

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์กระบวนการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ไทย สำหรับตลาดคนไทยในต่างประเทศ โครงการ Global Network มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอันจะนำมาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน (The Media Organization)
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ (Global Communication)
3. แนวคิดเรื่องการจัดรายการ (Programming)

แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน (The Media Organization)

จากแนวคิดที่องค์กรจะต้องดำเนินอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แนวความคิดในการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแบบแผนจึงเกิดขึ้น เพื่อสนองตอบกับการแก้ปัญหาความเสื่อมถอยขององค์กรโดยมีสมมุติฐานที่ว่าหากปล่อยให้องค์กรมีความเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยไม่มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดแล้ว องค์กรย่อมเสื่อมถอยไปในที่สุด ดังนั้นลักษณะโครงสร้างขององค์กรหรือวิธีในการจัดองค์กรจึงจำต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม และเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมดังกล่าว ดังที่ Hodge และ Anthony (Organization Theory , 1984) ได้สรุปไว้ว่า " องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะปรากฏว่ามีการจัดโครงสร้างรูปแบบองค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการของสิ่งแวดล้อม " ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ John Child (1976) ที่ได้สรุปให้เห็นถึงแรงกดดันซึ่งทำให้ต้องปรับปรุงโครงสร้างขององค์กร

1) สภาพแวดล้อม (Environment)

สภาพแวดล้อมขององค์กรในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่นมีภาวะการแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงอย่าง

มาก ทำให้การวางแผนล่วงหน้ากระทำได้ยากขึ้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

2) การขยายกิจการไปทำอย่างอื่น (Diversification)

การขยายกิจการไปทำธุรกิจด้านอื่นๆ โดยการให้เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานเดิมดูแล หรือจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมารับผิดชอบ

3) เทคโนโลยี (Technology)

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวนโยบายการดำเนินงานขององค์กร

4) การขยายตัว (Growth)

การขยายตัวเป็นเหตุผลของการปรับโครงสร้าง ที่เกิดขึ้นได้บ่อยเมื่อองค์กรขยายตัวมากขึ้น ก็จำเป็นต้องมีการขยายบทบาทและขอบเขตการบริหาร

5) บุคลากร (Personnel)

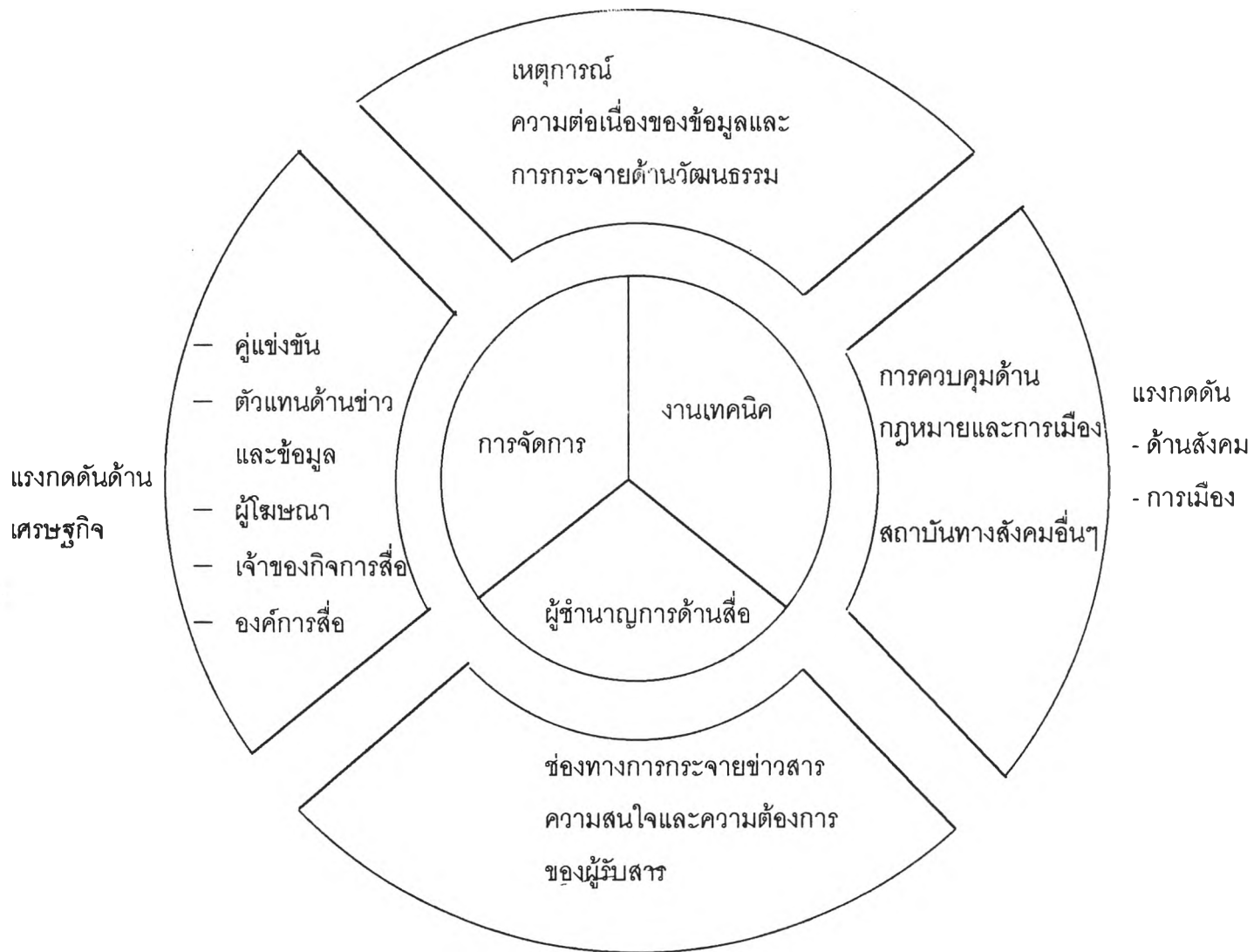
การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานมากขึ้นของบุคลากรภายในองค์กร มีผลต่อการปรับโครงสร้างองค์กร โดยที่ทุกคนมีส่วนร่วมรับผิดชอบมากขึ้น

Denis Mcquail : 1987 ได้เสนอแนวคิดที่สอดคล้อง ในทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) ว่า องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทางสังคมได้มีการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Production) การผลิตซ้ำ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) ข่าวสารและความรู้ต่างๆ ไปสู่ประชาชน

ทั่วไปในฐานะผู้รับสาร องค์การสื่อมวลชน อยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ด้วยเหตุนี้การปฏิบัติงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆทางสังคม ซึ่งอาจเป็นแรงกดดันต่อภาระหน้าที่ และเป็นการสร้างบรรทัดฐานให้ผู้ทำการสื่อสารมวลชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เราจึงมักพบเห็นอยู่เสมอว่า สื่อมวลชนแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ จึงมักมีมิติของตัวเองทั้งในแง่ของระบบการจัดการ เวลา และสถานที่ พร้อมกับยังถูกจำกัด โดยการยอมรับของกรอบต่างๆทางสังคม

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ในวัฒนธรรมการผลิตสื่อสารมวลชน ผู้ที่อยู่ในฐานะผู้สื่อสารกับมวลชน ย่อมจะต้องปฏิบัติงานอยู่ภายใต้กรอบนโยบายขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนที่สังกัดอยู่ในขณะเดียวกันก็ถูกกำหนดให้ปฏิบัติงาน หรือผลิตผลงานของตนออกมาภายใต้กรอบของสถาบันอื่นในสังคม Denis Mcquail ยังได้กล่าวถึงองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน ถูกควบคุมในระดับต่างๆ นั้น ดังนั้นองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวของมันเอง แต่จะต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางแรงกดดันจากตัวแปรต่างๆ ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและหลักการในการปฏิบัติงานขององค์กร โดยสามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้





แบบจำลองแสดงขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนภายใต้แรงผลักดันทางสังคม

ที่มา : Denis Mcquail, Mass Communication Theory, 2nd edition (London: Sage Publication, 1987)

จากแผนผังจะเห็นว่า องค์กรสื่อมวลชนอยู่ภายใต้แรงกดดันทางสังคม การเมือง และที่สำคัญ คือ แรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ ด้วยเหตุที่องค์กรสื่อมวลชนทุกองค์กร ล้วนแต่เป็นหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจ การผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงอยู่ภายใต้ความกดดันของความต้องการในการขยายตลาด และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ ผลที่ตามมาก็คือองค์กรสื่อมวลชน จำเป็นต้องให้ความสนใจต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่ (ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ , 2531)

การที่องค์กรสื่อมวลชน จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายตลาด แสวงหามูลค่าส่วนเกินจากปัจจัยการผลิต เพื่อผลกำไรที่เพิ่มขึ้น โดยที่บริบททางสังคม อาทิ พฤติกรรมของผู้บริโภค สถานการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง เป็นสิ่งที่องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งต้องให้ความสนใจ และปรับตัวให้สอดคล้อง เพื่อสามารถอยู่รอดในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปได้

การเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติของเศรษฐกิจ อันได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตที่สูงขึ้น คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น รายได้จากการประกอบกิจการลดลงหรือเท่าเดิม ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าต่างๆ ส่งผลให้องค์กรสื่อมวลชน ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่ทำหน้าที่ผลิตและแจกจ่ายสินค้านั้นต้องกลายเป็นอุตสาหกรรม ในขณะที่การบริโภคสื่อ ขยายวงกว้างขึ้นและมีความเป็นส่วนตัวน้อยลง ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทในสื่อเป็นผลให้การผลิตมีลักษณะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมมากขึ้นเมื่อระบบธุรกิจเจริญก้าวหน้าและได้รับแรงกดดันมากขึ้น เป็นผลให้สื่อมวลชนปรับจากการผลิตแบบหลากหลายสู่การผลิตแบบกระจุกตัว การเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการผลิตปริมาณมากส่งผลกระทบต่อธุรกิจการสื่อสารมวลชนต้องใช้งินลงทุนเป็นจำนวนมหาศาล (Graham Murdock & Peter Golding , 1974)

นอกจากนั้นแนวความคิดของเชสเตอร์ บาร์นาร์ด (Chester Banard , 1938) ซึ่ง

กล่าวว่า องค์กรจะดำรงอยู่ได้นั้นต้องอาศัยแรงสนับสนุน จากกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น จะให้การสนับสนุนองค์กร และในขณะเดียวกันก็แสดงความต้องการของกลุ่มตนเองออกมาด้วย เป็นการแสดงให้เห็นดุลยภาพระหว่างความต้องการของผู้ปฏิบัติงานแต่ละกลุ่มในองค์กรนั้น

หากพิจารณาจากแนวคิดของเชสเตอร์ บาร์นาร์ด ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จึงเป็นสถาบันหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการรักษาดุลยภาพระหว่างความต้องการของส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทน ที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจะได้รับ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จะต้องกระทำภายใต้กรอบของระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ อันได้แก่ อุดมการณ์ทางวิชาชีพของนักสื่อสารมวลชน ผลตอบแทนที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนนั้นคาดหวัง ความต้องการของผู้รับสาร และบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ซึ่งทำให้การผลิตรายการต่างๆจะต้องสอดคล้อง กับความต้องการของส่วนต่างๆเหล่านี้ อันจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

ในการนำแนวคิดเกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนมาใช้ ในการศึกษาวิจัย การวิเคราะห์กิจกรรมการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์สำหรับตลาดคนไทยในต่างประเทศ โครงการ Global Network ในฐานะองค์กรสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นองค์กรสื่อมวลชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันสังคม และอยู่ภายใต้แรงกดดันต่างๆ ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทภายนอก ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ ท่ามกลางแรงกดดันดังกล่าว

แนวคิดเรื่องการสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ (Global Communication)

Marshall McLuhan (1964) ได้กล่าวใน Globalization and The Future ถึงส่วนประกอบสำคัญของโลกาภิวัตน์ (Globalization) ไว้ดังนี้

1. การก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ และระยะทางกายภาพ ตัวอย่างที่เห็นชัด ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายทอดผ่านดาวเทียม และสื่อตอบโต้ (Interactive Media) ซึ่งลบล้างข้อจำกัดด้านระยะทางออกไป โลกาภิวัตน์ (Globalization) สามารถนำปรากฏการณ์ดังกล่าวไปได้ทั่วโลก

2. สาระสำคัญของการสื่อสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แนวความคิด ภาพและเสียง จากวัฒนธรรมต่างภูมิภาคของโลก สามารถสื่อไปยังประชากรในส่วนอื่นๆ ที่แตกต่างทางด้านวัฒนธรรมได้ในวงกว้าง ด้วยส่วนประกอบดังกล่าวนี้ วัฒนธรรมกลายเป็นสิ่งที่เผยแพร่ไปสู่วงกว้างได้ง่าย ประชาชนสามารถรับรู้และเลียนแบบได้

โลกาภิวัตน์ (Globalization) โดยตัวมันเองก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ในโลกปัจจุบัน Globalization ได้ขยายวงกว้างไปสู่ทุกส่วนของสังคมโลก อาทิ ด้านสภาวะแวดล้อม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านการสื่อสารและการคมนาคม ที่ได้ให้บริการที่กว้างขวาง และมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก

สิ่งที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ได้แก่ การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Communication) ซึ่งก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านอื่นๆตามมาเช่น การทำธุรกรรมด้านการเงินระหว่างประเทศ การสื่อสารระหว่างประเทศ ซึ่งหากว่าปราศจากการสื่อสารดังกล่าวแล้ว จะไม่มีหนทางอื่นที่จะอำนวยความสะดวก

การสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ (Global Communication) ได้ทลายข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลาที่เคยมีจากการสื่อสารในยุคแรกๆ ทำให้การสื่อสารในปัจจุบันมีข้อจำกัดน้อย

ลง และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการได้มากขึ้น การสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ ที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การถ่ายทอดสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคต่างๆ ของโลก ทำให้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแพร่กระจายออกไปในเวลาจริง (Real Time Broadcasting) ยังผลให้การเผยแพร่ข้อมูลมีความรวดเร็ว ถูกต้อง น่าเชื่อถือ การเชื่อมเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลก (Global Computer Network) เพื่อการแลกเปลี่ยน การสืบค้นข้อมูลเข้าด้วยกัน ทำให้ข้อจำกัดด้านข้อมูลเอกสารต่างๆทั่วโลก สามารถเข้าถึงด้วยระบบโครงข่ายใยแมงมุม (World Wide Web Network) นอกจากนี้การสื่อสารที่ตอบสนอง (Interactive Communication) ที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อผ่านสายโทรศัพท์ การประชุมทางไกลวิดีโอ (Tele Video Conference) การแพทย์ทางไกล (Telemedicine) และการศึกษาทางไกล (Tele Education)

การสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ (Global Communication) ต้องอาศัยความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมารับ อาทิ ดาวเทียมสื่อสาร (Communication Satellite) ใยแก้วนำแสง (Fibre Optic) เป็นประดิษฐ์กรรมที่สามารถใช้เพื่อการสื่อสารดังกล่าว อย่างไรก็ตามผลจากการสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ (Global Communication) ได้นำความเปลี่ยนแปลงจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง มีการหลั่งไหลทางวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว ซึ่งบางครั้งก่อให้เกิดความล่าทางวัฒนธรรม (Culture Lag) และอาจก่อปัญหาการแปลกแยกทางวัฒนธรรมในสังคมได้

Marshall McLuhan (1964) ยังได้กล่าวถึง Global Media Content โดยระบุถึงความมีอิทธิพล และความขัดแย้งของสื่อ อาทิ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ รายการโทรทัศน์ เป็นต้นที่แพร่ไปจากวัฒนธรรมหนึ่งสู่วัฒนธรรมหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดความขัดแย้งต่อวัฒนธรรมของผู้รับสื่อ เช่น วัฒนธรรมของผู้ผลิต อย่างสหรัฐอเมริกาที่มีผลกระทบแพร่กระจายไปสู่วัฒนธรรมผู้รับ และมีอิทธิพลในการกำหนดบทบาทและท่าทีในการแสดงออกของผู้รับสื่อ ซึ่งอาจจะเห็นได้ชัดตั้งแต่วัฒนธรรมการแต่งกาย การบริโภค การดำรงชีวิตประจำวัน ตลอดจนการแสดงบทบาทด้านการเมืองกล่าวในวงแคบแม้ในวัฒนธรรมเดียวกัน สื่อสามารถนำเสนอรูปแบบให้ผู้บริโภคเลียนแบบและยอมรับตามได้ ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากการโฆษณาขายสินค้าต่างๆ ที่มุ่งสร้างกระแสผู้บริโภค ให้หันมานิยมสินค้าต่างๆ ตามที่ต้องการ

S.M. Radicelly (1997) ได้กล่าวไว้ใน Global Communication Interactive Telecommunication & Development : The Role of The Global Information Infrastructure ว่า ในโลกปัจจุบัน มีพลังขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงของสังคม และสถานะเศรษฐกิจโลก 3 ประการ

- 1) เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร (Information Technology)
- 2) การสื่อสารทางไกล (Telecommunication)
- 3) คอมพิวเตอร์ (Computer)

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้มีผลต่อทุกส่วนของสังคม การพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง และการใช้งานในระดับมวลชนของประดิษฐกรรม และระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ช่วยลดต้นทุนการผลิต (Cost of Processing) การเก็บ (Storing) และการส่งข้อมูลข่าวสาร (Transmitting Information) ซึ่งการลดต้นทุนดังกล่าวนี้ ช่วยให้ประชาชนมีความสามารถในการเข้าถึง (Ability To Access) การถ่ายทอด (Interpret) และการใช้ข้อมูลทำให้เกิดการวิวัฒนาการ ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Revolution) ซึ่งในทางทฤษฎีแล้ว วิวัฒนาการดังกล่าว จะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่มนุษย์โดยไม่จำกัด สถานที่ เวลา และภาษา

โครงสร้างพื้นฐานของ Global Information คุณลักษณะสำคัญที่ก่อให้เกิดวิวัฒนาการของระบบข้อมูลข่าวสาร (Information Revolution) คือการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลข่าวสารสากล (Global Information Infrastructure : GII) โดยทางด่วนอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Superhighway) มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว สามารถให้บริการสื่อสารทางไกล (Telecommunication Lines) ที่มีประสิทธิภาพสูง (Broad Band Capacity) พร้อมทั้งมีการขยายช่องสัญญาณไปยังส่วนต่างๆของโลก ทั้งการให้บริการและการขยายช่องสัญญาณดังกล่าว ช่วยให้ระบบการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีพื้นฐานแข็งแกร่งมากขึ้นนอกจากนั้นโครงข่ายข้อมูล (Data Network) ถูกสร้างขึ้นโดยโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าว ทำให้เกิดการขยายตัวอย่างกว้างขวาง และการกระจายข้อมูลเป็นไปอย่างไม่จำกัด

ในสังคมที่มีการเพิ่มขึ้นของพื้นฐานความรู้ ข้อมูลข่าวสารได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญเท่าเทียมกับที่ดิน ทุน ซึ่งมีความสำคัญในกระบวนการผลิต ในอนาคตระหว่างประเทศกำลังพัฒนา กับประเทศพัฒนาแล้วจะถูกแยกจากกันด้วยระบบการสื่อสารและเพื่อให้การขยายวิวัฒนาการของข้อมูลข่าวสารไปสู่ประเทศกำลังพัฒนาที่มีความเป็นไปได้ มีความจำเป็นต้องเข้าใจถึงพื้นฐานของโครงสร้างระบบข้อมูล ซึ่งได้แก่พื้นฐานของการสื่อสารทางไกล (Telecommunication Infrastructure) ในหลายๆประเทศโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวนี้ไม่เพียงพอ และจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วนในการสร้างเทคโนโลยีใหม่ ประเทศกำลังพัฒนาจำเป็นต้องมองอนาคตอย่างมีเป้าหมาย ถึงแม้ในปัจจุบันจะประสบกับความขาดแคลน โครงสร้างพื้นฐานของระบบการสื่อสารก็ตาม ประเทศเหล่านี้จำเป็นต้องใช้โครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด และสิ่งที่เป็นไปได้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีแนวนโยบายที่ดีมีผู้บริหาร ผู้นำที่สามารถนำไปสู่จุดมุ่งหมายของการเปลี่ยนแปลงที่วางไว้ ซึ่งสิ่งที่ควรคำนึงถึงประการหนึ่งในเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ก็คือ เมื่อเทคโนโลยีได้รับการออกแบบที่ดีแล้ว สามารถนำไปใช้ได้ในทุกภูมิภาคใดก็ตาม เทคโนโลยีดังกล่าวนี้เป็นเทคโนโลยีสำคัญที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจและมนุษย์

จาก Global Communication Interactive 97 : Ryszard Struzak กล่าวว่ Global Communication เป็นประดิษฐกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อความพอใจในการใช้ข้อมูลของผู้สนใจ ในการพัฒนาสิ่งใหม่สำหรับการสื่อสารทางไกล และผลกระทบในสังคม ซึ่งเป้าหมายได้แก่ผู้เชี่ยวชาญ จะต้องรู้แนวโน้มและประโยชน์ที่ได้รับในปัจจุบัน รวมทั้งโอกาสต่างๆ อันก่อให้เกิดการตัดสินใจที่ถูกต้อง โดยจะรวมถึงผู้บริหารองค์กร ทั้งนี้เป็นผลมาจากการสื่อสารทางไกล คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สังคมกำลังเคลื่อนจากยุคอุตสาหกรรม (Industrial Era) ไปสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Era)

John Naisbitt (1994) ได้กล่าวถึง โลกาภิวัตน์ ว่า เป็นยุคซึ่งจะเต็มไปด้วยปัญหาที่ขัดแย้งกันในตัว การติดต่อสื่อสารคือพลังขับเคลื่อนโดยอัตโนมัติที่จะทำให้เศรษฐกิจของโลกมีขนาดใหญ่โตขึ้น ขณะเดียวกันจะทำให้ส่วนต่างๆมีขนาดเล็กลงและมีอำนาจเพิ่มขึ้น ในขณะที่เศรษฐกิจโลกขยายตัวขึ้น ซึ่งหมายถึง อำนาจของการสื่อสารที่คนทั่วไปได้รับข่าวสารมากขึ้น จากระบบการสื่อสารผ่านโทรทัศน์และอื่นๆ

John Naisbitt ยังได้กล่าวว่า ช่วงทศวรรษที่ 90 นี้ ข้อมูลข่าวสารจะมีความสำคัญมาก เพราะเครื่องมือสื่อสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และระบบที่ควบคุมการสื่อสาร คือ เครือข่ายที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ระบบโลกใหม่จะถูกควบคุมโดยสารสนเทศ เพราะมันหมายถึงกำไร ความสามารถในการแข่งขัน และธุรกิจด้านการสื่อสารของโลกรวมกัน ซึ่งสิ่งที่จะมีส่วนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ก็คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้เปรียบได้กับการผลิต มีส่วนอย่างสำคัญในการผลักดันความเปลี่ยนแปลงในยุคอุตสาหกรรม

ในยุคแห่งการสื่อสารนี้ สิ่งที่เราสร้างขึ้นจะขึ้นอยู่กับเทคโนโลยี ทางด้านการติดต่อสื่อสารและระบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อกัน ทุกวันนี้เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า ข่าวสาร คือ อำนาจ ผู้คนจะได้รับข่าวสารมากขึ้นเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและยอมได้เปรียบกว่าผู้ที่มีข่าวสารข้อมูลน้อย ซึ่งในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนนี้ ทำให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลต่างๆอย่างรวดเร็ว และในโลกของการสื่อสารที่มีความรวดเร็วนี้ ได้สร้างมุมมองใหม่ที่แปลกประหลาด ซึ่งต้องยอมรับว่าในปัจจุบันนี้ เทคโนโลยีด้านการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญ

Naisbitt กล่าวว่า ดิจิตอลเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ถือเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จของโครงสร้างด้านข้อมูล และถือเป็นเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของมนุษย์ และการสร้างระเบียบโลกใหม่ทางด้านดิจิตอล (New Digital World Order) เป็นการปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะยกระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ และยกระดับชีวิตของมนุษย์ด้วย

นอกจากนี้ระบบโทรทัศน์แบบเครือข่าย (Network) สามารถนำข่าวสารและความบันเทิงมากมายมาอยู่ในที่เดียวกัน ซึ่งกระบวนการระบบโทรทัศน์แบบเครือข่ายนี้ จะผนวกปัจจัยต่างๆเหล่านี้ เข้าด้วยกัน

- | | |
|---------------|---------------|
| - ใยแก้วนำแสง | - มัลติมีเดีย |
| - ดิจิตอล | - เครือข่าย |
| - คอมพิวเตอร์ | - เซลลูลาร์ |

- | | |
|------------------------|------------------|
| - คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ | - ความบันเทิง |
| - โทรศัพท์ | - โทรศัพท์ |
| - สื่อไร้สาย | - โลก |
| - การโต้ตอบกัน | - สื่อเสมือนจริง |

ขณะเดียวกัน รัสเซอร์ค ธนะพรพันธ์ ได้กล่าวใน “โลกาภิวัตน์กับสังคมเศรษฐกิจไทย” สะท้อนถึงโลกาภิวัตน์ว่าเป็นกระบวนการเชื่อมโยงส่วนต่างๆของโลกเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กระบวนการดังกล่าวนี้มีมาเป็นเวลาช้านาน หาได้เป็นกระบวนการเกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามรูปแบบการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการเติบโตของบรรษัทข้ามชาติ และอีกส่วนเกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการผลิต ซึ่งที่สำคัญ กระบวนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจของโลกเข้าด้วยกันนี้เป็นไปอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทำให้พรมแดนทางภูมิศาสตร์ระหว่างประเทศถูกขจัดออกไป

ทั้งนี้ไม่ต่างจาก แนวความคิดของ จิตรทิพย์ นาสุมภา และพรพิไล เลิศวิชา ใน “วัฒนธรรมหมู่บ้านไทยกับโลกาภิวัตน์” ที่มองว่า การที่โลกถูกเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายข้อมูลข่าวสารเดียวกัน เกิดจากการปฏิวัติเทคโนโลยีด้านข่าวสารและข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดิจิตอลเทคโนโลยี

ยุคโลกาภิวัตน์นอกจากจะเกิดการขยายตัวของตลาด สินค้า อุตสาหกรรมและการบริการแล้ว ที่สำคัญจะเกิดนวัตกรรม (Innovations) ที่ส่งผลต่อการแข่งขันด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างเข้มข้นมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ ทุน จะมีลักษณะข้ามชาติมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้หลักวิถีคิด จะต้องมองปัญหาจากบริบทของสังคมตนเอง ไปสู่การคิดในลักษณะข้ามชาติ (Think Multinationally)

แต่ในขณะที่คนส่วนใหญ่ กำลังกล่าวถึงแต่กระแสโลกาภิวัตน์กันอย่างกว้างขวาง ในทางตรงกันข้ามกระแสใหญ่ในโลกปัจจุบันไม่ได้มีแต่กระแสโลกาภิวัตน์เท่านั้น แต่กระแสของ ชุมชน (Localization) ก็กำลังเติบโตใหญ่เช่นเดียวกัน กล่าวคือ ประเทศและชุมชนต่างๆ กำลังสนใจ ภาษาศาสตร์ภาษา วิธีการผลิต วิธีใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นตนมากขึ้น

ในท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ขณะที่แนวโน้มโลกจะเข้าใกล้กัน เกิดความ เหมือนกันนั้นความต่างก็จะกลายเป็นสิ่งที่มีความหมายมาก ขณะที่ภาษาอังกฤษ ระบบการศึกษา วิธีการผลิต วิธีใช้ชีวิตแบบสากล ขยายตัวออกไปทั่วโลก มนุษย์ก็เริ่มเคลื่อนไหว เพื่อยืนยันความมี อยู่ และความแตกต่างของตนเอง ประเทศและชุมชนต่างๆกำลังสนใจรักษา สืบทอดภาษา วิธีผลิต วิธีใช้ชีวิตและอื่นๆ ที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นตน แทนที่จะยอมรับเอาความเหมือน กันไปหมดมาไว้แต่ด้านเดียว กระแสโลกาภิวัตน์จึงมิได้มีความหมายแต่ด้านเดียว คือ การทำลาย พรมแดน และมีแต่การไหลบ่าจากโลกตะวันตก หากแต่ย่อมมีการไหลย้อนได้เช่นเดียวกันและท่าม กลางการเรียนรู้จักโลกที่ไร้พรมแดนนั้น มนุษย์ยังมีความตระหนักถึงเอกลักษณ์ และศักยภาพภายใน พรมแดนอันหลากหลายที่พวกเขาเป็นสมาชิกอยู่(ฉัตรทิพย์ นาถสุภาและพรพีไล เลิศวิชา,2538)

ทั้งนี้ การวิเคราะห์กระบวนการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์สำหรับตลาดคนไทยในต่าง ประเทศ โครงการ Global Network จะได้นำแนวคิดเรื่องการสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ (Global Communication) มาเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยเฉพาะการดำเนิน นโยบายตลอดจนลักษณะการปรับองค์การสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งเป็นองค์กรผู้ผลิต โครงการ Global Network ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้รวมถึงการพิจารณา รูปแบบการจัด รายการโทรทัศน์สำหรับตลาดคนไทยในต่างประเทศตามกลยุทธ์ " Think Globally , Act Locally "

แนวคิดเรื่องการจัดรายการ (Programmimg)

การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นเรื่องของการวางนโยบาย การรณรงค์เพื่อชักจูงใจ ผู้ชมให้คอยติดตามรับชมรายการต่างๆ ของทางสถานี ตลอดจนเป็นการใช้ศาสตร์ และศิลป์ในเชิง

แข่งขันกันเพื่อสร้างความนิยมชมชอบให้ผู้ชมสนใจ และต้องการเปิดรับชมรายการของสถานีให้มากที่สุด การจัดรายการเปรียบเสมือนการแข่งขันเพื่อแย่งชิงผู้ชม จึงจำเป็นต้องหายุทธวิธีที่ดีที่สุดเพื่อเอาชนะคู่แข่งและเอาชนะใจผู้ชมให้หันมาชมรายการของทางสถานีด้วยความพอใจ ซึ่งทั้งนี้การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ นับว่า มีความสำคัญต่อการวางแผนและการบริหารงาน ของสถานีวิทยุโทรทัศน์อย่างมาก เพราะหากสถานีใดไม่มีการจัดรายการอย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพแล้ว สถานีนั้นย่อมไม่สามารถจะดำเนินการให้บรรลุผลตามเป้าหมายได้

การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึงการวางแผนกำหนดให้รายการวิทยุโทรทัศน์ รายการใดออกอากาศเวลาใด โดยจัดทำเป็นกำหนดการออกอากาศประจำวัน หรือจัดทำตารางการออกอากาศให้เหมาะสมกับการรับชมให้มากที่สุด

สำหรับหลักในการตัดสินใจเลือกรายการเพื่อออกอากาศ มีข้อพิจารณาดังนี้

1. การพิจารณาผลการวิเคราะห์รายการของสถานีคู่แข่ง โดยพิจารณา จากผู้ชมแต่ละรายการของแต่ละสถานี การรับฟังผลตอบสนองและการใช้วิจารณญาณของผู้จัดรายการเอง ทั้งนี้เพื่อจะได้เลือกรายการที่สามารถดึงดูดจำนวนผู้ชมให้ได้มากที่สุด
2. พิจารณาความเป็นไปได้ในการผลิตและเหตุผลทางเศรษฐกิจของรายการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ความยากง่ายของการผลิต ระยะเวลาที่ผลิต และเศรษฐกิจหรือรายได้ที่ควรจะได้รับเป็นหลัก
3. การพิจารณาคุณภาพของรายการ ซึ่งไม่ได้หมายความว่า จะต้องเป็นรายการที่มีผู้ชมมากเสมอไป แต่หมายถึงคุณภาพโดยทั่วไป ซึ่งอาจพิจารณาได้ดังนี้
 - คุณภาพทางด้านศิลปะ
 - คุณภาพทางเทคนิค
 - คุณภาพทางคุณธรรม
 - คุณภาพทางเศรษฐกิจ

คุณภาพทางด้านศิลปะ รายการนั้นจะต้องเกิดความเร้าอารมณ์ผู้ชม ความเร้าอารมณ์นี้เกิดจากศิลปะในองค์ประกอบต่างๆของรายการ ตั้งแต่เนื้อเรื่องและบทโทรทัศน์ที่ดึงดูดความสนใจ นอกจากนั้นก็เป็นศิลปะในการกำกับรายการ คือมุมกล้องและการตัดต่อที่ตื่นตาตื่นใจ ผู้แสดงจะต้องเข้าถึงศิลปะและให้อารมณ์ตามต้องการของเนื้อเรื่อง ฉากของเรื่องต้องสมจริง รวมทั้งการให้แสงสว่างที่สะท้อนอารมณ์

คุณภาพทางเทคนิค ได้แก่ความชัดเจนของภาพและเสียง รายการที่บันทึกไว้ด้วยเทปโทรทัศน์จะต้องใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพเพื่อจะได้ภาพและเสียงที่เหมือนธรรมชาติมากที่สุด

คุณภาพทางคุณธรรม รายการที่ดีนั้น ต้องส่งเสริมทางด้านคุณธรรมตามสมควรแก่เนื้อเรื่อง หรืออย่างน้อยก็ไม่ได้มีสิ่งขัดต่อคุณธรรมที่ดีงาม รายการที่แสดงออกซึ่งความโหดร้ายทารุณเกินกว่าธรรมดา หรือชี้แนะไปในทางเสื่อมโทรมด้านจิตใจ เป็นรายการที่ควรหลีกเลี่ยง

คุณภาพทางเศรษฐกิจ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่เทียบพร้อมไปด้วยคุณภาพดังได้กล่าวมาแล้ว ก็น่าจะนับว่าเป็นรายการที่ดีมีคุณภาพ แต่ถ้ารายการนั้นมีผู้ชมน้อยเกินไปย่อมส่งผลทางรายได้ที่ไม่ดีนัก สถานีและผู้จัดรายการอาจต้องประสบกับการขาดทุน ก็เรียกว่ารายการนั้นขาดคุณภาพทางเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาว่ารายการนี้ ถึงแม้จะให้ผลทางการเงินไม่ดีนัก แต่สถานีจะได้ผลทางด้านเกียรติภูมิก็นับเป็นปัญหาซึ่งต้องพิจารณา

ทั้งนี้ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2518 ซึ่งทางราชการสำนักนายกรัฐมนตรีให้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ.2518 มีข้อบัญญัติเกี่ยวกับการจัดแบ่งรายการ (ทั้งวิทยุและโทรทัศน์) ดังนี้

ข้อที่ 30 สถานีจะต้องจัดวางแผนผังรายการหลัก โดยจัดแบ่งรายการของสถานีตามประเภทที่ได้กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1. ประเภทข่าว
2. ประเภทความรู้
3. ประเภทบันเทิง
4. ประเภทโฆษณาการบริการธุรกิจ

รายการประเภทข่าว มีความหมายเหมือนรายการประเภท Information คือ นอกจากข่าวโดยตรงแล้ว ยังครอบคลุมไปถึง รายการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ข่าว รายการสารคดีเชิงข่าว และรายการอื่นๆ อันมีคุณค่าทางด้านข่าว

รายการประเภทความรู้รายการประเภทนี้ในต่างประเทศอาจเรียก Education and Culture หรือรายการประเภทส่งเสริมการศึกษาและศิลปวัฒนธรรมนอกจากนั้น รายการส่งเสริมความรู้ หรือรายการเพื่อการศึกษาทางโทรทัศน์ Education Television ยังแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- general education รายการส่งเสริมการศึกษาสำหรับประชาชนทั่วไป
- instructional education รายการเพื่อการศึกษา ซึ่งจัดเป็นการสอน โดยตรงตามหลักสูตร

รายการประเภทบันเทิง อาจแบ่งออกได้เป็น 3 แขนงใหญ่ คือ ละคร ดนตรี และ ปกิณกะหรือเกมส์โชว์

รายการประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ หมายถึง สปอตโฆษณา และ สปอตคำประกาศต่างๆ อันมีลักษณะบริการสาธารณะ

สำหรับการศึกษา วิเคราะห์กระบวนการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์สำหรับตลาดคนไทยในต่างประเทศ โครงการ Global Network นี้ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการมาเป็นกรอบพิจารณาถึงรูปแบบการจัดรายการโทรทัศน์ สำหรับตลาดคนไทยในต่างประเทศ โครงการ Global Network โดยพิจารณาจากผังรายการ สัดส่วนการออกอากาศ รูปแบบรายการ ตลอดจนเนื้อหาที่ปรากฏในรายการเป็นหลัก