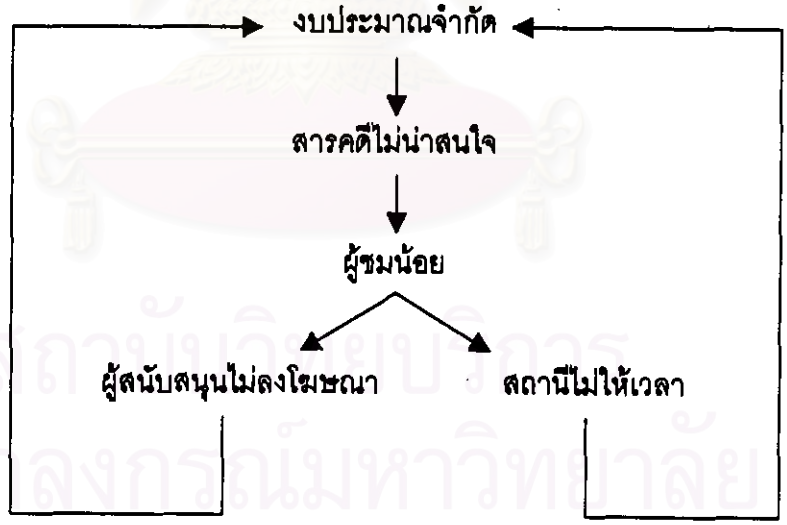
บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์นั้น จะเห็นได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากมาย โดยไม่อาจปฏิเสธได้ว่ารายการสารคดีโทรทัศน์ไทยโดยเฉพาะสารคดีเต็มรูปแบบนั้นอิงกับสภาวะเศรษฐกิจมาตั้งแต่ต้น และเป็นพัฒนาการที่มีลักษณะเป็นวัฏจักรเช่นเดียวกับวงจรชีวิตของสินค้า คือมีช่วงแรกเริ่ม ช่วงเติบโต ช่วงตกต่ำ

"คิดว่ามันเป็นเหมือนวัฏจักร มันจะมีช่วงที่สูงสุด ซึ่งที่ผ่านมามันอาจจะไปได้มากกว่านี้ หากไม่มาเจอภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเสียก่อน แล้วก็มีช่วงที่ตกต่ำ เพราะเมื่อมีคนทำกันออกมามากและมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีคุณภาพ คนดูก็เริ่มไม่สนใจ อย่างแนวคิดการตลาดที่ว่าพอมีอะไรออกมามาก ก็จะเกิดการแข่งขันสูง นั่นคือรายการสารคดีก็เหมือนกับสินค้าประเภทหนึ่ง" (นิมะ ราชิดี,สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2542)



แผนภาพที่ 11 : เงื่อนไขการผลิตรายการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

จากการศึกษาพบว่า เนื่องจากงบประมาณในการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัดและการมุ่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์มากเกินไป ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการไม่

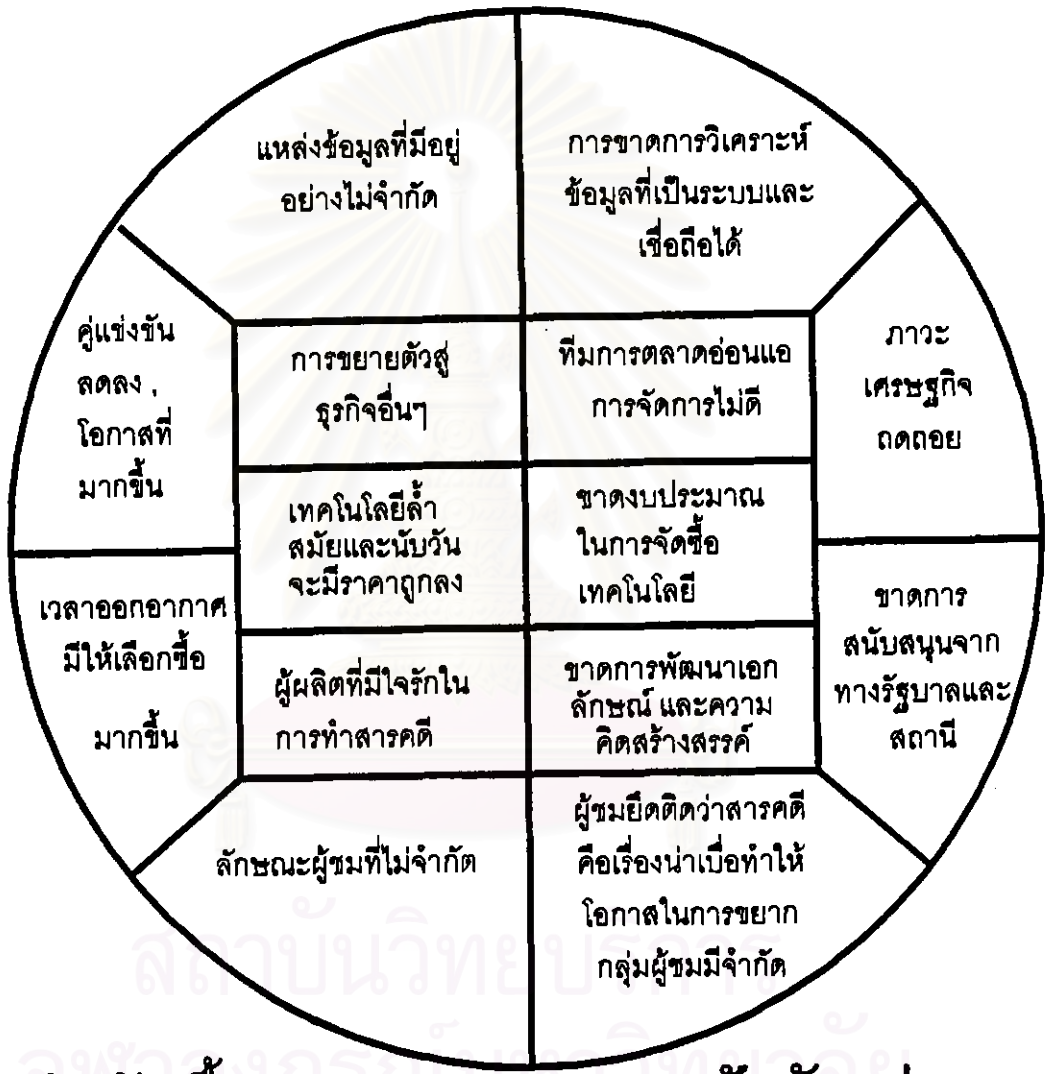
สามารถพิถีพิถันสร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพได้เท่าที่ควร ทำให้กลุ่มคนดูน้อย สถานีและผู้สนับสนุนรายการจึงไม่สามารถให้งบประมาณสนับสนุนได้ ซึ่งส่งผลวงจรย้อนกลับที่ผู้ผลิตจึงไม่มีเงินพอที่ผลิตรายการสารคดีคุณภาพให้เกิดขึ้น

ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงในส่วนของกระบวนการผลิต สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ปี	2530-2532 (บุกเบิก)	2532-2537 (เติบโต)	2537-2541 (ตกต่ำ)
การแบ่งยุค	ช่วงกำเนิดของรายการสารคดีเต็มรูปแบบ	ช่วงเปลี่ยนผ่านยุคโจ๋ยสู่ยุคแปซิฟิค	ช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคของแปซิฟิคสู่ยุคพาโนรามา
เนื้อหา	สารคดีท่องเที่ยว,แนะนำสถานที่หรือสิ่งที่น่าสนใจต่างๆ	ช่วงเปลี่ยนผ่านจากสารคดีท่องเที่ยวสู่สารคดีเพื่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	แสวงหาประเด็นใหม่ที่เป็นเรื่องใกล้ตัวมนุษย์มากขึ้น
ปริมาณ	รายการสารคดีมีน้อยมาก โดยเฉพาะสารคดีเต็มรูปแบบมีเพียง 2-3รายการเท่านั้น	มีรายการสารคดีเกิดขึ้นมากมายโดยเฉพาะรายการสารคดีอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จนเป็นที่มาของคำว่า "ยุคเขียวปี๋"	ลดลงอย่างรวดเร็ว แปรผันตามภาวะเศรษฐกิจ
รูปแบบการดำเนินเรื่อง	บรรยายแบบเล่าให้ฟังไม่เน้นข้อมูล	บรรยายโดยการให้ข้อมูลที่มากขึ้น	ยังคงเน้นการบรรยายเป็นหลัก โดยให้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์เจาะลึกหลายด้าน
ลักษณะการผลิต	1.บันทึกภาพก่อน 2.นำข้อมูลที่ได้ระหว่างการเก็บภาพมาเขียนบท	1.เขียนบท 2.บันทึกภาพ	1. สำรวจก่อนถ่ายจริง 2.นำข้อมูลมาเขียนบทและเตรียมการถ่ายทำ 3. เก็บภาพอีกครั้ง นั่นคือมีขั้นตอนการเตรียมการที่ละเอียดขึ้น
ผู้ผลิต	ใจรัก+เห็นลู่ทางโอกาสการเติบโตของสารคดี	ใจรัก+ธุรกิจ	ใจรัก
รายการที่น่าสนใจ	หลายชีวิต,ส่องโลก,กระจกหกด้าน	หลายชีวิต,ส่องโลก,กระจกหกด้าน,ทุ่งแสงตะวัน,โลกลลับสี	หลายชีวิต,ส่องโลก,กระจกหกด้าน,ทุ่งแสงตะวัน,โลกลลับสี,โลกสีน้ำเงิน

ตารางที่ 4 : สรุปพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปี พ.ศ.2530 ถึง 2541

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ผลิตนั้น ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยดังนี้



แผนภาพที่ 12 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

สภาพการณ์ในปัจจุบัน

รายการสารคดีโทรทัศน์ปัจจุบันนี้ ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการนำเสนอและพัฒนาไปสู่สารคดีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังได้เกิดกลุ่มที่เรียกว่า "คนสารคดี" ขึ้นอีกหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มแปซิฟิก (กลุ่มนี้ได้แตกออกมาเป็นบริษัทต่าง ๆ ที่ทำสารคดีคุณภาพเช่นกัน อาทิ ป่าใหญ่ ครีเอชัน, พาโนรามา ฯ) กลุ่มโจ้ย บางจาก บริษัท ทริลเลี่ยน ผู้ผลิตรายการสารคดีกระจกหกด้าน และกลุ่มบริษัทเล็กๆ ที่รับจ้างผลิตสารคดีทั่วไป

ถึงแม้ว่าสารคดีจะเป็นรายการที่ไม่สร้างรายได้ แต่ยังคงมีกลุ่มผู้ผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ของไทยที่ยังรักในการทำสารคดี และมุ่งมั่นที่จะผลิตสารคดีที่มีคุณภาพ กลุ่มนี้อาจเรียกได้ว่าเป็น "กลุ่มคนสารคดี" ที่ยังคงยืนหยัดทำรายการสารคดีคุณภาพ ทั้งที่รู้ว่ามีแต่ขาดทุน แต่ไม่หันไปทำรายการบันเทิงที่ทำได้ง่ายและได้เงินมากกว่า เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการมีความรักในวิชาชีพเป็นล้นพ้น อันเป็นปัจจัยเงื่อนไขหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพของผู้ผลิตสารคดีโทรทัศน์ไทย ตามทัศนะของ Durkheim (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตรายการในปัจจุบันเริ่มมีการปรับตัวกันมากขึ้นโดยมีเป้าหมายเป็นสองส่วนคือส่วนที่หนึ่งต้องหาเงินรายได้เข้าบริษัทเพื่อให้อยู่รอด ส่วนที่สอง คือการมีอุดมการณ์ในอาชีพ ทั้งนี้เพราะการมีแต่อุดมการณ์เพียงอย่างเดียวโดยปราศจากงบประมาณก็ไม่อาจนำพาให้อุดมการณ์นั้นสำเร็จได้ ดังนั้นทั้งสองส่วนจะต้องมีควบคู่กันไป

จะเห็นได้ว่ารายการสารคดีเป็นรายการที่ให้ความรู้อย่างไม่มีพิษภัย แต่กลับไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ชมเท่าใดนัก แม้ว่าในปัจจุบันรายการสารคดีทางโทรทัศน์หลาย ๆ รายการนั้นจะมีคุณภาพทัดเทียมกับสารคดีจากต่างประเทศแล้วก็ตาม แต่ด้วยอุปสรรคและข้อจำกัด อาทิ การขาดการสนับสนุนจากสถานีโทรทัศน์ในการให้ช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสม หรือข้อจำกัดทางด้านงบประมาณการผลิต เนื่องจากการผลิตสารคดีคุณภาพแต่ละเรื่องนั้น มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมาก ทำให้สารคดีคุณภาพหลาย ๆ รายการ จึงต้องลาจากจอโทรทัศน์ไปโดยปริยาย

"ในสังคมเราทุกวันนี้ถูกสร้างวัฒนธรรมอะไรบางอย่างขึ้นมาเพื่อให้เป็นเรื่องคุ้นเคย จบข่าวเมื่อใดต้องเป็นเรื่องบันเทิงเท่านั้น รายการสาระไม่ค่อยมี มันถูกปลูกฝังมา

หลายสิบปีแล้ว ซึ่งทุกช่องเป็นแบบนี้กันหมด คนดูก็ไม่มีทางเลือก จำเป็นต้องดู ละครก็ละครกันหมด เป็นเกมส์โชว์ก็เกมส์โชว์กันทุกช่อง ดังนั้นสารคดีจึงไม่มีโอกาสที่จะเกิดได้ ในขณะเดียวกันเอเยนซี่เองก็มองว่า การจะลงสินค้าสักตัว ต้องมีกลุ่มเป้าหมายเป็นแสนๆ คน ซึ่งสารคดีทำแบบนั้นไม่ได้ แต่ละครทำได้ เกมส์โชว์ทำได้ เอเยนซี่ก็ต้องเลือกคนดูมากๆ นั่นเอง" (ชนินทร์ ชมะโชติ,2540)

อย่างไรก็ดีอาจเป็นไปได้ว่าปัจจัยบางส่วนเกิดจากผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ยังไม่เป็นมืออาชีพพอ ในแง่ทักษะความสามารถ ตามทัศนะของ Weber (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) รายการบางรายการไม่ได้คำนึงถึงเทคนิคการนำเสนอเท่าที่ควร ขอเพียงให้มีภาพมีดนตรีประกอบมีคนอ่านเพียงเท่านี้ก็ออกอากาศได้ แต่หากพิจารณาแล้วจะพบว่าในความจริงแล้วผู้ผลิตไม่มีทางเลือก เนื่องจากเป็นเงื่อนไขที่สถานีต้องการแบบนี้ งานต้องเสร็จในเวลารวดเร็ว งบประมาณน้อย เวลาออกอากาศในช่วงที่ผู้ชมเป็นกลุ่มแม่บ้าน หรือเงื่อนไขอื่นๆ ที่ทำให้ผู้ผลิตจึงไม่มีทางเลือก ประจวบกับสังคมในปัจจุบันผู้ชมไม่นิยมชมรายการสารคดี พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปหันไปชมเคเบิลทีวีแทน เอเจนซี่ก็สนับสนุนแต่รายการบันเทิง การพัฒนาตัวเองจึงเกิดขึ้นได้ยาก นานวันเข้าบริษัทที่เคยผลิตงานดีๆ ก็ลดคุณภาพ ลดความพิถีพิถัน เพื่อให้สามารถอยู่รอดต่อไป ซึ่งการลดคุณภาพลงกลับกลายเป็นดาบสองคมที่ทำให้ผู้ชมกลับยิ่งเบื่อรายการสารคดีเข้าไปอีก

ปัจจุบันผู้สนับสนุนรายการสารคดีนั้นมีไม่มาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสนับสนุนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับบริษัทมากกว่า โดยเฉพาะรายการที่มีความยาว 30 นาทีขึ้นไปมักจะมีผู้สนับสนุนรายการหลักเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น ในอีกแง่มุมหนึ่งอาจเป็นเพราะรายการขนาดยาวจะส่งผลทางการตลาดให้แก่ผู้สนับสนุนรายการได้น้อยมาก

บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีที่ปัจจุบันยังคงมีผลงานสารคดีโทรทัศน์เต็มรูปแบบในปัจจุบันนั้นมีเพียงไม่กี่บริษัท บริษัทเหล่านี้เป็นบริษัทที่ผลิตรายการสารคดีเป็นหลัก โดยผลิตรายการสารคดีออกอากาศทางโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ บริษัท แปซิฟิค อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด, บริษัท พาโนรามา ด็อคคิวเมนทารี่ จำกัด, บริษัทสัจมณฑล สารคดี จำกัด,บริษัท ทริลเลี่ยน จำกัด,บริษัท ส่องโลก (1994) จำกัด,บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด

นอกจากนี้ยังมีบริษัทผลิตรายการสารคดีอื่นๆ อีกที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและไม่ได้มีเป้าหมายในการผลิตสารคดี แต่โดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตยังคงเป็นกลุ่มเดิมๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีชื่อบริษัทใหม่ๆ เกิดขึ้น แต่ในความเป็นจริงแล้วก็คือผู้ผลิตรายเก่าที่เปลี่ยนชื่อใหม่ แต่เป็นคนกลุ่มเดิมนั่นเอง สำหรับบริษัท แปซิฟิก อินเตอร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ซึ่งเคยมีชื่อเสียงในด้านการผลิตสารคดีโทรทัศน์ ปัจจุบันลดบทบาทการเป็นผู้ผลิตรายการสารคดีแล้ว แต่เปลี่ยนไปเน้นธุรกิจสื่อวิทยุจส. 100 และนิตยสารดิฉันแทน

จวบจนปัจจุบันนี้ ถึงแม้ว่ารายการสารคดีจะมีคู่แข่งไม่กี่ราย แต่สิ่งที่ต้องแข่งขันเป็นอย่างหนักก็คือการต่อสู้กับรายการบันเทิง ละคร เกมส์โชว์ต่างๆ ซึ่งส่งผลให้ตลาดผู้ชมกระจายออกไปตามส่วน สำหรับรายการสารคดีนั้นถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มที่ผู้ชมให้ความสนใจน้อย แต่การที่จะทำรายการสารคดีให้ได้รับความนิยม หัวใจสำคัญคือการนำเสนอในสิ่งที่มีคุณค่าให้ผู้ชมได้เห็นผลงาน และตัดสินถึงชิ้นงานนั้นว่ามีคุณภาพมากน้อยแค่ไหน

<u>แนวโน้มของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย</u>

ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยจะขออภิปรายตามลำดับดังนี้

ก. แนวโน้มทางด้านแนวคิดในการผลิตรายการ

ข. แนวโน้มทางด้านกระบวนการผลิตรายการ

ค. แนวโน้มทางด้านธุรกิจการผลิตรายการ

(ก) <u>แนวโน้มทางด้านแนวคิดในการผลิตรายการ</u>

1. **สารคดีเชิงข่าวจะได้รับความนิยม**

เนื่องจากโลกปัจจุบันเป็นยุคแห่งโลกาภิวัฒน์ที่ผู้คนให้ความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารมากขึ้น นอกจากนี้รายการสารคดีเชิงข่าวยังหาผู้อุปถัมภ์ได้ค่อนข้างง่ายกว่าเพราะเป็นสถานการณ์ปัจจุบันที่ผู้คนให้ความสนใจอยู่แล้ว ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หลายๆบริษัทจึงมีแนวโน้มที่จะผลิตรายการสารคดีเชิงข่าวโดยคัดเลือกประเด็นการนำเสนอโดยเน้นกระแสที่ได้รับความสนใจอยู่ในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นรายการ รายงานแปซิฟิค, รายการตามล่าหาความจริง, เจาะลึกเรื่องจริง เป็นต้น

2. **มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน**

การมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์สามารถทำรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ดีกว่า เพราะจากการสำรวจ พบว่า สารคดีโทรทัศน์ยังคงมีกลุ่มผู้ชมที่ติดตามชมรายการอยู่ เพียงแต่เป็นกลุ่มเล็กๆ ที่กระจายตัวจึงเป็นอุปสรรคต่อการสร้างประเด็นและแนวการดำเนินเรื่องเนื่องจากผู้ชมมีขอบเขตการรับรู้ที่ต่างกัน กลุ่มผู้ผลิตจึงหันมาให้ความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนของตนเองมากขึ้น

3. **รายการสารคดีเต็มรูปแบบจะน้อยลงแต่จะมีสารคดีลูกผสมมากขึ้น**

เป็นที่ทราบกันดีว่า รายการสารคดีเป็นรายการที่ให้ความรู้สาระ เป็นรายการที่ให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ ดังนั้นการสอดแทรกโฆษณาระหว่างการนำเสนอจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เพราะสารคดีเต็มรูปแบบนั้นไม่เปิดโอกาสให้โฆษณาแฝงเท่าใดนัก อีกทั้งเป็นรายการที่มีแรงจูงใจในการชมน้อยกว่ารายการบันเทิง ดังนั้นจึงได้มีการนำเอารูปแบบการนำเสนอของหลายรายการมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดการนำเสนอรายการในรูปแบบใหม่และน่าติดตามมากขึ้น เช่นการนำเอารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสาระบนพื้นฐานของความจริงตามแบบของรายการสารคดีมาผสมกับรูปแบบของรายการบันเทิงจนมีรูปแบบคล้ายกับรายการนิตยสาร หรือปกิณกะบันเทิง (นนทวรรณ ดิษฐแย้ม, 2540) ได้แก่รายการท้าพิสูจน์ , รายการหนึ่งในเมืองไทย เป็นต้น

(ข) <u>แนวโน้มทางด้านกระบวนการผลิตรายการ</u>

1. **สารคดีขนาดยาวจะน้อยลง ในขณะที่จะมีการขอยรายการเป็นตอนสั้นๆ มากขึ้น**

รายการสารคดีเต็มรูปแบบที่ใช้เวลาในการนำเสนอครั้งละนานๆ เช่น ครึ่งชั่วโมง หรือหนึ่งชั่วโมงจะมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากต้องใช้งบประมาณในการลงทุนสูง, การทำรายการคุณภาพเป็นไปได้ยาก เรทติ้งไม่ดี ไม่ใช่รายการที่สร้างรายได้ และผู้ชมมักเกิดความเบื่อหน่ายที่จะติดตามชม แนวโน้มของรายการสารคดีในอนาคตจึงอาจจะเป็นเพียงรายการแทรกคั่นระหว่างรายการบันเทิง โดยเป็นรายการสั้นๆ ประมาณ 2-3 นาทีเท่านั้น แต่ก็อาจจะมี

เพียงรายการสารคดีบางประเภทที่คงไว้เพื่อนโยบายบางประการ อาทิ สารคดีเฉลิมพระเกียรติ สารคดีเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม สารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

2. **การใช้ระบบผู้ผลิตอิสระ** (Freelance)

รายการสารคดีเต็มรูปแบบเป็นรายการที่ต้องวางแผนการผลิตเป็นอย่างดี การผลิตรายการแต่ละเรื่องแต่ละตอนจึงต้องใช้เวลานาน และไม่แน่นอนว่าจะมีผู้สนับสนุนหรือไม่ การว่าจ้างบุคลากรอิสระจึงสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงในจุดนี้ได้ อีกทั้งยังเป็นการเปิดกว้างในเรื่องความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย

(ค) <u>แนวโน้มทางด้านธุรกิจการผลิตรายการ</u>

1. **การผลิตรายการสารคดีเพื่อการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้น**

จากแนวคิดที่ว่า "อุตสาหกรรมสื่อมวลชนได้ปรับตัวให้สอดคล้องกับปริบทแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในตลาดเสรี " สำหรับธุรกิจการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยก็เช่นกัน แนวโน้มในอนาคต ผู้ผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ไทยได้มองหาช่องทางใหม่ๆ ในการหารายได้จากการส่งออกสารคดีทางโทรทัศน์ เพื่อไปเผยแพร่ในต่างประเทศ โดยมีทั้งการขายให้เครือข่ายเคเบิลทีวีรายใหญ่ และสถานีโทรทัศน์ต่างๆ

การผลิตสารคดีเพื่อการส่งออกจึงดูเหมือนเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะเป็นการเผยแพร่ความเป็นไทย ถ่ายทอดผ่านสื่อโทรทัศน์ไปยังผู้ชมทั่วโลก ยังเป็นสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อส่งออกไปขายนำเงินตราเข้าสู่ประเทศ ทดแทนการนำเข้ารายการบันเทิงจากต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางวัฒนธรรมที่คนไทยมักเป็นแต่ผู้รับ จนปัจจุบันวัฒนธรรมความเป็นไทยกำลังจะถูกกลืนด้วยวัฒนธรรมอเมริกันผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดหรือการ์ตูนญี่ปุ่น

"การนำสารคดีออกไปขายต่างประเทศก็เป็นไปได้มาก เราเคยนำสารคดีของเราไปออกบูธที่ต่างประเทศ สารคดีจะขายได้ดีกว่าโปรแกรมพวกหนังของเมืองไทย ซึ่งเราก็ได้รับการติดต่ออยู่เสมอ เราเองก็ได้ขายไปแล้วโดยขายเป็นสายตรง ก็เป็นความสำเร็จอีกขั้น

หนึ่ง ทำให้เห็นว่าทำไมประเทศอื่น เขาเห็นความสำคัญของสารคดี แต่พวกเราเองกลับไม่ดูสารคดี" (เตือนตา เกษมสำราญ, 2540)

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีการผลิตสารคดีเพื่อเน้นตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะการผลิตป้อนให้กับดิสคัพเวอรี่แชนนอล ทั้งนี้การหาเรื่องป้อนเข้าสู่ดิสคัฟเวอรี่ใช้วิธีหาเอาจากผู้ผลิตภายในท้องถิ่นที่คิดว่างานของตัวเองเข้าขั้นคุณภาพตามมาตรฐานของดิสคัพเวอรี่ ก็นำมาเสนอ ที่เหลือเป็นหน้าที่ของทางบริษัทจัดจำหน่ายที่จะกระจายเรื่องไปสู่ประเทศต่างๆ อีกวิธีหนึ่งโดยการส่งเรื่องที่ทางบริษัทสนใจมาทางประเทศนั้นๆ และผลิตงานในแง่ของดิสคัพเวอรี่ ซึ่งจะมีการหาหัวข้อใหม่ๆ ในการทำอยู่ตลอดเวลา อาทิในประเทศไทย เรื่องราวของชาวเผ่าต่างๆ ในภาคเหนือ ประวัติศาสตร์ของกรุงเทพฯ ช้างในเมืองไทย ชีวิตสัตว์ป่าในเมืองไทย ไม้ดอกไม้ประดับของไทย เหล่านี้เป็นหัวข้อที่น่าสนใจและคิดว่าน่าจะเป็นโครงการสารคดีในอนาคตสำหรับดิสคัฟเวอรี่ ดังที่นายเควิน จอห์น แม็กอินไตร์ รองประธานและผู้จัดการทั่วไป บริษัทดิสคัฟเวอรี่ แชนนอล ได้กล่าวไว้ว่า

"ประเทศไทยมีผู้สร้างระบบเคเบิลไว้เป็นฐานที่ดีอยู่แล้ว เราสามารถจัดหาโปรแกรมป้อนให้ได้ หลังจากนี้ แม้ว่าพวกเขาจะมีช่องมากมายให้เลือก แต่เราจะเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งให้เขา และคิดว่าจะเป็นช่องหนึ่งที่ได้รับความนิยมในเอเชีย ในประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์" (เควิน จอห์น แม็กอินไตร์ ,2538)

2. การแลกเปลี่ยนรายการสารคดีกับประเทศต่างๆ

นอกจากแนวโน้มในด้านการขายรายการให้ต่างประเทศแล้ว ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยยังมีแนวโน้มในการแลกเปลี่ยนรายการ โดยอาศัยความร่วมมือในระดับชาติ ทั้งในด้านการลงทุน และการผลิตรายการ อาทิ ประเทศสมาชิกขององค์กรประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) มีการแลกเปลี่ยนรายการวิทยุโทรทัศน์และศิลปิน รวมถึงการจัดโครงการฝึกอบรมในระหว่างภูมิภาคขึ้น รวมทั้งการร่วมมือในการผลิตภาพยนตร์สารคดี ตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 1970 ในภูมิภาคนี้ก็มีองค์การผู้ผลิตภาพยนตร์แห่งอาเซียน ASEAN Motion Picture Producers Association) ที่ต้องการจะส่งเสริมความร่วมมือในการผลิตภาพยนตร์สารคดีขึ้นด้วย นี้เป็น

กรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือในระหว่างชาติต่างๆ ในภูมิภาคเดียวกันได้เป็นอย่างดี (ชูศักดิ์ จิระสกุลไทย, 2540)

3. การจัดสรรคลื่นความถี่ใหม่

3.1 แนวคิดในการจัดตั้งสถานีเพื่อความรู้

ก่อนหน้านี้ ดร.สมเกียรติมีแนวคิดที่จะปรับช่อง11 ให้เป็นองค์กรอิสระมาตั้งแต่ปี 2539-2540 ซึ่งในขณะนั้นต้องใช้งบประมาณ 50 ล้านบาทในการปรับปรุงระบบการทำงานทั้งหมดของช่อง 11 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับโครงสร้างของช่อง 11 ให้เป็นองค์กรอิสระเป็นวัตถุประสงค์หลัก และมีนโยบายการเช่าเวลาและปรับปรุงรายการให้ดีขึ้นเป็นวัตถุประสงค์รองทั้งนี้ดร.สมเกียรติ ได้ขอให้คุณบีย์ มาลากุล ณ อยุธยา ร่วมมือกันดำเนินโครงการนี้ แต่คุณบีย์ซึ่งเป็นนักธุรกิจที่มองการชัดเจน เล็งเห็นว่าไม่สามารถเป็นไปได้จึงได้ปฏิเสธที่จะร่วมด้วย ดร.สมเกียรติจึงหาแหล่งเงินทุนใหม่นั่นคือ กลุ่มวัฏจักร ซึ่งร่วมมือกันก่อตั้งบริษัท เอเชียวิชั่น เพื่อเข้าไปบริหารช่อง 11 ในระยะเวลาต่อมา แต่เนื่องจากระบบองค์กรของช่อง 11 ไม่เปิดโอกาสให้ปรับโครงสร้างได้ทั้งในส่วนของบุคคลและระบบ ในที่สุด ดร.สมเกียรติจึงขอถอนตัว กระนั้น ดร. สมเกียรติก็ยังไม่ละความพยายาม ช่วงเลือกตั้งสมาชิกสภาร่างรัฐธรรมนูญ (สสร.) ที่ผ่านมา ดร.สมเกียรติจึงได้เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการสสร. เพื่อร่างพระราชบัญญัติฉบับใหม่จัดตั้งองค์กรอิสระและการจัดสรรคลื่นความถี่ ซึ่งประสบผลสำเร็จในเวลาต่อมา

"ต้องปรับโครงสร้าง พวกเราชาวสารคดีถึงจะอยู่รอด และทำงานอย่างมีความสุขได้พอควรแก่อัตภาพ คือเราจะต้องมีสถานี public broadcast มีช่องที่จะเอื้อประโยชน์ต่อเราไม่ใช่เชิงการค้าร้อยเปอร์เซนต์ ก็คือ สิ่งที่ผมจะปรับช่อง 11 ให้เป็นสถานีสาธารณะนั่นเอง เพราะฉะนั้น ถ้าเรามีช่องที่คิดค่าเวลาไม่แพง หรือไม่คิดค่าเวลาเลย และสามารถแบ่งเวลาให้กับสารคดีได้ ขณะเดียวกันต้นทุนต่ำ เราก็ไม่ต้องคำนึงถึงผู้สนับสนุนรายการมากนัก อย่างนี้เราจะไปได้" (สมเกียรติ อ่อนวิมล ,สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

ทั้งนี้ การปรับโครงสร้างนี้ต้องเป็นไปตามรัฐธรรมนูญและกฎหมายซึ่งในขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างพิจารณา ซึ่งหากเป็นไปได้สถานีโทรทัศน์อาทิช่อง 11 จะเป็นช่อง

สาธารณะ ที่จะมีช่วงเวลาสำหรับข่าวและสารคดีเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงรายการส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม รวมถึงสถานีโทรทัศน์ทุกช่องในประเทศไทยในอนาคตจะไม่มีการให้เช่าเวลา หมายความว่า สถานีเป็นเจ้าของเวลา หารายการออกอากาศเอง ผู้ผลิตสามารถเสนอราคาขายสารคดีแต่ละตอนได้ตามที่ต้องการเสมือนเป็นสินค้าซื้อขาย เช่นสารคดีชุด ธรรมชาติในประเทศไทยเวลา 4 ชั่วโมง ตั้งราคาขาย 4 ล้าน มีลิขสิทธิ์ 5 ปี สถานีตกลงซื้อ นั่นคือผู้ผลิตสามารถได้ค่าผลิตรายการเป็นเงิน 4 ล้าน ซึ่งอาจเป็นต้นทุน 2 ล้าน กำไร 2 ล้าน ดังนั้นในฐานะบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีขาย ก็จะมีเวลาสร้างสรรค์งานสารคดีคุณภาพ ในขณะที่สถานีก็มีสิทธิเลือกซื้อได้ตามต้องการ ซึ่งเป็นการยุติธรรมทั้งสองฝ่าย ส่วนด้านลิขสิทธิ์สถานีสามารถออกเมื่อใดก็ได้ แต่ต้องภายใน 5 ปีตามที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งอาจจะเป็นการออกอากาศเวียน (rerun) ได้หลายครั้งในช่วง 5 ปี ที่สถานีมีลิขสิทธิ์อยู่ เมื่อหมดสัญญา ผู้ผลิตก็สามารถนำไปขายให้สถานีอื่นหรือจะขายให้ต่างประเทศก็ได้ โดยลิขสิทธิ์จะเป็นของผู้ผลิตตลอดคือ โครงสร้างอย่างนี้จะทำให้บริษัทสารคดีเกิดขึ้น เป็นร้อยๆ บริษัท ซึ่งจะเป็นการดีในด้านการแข่งขันกันผลิตรายการสารคดีคุณภาพ ทั้งนี้โครงสร้างนี้จะทำให้วงการสารคดีโทรทัศน์ไทยเจริญเติบโตยิ่งขึ้น

3.2 แนวคิดในการทำสถานีเครือข่าย (NETWORK)

ในประเทศที่เจริญแล้ว หลายๆ ประเทศได้มีการทำสถานีเครือข่าย(NETWORK) ซึ่งจะเป็นการแบ่งเป็นเครือข่ายเพื่อการศึกษา, เครือข่ายบันเทิง, เครือข่ายกีฬา ซึ่งในส่วนของเครือข่ายเพื่อการศึกษานั้นไม่จำเป็นต้องเป็นการสอนอย่างเดียวเท่านั้น รายการสารคดีจะเป็นส่วนหนึ่งในรายการของเครือข่ายเพื่อการศึกษา โดยผู้ชมต้องเสียค่าภาษีเครื่องรับจากการติดตั้งเครื่องรับโทรทัศน์ในที่อยู่อาศัย ซึ่งสถานีก็จะมีรายได้ส่วนหนึ่งไปช่วยสถานีเครือข่ายเพื่อการศึกษาให้มีงบประมาณไปสนับสนุนรายการสารคดี (ถาวร ช่วยประสิทธ์, สัมภาษณ์ 26 กุมภาพันธ์ 2542)

4. การขายโฆษณาแก่เจ้าของสินค้าโดยตรง โดยไม่ผ่านเอเจนซี่

เนื่องจากปัญหาเอเจนซี่มุ่งที่ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อ โดยไม่ได้สนใจเนื้อหาของสังคม ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตสารคดีนั้นสนใจเนื้อหาที่จะสื่อ ส่วนเรื่องจำนวนผู้ชมนั้นมีความสำคัญรองลงไป จึงทำให้ทั้งเอเจนซี่และกลุ่มผู้ผลิตนั้นดูเหมือนจะมีเป้าหมายที่สวน

ทางกันตลอดเวลา กลุ่มผู้ผลิตจึงหาทางออกด้วยการติดต่อกับลูกค้าหน่วยงานราชการและเอกชนที่สนใจสนับสนุนรายการสารคดีโดยตรง ซึ่งนอกจากจะทำให้ทั้งเจ้าของสินค้าและผู้ผลิตได้เข้าใจถึงเป้าหมายที่ตรงกัน ในราคาที่พอใจกันทั้งสองฝ่ายแล้ว ประโยชน์อีกข้อหนึ่งก็คือไม่ต้องเสียค่าเอเจนซี่อีกด้วย

"ผมไม่สนใจคนกลุ่มกว้างนะครับ แต่คิดว่าจะทำอย่างไรที่จะตอบสนองความต้องการของคนที่สนใจสารคดี แต่เราต้องทำให้มันดีพอที่จะดึงเขาเข้ามาได้ พวกเราจึงไม่สามารถจะไปเอาเงินมาจากเอเจนซี่ได้ ผมไม่เคยหาเงินผ่านเอเจนซี่ ผมต้องข้ามหน้าเขาไปเพื่อไปหาผู้สนับสนุนรายการโดยตรง" (สมเกียรติ อ่อนวิมล ,สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

"ในเรื่องของสารคดี มันขึ้นอยู่กับการตลาด ขึ้นอยู่กับเอเจนซี่ ส่วนใหญ่ที่เขาอยู่ได้ตอนนี้ ส่วนใหญ่เป็นการขายไดเร็ค ไม่ผ่านเอเจนซี่ เพราะถ้าผ่านเอเจนซี่เขาจะไม่แพลนในรายการที่เป็นสารคดีซึ่งจะดูแพลนดูเรตติ้งของรายการนั้นว่ามีคนดูมากน้อยแค่ไหน" (อำนวย ทองสุโชติ,สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2542)

5. บริษัทผู้ผลิตมีแนวโน้มผลิตรายการเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ป้อนหน่วยงานของรัฐมากขึ้น เพื่อความอยู่รอด

เนื่องจากกระแสวิกฤติเศรษฐกิจในระหว่างปี พ.ศ.2539-2541 นี้ ส่งผลให้ธุรกิจห้างร้านที่เคยสนับสนุนรายการขาดความมั่นคงทางการเงิน ไม่อาจชำระค่าโฆษณา หรือมีอัตราเสี่ยงสูงต่อการเบี้ยวไม่ชำระเงิน ดังนั้นผู้ผลิตจึงหันมาทำงานภาครัฐมากขึ้นเพราะได้รับเงินที่แน่นอนและมั่นใจได้มากกว่าถึงแม้ว่าจะเป็นจำนวนที่น้อยกว่าก็ตาม

"เราทำงานให้หน่วยงานรัฐดีกว่าเอกชน เรื่องเงินทองแน่นอนกว่า ถึงจะช้าหน่อยแต่แน่นอน เพราะสถานการณ์ปัจจุบันไม่น่าไว้ใจ ส่วนเอกชนบางรายที่เคยร่วมงานกันมาและเชื่อถือได้ เราก็โอเค แต่ต้องเลือกให้ดี (ชนินทร์ ชมะโชติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2542)

ข้อสรุปสำหรับแนวโน้มในอนาคตนั้นคือรายการสารคดีที่แฝงโฆษณาเท่านั้นจึงจะอยู่รอด หากภาครัฐและสถานียังคงเพิกเฉย ไม่คำนึงถึงความสำคัญของรายการสารคดี

เต็มรูปแบบ ที่มุ่งเน้นการให้สาระประโยชน์แก่ผู้ชมเป็นหลักแล้ว รายการสารคดีก็อาจไม่สามารถเติบโตได้ในประเทศไทย นั่นคือผู้ผลิตสารคดีไทยจึงต้องขยายตลาดสู่สากลทดแทนตลาดในประเทศ ซึ่งอาจมองได้ว่าเป็นความอยู่รอดของผู้ผลิต แต่เป็นการตกต่ำของวงการ รวมทั้งเป็นการปิดโอกาสทางเลือกของผู้ชมคนไทยในการชมรายการประเทืองสมอง

<u>แนวทางการแก้ไขและส่งเสริม</u>

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าในปัจจุบันนั้นรายการสารคดีได้ถูกกระแสทุนนิยมและบริโภคนิยม ถึงกระนั้นผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ เอเจนซี่โฆษณา ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า รวมทั้งผู้บริหารในหน่วยงานของภาครัฐที่มักออกมาแสดงความเห็นพ้องต้องกันว่ารายการสารคดีมีประโยชน์ต่อผู้ชมอย่างมากแต่กลับไม่ได้ลงมือกระทำ เพราะในทางปฏิบัติหน่วยงานเอกชนต่างก็ต้องการกำไร ดังนั้นรายการสารคดีที่ผลิตแล้วกำไรน้อยจึงทำให้บริษัทผู้ผลิตไม่สามารถอยู่รอดได้ เพราะเมื่อทำแล้วมีเรตติ้งต่ำก็ไม่มีผู้ใดลงโฆษณา อย่างไรก็ดีอุปสรรคที่ปิดกั้นการเติบโตของรายการสารคดีโทรทัศน์นั้นสามารถคลี่คลายลงได้โดย

1. <u>ภาครัฐ</u> การสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ผลิตรายการสารคดีด้วยการจัดงบประมาณการผลิตและจัดหาเวลาออกอากาศที่เหมาะสมให้กับรายการประเภทนี้ หรือการใช้มาตรการทางด้านภาษีที่ลดภาษีให้กับบริษัทที่ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ อาทิ สถานีโทรทัศน์เอ็นเอชเคของประเทศญี่ปุ่นมีการส่งเสริมให้มีการจัดรายการและผลิตรายการสารคดีเป็นอย่างมากด้วยการสนับสนุนทางงบประมาณจากรัฐบาลญี่ปุ่น ทำให้รายการสารคดีของเอ็นเอชเคแต่ละเรื่องนั้นมีความน่าสนใจและน่าติดตามเป็นมาก ตัวอย่างรายการที่เห็นได้ชัดคือรายการเส้นทางสายไหม และแม่น้ำเหลืองที่บริษัท แปซิฟิค เคยนำมาออกอากาศ

2. <u>ผู้ผลิตรายการ</u>

2.1 การรวมตัวกันของกลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดี

เพื่อจัดตั้งเป็นสมาคมหรือชมรมผู้ผลิตรายการสารคดี ซึ่งจะเป็นการร่วมมือกันทั้งทางด้านวิชาการและการสร้างสรรค์ผลงาน นอกจากนั้นยังเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองกับสถานีอีกด้วย

2.2 การเปลี่ยนมุมมองและรูปแบบในการนำเสนอสารคดี

ปรกติรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้น มักจะเป็นการนำเสนอแบบ "ตรงไปตรงมา" Narrative Form หมายถึงการมีรูปแบบการเดินเรื่องที่ค่อยเป็นค่อยไป เช่นสารคดีบุคคลก็จะนำเสนอแต่ชีวประวัติและความเป็นมาของคนๆ นั้น การนำเสนอในองค์ประกอบต่างๆ ที่กล่าวมานั้น อาจจะทำให้เรื่องขาดมิติหรือความลึก รวมทั้งการใช้การเดินเรื่องแบบตรงไปตรงมา ทำให้เป็นรายการที่น่าเบื่อมากกว่าที่จะน่าสนใจหรือดึงดูดให้ผู้ชมชมรายการโดยตลอด ด้วยเพราะรายการสารคดีบางรายการมีวิธีคิดที่ผูกอยู่กับกรอบการนำเสนอแบบเดิมๆ คือต้องเล่าเรื่องแบบนี้และจบรายการในลักษณะนี้ ซึ่งเมื่อทำบ่อยๆ รูปแบบสารคดีโทรทัศน์ไทยจึงกลายเป็นแบบแผนสารคดี ส่งผลให้ความคิดของคนไทยเกี่ยวกับสารคดีไทยคือรายการที่มีแต่ข้อมูลรายละเอียดบรรยายภาพที่ดำเนินเรื่องแบบตรงๆ ซึ่งแตกต่างจากรายการสารคดีของต่างประเทศ ที่จะมีช่วงที่เรียกว่า ARCHIVES หรือเอกสารทางภาพตัดสลับกัน ซึ่งทำให้การดำเนินเรื่องไม่น่าเบื่อและไม่ได้บิดพริ้วข้อเท็จจริงแต่อย่างใด การนำเสนอรายการสารคดีที่หลุดไปจากกรอบเดิมบ้าง โดยดำเนินเรื่องแบบเร้าใจ จะทำให้ตัวเนื้อหาถูกขึมขับและมีความน่าติดตามมากยิ่งขึ้น (นันทขว้าง สิริสุนทร, 2541)

"ผู้ผลิตต้องพยายามหาแนวทางการนำเสนอที่มันน่าสนใจ ต้องพยายามปรับตรงนี้ เนื่องจากสารคดีมันขายค่อนข้างยากอยู่แล้ว ฉะนั้นจึงต้องพยายามปรับวิธีการนำเสนอ หรือว่าข้อมูลให้น่าสนใจมากขึ้น อาจเป็นเรื่องแปลก หรือเรื่องที่คนนึกไม่ถึง คือต้องการที่จะเพิ่มคนดูให้มากขึ้น" (อำนวย ทองสุโชติ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2542)

2.3 การสร้างระบบการบริหารและการตลาดที่แข็งแกร่งของผู้ผลิต

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เต็มรูปแบบนั้นมีเพียงกลุ่มเล็กๆ และเป็นบริษัทที่มีใจรักในการทำสารคดีอย่างจริงจัง แต่เนื่องจากการอ่อนด้อยในด้านการบริหารและการจัดการ รวมทั้งการตลาดที่ไม่แข็งแกร่งจึงทำให้หลายๆ บริษัทต้องปิดตัวเองไปโดยปริยายดังนั้นการแก้ไขอุปสรรคข้อนี้จึงมุ่งเป้าไปที่ผู้บริหารเป็นหลัก เพราะงานสารคดีไม่ใช่งานที่ทำกำไร แต่เป็นงานที่ต้องที่ต้องวางแผนเป็นอย่างดีว่าจะทำ

อย่างไรให้สามารถลดต้นทุนการผลิตให้ได้มากที่สุด ในขณะเดียวกันก็ต้องได้ผลงานที่มีคุณภาพด้วย จึงจะสามารถทำให้องค์กรอยู่รอดต่อไปได้

3. สื่อมวลชน

โดยเป็นการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสการขมสารคดีทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งหากได้รับความร่วมมือจากทุกสื่อร่วมกันคาดว่ารายการสารคดีจะได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น

4. สถานี

ทุกสถานีต้องร่วมมือกันในการสนับสนุนรายการสารคดีให้มากยิ่งขึ้น โดยการให้ช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการออกอากาศ เพราะทุกวันนี้ทุกสถานีต่างมุ่งเรื่องผลประโยชน์ตอบแทน โดยมองข้ามผลประโยชน์มหาศาลจากการที่ผู้ชมจะได้รับสาระความรู้จากโทรทัศน์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าทุกสถานีแข่งขันกันออกอากาศรายการละคร, เกมส์โชว์ เพื่อทำเรทติ้งให้มากที่สุด อาจมีบางสถานีอาทิ ช่อง 9 ที่มุ่งเน้นการนำเสนอรายการเพื่อสาระความรู้ แต่ก็อยู่ในจุดๆ หนึ่งเท่านั้นเพราะกลุ่มเป้าหมายเป็นเพียงกลุ่มเล็ก ทำให้ผู้สนับสนุนรายการไม่สนใจ ดังนั้นการแก้ปัญหาในด้านนี้จึงอยู่ที่การส่งเสริมของผู้บริหารสถานีที่จะมองเห็นผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับมากกว่าประโยชน์ที่สถานีจะได้รับ

" รายการส่งเสริมความรู้นั้น ถ้าสถานีคิดคำนึงถึงเปอร์เซนต์ผู้ชมเป็นสำคัญแล้วก็จะทำให้รายการประเภทนี้ไม่มีทางแพร่ภาพออกอากาศได้ รายการประเภทนี้ ไม่ต้องพิจารณาถึงจำนวนผู้ชมเป็นสำคัญ ต้องพิจารณาถึงการให้สิ่งที่เป็นสาระแก่ผู้ชมเป็นสำคัญหรือความรับผิดชอบในฐานะสื่อมวลชนที่ดี ที่จะต้องช่วยยกระดับของบุคคลในสังคมให้สูงขึ้น" (จำนง รังสิกุล, 2527)

ดังนั้นทุกสถานีควรจะมีแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอรายการเหล่านี้ ซึ่งเมื่อกำหนดกฎเกณฑ์ลงไปแล้วก็จะต้องคอยมีเจ้าหน้าที่ คอยดูแลควบคุมให้ทุกสถานีปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบที่วางไว้ ไม่เช่นนั้นก็ไร้ผลที่จะแก้ปัญหา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น หาใช่ข้อยุติไม่ เนื่องจากยังมีอีกหลายประเด็นที่น่าสนใจหรือยังไม่ได้นำมาศึกษาอย่างละเอียดลึกซึ้ง ทั้งๆ ที่ประเด็นดังกล่าวนั้นเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา แต่ด้วยข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ระยะเวลาการศึกษา แหล่งข้อมูล และงบประมาณที่ใช้ในการวิจัย เหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องปล่อยวางประเด็นดังกล่าวไปด้วยความเสียใจ และเสียดายเป็นอย่างยิ่ง

ประเด็นที่น่าสนใจนำมาศึกษานั้น ส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแง่มุมต่างๆ ของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย ได้แก่

1. **พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2498-2530** ในประเด็นนี้ เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการศึกษาค่อนข้างมากเนื่องจากเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ต้องทุ่มเทให้กับการเก็บรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ในตอนแรกผู้วิจัยคิดจะทำการศึกษาในส่วนนี้ด้วย แต่ด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลาและกำลังความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลักฐานต่างๆ ผู้วิจัยจึงหวังว่าจะมีผู้ที่สนใจศึกษาในเรื่องนี้ ซึ่งจะเป็นการต่อยอดจากการศึกษาของผู้วิจัย ทำให้การศึกษาในเรื่องพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป

2. **ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าการผลิตสารคดีจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีใจรัก ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความสามารถ ประเด็นนี้จึงเป็นการศึกษาในเรื่องนามธรรมว่าความเป็นมืออาชีพของบุคลากรทางด้านสารคดีโทรทัศน์ไทยนั้นอยู่ในระดับใด มีเกณฑ์อะไรมาใช้วัดความเป็นมืออาชีพ และจะมีแนวทางในการพัฒนาบุคลากรทางด้านนี้อย่างไร นอกจากนี้ประเด็น "ความเป็นมืออาชีพ" นั้นยังค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่สำหรับวงการศึกษาด้านสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้นยังไม่มีผู้ศึกษามากนัก ดังนั้นการศึกษาในเรื่องนี้จึง

เท่ากับเป็นการสร้างเกณฑ์วัดระดับความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในสาขาอาชีพการผลิตสารคดีทางโทรทัศน์ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก อันจะเป็นประโยชน์ทางด้านการสรรหาและพัฒนาทรัพยากรบุคคลในสาขาวิชาชีพนี้ต่อไปในอนาคต

3. **ขีดความสามารถในการผลิตรายการสารคดีเพื่อการส่งออก** ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันวงการการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยอาจเรียกได้ว่าแทบทุกบริษัท มีเป้าหมายหนึ่งคือการทำสารคดีเพื่อการส่งออก จุดนี้เองจึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาว่าบุคลากรทางด้านการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของไทยมีความสามารถเพียงพอหรือไม่ และอยู่ในระดับใดที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตจากต่างประเทศ ตลอดจนรัฐบาลมีการสนับสนุนในเรื่องนี้มากน้อยแค่ไหน

4. **การวิเคราะห์เนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย** วัตถุประสงค์สำคัญของรายการสารคดีโทรทัศน์ก็คือการมุ่งนำเสนอสาระประโยชน์ แต่สารคดีโทรทัศน์ไทยนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ลึกซึ้งกว่านั้น นั่นก็คือการมุ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือส่งเสริมภาพลักษณ์ จุดที่น่าสนใจคือผู้ผลิตมีแนวคิดหรือมีวิธีการเลือกประเด็นในการนำเสนอรายการสารคดีอย่างไร เพราะสาเหตุใด ตลอดจนพัฒนาการและแนวโน้มทางด้านเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย

5. **รูปแบบการนำเสนอของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย** เนื่องจากในปัจจุบันรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีรูปแบบรายการที่หลากหลายมาก อาทิ รายการสารคดีถูกผสมในแบบต่างๆ เช่นรายการสารคดีที่มีการใช้เหตุการณ์สมมุติมาเปิดประเด็นแล้วจึงให้พิธีกรกล่าวสรุปนำเข้าสู่รายการ หรือรายการสารคดีที่มีการใช้ละครมาร่วมนำเสนอ (Docu-Drama) และรายการสารคดีเฉลิมพระเกียรติ, รายการสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจจริงๆ แล้วรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยสามารถแบ่งได้กี่ประเภท และใช้เกณฑ์อะไรในการแบ่งประเภท

ทั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าในอนาคตอันใกล้ คงจะมีผู้วิจัยอื่นๆ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาในประเด็นดังกล่าวได้พิจารณาและนำมาศึกษาต่อไป

อย่างไรก็ดี ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดหลายประการ จึงอาจทำให้ข้อมูลบางส่วนยังไม่สมบูรณ์เต็มที่ อาทิ รายชื่อของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยทั้งหมดที่ออกอากาศในช่วงปี พ.ศ.2530-2541 ซึ่งบางรายการไม่มีปรากฏอยู่ในผังรายการโทรทัศน์ที่ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกสุ่มผังรายการมาเพียงปีละ 1 ฉบับ (1 เดือน) เท่านั้น เนื่องจากผังรายการโทรทัศน์จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ข้อมูลบางส่วนอาจหายไป ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากคอลัมน์แสดงรายการโทรทัศน์ประจำวันในหน้าบันเทิงของหนังสือพิมพ์รายวันสองฉบับคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และบ้านเมือง โดยสุ่มเลือกมา 1 สัปดาห์ต่อปี แต่ก็ยังไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบทั้งหมด ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดายมาก ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าผู้ที่สนใจจะนำเรื่องนี้ไปศึกษาในโอกาสต่อไป จะได้พยายามค้นคว้าหาข้อมูลในส่วนที่ขาดหายไปมาเพิ่มเติมเพื่อให้องค์ความรู้ในเรื่องนี้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย