่อเป็นการวางแผนอย่างมีระบบก่อนการผลิตรายการ โดยมีปัจจัยในการผลิตรายการสารคดี²⁰ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของรายการ ก่อนการผลิตรายการสารคดีผู้ผลิตรายการย่อมต้องทราบวัตถุประสงค์ของรายการสารคดีว่าเป็นรายการประเภทใดให้ความรู้หรือข่าวสาร โดยเน้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งในการนำเสนอ ซึ่งผู้ผลิตต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เช่น วัตถุประสงค์ของรายการคือการให้ความรู้ก็ต้องเฉพาะเจาะจงว่าเป็นการให้ความรู้ประเภทไหน กลุ่มเป้าหมายคือใคร เพราะการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนจะทำให้สามารถกำหนดเนื้อหาและการนำเสนอได้ชัดเจนและตรงความต้องการของผู้ชม

2. ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมาย ก่อนผลิตรายการสารคดีควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนว่าเป็นรายการสารคดีเพื่อกลุ่มเป้าหมายประเภทใด เป็นกลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้ใหญ่ เพศชาย เพศหญิง กลุ่มอาชีพใด การศึกษาระดับใด การกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายนั้นก็เพื่อการวางแผนทางในการหาสาระข้อมูลเพื่อนำเสนอว่าควรเป็นเนื้อหาประเภทใด มีความหลากหลาย ความยากง่ายของเนื้อหา การนำเสนอแง่มุมความคิดและความลึกของเรื่องราวว่าควรเป็นระดับใด นอกจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวางแผนทางของเนื้อหารายการแล้ว ยังเป็นการกำหนดผู้สนับสนุนรายการด้วยเช่นกัน เช่น กลุ่มเป้าหมายที่ เป็นเด็ก ผู้สนับสนุนรายการก็ควรเป็นผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคสำหรับเด็ก เป็นต้น

3. เวลาการออกอากาศ เมื่อทำการกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายแล้ว สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการจัดสรรเวลาสำหรับการออกอากาศ เพราะหากเวลาในการออกอากาศไม่สัมพันธ์กับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอ ก็จะส่งผลให้รายการไม่บรรลุผลเท่าที่ควร²¹

²⁰ ปมุข ศุภสาร, เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการรายการวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 5 – 10. (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530), น. 203.

²¹ สัมภาษณ์ อุบลรัตน์ สิงห์ไพบูลย์พร (Deputy Managing Director TV Program Production Management) บริษัท กันตนา จำกัด, 10 พฤศจิกายน 2549

เช่น ผลิตรายการสารคดีสำหรับเด็ก แต่เวลาออกอากาศคือเวลา 23.00 น. ก็จะมีกลุ่มเป้าหมายดูรายการได้น้อย ทำให้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของรายการ

4. เวลาในการผลิต หากผู้ผลิตรายการได้เวลาออกอากาศและช่วงเวลาของรายการแล้ว ต้องพิจารณาว่าควรใช้ระยะเวลาในการผลิตเพื่อให้ได้เนื้อหาสาระอย่างไรให้ตรงกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และตามจำนวนงบประมาณที่กำหนด

5. ความยาวของรายการ รายการสารคดีแต่ละประเภทจะมีความยาวของรายการตั้งแต่ 1 นาที – 60 นาที หรือมากกว่านั้น ขึ้นอยู่กับการนำเสนอประเด็นเนื้อหา วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรายการสารคดีบางเรื่องอาจจบภายในตอนเดียว หรือหลายตอนจบ เช่น รายการซิงเกอร์เวิลด์ เป็นรายการสารคดีเกี่ยวกับธรรมชาติและสัตว์ เป็นรายการสารคดีที่มีการตัดต่อให้ในแต่ละเรื่องจบในตอนเดียวภายในเวลา 60 นาที

สำหรับรายการสารคดีบางเรื่องอาจมีความยาวมากกว่า 1 ชั่วโมง โดยแบ่งเนื้อหาและจัดการออกอากาศเป็นตอนๆ จนกว่าจะจบเรื่อง แล้วจึงนำเสนอเรื่องใหม่

6. การเลือกประเภทของรายการ เนื่องจากรายการสารคดีมีหลายประเภท ฉะนั้นผู้ผลิตรายการสารคดีควรทำการเลือกประเภทในการผลิตรายการสารคดีเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการผลิตรายการ

7. งบประมาณ ในการผลิตรายการสารคดีนั้นจะต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตนาน และพิถีพิถันในการผลิต ฉะนั้นการใช้งบประมาณหรือเงินทุนจึงค่อนข้างสูงเพื่อให้ได้รายการสารคดีที่มีคุณภาพ การผลิตรายการสารคดีอาจผลิตโดยใช้เทคนิคโทรทัศน์หรือเทคนิคภาพยนตร์ แต่การถ่ายทำด้วยเทคนิคภาพยนตร์จะลงทุนสูงกว่าและได้คุณภาพมากกว่าในด้านความพิถีพิถันและความคงทน ซึ่งสารคดีบางเรื่องสมควรถ่ายทำด้วยเทคนิคภาพยนตร์ โดยเฉพาะสารคดีที่เจาะลึกและต้องใช้เวลาอันกว่าปกติมักผลิตด้วยภาพยนตร์ทั้งสิ้น และที่สำคัญคือ การเสนอเรื่องราวที่เป็นสารคดีมักมีเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ และทรงคุณค่าที่น่าเก็บรักษาไว้ได้นานๆ เพื่อสามารถนำกลับมาถ่ายทอดให้ชมในโอกาสต่อไป หรือเก็บไว้เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แต่ผู้ผลิตรายการสารคดีควรคำนึงถึงงบประมาณในการผลิตด้วยเช่นกัน

ปัจจัยในการผลิตรายการสารคดีเหล่านี้เป็นเสมือนแนวทางที่ควรคำนึงสำหรับผู้ผลิตรายการสารคดีเพื่อให้ผลิตรายการสารคดีอย่างมีคุณภาพและเพื่อความอยู่รอดของผู้ผลิตรายการสารคดี โดยปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยและแผนงานที่ผู้ผลิตรายการได้กำหนดไว้

การผลิตรายการทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นละคร เกมโชว์ ข่าว หรือสารคดีสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ บุคลากรผู้ผลิตรายการซึ่งเป็นหัวใจในการผลิตรายการทุกประเภท

และการทำงานในการผลิตงานโทรทัศน์นั้นจะต้องเป็นการทำงานแบบทีมเวิร์ค (Team Work) ทั้งสิ้นหากแต่มีรายละเอียดในการทำงานของบุคลากรในแต่ละการผลิตรายการที่ต่างกัน และมีจำนวนบุคลากรมากขึ้นอยู่กับประเภทและรูปแบบการผลิตรายการ ซึ่งการผลิตรายการสารคดีนั้นจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรผู้สร้างสรรค์ผลงานเช่นกัน โดยมีบุคลากรหลักที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์สารคดี²² ดังนี้

1. ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ผู้ควบคุมการผลิตเป็นผู้ผลิตคิดสร้างสรรค์ผลงานสู่จอโทรทัศน์ซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียวหรือเป็นกลุ่ม โดยมีหน้าที่ระดมความคิดเพื่อวางแผนและกำหนดรูปแบบในการนำเสนอรายการสารคดี รวมทั้งวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการสารคดีว่าต้องการนำเสนอเนื้อหาลักษณะใด ผลที่คาดว่าจะได้รับคืออะไร ตลอดจนแนวคิดหลัก (Concept) ของรายการเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตรายการที่ส่งผ่านจากความคิดที่เป็นนามธรรมสู่การถ่ายทอดที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนแก่ผู้ชม

2. ผู้เขียนบทโทรทัศน์ (Script Writer) ผู้เขียนบทรายการสารคดีคือผู้ที่สามารถถ่ายทอดแนวคิดหลัก (Concept) ของรายการออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจะต้องสามารถสื่อความหมายให้ผู้ร่วมงานเข้าใจรายละเอียดของรายการให้ได้มากที่สุด เพราะบทโทรทัศน์คือหัวใจสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ และผู้เขียนบทรายการสารคดียังเป็นผู้สร้างสรรค์รายการจากแนวคิดเบื้องต้นที่ผู้ควบคุมการผลิตรายการได้กำหนดไว้ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อถ่ายทอดแนวคิดและเนื้อหาออกมาเป็นภาพและเสียงตามรูปแบบและวัตถุประสงค์ของรายการการทำงานของผู้เขียนบทเริ่มจากการได้หัวข้อที่จะผลิตรายการ โดยผู้เขียนบทจะต้องรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่จะผลิตให้มากที่สุด และนำมาคัดสรรรายละเอียดและแง่มุมที่จะนำเสนอในรายการ หลังจากนั้นผู้เขียนบทจะต้องเขียนเค้าโครงเรื่องย่อ (Plot) เพื่อกำหนด แนวทางการนำเสนอรายการและเนื้อหาอย่างคร่าวๆ เพราะบทรายการสารคดีนั้นไม่สามารถกำหนดลักษณะภาพหรือมุกตลกซึ่งเฉพาะเจาะจงล่วงหน้าได้ เนื่องจากรายการสารคดีเป็นการบันทึกภาพจากเหตุการณ์จริง ซึ่งไม่สามารถจัดสถานการณ์ให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ได้ ผู้เขียนบทจึงต้องมีการเขียนบทที่บอกเพียงลักษณะภาพ เค้าโครงเรื่อง และการเรียงลำดับเนื้อหาอย่างคร่าวๆ สำหรับการถ่ายทำ (Shooting Script) เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตรายการสารคดี และหลังจากนั้นผู้เขียนบทจะต้องเขียนบทโทรทัศน์ที่สมบูรณ์โดยระบุลักษณะภาพและเสียงอย่างชัดเจน เพื่อใช้ในการติดต่อ ลำดับภาพ และบันทึกเสียงต่อไป

²² อัจฉรา ทองรอด, “การสร้างสรรค์รายการสารคดีเพื่อศิลปวัฒนธรรม”,

(สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532), น. 10 –13.

3. ผู้ประสานงานหรือเจ้าหน้าที่ (Pre - Production) ผู้ประสานงานในรายการสารคดี มีหน้าที่ออกสำรวจหาสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ (Survey) และติดต่อเพื่อขออนุญาตถ่ายทำรายการ กับเจ้าของสถานที่หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยติดต่อโดยตรง หรือติดต่อทางโทรศัพท์ขึ้นอยู่กับความสะดวกและเหมาะสม แต่บางครั้งอาจต้องมีการทำหนังสือหรือจดหมายเพื่อขออนุญาตถ่ายทำรายการในกรณีติดต่อกับหน่วยงานราชการ เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันและแนะนำตัวได้เป็นอย่างดี หลังจากได้รับการอนุญาตแล้วผู้ประสานงานอาจต้องเข้าไปติดต่อด้วยตนเองอีกครั้งเพื่อชี้แจงรายละเอียดในการถ่ายทำและเนื้อหาในการนำเสนอรายการ รวมทั้งเป็นการสำรวจสถานที่เพื่อเตรียมการสำหรับทีมงานในการถ่ายทำรายการ และในบางครั้งผู้ประสานงานยังต้องเก็บข้อมูลให้กับผู้เขียนบทอีกด้วย

4. ช่างกล้อง (Cameraman) ช่างภาพเป็นผู้บันทึกภาพเหตุการณ์ตามโครงเรื่องย่อ และการตีความจากบทสำหรับการถ่ายทำรายการ โดยก่อนที่จะถ่ายทำนั้นช่างภาพต้องทำความเข้าใจกับบทโทรทัศน์หรือพุดคุยเพื่อความเข้าใจกับผู้เขียนบทรายการก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทำรายการว่ารายการสารคดีที่ถ่ายทำนั้นต้องการสื่อสารอะไรแก่ผู้ชม เนื่องจากการถ่ายทำรายการสารคดีต้องทำงานอย่างรวดเร็ว ช่างภาพจึงต้องเป็นผู้ที่มีการตัดสินใจอย่างรวดเร็วภายในเวลาที่จำกัดเพื่อบันทึกภาพตามบทโทรทัศน์ที่เขียนไว้ นอกจากนี้ช่างภาพยังต้องเป็นผู้ที่มีศิลปะในการมองภาพ รู้จักมุมมองของภาพที่สวยงาม สามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในการบันทึกภาพตามเนื้อเรื่อง เช่น การถ่ายภาพสถาปัตยกรรม ช่างภาพจำเป็นต้องใช้เลนส์มุมกว้างเพื่อแสดงให้เห็นความโอโง่งของสถานที่

5. ผู้ช่วยช่างกล้อง (Assistant Cameraman) ผู้ช่วยช่างกล้องเป็นผู้เตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ในการถ่ายทำรายการ เช่น ไฟส่อง ขาตั้งกล้อง ไมโครโฟน ฯลฯ ให้เหมาะสมกับการถ่ายทำรายการสารคดีนั้นๆ นอกจากนี้ผู้ช่วยช่างกล้องยังเป็นผู้คอยดูแลความเรียบร้อยในขณะที่ถ่ายทำรายการ ควบคุมการทำงานของเทปโทรทัศน์ว่าบันทึกภาพและเสียงเรียบร้อยหรือไม่ เพราะการทำงานกับเครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์จะต้องมีความแม่นยำและรวดเร็ว เพราะการถ่ายทำรายการสารคดีนั้นเป็นการบันทึกภาพจากเหตุการณ์จริงที่ไม่สามารถจัดฉากได้

6. ผู้ตัดต่อ (Editor) ผู้ตัดต่อมีหน้าที่จัดลำดับภาพจากการถ่ายทำรายการให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ที่กำหนด ซึ่งกระบวนการตัดต่อภาพนั้นถือเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะหากบทโทรทัศน์ดี การถ่ายภาพดี แต่ตัดต่อภาพออกมาได้ไม่ดี รายการสารคดีนั้นก็จะมีคุณภาพที่ไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ตัดต่อควรอ่านบทสารคดีให้เข้าใจโดยละเอียด เพื่อพิจารณาว่า

ควรเรียงลำดับภาพก่อนหลังอย่างไรจึงจะสามารถสื่อสารได้ตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่น่าเสนอ รวมทั้งการคัดเลือกภาพที่ดีและเหมาะสมที่สุดมาเรียบเรียงลำดับภาพตามเนื้อหาในบทโทรทัศน์

7. ผู้บรรยาย (Narrator) ถึงแม้ว่าภาพจะสามารถสื่อความหมายได้ดีกว่าเสียง แต่ในบางครั้งภาพก็ไม่สามารถสื่อความหมายได้ทั้งหมด ฉะนั้นรายการสารคดีจึงต้องการเสียงบรรยายการประกอบภาพเพื่อช่วยอธิบายเรื่องราวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้บรรยายจึงเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเนื้อหากับผู้ชม ฉะนั้นผู้บรรยายจะต้องเป็นผู้มีน้ำเสียงน่าฟังและมีความรู้ในการอ่านออกเสียงได้ดีพอสมควร คืออ่านออกเสียงได้ถูกต้องตามอักขระวิธีทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และที่สำคัญคือจะต้องอ่านบทโทรทัศน์ให้มีลักษณะเหมือนการพูด รู้จักจัดระดับเสียงเน้นเสียงหนักเบาให้เข้ากับเนื้อหา โดยที่ผู้บรรยายจะต้องทำความเข้าใจกับบทเพื่อศึกษาความหมายของเรื่องและวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหา รายการเพื่อที่จะสามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตรายการ

8. ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) โดยมากรายการสารคดีมักเป็นรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการน้อยกว่ารายการประเภทอื่น เนื่องจากมีจำนวนผู้ชมรายการน้อยและรายการสารคดีที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบันมักจะมีผู้สนับสนุนรายการเพียงไม่กี่รายต่อหนึ่งรายการ ซึ่งผู้สนับสนุนรายการนั้นมีบทบาทในการช่วยเหลือทางด้านเงินทุนสำหรับการผลิตรายการ และทางรายการจะเป็นผู้ช่วยโฆษณาสินค้า องค์การของผู้สนับสนุนรายการเป็นการตอบแทน

บุคคลผู้มีส่วนในการสร้างสรรค์รายการสารคดีเหล่านี้จะต้องเป็นผู้ที่มีใจรักในการผลิตรายการสารคดีและที่สำคัญคือต้องเป็นผู้ที่สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมเวิร์คได้เป็นอย่างดี เพราะความสำเร็จของรายการสารคดีย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือของหลายฝ่ายในการสร้างสรรค์รายการสารคดีให้ดีและเป็นที่ชื่นชอบแก่ผู้ชม

ซึ่งบุคลากรในการผลิตรายการสารคดีหรือที่เรียกกันว่า “คนทำสารคดี” ย่อมต้องมีคุณสมบัติของคนทำสารคดีเพื่อให้รายการสารคดีที่ออกสู่สายตาประชาชนเป็นรายการสารคดีที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง โดยมีคุณสมบัติของผู้ผลิตรายการสารคดี²³ ดังนี้

1. ช่างซักช่างถาม ช่างสังเกตเรียนรู้อยู่เสมอเพื่อให้สามารถได้เนื้อหาข้อมูลที่ดีละเอียด และเป็นประโยชน์ในการผลิตรายการ
2. มีวิญญานของการเป็นนักถ่ายทอด อยากรู้อยากเห็น อยากเขียนสิ่งดีๆ ให้คนอื่นรับรู้
3. ใฝ่ใจสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ประเด็นใหม่ๆ กลวิธีในการนำเสนอใหม่ๆ อยู่เสมอ

²³ ชีรภาพ โลหิตกุล, กว่าจะเป็นสารคดี, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: แพรวสำนักพิมพ์, 2544), น.162.

4. เป็นผู้รับสื่อที่ดี คือมีการอ่านหนังสือ ดูภาพยนตร์ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุอยู่เสมอ
5. เห็นคุณค่าของคนทุกระดับชั้น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลจากผู้ว่าหรือชาวบ้าน
6. มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ เพราะการทำงานทุกประเภทให้ดีขึ้นต้องเกิดจากทัศนคติที่ดีของผู้ทำงาน

คุณสมบัติเหล่านี้เป็นแนวทางหนึ่งสำหรับผู้สร้างสรรค์ผลิตรายการสารคดี หากแต่ในการทำงานจริงผู้สร้างสรรค์รายการสารคดีอาจมีแนวทางในการปฏิบัติอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อให้การผลิตรายการสารคดีมีความสมบูรณ์ที่สุดและยั่งยืนต่อไป

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร

การศึกษาโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการผลิตรายการสารคดีเป็นส่วนหนึ่งของงานด้านความบันเทิง ฉะนั้นการดำเนินการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจบริการ²⁴ ได้แก่ ธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษา คมนาคม ที่อยู่อาศัย การติดต่อสื่อสารและการบริการข้อมูล สุขภาพ งานบันเทิง กีฬา การประกันภัย การเงิน และบริการเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจในรูปแบบใดก็ตามหรือแม้แต่ธุรกิจด้านการผลิตรายการสารคดี ย่อมต้องมีการบริหารธุรกิจที่ดี ฉะนั้นการบริหารธุรกิจในการดำเนินการแต่ละประเภทยานั้นต้องมีวัตถุประสงค์ที่จะได้ประโยชน์จากการกระทำกิจกรรมนั้น โดยการประกอบธุรกิจจะมีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการ²⁵ คือ

1. ความอยู่รอดขององค์กร
2. การทำกำไรเพื่อองค์กร
3. การเจริญเติบโตทางด้านธุรกิจและองค์กร
4. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

²⁴ ธีรยุทธพนธ์ เขจรนันท์, การบริหารธุรกิจ, (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2548), น. 18.

²⁵ เรื่องเดียวกัน, น. 22 – 23.

นอกจากนี้องค์กรธุรกิจยังสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการตามความต้องการของสังคม การกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ การจ้างงานและการกระจายรายได้ การเสียภาษีและค่าบริการแก่รัฐบาลเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ

ถึงแม้ว่าจะมีการแบ่งประเภทธุรกิจออกเป็นหลายประเภท เช่น การพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการบริการ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันได้มีรูปแบบธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและแรงผลักดันจากเทคโนโลยี ส่งผลให้องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดกิจกรรมสำคัญๆ ในหลายด้าน ได้แก่ การผลิตและการดำเนินงาน การตลาด การเงินและการบัญชี ทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ เช่น การจัดซื้อคอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ การวิจัยและการพัฒนาองค์กร เป็นต้น ซึ่งจะต้องบริหารงานให้สามารถดำเนินการอย่างสอดคล้องและเกื้อหนุนต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาธุรกิจจะช่วยให้สามารถเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ และการเป็นนักลงทุนที่ดีได้

การบริหารธุรกิจให้อยู่รอดได้นั้นนอกจากจะมีการบริหารจัดการโดยทั่วไปแล้วยังจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรเพื่อนำมาพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น มีจุดเด่นความแตกต่างขององค์กรเพื่อให้มีความโดดเด่นทางธุรกิจ และสามารถดำเนินการธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของธุรกิจ (SWOT)²⁶ ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) หมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่สามารถทำได้ดี โดยการวิเคราะห์การดำเนินงานภายในองค์กร เช่น การบริหาร การตลาด การเงิน การผลิต การวิจัย และการพัฒนา เพื่อการพิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในองค์กรเป็นระยะๆ ซึ่งองค์กรที่ประสบความสำเร็จจะมีการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรจากจุดแข็งการดำเนินงานภายในองค์กร อยู่เสมอ

จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่ไม่สามารถทำได้ดี โดยการวิเคราะห์การดำเนินงานภายในองค์กร เช่น การบริหาร การตลาด การเงิน การผลิต การวิจัยและการพัฒนาที่จะเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งองค์กรจะต้องกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรที่สามารถปรับปรุงจุดอ่อนการดำเนินงานภายในองค์กรเหล่านี้ให้ดีขึ้น

²⁶ อัจฉรา จันทร์ฉาย, การวางแผนกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ, พิมพ์ครั้งที่ 7

(กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 18.

โอกาส (Opportunity) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยองค์กรจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน เป็นต้น เพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมเหล่านี้ การพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ การเปลี่ยนแปลงของประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติพนักงาน และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเพราะการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นผลให้องค์กรต้องมีการวางกลยุทธ์ขององค์กรให้เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

อุปสรรค (Threats) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคามต่อการดำเนินงานขององค์กร อันได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน เป็นต้น เช่น การเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ อัตราดอกเบี้ยและราคาน้ำมันที่สูง ภัยพิบัติ ฯลฯ ล้วนเป็นการคุกคามจากสภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กรจึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญสำหรับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับองค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและความแตกต่างขององค์กรจนสามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจประเภทเดียวกันได้

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์กร

การดำเนินการธุรกิจนั้นนอกจากการบริหารจะเป็นส่วนสำคัญแล้วทางด้านการจัดองค์กรก็มีส่วนสำคัญเช่นกันเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการได้ตามวัตถุประสงค์ โดยเลวิต และ ฮาโรลด์ (Leavitt and Harold) กล่าวว่าองค์กรต่างๆ จะต้องประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการ²⁷ ดังนี้

1. หน้าที่และเป้าหมายขององค์กร คือต้องทราบว่าองค์กรมีเป้าหมายอย่างไร และจะสามารถบรรลุเป้าหมายนั้นได้อย่างไร
2. โครงสร้างภายในองค์กรมีลักษณะการแบ่งภายในองค์กรอย่างไร

²⁷ ทิปปิวิท พงษ์ไพบูลย์, “พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์”, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534, น. 24.

3. องค์กรมีการบริหารเครื่องมือต่างๆ โดยการใช้เทคโนโลยีเพื่อควบคุมการปฏิบัติงานขององค์กรให้เกิดความมั่นคงอย่างไร

4. บุคลากรภายในองค์กรมีลักษณะแนวความคิดอย่างไร และสามารถสร้างความพร้อมภายในองค์กรได้อย่างไร

ดังนั้นองค์กรใหญ่ๆ จำเป็นต้องมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. งาน (Task) องค์กรจะต้องมีการออกแบบสินค้าขึ้นเพื่อบริการโดยมีเป้าหมายที่แน่นอน

2. โครงสร้าง (Structure) องค์กรจะต้องมีโครงสร้างของการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรซึ่งมีลักษณะแบ่งตามสายงาน

3. เครื่องมือ (Tools) ภายในองค์กรจะต้องประกอบด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นอุปกรณ์ในการปฏิบัติการ และช่วยให้การบริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. บุคลากร (People) ภายในองค์กรย่อมต้องมีบุคลากรที่มีลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ฉะนั้นภายในองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการบริหารบุคลากรภายในองค์กรอย่างดี เพื่อให้สามารถดำเนินการไปในแนวทางตามวัตถุประสงค์ขององค์กรร่วมกัน ซึ่งบุคลากรนับเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดภายในองค์กร

ดังนั้นองค์กรจึงมีความสำคัญไม่ว่าจะเป็นธุรกิจทางด้านใดก็ตาม การมีหลักสำคัญต่างๆ ภายในองค์กรที่เข้มแข็งจะช่วยให้การทำงานต่างๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์และทิศทางที่วางไว้ อีกทั้งยังช่วยให้ผลการทำงานออกมาอย่างเป็นประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนต่อไป

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการค้นคว้างานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยของผู้วิจัย โดยศึกษาและนำข้อมูลบางอย่างมาประยุกต์ใช้ประกอบการวิจัยเพื่อให้เกิดประโยชน์สำหรับการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. ทิปวิท พงศ์ไพบุลย์ “พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์” (2534) ศึกษาว่าการผลิตรายการทางโทรทัศน์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละรายการเรื่อยมา เนื่องจากมีปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นตัวผลักดัน จนกลายเป็นองค์กรเชิงธุรกิจ และอุตสาหกรรมบันเทิง จึงส่งผลให้เกิดองค์กรธุรกิจงานบันเทิงหรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มากขึ้น และ

สิ่งที่จะช่วยให้ประสบผลสำเร็จในเชิงธุรกิจนั้นการจัดการด้านองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้

2. ปิยพรรณ กลิ่นขาย “การเขียนบทรายการสารคดีทางโทรทัศน์” (2535) ศึกษาที่มาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ลักษณะและองค์ประกอบของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ รวมถึงขั้นตอนและวิธีการเขียนบทรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ซึ่งส่งผลให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของรายการสารคดีและองค์ประกอบของรายการสารคดีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการสารคดีตามการศึกษาวิจัยในโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

3. เมลิริน ขวัญใจ “สารคดีท่องเที่ยวเชิงวาไรตี้ : เที่ยวละไม ไทยแลนด์” (2546) ศึกษาความเป็นมาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ขั้นตอนในการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการทำงานพร้อมแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ทราบถึงความเป็นมาตั้งแต่แรกเริ่มก่อนการเป็นรายการสารคดีจนเป็นรายการสารคดีทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน

4. ลดาวัลย์ เกตุมา “ลักษณะทั่วไปของรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์” (2533) ศึกษาความหมายและลักษณะของรายการสารคดีและรายการสารคดีเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงขั้นตอนการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และปัญหาอุปสรรคในการทำงานพร้อมกระบวนการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน ซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยทราบถึงความแตกต่างและลักษณะเฉพาะของรายการสารคดีเพื่อการท่องเที่ยวตามโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

5. อรทัย รุจิราธร “พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปี พ.ศ.2530 ถึง 2541” ศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ให้อยู่รอด ท่ามกลางการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง โดยที่พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์นั้นเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป และสามารถแบ่งได้เป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงบุกเบิก ช่วงเติบโต และช่วงตกต่ำ โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนคือปัจจัยทางด้านเทคนิค เทคโนโลยีและมีใจรักของผู้ผลิต ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญคือ ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณในการผลิตรายการและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสม และการยึดติดภาพเดิมๆ ของผู้ชมรายการสารคดีโทรทัศน์ว่าขาดความน่าสนใจ แต่ทั้งนี้รายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพื่อความอยู่รอดมากขึ้นโดยแปรผันตามภาวะเศรษฐกิจและกระแสนิยมของผู้ชม

6. อัจฉรา ทองรอด “การสร้างสรรค์รายการสารคดีเพื่อศิลปะวัฒนธรรม” (2532) ศึกษาการผลิตรายการสารคดีที่มีเนื้อหาในด้านศิลปะวัฒนธรรมในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของรายการสารคดีด้านศิลปะวัฒนธรรม รวมถึงบทบาทของบุคลากรผู้สร้างสรรค์รายการสารคดี ทำให้ทราบถึงหน้าที่ของบุคลากรผู้ผลิตรายการสารคดีในแต่ละฝ่าย เพื่อเป็นแนวทางในการคัดสรรบุคลากรในโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยทำการศึกษา

7. ไอรพต ศรีสุชาติ “การบริหารงานบริษัทผลิตสารคดีโทรทัศน์เพื่อความอยู่รอด” (2546) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารรายการสารคดีที่แพร่ภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ (Free TV) กลวิธีในการบริหารรายการสารคดี วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการบริหารรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย ทำให้ทราบถึงการแข่งขันและปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ อันเป็นแนวทางในโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ศิลปะและวัฒนธรรมให้สามารถดำเนินการในระยะยาวได้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ศิลปะและวัฒนธรรมนั้นนอกจากจะต้องทราบวัตถุประสงค์ของการผลิตรายการและกระบวนการในการผลิตรายการแล้วยังต้องทราบเกี่ยวกับการบริหารงานในส่วนต่างๆ เช่น การคัดเลือกบุคลากร การจัดสรรงบประมาณ ที่ช่วยให้การทำงานมีระบบแบบแผนและง่ายต่อการทำงาน รวมถึงการศึกษาการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยในการบริหารงาน หรือแม้แต่การวิเคราะห์จากปัญหาและอุปสรรคในการทำงานเพื่อนำมาเป็นกลวิธีและแนวคิดในโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมให้ดำเนินการอย่างมีระบบแบบแผนและยั่งยืน