

## บทที่ 6

### บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### บทสรุป

การวิจัยเรื่อง "การตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อรายการสารคดี 'สำรวจโลก'" นี้ เป็นการศึกษาถึงความน่าสนใจของรายการ "สำรวจโลก" เนื่องจากเป็นรายการที่ได้นำหนังสารคดีที่มีคุณภาพจากต่างประเทศจากแหล่งต่าง ๆ มานำเสนอซ้ำ (Representation) ในรูปแบบใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ชมซึ่งเป็นคนไทย ทั้งนี้จึงถือว่าการสื่อสารถ่ายทอดข้ามวัฒนธรรมนั่นเอง

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการด้วยกันคือ เพื่อศึกษาการดัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการ "สำรวจโลก" เพื่อผู้ชมคนไทย ซึ่งเป็นผู้นำเสนอรายการแก่ผู้ชม และเพื่อศึกษาการตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อรายการ "สำรวจโลก" ซึ่งเป็นผู้ชมรายการ ดั้งนั่นเอง งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการศึกษาในลักษณะสองทิศทาง เพื่อที่จะดูว่าผู้ชมซึ่งเป็นคนไทยมีการตอบสนองอย่างไรบ้างต่อรายการที่ได้นำเสนอซ้ำแบบข้ามวัฒนธรรม

การวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ (Reproduction) ซึ่งนำมาใช้เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่ารายการ "สำรวจโลก" นั้นมีการดัดแปลงในการผลิตซ้ำอย่างไร และหลังจากที่ได้มีการนำเสนอซ้ำแล้ว รูปแบบหรือเนื้อหาของรายการมีการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยอย่างไรบ้าง และทฤษฎีการสื่อสารองค์กร (Organizational Communication Theory) ที่นำมาใช้พิจารณา และวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อกระบวนการดัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการ "สำรวจโลก"

แนวคิดเกี่ยวกับปฏิกิริยาจากผู้รับสาร (Reaction of Audience) จะเป็นกรอบนำความคิดในการวิเคราะห์ปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นจากผู้รับสารได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น ในขณะที่แนวคิดเกี่ยวกับการวัดการตอบสนองต่อสื่อ (Measuring the Responses to Media) จะนำมาใช้เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลจากผู้รับสาร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะเป็นเชิงวิเคราะห์ผลการตอบสนองของผู้ชมรายการ "สำรวจโลก" ซึ่งมีแหล่งข้อมูล 4 แหล่งที่ใช้ในการศึกษา คือ

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร แหล่งข้อมูลบุคคล โดยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) แหล่งข้อมูลปฏิบัติการตอบกลับของผู้รับสาร จากจดหมาย ไปรษณีย์บัตร และข้อความจาก Web board ที่สามารถรวบรวมได้ตั้งแต่รายการเริ่มทำการออกอากาศตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา จนถึงประมาณสิ้นปี พ.ศ. 2544 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้นประมาณ 2 ปี และแหล่งข้อมูลเทปรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนของเทปต้นฉบับก่อนการตัดแปลงจากต้นสังกัด จำนวน 5 ตอน และเทปที่ได้ทำการตัดแปลงแล้ว ของรายการ "สำรวจโลก" อีกจำนวน 9 ตอน

ผลการวิจัย พบว่า รายการสารคดีชุด "สำรวจโลก" เดิมที่ได้ใช้ชื่อรายการว่า "สำรวจโลก กับ National Geographic" เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2543 ทาง ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เวลา 21.30น. - 22.00น. ทั้งนี้เริ่มจากการที่บริษัท เน็กซ์สเตป จำกัด มีความคิดที่จะทำรายการโทรทัศน์ที่มีสาระประโยชน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้แก่ผู้ชม โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือเพื่อเพิ่มเติม และเสริมสร้างความรู้แก่ผู้ชม ซึ่งเปรียบเสมือนหนังสืออ่านนอกเวลาที่มีประโยชน์ โดยกลุ่มเป้าหมายของรายการคือ เด็กเล็กในวัย 4-5 ปี ในครอบครัว โดยคาดหวังว่าเด็กเหล่านี้จะเป็นคนชวนสมาชิกในครอบครัวมาร่วมชมรายการสารคดี

ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ ปี พ. ศ. 2544 รายการ "สำรวจโลกกับ National Geographic" ได้เปลี่ยนชื่อรายการมาเป็นรายการ "สำรวจโลก" โดยทางบริษัท เน็กซ์สเตป จำกัด ได้ให้เหตุผลสำคัญไว้ 3 ประการ คือ เป็นไปตามกฎของ อ. ส. ม. ท. ในเรื่องชื่อรายการที่ต้องเป็นภาษาไทย เพื่อที่จะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของรายการขึ้นมา (Brand Image) และเนื่องจากทางบริษัท เน็กซ์สเตป จำกัด ได้มีการนำสารคดีชุดของสถาบันอื่นเข้ามานำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มเติมด้วย อาทิ Discovery Channel และ BBC จากประเทศอังกฤษ เป็นต้น

### การตัดแปลงรายการ

การตัดแปลงรายการ "สำรวจโลก" ได้เริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกหนังสือสารคดีจากแหล่งผลิต ประกอบด้วยจากสถาบัน National Geographic ทางช่อง Discovery Channel และ BBC (British Broadcasting Corporation) โดยการคัดเลือกจะยึดที่ความนิยมของคนดูเป็นหลัก ซึ่งจากการวิจัย พบว่าผู้ชมคนไทยได้ให้ความสนใจในการชมหนังสือสารคดีประเภทสัตว์ป่า ภัยพิบัติของโลก และดินแดนลึกลับ เป็นสามอันดับแรก

ส่วนขั้นตอนในการดัดแปลงในการนำเสนอข่าว (Representation) นั้น เริ่มที่ขั้นตอนการแปล และเขียนบท ซึ่งจะคำนึงถึงการแปลที่เข้าใจได้ง่าย โดนยึดที่คนดูเป็นสำคัญ เสร็จแล้วจึงส่งต่อไปให้คนพากย์ โดยจะทำการศึกษบทแปลก่อนลงเสียงพากย์จริง ทั้งนี้เพื่อที่ผู้พากย์จะเกิดความเข้าใจต่อเนื้อหาหนังสือสารคดี ส่งผลให้การพากย์มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเนื้อหาที่ครบถ้วนถูกต้องต่อคนดูได้ การพากย์ยังต้องคำนึงถึงการอ่านออกเสียง อักษรวิธีให้ถูกต้องชัดเจน และคำนึงถึงอารมณ์ของหนังสือสารคดีในแต่ละช่วงด้วย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันมากที่สุด

สิ่งเดียวที่มีการเพิ่มเติมเข้ามาในกระบวนการดัดแปลงรายการ "สำรวจโลก" ก็คือพิธีกร ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการดัดแปลง เพราะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางที่ชัดเจน จับต้องได้ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร อีกทั้งยังถือว่าเป็นภาพลักษณ์ของรายการ "สำรวจโลก" อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า มีปัจจัยอยู่หลายประการที่มีผลกระทบต่อการดัดแปลงรายการทั้งในด้านปัจจัยภายใน คือ ทั้งตัวขององค์กรเอง และในการผลิต และปัจจัยภายนอกในเรื่องของความสนใจของผู้รับสาร ตัวเทพสารคดี สถานีโทรทัศน์ ผู้สนับสนุนรายการ และการควบคุมคุณภาพของรายการจากทางต้นลิขสิทธิ์

### การตอบสนองของผู้รับสาร

ผู้วิจัยพบว่า รายการ "สำรวจโลก" มีช่องทางตอบกลับสู่รายการอยู่ 3 ช่องทางหลักด้วยกัน คือ 1. ทางตู้ ป.ณ. ประกอบด้วย จดหมาย และไปรษณียบัตร 2. ทาง Internet ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-mail และ 3. ทาง Website ใน [www.newexplorer.com](http://www.newexplorer.com) ผ่านทาง Web board โดยการจัดระบบเก็บข้อมูล ได้กระทำโดยการนำข้อมูลต่าง ๆ มาแยกออกตามประเภทของช่องทางที่ได้มา และนำมาคัดแยกเนื้อหาที่สำคัญออกมาก่อน คือ เนื้อหาประเภทที่มีคำถามข้อข้องใจ หรือปัญหาต่าง ๆ ต่อทางรายการ ซึ่งจะได้รับการติดต่อกลับจากทางรายการเพื่อแก้ไขความเข้าใจให้ถูกต้อง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบสนองของผู้รับสาร พบว่ารายการ "สำรวจโลก" มีผู้ชมรายการอยู่อย่างหลากหลายในทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ และระดับการศึกษา ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่า รายการที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก เช่น รายการสารคดีนี้ จะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมคนดูได้อย่างหลากหลาย และกว้างขวางเช่นนี้

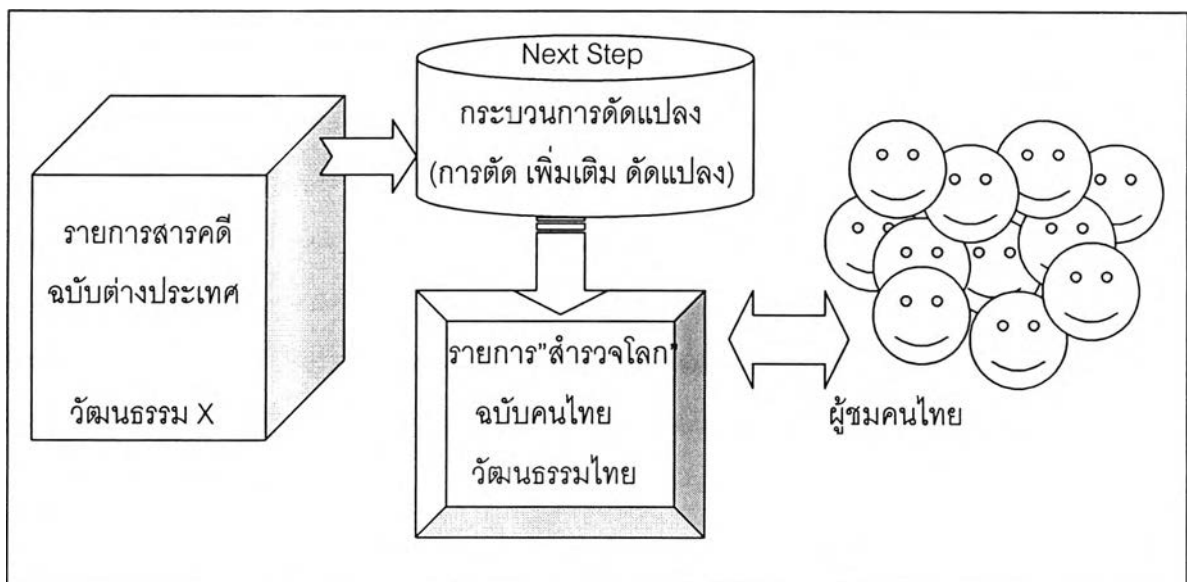
ส่วนในเรื่องการตอบสนองนั้น พบว่าผู้ชมส่วนใหญ่จะตอบสนองกลับมาในสองด้านหลักก็คือ ในเชิงอารมณ์ความรู้สึก (Affective Response) กล่าวคือ เป็นความรู้สึกในรูปแบบต่าง ๆ ในการรับชมรายการ และในเชิงการรับรู้ (Cognitive Response) คือในแง่ของความสนใจในการรับชมรายการ ซึ่งในทั้งสองด้านนี้ ผู้ชมได้ตอบสนองต่อรายการ "สำรวจโลก" ใน 2 ประเด็นหลักด้วยกันก็คือ ต่อเนื้อหาของรายการ (Content of Program) และต่อรูปแบบของรายการ (Format of Program) ซึ่งสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่แสดงความชื่นชอบต่อรายการเข้ามาทั้งสิ้น

โดยเหตุนี้เองรายการ "สำรวจโลก" จึงเป็นข้อพิสูจน์ได้เป็นอย่างดีว่า มีกลุ่มผู้ชมคนไทยที่ชื่นชอบรายการประเภทสารคดีให้ความรู้อยู่จริง ทั้งยังมีในปริมาณที่ไม่น้อยทีเดียว ในขณะที่การดัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการก็ถือว่าประสบความสำเร็จในการปรุงรายการออกมาได้อย่างถูกใจคนไทย

## การอภิปรายผล

เนื่องจากผู้วิจัยได้ตั้งข้อสมมติฐานเอาไว้ 3 ข้อด้วยกันในการศึกษาคั้งนี้ จึงขอทำการอภิปรายผลการวิจัยตามลำดับข้อสันนิษฐานที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้

1. การดัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการ “สำรวจโลก” ถือว่ามีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นการถ่ายทอดความหมายข้ามวัฒนธรรม หรือตามแนวคิดเรื่องการเผยแพร่ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural broadcasting) ของสถาบันวิจัยด้านการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัย แสตนฟอร์ด (Institute for Communication Research, Stanford University) ตั้งแต่ตัวหนังสือ คดีได้ถูกนำเข้ามาจากต้นลิขสิทธิ์หลายแหล่ง จากต่างประเทศ แม้ว่าในเชิงคุณภาพของหนังจะมี อยู่อย่างเต็มเปี่ยม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเทคนิคการถ่ายทำ การนำเสนอ มุกกล้อ้ง การตัดต่อ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ชมรายการ “สำรวจโลก” ก็ยังคงเป็นคนไทยอยู่ดี และด้วยเหตุผลนี้เอง ที่ทำให้ รายการ “สำรวจโลก” จำเป็นต้องมีการปรุงแต่ง หรือนำเสนอรายการซ้ำ (Representation) ใน รูปแบบใหม่เพื่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรมขึ้นมา ดังภาพ



แผนภาพที่ 18 แผนภาพแสดงความจำเป็นในการดัดแปลงข้ามวัฒนธรรมเพื่อผู้ชมคนไทย

ทั้งนี้ รูปแบบการผลิตซ้ำของรายการ "สำรวจโลก" เป็นรูปแบบของการดัดแปลงรูปแบบ แต่ยังคงรักษาเนื้อหาดั้งเดิมเอาไว้ และตรงตามแนวคิดในเรื่องการผลิตซ้ำใหม่ในเชิงระบบของ Stuart Hall ในประเภทของการผลิตซ้ำขึ้นมาใหม่แต่ยังคงความหมายเดิม ทั้งนี้ก็เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ซึ่งเป็นคนไทยให้มากที่สุดนั่นเอง

2. การดัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการ "สำรวจโลก" ไม่ได้ดำเนินไปโดยเสรี เนื่องจากต้องเผชิญกับแรงกดดันต่าง ๆ รอบข้างอย่างมากมาย ทั้งนี้เป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารองค์กร (Organizational Theory) ที่พูดถึงแรงบีบบังคับรอบด้านในการผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชน

รายการ "สำรวจโลก" ได้พบข้อจำกัดในหลายเรื่องทั้งปัจจัยภายใน และภายนอก ทั้งนี้ ปัจจัยภายใน ในเรื่องขององค์กร และการผลิตนั้นเป็นเรื่องที่ถูกมองในลักษณะของปัญหาระยะสั้น และพอที่จะควบคุมได้ โดยขึ้นอยู่กับความสามารถในการพัฒนาองค์กร ประกอบกับความเป็นมืออาชีพขององค์กร (Professionalism) เมื่อระยะเวลาผ่านไป

ในขณะที่ส่วนของปัจจัยภายนอก เป็นเรื่องที่ยากกว่ามากในการควบคุม เนื่องจากพบว่ามีข้อจำกัดทางเงื่อนไข และสัญญาจากผู้ให้ลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นตัวกำหนดขอบเขตของการผลิตซ้ำ รวมทั้งผู้สนับสนุนรายการที่มีอยู่ไม่มากนัก และในบางครั้งที่มีการแทรกแซงในการกำหนดเนื้อหาของหนังสือสารคดีอีกด้วย อย่างไรก็ตาม รายการ "สำรวจโลก" ก็ได้พยายามที่จะให้ความสำคัญกับด้านของความสนใจของผู้รับสารเป็นอันดับต้น เนื่องจากต้องการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ชมเป็นหลัก

โดยสรุปแล้วถือว่ามีปัจจัยมากมายที่ส่งผลกระทบต่อรายการ "สำรวจโลก" หากแต่จะแตกต่างกันไปในเชิงของระดับความสำคัญในปัจจุบันแต่ละตัว ซึ่งทั้งนี้ ก็ขึ้นอยู่กับช่วงเวลา การต่อสัญญาข้อตกลงในแต่ละครั้ง รวมทั้งโอกาสทางการตลาดอื่น ๆ ด้วย

3. เป็นที่ชัดเจนว่า การดัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการ "สำรวจโลก" ส่งผลทำให้ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ชมคนไทยเกิดความสนใจต่อรายการเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าผู้รับสารจำนวนมากที่มีปฏิกริยาตอบกลับต่อทางรายการ (Active audience) และพบว่าการตอบสนองจากผู้รับสารเหล่านี้ มีผลต่อการพัฒนารายการ "สำรวจโลก" เป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้ผู้ส่งสารคือบริษัท เน็กซ์สเตป จำกัด ได้รู้จักลักษณะต่าง ๆ ของผู้รับสารซึ่งสามารถพบได้ในหลากหลายคุณลักษณะ ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ สาขาอาชีพ ระดับการศึกษา และแบบแผนการรับชมในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ Stanton บอกว่ามักจะเป็นคำถามพื้นฐานที่นักสื่อสารมวลชนใคร่สงสัยในเรื่องของผู้รับสาร

นอกจากนี้ การตอบสนองของผู้รับสารยังเป็นตัวบ่งบอกได้เป็นอย่างดีถึงความนิยมที่ได้รับจากผู้ชมทั่วประเทศด้วย อีกทั้งยังมีการตอบสนองในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ซึ่งสามารถพบได้ทั้งในเชิงอารมณ์ความรู้สึก (Affective Response) และในเชิงการรับรู้ (Cognitive Response) ซึ่งดำเนินไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการวัดการตอบสนองต่อสื่อ (Measuring the Responses to Media) ของ Gunter นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม นับว่ารายการ "สำรวจโลก" ได้ตัดสินใจถูกต้องในการเลือกดัดแปลงรายการ เริ่มตั้งแต่ในกระบวนการคัดเลือกหนังสือคดี ที่เรียกว่า เลือกลงคอกผู้ชมคนไทย ที่โดยลักษณะพื้นฐาน มักจะให้ความสนใจกับเรื่องสัตว์ป่าที่น่าตื่นตาตื่นใจต่าง ๆ รวมถึงเรื่องราวที่ลึกลับ แปลกประหลาด คาดไม่ถึง และที่สำคัญที่สุดต่อภาพลักษณ์ของรายการก็คือ การเพิ่มพิธีกรคนไทยเข้าไปเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ชมคนดู ซึ่งผลปรากฏว่าพิธีกรได้ทำหน้าที่นี้ได้เป็นอย่างดีและเหมาะสมต่อรายการ จนผู้รับสารส่วนใหญ่ต่างชื่นชมเป็นเสียงเดียวกันในความเหมาะสมเจาะลงตัวนี้ อีกทั้งในการตัดทอน และดัดแปลงรายการเช่นกัน ที่สามารถทำออกมาได้อย่างพอดี นับว่าเป็นการร่วมมือกันอย่างดีท่ามกลาง ผู้แปลบท ผู้พากย์ และพิธีกร ที่ส่งผลทำให้หน้าตาของรายการ "สำรวจโลก" ในแบบฉบับของคนไทยสามารถสร้างความนิยมได้อย่างต่อเนื่อง และทวีมากขึ้นเรื่อยมา

มากไปกว่านั้น ผู้วิจัยยังได้ค้นพบลักษณะของการถ่ายทอดวัฒนธรรมทางด้านความคิด และทัศนคติผ่านทางรายการ “สำรวจโลก” อีกด้วย

จากการชมภาพยนตร์สารคดีของ National Geographic โดยเปรียบเทียบทั้งตอนที่ได้ทำการดัดแปลงเป็นภาษาไทยแล้ว และตอนที่เป็ต้นฉบับภาษาอังกฤษ ในส่วนของเนื้อหาและเรื่องราว นั้น ได้มีการดัดทอนบทแปลออกบ้างบางส่วน เนื่องจากความจำกัดทางด้านเวลา แต่ยังคงรักษาใจความที่สำคัญไว้ เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมทางความคิด และทัศนคติ ซึ่งผู้วิจัยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

#### 1. วัฒนธรรมความคิดทางด้านธรรมชาติ

เพื่อให้ความรู้ในรายละเอียดของธรรมชาติอย่างลึกซึ้ง ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ พืช การทำงานอย่างสอดคล้องและสมดุลกันในระบบนิเวศวิทยา เพื่อสร้างความเข้าใจ ความรักและความห่วงแหนต่อธรรมชาติรอบตัวเรา เพื่อร่วมกันรักษาให้คงอยู่สืบไป ทั้งในด้านของวัจนภาษา เช่น เรื่องของความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ วัฏจักรของการต่อสู้อันกล้า ความสมดุลในระบบนิเวศ ฯลฯ และด้านอวัจนภาษา เช่น การใช้ดนตรีเบา ๆ จังหวะสบาย ๆ เพื่อเพิ่มอารมณ์ในความรู้สึกและอารมณ์ ในการชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และ Bump ที่ได้นำภาพที่น่าสนใจต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้สึกตื่นเต้นในการชมสารคดีทางธรรมชาติ

#### 2. วัฒนธรรมความคิดทางการเรียนรู้

เป็นพื้นฐานแนวคิดที่จะนำพาผู้ชมคนดูให้กลายเป็นคนที่รักในการแสวงหาความรู้ ความเข้าใจ และนำมาใช้ในชีวิตได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การที่คนเข้าไปมีส่วนกับธรรมชาติได้ ไปช่วยรักษาและดูแลได้อย่างกลมกลืน รวมถึงความตื่นเต้น และทำทหายที่ผู้เชี่ยวชาญได้รับจากการเรียนรู้จากธรรมชาติอันอัศจรรย์

คำพูดที่ผสมผสานผ่านทางสื่อภาพที่งดงาม กอปรกับเสียงดนตรีที่ไพเราะ ทำให้รายการ “สำรวจโลก” สามารถปลุกฝัง และส่งทอดวัฒนธรรมทางความคิด และทัศนคติต่อผู้ชมได้เป็นอย่างดี



### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า รายการประเภทสารคดีนั้น เป็นรายการที่มีกลุ่มคนดูอยู่จริง ทั้งยังให้สาระประโยชน์ต่อคนดูกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก ดังนั้นเอง จึงควรมีการสนับสนุนรายการประเภทนี้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในประเทศไทย ที่ควรจะมีการสนับสนุนในด้านการผลิตรายการสารคดีอย่างจริงจัง เพื่อให้ผู้ชมคนไทยได้มีรายการที่มีคุณภาพ และมีคุณค่า ซึ่งผลิตขึ้นจากฝีมือของคนไทยเอง ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับคลื่นสังคมแห่งความรู้ที่กำลังมีบทบาทมากขึ้นในประเทศของเราต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการศึกษาเรื่อง การตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อรายการสารคดี “สำรวจโลก” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเป็นกรณีศึกษาต่อรายการ “สำรวจโลก” เพียงรายการเดียวเท่านั้น ซึ่งจะได้เห็นได้ชัดเจนว่ามีการดัดแปลงในการผลิตซ้ำในรูปแบบเฉพาะตัวที่อาจจะไม่เหมือนกับรายการสารคดีดัดแปลงรายการอื่น ๆ จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่ง หากจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงเปรียบเทียบคู่ขนานไปกับรายการลักษณะเดียวกันนี้ต่อไป ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถเห็นถึงความแตกต่าง ข้อได้เปรียบ และเสียเปรียบต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการใช้เป็นแนวทางต่อการผลิตรายการสารคดีในลักษณะเช่นนี้ต่อไปในอนาคต เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนดูที่เป็นคนไทยได้อย่างเสริมสร้าง และเหมาะสม.