



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแสวงหาความจริงเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นไปในโลกนั้น เป็นกิจกรรมพื้นฐานของมวลมนุษย์นั้น เพราะมนุษย์จะนำเรื่องราวของความจริงนี้ ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในทุกเหตุการณ์ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ทั้งกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ เหตุการณ์ที่ไม่คุ้นเคย ตลอดจนถึงเหตุการณ์ที่นับได้ว่าเป็นวิกฤตการณ์ เมื่อสถาบันสื่อมวลชนถูกก่อตั้งขึ้น ความจริงที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนก็กลายเป็นความจริงที่มีอิทธิพลต่อความคิดของคนในสังคมอย่างมากมาย ดังที่บ่อยครั้งเราอาจสังเกตได้ว่าหลังจากที่คนเราสนทนากันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเองและสิ่งแวดล้อมรอบข้างแล้ว เรื่องที่จะสนทนากันต่อไปก็มักเป็นเรื่องราวที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนทั้งสิ้น (McCombs, 1994)

เมื่อมีการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ขึ้นเป็นครั้งแรก ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้กำหนดประเภทของรายการโทรทัศน์ขึ้นเพียง 3 รูปแบบรายการคือ รายการบันเทิง รายการข่าว และรายการเพื่อการค้า (Hunt and Rubent, 1993) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้รายการข่าวมีหน้าที่หลักในนำเสนอความจริงให้กับผู้ชมโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม แม้ข่าวจะถูกนำเสนอในวิธีการหลากหลาย ทั้งการรายงานข่าว (news reporting) การวิเคราะห์ข่าว (news analysis) และการวิจารณ์ข่าว (news commentary) ก็ตาม แต่รายการข่าวก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการความจริงของผู้ชมในระดับที่ลึกซึ้งกว่านั้นได้

ในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1920 John Grierson นักสร้างภาพยนตร์ชาวอังกฤษมองเห็นว่า ปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญหน้าอยู่นั้นเป็นเรื่องที่นอกเหนือไปจากความเข้าใจของพลเมืองส่วนใหญ่ หากมีการผลิตภาพยนตร์เกี่ยวกับเรื่องราวที่เป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน นำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน และสร้างสรรค์ พลเมืองก็จะมีความคิดที่กว้างขวางขึ้นได้ Grierson จึงได้นิยามคำว่า สารคดี (documentary) ขึ้น เพื่อใช้เรียกภาพยนตร์ดังกล่าว แนวคิดเรื่องภาพยนตร์สารคดี (documentary film) ของ Grierson นี้เอง เป็นที่มาของรูปแบบรายการสารคดีโทรทัศน์ ตามความเข้าใจของนักวิชาชีพในสถานีโทรทัศน์ขณะนั้น สารคดี (documentary) คือ รายการหรือภาพยนตร์เรื่องใดก็ตาม ที่ถูกผลิตขึ้นโดยต้องการที่จะบุกเบิกแสวงหาความจริงและจะต้องมีข้อมูลพื้นฐานในรูปของเอกสาร (document) เป็นแหล่งอ้างอิง (Willis and Arienzo, 1992) ต่อมารายการสารคดีโทรทัศน์ก็ได้รับการพัฒนาวิธีการนำเสนอให้มีศักยภาพในการสร้างอารมณ์ความรู้สึกและจินตนาการให้กับผู้ชมโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น

รายการสารคดีโทรทัศน์ จึงหมายถึงรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวเรื่องหนึ่งอย่างรอบด้านโดยยึดเอาความจริงเป็นหัวใจหลัก ในขณะที่เดียวกันก็มีการนำรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายมาผสมผสานกัน อาทิ การบรรยาย การสัมภาษณ์ เสียงดนตรี และเสียงประกอบ เพื่อเสริมภาพที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น การผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์จึงมีความพยายามในการสร้างจินตนาการให้เกิดขึ้นกับผู้ชมโทรทัศน์อีกด้วย (Browne, 1971)

นอกจากนั้น ประเภทของรายการสารคดียังเป็นสิ่งที่มีวิถีสถาปัตยกรรมได้อย่างไร้ขอบเขต (Willis and Arienzo, 1992) ด้วยเนื้อหาที่มีอยู่อย่างมากมาย อาทิ ศิลปะ โบราณคดี ท้องเที่ยว มนุษยวิทยา กีฬา ธรรมชาติ ดนตรี ฯลฯ ประกอบกับวิธีการนำเสนอที่ได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง ตั้งแต่การเล่าเรื่อง การสัมภาษณ์ การออกอากาศสด การถ่ายทำในสถานที่จริง การใช้เสียงดนตรี คอมพิวเตอร์กราฟิก ฯลฯ

วิชาชีพนิยม (professionalism) นั้น มีองค์ประกอบหลักคือการทำงานโดยมีมาตรฐานทางวิชาชีพและการให้คุณค่ากับการบริการสาธารณะ (public service) ดังนั้น วิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์จึงหมายถึงการผลิตรายการสารคดีที่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะการมีมาตรฐานในการสร้างความจริง (reality construction) ซึ่งความจริงนี้ จะพัฒนาความคิดของผู้ชมรายการโทรทัศน์อย่างสร้างสรรค์ด้วยการสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องของสาธารณชนในประเด็นสาธารณะ การกระตุ้นให้สาธารณชนเกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่อประเด็นปัญหา และการสร้างแรงบันดาลใจหรือยกระดับคุณภาพชีวิตของสาธารณชน

โดยทั่วไปแล้ว ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะทำงานอยู่ในองค์กรที่มีโครงสร้างแตกต่างกันหลายลักษณะ ตั้งแต่ในองค์กรที่เป็นสถานีโทรทัศน์เครือข่ายขนาดใหญ่ (network television) สถานีโทรทัศน์ในระดับท้องถิ่น (local television) บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์อิสระที่ไม่ได้อยู่ในสังกัดของสถานีเครือข่ายขนาดใหญ่ (syndication companies) ไปจนถึงในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ (Independent production companies) (Hybel and Ulloth, 1978) สำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีลักษณะการทำงานในองค์กรที่แตกต่างกันเพียง 2 ประเภทคือ นักวิชาชีพผู้ผลิตรายการในฝ่ายผลิตของสถานีโทรทัศน์ และนักวิชาชีพผู้ผลิตรายการในบริษัทธุรกิจเอกชน ในขณะที่แนวคิดพื้นฐานของการทำงานในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น มุ่งไปยังการนำเสนอความจริงโดยเป็นอิสระจากอำนาจควบคุมมากที่สุด (Swallow, 1966) การทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทยกลับภายอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ ผู้เป็นเจ้าของกิจการตั้งแต่แรกเริ่ม

ในสมัยที่ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2498 นั้น ฝ่ายผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 บางขุนพรหม ยังไม่มีนักวิชาชีพที่เชี่ยวชาญการผลิตรายการสารคดีโดยเฉพาะ รายการสารคดีโทรทัศน์ที่นำมาออกอากาศในสมัยนั้น จึงเป็นภาพยนตร์สารคดีต่างประเทศ อาทิ รายการ “นี่คืออเมริกา”, “ปรมาณูยามสันติ”, “อุตสาหกรรมสำรวจ”, “โลกปัจจุบัน” จากสำนักข่าวสารออเมริกัน สถานีทูตอเมริกัน สถานีทูตอังกฤษ และสถานีทูตออสเตรเลีย การที่ภาพยนตร์สารคดีที่นำมาออกอากาศล้วนแต่เป็นของประเทศฝ่ายสัมพันธมิตรนั้น เนื่องมาจากนโยบายการต่างประเทศของจอมพล ป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี เป็นไปอย่างที่นิยมเรียกกันในหมู่นักข่าวรัฐบาลว่า “นโยบายเรือฟอง” หรือการผูกพันมิตรแบบผู้ตามต่อสหรัฐอเมริกา อันนำไปสู่การสังกัดค่ายโลกเสรีในระหว่างสงครามเย็น (Cold War) ระหว่างสหรัฐอเมริกา กับ สหภาพโซเวียต (สินิทธิ์ สิทธิรักษ์, 2535) รายการสารคดีในยุคแรกของไทยจึงถูกใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่อุดมการณ์ทางการเมือง โดยทำหน้าที่สร้างภาพความจริงเกี่ยวกับโลกเสรีให้เกิดขึ้นในหมู่นักชมโทรทัศน์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับอำนาจทางเทคโนโลยีของสหรัฐอเมริกา

ภายในเวลาเพียงหนึ่งปีหลังจากนั้น ประเทศไทยก็เริ่มมีการผลิตภาพยนตร์สารคดีสำหรับออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นครั้งแรกคือสารคดีท่องเที่ยว “เที่ยวเมืองเหนือ” เนื่องจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีโทรทัศน์และการฝึกหัดด้านการผลิตรายการของไทยได้รับอิทธิพลจากสถาบันการศึกษาในประเทศโลกตะวันตกโดยตรง รายการสารคดีโทรทัศน์ของไทยที่ออกอากาศเป็นประจำในเวลาต่อมาจึงมีบทบาทตามอย่างประเทศโลกเสรีตะวันตกคือ สร้างภาพความจริงเกี่ยวกับตนเองให้สังคมโลกได้รับรู้ เช่น ภาพยนตร์สารคดี “ไทยปัจจุบัน” ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศสลับกับภาพยนตร์สารคดี “โลกปัจจุบัน” ในคืนวันอาทิตย์ (สินิทธิ์ สิทธิรักษ์, 2535)

หลังจากนั้น ความขัดแย้งของอุดมการณ์ทางการเมืองทำให้จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ นำคณะทหารเข้าทำการยึดอำนาจจากจอมพล ป. พิบูลสงคราม และก่อตั้งสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนฐานอำนาจของตนเอง ในปี พ.ศ. 2501 รายการสารคดีโทรทัศน์ของไทยในสมัยนั้นก็เริ่มเปลี่ยนบทบาทจากการทำหน้าที่สืบทอดแบบอย่างตะวันตกมาเป็นการถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบททางการเมืองการปกครองของไทย รายการสารคดีในยุคของจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ถูกใช้เพื่อการโฆษณาอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้นำ โดยเนื้อหาของภาพยนตร์สารคดีจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความสำคัญของกองทัพเป็นหลัก

เมื่อรัฐได้ให้สัมปทานในระบบอุปถัมภ์แก่บริษัทกรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด เข้าดำเนินการกิจการสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ในปี พ.ศ. 2510 และบริษัทบางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เข้าดำเนินการกิจการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 3 ในปี พ.ศ. 2513 นั้น รัฐซึ่งเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ตาม พ.ร.บ.วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2498 ก็ได้ให้สิทธิพิเศษกับรายการ

สารคดีของหน่วยงานราชการ โดยอนุญาตให้ภาพยนตร์สารคดีของหน่วยงานราชการสามารถออกอากาศโดยไม่ต้องจ่ายค่าซื้อเวลาจากทางสถานีและห้ามมิให้ทางสถานีมีการโฆษณาสินค้าชิ้นรายการอีกด้วย รายการสารคดีที่มีความยาวรายการประมาณ 3 - 5 นาที จะออกอากาศคั่นระหว่างรายการบันเทิง ส่วนรายการที่มีความยาว 30 นาที หรือ 1 ชั่วโมง จะออกอากาศในช่วงเย็นหรือก่อนรายการข่าวประจำวัน หน้าที่หลักของรายการสารคดีในยุคนี้ก็คือประชาสัมพันธ์หน่วยงานราชการนั่นเอง

สำหรับนักวิชาชีพผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ แม้ว่าจะได้มีส่วนสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอรายการสารคดีให้มีลักษณะหลากหลายมากขึ้น เช่น การแทรกการสัมภาษณ์ ละครสั้น และการแสดงดนตรีสลับฉากไว้ในรายการสารคดีเนื่องในโอกาสครบรอบวันสถาปนาหน่วยงานราชการที่มักออกอากาศ 1 - 2 ครั้งในแต่ละเดือนก็ตาม แต่ในส่วนการนำเสนอเนื้อหานั้น นักวิชาชีพผู้ผลิตรายการสารคดีมีบทบาทเพียงผลิตภาพยนตร์สารคดีที่มีเนื้อเรื่องตรงตามที่หน่วยงานราชการกำหนดอย่างเคร่งครัดเท่านั้น (ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์, 2531)

ส่วนรายการสารคดีโทรทัศน์ที่นักวิชาชีพในสถานีโทรทัศน์ผลิตขึ้นเอง โดยไม่ต้องปฏิบัติตามคำสั่งของหน่วยงานราชการนั้น แทบไม่มีอยู่เลย เนื่องจากรายการสารคดีในช่วงเวลานั้นยังต้องผลิตในลักษณะของการถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีวิธีการซับซ้อน ใช้เวลานาน และเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายการประเภทอื่น และแม้ว่าเทคโนโลยีการบันทึกเทปโทรทัศน์เข้ามาเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ “บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์” เกิดขึ้น แต่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในบริษัทอิสระในช่วงแรกนี้ก็ยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะผลิตรายการสารคดีให้ทัดเทียมกับต่างประเทศได้ (ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์, 2531)

ในช่วงปี พ.ศ. 2520 ขณะที่หน่วยงานราชการกำลังใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีโทรทัศน์อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย บริษัทธุรกิจเอกชนก็เริ่มเล็งเห็นถึงการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีธรรมชาติต่างประเทศ เนื่องจากเป็นรายการสาระความรู้ที่มีสีสันน่าตื่นตาตื่นใจ บริษัทเหล่านี้จะซื้อเวลาในช่วงที่ทางสถานีนำรายการสารคดีธรรมชาติจากประเทศในแถบซีกโลกตะวันตก เช่น รายการสารคดีของ National Geographic มาแพร่ภาพออกอากาศและผูกขาดการโฆษณาสินค้าในช่วงคั่นรายการ เช่น รายการ “ชีวิตสัตว์โลก” “Singer World” เนื่องจากวิธีการนี้จะทำให้ผู้ชมโทรทัศน์มีความถี่ในการรับชมโฆษณาของบริษัทบ่อยครั้งกว่าที่ได้จากรายการอื่น ปรากฏการณ์นี้เป็นจุดเริ่มต้นของการปรับเปลี่ยนหน้าที่ของรายการสารคดีโทรทัศน์อีกครั้ง จากที่รายการสารคดีโทรทัศน์ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบททางการเมือง โดยทำหน้าที่รับใช้หน่วยงานของรัฐและมองผู้ชมรายการสารคดีโทรทัศน์ในลักษณะของพลเมือง (citizen) ในครั้งนี้ รายการสารคดีโทรทัศน์ถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบททางเศรษฐกิจ โดยทำหน้าที่รับใช้การพาณิชย์และมองผู้ชมรายการสารคดีโทรทัศน์ในลักษณะของผู้บริโภคสินค้าและบริการ (consumer)

ปี พ.ศ.2524 คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ได้ประกาศให้สถานีโทรทัศน์ทุกช่องนำเสนอรายการที่ผลิตภายในประเทศให้มากขึ้น แต่เนื่องจากสถานีโทรทัศน์เองยังมีศักยภาพในการผลิตรายการที่จำกัด สถานีโทรทัศน์จึงเปิดขายเวลาออกอากาศเพิ่มขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงต่อการขาดรายได้ นำไปสู่การขยายตัวของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ในที่สุด ขณะที่สถานีโทรทัศน์ออกอากาศรายการสารคดีของหน่วยงานราชการน้อยลง เพราะหน่วยงานราชการไม่ได้รับการจัดสรรเงินงบประมาณในส่วนค่าจ้างผลิตรายการและซื้อเวลาออกอากาศ บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์กลับเริ่มให้ความสำคัญกับการผลิตรายการสารคดีมากขึ้น

รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทอิสระในช่วงเริ่มแรกนี้ มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกพิสดาร และมีการนำเสนอที่น่าตื่นเต้นเร้าใจ อย่างเช่น รายการ "ตามไปดู", "ท้าพิสูจน์" หรือไม่กี่จะเป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวแนวผจญภัย เช่น "สองโลก", "สูโลกกว้าง" แม้ว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ในช่วงนี้ จะมีเนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่เน้นหนักไปในการบันเทิงเพื่อผลประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของผู้โฆษณา แต่นักวิชาชีพผู้ผลิตรายการสารคดีในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เหล่านี้ นับว่ามีโอกาสในการนำเสนอเนื้อหารายการสารคดีโทรทัศน์ได้อย่างอิสระและหลากหลายมากกว่าผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา

ในช่วงปี พ.ศ.2530 เริ่มมีการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีรายได้จากการสนับสนุนรายการ (sponsorship) โดยบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น รายการสารคดีสิ่งแวดล้อม "โลกสลบสี" ของบริษัท แปซิฟิค อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ในปีแห่งการพิทักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ.2532 - 2534) ด้วยข้อได้เปรียบหลายด้าน ตั้งแต่การที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ให้การสนับสนุนรายการในรูปของเงินทุนนับสิบล้านบาทต่อปี ผนวกกับสายสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 นักวิชาชีพผู้ผลิตรายการ "โลกสลบสี" จึงสามารถนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมกระแสรองคือการปฏิรูปและเปลี่ยนระบบได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่นักวิชาชีพผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมแนวรณรงค์กลับมีข้อเสียเปรียบคือ จำเป็นต้องพึ่งพาบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ให้เงินทุนสนับสนุนการผลิตรายการและค่าเวลาออกอากาศ ซึ่งบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ที่ยินดีสนับสนุนรายการนี้ มักเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในเชิงลบ และต้องการใช้รายการสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ลบเลือนภาพลักษณ์เชิงลบนั้น (จิรวรรณ กมลรัตนโยธิน, 2535)

ระบบอุปถัมภ์ (sponsorship system) จึงนับว่ามีความสัมพันธ์กับการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์โดยตรง โดยเฉพาะในบริบทของสังคมไทยที่ความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์ (patronage system) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์หลักมาตั้งแต่ครั้งอดีตกาล แม้ว่าระบบอุปถัมภ์ในรายการสารคดีโทรทัศน์ (sponsorship system) จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความสัมพันธ์ในบริบทของการแลกเปลี่ยน จากการให้ความคุ้มครองและความจงรักภักดีเป็นการแลกเปลี่ยนทาง

เศรษฐกิจแล้วก็ตาม แต่แนวคิดเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์แบบดั้งเดิม (Patronage System) นั้น กลับยังคงอยู่ในความคิดของคนไทยอย่างแนบแน่น การรับรู้ถึงการดำรงอยู่ของระบบความสัมพันธ์แบบดั้งเดิมนี้อาจเห็นได้จากการประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน (Bechstedt, อ้างถึงใน อมรา พงศาพิชญ์ และปรีชา คุวินทร์พันธุ์, 2539) รูปแบบของการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจจึงไม่ได้หยุดอยู่เพียงขอบเขตที่กำหนดไว้ตามกฎหมายเท่านั้น สำหรับบางกรณี ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (sponsorship system) ยังมีอิทธิพลโดยรวมเหนือองค์กรสื่อสารมวลชนอย่างสิ้นเชิง ตั้งแต่จุดยืน เนื้อหา วิธีการนำเสนอ การเป็นเจ้าของ ตลอดจนจนถึงการเผยแพร่ในขั้นตอนสุดท้าย (Curran, 1980)

สำหรับระบบอุปถัมภ์ (sponsorship system) ในรายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทย มีการอุปถัมภ์รายการใน 2 ลักษณะคือ การโฆษณา (advertising) และการสนับสนุนรายการ (sponsorship) ดังนั้น ผู้โฆษณาและผู้สนับสนุนรายการสารคดีโทรทัศน์ จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการทำงานตามอุดมการณ์ทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในลักษณะและระดับที่แตกต่างกันไปตามการควบคุมในแต่ละองค์กร อิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (sponsorship system) นี้ ทำให้ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไม่สามารถพัฒนาการทำงานไปสู่ความเป็นวิชาชีพนิยม (professionalism) ได้อย่างเต็มที่ อันจะเป็นผลสืบเนื่องถึงศักยภาพในการสร้างความจริง (reality construction) ของรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ถูกผลิตขึ้นในท้ายที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ กับ ผู้โฆษณาหรือผู้สนับสนุนรายการ จึงนำได้นำไปสู่คำถามที่น่าสนใจคือ แหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ (sponsorship system) มีอิทธิพลต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในลักษณะเช่นไร และผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์มีการทำงานตามวิชาชีพนิยมของการผลิตรายการสารคดีภายใต้ระบบอุปถัมภ์อย่างไรบ้าง

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ กับการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ และศึกษาการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใต้ระบบอุปถัมภ์ ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสื่อมวลชนผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ และนำไปสู่การพัฒนา การสื่อสารมวลชนไทยต่อไปในอนาคต

ปัญหานำการวิจัย

1. แหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์มีอิทธิพลต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดี สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในลักษณะเช่นไร
2. ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์มีการทำงานตามวิชาชีพนิยมของการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ สิ่งแวดล้อมทางภายใต้ระบบอุปถัมภ์อย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์กับการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใต้ระบบอุปถัมภ์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในบริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ที่จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ ดังนั้น ขอบเขตของการวิจัยในเรื่องนี้ จึงต้องกำหนดขอบเขตของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ก่อน จากนั้น จึงกำหนดผู้ผลิตรายการในบริษัทดังกล่าว และรายการสารคดีที่เลือกใช้เป็นกรณีศึกษา (case study) ในท้ายที่สุด หลักเกณฑ์ในการเลือกบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการโทรทัศน์ที่ใช้เป็นกรณีศึกษามีดังนี้

1. บริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1) ผู้ผลิตรายการในฝ่ายผลิตของสถานีโทรทัศน์
- 2) ผู้ผลิตรายการในบริษัทธุรกิจเอกชน

ในการศึกษาเกี่ยวกับการทำงานตามอุดมการณ์ทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเฉพาะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ทำงานในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เท่านั้น บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ในการศึกษาวิจัย จะถูกเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1.1 บริษัทที่ผลิตรายการสารคดีในช่วงเวลาดี (19.00 น. - 22.00 น.) ของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2541

1.2 ประเภทของบริษัทตามแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนรายการ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1.2.1 การโฆษณา (advertising)

1.2.2 การสนับสนุนรายการโดยรัฐ (state sponsorship)

1.2.3 การสนับสนุนรายการโดยบริษัทธุรกิจ (corporate sponsorship)

1.3 ลักษณะของการประกอบการของบริษัทแต่ละประเภท เลือกบริษัทที่ประกอบกิจการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เป็นธุรกิจหลัก และมีการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ทั้งในและนอกเวลาดี (19.00 - 22.00 น.) อย่างต่อเนื่องกลุ่มละ 1 บริษัท

เกณฑ์ในการเลือกบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้บริษัทที่ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เป็นธุรกิจหลัก 3 บริษัท ที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ในลักษณะที่แตกต่างกัน

2. ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตไว้บริษัทละ 1 คน โดยมีเกณฑ์ในการเลือกคือ

2.1 หน้าที่รับผิดชอบในตำแหน่งผู้ผลิตรายการ (producer)

2.2 ความเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์และผลิตรายการสารคดีของบริษัท

2.3 จำนวนรายการสารคดีที่มีส่วนร่วมในการผลิต

การศึกษาวินิจฉัยจะมุ่งไปยังผู้ที่ทำงานในฝ่ายผลิตรายการของบริษัทที่มีหน้าที่รับผิดชอบในตำแหน่งผู้ผลิตรายการที่มีส่วนร่วมในการคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) การเขียนบท (script writing) เป็นหลัก หากมีหน้าที่รับผิดชอบหลายตำแหน่งจะเลือกศึกษาผู้ที่ทำหน้าที่ในเชิงเทคนิค เช่น การถ่ายภาพหรือการตัดต่อมากกว่าหน้าที่จัดการโครงการผลิตรายการ (project managing) หรือควบคุมและประสานงานในฝ่ายผลิต เนื่องจากการทำงานที่เป็นนักวิชาชีพมากกว่านักบริหาร หลังจากนั้น จึงเลือกศึกษาผู้ผลิตรายการที่ผ่านการทำงานด้านการผลิตรายการประเภทสารคดีโทรทัศน์จำนวนมากกว่าบุคคลอื่น

3. รายการสารคดีโทรทัศน์

รายการสารคดีโทรทัศน์ที่จะเลือกมาเป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ

3.1 เป็นรายการสารคดีโทรทัศน์ของบริษัท 3 บริษัทในการศึกษาวิจัย

3.2 เป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ ที่มีรูปแบบแตกต่างกัน 3 ลักษณะ คือ

3.2.1 การโฆษณา

3.2.2 การสนับสนุนรายการโดยรัฐ

3.2.3 การสนับสนุนรายการโดยบริษัทธุรกิจ

3.3 เป็นรายการที่มีประเด็นในการนำเสนอใกล้เคียงกันทั้ง 3 รายการ ซึ่งขอบเขตที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือรายการสารคดีสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นประเภทรายการสารคดีที่มีความใกล้ชิดกับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมมากที่สุด และการนำเสนอความจริงของสื่อมวลชนในเรื่องนี้ ก็ได้ก่อให้เกิดประเด็นวิพากษ์ (critical issues) ขึ้นบ่อยครั้ง

รายการสารคดีในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้ผลิตรายการจะมีส่วนร่วมในการกำหนดว่ารายการที่เหมาะสมกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือรายการใด ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษารายการสารคดีโทรทัศน์ของผู้ผลิตรายการ 1 คน ต่อ 1 รายการ รวมทั้งสิ้น 3 รายการ

ข้อสันนิษฐานของการวิจัย

ระบบอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณาและการสนับสนุนรายการน่าจะมีอิทธิพลต่อการทำงานตามอุดมการณ์ทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ในลักษณะและระดับที่แตกต่างกันไปในแต่ละองค์กร ทำให้สื่อมวลชนผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไม่สามารถทำงานตามวิชาชีพนิยมได้อย่างเต็มที่ อันจะเป็นผลสืบเนื่องถึงศักยภาพในการสร้างความจริงของรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ถูกผลิตขึ้นในท้ายที่สุด

นิยามศัพท์

สารคดี (documentary)	รูปแบบรายการที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อทำหน้าที่พัฒนาศักยภาพทางความคิดของผู้ชมรายการโทรทัศน์ โดยนำเสนอความจริงเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง ใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลายมาผสมผสานกัน อาทิ การบรรยาย การสัมภาษณ์ เสียงดนตรี เสียงประกอบอื่นๆ เพื่อให้การนำเสนอความจริงนั้น มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
-------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

วิชาชีพนิยม

(professionalism)

การให้ความสำคัญกับบูรณาการของมาตรฐานทางวิชาชีพและการบริการสาธารณะ (public service) สำหรับมาตรฐานทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์คือ การผลิตรายการสารคดีที่มีมาตรฐานในการนำเสนอความจริงอย่างลึกซึ้งและสร้างสรรค์ วิชาชีพนี้มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

- 1) การแสวงหาความจริงอย่างรอบด้าน
- 2) การตีความ (interpretation) ความจริงอย่างสร้างสรรค์
- 3) การสร้างความจริงขึ้นอีกครั้งอย่างซื่อสัตย์และยุติธรรม

ส่วนการบริการสาธารณะ (public service) ของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์คือ การผลิตรายการสารคดีที่ทำหน้าที่ดังต่อไปนี้

- 1) สร้างความรู้สึกร่วมกันของสาธารณชนในประเด็น

สาธารณะ

- 2) กระตุ้นให้สาธารณชนเกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่อ

ประเด็นปัญหา

- 3) สร้างแรงบันดาลใจหรือยกระดับคุณภาพชีวิตของ

สาธารณชน

ระบบอุปถัมภ์

(sponsorship system)

ศัพท์เฉพาะทางด้านการตลาด มีที่มาจากการศึกษาด้านสังคมวิทยา และรัฐศาสตร์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์ (patronage system) ซึ่งเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ทั้งสองฝ่ายอยู่ในระดับไม่เท่าเทียมกัน ระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทยแต่ดั้งเดิม (patronage system) แลกเปลี่ยนความคุ้มครองกับแรงงานและความจงรักภักดี ส่วนระบบอุปถัมภ์ทางด้านการตลาด (sponsorship system) เป็นการแลกเปลี่ยนการอุปถัมภ์เชิงเศรษฐกิจกับผลประโยชน์ที่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า ความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์เชิงเศรษฐกิจในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ การที่แหล่งเงินทุนภาครัฐและบริษัทธุรกิจเอกชนให้การอุปถัมภ์รายการสารคดีโทรทัศน์ ใน 2 ลักษณะคือ

- 1) การโฆษณา
- 2) การสนับสนุนรายการ

เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้กับองค์กรผ่านทางเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการสารคดีโทรทัศน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจสภาพการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีความสัมพันธ์กับระบบอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณาและการสนับสนุนรายการ
2. เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการทำงานตามวิชาชีพนิยม
3. เป็นแนวทางสู่ความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนและบริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ในการกำหนดแนวทางการพัฒนารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยต่อไปในอนาคต