

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง " พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปี พ.ศ.2530 ถึง 2541 " นั้นเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและมีส่วนประกอบย่อยที่จำเป็นต้องพิจารณาในหลายๆ ปัจจัย เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน และเป็นระบบ จึงจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มาประกอบการวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและประเภทของรายการสารคดีโทรทัศน์
2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์
3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชน
4. ทฤษฎีองค์การสื่อสารมวลชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบของรายการสารคดี

สารคดีโทรทัศน์ หมายถึง รายการประเภทหนึ่งซึ่งนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยละเอียดตั้งแต่ต้นจนจบ โดยยึดหลักของความเป็นจริง ในขณะเดียวกันก็ได้อาศัยเทคนิคต่างๆ หลายรูปแบบมาผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดจินตนาการที่ดีและดึงดูดใจผู้ชมให้สนใจ อาทิ รูปแบบการบรรยาย, บทสัมภาษณ์, บทสนทนา, การให้ดนตรีและเสียงประกอบอื่นๆ เพื่อเสริมความหมายที่สมบูรณ์ให้แก่ภาพที่ปรากฏทางจอโทรทัศน์ เป็นต้น นั่นคือนอกจากจะมุ่งเสนอข้อเท็จจริงแก่ผู้ชมแล้ว ยังมีความพยายามในการสร้างจินตนาการประกอบอยู่ด้วย (Josep T. Browne, 1971)

1. รูปแบบรายการสารคดี (Documentary Program) เป็นรายการวิทยุโทรทัศน์ที่เสนอเนื้อหาสาระด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีพิธีกร ผู้ดำเนินรายการหรือผู้คนมาพูดกัน แบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ สารคดีเต็มรูป และกึ่งสารคดีกึ่งพูดคนเดียว

1.1 รูปแบบสารคดีเต็มรูป จะดำเนินเรื่องด้วยภาพตลอด อาจมีการถามความเห็นของผู้เกี่ยวข้องบ้างแต่สั้น ไม่เกินครึ่งละ 1 นาที อาจจะเสนอคนเดียวกันหลายครั้ง และรายการเดียวอาจมีผู้ให้ความคิดเห็นหลายคน แต่รายการโดยส่วนใหญ่จะเสนอภาพที่เป็นกระบวนการหรือเรื่องราวตามธรรมชาติโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการ หรือ "Host" เจ้าภาพในรายการ

1.2 รูปแบบกึ่งสารคดีกึ่งพูดคนเดียว (Semi-Documentary) เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เดินเรื่องพูดคุยกับผู้ชม และให้เสียงบรรยายตลอดรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวตอนต้น ตอนกลางเท่าที่จำเป็น และตอนสรุปรายการ นอกนั้นเป็นภาพแสดงเรื่องราวหรือกระบวนการตามธรรมชาติ อาจมีตัวแทนไปสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเข้ามาแทรกเพื่อเสริมความคิดเห็น ผู้ดำเนินรายการอาจพูดในสตูดิโอ หรือพูดในสถานที่ถ่ายทำ อาทิ ภาพยนตร์เกี่ยวกับธรรมชาติก็ไปพูดในป่าบริเวณที่มีสัตว์ประเภทนั้นอาศัยอยู่

2. ประเภทของรายการสารคดี

ถ้าเราแบ่งรายการสารคดีที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้ โดยอาศัยเนื้อหาเป็นหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภทดังนี้ คือ

2.1 สารคดีทั่วไป (General Feature) เนื้อหาจะเป็นเรื่องทั่วไป ไม่จำเพาะเจาะจงว่าจะเป็นเรื่องบุคคล หรือสัตว์, สิ่งของ, พืช แล้วแต่ผู้จัดรายการเห็นว่า เนื้อหานั้นเกี่ยวข้องกับ ความสนใจ ความรู้ หรือมีประโยชน์ต่อผู้ฟังอย่างไร และสิ่งสำคัญคือ ต้องการเน้นที่ความประทับใจมากกว่าแสดงข้อเท็จจริงจนเกินไป

2.2 สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ เนื้อหามักจะเกี่ยวข้องกับงานเทศกาลพิเศษ บุคคลที่น่าสนใจเป็นส่วนใหญ่ เนื้อหาของรายการสารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษนั้น สามารถค้นคว้าหรือหาข้อมูลได้ง่ายมาก ทั้งนี้เพราะโอกาสพิเศษต่างๆ นั้น มีผู้บันทึกหรือเก็บหลักฐานไว้มากมาย เช่นสารคดีที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลต่างๆ วันสำคัญของชาติ วันเกิดหรือวันตายของบุคคลสำคัญต่างๆ เป็นต้น ซึ่งการจัดลำดับเนื้อหาอาจจะทำได้ในลักษณะของการเล่าถึงประวัติความเป็นมาของวันหรือโอกาสพิเศษครั้งนั้น ความสำคัญที่จำต้องมีการจัดรายการให้เป็นพิเศษเพราะอะไร เกี่ยวข้องกับผู้ชมอย่างไร การสรุปก็มักจะเป็นการยกย่อง หรือชี้ให้เห็นเป็นตัวอย่าง หรือ

ให้ระลึกถึงความสำคัญของวันนั้น ในแง่ประเพณีอันดีงาม เป็นวัฒนธรรมที่ถ่ายทอด เป็นลักษณะของความสามัคคีของคนในชาติ หรือเป็นบุคคลตัวอย่าง

2.3 สารคดีเชิงวิเคราะห์ (Documentary) เนื้อหามักจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรือสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่ต้องเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และแม้กระทั่งตนเอง ทุกๆ เรื่อง เนื้อหาของรายการสารคดีประเภทนี้มักจะเน้นออกมาให้เห็นในแง่ข้อเท็จจริงมาก ทั้งนี้ส่วนใหญ่ต้องการแสดงให้เห็นการต่อสู้ของมนุษย์ เพื่อเอาชีวิตรอดในสภาพสิ่งแวดล้อมต่างๆ และในสภาพที่ไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ ยังมุ่งที่จะชี้ให้มนุษย์ทั้งหลายได้ใช้ความสามารถของตนเอง เอาชนะสิ่งที่เป็นปัญหาทุกรูปแบบ ด้วยวิธีการอันชาญฉลาดและอดทน การเสนอรายการบางครั้งอาจจะชี้ให้เห็นถึงความอ่อนแอ หรือการแก้ปัญหาอย่างไร้สติของมนุษย์ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะทำให้ผู้ชมเกิดความท้อถอยต่อการดำเนินชีวิต ตรงกันข้าม กลับมานะ เอาชนะปัญหาเหล่านั้นให้ได้ ด้วยความเป็นมนุษย์ซึ่งมีมันสมอง มีความคิด และการดำรงชีวิตที่เจริญกว่าสิ่งมีชีวิตอื่นๆ

รายการประเภทนี้จึงมักเป็นไปในรูปความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และของตัวผู้จัดเอง ก่อนจบรายการมักจะทิ้งเนื้อหาเรื่องราวเอาไว้ให้คิดต่อไปอีก นอกจากนี้ บางครั้งเนื้อหาก็น่าจะพูดถึงสิ่งแวดล้อม หรือสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตๆ แต่มีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์ในแง่ใดแง่หนึ่ง

2.4 สารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เนื้อหาจะมีความเกี่ยวเนื่องมาจากข่าวที่เกิดขึ้นมาแล้วและจะเป็นการสืบหาสาเหตุเรื่องราวความเป็นมาอย่างละเอียด เนื้อหารายการสารคดีเชิงข่าวทุกรายการจะสืบเนื่องมาจากข่าวทั้งสิ้น ซึ่งแตกต่างจากรายการสารคดีพิเศษ (Documentary) ที่เรื่องราวไม่ได้สืบเนื่องมาจากข่าว การเสนอเนื้อหา ในรายการสารคดีเชิงข่าวมักจะทำในลักษณะของการเสนอเบื้องหลังข่าวว่ามีข้อเท็จจริงและเรื่องราวเป็นมาอย่างไร มีสาเหตุมาจากอะไรในแง่ไหนบ้าง สาเหตุอะไรคืบหน้ามาบ้าง ผู้จัดรายการจะต้องพยายามวิเคราะห์เนื้อหาออกมาให้เห็นถึงปัญหาหลายๆ ด้าน ในช่วงสุดท้ายของรายการจะต้องสรุปข้อคิดเห็นในเชิงวิเคราะห์มีใช้วิจารณ์ข่าว พยายามชี้ให้เห็นข้อเท็จและข้อจริงทุกๆ ด้านอย่างเป็นทางการ พร้อมทั้งชี้แนวทางหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต

2.5 สารคดีท่องเที่ยว (Touring Feature) เนื้อหาเป็นเรื่องการเดินทางไปเที่ยวจะต้องเตรียมตัวอย่างไรกันบ้าง จะพบจะเห็นอะไรบ้าง เนื้อหารายการสารคดีท่องเที่ยวค่อนข้างจะมองเห็นได้ชัด เนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่อง สถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา และสิ่งที่น่าสนใจที่สมควรจะเดินทางไปเที่ยวกัน วิธีการเดินทาง การเตรียมตัวเดินทาง พาหนะที่พัก ฯ

สารคดีเป็นเครื่องตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้ฟัง เพื่อที่จะให้รายละเอียดของข่าว หรือเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจให้ผู้ฟังได้รู้ได้เข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง สารคดีต้องให้ความรู้ (Inform) ให้ความเพลิดเพลิน (Entertain) ให้ความเร้าอารมณ์ (Appeal) และมีความรู้สึกที่โน้มน้าวจิตใจ (Persuade) ทั้งนี้ อูฟาร์ เมืองจันงศ์ (2540) ได้รวบรวมเนื้อหาของรายการสารคดีไว้ดังต่อไปนี้

1. การปรับปรุงส่งเสริมตัวเองให้ดีขึ้น (Personal Improvement) ได้แก่ การเสริมสวย บำรุงรักษาสุขภาพ ออกกำลังกาย ฯลฯ
2. แนววิธีการที่สามารถจะปฏิบัติได้ (Practical Methods) เช่น การแก้ไขเครื่องใช้ภายในบ้าน การซ่อมเก้าอี้ การแก้ไขพัดลม ซ่อมหลังคารั่ว ฯลฯ
3. แนะนำสถานที่ที่คนไม่ค่อยจะรู้จัก (Unfamiliar place) เป็นการแนะนำให้ได้รู้จักกับสถานที่พักผ่อน ท่องเที่ยว หรือที่ควรจะศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ก็ได้ เป็นสารคดีท่องเที่ยว
4. แนะนำสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่ค่อยได้พบ (Unusual Articles and Objective) เช่น การส่งจรวดไปโลกพระจันทร์ แฟชั่นใหม่ๆ สิ่งก่อสร้างใหม่ๆ ฯลฯ
5. เรื่องของพฤกษชาติและสัตว์ (Plants and Animals) เช่น ความเจริญเติบโตของพืชพันธุ์ไม้ต่างๆ ที่มนุษย์ชอบนำมาปลูกไว้ดูเล่น การดูลักษณะของนกเขาวัวรูปร่างอย่างใดจึงจะดีมีราคา ฯลฯ
6. วิถีชีวิตของประชาชน (People and Their Way) เช่น ความเป็นอยู่ของชาวเขา ชาวอีสาน อธิบายให้รู้ว่ามีชาวเขาความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างไร ฯลฯ
7. ประสบการณ์ที่แปลกผิดธรรมดา (Extra-Ordinary Experiences) เช่น หมูมีหน้าขา การโคลนนิ่งลูกแกะ ฯลฯ
8. ผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ (Technical and Specific Data) เป็นการอธิบายให้ทราบถึงผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์หรือสถิติ การสำรวจต่างๆ

9.เหตุการณ์สำคัญที่ได้บันทึกไว้ (Notable Occasion and Occurrence) เช่น เหตุการณ์เรื่องของสงคราม ภูเขาไฟระเบิด เชื้อนพิษ

10.บุคคลที่น่าสนใจ (Interesting Person) เช่น เรื่องราวของศรีปราชญ์ เช็คเสปียร์ จูเลียส ซีซาร์ ฯลฯ

11.ผลของการสืบสวน สอบสวน (Investigation Result) เช่นการติดตามข่าวเกี่ยวกับคดีฆาตกรรม การติดต่อกับผู้ร้ายก่อนที่เจ้าหน้าที่จะมีโอกาสพบตัว

12.ข้อคิดเห็นที่สำคัญ (Significant Ideas) เช่นการนำเอาข้อคิดเห็นในการสร้างบ้านสำเร็จรูป ยกเคลื่อนย้ายได้ การยกตึกให้สูงขึ้นกว่าเดิมโดยไม่ต้องขนย้ายสิ่งของ

13.การวิพากษ์วิจารณ์และการโต้ตอบ (Critical Judgement and Reaction) เช่น การวิพากษ์วิจารณ์หนังสือ การโต้ตอบความคิดเห็นที่ขัดแย้ง

14.จงใจให้สนุกสนานเพลิดเพลิน (Amusement) ได้แก่วิธีการที่เขียนสร้างอารมณ์สนุกสนานให้ผู้ฟังหรือผู้อ่าน

3. ลักษณะของสารคดีที่ดี

3.1 เข้าใจง่าย สารคดีต้องใช้สำนวนภาษาที่บุคคลทั่วๆ ไปเข้าใจได้ง่าย ไม่ใช่สำนวนภาษาเฉพาะกลุ่ม เช่นภาษาของเด็กวัยรุ่น พวกกรรมกร หรือของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

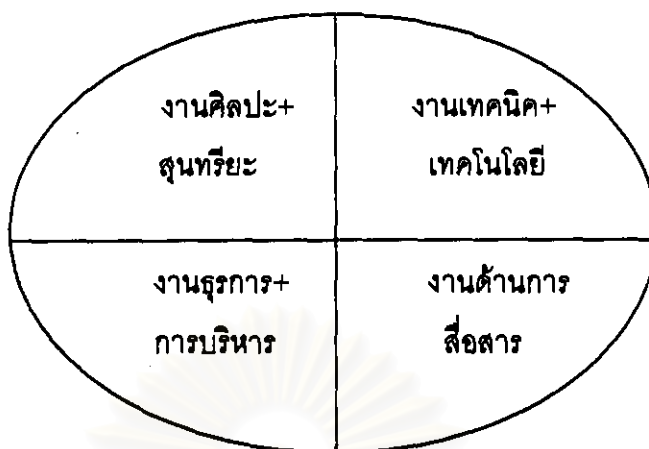
3.2 ให้ความเพลิดเพลินในการครุ่นคิด บางครั้งความเศร้าโศกของเนื้อเรื่อง ก็สามารถทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกตื่นตันใจและเกิดความเคลิบเคลิ้มกับเนื้อหาของเรื่องได้

3.3 ให้ความเร้าใจ เช่นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ ให้ความเห็นอกเห็นใจ และให้ความแปลกไม่ซ้ำแบบใคร

3.4 ไม่ยาวเกินไป สารคดีควรเป็นเรื่องสั้นจบภายในระยะเวลา 15-30 นาทีเป็นอย่าง มาก และในช่วงเวลานี้ควรจะให้มีความหลากหลายในเรื่องเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

กาญจนา แก้วเทพ (2541) ได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ว่าเป็นงานลงแขกที่มีหลายมิติ (Multi-Dimension) อย่างน้อยที่สุด งานโทรทัศน์จะมีมิติที่เกี่ยวข้องอยู่ 4 มิติด้วยกันคือ



แผนภาพที่ 1 : มิติที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

1. มิติที่เป็นงานศิลปะและสุนทรียะ ได้แก่ การนำเสนอเรื่องราวให้น่าสนใจ เช่น การใส่เสียงประกอบ, การเขียนตัวหนังสือให้สวยงาม
2. มิติที่เป็นงานเทคนิคและเทคโนโลยี เช่น ประสิทธิภาพของกล้องถ่ายภาพ เครื่องบันทึกเทป ฯลฯ
3. มิติที่เป็นงานธุรการ การเงินและการบริหาร เช่น งบประมาณการทำข่าว การจัดระบบภายใน ฯลฯ
4. มิติที่เป็นงานด้านการสื่อสาร เช่น ตัวนักข่าว การเขียนข่าว การถ่ายภาพ และการติดต่อ ฯลฯ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์วิวัฒนาการของกระบวนการผลิตรายการในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ ทั้ง 4 มิติดังกล่าวข้างต้น โดยผู้วิจัยได้ปรับแนวคิดนี้บางส่วนเพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้

1. มิติที่เป็นศิลปะและสุนทรียะ หมายถึง เทคนิคการนำเสนอรายการให้น่าสนใจ การให้ความเพลิดเพลินในการครุ่นคิด ให้ผู้ชมได้ร่วมจินตนาการและเคลิบเคลิ้มไปกับเรื่องราวที่น่าเสนอ
2. มิติที่เป็นเทคนิคและเทคโนโลยี หมายถึง การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่างๆ มาใช้ในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

3. มิตีที่เป็นงานธุรการและการบริหาร หมายถึง งานด้านการจัดการธุรกิจการผลิต รายการสารคดีโทรทัศน์ การตลาด ตลอดจนการบริหารองค์กรผู้ผลิตเอง เพื่อให้สามารถอยู่รอด และแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์

4. มิตีที่เป็นงานด้านการสื่อสาร หมายถึงงานด้านกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยภาพรวมทั้งหมด ได้แก่ ชั้นก่อนการผลิต ชั้นผลิต ชั้นหลังการผลิต

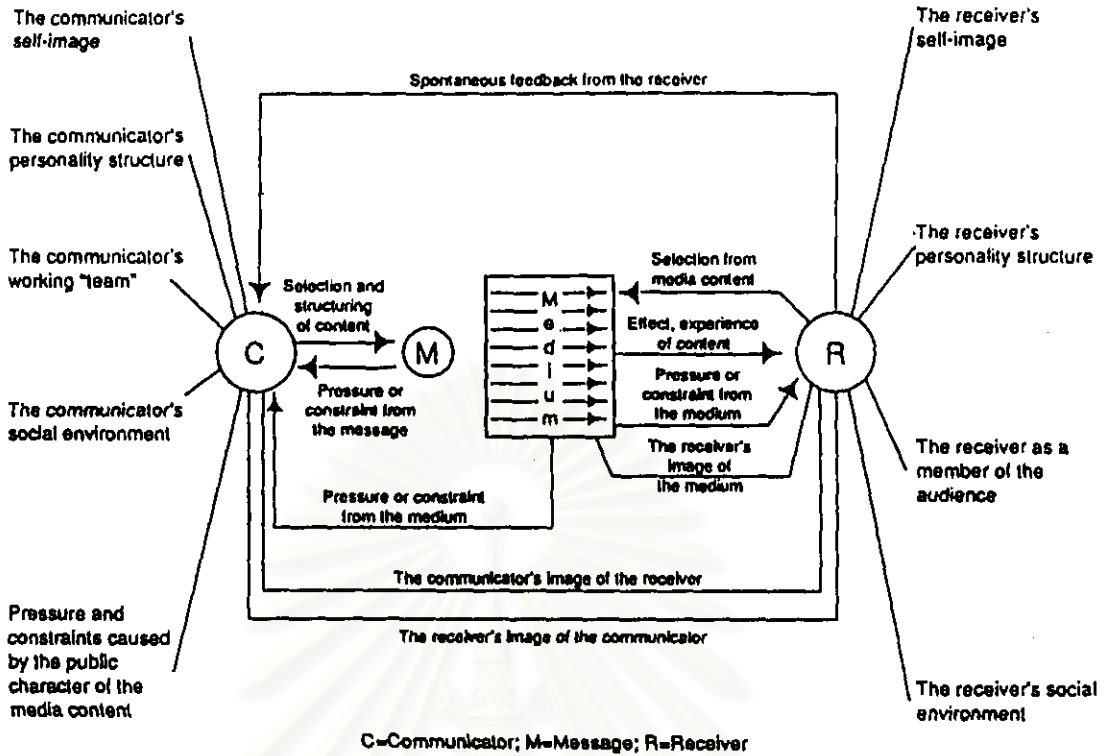
อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในมิตีต่างๆ ออกเป็น 2 ส่วนคือ มิตีที่หยุดนิ่งและมิตีที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นเกณฑ์เชิงปริมาณ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจและชัดเจนในการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยไม่ได้ชี้ชัดว่ามิตีใดเป็นมิตีที่หยุดนิ่งหรือมิตีที่เปลี่ยนแปลงแต่เพียงด้านใดด้านเดียว ทั้งนี้ การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์โดยภาพรวมของพัฒนาการ นั่นคือ

- มิตีที่หยุดนิ่ง หมายถึง มีการเปลี่ยนแปลงแต่น้อยมาก หรือเปลี่ยนแปลงเฉพาะกลุ่ม
- มิตีที่เปลี่ยนแปลง หมายถึง มีการเปลี่ยนแปลงมาก

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชน

Gerhard Maletzke (Windahl, Signitzer and Olson, 1992) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ เพื่ออธิบายและทำความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชน ที่ให้เห็นถึงการวางบทบาทของนักสื่อสารมวลชนในระดับต่างๆ ที่มีผลสะท้อนต่องานที่ผลิตขึ้นมา ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 2 : Maletzke Model

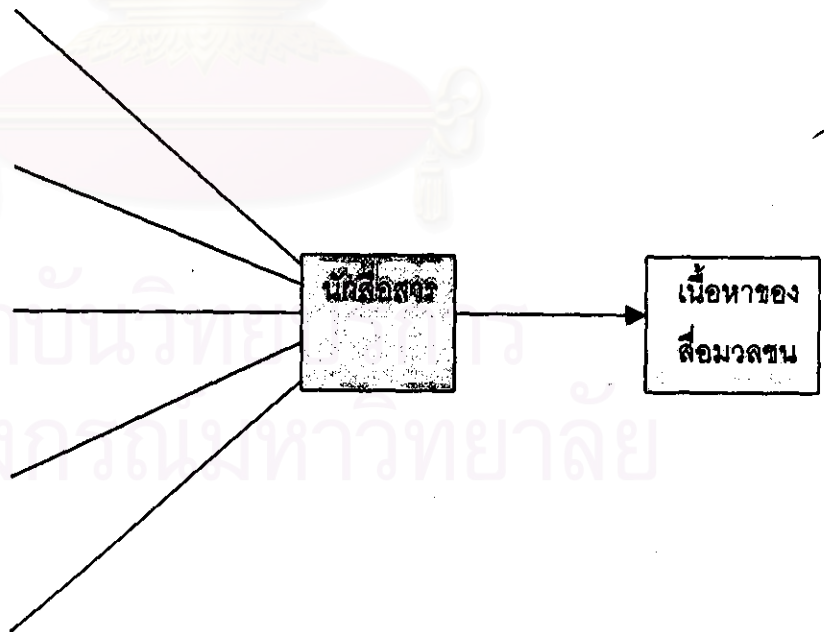
อุดมการณ์และความมุ่งหมาย
ขององค์กรผู้ผลิต

ลักษณะบุคลิกภาพ
ขององค์กรผู้ผลิต

ลักษณะการปฏิบัติงาน
ขององค์กรผู้ผลิต

สภาพแวดล้อม
ภายในองค์กรผู้ผลิต

เงื่อนไขและขีดจำกัดใน
การดำเนินการผลิต



แผนภาพที่ 3 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดของ Maletzke

สำหรับ วงการสารคดีทางโทรทัศน์ ถือเป็นกลุ่มองค์กรสื่อมวลชนในรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นแนวคิดของ Maletzke จึงน่าจะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาคั้งนี้ได้ และจากรูปภาพดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายแนวคิดของ Maletzke ได้ดังนี้คือ

1. อุดมคติและความมุ่งหมายขององค์กรผู้ผลิต (The Communication Organization's self-image)

การปฏิบัติงานของสื่อมวลชนนั้นโดยส่วนมาก จะมุ่งไปในทิศทางที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย สื่อมวลชนต่างชนิดกันจะมีจุดมุ่งหมายต่างกัน ขณะเดียวกันภายในหน่วยย่อยของสื่อมวลชนก็มีความแตกต่างในด้านภารกิจ กลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย ความสัมพันธ์ที่มีต่อสังคม และภาวะเศรษฐกิจ ทิศทางการวางบทบาทขององค์กรของนักสื่อสารมวลชนจึงมาจากจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ในเบื้องต้นและจะมีผลต่อการวางแผนและผลิตงาน นั่นคือ องค์กรสื่อมวลชนที่มองตนเองเป็นเพียงตัวกลางผ่านข่าวสาร จะวางบทบาทขององค์กรไว้ที่การทำหน้าที่กระจายข่าวสารสู่ผู้รับสาร ในทางตรงกันข้าม หากนักสื่อสารมวลชนให้ความสำคัญกับบทบาทของตนเองมากเกินไป ก็อาจจะนำตนเองเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการกลั่นกรองข่าว คัดเลือกข่าวหรือการตัดสินใจเลือกเสนอข่าวสารใดๆ ที่หันเหไปจากมาตรฐานที่วางไว้

McQuail (Windahl et al, 1992) ได้แบ่งมาตรฐานทางวิชาชีพของนักสื่อสารมวลชนออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 1) The pragmatics หมายถึงองค์กรสื่อมวลชนที่มุ่งให้ความสำคัญต่อระดับความนิยม (Rating) ของผู้รับสารที่มีต่อผลงานขององค์กรเป็นหลักใหญ่
- 2) The craft-oriented หมายถึง องค์กรสื่อมวลชนที่วางระดับความสำเร็จทางวิชาชีพไว้ที่การยอมรับในผลงานจากองค์กรสื่อมวลชนเพื่อนร่วมอาชีพ
- 3) The organization-oriented หมายถึง องค์กรสื่อมวลชนที่ยึดมั่นในการสร้างผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรใหญ่กำหนดไว้
- 4) The society / environment-oriented หมายถึง องค์กรสื่อมวลชนที่มุ่งสร้างผลงานให้สอดคล้องกับกลุ่มหรือสิ่งต่างๆ ที่แวดล้อมองค์กร

2. ลักษณะบุคลิกภาพขององค์กรผู้ผลิต (The Communication Organization's personality structure)

องค์กรสื่อมวลชนแต่ละประเภทจะแสดงตนเองต่อสาธารณชน ในลักษณะที่แตกต่างกันและภายในหน่วยย่อยเองก็มีลักษณะการวางบุคลิกของหน่วยงานต่างกันไป ซึ่งจะสะท้อนอยู่ในเนื้อหารายการที่ผลิตออกมา รวมถึงการยืนยันจากหน่วยงานเองว่าเป็นเช่นไร เช่น ผลิตรายการเพื่อนำความรู้ข่าวสารมาบอกกล่าวหรือเสนอรายการในเชิงครอบงำความคิด การวางตนขององค์กรสื่อมวลชนมีความสำคัญมากและมักจะเป็นที่จับตามองของสถาบันต่างๆ ในสังคม เพราะหากขอบเขตของสื่อมวลชนไปไกลเกินกว่าจะยอมรับได้ องค์กรสื่อมวลชนจะต้องแก้ไขปรับปรุงหรืออาจถูกลงโทษที่รุนแรง ซึ่งการลงโทษอาจมาจากความหวาดระแวงของสถาบันที่มีอำนาจเหนือกว่า ซึ่งเกรงกลัวในอำนาจของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร แต่หากองค์กรสื่อมวลชนวางบุคลิกในทางที่สังคมยอมรับก็จะได้รับการตอบสนองในรูปของความสนใจที่จะติดตามชมผลงานหรือในรูปของรางวัลต่างๆ

3. ลักษณะการปฏิบัติงานของคณะผู้ผลิตรายการ (The Communication Organization's Working Team)

บรรยากาศการทำงานในองค์กรสื่อมวลชนจะเกิดขึ้นจากการวางกฎระเบียบขององค์กรซึ่งอาจจะอยู่ในลักษณะที่เข้มงวดหรือยืดหยุ่น ให้ความสำคัญต่อฐานะผู้ร่วมงานในระดับเท่าๆ กันหรือแบ่งแยกฐานะอย่างชัดเจน ระดับความมากน้อยของกฎระเบียบหรือกติกาขององค์กรจะก่อให้เกิดความแตกต่างในบรรยากาศของการปฏิบัติงานสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามมีนักสื่อมวลชนจำนวนไม่น้อย ที่ปฏิบัติหน้าที่ของตนไปตามความคาดหวังขององค์กร ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานมากกว่าของตนเองหรือผู้รับสาร จนบางครั้งลืมนึกถึงผู้รับสารไป ทำให้งานที่ผลิตขึ้นมานั้นมีทิศทางว่าจะตอบสนองความต้องการขององค์กรตนเองมากกว่าจะตอบสนองผู้รับสาร นอกจากนั้นการปฏิบัติงานขององค์กรสื่อมวลชนนั้นยังเกี่ยวข้องกับความพร้อมของผู้ผลิตรายการและความสามารถที่จะทำงานประสานกันระหว่างผู้ร่วมงาน

4. สภาพแวดล้อมภายในองค์กรผู้ผลิต (The Communication Organization's Environment)

บรรยากาศภายในองค์กรจะสอดคล้องกับขนาดขององค์กรสื่อมวลชน อุดมคติภาวะความยึดมั่นในจุดหมาย ตลอดจนภาวะการเป็นกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจกับผู้ให้บริการต่อสังคม สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะแสดงออกมาให้เห็นได้โดยการมองที่บรรยากาศในองค์กร

5. เงื่อนไขและขีดจำกัดในการดำเนินการผลิต (Constraints from medium)

Maletzke กล่าวว่า ตามปกติแล้วการทำงานของนักสื่อสารมวลชนจะถูกจำกัดด้วยธรรมชาติของสิ่งที่ตนเองเกี่ยวข้อง นั่นคือ ความพร้อมในอุปกรณ์ที่จะใช้ปฏิบัติการ สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มักจะประสบปัญหาเรื่องอุปกรณ์ ทั้งนี้เพราะอุปกรณ์ต่างๆ มีราคาสูง ทำให้เกิดความจำกัดในด้านจำนวนรวมถึงยานพาหนะ ซึ่งอาจจะต้องผลัดกันใช้ระหว่างหน่วยงานย่อยในองค์กร อันจะส่งผลให้เกิดความจำกัดตามมา ไม่ว่าจะเป็น สถานีที่ถ่ายทำ เทคนิคและรูปแบบของรายการที่จะสร้างสรรค์ตามจินตนาการไม่ได้ เพราะอุปกรณ์ไม่อำนวย ความกดดันอันเกิดจากความจำกัดของสื่อ เป็นสิ่งที่องค์กรสื่อมวลชนที่มีขนาดเล็กต้องเผชิญ แต่ก็มีไม่น้อยที่องค์กรขนาดใหญ่ต้องประสบปัญหานี้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของปริมาณอุปกรณ์ที่ต้องเพิ่มตามจำนวนบุคลากร หรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของอุปกรณ์ใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์งานสื่อมวลชน

ปัจจัยทั้ง 5 นี้ เกี่ยวข้องกับตัวนักสื่อสารมวลชนและองค์กรโดยตรง และยังมีผลต่อความคิดอันจะหล่อหลอมเป็นผลงานที่ผลิตขึ้นมา อย่างไรก็ตามในแง่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์แล้ว ผู้ผลิตฯ อาจพบปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากแนวคิดของ Maletzke แต่ไม่ว่าจะเป็นอย่างไร ผู้ผลิตฯ ต้องมีความสามารถที่จะเอาชนะปัจจัยต่างๆ นั้นให้ได้ จึงจะสามารถสร้างผลงานออกมาได้อย่างมีคุณภาพ

ทฤษฎีองค์กรสื่อสารมวลชน (Organization Theory)

ในขณะที่ ทฤษฎี Liberal-Pluralistic Approach ถือว่าผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ผลิตสื่อนั้นมีเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการผลิตสื่อ ทฤษฎี Political-Economy Approach กลับมีมุมมองที่แตกต่างและตรงกันข้ามกับทฤษฎีแรกโดยสิ้นเชิง ทฤษฎีนี้เสนอความเห็นว่าการทำงานหรือการผลิตสื่อของผู้ผลิตสื่อ นั้น ล้วนต้องอยู่ภายใต้กรอบและข้อจำกัดจากปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น การควบคุมดูแลของรัฐ ภายใต้อำนาจของระบบธุรกิจ

ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ "ใครคือผู้มีอำนาจกำหนดสื่อที่แท้จริง"

คำตอบของความสัมพันธ์ดังกล่าว ก็คือการสรุปว่า "สมควรที่จะมองสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นระบบย่อย (Internal System) ระบบหนึ่ง ในระบบสังคม (Social System) ซึ่งดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบใหญ่ภายนอก (External System) จึงได้เกิดทฤษฎีใหม่ คือ Actor-based perspective ด้วยเหตุผลที่ว่า ในความเป็นจริง คงไม่มีกลุ่มองค์กรใดที่จะสามารถปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงปัจจัยภายในหรือภายนอก อย่างใดอย่างหนึ่งได้ จึงควรที่จะพิจารณาปัจจัยทั้งสองด้านที่มีผลต่อการสร้างผลงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อ

ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นสถาบันสังคมย่อยๆ สถาบันหนึ่งในสังคม ดังนั้นการทำงานขององค์กรสื่อหนึ่งๆ จึงต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกอยู่ตลอดเวลา

Gerbner (1969) กล่าวว่า ผู้ส่งสารจะทำงานภายใต้ภาวะความกดดัน จากบรรดาสิ่งแวดล่อมหลากหลายภายนอก ซึ่งมีอำนาจสูง อาทิ ลูกค้า(ผู้สนับสนุนรายการ), คู่แข่งขัน(สื่ออื่นๆ), ผู้มีอำนาจ (นักการเมือง-นักกฎหมาย), ผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ (นักวิชาการ) รวมถึง "ผู้ชม" ด้วย

Dennis McQuail (1987) กล่าวไว้ว่า องค์กรสื่อสารมวลชนตกอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจาก "ภายนอก" และ "ภายใน" ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร โดยเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 4 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงานขององค์กรสื่อสารมวลชน

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจาก "แผนภาพองค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคมของ Dennis McQuail แล้ว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประการ ดังนี้คือ

1. ปัจจัยภายใน

หมายถึง ปัจจัยซึ่งเกิด หรือมีขึ้นภายในตัว "องค์กรผู้ผลิตรายการ" จึงอาจควบคุมให้เป็นไปในแนวทางใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรเป็นสำคัญปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การจัดการ (Management), เทคโนโลยี (Technology) และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ (Media Professional) (มี

ความหมายเกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ภูมิหลัง อุดมการณ์ และทัศนคติของผู้สื่อสาร)

2. ปัจจัยภายนอก

หมายถึง ปัจจัยซึ่งมีที่มาจากแหล่งอื่น ๆ อันมีความเกี่ยวพัน และมีอิทธิพลโดยตรง หรือ โดยอ้อมกับกระบวนการผลิตรายการขององค์กร เป็นสิ่งที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสภาวะการณ์ หรือนโยบายในช่วงเวลานั้น ๆ อาทิ จากแรงผลักดันทาง เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง จึงอาจกล่าวได้ว่า “เป็นปัจจัยที่ยากต่อการควบคุมหรือกำหนดให้เป็นไปตามความประสงค์ขององค์กร” อันได้แก่ แหล่งข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ คู่แข่งขัน, หน่วยงานข้อมูล ข่าวสาร, ผู้โฆษณา, เจ้าของสื่อ” สภาพแรงงาน” แรงผลักดันทางสังคม การเมือง และสถาบันอื่น ๆ ทางสังคม, ช่องทางเผยแพร่ (สถานีฯ), ความต้องการและความสนใจของผู้ชม

จะเห็นได้ว่า “ในตัวองค์กรเองก็มีส่วนประกอบต่างๆ มากมายที่จะร่วมกันผลิตผลงานมาสู่มวลชน” ขณะเดียวกัน องค์กรก็มิได้อยู่อย่างโดดเดี่ยว หากแต่ยังมีกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและแวดล้อมองค์กรอยู่มากมาย คอยทำหน้าที่ให้การสนับสนุนองค์กร ดังนั้นกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรทางสื่อมวลชน จึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อความพยายามในการสร้างดุลยภาพให้เกิดมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานภายในให้มีประสิทธิภาพ หรือการรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กรแวดล้อมภายนอก

ในการศึกษาเรื่อง “พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยในรอบทศวรรษ” นี้ถือว่า กลุ่มองค์กรผู้ผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ก็คือตัวผู้ส่งสาร ซึ่งไม่ได้มีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคล หากแต่มีลักษณะการดำเนินงานเป็นแบบองค์กรที่ประกอบไปด้วยผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งถูกจัดแบ่งออกโดยระบบการแบ่งงานกันทำ (Division of Labour) และถือว่า องค์กรผู้ผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ของไทยก็คือองค์กรทางสังคมองค์กรหนึ่งที่จะต้องเกี่ยวข้องกับมิติทางเศรษฐกิจและมิติทางการเมืองไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

สำหรับในการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับ“พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย จากปี พ.ศ.2530 ถึง 2541” ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เกื้อหนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงอยู่ของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้น จะยึดถือแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นเป็นกรอบใน

การศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กรต่างๆ ที่อาจเป็นได้ทั้งปัจจัยที่เกื้อหนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิปวิท พงศ์ไพบุลย์ (2533) ศึกษาเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" เพื่อศึกษาถึง ประวัติความเป็นมา พัฒนาการ และสภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนทราบถึงปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินรายการของบริษัท

จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์นี้มีพัฒนาการจากกลุ่มผู้จัดรายการโทรทัศน์อิสระไปสู่การดำเนินงานแบบองค์กร ที่มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน และพบว่าบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้ระบบสังคมโดยรวม ดังนั้นจึงไม่สามารถดำเนินงานได้โดยอิสระด้วยตัวขององค์กรเอง แต่จะมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจสังคมและการเมืองอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

พัฒนาการของธุรกิจรายการโทรทัศน์นี้ เกิดจากปัจจัยส่งเสริมใน 2 ลักษณะ คือ ปัจจัยส่งเสริมที่เป็นผลมาจากสภาพภายในองค์กรเองและปัจจัยส่งเสริมที่มาจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 นี้ จะสัมพันธ์และเป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกันและเคลื่อนไหวไปตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในช่วงเวลานั้นๆ ส่งผลให้องค์กรบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัย เพื่อรักษาคุณภาพโดยรวมขององค์กร

จากผลการวิจัยของทิปวิท พงษ์ไพบุลย์ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงแนวทางการวิเคราะห์พัฒนาการและปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ การผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ก็ถือว่าเป็นการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทหนึ่งเช่นกัน ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิจัยดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งของการอ้างอิงในประเด็น "พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย"

จิรวรรณ กมลรัตนโยธิน (2535) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2532-2534” ผลการวิจัยสรุปว่า รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ มีความเคลื่อนไหวในช่วงปี แห่งการพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. 2532-2534) มีจำนวนมากขึ้นและเนื้อหาสาระมีความหลากหลายมากขึ้น สำหรับเรื่องที่รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมขนาดสั้นนำเสนอมากที่สุด ได้แก่เรื่องทรัพยากรป่าไม้ ส่วนเรื่องที่รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมขนาดยาวเสนอมากที่สุด ได้แก่เรื่องสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะนำไปประกอบการพิจารณาศึกษาและวิเคราะห์ในส่วนของพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยต่อไป

ชาลิสา มากแผ่นทอง (2538) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของกระบวนการผลิตและปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน ประกอบด้วยขั้นตอนการผลิต 7 ขั้นตอนคือ

1. การประชุมเพื่อพัฒนาแนวคิด
2. การสำรวจสถานที่และข้อมูล
3. การประชุมเพื่อผลิตรายการ
4. การเตรียมการผลิต
5. การผลิตรายการ
6. การตัดต่อรายการ
7. การเผยแพร่รายการออกอากาศ

นอกจากนั้นยังพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน ประกอบด้วย 3 ปัจจัยคือ

1. อุดมคติและความมุ่งหมายขององค์กรผู้ผลิตมุ่งเน้นการสร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับในระดับอาชีพและมุ่งหวังสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

2. คณะผู้ผลิตรายการต่างปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะที่มีการประสานงานที่ดี
3. เงื่อนไขและขีดจำกัดในการดำเนินการผลิตที่สำคัญมี 5 ประการคือสถานที่ถ่ายทำตัวละคร, เวลา, สถานีโทรทัศน์ และแหล่งข้อมูล

ลัดดาวลีย์ กำแพงแก้ว (2538) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ชุดโลกสลัปส์ (2531-2536)" ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการผลิตรายการ "โลกสลัปส์" นั้น มีขั้นตอนที่คล้ายคลึงกับรายการทั่วไป เพียงแต่แตกต่างกันในรายละเอียดตามปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

สำหรับปัจจัยภายในได้แก่

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร
2. ระบบการบริหารงาน
3. ความสามารถของบุคลากร
4. งบประมาณการผลิต
5. เทคโนโลยีการผลิต
6. คุณภาพของรายการ
7. การประชาสัมพันธ์

ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่

1. แหล่งข้อมูลและเหตุการณ์ต่างๆ
2. ภาวะทางการตลาด
3. รสนิยมและทัศนคติของผู้ชม
4. นโยบายของสถานีโทรทัศน์
5. นโยบายของผู้สนับสนุนรายการ
6. แรงกดดันทางสังคมและการเมือง

ทั้งนี้เกือบทุกปัจจัยที่กล่าวมานั้นสามารถก่อให้เกิดผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ แต่มีอาจะระบุได้ชัดถึงระดับของอำนาจในการสร้างผลกระทบของปัจจัยแต่ละตัว

มานิตา ผลานุสนธิ (2539) ศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อโครงสร้างการผลิต และบทบาทของรายการสารคดีเชิงข่าวทางโทรทัศน์ กรณีศึกษา รายการถนนสายที่ 5"

ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างการผลิตรายการถนนสายที่ 5 เป็นโครงสร้างที่มีทั้งการเปลี่ยนแปลง และมีส่วนที่คงเดิมตลอดระยะเวลา 4 ปี คือมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรผู้ผลิตรายย่อยทุกปีแต่มีส่วนที่คงเดิม 1) สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 2) เจ้าของเวลาคือ รุ่งนภา กรู๊ป จำกัด และผู้ดำเนินรายการคือ ชลวิทย์ คงอุดม

ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออก ซึ่งบทบาทของรายการถนนสายที่ 5 มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งล้วนแต่เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกที่เอื้อประโยชน์ต่อการผลิตรายการถนนสายที่ 5 ทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็น อุดมการณ์ขององค์กรผู้ผลิตก็สอดคล้องกับนโยบายของเจ้าของเวลา รวมถึงคณะผู้ผลิตรายการต่างก็ปฏิบัติงานในลักษณะการประสานงานที่ดี ตลอดจนผู้อุปถัมภ์รายการก็เห็นชอบด้วยกับวิธีการนำเสนอรายการแบบที่เป็นอยู่ คือ ตรงประเด็น เนื้อหาเป็นความจริง

จากผลการวิจัยของทั้งชาลีสา มากแผ่นทอง ลัดดาวัลย์ กำแพงแก้ว และมานิดา ผลานุสนธิ แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี“องค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคมของ Dennis McQuail” ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิจัยทั้งสามมาพิจารณาและอ้างอิงประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาถึง “ปัจจัยที่เกื้อหนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย”

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้นำเสนอมาแล้วข้างต้นในบทนี้ มาใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในบทต่อไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย