

ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

นางสาวประพิม คล้ายสุบรรณ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-517-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SPONSORSHIP SYSTEM AND PROFESSIONALISM OF  
TELEVISION ENVIRONMENTAL DOCUMENTARY PROGRAM PRODUCERS

Miss Prapim Klysubun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

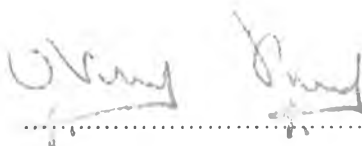
Academic Year 1998

ISBN 974-332-517-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์  
โดย  
ภาควิชา  
อาจารย์ที่ปรึกษา

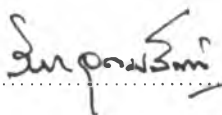
ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์  
นางสาวประพิม คล้ายสุบรรณ  
การสื่อสารมวลชน  
รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต



..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

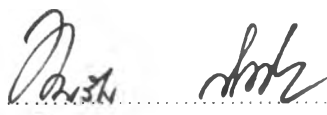
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ วิชา อุดมฉันท)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)



..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

ประพิม คล้ายสุวรรณ : ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ (SPONSORSHIP SYSTEM AND PROFESSIONALISM OF TELEVISION ENVIRONMENTAL DOCUMENTARY PROGRAM PRODUCERS) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ 235 หน้า. ISBN 974-332-517-4

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ และการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ภายใต้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยองค์การ เน้นที่ผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ โดยศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การวิเคราะห์เนื้อหา และการวิจัยเอกสาร ประกอบกัน

ในการวิจัยมีการศึกษารายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา ได้แก่ รายการ "ทุ่งแสงตะวัน" ของบริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยรัฐ ได้แก่ รายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษาสิ่งแวดล้อม" ของบริษัท นอร์มาส แมสคอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด และรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทธุรกิจเอกชน ได้แก่ รายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" ของบริษัท พาโนรามา ดอคคิวเมนทารี จำกัด

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

- 1) ระบบอุปถัมภ์มีอิทธิพลต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตรายการ ตั้งแต่การวางแผนการผลิต ก่อนการผลิตรายการ การผลิตรายการ และหลังการผลิตรายการ ในรายการประเภทรับจ้างผลิตมากกว่าประเภทผลิตเอง
- 2) อุดมการณ์ทางวิชาชีพของเจ้าของกิจการบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ มีบทบาทในการส่งเสริมหรือบั่นทอนอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งในสถานการณ์การแข่งขันที่องค์กรสื่อสารมวลชนถูกทำให้เป็นการพาณิชย์มากยิ่งขึ้น อิทธิพลของระบบอุปถัมภ์มีแนวโน้มว่าจะได้รับการส่งเสริมจากบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มากขึ้น
- 3) นักวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ไม่มีเสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยม และขาดอำนาจในการต่อรองกับผู้บริหารของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์และผู้อุปถัมภ์รายการ

ผลการวิจัยครั้งนี้นำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า

ระดับวิชาชีพนิยมในกระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ยังอยู่ในระดับต่ำ หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือ ระบบอุปถัมภ์อย่างที่ปรากฏในปัจจุบันมีอิทธิพลในระดับสูง ต่อกระบวนการผลิตและเนื้อหาของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

ภาควิชา ..... การสื่อสารมวลชน .....  
สาขาวิชา ..... การสื่อสารมวลชน .....  
ปีการศึกษา ..... 2541 .....

ลายมือชื่อนิติ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

# # 3970960628 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: SPONSORSHIP SYSTEM / PROFESSIONALISM / TELEVISION / DOCUMENTARY / ENVIRONMENT

PRAPIM KLYSUBUN : SPONSORSHIP SYSTEM AND PROFESSIONALISM OF TELEVISION

ENVIRONMENTAL DOCUMENTARY PROGRAM PRODUCERS. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF.

UBONRAT SIRIYUVASAK, Ph.D. 235 pp. ISBN 974-332-517-4

The objectives of this research is to study the influence of sponsorship system and spot advertisement on the level of professionalism of environmental documentary program on television. This research is an organization research that places its focus on the program producers. Depth interview, non-participatory observation, content analysis and documentary research are used as the method of data collection.

The study selected 3 categories of program which are, program with spot advertisement which is "Toong Sang Ta Wan" (Sunshine Field) of Pa-Yai Creation Co.,Ltd., program with state sponsorship which is "Perd Lok Ka Tat : Kor Ror Or Rak Sing Wad Lom" (Broaden Vision : The Department of Industrial Works Take Care of the Environment) of Normas Mass Communication Co.,Ltd. and program with private sponsorship which is "Prayad Palang Ngan Kab Mr.Unocal" (Save Energy with Mr.Unocal) of Panorama Documentary Co.,Ltd.

The study found that :

1) The sponsorship system is influential in every step of the production process ; ie. In production planning, pre-production, production and post-production, and the system mainly influences on the programs that are produced for others rather than the one for their own.

2) The professional ideology of the owner of the production company plays a significant role in promoting or reducing the influence of both state and private sponsors. However, under the stringent competition situation in the television industry, the influence of sponsorship system tends to be accepted more and more by these production companies.

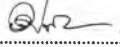
3) Media professionals who do not own the television production company, have less freedom and smaller degree of professionalism in their work process. They lose power in negotiating either with the executive of the company or with their sponsors.

Therefore, it could be concluded that the level of professionalism in the production process of environmental documentary program on television is minimal in relation to the sponsorship system. By the same token, the sponsorship system in its present form is highly influential on the production process and the program content of environmental documentaries.

ภาควิชา.....ภาควิชาสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา.....ภาควิชาสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อนิติ..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง ของ รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และความเอาใจใส่แก่ผู้วิจัย ด้วยความเมตตาโดยตลอด รวมไปถึง รศ.วิภา อุดมฉันท์ ซึ่งได้กรุณาเป็นประธานกรรมการ วิทยานิพนธ์ และ ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ซึ่งกรุณาเป็นกรรมการวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ และผู้บริหารบริษัทผลิต รายการโทรทัศน์ที่กรุณาอนุเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณ คุณสรพรพสิริ วิริยศิริ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล คุณศรชัย มุลคำ และคุณวันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์ ที่กรุณาให้สัมภาษณ์ นอกจากนั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ใกล้ชิดทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัย อย่างดีเสมอมา

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณคุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งเป็นผู้ให้การอุปถัมภ์กับผู้วิจัย ทั้งทางด้านการเงิน กำลังใจ และความรัก



ประพิม คล้ายสุบรรณ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฒ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำการวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ข้อสันนิษฐานของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดเรื่องสารคดี วิชาชีพนิยม และพาดิชนิยม.....	12
แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์ : การโฆษณา และการสนับสนุนรายการ.....	21
แนวคิดเรื่ององค์กรสื่อสารมวลชน และการประสานอำนาจการควบคุม.....	31
งานวิจัยเกี่ยวกับวิชาชีพนิยม และพาดิชนิยมในสื่อมวลชน.....	36
งานวิจัยเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์ : การโฆษณาและการสนับสนุนรายการ.....	38
งานวิจัยเกี่ยวกับการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์.....	41
ประวัติรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในประเทศไทย.....	46
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	48
แหล่งข้อมูล.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
การนำเสนอข้อมูล.....	57

บทที่ 4	กระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์.....	58
	กระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์	
	รายการในรูปแบบของการโฆษณา.....	59
	กระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์	
	รายการในรูปแบบของการสนับสนุนรายการ.....	76
บทที่ 5	อิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทาง	
	โทรทัศน์ และรูปแบบการใช้ประโยชน์ของระบบอุปถัมภ์จากรายการสารคดี	
	สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์.....	101
	การวิเคราะห์อิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดี	
	สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์.....	103
	การวิเคราะห์รูปแบบการใช้ประโยชน์ของระบบอุปถัมภ์จากรายการสารคดี	
	สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์.....	119
บทที่ 6	การควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใน	
	บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์.....	126
	การควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใน	
	บริษัท ปาใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด.....	127
	การควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใน	
	บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด.....	137
	การควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใน	
	บริษัท พาโนรามา ดออคิวเมนทารี จำกัด.....	151
	การวิเคราะห์การควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทาง	
	โทรทัศน์ภายในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์.....	163
บทที่ 7	การวิเคราะห์การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อม	
	ทางโทรทัศน์ภายใต้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ.....	177
	การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์	
	“ทุ่งแสงตะวัน”.....	178
	การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์	
	“เบิรโลกทัศน์ กรอ.รักษสิ่งแวดล้อม”.....	184
	การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์	
	“ระหัดพลังงานกับMr.Unocal”.....	196



การวิเคราะห์การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใต้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ.....	205
บทที่ 8 เสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์.....	212
ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์..	212
การใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ....	215
พาณิชย์นิยมในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ .....	217
การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์.....	219
การสร้างภาพความจริงในรายการสารคดีโทรทัศน์.....	221
ข้อเสนอแนะ.....	223
รายการอ้างอิงภาษาไทย.....	224
รายการอ้างอิงภาษาอังกฤษ.....	225
ภาคผนวก.....	228
ประวัติผู้เขียน.....	233

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1	รายการสารคดีในช่วงเวลาตี (19.00 – 22.00 น.) ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการ การค้า 4 สถานี พ.ศ. 2541..... 49
ตารางที่ 3.2	รายการสารคดีในช่วงเวลาตี (19.00 – 22.00 น.) ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการ การค้า 4 สถานี พ.ศ. 2541 ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการในรูปของ การโฆษณา..... 52
ตารางที่ 3.3	รายการสารคดีในช่วงเวลาตี (19.00 – 22.00 น.) ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการ การค้า 4 สถานี พ.ศ. 2541 ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการในรูปของ การสนับสนุนรายการโดยรัฐ..... 53
ตารางที่ 3.4	รายการสารคดีในช่วงเวลาตี (19.00 – 22.00 น.) ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการ การค้า 4 สถานี พ.ศ. 2541 ที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการในรูปของ การสนับสนุนรายการโดยบริษัทธุรกิจเอกชน..... 53
ตารางที่ 5.1	ตารางสรุปเปรียบเทียบอิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อกระบวนการผลิต รายการสารคดีโทรทัศน์..... 104
ตารางที่ 5.2	เปรียบเทียบวัตถุประสงค์รายการ “เปิดโลกทัศน์ กวอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” กับ รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal”..... 109
ตารางที่ 5.3	เปรียบเทียบกลุ่มเป้าหมายหลักในรายการ “เปิดโลกทัศน์ กวอ.รักษ์- สิ่งแวดล้อม” กับรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal”..... 109
ตารางที่ 5.4	เปรียบเทียบประเด็นหลักที่นำเสนอในรายการ “เปิดโลกทัศน์ กวอ.รักษ์- สิ่งแวดล้อม” กับรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal”..... 109
ตารางที่ 6.1	รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด ผลิตเอง พ.ศ. 2535 - 2540..... 130
ตารางที่ 6.2	รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2535 - 2540..... 132
ตารางที่ 6.3	สารคดีพิเศษที่ บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2535 - 2540..... 133
ตารางที่ 6.4	สารคดีวิถีทัศน์ประวัติและการประกอบกิจการของบริษัทที่ บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2535 – 2540..... 134

ตารางที่ 6.5	รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	140
ตารางที่ 6.6	สารคดีพิเศษที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	143
ตารางที่ 6.7	สารคดีวีดิทัศน์เพื่อการนำเสนอที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	143
ตารางที่ 6.8	สารคดีวีดิทัศน์ประวัติและการประกอบกิจการของบริษัทที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	143
ตารางที่ 6.9	รายการสารคดีวิทยุที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	144
ตารางที่ 6.10	รายการข่าววิทยุที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	144
ตารางที่ 6.11	รายการสนทนาสดทางโทรทัศน์ที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2537 – 2540.....	145
ตารางที่ 6.12	รายการสนทนาทางวิทยุที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต.....	146
ตารางที่ 6.13	สเปดโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด รับจ้างผลิต.....	146
ตารางที่ 6.14	รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ บริษัท พาโนราม่า ดอควิเมนทารี จำกัด ผลิตเอง พ.ศ. 2536 – 2540.....	154
ตารางที่ 6.15	รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ บริษัท พาโนราม่า ดอควิเมนทารี จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2536 – 2540.....	155
ตารางที่ 6.16	สารคดีพิเศษที่ บริษัท พาโนราม่า ดอควิเมนทารี จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2536 – 2540.....	157
ตารางที่ 6.17	สารคดีวีดิทัศน์เพื่อการนำเสนอที่ บริษัท พาโนราม่า ดอควิเมนทารี จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2536 – 2540.....	157
ตารางที่ 6.18	สารคดีวีดิทัศน์ประวัติและการประกอบกิจการของบริษัทที่ บริษัท พาโนราม่า ดอควิเมนทารี จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2536 – 2540...	158

ตารางที่ 6.19	รายการโทรทัศน์ที่ บริษัท พานอรามา ดอควิวเมนทารี จำกัด รับจ้างผลิต พ.ศ. 2536 – 2540.....	159
ตารางที่ 6.20	สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ บริษัท พานอรามา ดอควิวเมนทารี จำกัด รับจ้างผลิตพ.ศ. 2536 – 2540.....	160
ตารางที่ 6.21	เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการทำหน้าที่องค์กรสื่อสารมวลชนของบริษัท ผลิตรายการโทรทัศน์.....	163
ตารางที่ 6.22	เปรียบเทียบการประกอบกิจการในปีแรกของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์...	164
ตารางที่ 6.23	เปรียบเทียบการประกอบกิจการในปีปัจจุบัน (พ.ศ.2541) ของบริษัทผลิ ตรายการโทรทัศน์.....	168
ตารางที่ 6.24	เปรียบเทียบแนวคิดแรกเริ่มในการทำที่ตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์.....	169
ตารางที่ 6.25	เปรียบเทียบระบบบรรณาธิการของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์.....	170
ตารางที่ 7.1	การวิเคราะห์เนื้อหาและการทำหน้าที่ของรายการสารคดีโทรทัศน์ “ทุ่งแสงตะวัน”.....	181
ตารางที่ 7.2	การวิเคราะห์เนื้อหาและการทำหน้าที่ของรายการสารคดีโทรทัศน์	
ตารางที่ 7.3	“เปิดโลกทัศน์ กรอ. รัชสิ่งแวดล้อม”.....	192
	การวิเคราะห์เนื้อหาและการทำหน้าที่ของรายการสารคดีโทรทัศน์ “ประหยัดพลังงาน กับ Mr.Unocal”.....	201
ตารางที่ 8.1	เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการในรูปของการ โฆษณาและการสนับสนุนรายการ.....	213

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	โครงสร้างองค์กรของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์.....	33
แผนภูมิที่ 2	โครงสร้างองค์กรของ บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด.....	136
แผนภูมิที่ 3	โครงสร้างองค์กรของ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด.....	150
แผนภูมิที่ 4	โครงสร้างองค์กรของ บริษัท พาโนราม่า ดอคคิวิเมนทารี จำกัด .....	162

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	เครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” น้ำมันบางจาก.....	61
ภาพที่ 2	เครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” รถยนต์โตโยต้า.....	61
ภาพที่ 3	เครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” น้ำดื่มตราสิงห์.....	61
ภาพที่ 4 – 6	เครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” บัตรกรุงไทย ATM.....	61
ภาพที่ 7	ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักใน “ไต้เต็ลรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด.....	72
ภาพที่ 8	ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักใน “ไต้เต็ลรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	72
ภาพที่ 9	ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักใน “ไต้เต็ลรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด.....	72
ภาพที่ 10	ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักใน “ไต้เต็ลรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).....	72
ภาพที่ 11	ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักใน “ไต้เต็ลรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เครื่องครัวสแตนเลส ตรา นกนางนวล.....	72
ภาพที่ 12	ลักษณะการซ้อนตัวอักษรชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาหลักใน “ไต้เต็ลรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ซุปไก่สกัดตราสก็อต.....	72
ภาพที่ 13	ชื่อและสัญลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ. รักษ์สิ่งแวดล้อม” กรมโรงงานอุตสาหกรรม.....	80
ภาพที่ 14 – 15	สัญลักษณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการ วัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ในไต้เต็ลทำรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ. รักษ์สิ่งแวดล้อม” .....	81
ภาพที่ 16	Mr.Clean.....	86

ภาพที่ 17	ลักษณะการซ่อนภาพสัญลักษณ์ที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมในรายการ “เปิดโลกทัศน์กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม.....	88
ภาพที่ 18	ลักษณะการซ่อนตัวอักษรชื่อ ที่อยู่ และคำขวัญ ของผู้สนับสนุนรายการในไต่เติ้ลท้ายรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด.....	94
ภาพที่ 19	ลักษณะการซ่อนตัวอักษรชื่อและคำขวัญของผู้สนับสนุนรายการในไต่เติ้ลท้ายรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด.....	95
ภาพที่ 20	Mr.Unocal ( computer animation : 3D) .....	98
ภาพที่ 21	Mr.Unocal ( computer animation : 2D) .....	98
ภาพที่ 22	ลักษณะการซ่อนตัวอักษรชื่อของผู้สนับสนุนรายการใน รายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด.....	99
ภาพที่ 23 – 26	โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค.....	179
ภาพที่ 27	การคลุกของเสียอันตรายที่มีฤทธิ์เป็นกรดเข้ากับปูนขาวของศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมดำ.....	186
ภาพที่ 28	การสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในบริเวณศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมดำ.....	187
ภาพที่ 29	หลุมฝังกลบนิรภัยตามหลักวิชาการ.....	188
ภาพที่ 30	หลุมฝังกลบนิรภัยของศูนย์ฝังกลบ จ.ราชบุรี.....	188
ภาพที่ 31	บ่อบาดาลสังเกตการณ์ตามหลักวิชาการ.....	188
ภาพที่ 32	บ่อบาดาลสังเกตการณ์ของ ศูนย์ฝังกลบ จ.ราชบุรี.....	188
ภาพที่ 33	การสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับความปลอดภัยขณะทำงานของคนงานในศูนย์ฝังกลบ จ.ราชบุรี.....	189
ภาพที่ 34	ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการใช้กระดาษในประเทศไทย ตอน “กระดาษรีไซเคิล”.....	197
ภาพที่ 35	ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการใช้กระดาษในประเทศไทย ตอน “กระดาษหน้าเดียว”.....	197
ภาพที่ 36	ดร.สุนทร บุญญาธิการ ผู้ให้สัมภาษณ์ ตอน “บ้านประหยัดพลังงาน”.....	199
ภาพที่ 37	คุณศุภกิจ เมฆอำนวยชัย ผู้ให้สัมภาษณ์ ตอน “ร้านนี้ประหยัดพลังงาน...”	199

		หน้า
ภาพที่ 38	น้ำปลาแท้ตราหอยนางรม ตอน "น้ำปลาก๊วยเล็ก".....	200
ภาพที่ 39	ผลไม้กระป๋องตรามาลี ตอน "สับประรดกระป๋องคลายร้อน".....	200