

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ชุดโลกสลัปส์" นั้น ผู้ศึกษาได้ยึดแนวคิดทฤษฎีต่างๆมาเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานเพื่อการศึกษาวิเคราะห์ ดังนี้

1. ประเภทของสารคดีโทรทัศน์
2. กระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
3. องค์ประกอบของระบบองค์กรสื่อสารมวลชน
4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์กรสื่อสารมวลชน

ประเภทของสารคดีโทรทัศน์

คำว่า "สารคดี" มาจาก สาระ + คดี
สาระ แปลว่า ทั้งหมด
คดี แปลว่า การดำเนิน หรือ เรื่อง

ดังนั้น "สารคดี" จึงหมายถึง "การดำเนินเรื่องทั้งหมด" หรือ "การเสนอเรื่องราวโดยละเอียด" ¹

¹ จารุสินทร์ มุกสิกพงษ์, การผลิตรายการทางวิทยุกระจายเสียง
(กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.)

นอกจากนั้นยังหมายถึง "ร้อยแก้วใดๆ ที่ประกอบขึ้นมาจากข้อเท็จจริง ที่มีอยู่ ผสมผสานเข้ากับจินตนาการ" ² อีกด้วย

สำหรับเนื้อหาที่จะนำมาสร้างสรรค์ให้เป็นสารคดีได้นั้น อาจมีมากมาย หลายรูปแบบด้วยกัน ดังเช่นที่ ประสิทธิ์ กาศย์กลอน ได้กล่าวไว้ในหนังสือ เรื่อง การเขียนภาคปฏิบัติ ดังนี้ การปรับปรุงส่งเสริมตนเอง, การแนะนำวิธีปฏิบัติ, การแนะนำสถานที่, สิ่งแปลกใหม่, พืชและสัตว์, วิถีชีวิตของประชาชน, ประสบการณ์ผิตรธรรมชาติ, ผลการค้นคว้า, เหตุการณ์สำคัญที่บันทึกไว้, บุคคลที่น่าสนใจ, ข้อคิดเห็น รวมถึงเรื่องจูงใจอื่นๆ

ดังนั้น "สารคดีโทรทัศน์" จึงหมายถึง รายการประเภทหนึ่งซึ่งนำเสนอ ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยละเอียดตั้งแต่ต้นจนจบ โดยยึดหลักของความ เป็นจริง ในขณะที่เดียวกันก็ได้อาศัยเทคนิคต่างๆหลายรูปแบบมาผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดจินตภาพที่ดีและจูงใจผู้ชมให้สนใจ อาทิ รูปแบบการบรรยาย, บทสัมภาษณ์, บทสนทนา, การให้ดนตรีและเสียงประกอบอื่นๆ เพื่อเสริมความหมายที่สมบูรณ์ให้แก่ภาพที่ปรากฏทางจอโทรทัศน์ เป็นต้น นั่นคือนอกจากจะมุ่งเสนอข้อเท็จจริงแก่ ผู้ชมแล้ว ยังมีความพยายามในการสร้างจินตนาการปะปนอยู่ด้วย ³

² ทวีศักดิ์ ญาณประทีป, การเขียนสารคดี (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรไทย, 2525.)

³ Joseph T. Browne, The Art of Nonfiction. [London: Macmillan 1971.]

โดยทั่วไปแล้วรายการสารคดีทางโทรทัศน์ อาจแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ตามรูปแบบในการนำเสนอได้เป็น 2 ประเภท⁴ คือ

1. Informational Documentary

หมายถึง สารคดีเชิงข้อมูล

2. Dramatizatiional Documentary [Docu-drama]

หมายถึง สารคดีเชิงละคร

สำหรับ "สารคดีเชิงละคร" นั้น มีข้อได้เปรียบอยู่ที่ "การถ่ายทอดความหมายผ่านรูปแบบของการแสดง" ซึ่งเข้าใจได้ง่าย ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน และไม่เบื่อหน่าย ในขณะที่ "สารคดีเชิงข้อมูล" นั้นเน้นที่รูปแบบของการบรรยาย และการสัมภาษณ์ซึ่งมีเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก จึงต้องอาศัยความพิถีพิถันทางด้าน "ภาษาภาพ" เป็นหลัก และ "ภาษาเสียง" เป็นตัวสนับสนุน เพื่อทำหน้าที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจมากขึ้นได้

⁴ อรรณพ ลิมนารมย์, "การผลิตรายการโทรทัศน์ชั้นสูง," เอกสารการบรรยาย ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2530.

กระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

ในการผลิตรายการ "สารคดีโทรทัศน์" นั้น นอกจากจะต้องอาศัย ความร่วมมือจากบุคคลต่างๆ หลายฝ่าย รวมถึงการใช้ปัจจัยการผลิต หรือเทคโนโลยีต่างๆ มากมายแล้ว ยังจำเป็นจะต้องมีลำดับขั้นตอนของการทำงานที่ "เป็นระบบ" ทั้งนี้ก็เพื่อให้การผลิตรายการดำเนินไปได้อย่างราบรื่นที่สุดนั่นเอง

สำหรับ "กระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์"⁵ โดยทั่วไปนั้น มีลำดับขั้นตอน ดังนี้คือ

1. ขั้นตอนก่อนการผลิต [Pre-Production]

หมายถึง ขั้นตอนการเตรียมการทั้งหมด ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่การเกิดแนวความคิด, การประชุมกำหนดโครงการ, การเสนอโครงการต่อผู้สนับสนุนรายการ, การเสนอขอซื้อเวลาต่อผู้บริหารสถานี, การมอบหมายงาน, การค้นคว้าวิจัย, การเลือกเรื่องที่จะนำเสนอ, การกำหนดโครงเรื่อง, การหาข้อมูลและหลักฐานอ้างอิง, การเขียนบท, การจัดเตรียมสถานที่, การติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ, การคัดเลือกนักแสดง-เครื่องแต่งกาย-อุปกรณ์ประกอบฉาก (กรณีของ Docu-Drama) รวมถึงการกำหนดวันและเวลาในการถ่ายทำ

⁵ จุมพล รอดคำดี, "การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง," เอกสารการบรรยาย ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

2. ขั้นตอนการผลิต [Field Production]

หมายถึง ขั้นตอนการถ่ายทำ ประกอบไปด้วยการเดินทางและการเคลื่อนย้ายทีมงานถ่ายทำ, การติดตั้งอุปกรณ์การถ่ายทำ, การเลือกมุมภาพ, การบันทึกภาพและเสียง ซึ่งรวมถึงการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลด้วย โดยในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความพร้อมและความสามารถของทีมงานมากที่สุด

3. ขั้นตอนหลังการผลิต [Post Production]

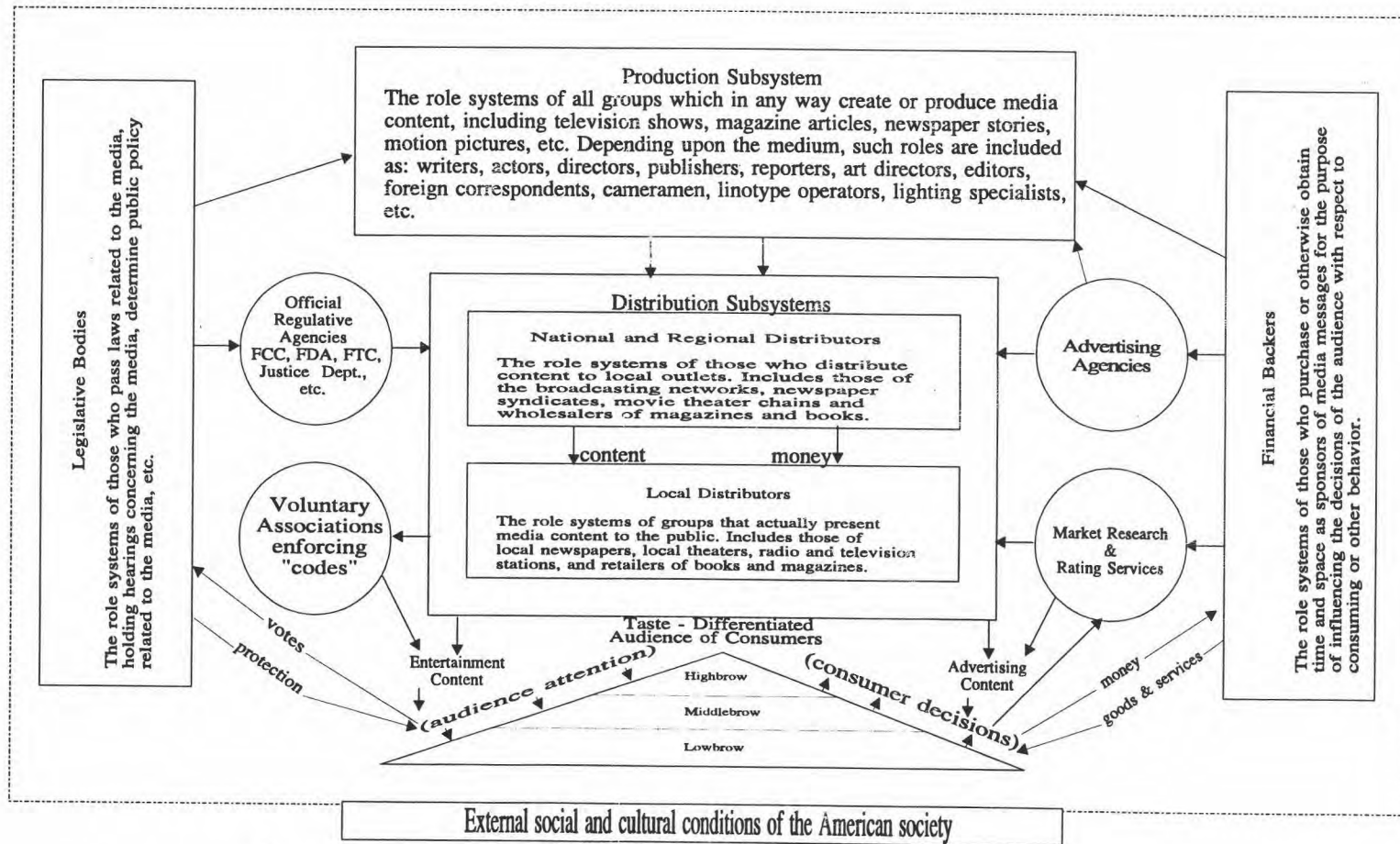
หมายถึง ขั้นตอนของการนำภาพและเสียง ที่ได้บันทึกไว้ในขั้นตอนการผลิตนั้น มาเรียบเรียงขึ้นใหม่ให้เป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์ตามบทที่กำหนด โดยอาศัยวิธีตัดต่อลำดับภาพ และการบันทึกเสียง ซึ่งบางกรณีอาจตัดทอนบทบางส่วนออกบ้าง เพื่อความกระชับ หรือเพื่อให้มีความยาวตามกำหนด

ในส่วนของเสียงก็ควรจะมีการเรียบเรียง หรือประพันธ์ดนตรีและเสียงประกอบขึ้นมาใหม่ เพื่อเสริมให้ภาพและเรื่องราวสื่อความหมายได้มากยิ่งขึ้น หรือหากมีงบประมาณไม่เพียงพอ ก็อาจจะนำดนตรีประกอบที่มีอยู่แล้วมาใช้ได้ แต่โดยมารยาทก็ควรที่จะขออนุญาต หรือระบุที่มาไว้บนจอภาพ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับ "ลิขสิทธิ์" ตามมาได้ภายหลัง และเมื่อตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็อาจจะต้องผ่านการตรวจสอบของ "ผู้สนับสนุนรายการ" เพื่อที่จะพิจารณาแก้ไขให้ตรงตามวัตถุประสงค์ก่อนนำไปเผยแพร่ออกอากาศต่อไป และเมื่อผ่านขั้นตอนของการเผยแพร่ผ่านช่องทาง (สถานีโทรทัศน์) แล้ว ก็เป็นอันว่าจบสิ้นกระบวนการ

การดำเนินงานทั้ง 3 ขั้นตอนดังกล่าว ล้วนมีความสำคัญทัดเทียม และเชื่อมโยงกันในลักษณะที่เป็น "กระบวนการต่อเนื่อง" จึงทำให้ไม่อาจละเลยจุดใดจุดหนึ่งไปได้ เช่นเดียวกับกระบวนการปฏิบัติงานของรายการโทรทัศน์ทุกรูปแบบ ซึ่งในส่วนของ "สารคดีโลกสลับสี" ก็จะมุ่งศึกษาว่า มีรูปแบบเฉพาะของตนเองหรือไม่ ในลักษณะอย่างไรบ้าง

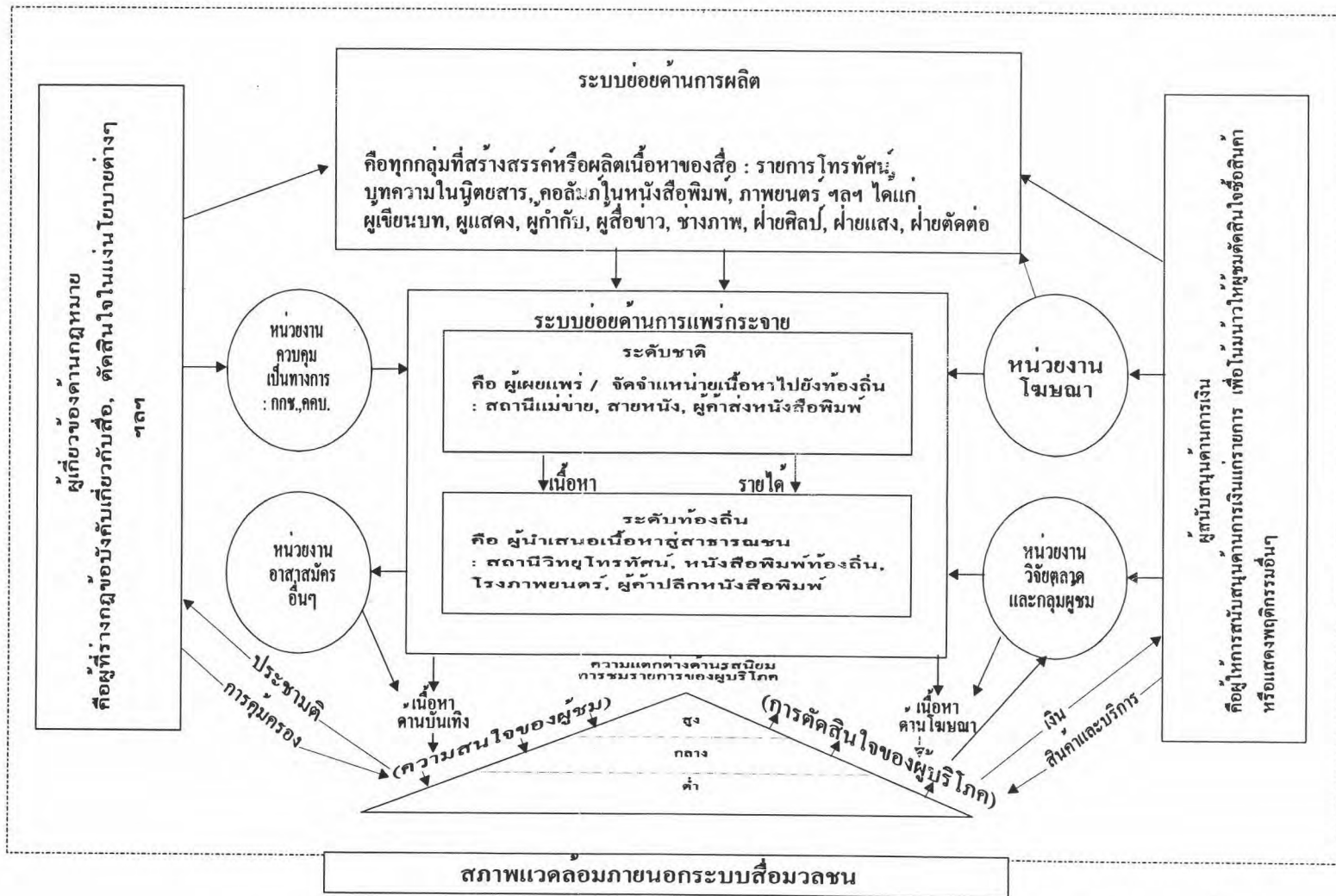
องค์ประกอบของระบบองค์กรสื่อสารมวลชน

องค์ประกอบต่างๆ ของระบบองค์กรสื่อสารมวลชน อาจแสดงได้โดยแผนภาพตามแนวคิดของ De Fleur ดังต่อไปนี้ 6



แผนภาพที่ 1 : Schematic representation of the mass media as a social system.

6 Melvin L. De Fleur and Sandra Ball Rokeach. *Theories of Mass Communication*, 5th ed. [Longman, Inc. New York, 1989] . P. 134.



แผนภาพที่ 2 : องค์ประกอบของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นระบบหนึ่งในสังคม.

เมื่อพิจารณาจากแผนภาพข้างต้นแล้ว จะเห็นได้ว่า "ในตัวองค์กรเอง มีส่วนประกอบต่างๆมากมายที่จะร่วมกันผลิตผลงานออกมาสู่มวลชน" ขณะเดียวกัน องค์กรก็มีได้้อยู่อย่างโดดเด่นเดี่ยว หากแต่ยังมีกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแวดล้อม องค์กรอยู่มากมาย คอยทำหน้าที่ให้การสนับสนุนองค์กรและจะแสดงความต้องการ ของตนเองออกมาด้วย ดังนั้นกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรทางสื่อมวลชน จึงมุ่งเน้นให้ ความสำคัญต่อความพยายามในการสร้างคุณูปภาพให้เกิดขึ้นมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น การบริหารงานภายในให้มีประสิทธิภาพ หรือการรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร แวดล้อมภายนอก

หากพิจารณาในแง่ของ"สื่อโทรทัศน์" ซึ่งนับได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่แพร่ กระจายไปได้กว้างไกลและได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน เนื่องด้วยคุณลักษณะ ทางกายภาพของสื่อที่สามารถแสดงทั้งภาพและเสียงได้พร้อมๆกัน รวมทั้งยังมีสีสัน สมจริง ทำให้ง่ายต่อการดึงดูดความสนใจของผู้ชม แต่สื่อโทรทัศน์เองมีอาจดำรง อยู่ได้โดยลำพัง" จึงจำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อย เพื่อ สร้างระบบขึ้นมาให้สมบูรณ์แบบ" ซึ่งอาจจำแนกองค์ประกอบดังกล่าวออกได้ ดังนี้

1. ผู้ผลิต

หมายถึง บุคคล หรือ ทีมงานที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาสื่อ ในรูปของ รายการโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ชมที่บ้าน ประกอบไปด้วย หน่วยงานย่อย ต่างๆ ได้แก่ ผู้อำนวยการผลิต, ผู้กำกับรายการ, ผู้กำกับการแสดง, ผู้เขียนบท, ผู้บันทึกภาพและเสียง, ผู้ลำดับภาพ, ผู้แสดง, ฝ่ายข้อมูล, ฝ่ายฉาก, ฝ่ายจัดหา จัดเตรียมเครื่องแต่งกาย, ฝ่ายเทคนิค และฝ่ายประสานงาน

2. ช่องทางเผยแพร่

หมายถึง องค์กรที่ทำหน้าที่เผยแพร่, จัดจำหน่าย หรือนำเสนอ เนื้อหาไปสู่สาธารณชน ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ซึ่งในประเทศไทยนั้นมีรูปแบบการดำเนินงานแต่ละลักษณะแตกต่างกัน ดังนี้

- รัฐเป็นเจ้าของ ดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่รัฐ ไม่มีการโฆษณา ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ของกรมประชาสัมพันธ์

- รัฐเป็นเจ้าของ ดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่รัฐ มีรายได้จากการโฆษณา ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 ในส่วนภูมิภาค ทุกแห่ง (สทท.11 ภูมิภาค) อาทิจ ช่อง 8 ลำปาง, ช่อง 10 หาดใหญ่ เป็นต้น

- รัฐเป็นเจ้าของ ดำเนินงานในรูปของรัฐวิสาหกิจ มีรายได้จากการโฆษณาและการให้เอกชนเช่าเวลาออกอากาศ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

- รัฐเป็นเจ้าของ ดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่รัฐ มีรายได้จากการโฆษณา และการให้เอกชนเช่าเวลาออกอากาศ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

- รัฐเป็นเจ้าของ ดำเนินงานโดยเอกชน ซึ่งทำสัญญาตามเงื่อนไขของระยะเวลา ภายใต้การควบคุมดูแลโดยเจ้าหน้าที่รัฐ และรัฐวิสาหกิจ (ช่อง 5 และช่อง 9) ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 และ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

3. ผู้สนับสนุนรายการ

หมายถึง บุคคล หรือ องค์กร ที่มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนด้านงบประมาณการผลิต ซึ่งอาจจะมิใช่ฐานะเป็น "ผู้อำนวยความสะดวก" หรือเป็นเพียง "ผู้อุปถัมภ์รายการ" ก็ได้ โดยมีเป้าหมายหลัก คือ "การโน้มน้าว" ให้ผู้ชมตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ หรือแสดงพฤติกรรมอื่นๆออกมา อันอาจส่งทบวงแก่องค์กรในภายหลัง อาทิ จดจำได้, เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นๆ หรือแม้แต่เปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคจากเดิม แล้วหันมาใช้สินค้าและบริการขององค์กร เป็นต้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการที่บุคคลจะปรับเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรม

บริโภคของตนและกลุ่มได้นั้น คงจะต้องอาศัย "การประชาสัมพันธ์" อย่างต่อเนื่อง เป็นระยะ เวลารานานพอสมควรทีเดียว

4. รายการ

หมายถึง เนื้อหาต่างๆ ที่ผู้ผลิตทำหน้าที่สร้างสรรค์และดำเนินงาน ให้เกิดขึ้นในรูปแบบ และ เทคนิควิธีต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการผลิต ซึ่งอาจ กำหนดขึ้นโดยนโยบายของสถานีโทรทัศน์, ผู้สนับสนุนรายการ, ผู้ผลิต หรือ ผู้ชม หรืออาจเป็นความต้องการ "ร่วมกัน" ของทุกฝ่ายก็ได้

5. ผู้ชม

หมายถึง บุคคลจำนวนมากที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ จะมีพื้นฐาน ทางสังคม, เศรษฐกิจ, การเมือง, การศึกษา ที่แตกต่างกันออกไป จึงอาจส่ง ผลให้มีทัศนคติและรสนิยมในการรับชมรายการที่แตกต่างกันออกไปด้วย นับได้ว่า เป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับหนึ่งของผู้ผลิตรายการ และผู้สนับสนุนรายการไม่ควรจะ มองข้ามไป

6. ระบบควบคุม

หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลในการ ดำเนินงานการผลิตรายการโทรทัศน์ ให้อยู่ในกฎเกณฑ์ หรือข้อกำหนดอันเดียวกัน ทั้งนี้โดยมุ่งที่ "ประโยชน์ของผู้ชม" เป็นสำคัญ โดยอาจอยู่ในรูปกฎหมายของรัฐ, กฎระเบียบของสถานีโทรทัศน์ หรือองค์กรทางวิชาชีพ

นอกเหนือจากองค์ประกอบย่อยต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังรวมถึง องค์กรบางแห่ง ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อ ขยายโฆษณา หรือเช่าเวลาจากทางสถานี (ในกรณีที่ผู้ผลิตรายการไม่มีกำลังด้าน ทรัพยากรบุคคลมากเพียงพอที่จะจัดการในส่วนนี้ได้) และบริษัทผู้ทำวิจัย ซึ่งจะทำ

หน้าที่เก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอรายงานเกี่ยวกับทัศนคติ รสนิยม ตลอดจนความต้องการของผู้ชมในการรับชมรายการหรือโฆษณา ให้แก่บริษัทผู้ผลิต รายการ [Production House] หรือบริษัทตัวแทนโฆษณา [Agency] เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบเนื้อหาและเทคนิควิธีในการผลิตรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย [Target Group] มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบย่อยทุกส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับ "องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์" ย่อมต้องอยู่ภายในกรอบของสภาพแวดล้อมทางสังคม, การเมือง, เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมภายนอกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากการเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งในระบบสังคม (SOCIAL SYSTEM) นั่นเอง

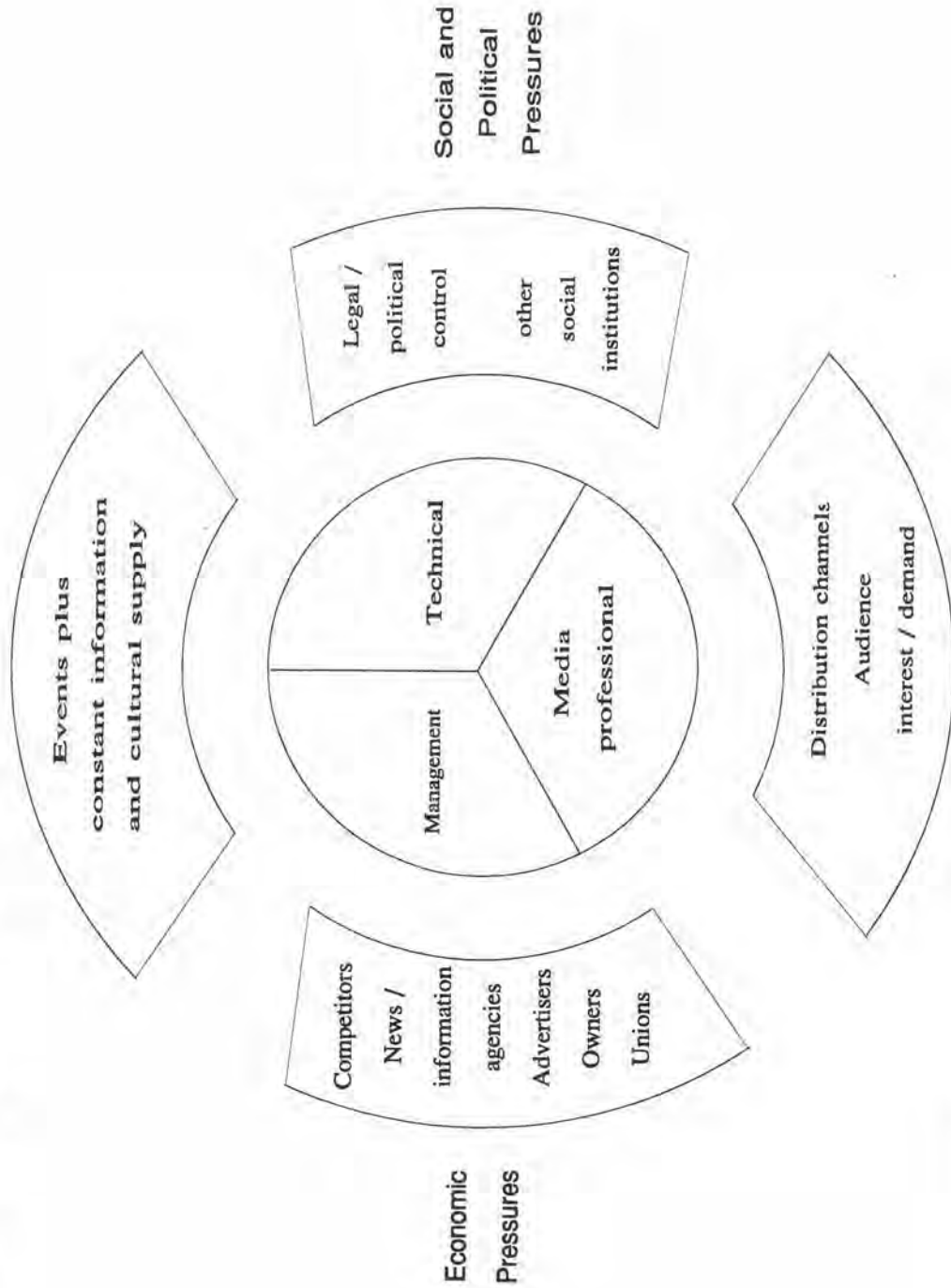
ปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์กรสื่อสารมวลชน

มีข้อถกเถียงตลอดมาว่าสื่อมวลชน [Media] หรือผู้ชม [Mass] กันแน่ ที่เป็นผู้ทำหน้าที่กำหนดเนื้อหา [Content] ของงานด้านการสื่อสารมวลชน ซึ่งความคิดของนักปราชญ์แต่ละสำนักย่อมแตกต่างกันไปจนถึงถือได้ว่าเป็นปัญหาโลกแตก [Harry J. Skornia] ก็ว่าได้ แต่แล้วในที่สุดคำตอบของความลึกลับดังกล่าว ก็คือการสรุปว่า "สมควรที่จะมองสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นระบบย่อย [Internal System] ระบบหนึ่ง ในระบบสังคม [Social System] ซึ่งดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบใหญ่ภายนอก [External System]" [Melvin L. De Fleur]

Gerbner [1969] กล่าวว่า ผู้สื่อสารจะทำงานภายใต้ภาวะความกดดัน จากบรรดาสิ่งแวดล้อมหลากหลายภายนอก ซึ่งมีอำนาจสูง อาทิ ลูกค้า (ผู้สนับสนุนรายการ), คู่แข่งขัน (สื่ออื่นๆ), ผู้มีอำนาจ (นักการเมือง-นักกฎหมาย), ผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ (นักวิชาการ) รวมถึง "ผู้ชม" ด้วย

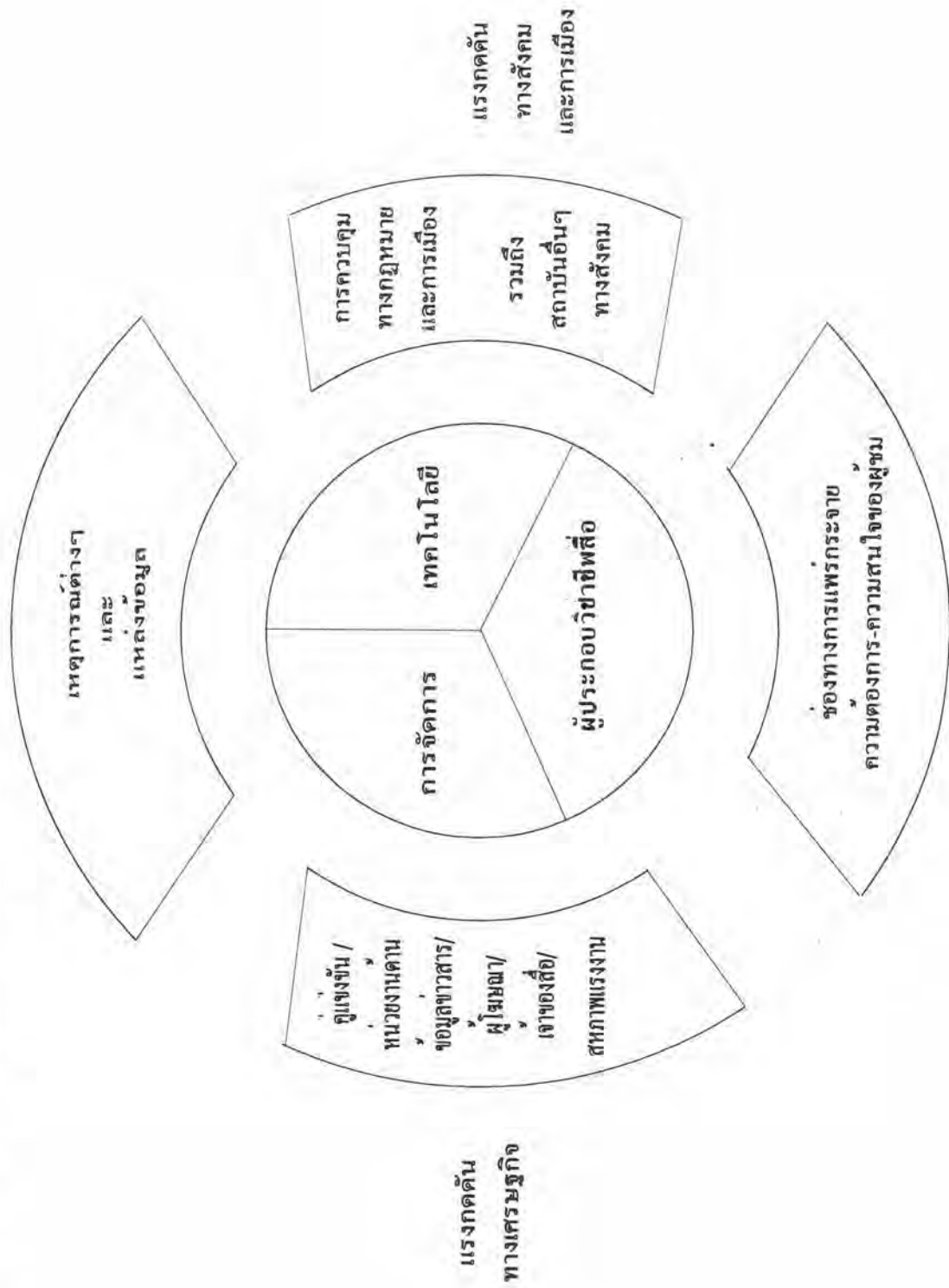
Denis McQuail กล่าวไว้ว่า องค์กรสื่อสารมวลชนตกอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจาก "ภายนอก" และ "ภายใน" ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร อาจเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 3 : The media organization in a field of social forces⁷



⁷ Denis McQuail, Mass Communication Theory : an introduction, 3rd ed. [Sage Publication] . P. 191.

แผนภาพที่ 4 : องค์ กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม



ดังนั้น เมื่อพิจารณาจาก "แผนภาพองค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคมของ Denis McQuail แล้ว พบว่าปัจจัยที่มีส่วนผลักดันให้เกิดผลงานในรูปของ "รายการโทรทัศน์" (ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งปัจจัยเชิงบวก และปัจจัยเชิงลบที่มีต่อพัฒนาการของรายการนั้นๆ) เรียกว่าปัจจัยการผลิตรายการโทรทัศน์ นั้น จึงอาจแบ่งได้เป็น 2 ประการ ดังนี้คือ

1. ปัจจัยภายใน

หมายถึง ปัจจัยซึ่งเกิด หรือมีขึ้นภายในตัว "องค์กรผู้ผลิตรายการ" จึงอาจควบคุมให้เป็นไปในแนวทางใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรเป็นสำคัญ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การจัดการ [Management], เทคโนโลยี [Technology] และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ [Media Professional] (มีความหมายเกี่ยวข้องกับ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ภูมิหลัง อุดมการณ์ และทัศนคติของผู้สื่อสาร)

2. ปัจจัยภายนอก

หมายถึง ปัจจัยซึ่งมีที่มาจากแหล่งอื่นๆ อันมีความเกี่ยวพัน และมีอิทธิพลโดยตรงหรือโดยอ้อมกับกระบวนการผลิตรายการขององค์กร เป็นสิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์ หรือนโยบายในช่วงเวลานั้นๆ อาทิ จากแรงกดดันทาง เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง จึงอาจกล่าวได้ว่า "เป็นปัจจัยที่ยากต่อการควบคุมหรือกำหนดให้เป็นไปตามความประสงค์ขององค์กร" อันได้แก่ แหล่งข้อมูลและ เหตุการณ์ต่างๆ, คู่แข่งขัน, หน่วยงานข้อมูลข่าวสาร, ผู้โฆษณา, เจ้าของสื่อ, สหภาพแรงงาน, แรงผลักดันทางสังคม การเมือง และสถาบันอื่นๆ ทางสังคม, ช่องทางเผยแพร่ (สถานีฯ), ความต้องการและความสนใจของผู้ชม

สำหรับในการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับ "ปัจจัยการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ชุดโลกสลัปส์" ในครั้งนี้จะยึดถือแนวคิดข้างต้นเป็นกรอบในการศึกษา โดยอาจแยกย่อยปัจจัยต่างๆออกไปให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของรายการ ดังจะกล่าวถึงรายละเอียดในโอกาสต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาของ ทีปวิท พงศ์ไพบุลย์ (2534) เกี่ยวกับเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ค้า เนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" พบว่า ...บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะ เป็นองค์กรหนึ่งทางสังคมที่อยู่ภายใต้ระบบสังคมโดยรวม จึงไม่อาจดำเนินงานได้โดยอิสระด้วยตนเองแต่จะมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงมิได้... นอกจากนี้พัฒนาการของธุรกิจรายการโทรทัศน์ยังเกิดจากปัจจัยส่งเสริม 2 ลักษณะ คือ จากสภาพแวดล้อมภายใน และ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร...

บทสรุปของการศึกษาครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ชุดโลกสลัปส์" เนื่องจากบริษัทแปซิฟิควาในฐานะ องค์กรผู้ผลิตสารคดีชุดนี้ ถือเป็นองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์แห่งหนึ่งที่ต้องมุ่งผลิตรายการให้มีคุณภาพโดยพยายามดึงเอาศักยภาพที่มีอยู่ภายในตัวขององค์กร และบุคลากรทุกฝ่าย มาประกอบเข้ากับแรงผลักดันเชิงบวกจากผู้สนับสนุนรายการ, ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ และผู้ชมรายการ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ศึกษาคงมิได้มุ่งวิเคราะห์ในเชิงบวกแต่เพียงด้านเดียว หากแต่ให้ความสนใจต่อการวิเคราะห์ปัจจัยอีกด้านหนึ่ง ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาหรือผลกระทบในเชิงลบ ที่จะเป็นแรงถ่วงให้รายการขาดการพัฒนาหรือเสื่อมถอยลงในที่สุด ควบคู่กันไปด้วย

งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่ง ที่ผู้ศึกษาหยิบยกมาอ้างอิงประกอบ ก็คือ การศึกษาของ จีรวรรณ กมลรัตนโยธิน (2535) ในเรื่อง "การวิเคราะห์ เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ (2532-2534)" พบว่า ...รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่มีความเคลื่อนไหวในช่วงปีแห่งการพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2532-2534 มีจำนวนมากขึ้น... เรื่องที่รายการสิ่งแวดล้อมขนาดยาว เสนอมากที่สุดได้แก่ เรื่องสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม (ซึ่งไม่เสนอว่าทกรรมแนวธรรมรงค์ทางสิ่งแวดล้อม แต่เสนอว่าทกรรมแนวปฏิรูป และแนวเปลี่ยนแปลงระบบมากที่สุด)

ผลของการวิจัยดังกล่าว มีส่วนให้ผู้ที่ศึกษาได้ทราบทิศทางของเนื้อหา
รายการสารคดีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ในช่วงเวลานั้น ซึ่งนับเป็นจังหวะอันดีที่ผลงาน
การผลิตรายการ "โลกสลัปส์" ได้รับการแนะนำผ่าน "ช่องทางการแพร่กระจาย"
[Distributor/Channel] เข้าสู่ตลาดการรับชมรายการโทรทัศน์ของเมืองไทย
ด้วยแนวคิดหลัก ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การธำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม
และธรรมชาติวิทยา ในฐานะที่เป็นรายการขนาดยาวรายการหนึ่ง รวมทั้งยังช่วย
ยืนยันข้อสันนิษฐานที่ว่า "ปัจจัยแวดล้อมภายนอก" นั้น เป็นส่วนหนึ่งที่น่าจะมีผลกระทบ
ต่อกระบวนการผลิตสารคดี "โลกสลัปส์" ได้ เพราะถ้าความนิยมเป็นไปตามกระแส
ในขณะนั้น ก็แน่นอนว่า "ปริมาณผู้ชม" หรือ "ความถี่" ของการเปิดรับรายการที่มี
เนื้อหาเกี่ยวข้องกับความสนใจย่อมสูงขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้ชมเห็น
พ้องต้องกันว่ารู้สึกเบื่อหน่ายต่อกระแสดังกล่าว หรือมองเห็นว่ารายการเริ่มจะมี
เนื้อหาที่ซ้ำซากจำเจจนสามารถคาดเดาได้ล่วงหน้าก็ย่อมที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
จากเดิมไปในทันทีเช่นกัน