

## ภาพรวมของมิติต่าง ๆ ในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านๆ ทั้งในด้านเนื้อหา ปริมาณ รูปแบบการดำเนินเรื่อง หรือแม้แต่องค์กรผู้ผลิต ซึ่งในแต่ละยุคสามารถพบข้อแตกต่างที่ชัดเจน ในขณะเดียวกันหากมองในภาพรวมแล้ว ผู้วิจัยพบว่านอกจากจะมีมิตีที่มีการเปลี่ยนแปลงในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยแล้วยังมีอีกบางมิตีที่ดูเหมือนหยุดนิ่งโดยเฉพาะมิตินามธรรม อาทิการเขียนบท, เทคนิคในการเล่าเรื่อง ฯ อย่างไรก็ตามในส่วนนี้ผู้วิจัยจะขออภิปรายผลการวิจัยถึงภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงมิติต่างๆ ในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยดังนี้

1. มิตีที่เป็นศิลปะและสุนทรีย์ หมายถึง เทคนิคการนำเสนอรายการให้น่าสนใจ การให้ความเพลิดเพลินในการครุ่นคิด ให้ผู้ชมได้ร่วมจินตนาการและเคลิบเคลิ้มไปกับเรื่องราวที่น่าเสนอ อันเป็นลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของรายการสารคดีโทรทัศน์
2. มิตีที่เป็นเทคนิคและเทคโนโลยี หมายถึง การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่างๆ มาใช้ในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
3. มิตีที่เป็นงานธุรการและการบริหาร หมายถึง งานด้านการจัดการธุรกิจ การผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ การตลาด ตลอดจนการบริหารองค์กรผู้ผลิตเอง เพื่อให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์
4. มิตีที่เป็นงานด้านการสื่อสาร หมายถึง งานด้านกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์โดยภาพรวมทั้งหมด ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนผลิต ขั้นตอนหลังการผลิต

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในมิติต่างๆ ออกเป็น 2 ส่วนคือ มิตีที่หยุดนิ่งและมิตีที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นเกณฑ์เชิงปริมาณ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจและชัดเจนในการวิเคราะห์ โดยจะทำการสำรวจว่ามิตีทั้ง 4 ของรายการสารคดีโทรทัศน์นั้นมีด้านใดที่เปลี่ยนแปลงน้อยจนอาจถือได้ว่าหยุดนิ่ง และมีด้านใดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากหรือรวดเร็ว หรือมีทั้งการหยุดนิ่งและเปลี่ยนแปลงควบคู่กันไป

ลักษณะใด ทั้งนี้ การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์โดยภาพรวมของพัฒนาการโดยเปรียบเทียบยุคปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2541 กับช่วงปี พ.ศ. 2530 นั่นคือ

-มิตินิ่ง หมายถึง มีการเปลี่ยนแปลงแต่น้อยมาก หรือเปลี่ยนแปลงเฉพาะกลุ่มเพียง 2-3 บริษัท

-มิตที่เปลี่ยนแปลง หมายถึง มีการเปลี่ยนแปลงมาก

ทั้งนี้การประเมินมิตินิ่งและมิตที่เปลี่ยนแปลงนั้น ผู้วิจัยได้ประเมินจากทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ผลิตรายการ, สถานีโทรทัศน์, ผู้สนับสนุนรายการ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับรายการสารคดีโทรทัศน์ทั้งโดยการสัมภาษณ์และการใช้แบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับรายการสารคดีโทรทัศน์ในฐานะผู้ส่งสารทั้ง 4 กลุ่มดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่า

(1) มิตด้านศิลปะและสุนทรียะ จากทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์คิดว่ามีการพัฒนาทางด้านศิลปะการถ่ายทำรายการที่ดีขึ้นโดยเฉพาะในเรื่องมุมมองและดนตรีประกอบที่บางรายการมีการคิดทำขึ้นใหม่ แต่ผู้สนับสนุนรายการและนักวิชาการมองว่าการพัฒนานี้มีอยู่ในกลุ่มบริษัทแค่ 2-3 บริษัทเท่านั้นไม่ใช่ผู้ผลิตทั้งหมด นอกจากนี้ในเรื่องของการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง, ศิลปะองค์ประกอบภาพยังไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร

(2) มิตด้านเทคนิคและเทคโนโลยี ในมิตินี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งสี่มีความเห็นตรงกันว่ามีการพัฒนาเป็นอย่างสูงและไม่เคยหยุดนิ่ง ทั้งนี้ได้ให้ข้อสังเกตว่าถึงแม้เทคโนโลยีจะพัฒนามากแต่ผู้ผลิตกลับไม่ได้มีการพัฒนาบุคลากรที่ควบคุมและใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นให้คุ้มค่าเต็มที่เท่าที่อุปกรณ์ชิ้นนั้นจะทำได้ นั่นคือ ผู้ผลิตยังคงใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพียง 20-50 % ของความสามารถของเครื่องมือเท่านั้น

"เทคโนโลยีมันเยอะ ถ้ามีเงินแล้วไม่ต้องกลัว หาซื้อได้หมด เดียวนี้มีให้เลือกเยอะ จะเอาแบบไหนล่ะ แต่ปัญหามันอยู่ที่คนทำ คนใช้เทคโนโลยีนะ มีหรือเปล่า มีคน มี

เครื่องมือ แล้วสามารถใช้เครื่องมือนั้นได้คุ้มค่าเต็มร้อยหรือไม่" (ปิยะ มาลากุล ณ อยุธยา, สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2542)

(3) มิติทางด้านธุรกิจและการบริหาร ในมิตินี้ก็เช่นกัน กลุ่มตัวอย่างทั้งสี่คิดตรงกันว่าในส่วนของผู้ผลิตแล้วขาดการพัฒนาทางด้านจัดการ การบริหารที่ดี รวมทั้งการตลาดที่เข้มแข็ง ส่งผลให้เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย ผู้ที่ขาดการจัดการและการเตรียมการที่ดีจึงเป็นผู้ที่ต้องปิดตัวเองก่อน

"ช่วงเศรษฐกิจดี ก็มีบริษัทเกิดขึ้นเยอะ แต่พอเศรษฐกิจตก บริษัทมันก็ตายตามไปด้วย พวกที่มีจังหวะดี มีสายป่านดี ก็อาจรอดพอประทังตัวอยู่ได้ แต่พวกที่เห็นเขาทำ ก็ทำตามเพราะเห็นว่าได้เงิน พวกนี้จะอยู่ไม่นาน เมื่อเศรษฐกิจไม่ดี บริษัทไม่พร้อมที่จะขาดทุนเพราะว่าขาดการจัดการ ไม่ได้เตรียมพร้อม ไม่ได้จริงจัง เลยไม่อดทน ก็เลยต้องไปก่อน" (ชรินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

(4) มิติทางการสื่อสาร เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์ให้ความเห็นว่าการพัฒนาในทุกๆ ด้าน ในขณะที่ผู้สนับสนุนรายการและนักวิชาการคิดว่ายังไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร โดยเฉพาะในเรื่องของการเขียนบทสารคดี ซึ่งทั้งสองกลุ่มได้ให้ความเห็นที่ตรงกันว่า "การเขียนบทสารคดี" นั้นยังอยู่ในมิติที่หยุดนิ่งและนับวันจะตกต่ำลงเนื่องจากการขาดการขัดเกลาทางด้านภาษาและการใช้อักขระที่ถูกต้อง

ทั้งนี้ การสรุปว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีการพัฒนาหรือไม่นั้นจึงต้องมองลึกลงไปรายละเอียดว่าในแง่มุมใดบ้างมีการเปลี่ยนแปลงหรือหยุดนิ่ง ดังที่ผู้วิจัยจะได้อภิปรายผลการวิจัยต่อไป

#### มิติของงานศิลปะและสุนทรียะ

ในช่วงปี พ.ศ. 2530-2532 รายการสารคดีได้รับความสนใจของผู้ชมมากขึ้น เนื่องจากเป็นการทำสารคดีแนวใหม่แทนที่การบรรยาย คนทำสารคดีก็มีลูกเล่นในการบรรยาย ในการเขียนบทโทรทัศน์มากขึ้น เช่นรายการสองโลก ซึ่งนับเป็นรายการแรกที่บุกเบิกในเรื่องสารคดีเจาะลึก ผู้ชมจึงเริ่มให้ความสนใจ จากนั้นก็จะมีบริษัทแปซิฟิกฯ ที่เข้ามา

ทำสารคดีที่มีการนำเสนอข้อมูลมากขึ้น ซึ่งเป็นอีกแนวทางที่แตกต่างจากสองโลก เมื่อถึงยุคปัจจุบัน รายการสารคดีเริ่มชะลอตัวลง เนื้อหาและรูปแบบนำเสนอเริ่มหยุดนิ่งอันเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา

อย่างไรก็ดี ประมาณปี พ.ศ. 2534 เมื่อกระแสโลกาภิวัตน์เริ่มแพร่เข้าสู่เมืองไทย ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยก็ได้พยายามปรับปรุงมาตรฐานการผลิตให้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับรายการที่นำเข้ามาจากต่างประเทศได้

"สมมติว่าเมืองนอกอาจจะมี 4-5 ระดับ ตอนนี้เราอาจจะได้แค่ระดับ 4 ระดับ 3 แต่เรามีเป้าหมายว่าจะต้องไปถึงระดับ 1 ให้ได้ อันนี้ต้องใช้เวลา เพราะวิธีการมันเปลี่ยนไปเรื่อย มันเร็วมาก เราถึงหยุดนิ่งไม่ได้" (ชินนทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา มาตรฐานการผลิตสารคดีของบริษัทต่างๆ นับได้ว่ามีคุณภาพดีขึ้นมาก และมีบริษัทใหม่ๆ ที่เข้ามาทำงานด้านนี้กันมากขึ้น รวมทั้งการแข่งขันที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามคุณภาพจะเป็นตัวกำหนดว่าบริษัทผู้ผลิตนั้นจะอยู่ได้หรือไม่ ท่ามกลางภาวะการแข่งขันและข้อเปรียบเทียบในยุคสงครามสื่อมวลชน

### มิติที่หยุดนิ่ง

งานศิลปะและสุนทรียะในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยโดยเฉพาะการลำดับภาพ และเทคนิคการนำเสนอ นั้นมีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตเพียงไม่กี่รายเท่านั้น ดังนั้นจึงดูเหมือนว่าทั้งสองด้านนี้ยังคงอยู่ในมิติที่หยุดนิ่ง ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงให้เห็นอย่างเด่นชัดนัก ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้อธิบายรายละเอียดต่อไป

#### 1. การลำดับภาพ

จากการติดตามชมรายการสารคดีโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2541 พบว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ไทยทั่วไป (Feature) ยังเป็นการลำดับภาพในลักษณะของการแทรก (insert) ภาพเพื่อประกอบกรบรรยายและบทสัมภาษณ์ ซึ่งยังไม่เน้นการหา FRAME หรือ SHOT ของภาพที่เล่าเรื่องและสื่อความหมายโดยตรง แต่ในส่วนของรายการสารคดีโทรทัศน์เต็มรูปแบบ

แบบ (Documentary) ได้มีการพัฒนาในเรื่องการลำดับภาพ เนื่องจากมีการเขียนบทก่อนจึงทำให้สามารถทราบลำดับเรื่องราวก่อนการถ่ายทำ

“สารคดีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยมีการพัฒนา แต่ก็มีสองสามเจ้าที่เรียกได้ว่าไปไกลทันต่างประเทศแล้ว แต่ก็เป็นส่วนน้อยเท่านั้น มันมีช่องว่างระหว่างรายการสารคดีทั่วไปกับสารคดีเต็มรูปแบบ” (ภรณ์ เจตสมมา ,สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

“ส่วนใหญ่ยังเป็นการลำดับภาพตามบทบรรยายเป็นหลัก โดยทั่วไปมักจะเป็นการลงเสียงก่อนแล้วค่อยตัดภาพตามคำบรรยาย แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่ ภาพบางภาพสามารถสื่อความหมายได้มากกว่าคำบรรยาย หรือบางทีภาพก็บอกอยู่แล้วจะบรรยายไปทำไม อันนี้คือลักษณะทั่วไปของสารคดีไทย” (ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

## 2. เทคนิคการนำเสนอที่มุ่งเน้นการบรรยายเป็นหลัก

จากที่ได้กล่าวในบทที่ 4 แล้วว่าตลอดทศวรรษที่ผ่านมารายการสารคดีโทรทัศน์ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคนิคนำเสนอเท่าใดนัก ส่วนใหญ่ยังใช้เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบบรรยาย ดังจะเห็นได้ว่าในช่วงบุกเบิกในปี พ.ศ. 2530 สารคดีเน้นการบรรยายข้อมูลเป็นหลัก ต่อมาเริ่มให้ความสำคัญกับเรื่องมุมมองมากขึ้นแต่ก็ยังเป็นการบรรยายโดยให้ข้อมูลที่หลากหลายขึ้น ในขณะที่ยุคปัจจุบันเริ่มที่จะมีการพัฒนาโดยการให้ข้อมูลที่เจาะลึกด้านข้อมูลโดยใช้การบรรยายเป็นหลักเช่นกัน อย่างไรก็ตาม มีบางรายการที่ใช้เทคนิคการนำเสนอใหม่ๆ บ้าง เช่น รายการทุ่งแสงตะวันที่นำเสนอโดยการให้เด็กเป็นผู้เล่าเรื่อง ฯ ซึ่งลักษณะการพัฒนาทางด้านเทคนิคการนำเสนอเช่นนี้พบอยู่ในเพียงบางรายการเท่านั้น

“เนื้อหามันอึดตัวแล้ว สิ่งที่พัฒนามาก็คือสิ่งที่ป็นรูปธรรม นามธรรมจะพัฒนาได้ก็ต้องพัฒนารูปธรรม เครื่องมือเครื่องใช้ มันต้องเกี่ยวซึ่งกันและกัน เพราะฉะนั้นเราควรจะถกฉวยเอาสิ่งที่ป็นรูปธรรมมาใช้ให้เป็นประโยชน์ ให้มันเต็มเม็ดเต็มหน่วยให้ถูกต้อง การถ่ายสารคดีต้องพัฒนาไปตามเทคโนโลยีที่มีอยู่ “ที่สำคัญก็คือทุน” (สรรพสิริ วิริยะศิริ, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2542)

## มิติที่เปลี่ยนแปลง

### 1. ศิลปะการบันทึกภาพ

ในด้านนี้ ผู้วิจัยพบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้ผลิตแทบทั้งหมด อาจเนื่องมาจากปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างสรรค์ภาพมากขึ้น มีอุปกรณ์ให้เลือกใช้เพื่อให้ได้ภาพตามที่ต้องการ

อย่างไรก็ดี จากการศึกษา พบว่าการพัฒนาสารคดีบ้านเราโดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการลอกเลียนแบบรายการต่างประเทศ โดยเฉพาะในเรื่องของมุมภาพ และแนวการดำเนินเรื่อง ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จในเมืองไทย แต่ต้องพัฒนาให้เข้ากับบรรณนิยมคนไทยและนโยบายของผู้ผลิต

“สารคดีโทรทัศน์ไทยพัฒนาโดยเลียนแบบเมืองนอก เราเป็น Copycat ดูของต่างประเทศแล้วเอามาทดลองทำเลียนแบบ” (ปิยะ มาลากุล ณ อยุธยา, สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2542)

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตสารคดีไทยได้มีการดัดแปลงในเรื่องของการบันทึกภาพโดยคำนึงถึงจุดยืนของตนและปรับให้เข้ากับลักษณะของผู้ชมไทย

“สารคดีไทยแข่งกับฝรั่งได้ในเรื่องของมุมภาพ ซึ่งเราทำได้ดี แต่พูดถึงธรรมชาติ เราจะขาดความเสแสร้งที่ฝรั่งเขาทำ คือ ผมจะห้ามการสร้างภาพ ตบแต่ง สร้างสถานการณ์ที่พวกฝรั่งเขาทำจนดูเหมือนจริง เขาแกล้ง เขาเอาสัตว์เลี้ยง สัตว์เชื่องมาถ่ายมั้ง อยู่ในสถานการณ์ที่บังคับบ้าง เรียกว่า make ภาพ คือ สร้างภาพขึ้นมา ซึ่งผมจะไม่ทำ ลูกน้องผมเคยทำอยู่ครั้งหนึ่ง ผมก็ต่อว่าอย่างแรง บอกว่าเราจะไปเลียนแบบอย่างฝรั่งทำไม ในเมื่อเรารู้ว่ามันหลอกกัน ถ้าได้ต้องจริง คนดูเขาจะรู้ว่านี่ไปเฟือนก เฟ่าสัตว์จริงๆ ” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

จวบจนปัจจุบัน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ส่งผลให้การพัฒนาทางด้านศิลปะการถ่ายทำหยุดชะงักลง อันเนื่องมาจากเงื่อนไขการทำงานที่ต้องทำตาม



ความต้องการของผู้สนับสนุนรายการมากขึ้น อีกทั้งลักษณะสภาพงานไม่ได้เอื้อต่อการสร้าง สรรค์มูมภาพหรือจินตนาการเท่าใดนัก

ศิลปะการถ่ายทำไม่มีปัญหาดี ช่างภาพคนไทยฝีมือดี ไม่ว่าจะอยู่กับแปซิฟิก ซึ่งในปัจจุบันนี้ หรืออยู่กับพาโนรามา หรือตงงานอยู่ เรียกว่า ฝีมือดีๆ เยอะเลย อยู่กับบริษัท อื่นๆ ก็มี เพียงแต่ว่างานไม่สั่งให้เขาทำงานที่ตีเท่านั้นเอง ทำแต่งงานฉาบฉวย งานประจำ สัมพันธ์หน่วยงาน(สมเกียรติ อ่อนวิมล , สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2540)

## 2. การผลิตที่พิถีพิถันมากขึ้น

จากการศึกษา พบว่า เนื่องจากผู้ชมมีการพัฒนาทางด้านการศึกษามากขึ้น ส่งผลให้มีวิจารณ์ญาณในการรับชมและเลือกรับข่าวสารมากขึ้น ทั้งนี้สารคดีซึ่งโดยเนื้อแท้มี ลักษณะที่อ้างอิง เชื่อถือได้จึงต้องมีความละเอียด พิถีพิถันในด้านข้อมูล และการนำเสนอ มากขึ้น นอกจากนี้อาจเนื่องมาจากการแข่งขันที่สูงทั้งในแง่สารคดีด้วยกันเอง และการแข่งขันกับรายการบันเทิงอื่นๆ

“สารคดีของแปซิฟิกอาศัยความคิดสร้างสรรค์ที่ใหม่กว่าสารคดีแบบไทยเดิมที่ เขียนบทบรรยายเสร็จแล้วนำภาพมา insert แล้ววางๆก็ใส่เพลงอะไรก็ได้ แต่ของแปซิฟิก ช่วงที่ผมทำอยู่นั้น เรามีคอนเซ็ปว่าทุกอย่างต้องทำใหม่หมดเป็นของเราโดยแท้ทุกกระเบียด นี้ว ถ้าจะใช้ภาพต่างประเทศต้องจ่ายลิขสิทธิ์เขา บางที่เราต้องใช้ภาพนิ่งบ้าง ซึ่งเราจะหลีกเลี่ยงเพราะมันเสียสตางค์เปล่าๆ” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

## มิติของงานเทคนิคและเทคโนโลยี

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสี่กลุ่ม ซึ่งได้ให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่าพัฒนาการ ในส่วนนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาในทุกๆ ด้าน เรียกได้ว่าเทคโนโลยีการถ่ายทำรายการโทรทัศน์นั้นมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งในแง่ของอุปกรณ์เครื่องมือ อาทิ กล้อง CAMCORDER เนื้อเทป และในแง่ของการผลิตและการลงทุนที่ดีขึ้นกว่าเมื่อปี พ.ศ. 2530 มาก แต่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำ พัฒนาการในด้านนี้ของกลุ่มผู้ผลิตสารคดีจึงพลอยชะงักตามไปด้วย ปัจจุบันอุปกรณ์เหล่านี้มีคุณภาพสูงและมีให้เลือกหลากหลายขึ้นอยู่กับงบประมาณ

ซึ่งเมื่อนำไปใช้ร่วมกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ จะทำให้ได้ภาพที่ได้มีความชัดเจนและน่าสนใจ ขวณติดตามมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี จะเห็นได้ว่าสำหรับรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยแล้ว การนำเทคโนโลยีมานำขึ้นขึ้นอยู่กับงบประมาณเป็นสำคัญ

“เทคนิคด้านเครื่องมือเครื่องมือ มันทันสมัยขึ้นมาเยอะ ช่วยเราทางด้านการถ่ายทำสารคดีเยอะมาก แต่ถามว่าเทคโนโลยีมากขึ้นแล้ว สารคดีดีขึ้นไหม คำตอบไม่ได้โดยตรง นั้นมันอยู่ตรงปัจจัย 4 คือตัวเงิน” (เดช พูลศิริ, สัมภาษณ์ 19 กุมภาพันธ์ 2542)

ทั้งนี้ อุฬาร เนื่องจำนงค์ (สัมภาษณ์ 16 มีนาคม 2542) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ไทยตลอดจนบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างเร่งปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการถ่ายทำให้มากที่สุด ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมาว่า อาจมีสาเหตุจาก

1. เหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2535 จุดชนวนความต้องการข่าวสารที่เป็นจริงให้แก่ประชาชน
2. การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ที่ต้องการเร่งพัฒนาคุณภาพรายการของตนให้เหนือคู่แข่ง เพื่อดึงจำนวนผู้ชมให้ได้มากที่สุด
3. การต้องการบันทึกละครที่เป็นรายได้หลัก

จะเห็นได้ว่าในทศวรรษที่ผ่านมา วงการโทรทัศน์ไทย มีการปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อแข่งขันกันเป็นอย่างสูงทั้งในด้านของสถานีและผู้ผลิตรายการ ทั้งนี้เพื่อการแข่งขันที่แตกต่างให้ผู้ชมสนใจติดตามรับชมรายการมากขึ้น

### มิติที่หยุดนิ่ง

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในด้านเทคโนโลยีการถ่ายทำสารคดีโทรทัศน์นั้น ได้มีการพัฒนาขึ้นในทุกๆ ด้าน ดังนั้นจึงถือว่าไม่มีมิติที่หยุดนิ่ง

### มิติที่เปลี่ยนแปลง



จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีนั้นมีหลากหลายประเด็น และมีการพัฒนาในทุกๆ ด้านดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาอย่างรวดเร็วตลอดเวลา แต่ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจและครอบคลุมการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยเท่านั้น คือ

### 1. กล้องคุณภาพสูง แต่มีขนาดเล็กและน้ำหนักเบา

เป็นที่ทราบกันดีว่า “ภาพ” นั้นเป็นหัวใจสำคัญของโทรทัศน์ ทั้งนี้ อุปกรณ์ที่สำคัญคือกล้องโทรทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือบันทึกภาพที่ยุ่งยากและมีน้ำหนักค่อนข้างมาก ประกอบด้วยเครื่องมือเครื่องใช้อีกหลายอย่าง เพราะจะต้องบันทึกทั้งเสียง มีการปรับแสง ปรับความเร็ว-ความคมชัด ซึ่งกระบวนการต่างๆ นั้น จะต้องใช้เวลาเตรียมการอย่างน้อยๆ ไม่ต่ำกว่า 7 วินาที ซึ่งเป็นปัญหามากในระยะแรกๆ กับงานถ่ายทำสารคดีโทรทัศน์ซึ่งต้องการภาพทันทีที่ได้พบเหตุการณ์ที่นานๆ จะเกิดขึ้นสักครั้งหรือเหตุการณ์ที่ไม่สามารถถ่ายซ้ำได้อีกครั้ง (สันติธร หุตาคม, 2540) ปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีการบันทึกภาพของกล้องเพื่อแก้ไขปัญหานี้แล้ว

สำหรับรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ต้องการความสดวกสบายในการบันทึกภาพนั้น จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันได้มีการพัฒนากล้องเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งานในรูปแบบที่หลากหลาย มีคุณภาพในระดับที่ทัดเทียมกับกล้องที่ใช้ในห้องส่งหรือห้องบันทึกเทป แต่มีขนาดเล็กและน้ำหนักเบาสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและการเดินทาง ทำให้สามารถเก็บภาพได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ ไม่ต้องกังวลในเรื่องของแสงหรือระยะทางของจุดเป้าหมาย อีกทั้งมีราคาถูกลง ทำให้ช่างภาพมีความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะสามารถพกพาอุปกรณ์ไปทำงานภาคสนามได้อย่างคล่องตัวแบบไม่มีขีดจำกัดแล้ว ข้อดีอีกประการหนึ่งคือสามารถนำเข้าไปถ่ายทำรายการในประเทศที่มีระเบียบการเข้มงวดในการอนุญาตนำกล้องโทรทัศน์ขนาดใหญ่เข้าประเทศ

อย่างไรก็ตามกล้องขนาดเล็กมีข้อเสียคือ “การสั่นไหวของภาพที่บันทึก” ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตกล้องจึงได้คิดเครื่องป้องกันภาพสั่นไหวซึ่งเรียกว่า Steady Shot ขึ้นมาในกล้องรุ่น Pro แบบต่างๆ บางแบบอุปกรณ์นี้ได้พัฒนาไปถึงขั้น Super Steady Shot ทั้งนี้อุปกรณ์

ที่ผู้ผลิตสารคดีไทยเลือกใช้ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นแทบทั้งสิ้น อาทิ ยี่ห้อโซนี่ (สันติธร หุตาคม, สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2542)

## 2. การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการสร้างสีต้นในรายการ

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม พบว่ากลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า การเข้ามาของคอมพิวเตอร์ได้เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์โดยสิ้นเชิง คอมพิวเตอร์สามารถช่วยในการสร้างแนวคิดจากจินตนาการให้ปรากฏเป็นภาพได้, สามารถเปลี่ยนหรือแก้ไขในเรื่องของภาพได้ แต่โดยเนื้องานแล้วสารคดีไม่ได้ต้องการภาพในลักษณะนี้มากนัก เพราะปรัชญาหลักของรายการสารคดีคือข้อเท็จจริงที่อ้างอิงได้ ดังนั้นคอมพิวเตอร์จึงตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตได้ในแง่ของการสร้างกราฟฟิกต่างๆ ตัวเลข, สถิติต่างๆ ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

## 3. เทคนิคการตัดต่อแบบนอน-ลิเนียร์ (NON-LINEAR)

จากการศึกษา พบว่า ในอดีต การเปลี่ยนภาพของโทรทัศน์นั้นจะเป็นการเปลี่ยนไปโดยตรงจากภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่ง (CUT) หรือค่อยๆ ซ้อนกันขึ้นมาเท่านั้น แต่ต่อมาก็มีการพัฒนาขึ้นไปอีกขั้นหนึ่งคือสามารถปาดภาพหนึ่งออกไปแล้วมีภาพใหม่ขึ้นมาแทน แต่ในปัจจุบันนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สามารถพลิกจากภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่งได้ในมิติที่หลากหลายขึ้น มีระบบตัดต่อสมัยใหม่ที่เรียกว่า นอน-ลิเนียร์ (NON-LINEAR) ซึ่งช่วยให้สามารถตัดต่อภาพให้เป็นไปตามต้องการภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ระยะเวลาในการ SEARCH หาภาพ และสามารถวางภาพในจังหวะที่ต้องการได้อย่างแม่นยำราวจับวาง โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีความจำสูงเป็นอุปกรณ์สำคัญซึ่งระบบที่ใช้ในปัจจุบันได้แก่ เอวิด(AVID) ในเครื่องระบบ PC และวิดีโอคิวบ์ (VIDEO CUBE) , MEDIA 100 ในเครื่องระบบ MCINTOSH และระบบต่างๆ อีกมากมายให้เลือกใช้ตามงบประมาณ นั่นคือกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการพิถีพิถันในการลำดับภาพนั้น ระบบนอน-ลิเนียร์ ได้ช่วยทำให้ระยะเวลาสั้นลงเป็นอย่างมาก

## 4. มีการถ่ายทำรายการสารคดีได้นำเกิดขึ้น

จากการศึกษา พบว่า แต่เดิมการถ่ายทำรายการได้น้ำนั้นเป็นไปด้วยความลำบาก ปัจจุบันมีการถ่ายทำสารคดีได้น้ำมากขึ้น อาทิ รายการโลกสีน้ำเงินทางช่อง 9 ,โลกสีฟ้าทางไอทีวี โดยบริษัทที่ริเริ่มทำรายการสารคดีได้น้ำนั้นมีเพียงไม่กี่บริษัท ได้แก่ บริษัท แปะซิฟิก อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด, บริษัท พาโนรามา ดิจิตอลเอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด ทั้งนี้เทคโนโลยีในการถ่ายทำได้น้ำ โดยเฉพาะกล้องนั้นมีให้เลือกหลากหลายขึ้นอยู่กับงบประมาณ

"การถ่ายภาพได้น้ำนั้น เพิ่งเกิดขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งคนไทยก็สามารถทำได้ดีไม่แพ้ชาวต่างประเทศ ไม่แพ้ดิคคัพเวอร์ พิสูจน์ให้เห็นว่าสารคดีบางเรื่องเราทำได้ดีกว่าเขาด้วยซ้ำ ถ้ามีเงิน" (ธีรภาพ โลหิตกุล , สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2542)

โดยสรุป เทคโนโลยีนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ 3 ประการต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ คือ

- ประการที่ 1 คือประโยชน์ในการสร้างมิติของภาพ ทำให้ได้ภาพแปลกใหม่
- ประการที่ 2 คือทำให้การนำเสนอสารคดีที่เป็นนามธรรมกลายเป็นเรื่องที่น่าติดตาม เข้าใจ
- ประการที่ 3 คือความสะดวกสบายในการทำงาน การผลิตที่ง่ายขึ้น ใช้ระยะเวลาสั้นลง

จากแบบสอบถามกลุ่มผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่ให้ข้อคิดเห็นที่ตรงกันว่า ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีการพัฒนามากขึ้น แต่โดยเนื้อแท้แล้ว รายการสารคดีไม่จำเป็นที่จะต้องมีการใช้เทคนิคหรือเทคโนโลยีมาเสริมให้หวือหวามาก นอกจากสารคดีเฉพาะเรื่องที่ต้องการอธิบายเพิ่มเติมให้การเห็นภาพชัดขึ้น หรือบางส่วนที่เป็นภาพจำลองต้องใช้กราฟฟิก ทั้งนี้เพราะสารคดีคือการแสดงให้เห็นถึงเรื่องจริงที่เกิดขึ้น การนำเสนอจึงน่าจะเป็นภาพจริงมากกว่าการสร้างภาพขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีการถ่ายทำโทรทัศน์ที่พัฒนาขึ้น จึงส่งผลในแง่ของความสะดวกสบายในการถ่ายทำมากกว่าการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างภาพ

"เนื่องจากผู้ผลิตรายการสารคดีแบบจริงจังมันเหลือแค่ 2 บริษัทคือแปซิฟิกกับพาโนรามา อันนี้ผมก็ต้องบอกว่าพาโนรามาเท่านั้นที่เหลืออยู่ ถ้าเทคโนโลยีในการผลิต จะ

เห็นได้ว่า กลุ่มพานoramาก็จะมีกล้องคุณภาพดีขึ้น มีอุปกรณ์ มีเลนส์ มีพวกเครื่องไฮโดรลิกกันกระเทือนเวลากล้องเขย่า แต่ว่ายังไม่ถึงจุดที่จะลงทุนเทคโนโลยีสูงมากนัก อุปกรณ์ถ่ายทำได้น้ำก็มาตรฐานแบบสากลคือกล้องเล็กๆ ที่เรายังขาด ที่เรายังไม่ลงทุนก็คือ พวกคอมพิวเตอร์กราฟิกที่เมืองไทยยังไม่ทำเลย เนื่องจากมีราคาแพง เราก็อาศัยเครื่อง PC และก็ IBM , Software ธรรมดาๆ ที่ใช้กันอยู่ เป็นพวกคอมพิวเตอร์กราฟิกแบบง่าย ๆ ซึ่งถ้าเราทำตรงนั้นได้ก็จะทำให้สามารถทำงานประเภทวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ถ่ายทำและสร้างภาพ อย่างเช่น เลือด กลไกภายในร่างกายเรา เขากล้องใช้ลำแสงฉายได้ ที่นี้เรายังไปไม่ถึง ผมคิดว่าที่เราไปไม่ถึงเพราะว่าเราไม่มีเงิน ไม่ใช่เราไม่มีปัญญา" (สมเกียรติ อ่อนวิมล , สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

### มิติของงานธุรการและการบริหาร

จากที่เคยได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 4 ว่า ในยุคที่เศรษฐกิจขยายตัว ที่ทำให้เกิดบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีที่เติบโตมาจากโครงสร้างกลวงในยุคฟองสบู่ ซึ่งกว่า 90 % ของบริษัทที่เกิดขึ้นมาอย่างมากมายในยุคนี้ ขาดจุดยืนและเป้าหมายว่าทำสารคดีไปเพื่ออะไร ทำให้งานสารคดีไม่มีคุณภาพเพราะจะทำทุกอย่างเพื่อให้ได้งานที่เร็วที่สุด ตัดราคากัน เพื่อความอยู่รอด เมื่องานไม่มีคุณภาพ ผู้ชมก็ไม่สนใจ สารคดีจึงไม่โต เพราะการมีผู้ผลิตที่มากเกินไปโดยไม่รักษาคุณภาพของผลงาน

"ทุกวันนี้มันน่าจะพังกันหมดแล้ว ผู้ผลิตส่วนใหญ่เกิดมาจากโครงสร้างกลวง มีทุนนิด ความชอบน้อย อยากทำอะไรก็ซื้อเครื่องมือแล้วตั้งบริษัท วิ่งหางานกันเพื่อความอยู่รอด 90 % ไม่มีเป้าหมายชัดเจน ทุกคนคิดว่ามันสนุก ได้เงิน แต่มันไม่มีจุดยืน ไม่มีความชอบจริงๆ มันต้องรักด้วย คนที่จ้งหะดี ๆ ก็ไปได้ แต่คนที่ไม่มีก็พังหมด เมื่อเปิดมาแล้วก็ต้องหางานเพื่อให้อยู่รอด ก็จะทำทุกอย่างเพื่อให้ได้งานเร็วที่สุด ตัดราคากันสารพัด ลดคุณภาพลง ทำให้งานแย่ง คนดูงานแล้วไม่ตี ก็เลยไม่อยากดูไปด้วย" (ชินินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

ดังนั้นเมื่อเศรษฐกิจชะลอตัวต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 ด้วยสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอยู่ในภาวะค่อนข้างซบเซา ส่งผลให้ผู้ประกอบการซึ่งเคยให้ความสำคัญค่อนข้างสูงต่อการโฆษณาสินค้าและบริการต่างลดงบประมาณลง ดังนั้นการ

จะอยู่รอดในธุรกิจนี้ได้ นอกจากผู้ผลิตรายการสารคดีจะต้องปรับตัวให้เป็นผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะทางด้านสารคดี และยังต้องให้ความสำคัญกับด้านการตลาดด้วย

“ที่ผ่านมา เรายังไม่มีระบบการจัดการที่ดี คนทำก็ทำไป คนขายก็ขายไป แต่ไม่คิดถึงการตลาดว่าจะต้องมีรูปแบบอย่างไร ขอให้ทำงานให้ดีที่สุด แต่พอมาถึงยุคนี้ต้องมีการตลาดเพราะต้องแข่งขันกันเพื่อความอยู่รอดมากขึ้น ” (ธีรภาพ โลหิตกุล, สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2542)

ตัวอย่างในเรื่องของปัญหาทางด้านการจัดการขององค์กรผู้ผลิตที่ผู้วิจัยต้องการกล่าวถึงก็คือบริษัท พาโนรามา ฯ ที่แตกมาจากบ. แพรซิฟิก ปัญหาของแพรซิฟิก คือ ไม่มีการจัดการในเชิงธุรกิจที่ดี ซึ่งถ้าหากจะกล่าวถึงต้นตอของปัญหาจริงๆ ก็คือในความจริงแล้ว ดร.สมเกียรติ เป็นนักคิดโครงการ แต่ไม่ใช่ผู้จัดการธุรกิจ จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับกำไรขาดทุน สิ่งที่ตามมาคือปัญหาในการลงทุนซื้อของ แม้กระทั่งเงินเดือนตอบแทนพนักงาน ดังนั้นพาโนรามาจึงนำบทเรียนพวกนี้ออกไปแก้ไขและพัฒนาหาแนวทางการดำเนินธุรกิจการผลิตรายการสารคดีให้ดีขึ้น ดังที่ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการบริหารงานของตนว่า

“ผมชอบคิดและก็ทำงานดีๆทำ และก็มี ความพอใจอยู่ตรงนั้น และที่เขากลับไป เขาก็มักจะว่าผมนี่แหละมีปัญหาพวกนี้ อาจารย์เอาแต่ใจและไม่ใช่นักจัดการ ซึ่งผมก็ยอมรับบอกใช่ และลูกน้องผมทุกคนที่ออกไปตั้งบริษัทต่างๆ เขาก็จะตำหนิผมในประเด็นเดียวกัน ซึ่งผมรู้ และเขากลับไปเขาก็จัดการกันใหม่หมด จะเห็นว่าพวกนี้เรียนรู้จากความล้มเหลวของผม อย่างพาโนรามาเขาก็มีวิธีจัดการละเอียดมากเลย ผมไปนั่งดูเขาอธิบายให้ผมฟัง ไม่ว่าจะ การทำเซ็คสตีอ์กเทป การใช้เนื้อเทป ใช้คอมพิวเตอร์ในการตรวจสอบการทำงาน ออกไปก็ชั่วโมง กลับมาเท่าไร ไปหาลูกค้าอย่างไร Proposal เป็นยังไงแพ็คเกจด้วยเหตุอะไร ขณะเขาด้วยเหตุอะไร คิดเงินวันหนึ่งต้นทุนค่ากล้องเท่าไร ค่าแสง ค่าไฟ ผมไม่เคยทำเลย ซึ่งผมไม่เคยรู้เลยว่า ต้นทุนจริงๆเท่าไร” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

สำหรับธุรกิจการผลิตรายการสารคดีนั้น เมื่อพิจารณาโดยใช้เป้าหมายเป็นหลัก แล้วพบว่า บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้นแบ่งได้ 3 รูปแบบคือ



1. กลุ่มที่มุ่งเน้นการผลิตสารคดีเป็นหลัก ได้แก่
  - บริษัท พาโนรามา ด็อคคิวเมนทารี จำกัด
  - บริษัท สองโลก (1994) จำกัด
  - บริษัท ทริลเลียน จำกัด

ฯลฯ

2. กลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีรายย่อยทางโทรทัศน์ ได้แก่
  - บริษัท บิลเลียน เซ็นจูรี จำกัด
  - บริษัทจันทร์ขจร โปรดักชั่น จำกัด

ฯลฯ

3. กลุ่มที่ผลิตรายการโทรทัศน์ทั่วไปโดยมีฝ่ายผลิตสารคดีเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ได้แก่

- บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด
- บริษัท เจเอสแอล จำกัด

ฯลฯ

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มที่มุ่งเน้นการผลิตรายการสารคดีคุณภาพเป็นหลักเป็นกลุ่มที่ทำงานด้วยใจรักทำให้มีการพัฒนาไปสู่ความเป็นมืออาชีพมากขึ้น และสามารถยืนหยัดมาได้จนปัจจุบัน ในขณะที่กลุ่มที่เป็นบริษัทรายย่อยซึ่งเกิดขึ้นมาตามกระแสความนิยมจะมีจำนวนค่อยๆ ลดลง เพราะไม่อาจต้านทานแรงผลักดันจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำได้ แต่ในส่วนของผู้ผลิตรายการขนาดใหญ่ที่มีฝ่ายผลิตสารคดีเป็นหน่วยงานย่อยที่มีเป้าหมายในการผลิตรายการเพื่อการค้าหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นจะยังคงสามารถอยู่รอดได้ต่อไป นั่นคือลักษณะขององค์กรของผู้ผลิตจะจำกัดอยู่แค่กลุ่มบริษัทเพียง 2-3 กลุ่มเท่านั้น อาทิ กลุ่มแปซิฟิกเก่า, สองโลก (ใจ๋ บางจาก), บ. ทริลเลียนส์ ฯ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มองค์กรหลักที่มีจุดยืนในการทำสารคดีอย่างจริงจัง ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีรายย่อยนั้นเป็นเสมือนขจร ที่เกิดขึ้นง่ายและล้มง่ายเพราะผูกพันตามกระแสเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ส่วนกลุ่มที่ผลิตรายการทั่วไปโดยมีฝ่ายผลิตสารคดีเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรก็เช่นกัน เมื่อไม่สามารถทนแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจได้ ก็สามารถเปลี่ยนตัวเองไปทำรายการประเภทอื่นได้



อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีเต็มรูปแบบที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกคนให้ความเห็นที่ตรงกันว่า "หากคิดจะทำสารคดี อย่างหวังกำไร จงทำงานเพื่ออุดมการณ์ ไม่ใช่เพื่อเงิน ถ้าจะหาเงินก็ควรไปทำรายการอื่น เช่นละคร เกมโชว์ ไม่ใช่สารคดี"

"ธุรกิจสารคดีมันเรื่องระยะยาวมาก เป็นน้ำซึมบ่อทราย สร้างความดีไว้เพื่อจะเก็บไว้กินชั่วชีวิต แต่ว่ามันก็ไม่ได้มากมายอะไร ไม่เหมือนกับภาพยนตร์ที่ขายได้ทีเป็นสิบล้านร้อยล้าน จะเห็นได้ว่า คนที่ทำสารคดีไม่เห็นมีใครรวยสักคน" (ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

### มิตินี้หยุดนิ่ง

#### 1. การขาดการจัดการที่ดี

จากการศึกษา พบว่า โดยส่วนใหญ่ บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยยังการวางแผนงานและการจัดระบบการทำงานที่ดี โดยเฉพาะกลุ่มที่มุ่งเน้นการผลิตรายการสารคดีเป็นหลัก และกลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีรายย่อย ทั้งนี้มักไม่ค่อยมีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน อีกทั้งระบบการควบคุมก็ยังขึ้นอยู่กับคนๆ เดียวคือเจ้าของบริษัท ซึ่งขัดแย้งกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมการวิจารณ์ที่ก่อให้เกิดการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของงานนอกจากนี้ผู้บริหารโดยส่วนใหญ่ยังขาดวิสัยทัศน์ในการมองภาพรวมของปัญหาที่ชัดเจน ซึ่งในบางครั้งต้องกล้าเสี่ยงกับการลงทุนสูงเพื่อให้ได้คุณภาพงานดี

นอกจากนี้ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พบว่าบุคลากรทางด้านสารคดียังไม่ได้มีการอบรมให้เกิดวิสัยทัศน์ใหม่ๆ ทั้งในแง่ของการใช้เทคโนโลยี และในด้านเทคนิคการนำเสนอรายการ ส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจถึงแก่นแท้ของสารคดีว่าคืออะไร

"คนอื่นเขาจะรู้หรือไม่ว่าสารคดีคืออะไร แต่สำหรับเรา ก็จะสอนคนของเราเสมอว่า ก่อนที่จะทำสารคดีสักเรื่อง ต้องตอบคำถามให้ได้ 3 ข้อก่อนคือ คุณทำไปเพื่ออะไร ทำให้ใครดู ดูแล้วจะได้อะไรขึ้นมา ถ้าคุณตอบไม่เคลียร์ คุณก็ไม่สามารถทำสารคดีให้ดีได้" (ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

จะเห็นได้ว่า หลักการจัดการที่ผู้ผลิตใช้ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มุ่งพยายามที่จะลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำ เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ผู้ผลิตต้องทำงานแข่งกับเวลา ขาดความพึงพิถัน

"เพราะงบประมาณน้อย จึงต้องทำซุ่ยๆ แทนที่จะไปถ่ายก็ต้องไปหาภาพได้ ภาพมาโดยไม่ต้องไปถ่าย ไม่ต้องเสียค่าอุปกรณ์หรือเอาอุปกรณ์ออกไป ซื้อภาพมาเสียเงินไม่เท่าไร ก็มาตัดต่อแค่นั้นเอง" (อำนาจ ทองสุโชติ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2542)

"ของทุ่งแสงตะวันเอง เรื่องสำคัญที่สุดที่เป็นอุปสรรคปัญหาก็คือ ต้องทำงานแข่งกับเวลาค่อนข้างมาก เนื่องจากมันเป็นการออกอากาศอาทิตย์ต่ออาทิตย์ ก็จะไม่ค่อยเหมือนสารคดีชุดอื่นๆ ที่เขาจะทำเป็นชุด เป็นซีรี่ย์ ฉะนั้นทีมงานของเราจึงต้องไวมาก" (นิรมล เมธีสุวกุล, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

## 2. การตลาด

จากการศึกษา พบว่า บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดียังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการตลาดเท่าใดนัก โดยเฉพาะกลุ่มที่ผลิตรายการสารคดีเป็นหลัก และกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย ทั้งนี้ส่วนใหญ่ยังไม่ได้นำหลักการตลาดมาใช้อย่างแท้จริง จึงส่งผลให้การตลาดถูกจำกัดขอบเขตอยู่แค่ผู้ชมในวงแคบเท่านั้น

"การตลาดมีความจำเป็นอย่างมาก การตลาดอาจไม่ได้หมายถึงว่าเขาสนใจที่จะขายอะไร หรือจะต้องโฆษณาเท่านั้น แต่การตลาดของสารคดีมันหมายถึงว่าผู้ผลิตมีความสามารถในการเลือกคิด เลือกทำหัวข้อที่หลากหลายและสามารถดึงดูดผู้ชมได้ดีพอหรือไม่ อะไรคือสิ่งที่เป็นความสนใจของคน หรือทำอย่างไรเราจึงจะทำหัวข้อนี้ให้เป็นที่สนใจของคนได้ อันนี้คือการตลาด" (ภรณ์ เจตสมมา, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

"ช่วงนี้ทำมันแยกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งทำเพื่อความอยู่รอด คือรับรายการมาทำ ส่วนที่สองคือพัฒนาคน พัฒนางานในส่วนที่พอจะมีเวลาทำและทำกับมันได้ นี่แหละการตลาดของเรา" (ชินนทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

“ในแง่ของการตลาดแล้ว เรายังทำในวงแคบ สังเกตว่าที่ผ่านมาจะมีตลาดหนึ่งในต่างประเทศที่ขาย Software เหล่านี้ คืออย่างงานที่ฝรั่งเศส ฮองกง สิงคโปร์ เขาจะมีรายการมาขายเหมือนเป็นตลาดสดเลย สามารถช้อปปิ้งได้เลย เขามีตัวอย่างให้ดู ซึ่งตลาดเหล่านั้นเมืองนอกมีมานานแล้ว แต่ของเมืองไทยเราเพิ่งจะเข้าไปเอง”(จระเข้ ศิริบริดาภักดิ์ ,สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2542)

## มิติที่เปลี่ยนแปลง

### 1. การเปลี่ยนจากการจัดการแบบธุรกิจครอบครัวไปสู่ระบบสากล

ดังที่ได้กล่าวในบทที่ 4 แล้วว่า ในอดีตผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้นมักจะเป็นบริษัทเล็กๆ ที่เกิดจากการรวมตัวของคนไม่กี่คน แล้วค่อยๆ โตได้จนมีความชำนาญมากขึ้น ซึ่งมักมีระบบการทำงานแบบธุรกิจครอบครัว ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของคนเพียงคนเดียว ขาดประสิทธิภาพในการจัดการ แต่ต่อมาเมื่อวงการโทรทัศน์มีการแข่งขันมากขึ้น อีกทั้งมีการขยายงาน ขยายองค์กร ทำให้มีบุคลากรมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการปรับตัวในเรื่องของการบริหารจัดการไปสู่สากลให้เท่าทันคู่แข่ง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้

“กระบวนการทำงานของแปซิฟิก มันคือ ธุรกิจไทย มันต้องมีหลบมีซ่อน ต้องมีแฟมมีลี แต่พวกเรามาบังคับกันเอง เราารู้เลยว่าทำเงินเข้าแปซิฟิก 100 กว่าล้านถึง 200 ล้านต่อปี แต่ว่าแปซิฟิก บอกขาดทุนไม่มีเงินซื้อกล้อง พวกเราก็เริ่ม งั้นเราจัดให้ใหม่ พอเริ่มทำตัวเลข ทำผัง ทำ Flowchart อะไรออกมา ทางแปซิฟิกเขาไม่เอา เพราะถ้าเอาจริงๆ บัญชีมันกำไรเยอะ มันก็คงเสียภาษีเยอะ อันนี้มันล้มเหลว ระบบครอบครัวก็ต้องล้มเหลว อันนี้ไม่ได้แปลว่า พาโนรามาประสบความสำเร็จ โครงสร้างดีแต่เศรษฐกิจไม่ดี เขาก็ขาดทุนอยู่อย่างเดิม แต่ที่นี้ถ้าแปซิฟิกกำไร กำไรมันไม่ได้มาที่เราไง มันไปที่นายทุนมันก็เหมือนขาดทุน เพราะฉะนั้น พาโนรามา ขาดทุนตอนนี้ มันก็ไม่ต่างอะไรกับตอนแปซิฟิกกำไร คือ พนักงานก็ขาดทุนเช่นเดิม” (สมเกียรติ อ่อนวิมล ,สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

### 2. การขยายตัวจากธุรกิจผลิตสารคดีสู่ธุรกิจประเภทต่างๆ

เป็นที่ทราบกันดีว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2534-2538 เป็นช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวเป็น อย่างสูง ประกอบกับธุรกิจการผลิตรายการสารคดีไม่ใช่ธุรกิจที่มุ่งเน้นกำไรเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ผลิตรายการสารคดีหลายรายจึงต้องปรับตัวโดยการขยายธุรกิจในด้านอื่นหรือเพิ่มสายงานที่ เกี่ยวข้องกับรายการสารคดี โดยขยายตัวจะเป็นแนวกว้าง กระจายสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้แก่

## 2.1 ธุรกิจทัวร์

เนื่องจากรายการสารคดีเป็นรายการที่มักต้องถ่ายทำนอกสถานที่เป็นประจำ เป็นผลให้ทีมงานมีความชำนาญในเส้นทางการเดินทาง รู้ถึงจุดเด่นของสถานที่แต่ละแห่งที่ จะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้ จึงเป็นช่องทางอันดีในการขยายงานออกไปทำธุรกิจอื่นๆ นอก เหนือจากการทำรายการสารคดีเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ บริษัทสารคดีที่มีการแตกสายงานไป ทำธุรกิจทัวร์ได้แก่บริษัท บิลเลียน เซ็นจูรี จำกัด

"สารคดีเป็นงานกล่องไม้ไซงานที่ได้เงิน ฉะนั้นจึงต้องมีธุรกิจท่องเที่ยวเข้ามารองรับ เพื่อเป็นการเกื้อกัน ระหว่างรายการสู่โลกกว้างและทัวร์สู่โลกกว้าง โดยเปิดรับเฉพาะ สมาชิกที่ชมรายการเท่านั้น" (เดือนตา เกษมสำราญ, 2540)

## 2.2 การผลิตสื่อเพื่อการศึกษา

เนื่องจากรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการศึกษามากขึ้น โดยรณรงค์ให้หน่วยงาน ของทางภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญของการศึกษามากขึ้น ไม่ว่าจะทั้งในหรือนอก ระบบ โดยเฉพาะในส่วนของศึกษานอกกระบวนโรงเรียนนั้น ในปัจจุบันได้มีการก่อตั้ง สถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษา (Education Television-ETV) เพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้ กับผู้ที่สนใจใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม โดยใช้งบประมาณจากรัฐบาล ดังนั้นจึงต้องมีการคัดเลือก รายการที่จะนำมาเสนอผ่าน ETV ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทผลิตรายการโดยเฉพาะผู้ผลิต สารคดีได้ให้ความสนใจเข้าร่วมแข่งขันประมูลการผลิตรายการเหล่านี้เป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่า ว่างบประมาณต่อรายการจะน้อย แต่ก็เป็นส่วนที่เชื่อมั่นได้ว่าจะได้เงินที่แน่นอน ซึ่งเป็นอีก ช่องทางหนึ่งในการหารายได้มาจุนเจือบริษัท ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเล็กๆ เช่น พาโนรามา, ปิ๊อปกรุป, ฯ นอกจากนี้ยังได้มีการแข่งขันกันประมูลการผลิตสื่อเพื่อการศึกษาอื่นๆ อาทิ วิทยุ, แผ่นพับ, โปสเตอร์ ฯลฯ อีกด้วย

### 2.3 การผลิตวิดีโอเทปเพื่อการจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ถึงแม้ว่าตลาดนี้ไม่เติบโตเท่าที่ควร มีกลุ่มคนที่ชอบซื้อได้สะสม เป็นเพียงกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น แต่ก็ยังเป็นอีกช่องทางของการขยายตลาดช่องทางหนึ่งที่ผู้ผลิตนิยมทำกัน เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ ไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนัก เพราะมี STOCK เทปอยู่แล้ว

จากการสอบถามร้านหนังสือชั้นนำ 2-3 ร้าน พบว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันมียอดขายที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับยุคก่อนหน้า (ปี พ.ศ. 2534-2537) ที่ขายดีมาก แต่ปัจจุบันนี้ก็ยังสามารถขายได้เรื่อยๆ

ทั้งนั้นนอกจากจะฝากขายตามร้านหนังสือต่างๆ แล้ว ยังใช้ระบบการขายโดยตรง โดยใช้ช่องทางโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ในช่วงค้นรายการ หากผู้ชมสนใจก็สามารถติดต่อสั่งซื้อได้โดยโทรศัพท์ติดต่อกลับ

"ช่วงยุคปี 34,35 นี้ยังเอาเทปมาขายได้เลย อย่างของแปซิฟิก รายการสารคดีของเขาสามารถขายเป็นเทปได้ ปัจจุบันก็ยังขายได้อยู่ ที่สนใจซื้อก็เป็นพวกสถานศึกษาเพื่อนำไปประกอบการเรียนการสอน อย่างนี้ลงทุนครั้งหนึ่งเขาจะคุ้ม เพราะเขาขายเทปได้ด้วย" (จระเข้ ศิริปริดาภักดิ์, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2542)

อย่างไรก็ดี การที่จะผลิตสารคดีเพื่อจำหน่ายได้นั้นต้องเป็นผู้ที่มีผลงานการทำสารคดีจนเป็นที่รู้จักและมีผลงานด้านการผลิตที่มีคุณภาพจนเป็นที่ยอมรับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยเต็มรูปแบบ อาทิ รายการสองโลก, โลกสลัปส์, โลกสีน้ำเงินฯ

"เรามีความคิดว่าจะทำสารคดีเฉพาะกิจออกมาเพื่อจำหน่ายลงตลาดได้ดินเลยนี่เป็นทางออกของเรา แต่กว่าจะใช้ทางออกแบบนี้ ผู้ผลิตรายนั้นจะต้องสร้างชื่อให้วงการเชื่อถือได้ก่อน" (สันติธร หุตาคม, สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2542)

### 2.4 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานราชการและเอกชน

จะเห็นได้ว่า ในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟูนั้น รัฐบาลและเอกชนพอมึงงบประมาณเจียดมาทำรายการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์มากขึ้น ประกอบกับเป็นช่วงที่ภาคธุรกิจเกิดการลงทุนกันอย่างมาก ทำให้เกิดบริษัทใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก บริษัทเหล่านี้ต้องการทำการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือกิจกรรมในองค์กรของตนในรูปแบบของ Video Presentation รวมถึงรายการส่งเสริมภาพพจน์ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักในหมู่ประชาชน อาทิ วิดีทัศน์แนะนำหน่วยงาน หรือโครงการแบบบ้านในอุตสาหกรรมบ้านและที่ดินที่กำลังเติบโตเป็นอย่างสูงในยุคนั้น

## 2.5 ธุรกิจจัดหาข้อมูล

แนวคิดนี้ค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่ที่ยังไม่ค่อยมีใครทำมากนัก โดยปัจจุบันมีบริษัทสองโลก ที่บุกเบิกทำเป็นเจ้าแรก และกำลังอยู่ในระหว่างการเจรจาโครงการใหญ่ ทั้งนี้บริษัท สองโลก (1994) จำกัด มีแผนที่ปรับเป็นบริษัทจัดหาข้อมูล โดยจะจัดทำในรูปแบบสื่อต่างๆ หรือแม้กระทั่ง CD ROM เข้าระบบข้อมูลดิจิทัล เป็นข้อมูลสากลมีทั้งภาคภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ ฯ แจงให้กับนักท่องเที่ยว หรือคนที่สนใจข้อมูลในประเทศไทย ทำให้ทราบได้ทันที อาทิ ถนนนี้เป็นจุดใดของประเทศไทย จึงสามารถกำหนดหรือวางแผนการเดินทางเองได้ (สันติธร หุตาคม, สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2542)

## 3. การหาพันธมิตรทางธุรกิจ

ปัจจุบัน ผู้ผลิตรายการสารคดีหันมาจับมือในการสร้างงานและขยายตลาดรายการสารคดีโทรทัศน์มากขึ้น ซึ่งมีทั้งการร่วมมือในด้านการลงทุนและการผลิตรายการ ในระดับบริษัทและระดับประเทศ อาทิ บริษัทพานอรามาร่วมมือกับบริษัทกันตนาในการผลิตรายการสารคดี และได้มีการร่วมมือกับบริษัทผลิตรายการสารคดีในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีนและทางดิสคัฟเวอรี ชาแนล เพื่อเป็นการยกระดับสารคดีไทยสู่ระดับนานาชาติ

"ทางด้านการขยายตัวสู่ตลาดต่างประเทศนั้น บริษัท สองโลกฯ ได้ร่วมกับประเทศลาวในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ร่วมกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนรายการสารคดีเพื่อนำมาออกอากาศ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และร่วมมือทางด้านอื่นๆ ด้วย ซึ่งการแลกเปลี่ยนดังกล่าวยังนับเป็นจุดเริ่มต้นให้บริษัทได้ก้าวสู่การทำตลาดในแถบอินโดจีน ซึ่งแต่เดิมในส่วนของตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ ได้เคยมีการทำตลาด โดย



การนำหนังสือสารคดีออกแสดงและจำหน่ายในงานที่เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งได้รับการตอบสนองจากตลาดนานาชาติเป็นอย่างดีในขณะนั้น มีต่างชาติกว่า 20 ประเทศ อาทิ สถานีโทรทัศน์ช่อง 12 ของประเทศสหรัฐอเมริกา, ออสเตรเลีย, อังกฤษ, ญี่ปุ่น, ลาว ขอซื้อลิขสิทธิ์สารคดีส่งโลกเพื่อนำไปเป็นข้อมูลทางภูมิศาสตร์และป้อนห้องสมุดหน่วยงาน สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่างๆ" (สันติธร หุตาคม, สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2542)

"ในช่วงปลายปี พ.ศ.2540 บริษัท พาโนรามา เตรียมที่จะร่วมมือกับบริษัทญี่ปุ่น ในการสร้างสารคดีตามรอยพระพุทธศาสนาทั่วโลก และร่วมมือกับรัฐบาลจีนแผ่นดินใหญ่ ผลิตสารคดีประวัติศาสตร์เกี่ยวกับกำแพงเมืองจีน ทั้ง 2 โครงการต้องใช้งบลงทุนประมาณ 25 ล้านบาท เวลาถ่ายทำตลอดทั้งปี แต่จากภาวะเศรษฐกิจถดถอย การประกาศค่าเงินบาทลอยตัวของรัฐบาล ทำให้การส่งอุปกรณ์ถ่ายทำจากต่างประเทศมีราคาสูงขึ้น อีกทั้งค่าใช้จ่ายในต่างประเทศ เช่นค่าที่พัก, ค่าอาหารสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากเศรษฐกิจของโลกโดยเฉพาะทวีปเอเชียไม่สู้ดีนัก โครงการทั้งสองโครงการจึงต้องระงับไปอย่างไม่มีกำหนด ภายหลัง บริษัท พาโนรามาจึงหันมาจับมือกับดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ในการผลิตรายการสารคดีพุทธศาสนาขึ้นอีกครั้งหนึ่ง โดยมีการแบ่งงานกันว่า ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล และอนุชิต จุลีเกต ในนามของบริษัท เทเลเซีย จำกัดเป็นคนจัดหางบประมาณและพาโนรามาเป็นฝ่ายผลิต ซึ่งเป็นที่น่ายินดีว่าหากโครงการนี้ประสบความสำเร็จขึ้นมาเมื่อใดผู้ชมคนไทยคงจะได้ชมสารคดีคุณภาพฝีมือคนไทยกันอีกครั้งหนึ่ง"(ชรินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

### มิติของงานด้านการสื่อสาร

รายการสารคดีเป็นรายการที่ให้ความรู้ แต่โดยธรรมชาติของมนุษย์ ไม่ว่าจะรายการใดจะเป็นรายการให้ความรู้หรือไม่ก็ตาม รายการนั้นควรจะมีสิ่งที่สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการได้ด้วย หากมุ่งเนื้อหาแต่อย่างเดียวนั้น คงจะมีผู้ชมน้อยคนที่จะรับรายการสารคดีนี้ ส่วนใหญ่ก็จะมีนักวิชาการเป็นที่ปรึกษาในการสร้างหรือมาเป็นวิทยากรเอง หรือสารคดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวก็ต้องอาศัยฝีปากของผู้เขียนคำบรรยาย หากผู้ที่มีเสียงเหมาะสมและลีลาการพูดที่น่าฟังเป็นผู้บรรยาย อีกทั้งยังต้องหาผู้ที่เป็นช่างภาพที่มีศิลปะในการถ่ายและมีมุมมองการถ่ายภาพที่สร้างสรรค์ ซึ่งบางครั้งเป็นภาพเดียวกัน แต่ผู้ถ่ายคนละคน ภาพที่ออกมาจะให้ความน่าสนใจแตกต่างกันมาก นอกจากนี้ผู้จัดทำต้องมีศิลปะในการหาเพลงประกอบให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่นำมาออกด้วย รวมถึง การควบคุมระดับเสียงของ

เพลงประกอบคำบรรยาย ดังนั้นในการถ่ายทำรายการสารคดีจึงต้องเลือกองค์ประกอบที่เหมาะสมดังนี้

1. ผู้บรรยายที่มีสำเนียงและลีลาการบรรยายดี
2. ช่างภาพที่มีศิลปะในการเลือกมุมมอง
3. การเขียนคำบรรยาย
4. การใช้เพลงประกอบ และการควบคุมระดับเสียง

“สารคดีที่ดีต้องดูแล้วสนุกเพลิดเพลิน มีความคิดริเริ่มเป็นตัวของตัวเอง แล้วก็ทำให้เขาได้รับสาระประโยชน์โดยไม่ลืมได้ง่ายๆ ก็เป็นเรื่องจะสร้างมันขึ้นมา จะสร้างแบบวิเคราะห์เจาะลึก หรือแบบศิลปวัฒนธรรมแต่ดูแล้วต้องสนุกเพลิดเพลิน ปัญหาอยู่ที่ว่าจะทำอย่างไรจะให้เขาดู ตั้งหน้าตั้งตาสนใจอย่างเดียวยาก็ไม่ดู สารคดีบางชุดไม่บรรยายเลย ก็นำดู เอาพวกคนที่ถูกสัมภาษณ์ทุกคนละท่อนสองท่อน 50 คน แล้วกลับด้วยเสียงคลื่นบ้าง เสียงดนตรีบ้าง ไม่มีบทบรรยายก็ได้ ทั้งหมดนี้ มันเป็นกลเม็ดเด็ดพราย กรรมวิธี เทคนิค และยุทธศาสตร์ ในการที่จะดึงคนให้เข้าใจเนื้อหาที่เสนอ มันเหมือนกับหนังเรื่องสั้น คือ ทำอย่างไรให้เขาจำได้ เพราะมันเป็นสาระเขาต้องจำ ไม่ใช่ดูแล้วผ่านไป ก็ต้องใช้เทคนิคมากกว่ารายการบันเทิงอื่นๆ” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้นำองค์ประกอบข้างต้นมาใช้เป็นเกณฑ์จัดกลุ่มมิติที่หยุดนิ่งและมิติที่เปลี่ยนแปลงดังนี้คือ

### มิติที่หยุดนิ่ง

#### 1. การเขียนบทสารคดี

จากการสอบถามกลุ่มผู้ผลิตสารคดี พบว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ไทยโดยทั่วไปโดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิตสารคดีรายย่อยยังมีการเขียนบทที่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีเต็มรูปแบบนั้นมีการพัฒนาในส่วนนี้มากขึ้น ทั้งนี้การเขียนบทนั้นมีลักษณะที่แปรตามกลุ่มเป้าหมายและช่วงเวลาออกอากาศ ผลิตตามงบประมาณ (made by order) ประเด็นที่ยังหยุดนิ่งอยู่ ได้แก่

- 1.1 การมุ่งเน้นการเล่าให้ฟังมากเกินไปจนทำให้ลืมคำนึงถึงการแสดงให้เห็นด้วยภาพซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของรายการสารคดี
- 1.2 การขาดการตั้งกระทู้การดำเนินเรื่องที่ชัดเจน
- 1.3 สารคดียังขาดจุดสนใจตั้งแต่เริ่มเรื่องจนจบเรื่อง
- 1.4 ข้อมูลที่ผู้ชมได้รับยังเหมือนเป็นการอธิบาย (Expository) แทนที่จะเป็น ปมปัญหา (Argument)
- 1.5 ภาษาและอักขระที่ถูกต้อง

"มันไม่ค่อยมีอะไรสืบหน้า วิธีการทำสารคดีนี้มันไม่น่าสนใจ วิธีผลิตไม่ทันสมัย เทคนิคไม่ชวนติดตาม บางทีสาระก็ไม่แน่น วิธีการพูดไม่สามารถจับต้องได้ชัดเจน เป็นการพูดลอยๆ เวลาเราดูเราก็ไม่รู้ว่าได้รับอะไรเพิ่มขึ้น อาจเป็นได้ว่าปัญหามันมีที่มาจากคำตอบแทนที่ตัว" (ภรณ์ เจตสมมา, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

จากการศึกษา พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนน้อย เพียงไม่กี่รายการเท่านั้น โดยในยุคบุกเบิก การเขียนบทสารคดีนั้นอาศัยมุมมองของคนทำเป็นหลัก

"ยุคเริ่มแรก ด้านคุณภาพก็เป็นการพัฒนาการอย่างคนที่ทำไม่เป็นเลย ถามว่าถ้าวันนี้มองกลับไปดูว่ามันหายไปแล้ว รูปแบบเป็นอะไรที่ไม่ใช่รูปแบบที่น่าสนใจ ทำโดยใช้มุมมองของคนทำเป็นหลัก เอามุมมองของคนทำมาทำ ก็เป็นอะไรที่ยืดเยื้อและเชย" (ชรินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

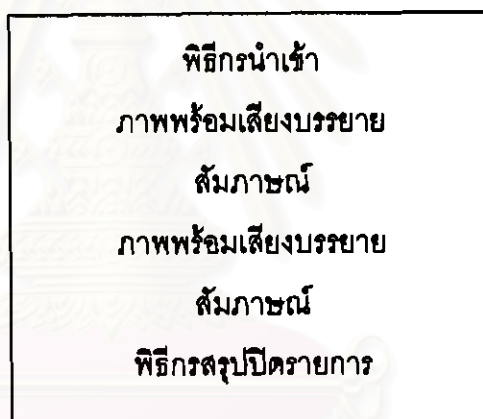
เนื่องจากว่าบทแบบเดิมที่ผู้ผลิตสารคดีเคยชินและชอบทำกัน ก็คือการลงเสียงและหาภาพมาใส่ เขียนบทเหมือนบทความ ช่วงจังหวะว่างๆ ก็ใส่ดนตรีประกอบแต่จะมีเพียงบางบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการนำเสนอในบทสารคดี อาทิ แนวของแบซิฟิกจะเปลี่ยนไปคือ การเขียนบทจะมีช่วงดึงความสนใจเป็นช่วงสั้นๆ ช่วงละสักนาที สองนาที แล้วก็จะเปลี่ยนแนวการดำเนินเรื่อง หมายความว่าถึง จังหวะและอารมณ์ของเรื่อง ถ้าย่อยเป็นตอนๆ แล้วจะพบว่าลักษณะการเล่าเรื่องจะมีความหลากหลาย

"บทนี้ผมจะสอนลูกน้องผมอย่างนี้คือว่า ไม่ว่าจะดูนาทีไหนก็สนุก แล้วไม่เบื่อ เนื่องจากมันไปแป็บเดียวมันเปลี่ยนแล้ว คือ เราไม่พูดถึงเนื้อหาเนอะครับ เราพูดถึง Flow ของ

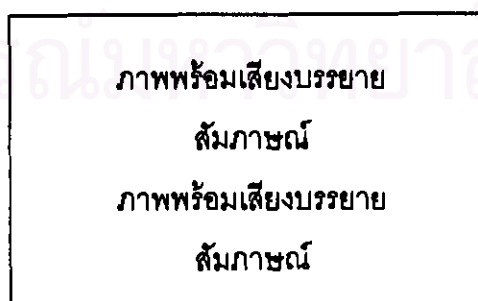
องค์ประกอบ คือ ภาพ ก็ต้องเปลี่ยนเป็นภาพสั้นภาพยาว ภาพโคลสอัพ ภาพมีดภาพสว่าง ภาพช้าภาพเร็ว เสียงก็ต้องมีเสียงธรรมชาติ เสียงเพลง เสียงพากย์ เสียงวรรณคดี เสียงเจียบ ทำ ใงให้มันเกิดความตื่นเต้นตลอดเวลา ส่วนเนื้อก็อย่าตรงไปตรงมานัก ไม่ใช่โผล่มาก็ร้ายยาว ไปเลย เนื้อหาก็ต้องอ้อมกันหน่อย ไปกลางๆทางค่อยโผล่มา จะกะผลุบกะไผล่ จะหลบๆ ซ่อนๆ จะมีลูกเล่น เพื่อให้คนดูเผลอ คนดูถูกหลอกตลอดเวลา เพราะเราจะซึมซับความรู้ไปทีละน้อย นี่ไม่ใช่วิชาการ คนดูดูครึ่งชั่วโมงก็สนุก แล้วก็จะจำอะไรได้บ้าง" (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

อย่างไรก็ตามการเขียนบทในรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยพบว่ามี 2 ลักษณะคือ

รูปแบบที่ 1 แบบเล่าให้ฟังโดยมีผู้ดำเนินรายการ



รูปแบบที่ 2 แบบเล่าให้ฟังโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการ



ทั้งสองลักษณะยังเป็นรูปแบบหลักที่ใช้ในรายการสารคดีโทรทัศน์ในปัจจุบันเกือบทุกรายการ

## มิติที่เปลี่ยนแปลง

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาของโรเปอร์พบว่า ถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด และเห็นว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือที่สุด (Roper : 1967 อ้างถึงใน พัทณี เชนจรรยา และคณะ, 2534 : 50) โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสารคดี โทรทัศน์ไทย ผู้ชมมักจะให้ความเชื่อถือรองลงมาจากรายการข่าว

ผู้วิจัยพบว่า บริษัทผู้ผลิตเริ่มเห็นความสำคัญของการเก็บรวบรวมข้อมูลและการ พิถีพิถันในวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้น จากยุคบุกเบิกที่ให้ข้อมูลเพียงด้านเดียว มาสู่การนำเสนอ โดยให้ข้อมูลที่หลากหลายด้านในแนวกว้างมากขึ้น ในขณะที่ยุคปัจจุบันผู้ผลิตนั้นต้องมีการ วิเคราะห์ข้อมูลเพียงเรื่องใดเรื่องเดียว แต่เป็นการวิเคราะห์แบบเจาะลึกมากขึ้น เนื่องจาก ปัจจุบันมีสื่อทางเลือกเกิดขึ้นมากมาย จนเกิดภาวะที่เรียกว่า “โลกสั้นข้อมูล” ผู้ผลิตจึงต้อง วิเคราะห์หาข้อมูลที่เชื่อถือให้ได้มากที่สุด

“สารคดีเหมือนพจนานุกรม เหมือนเอกสารอ้างอิงของประชาชนที่ออกอากาศ ทางโทรทัศน์ ไม่ใช่แค่ภาษาที่ถูกต้อง แต่ทุกเรื่องทีกล่าวถึงต้องถ้อยถนอง เอกสารอ้างอิงทุก ชิ้น ข้อความทุกเรื่อง ตัวเลขทุกตัวต้องพิสูจน์ได้ เพราะคนดูเชื่อถือตั้งแต่วินาทีแรกที่ออกอากาศ แล้ว” (สันติธร นุตาคม, สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2542)

### 2. ระยะเวลาในการนำเสนอ

เนื่องจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำรายการขนาดยาวซึ่ง ต้องใช้เงินลงทุนสูง จากการศึกษาผังรายการโทรทัศน์ในปี พ.ศ. 2541 พบว่ารายการสารคดี โทรทัศน์ขนาดยาว 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมงนั้น ปัจจุบันแทบไม่มีให้เห็นอีกแล้วนอกจากสารคดี เฉลิมพระเกียรติ เนื่องจากอุปสรรคสำคัญคืองบประมาณในการผลิตและค่าเช่าเวลาเป็นสิ่ง สำคัญ นอกจากนี้คือสภาพสังคมที่มีความเครียดสูง ทำให้ผู้ชมโดยส่วนใหญ่นิยมชมรายการ ที่ไม่ต้องใช้สมาธิในการชมมากนักเช่นรายการบันเทิง รายการละครฯ รายการสารคดีสั้น

ใหญ่จึงมีการปรับลดเวลาการนำเสนอลงเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและสภาพเศรษฐกิจ

“จากระยะเวลาที่เคยทำมา 4-5 ชั่วโมง ก็ทำให้สั้นลง เหลือ 50 นาทีก็ดูจะภายใน 50 นาที ด้านสากลมันก็ได้ผลขึ้น อย่างน้อยเราจะเอาไปขายเมืองนอกๆ ก็จะได้โดยง่าย 90 นาที 160 นาที 180 นาทีมันยืดยาว ซึ่งเดี๋ยวนี้ไม่มี ส่วนใหญ่ทำกันแค่ 45-50 นาที ออกอากาศ 2 ตอนจบ” (ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

จากการสัมภาษณ์ฝ่ายจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ พบว่า การที่สารคดีถูกปรับลดเวลาการนำเสนอลงอันเนื่องมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) สถานีสามารถเบียดเวลาให้ได้ง่ายกว่า
- 2) สารคดี 1 นาทีนั้นก็คือรูปแบบการโฆษณาอย่างหนึ่งที่ถูกสนับสนุนรายการสามารถได้รับผลประโยชน์เทียบเท่ากับรายการสารคดีขนาดยาว
- 3) คนดูสนใจดูสารคดีสั้นมากกว่าสารคดียาว เนื่องจากวิถีชีวิตในปัจจุบันต้องรีบเร่ง ทำให้คนไม่มีเวลาสำหรับดูรายการขนาดยาว

“ในแง่ของช่องทางการออกอากาศ รายการสารคดีสั้นเป็นรายการที่มีเนื้อหาการออกอากาศจำกัด คือสอดแทรกระหว่างช่วงรายการใหญ่ๆ เพราะฉะนั้นแต่ละช่องก็จะมีช่วงแบบนี้ค่อนข้างมากก็หนึ่งรายการ เพราะถ้าจะไปใส่อยู่กับหลายๆ รายการมันจะมีผลคือคนดูจะเปลี่ยนไปชมช่องอื่น เพราะรู้สึกว่าการสารคดีมันไม่น่าสนใจเท่าที่ควร” (จิระเกศ ศิริปริดาภักดี, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2542)

“ที่พัฒนาก็มาถึงจุดที่เรียกว่า พาโนรามาทำ พูดถึงว่ามีที่ทำสารคดีจริงๆ ก็เหลืออยู่ก็คือ พาโนรามา ด็อคคิวเม้นทารี เท่านั้นเอง แปซิฟิกเองก็หันมาทำสารคดีรับจ้างสั้นๆ หน่วยราชการจ่ายเงินหมื่นแสน ไม่มีอะไรเป็นขึ้นเป็นอันในเชิงความคิดสร้างสรรค์ หรือพัฒนามาตรฐาน สารคดีบริษัทอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน ไปแย่งกันประมูลงาน 2 นาที 5 นาที แล้วก็ทำงานเช้าเสร็จเย็น ทำงานจันทร์เสร็จศุกร์ ออกอากาศเสาร์-อาทิตย์อย่างนี้ คืออาทิตย์เดียวเสร็จ มีพาโนรามาเท่านั้นที่เรียกว่าเป็นกลุ่มตายยากอยู่ แต่ว่าเสี่ยงไม่โต เพราะว่า



เศรษฐกิจอย่างนี้มันไม่มีเงินเหลือมาช่วยงานสร้างสรรค์” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

### 3. หัวข้อเรื่อง

“สมัยก่อนใช้วิธีเลือกเรื่องที่ยากจะทำ ยากจะรู้ เพราะสมัยนั้นไม่รู้ว่าคุณดูชอบไหม เพราะว่าตอนนั้นคนทำอะไรมาคนก็ชอบ เพราะไม่เคยเห็น อะไรก็ชอบหมด” (ชรินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

ในอดีต ผู้ผลิตส่วนใหญ่ใช้วิธีการเลือกหัวข้อเรื่องตามที่ตัวเองสนใจอยากที่จะทำ มากกว่าความสนใจของผู้ชม อาจเนื่องมาจากในช่วงแรกเป็นช่วงเวลาแห่งการเรียนรู้ กระบวนการผลิตและการศึกษาความต้องการของผู้ชม ประกอบกับในยุคแรกๆ (ปี พ.ศ. 2530) ยังไม่ค่อยมีรายการสารคดีเต็มรูปแบบมากนัก ทำให้ไม่มีคู่แข่ง ดังนั้นการเลือกประเด็นเรื่องจึงเปิดกว้างอยู่ แต่ในปัจจุบันที่มีการแข่งขันมากขึ้นทั้งในแง่ของรายการสารคดีด้วยกันเองและการแข่งขันกับรายการประเภทอื่นๆ ผู้ผลิตจึงต้องมีการปรับตัวเข้าหาผู้ชมมากขึ้น โดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

#### 3.1 เป็นเรื่องสากลมากขึ้น

รายการสารคดีโทรทัศน์ไทยเริ่มมีการปรับตัวสู่ความเป็นสากลมากขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของประเด็นเนื้อหา สารคดีปัจจุบันมุ่งนำเสนอเรื่องราวที่เป็นเรื่องใกล้ตัวมนุษย์ เป็นเรื่องที่คุณทั้งโลกสามารถรับรู้ได้ร่วมกัน เป็นความสนใจระดับโลก

“เราเริ่มมองประเด็นที่เป็นอินเตอร์ เป็นเรื่องความรู้สึกร่วมกันของคนทั้งโลกด้วย คือถ้ามาทำเรื่องศิลปวัฒนธรรมไทยเพียงอย่างเดียวคงไม่ได้ ตัวอย่างเช่นเมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา เรานำสารคดีไปขายต่างประเทศ เรื่องที่ต่างประเทศสนใจมากที่สุดในรอบ 21 บริษัทที่มาติดต่อคือเรื่อง “ความช่าง” รองลงมาคือเรื่องนกเงือก เพราะมันเป็นอะไรที่ต่างประเทศไม่มี ในขณะที่เมืองไทยไม่มีคนดูเลยเพราะเป็นเรื่องธรรมดาที่คนรู้อยู่แล้ว เรื่องแนวนี้เช่น การต่อสู้ของคน วิถีชีวิตคน เป็นเรื่องที่ต่างประเทศสนใจมาก” (ชรินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

### 3.2 เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ในยุคปัจจุบัน เรื่องราวเกี่ยวกับรายการสถานการณ์ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพราะอยู่ในความสนใจของประชาชน เป็นเรื่องใกล้ตัวที่เพิ่งเกิดขึ้น ทำให้ผู้ชมสนใจติดตามมากกว่าเรื่องราวในอดีต โดยเฉพาะในส่วนของประวัติศาสตร์ไทยที่เคยมีการนำเสนอมาแล้วอย่างมากมายในอดีต

“สารคดีที่คนไทยต้องการยุคนี้คงจะเป็นเรื่องวิเคราะห์ปัญหาสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งผู้สนับสนุนก็สนใจที่จะลงโฆษณามากกว่า ถ้าทำเรื่องศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์สวยงาม คงต้องคอยให้เศรษฐกิจดีขึ้นมากๆ ซึ่งถ้าจะทำโทรทัศน์ปัจจุบัน เพื่อให้พอมีรายการ มีสปอนเซอร์ต้องเป็นรายการที่ตลาดชอบหรือหว่า พอปูกับเกมโชว์ หรือละคร เพราะฉะนั้น สารคดีเราต้องมีในลักษณะน้ำเน่า ในเชิงหรือหว่า แต่ปัญหาก็คือว่า สถานีโทรทัศน์ก็ไม่ให้เราทำอีก เพราะว่ามันหรือหว่า สังคมอยากดูผมรบประกันได้” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

ทั้งนี้แนวคิดของดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล สอดคล้องกับใจย์ บางจากที่มองว่าถ้าจะทำให้รายการสารคดีมีคนดูต้องเป็นเรื่องที่หรือหว่าและอยู่ในความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ ตัวอย่างเช่น การนำเสนอกรณียันตระนั้น ผู้ชมให้ความสนใจเป็นอย่างสูง ในขณะที่สถานีมองว่าเป็นเรื่องที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของประชาชนมากเกินไป ซึ่งเมื่อเสนอให้สถานีพิจารณาความเหมาะสมก็มักจะถูกปฏิเสธ

“ตรงนี้เขาเรียกว่าเป็นข้อบังคับ สถานีเป็นคนกำหนดว่าให้นำเสนอรายการได้แค่นั้น เคยทำสารคดีสงคราม ห้ามออกอากาศ ทำสารคดีเรื่องยาเสพติด เขาก็ห้ามออกอากาศอีกโดยเขาจะแบน แต่จะแบนไม่เด็ดขวง แบนทั้งเรื่อง สถานีรับไม่ได้เพราะมันเป็นเรื่องจริง นี่เป็นจุดหนึ่งที่ทำให้สารคดีบ้านเราไม่เติบโตเป็นจุดปิดกั้น ทำให้ผมมีแนวคิดว่าจะทำสารคดีเฉพาะกิจออกมาจำหน่ายลงตลาดได้ดินเลย ซึ่งผมทำไปแล้ว คือไปผ่านเซนเซอร์อีกระบบหนึ่งที่กองทะเบียน คือขายในระบบของหนัง ให้เจ้าหน้าที่ที่เซ็นเซอร์หนังมาดูให้เขาจะมองกว้างกว่า ว่างานของเราเกรดอะไร ผู้ชมควรจะเป็นเกรดไหน จะชื่อเป็นวิดีโอไป นี่เป็นทางออกของเรา” (สันติธร หุตาคม, สัมภาษณ์ 18 กุมภาพันธ์ 2542)

อย่างไรก็ตาม ในอนาคต ดร.สมเกียรติ มีโครงการร่วมมือกับบริษัทพานอรามา ในการผลิตสารคดีชุด "พุทธศาสนา" ซึ่งคาดว่าจะเป็นการเปิดศักราชใหม่ของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

"ชนินทร์กับผม จึงมีความหวังว่าขอทำสารคดีเรื่อง "พุทธศาสนา" ให้เสร็จ ให้ชาวไทยได้เห็น ว่า พวกเรายังไม่ตาย เพราะงานนี้จะเป็นงานที่จะสวยงามและจะทำทายมาก มันสนุกได้อย่างไร มันเป็นเรื่องของศาสนา ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ซึ่งเราจะสอดแทรกทุกรสชาติไว้ในนั้นให้หมด มีทั้งสังคมวิทยา มนุษยวิทยา ยุคปัจจุบัน sociology ประวัติศาสตร์ ปรัชญา ผมถึงได้หวังว่า นี่จะเป็นงานชิ้นใหม่ที่จะเปิดศักราชใหม่ ผมยังมุ่งมั่นว่า ทุ่มเงินเข้าไป 40 ล้าน แล้วมันจะอยู่ไปตลอดชีวิตเลย แล้วก็ฝีมือไม่มีใครเหลือให้ผมใช้อีกแล้ว นอกจาก พานอรามา แล้วก็ไม่ใช่สมบูรณ์ครบทุกคนที่ผมเชื่อกๆดูนะครับ มันยังมีพวกตกงานลูกน้องเก่าอีก ดึงมาช่วยกันได้ที่มันเก่งกว่าที่มีอยู่ในพานอรามาก็มี แต่ว่าเราจะค่อยๆดูกันไปพวกนั้นก็พร้อม ฝ่ายบท ฝ่ายเนื้อหา ทำเป็นช่วงๆไป เช่น เริ่มที่พระพุทธเจ้าก่อน คือไปที่ชมพูทวีป แล้วค่อยมาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เราจะแบ่งเป็นขั้นตอน ไม่สนใจว่าจะออกช่องไหน มีช่องทางออกอากาศอยู่แล้วไม่ต้องห่วง " (สมเกียรติ อ่อนวิมล,สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

### ความสอดคล้องและแตกต่างของความคิดเห็นในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อมองโดยภาพรวมของมิติต่างๆ ในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกคือกลุ่มผู้ผลิตและสถานี ซึ่งเป็นกลุ่ม "คนวงใน" กลุ่มที่สองคือกลุ่มผู้สนับสนุนรายการและผู้มีประสบการณ์ทางด้านรายการสารคดี ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่ม "คนวงนอก" ทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นที่ตรงกันในทุกๆ มิติ ซึ่งเมื่อพิจารณาโดยใช้เกณฑ์เรื่องความสอดคล้องและแตกต่าง พบผลวิจัยดังนี้

- 1.กลุ่มผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์เห็นว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยโดยภาพรวมมีการพัฒนา
- 2.กลุ่มผู้สนับสนุนรายการและผู้มีประสบการณ์ฯ เห็นว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยโดยภาพรวมไม่มีการพัฒนา

มิติ	ทัศนจากผู้เกี่ยวข้องในฐานะผู้ส่งสาร			
	ผู้ผลิตรายการสารคดี	สถานีโทรทัศน์	ผู้สนับสนุนรายการ	ผู้มีประสบการณ์
ศิลปะและสุนทรียะ	พัฒนา	พัฒนา	หยุดนิ่ง	หยุดนิ่ง
เทคนิค-เทคโนโลยี	พัฒนา	พัฒนา	พัฒนา	พัฒนา
ธุรกิจ-บริหาร	หยุดนิ่ง	หยุดนิ่ง	หยุดนิ่ง	หยุดนิ่ง
ด้านการสื่อสาร	พัฒนา	พัฒนา	หยุดนิ่ง	หยุดนิ่ง

ตารางที่ 2 : ทัศนจากผู้เกี่ยวข้องในฐานะผู้ส่งสาร

ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ ตัวแทนกลุ่มผู้มีประสบการณ์ได้คาดหวังว่ากลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีรุ่นใหม่ น่าจะสร้างผลงานที่มีคุณภาพในมากกว่าในอดีตที่มีข้อจำกัดในเรื่องของอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ในขณะที่สาเหตุที่ทำให้ผู้สนับสนุนรายการมองว่าสารคดีไทยไม่พัฒนา คือการมุ่งเปรียบเทียบคุณภาพและมาตรฐานการผลิตของสารคดีไทยกับสารคดีต่างประเทศ

"สารคดีโทรทัศน์บ้านเราโดยรวม ยังจำกัดคำว่าสารคดีเอาไว้ในมุมแคบมาก หมายถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ เท่านั้น ถ้าเราเปรียบเทียบลักษณะสารคดีจริงๆ แล้ว มันมีได้หลายรูปแบบมาก ถ้าเราดู Discovery เราจะค้นพบว่ามันทันสมัย มีทั้งเรื่องการศึกษา วิทยาศาสตร์ มนุษยวิทยา ศิลปะ ดนตรี จิปาถะ วัฒนธรรม วิธีการทำ วิธีผลิตไม่ชวนติดตามเท่าที่ควร เพราะฉะนั้นรวมๆ กันแล้วมันก็เลยส่งผลว่า สารคดีในปัจจุบันนี้มันไม่พัฒนา" (ภรณ์ เจตสมมา, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

ดังนั้น ผู้วิจัยได้สรุปถึงประเด็นที่ขัดแย้งกันในแนวคิดของทั้งสองกลุ่ม ดังนี้คือ

ประเด็นที่ขัดแย้ง	ผู้สนับสนุนรายการ-ผู้มี ประสบการณ์ (กลุ่มคนวงนอก)	ผู้ผลิต-สถานี (กลุ่มคนวงใน)
มุมมองการนำเสนอ	หยุดนิ่ง, น่าเบื่อ	ขาดงบประมาณ
การเลือกหัวข้อเรื่อง	เรื่องไม่น่าสนใจ, ซ้ำซาก	ไม่กล้าฉีกแนว, ทำเรื่องหวือ หวา, สถานีไม่เปิดโอกาส
บทสารคดี	ไม่น่าสนใจ	ไม่มีเวลาผลิต เพราะงบประมาณจำกัด

### ตารางที่ 3: ความคิดเห็นที่แตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง

อย่างไรก็ดี จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าหัวใจของงานสารคดี  
อันดับแรกก็คือ ข้อมูลที่แม่นยำ ข้อมูลที่ได้มาอย่างครบถ้วน รอบด้านพอที่จะสามารถ  
จำแนกเป็นบทโทรทัศน์ได้ ซึ่งถ้าข้อมูลที่ได้มาไม่ครบถ้วน ถึงแม้จะทำรายการออกมาดีเพียง  
ใด ก็ยังไม่อาจเรียกได้ว่าเป็นสารคดีที่ดีได้ อันดับที่สองคือเทคนิควิธีการนำเสนอว่าจะทำ  
อย่างไรให้ผู้ชมสามารถติดตามชมรายการตั้งแต่ต้นจนจบ โดยได้รับประโยชน์ไปด้วย

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

จากการศึกษา พบว่า ตลอดทศวรรษที่ผ่านมาของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย  
นั้นมีทั้งปัจจัยที่เกื้อหนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของรายการสารคดีโทรทัศน์  
ไทย ดังนั้นในสวอนี้ ผู้วิจัยจึงได้จัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยใช้ความถี่ของข้อ  
มูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเกณฑ์ ดังที่ผู้วิจัยจะได้อภิปรายผลดังต่อ  
ไปนี้คือ

#### ปัจจัยเกื้อหนุน

##### 1. ผู้ผลิตที่มีใจรักในการทำสารคดี

จะเห็นได้ว่าตลอดทศวรรษที่ผ่านมา ปัจจัยที่เกื้อหนุนวงการสารคดีโทรทัศน์ไทย

เป็นอย่างมาก ก็คือ "การที่ผู้ผลิตมีใจรักในสารคดี" งานสารคดีเป็นเรื่องของงานศิลปะ ที่คนต้องชอบถึงจะทำได้ และไม่ใช่งานที่ทำแล้วจะมีกำไรมากนัก ฉะนั้นการทำสารคดีจะตั้งเป้าหมายไว้ที่เงินไม่ได้เพราะไม่ใช่อาชีพที่ทำให้คนรวย เป็นเรื่องของความชอบที่จะให้ความรู้คนและการได้ทำงานที่ตนเองรัก นั่นคือเป้าหมายของการทำสารคดี มันเป็นอุดมการณ์ไม่ใช่เพื่อเงิน ที่จะหาได้มากกว่าหากทำรายการประเภทเกมส์โชว์(ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542) ซึ่งเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับมีอาชีพของสรรพสิริ วิจารณ์ และโจ้ย บางจาก (สันติธร หุตาคม) ว่า มีอาชีพคือการที่คนสามารถทำให้สิ่งที่ตนเองคิดสำเร็จได้ตั้งใจรักด้วยใจรัก เป็นการทำงานเพื่ออุดมการณ์ไม่ใช่เพื่อเงิน

"พวกที่ทำสารคดีอยู่ปัจจุบันนี้อาจเรียกได้ว่าอยู่ได้ด้วยอุดมการณ์ คือมีอุดมการณ์และมีใจรักที่จะทำ นอกจากเงินไม่มากแล้วก็อาศัยอุดมการณ์ทำกันไป" (ถาวร ช่วยประสิทธิ์, สัมภาษณ์ 26 กุมภาพันธ์ 2542)

"ใจเท่านั้น ใจอย่างเดียวเลย เงินไม่สำคัญเสมอไป บางทีเงิน ถ้ามีมันก็ทำงานได้ดีขึ้น ถ้าไม่มีเลยถามว่าทำได้ไหม ถ้าเรามีเรื่องอยู่ มันก็พอถูกใจไปได้ แต่ถ้าขาดใจ ขาดการมานะ อุตุนต่อสู้อีกเล็กน้อย อย่างที่บอกว่ามันไม่ใช่งานที่ร่ำรวย ถ้าคนมองอนาคตว่ามันไม่รวยก็เลิก แต่ถ้าเราไม่ได้มองเงินเป็นตัวสำคัญ มันก็ไปได้ " (ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

ทั้งนี้ การมีใจรัก มีอุดมการณ์ เพียงอย่างเดียวไม่อาจนำพาให้องค์กรผู้ผลิตรายการสารคดีอยู่รอดได้ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดโดยยังคงยึดมั่นอยู่ในอุดมการณ์ที่ว่าให้ประโยชน์กับคนดู แต่ก็ต้องปรับให้เข้ากับตัวผู้สนับสนุนรายการด้วย (อุษณา จันทร์สาททวงษ์, สัมภาษณ์ 5 มีนาคม 2542)

## 2. ลักษณะของกลุ่มผู้ชมที่ไม่จำกัด

ในความเป็นจริง กลุ่มผู้ชมสารคดีนั้นเป็นกลุ่มคนทั่วไปและมีลักษณะเป็นคนที่รักการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นคนรุ่นใหม่ คนแก่เฒ่า ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของรายการสารคดีคือคนที่ต้องการเรียนรู้ ไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นคนกลุ่มใด(ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542 ) ซึ่งถ้าหากรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยทำได้ดีเทียบเท่ารายการต่าง



ประเทศเช่น Discovery ที่มีความหลากหลายในวิธีการนำเสนอ กลุ่มผู้ชมก็จะยิ่งกว้างออกไป เพราะเท่าที่สำรวจ พบว่าชาวบ้านก็ชอบดู พ่อเราก็อชอบดู เพื่อนเรา ลูกเราก็อชอบดู ดังนั้นถ้าผู้ผลิตไทยทำได้ดีพอ และมีแนวคิดที่จะทำให้รายการมีความทันสมัย ทันต่อความเป็นไปของโลกปัจจุบันมากขึ้น ไม่จำกัดแคบอยู่ที่ว่ารายการสารคดีจะต้องมีเนื้อหาแบบนี้เท่านั้น หมายความว่าสามารถทำทุกประเด็นให้เป็นสารคดีได้ ไม่ได้วนเวียนผลิตรายการอยู่แค่เนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องประวัติศาสตร์ เรื่องศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น หากทำได้ดังนี้กลุ่มเป้าหมายของสารคดีก็จะกว้างไกลกว่านี้มาก อาจเท่าผู้ชมรายการปกติเลยก็ได้ (ภรณ์ เจตสมมา, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มซึ่งได้ให้ความเห็นที่ตรงกันว่ารายการสารคดีมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลัก คือกลุ่มคนที่รักการเรียนรู้ ส่วนใหญ่เป็นคนระดับกลางขึ้นไป ซึ่งมีอยู่จำนวนหนึ่งที่แน่นอน

### 3.มาตรฐานวิชาชีพที่ดีขึ้น

กาญจนา แก้วเทพ (2541) ได้ให้คำนิยามของความเป็นมืออาชีพว่าหมายถึงความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ที่มาจากการบ่มเพาะความรู้และการสั่งสมประสบการณ์ อันมีลักษณะตรงกันข้ามกับพวกมืออาชีพสมัครเล่น

จากการศึกษา พบว่า ผู้ผลิตรายการสารคดีไทยในปัจจุบันมีมาตรฐานวิชาชีพที่ดีขึ้น ทั้งในแง่ของ Durkhiem ที่มองว่าความเป็นมืออาชีพคือการมีจรรยาบรรณ มีใจรักในการทำสารคดี ซึ่งมีลักษณะเป็นวิชาชีพนิยม หรือแง่ของ Weber ที่มองว่าความเป็นมืออาชีพคือการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามระบบขั้นตอน ถึงแม้ในช่วงบุกเบิก ปีพ.ศ. 2530 ผู้ผลิตรายการสารคดีไทยจะเริ่มจากการเรียนรู้การทำงานอย่างเป็นระบบ แต่ในปัจจุบันก็ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าผู้ผลิตรายการสารคดีไทยสามารถปรับตัวเพื่อสร้างมาตรฐานทางวิชาชีพให้เกิดการยอมรับทั้งในแง่ผู้ชมและจากสถาบันสื่อมวลชนด้วยตนเอง

"ทุกวันนี้เราเน้นมากเรื่องมืออาชีพ ไม่ใช่แค่มีใจรักเรียนรู้อย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการจัดการ การมองไกลมองกว้าง เรื่องของการบริหารควบคุม สำหรับพาโนรามาเอง สิ่งสำคัญคือเรื่องของการฝึกคนให้เรียนรู้ด้วยตัวเองให้มากที่สุด เราให้แนวคิดให้วิธีการให้เขา

เป็นมืออาชีพโดยที่เขาไม่รู้ตัว เริ่มจากการรับผิดชอบตัวเองก่อน รับผิดชอบต่อระบบ รับผิดชอบต่อวิธีการทำงาน รับผิดชอบต่อการทำงานเป็นทีม แล้วก็กลายเป็นคนเรียนรู้ ไม่หยุดนิ่งนี้แหละจะทำให้เขาเป็นมืออาชีพ" (ชินินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

### ปัจจัยอุปสรรค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในวงการสารคดีโทรทัศน์ไทย ทั้ง 4 กลุ่มตัวอย่าง พบปัจจัยที่เป็นอุปสรรคปิดกั้นการเติบโตของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย โดยเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้

#### 1. งบประมาณการผลิต

รายการสารคดีเป็นรายการที่ให้ความรู้และการศึกษาได้ดีมาก เพราะนำเสนอเป็นภาพคู่กับเสียงเป็นส่วนใหญ่ แต่ต้องเสียเวลาในการเก็บภาพที่ดีและตรงกับความต้องการ จึงเป็นรายการที่ต้องใช้งบประมาณสูงมาก (ถาวร ช่วยประสิทธิ์, 2528)

สาเหตุที่ทำให้สารคดีต้องใช้ทุนสูงเนื่องจาก

- 1) รายการสารคดีคุณภาพต้องการเวลาเตรียมการในการผลิตที่ยุ่งยากในการเตรียมการ เตรียมคน ชับซ้อนในการเขียนบทให้น่าสนใจและใช้เวลานานในการรอยภาพที่เกิดจากเหตุการณ์จริงที่ต้องสมบุกสมบัน ทนน้ำ ทนฝน ฯ
- 2) รายการสารคดีคุณภาพต้องใช้ภาพที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์จริงให้มากที่สุด
- 3) รายการสารคดีคุณภาพต้องคำนึงถึงเทคนิคการนำเสนอ เพราะต้องทำสิ่งที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นรูปธรรม, จากวิชาการให้กลายเป็นเรื่องน่าสนใจชวนติดตาม, จากเรื่องที่น่าเบื่อให้เป็นเรื่องสนุก, จากแง่มุมเดียวต้องเพิ่มเป็นหลายมุมมอง

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าสารคดีโทรทัศน์นั้นอิงกับเศรษฐกิจ เพราะงบประมาณในการผลิตสูงมาก รวมทั้งใช้ระยะเวลาในการถ่ายทำนานแรมปี ดังนั้นบริษัทผู้ผลิต โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อยจึงมีจำเป็นต้องหาแหล่งเงินเพื่อลงทุนไปก่อน ในปัจจุบัน พบว่ามีลักษณะการจัดการในเรื่องของงบประมาณ 2 แบบคือ

1. การมีผู้สนับสนุนรายใหญ่ที่เป็นโครงการต่อเนื่อง เช่นสัญญาระยะยาว แล้วค่อยทยอยออกอากาศ ซึ่งจะในกรณีนี้จะดีกว่าเพราะจะได้งานที่มีการวางแผนระยะยาว ทำให้งานมีคุณภาพ ซึ่งในปัจจุบันไม่ค่อยพบการสนับสนุนรายการในรูปแบบนี้นัก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย
2. สารคดีรายสัปดาห์ คือมีผู้สนับสนุนในระยะสั้นๆ อย่างต่ำคือ 1 ตอน ผู้ผลิตจะหาผู้สนับสนุนรายการควบคู่ไปกับการผลิตรายการ

การผลิตรายการสารคดีป้อนโทรทัศน์จำเป็นต้องมีการเซ็นสัญญาระยะยาวอย่างน้อยที่สุดควรจะ 1 ปีถึง 3 ปี เพราะหมายถึงการลงทุนว่าจ้างผู้คน การลงทุนในอุปกรณ์ การลงทุนในการจัดซื้อข้อมูลของความรู้เข้ามา ซึ่งหากขาดงบประมาณในส่วนนี้แล้ว ผู้ผลิตก็ไม่สามารถคาดการณ์ได้ถึงอนาคต และวางแผนการทำงานได้

"ปัจจัยสำคัญคือคนที่จะสนับสนุนเรื่องงบประมาณ เพราะคนที่อยากดูก็มี คนที่อยากทำก็มี แต่ก็คือไม่มีงบที่จะทำตรงนี้ แต่ทางเอเจนซีก็ต้องพยายามใช้งบที่มีน้อยที่สุดให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด คือถ้าต้องการให้มีผลมาก ก็ต้องไปลงในรายการที่คนดูเยอะ ตัวสารคดีมันก็เลยอยู่ไม่ได้ แล้วคนที่ทำสารคดีจริงๆ แล้วในแง่ของการจัดการ เขาอาจจะต้องคิดเรื่องแล้วหาสปอนเซอร์ให้ได้ก่อน เขาถึงจะลงทุนทำ แต่ถ้าคิดว่าทำก่อน ลงทุนก่อน แล้วค่อยไปขายทีหลัง อันนี้เป็นไปได้ยาก นอกจากพวกที่ใจรักและมีทุนสูงจริงๆ หรือไม่ก็เป็นอีกแนวหนึ่งไปเลย ตรงนี้คือทางออก คือมีเรื่องที่น่าสนใจจริงๆ แล้วหาตลาดต่างประเทศไปเลย" (อุษณา จันทร์สาททวงศ์, สัมภาษณ์ 5 มีนาคม 2542)

จากที่เคยอธิบายไว้ในผลการวิจัยก่อนหน้านี้แล้วว่า ผู้สนับสนุนและสถานีไม่ได้ให้ความสำคัญกับรายการสารคดีเท่าใดนัก โดยให้เหตุผลว่าเป็นรายการที่มีเรตติ้งต่ำ ไม่สามารถตอบสนองผลประโยชน์ทางธุรกิจได้ นับวันรายการสารคดีจึงมีแต่น้อยลงเนื่องจากขาดผู้สนับสนุนรายการ

"มีวิธีเดียวที่จะช่วยคือ ทำอย่างไรให้เงินเข้า เพราะเขาเป็นเอกชนต้องกินต้องอยู่ มันอยู่ที่ระบบ คนที่หาเงินได้มากในด้านบันเทิง มันต้องแบ่งส่วนหนึ่งให้ด้านความรู้สารคดี ควรจะเฉลี่ยกัน และการทำก็ไม่ใช่คิดอยู่อย่างเดียวว่าจะรวยหรือไม่ (ถาวร ช่วยประสิทธิ์, สัมภาษณ์ 26 กุมภาพันธ์ 2542)

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ฝ่ายจัดรายการของสถานีโทรทัศน์พบว่า สถานีได้ให้โอกาสแก่บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีโดยการลดค่าเวลาให้มีราคาถูกลงประมาณ 20 % โดยไม่สามารถระบุได้ว่าจะมีนโยบายอื่นใดในการลดค่าเวลาได้มากกว่านี้

“ถ้าเขามาเช่าเวลา ก็อาจจะลดค่าเวลาให้บ้างเพื่อให้เขาอยู่ได้ สมมุติว่าเรา ขายเวลาชั่วโมงละแสนอย่างนี้ แต่ถ้าเป็นสารคดีที่เขาพิถีพิถันทำมาเป็นอย่างดี และเราก็รู้ว่าเขาหาสปอนเซอร์ยาก เราอาจจะคิดค่าเวลาโดยลดไป 20 % อย่างนี้ ตรงนี้สถานีจะช่วย ถ้าเป็นรายการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และมีสาระ” (นิมะ ราชิตี, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2542)

2. การขาดการสนับสนุนจากสถานีในการให้ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่รายการสารคดี อันเนื่องมาจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ไทยขาดจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคม

เนื่องจากในปัจจุบันมีสถานีโทรทัศน์ทั้งหมด 6 สถานี ไม่รวมเคเบิลทีวีอีก 1 สถานี ในจำนวนนี้เป็นสถานีฟรีทีวี 5 สถานี ทำให้มีการแข่งขันกันทางด้านรายการเป็นอย่างมาก ผู้บริหารสถานีโดยส่วนใหญ่มุ่งหวังประโยชน์ทางด้านการค้าโดยไม่ได้คำนึงสภาวะที่ผู้ชมควรจะได้รับจากสถานี

“ในช่วงเวลาที่มันเป็นเงินเป็นทอง เขาก็จะพยายามที่จะต้องทำเงิน ทำธุรกิจ คือ ทำกำไร ดูอย่างช่อง 11 หรือช่อง 9 ที่พยายามนำรายการสาระเข้ามาใส่เต็มที่ ปรากฏว่าถ้าเทียบเรตติ้งกันแล้ว ในเวลาเดียวกัน คนจะรู้ว่าถ้าอยากดูสาระก็ต้องเปิดช่อง 9 ซึ่งถ้าเปรียบเทียบจำนวนคนดูกันแล้วมันเปรียบเทียบไม่ได้ นอกจากจะบังคับเท่านั้นเอง รัฐต้องแนะนำนโยบายมาเลยถึงจะทำได้ ถึงจะเปลี่ยนทัศนคติให้คนมาชอบ ซึ่งผมก็อาจจะไม่ชอบก็ได้ สมมุติว่าให้คนไปฟังข่าวทุกวันก็เคยมีคนพูดว่ามาปิดกัน คนเขาอยากฟังรายการอื่นก็ต้องมาฟังข่าว” (อำนาจ ทองสุโชติ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2542)

“ถ้าคิดจะทำสารคดี ทุกช่องเขาให้เวลาคุณอยู่แล้ว ถ้าคุณสามารถซื้อเวลาไพร์ม ไทม์ได้ เขาก็ให้คุณ คุณสู้ไหวหรือ ค่าเวลา ค่าผลิต แล้วจะขายโฆษณาได้ไหม ตรงนี้เป็น

ตัววัด" (เดช พุสศิริ, สัมภาษณ์ 19 กุมภาพันธ์ 2542)

"ในขณะนี้ สถานียังไม่มีนโยบายที่จะเพิ่มเติมรายการประเภทสารคดี เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคไม่มี ทำให้ที่ผ่านมาผู้ผลิตรายการสารคดีมักจะขาดทุน" (ประวิทย์ มาลีนนท์, 2539)

ในขณะที่สถานีมองว่า รายการสารคดีไม่ได้ก่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดีนัก เมื่อเทียบกับรายการบันเทิง และมีความเสี่ยงต่อการขาดทุนสูง กลุ่มผู้ผลิตกลับได้ให้ข้อเสนอในประเด็นที่ว่าทางสถานีควรจะคำนึงว่า รายการสารคดีนั้นให้ผลตอบแทนทางด้านสาระประโยชน์มากกว่าผลประโยชน์ที่จะได้รับ

"ถึงแม้ว่าคุณภาพสารคดีในเมืองไทย อาจจะไม่ได้ดีที่สุด แต่เชื่อว่ามีหลายเรื่องหลายตอน สามารถดึงสายตาท่านผู้ชมให้ละจากละครมาดูสารคดีได้ถ้ามีโอกาสได้เห็น แต่เนื่องจากผู้ชมไม่มีโอกาสได้เห็นสารคดีในช่วงที่มีเวลาดูโทรทัศน์ บางเรื่อง อาทิรายการโลกสีน้ำเงิน ตอนที่ไปถ่ายทำได้น้ำ เป็นเรื่องที่ดีในระดับที่เทียบเท่าระดับสากล เทียบเท่ากับที่ฉายทางดิสนีย์เวิร์ หรือดีกว่าหลายเรื่องด้วยซ้ำ ขอย้ำในประเด็นที่ว่า เพราะผู้ชมไม่มีโอกาสชม โดยเฉพาะผู้ที่ไม่มีความรู้ที่จะเสียเงินเป็นสมาชิกทางเคเบิลทีวี คือผู้ชมจะดูได้แค่ฟรีทีวีแค่นั้นเอง ซึ่งคนเหล่านี้คือคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่ไม่มีโอกาสได้ดู ทั้งนี้คนดูสารคดีจะต้องเปลี่ยนนิสัยจากที่เคยดูละครหลังข่าว มาเป็นดูสารคดีหลังข่าว ถ้าทางสถานีเปิดโอกาสให้ช่วงเวลาดีๆ โพรโมทไทม์แก่รายการสารคดี" (ธีรภาพ โลหิตกุล, 2540)

"การทำสารคดีขึ้นอยู่กับเวลาออกอากาศจริงๆ ถ้าเวลาดีจะช่วยรายการได้มาก ผู้สนับสนุนรายการจะหันมามอง แต่เวลาดีก็ติดอยู่ที่ช่องอีก ถ้าเป็นช่องที่มีคนนิยมดูมากๆ ถ้าเขาสนับสนุนแล้วเราได้ช่องนั้นด้วย ก็สามารถช่วยด้านตลาดให้เพิ่มมากขึ้น ถ้าได้ช่อง 11 ถามว่าคุณจะขายได้มั๊ย ก็ยังยากอยู่ ถ้าอยู่ช่อง 9 คนที่วัดเรตติดกับผู้สนับสนุนรายการ ก็เอาเราซึ่งอยู่ช่อง 9 ไปไว้ข้างหลัง นอกจากจะอยู่ช่อง 9 แล้วยังเป็นรายการสารคดีอีก เราเองก็ถอยไม่รู้จะถอยไปถึงไหน จะติดเพดานอยู่แล้ว ดังนั้นนอกจากได้เวลาดีก็ต้องดูช่องด้วย ถ้าช่องไหนที่มีคนนิยมดูมากๆ แล้วให้เวลาดีๆ กับสารคดี คนก็จะดูสารคดีเพิ่มมากขึ้น (เดือนดา เกษมล้ำราญ, 2541 )



"คนดูพร้อมเสมอ คุณดูสิ สมัยเราทำโลกสลัปส์ ทำไมเขาชอบล่ะ เขาชื่นชม เขาตื่นเต้น เยอะเลยนะครับ พวกผู้ปกครอง ผู้หลักผู้ใหญ่ทั้งหลาย ทำไมเขาจำได้ล่ะ เขาพร้อม แต่ว่าโทรทัศน์ไทยไม่พร้อมที่จะแหวกช่องว่างให้กับเราเข้าไปใช้ ในราคาที่เราอยู่รอดได้ เศรษฐกิจในสังคมเราปัจจุบันนี้ก็ไม่พร้อม ที่จะมาจูนเจอพวกเราได้"(สมเกียรติ อ่อนวิมล , สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดหาเวลาที่เหมาะสมให้กับรายการสารคดีนั้น ในปัจจุบันผู้ชมเริ่มหันไปชมรายการสารคดีทางเปย์ทีวีมากขึ้น แม้ว่าบางบ้านจะมีรายการเคเบิลทีวีที่มีรายการสารคดีให้ชมตลอด 24 ชั่วโมงก็ตาม แต่ก็เปย์รายการที่ผู้ชมจะต้องเสียเงินเป็นสมาชิกอย่างต่ำประมาณ 800 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากพอควรสำหรับรายได้เฉลี่ยของคนไทยส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบัน

"การที่สารคดีในฟรีทีวีมีส่วนแบ่งผู้ชม โดยมีผู้ชมส่วนหนึ่งที่มีกำลังที่จะหาเปย์ทีวีมาติดตั้งเพื่อชมสารคดีดีๆ นั้น ทำให้สารคดีที่เราผลิตป้อนให้สถานีมีคนดูน้อยกว่าที่น่าจะเปย์ แต่ก็ยังมีคนส่วนมากที่ไม่ได้ดูเปย์ทีวี อยากจะให้ฟรีทีวีกันมาส่งเสริมสารคดี ให้สารคดีไปเกิดในเวลาไพรม์ไทม์" (ธีรภาพ โฉนิตกุล, 2541)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าเรายังมีรายการสารคดีในโทรทัศน์ช่อง 11 และสถานีใหม่ ไอทีวีเปย์ทางเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการรายการประเภทสาระความรู้ แต่ทั้งสองสถานีต่างก็ไม่ได้ได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการเท่าใดนัก ส่วนหนึ่งเพราะรัศมีแพร่ภาพในวงจำกัด รวมทั้งงบประมาณของทั้งสองสถานี ทำให้วงเงินที่นำมาสนับสนุนรายการสารคดีมีอยู่อย่างจำกัด รายการที่แพร่ภาพจึงค่อนข้างจำกัด และไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

"สาระของรายการของเราแตกต่างจากบันเทิงโดยสิ้นเชิง เพราะฉะนั้นจะนำรายการของเราไปสำรวจความนิยมกับรายการหรือสำรวจที่กลุ่มคนดูบันเทิงไม่ได้ อย่างนั้นเราก็เปย์อันดับโหล่ แต่ถ้ากลุ่มคนดูที่ต้องการความรู้ เราเชื่อมั่นว่าทางช่อง 11 ของเราอยู่ในอันดับ 1 ครับ"(ดุจฎิ สินเจิมศิริ , 2542)

บางสถานีเลือกที่จะซื้อรายการสารคดีจากต่างประเทศมาออกอากาศ เนื่องจาก



มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหลายเท่าตัว แต่ล้าหลังการซื้อขายการจากต่างประเทศมา ไม่เป็นการเพียงพอกับความต้องการ ประกอบกับรายการสารคดีจากต่างประเทศไม่ตรงกับรสนิยมคนไทยโดยส่วนใหญ่

“สำหรับไอทีวีแล้ว เราก็อยากสนับสนุนสารคดีของเราเอง แต่การที่เราไปจ้างผลิตซึ่งมีค่าใช้จ่ายเป็นแสนกับการไปซื้อรายการต่างประเทศประมาณ 20,000 บาท ที่ถูกก็เพราะเขาขายประเทศอื่นด้วย เขาสามารถซื้อมาได้จากตรงอื่นมา ซึ่งเราคิดนะ เราอยากทำ แต่ถ้าให้เราเสียเงินแสนนึงเพื่อจะให้ได้ 1 ตอน เราก็ต้องตัดใจซื้อของต่างประเทศเพราะมันถูกกว่ามากจริงๆ ประมาณ 5 เท่า ถึงเศรษฐกิจดีก็ไม่อยากลงทุนทำเอง” (นิมะ ราชิตี, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2542)

ทางออกของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ที่ทำอยู่ขณะนี้คือหากจะผลิตรายการสารคดีก็จะผลิตแต่เพียงสั้นๆ แล้วนำไปแทรกไว้ในรายการข่าว และนโยบายการคิดค่าเช่าในราคาถูก

“ถ้าเป็นรายการยาวๆ คนเขาก็จะไม่สนใจ แต่ถ้าเป็นสั้นๆ แล้วเราเอาไปแทรกไว้ในรายการข่าว คนเขาดูข่าวอยู่แล้วเขาก็ดูไปด้วย คนทำก็เอาเวลาไปขายโฆษณาได้ง่ายกว่า ไม่เจ็บตัวด้วย” (ประวิทย์ มาสสินนท์, 2539)

“ถ้าเรื่องค่าเช่าเวลา ไอทีวีก็มีนโยบายลดค่าเวลาสำหรับรายการประเภทความรู้และสารคดี เพราะเราก็ต้องการให้เขาอยู่ได้ ตัวอย่างเช่น ปกติเราขายเวลาชั่วโมงละแสน แต่ถ้าเป็นสารคดีคุณภาพที่เขาพิถีพิถันทำมาอย่างดี และเรารู้ว่าเขาหาผู้สนับสนุนรายการยาก เราก็อาจจะคิดค่าเวลาโดยลดลงไป 20 % ตรงนี้สถานีก็จะช่วยได้”

โดยสรุป ถ้าไม่มีการวางกำหนดกฎเกณฑ์ให้สถานีต้องเสนอรายการประเภทสาระความรู้ไว้บ้างแล้ว รับรองได้ว่าทุกสถานีจะไม่มีรายการประเภทนี้อย่างแน่นอน แต่ถ้าจำเป็นต้องมีก็มักจะบรรจุไว้ในช่วงเวลาที่ไม่ค่อยมีคนดู คือในช่วงเวลา 16.00-17.00 น. ซึ่งในช่วงเวลานี้ คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยว่างมานั่งดูโทรทัศน์ หรือไม่ก็กำลังอยู่ในช่วงเวลาที่ต้องเดินทางกลับบ้าน หลังจากเสร็จสิ้นภาระกิจในแต่ละวัน ดังนั้นสถานีจึงควรคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ชมจะได้รับมากกว่าสิ่งที่สถานีจะได้รับ ดังที่จำนง รั้งสิกุล (2522) ได้กล่าวไว้ว่า

“รายการประเภทส่งเสริมความรู้นั้น ถ้าสถานีคิดคำนึงถึงเปอร์เซ็นต์ผู้ชมเป็นสำคัญแล้ว ก็จะทำให้รายการประเภทนี้ไม่มีทางแพร่ภาพออกอากาศได้ รายการประเภทนี้ ต้องไม่พิจารณาถึงจำนวนผู้ชมเป็นสำคัญ ต้องพิจารณาถึงการให้สิ่งที่เป็นการสะระแก่ผู้ชมเป็นสำคัญ หรือความรับผิดชอบในฐานะสื่อมวลชนที่ดี ที่จะต้องช่วยยกระดับของบุคคลในสังคมให้สูงขึ้น”

“ถ้าสถานีโทรทัศน์ไม่รับผิดชอบต่อสิ่งที่เรียกว่าสติปัญญาของประเทศชาติ ชาดจิตสำนึกว่าตัวเองเป็นคนควบคุมสติปัญญาของประเทศชาติไว้ มัวแต่ให้ความสำคัญว่าจะขายแต่ของได้หรือไม่เท่านั้น รายการสารคดีก็คงจะสูญพันธุ์ไปพร้อมๆ กับสติปัญญาของประชาชนคนไทยด้วย” (ภรณี เจตสมมา, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

### 3. เทคนิคการนำเสนอที่ซ้ำซาก

จากการศึกษา พบว่า รายการสารคดีทั่วไปยังไม่ค่อยมีการพัฒนาเท่าที่ควร โดยเฉพาะในเรื่องของเทคนิคการนำเสนอที่ยังคงมุ่งเน้นการบรรยายเป็นหลัก ในขณะที่รายการสารคดีเต็มรูปแบบได้มีการพัฒนาคุณภาพขึ้นมาก ซึ่งในยุคปัจจุบันผู้คนเริ่มแบ่งแยกได้ระหว่างรายการคุณภาพกับรายการไร้คุณภาพ ทั้งนี้เพราะผู้ชมมีทางเลือกมากขึ้น มีความรอบรู้มากขึ้น เพราะฉะนั้นผลงานที่ไร้คุณภาพก็จะอยู่ไม่ได้ ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้สนับสนุนรายการ พบว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยยังขาดเทคนิคในการนำเสนอรายการในมุมมองดังต่อไปนี้คือ

#### 3.1 การขาดเอกลักษณ์ในการนำเสนอ

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า รายการสารคดีทางโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น ไม่ค่อยได้รับการยอมรับจากผู้ชมส่วนใหญ่เท่าใดนัก คงมีแต่ผู้ชมกลุ่มเล็กๆ ที่ติดตามชมสารคดี ด้วยผู้ชมมักเกิดความรู้สึก“น่าเบื่อ” เพราะเป็นรูปแบบรายการสารคดีส่วนใหญ่ในปัจจุบันนั้นมุ่งให้ความรู้ออกมาในเชิงวิชาการมากกว่ามุ่งให้ความบันเทิง นอกจากนี้โดยภาพรวมแล้วรายการสารคดีไทยมักขาด “จุดขาย” หรือความโดดเด่นในการดำเนินเรื่อง

#### 3.2 การขาดแคลนความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตรายการสารคดี

ปัญหาของการซื้อเครื่องมือใหม่ๆ มาทดแทนเครื่องมือเก่านั้นยังเป็นปัญหาที่แก้ได้ไม่ยากนัก เพราะหากมีเงิน ก็สามารถซื้อหามาได้ และจะใช้เวลาไม่นานนัก ผู้ผลิตรายการทุกแห่งก็สามารถทำได้เท่าเทียมกัน แต่ปัญหาที่หนักไปกว่านั้นคือ เรื่องของบุคลากร เพราะถึงแม้ว่าจะมีเครื่องมือเครื่องมอดีแค่ไหนก็ตาม เครื่องมือเหล่านั้นก็ยังคงอาศัยคนมาควบคุมการทำงานของมันอยู่ดี ทั้งนี้เพราะว่างานของโทรทัศน์นั้นมีทั้งงานเทคนิคและงานด้านศิลปะ ซึ่งงานทั้งแขนงนี้ จำเป็นที่จะต้องเดินคู่กันไปให้ได้อย่างกลมกลืน ทั้งนี้เพื่อความสบายตาสบายอารมณ์ของคนดู

“ความซ้ำซากก็คือการเอโลไปทำกันอย่างเดียว เช่น พอทำเรื่องสารคดีท่องเที่ยว ก็ท่องเที่ยวเหมือนกันหมด คล้ายๆ กันหมด ไปกินอาหาร ไปแวะดูสถานที่ มีรายการประเภทนี้เยอะมากเลย และการพัฒนาในบางเจ้าก็คือ ไม่ค่อยใช้เทคนิค การถ่ายทำ การตัดต่อที่จะให้เร้าใจคนดู บางเจ้าที่พัฒนาบ้าง เราก็พยายามหาหนทางที่จะให้สารคดีเขาก็อยู่รอด “ (นิมะ ราชิตี, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2542)

อย่างไรก็ดี ทุกวันนี้ การผลิตสารคดีทางโทรทัศน์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้บุคลากรที่มีความชำนาญการในสาขาอาชีพโดยตรง เพราะโลกกำลังดำเนินเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร จึงน่าจะก่อสร้างสร้างขึ้นมาจากคนที่รู้จริงและมีวิถุญาณของนักสื่อสารมวลชน ตลอดจนจนความเป็นมืออาชีพในกระบวนการผลิต เนื่องจากเป็นไปได้ยากอย่างยิ่งสำหรับรายการที่มีทีมงานผู้ผลิตอ่อนหัด จะประสบความสำเร็จ ถึงแม้จะมีรูปแบบหรือดาราที่มีชื่อเสียง ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบทางด้านรายการควรจะคำนึงถึงความสามารถของทีมงานก่อนที่จะเริ่มผลิตรายการ

#### 4. ลักษณะผู้ชมไทย

หากพิจารณาในด้านของผู้ชมคนไทย จะพบว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ของประเทศไม่ชอบชมรายการสารคดี ส่วนหนึ่งนั้นเป็นเพราะลักษณะพื้นฐานโครงสร้างของสังคมที่ไม่สนับสนุนให้มีการค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง แต่เน้นไปทาง “ท่องจำ” และ “เลียนแบบ” เฉพาะแต่เรื่องที่อยู่ในหนังสือตำราเรียน ทำให้ขาดความรู้รอบตัวโดยไม่พยายามเรียนรู้เพราะชอบบันเทิงมากกว่า ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยสำคัญก็คือระบบการศึกษาของบ้านเรานั้นเอง

“การปรับเปลี่ยนทั้งหมดมันไม่ได้ขึ้นอยู่กับโทรทัศน์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสารคดี ไม่ได้ขึ้นอยู่กับคนที่คนทำ แต่ขึ้นอยู่กับคนดูของเรา หรือการศึกษาเริ่มให้คนไทยคิดถึงอดีตและภาคภูมิใจกับสิ่งเหล่านั้นไหม จะเห็นได้ว่าสารคดีมันเติบโตควบคู่มากับการศึกษา โดยทำแล้วให้มีคนดู และให้คนดูรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมด้วย ถ้าสารคดีขาดจุดนี้ไปก็ไม่มีประโยชน์” (ปิยะ มาลา-กุล ณ อรุณยา, สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2542) ดังนั้น “ถ้าประชาชนมีการศึกษาที่ดีขึ้น คนดูก็จะดูเรื่องสาระมากขึ้น รายการพวกนี้ก็จะมีคนดูมากขึ้น เมื่อมีคนดูมากขึ้นสารคดีก็อยู่ได้” (อำนาจ ทองสุโชติ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2542)

อีกด้านหนึ่งหนึ่งคือการที่สังคมไทยเป็นสังคมที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ชม เปลี่ยนเรื่องคุยเมื่อมาเจอกันที่ทำงานหรือสถานที่ต่างๆ เกี่ยวกับความบันเทิงที่ได้ชมเมื่อคืนก่อน โดยที่สังคมไทยเป็นอย่างไรเห็นจนกลายเป็นเรื่องกิจวัตรประจำวันโดยปริยาย

“ทุกคนบอกว่าสารคดีดีนะ เป็นหนังที่มีสาระ แต่มันไม่บันเทิง วัฒนธรรมของคนไทยมันบันเทิงจะให้มาเครียด เขาไม่ค่อยรับกัน เขาก็ดูละครดีกว่า คุณภาพชีวิตมันก็ไม่ได้ดีอะไรนักหนาที่จะมาดูสารคดีกัน เขาก็ดูอะไรที่มันบันเทิงมากกว่า” (สุพงษ์ พิณิจคำ, 2541)

นอกจากนั้นยังอาจเป็นเพราะทัศนคติด้านลบของผู้ชมต่อสารคดีโทรทัศน์ไทยที่เคยชินกับการดูรายการสารคดีที่วู่วาม ที่ไม่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการยึดติดภาพของรายการสารคดีเป็นรายการที่มีรูปแบบน่าเบื่อ เน้นบรรยายเป็นหลัก

อีกปัจจัยหนึ่งคือสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่เอื้ออำนาจ ประชาชนมองเรื่องปัญหาปากท้องเป็นหลัก ดังนั้นทางเลือกในการชมสารคดีจึงเป็นปัจจัยรองๆ ที่ไม่สำคัญต่อการดำรงชีพ จึงเป็นเพียงจุดเล็กๆ ที่คนในสังคมมองข้ามถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากสารคดี

ทั้งนี้ โดยหลักการแล้ว สารคดีไม่ได้เป็นรายการเฉพาะกลุ่ม แต่ในปัจจุบันผู้ชมสารคดีนั้นจำกัดอยู่ในกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น เพราะรูปแบบการนำเสนอที่ยังคงยึดติดอยู่กับรูปแบบเดิมๆ ไม่ได้มีการฉีกแนวออกไป ทำให้ไม่กลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม เพราะฉะนั้นหากผู้ผลิตเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเปิดกว้างในการรับความคิดเห็นสร้างสรรค์ใหม่ๆ แล้ว ก็จะเป็นการดึงดูดผู้ชมให้สนใจติดตามรายการสารคดีมากขึ้น

## 5. การขาดการสนับสนุนจากทางภาครัฐ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตรายการ ผู้วิจัยพบข้อสังเกตเกี่ยวกับปัญหาของรายการสารคดีทางโทรทัศน์ไทย ก็คือการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐอย่างเพียงพอ จึงทำให้ขาดผู้ลงทุน สืบเนื่องมาจากต้นทุนในการผลิตรายการสารคดีแต่ละตอนนั้นสูงมาก ต้องอาศัยกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันและใช้เวลายาวนานกว่ารายการประเภทอื่นๆ ซึ่งรัฐควรจะให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ผลิตมากขึ้น โดยอาจมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการออกอากาศรายการแต่ละประเภท

"นโยบายของรัฐ เช่น บางช่วงเขาก็ติดกันช่วงเย็นว่าเป็นรายการสำหรับเด็ก หรือเป็นรายการคุณภาพที่มีสาระ ซึ่งเดี๋ยวนี้มันกลายเป็นรายการละครวัยรุ่นไปหมดแล้ว นโยบายของรัฐจึงมีส่วนต่อการเติบโตของสารคดี" (นิรมล เมธิสุวกุล, สัมภาษณ์ 2 มีนาคม 2542)

## 6. ภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย

จากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมในช่วงปี พ.ศ.2539 เป็นต้นมา เริ่มซบเซา จึงทำให้บริษัทผู้ผลิตสารคดีรายย่อยจำนวนมากต้องปิดตัวลง เนื่องจากไม่มีโฆษณาสนับสนุนรายการ ส่วนบริษัทที่อยู่ได้ในขณะนี้ก็ต้องดิ้นรนหาทางอยู่รอดด้วยวิธีต่างๆ รวมทั้งใช้นโยบายรัดเข็มขัด ลดค่าใช้จ่ายทุกด้านให้มากที่สุด ซึ่งแม้ว่าจะลดต้นทุนด้วยวิธีการต่างๆ แล้วก็ตาม ก็ยังไม่สามารถช่วยได้ เนื่องจากงานสารคดีคุณภาพต้องใช้ทุนสูง ซึ่งผู้ผลิตบางบริษัทคิดว่ารายการสารคดีน่าจะมีการพิจารณาลดค่าเช่าที่พิเศษกว่ารายอื่น เพราะว่าต้นทุนการผลิตสูง ต้องถ่ายทำในสถานที่จริง (เดือนตา เกษมสำราญ, 2540)

จะเห็นได้ว่ารายการสารคดีในปัจจุบันนี้ โอกาสขยายตัวนั้นยากเต็มที เพราะสภาพเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย ในขณะที่เดียวกันลูกค้าได้ประหยัดงบประมาณในการใช้จ่ายทางด้านการตลาดและการโฆษณาในเชิงภาพพจน์ลง โดยหันไปเน้นการโฆษณาสินค้าในรายการบันเทิงอาทิละคร เกมโชว์ แทน จากเดิมที่ไม่ค่อยมีโฆษณาอยู่แล้ว (จิระเกศ ศิริบริดาภักดี, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2542)

## 7. ผู้ผลิตขาดการจัดการเชิงธุรกิจที่ดี

เนื่องจากระบบการขายโฆษณาในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายการในแง่ของงบประมาณการผลิตดังนี้

**ระบบโควตา** ซึ่งหมายถึงการแบ่งสัดส่วนของการโฆษณา เม็ดเงินของลูกค้ำที่ต้องการโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมายกลับถูกเบี่ยงเบนไปใช้ในกลุ่มบันเทิงมากกว่า

**การวัดเรตติ้ง** บริษัทโฆษณามหลายแห่งมักจะนำเรตติ้งไปอ้างกับลูกค้ำเสมอว่า รายการสารคดีเรตติ้งไม่ดี ด้วยเหตุนี้การได้รับเม็ดเงินจากบริษัทโฆษณาจึงเป็นไปได้ยาก อย่างไรก็ตามเมื่อมาถึงยุคที่เครื่องรับโทรทัศน์มีการใช้อุปกรณ์ควบคุมโทรทัศน์แบบไร้สาย (รีโมทคอนโทรล) ทำให้ผู้ชมสามารถเปลี่ยนช่องได้ตลอดเวลา ดังนั้น การพิจารณาจำนวนผู้ชมด้วยการวัดเรตติ้ง จึงไม่น่าจะมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการซื้อสื่อได้เสมอไป

**การขายเป็นแพ็คเกจ** ซึ่งในปัจจุบันนิยมใช้วิธีนี้กันมาก ไม่ว่าจะเป็นการลดแลกแจกแถมในรายการหรือในสื่ออื่นๆ ซึ่งในรายการสารคดีไม่เปิดโอกาสในการขายแบบแพ็คเกจได้เท่ากับรายการบันเทิงที่มักจะมีการโฆษณาแฝงในรายการได้ตลอดเวลา อาทิ การติดป้ายโฆษณาที่เวที, การให้พิธีกรกล่าวถึงตัวสินค้า, VTR ก่อนและหลังรายการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สารคดีไม่อาจทำได้

“สารคดีซึ่งทำดีมากก็ต้องลงทุนมากพอสมควร เมื่อเทียบกับรายการเกมโชว์ ผู้สนับสนุนก็จะให้กับเกมโชว์เลย เพราะหนึ่ง ทุนน้อย สองจะโฆษณาอะไรก็ได้ สารคดีทำไม่ได้ เพราะนี่มันคือกึ่งวิชาการ เพราะฉะนั้นสารคดีจะเอาโฆษณามาแทรกไม่ได้ แต่ว่าเกมโชว์แทรกอะไรก็ได้” (วันเพ็ญ เซ็นตระกูล, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2542)

ปัจจัยดังกล่าวถือได้ว่าเป็นอุปสรรคปิดกั้นการเติบโตของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย ที่ส่งผลกระทบต่องบประมาณการผลิตซึ่งเป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายการ ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้



## 7.1 ธุรกิจการผลิตรายการสารคดีเป็นธุรกิจไม่ทำกำไร เน้นแต่ประโยชน์และสาระ

เหตุที่ทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ไม่ยอมผลิตรายการสารคดี มาจากปัญหาด้านผลตอบแทนทางการตลาดเป็นใหญ่ อีกทั้งรายการสารคดียังเป็นรายการที่ผู้ผลิตต้องใช้ความสามารถในการผลิตค่อนข้างสูงและมีทีมงานที่มีคุณภาพคือต้องมีข้อมูลประกอบรอบด้าน มีบทโทรทัศน์ที่ดีและคมคาย รวมทั้งมีเทคนิคในการนำเสนอที่ดึงดูดใจผู้ชม รายการสารคดีจึงเป็นรายการที่เน้นความรู้ สาระประโยชน์ การที่จะไปแทรกโฆษณาหรือป้ายสินค้าในรายการจึงเป็นเรื่องที่กระทำได้ยาก เพราะจะขัดกับความเชื่อถือของผู้ชม

## 7.2 ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไม่สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด

จากการสำรวจองค์กรผู้ผลิตในเบื้องต้นแล้ว พบว่า ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็กที่มีอำนาจต่อรองต่ำในแง่ของการหาผู้สนับสนุนรายการ

"บ้านเรา เวลาคิดถึงรายการที่มีคุณภาพ มักจะนึกถึงรายการสารคดี รายการพวกนี้หาผู้สนับสนุนรายการลำบากมาก สปอนเซอร์ไม่ค่อยมองเพราะเรตติ้งเป็นหลัก ถ้าเทียบกับละครแล้วรายการพวกนี้จะเจาะกลุ่มคนได้น้อยกว่าละครที่เข้าถึงผู้ชมที่เป็น MASS มากกว่า โอกาสที่จะขายได้ และทำเงินมีสูงกว่า การยอมให้เพิ่มเวลาในการถ่ายทอดละครทุกคืน เพิ่มมาเป็นชั่วโมงครึ่ง สปอนเซอร์จะดึงเงินจากรายการเล็กๆ กลับไปให้ละคร เพราะว่าได้ผลประโยชน์มากกว่า" (ยุพา เพชรฤทธิ์, 2536)

เมื่อเอเจนซี่จำเป็นต้องรักษามลประโยชน์คุ้มค่าให้กับลูกค้า ดังนั้นจึงต้องปันงบให้กับรายการที่มีกลุ่มผู้ชมมาก ทั้งนี้เอเจนซี่ยังเชื่อว่าผู้ชมส่วนใหญ่ของประเทศยังชอบดูรายการที่ให้ความเพลิดเพลินสบายใจมากกว่า ในขณะที่คนที่ทำรายการสารคดีนั้น การขอรับการสนับสนุนรายการ จะต้องผ่านกรรมวิธีการเสนอแผนงานให้กับสปอนเซอร์ก่อน พอได้สปอนเซอร์แล้วจึงจะทำการผลิตรายการออกมา ซึ่งตรงกันข้ามกับรายการบันเทิงที่ผู้สนับสนุนรายการสามารถตัดสินใจสนับสนุนรายการได้รวดเร็วกว่า

## 8. การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์รายการที่ไม่ต่อเนื่อง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตรายการ พบว่าสาเหตุที่คนทั่วไปไม่ค่อยรู้จัก หรือติดตามดูรายการสารคดี น่าจะมาจากหลายสาเหตุ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะสื่อมวลชนไม่ค่อยเขียนถึง อาจเนื่องจากสาเหตุที่ว่ารายการสารคดีไม่ค่อยมีจุดที่จะเขียนเท่าใดนัก ไม่มีนักแสดง ไม่เหมือนรายการประเภทอื่นๆ อาทิ ละครหรือเกมส์โชว์ อีกปัจจัยหนึ่งคือกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์โดยส่วนใหญ่มักไม่ค่อยมีการถ่ายเก็บ(STOCK)ภาพ จึงทำให้ไม่สามารถประชาสัมพันธ์รายการล่วงหน้าได้

“ส่งไปตามสื่อต่างๆ เจียบเลย ยกเว้นแต่ว่า สารคดีอันนั้นมันมีจุดเด่นอะไรอยู่บ้าง ในตัวของมันเอง จึงจะได้รับการเหลียวแลบ้าง หรือว่าลงโฆษณาแบบให้เงินกันบ้าง” (วันเพ็ญ เชนตระกูล, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2542)

## 9. กระแสการนิยมชมสรรคดีจากเคเบิลทีวี

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชาวตัดทางหนังสือพิมพ์เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงในพัฒนาการของรายการสารคดี ผู้วิจัยได้พบจุดหมกผันสำคัญที่นับเป็นอุปสรรคต่อรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างยิ่ง คือการเข้ามาของสารคดีจากเคเบิลทีวี นั่นคือ เมื่อถึงยุคที่โทรทัศน์ได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ก่อให้เกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นดาวเทียม โทรทัศน์มือถือ อินเทอร์เน็ต และเคเบิลทีวีที่นับวันจะได้รับความนิยมจากผู้ชมมากขึ้นๆ รายการโทรทัศน์รวมถึงสารคดีจากต่างประเทศเริ่มเข้ามาสู่เมืองไทย ส่งผลให้ผู้ชมโดยเฉพาะในชนชั้นกลางหันไปชมรายการสารคดีจากเคเบิลทีวีแทน เนื่องจากไม่มีโฆษณาและเป็นสารคดีจากต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมใหม่ในระดับชนชั้นกลาง เกิดการเปรียบเทียบรายการสารคดีไทยกับสารคดีจากต่างประเทศ ดังนั้นอนาคตถึงแม้ว่าสถานีจะมีรายการสารคดีไทยคุณภาพให้ชม แต่ก็ยากที่จะดึงผู้ชมให้หันมาดู เพราะมีทางเลือกอื่นๆ มากมาย

จะเห็นได้ว่า ตลอดทศวรรษที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2530-2541) นั้น รายการสารคดีโทรทัศน์ไทยตกอยู่ในภาวะที่จะโตก็ไม่สามารถโตได้อย่างเต็มที่ แต่สารคดีก็ไม่เคยหายไปจากวงการโทรทัศน์ไทย ทั้งนี้อาจเกิดจากปัจจัยที่เป็นอุปสรรคปิดกั้นการเติบโตของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประเมินความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยใน 3 อันดับแรก โดยใช้ความถี่ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเป็นเกณฑ์จัดระดับค่าความสำคัญ ดังนี้

#### **ปัจจัยเกื้อหนุน**

1. ผู้ผลิตที่มีใจรักในการทำสารคดี
2. ลักษณะกลุ่มผู้ชมที่ไม่จำกัด
3. มาตรฐานวิชาชีพที่ดีขึ้น

#### **ปัจจัยอุปสรรค**

1. งบประมาณการผลิต
2. การขาดการสนับสนุนจากสถานี
3. เทคนิคการนำเสนอที่ซ้ำซาก

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้อภิปรายถึงแนวทางส่งเสริมและการแก้ไขในบทต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย