

บทที่ 6

สรุปผลของการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษารายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ทั้ง 29 รายการ (210 ตอน) เพื่อหาจุดมุ่งหมายที่แท้จริง รวมทั้งดูลักษณะเนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่ตอบสนองต่อจุดมุ่งหมายดังกล่าว โดยจัดจำแนกองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารผ่านรายการสารคดีสั้นออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ องค์กรราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน พบว่า

องค์กรราชการ มีจุดมุ่งหมายที่แท้จริง คือ ให้ความรู้ที่สัมพันธ์กับภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กรเพื่อต้องการให้ประชาชนเกิดการรับรู้ เตือนภัย ประชาสัมพันธ์ผลงานขององค์กร เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรสู่สายตาประชาชน และแนะนำให้ประชาชนปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ได้นำเสนอด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานขององค์กรอย่างเฉพาะเจาะจง โดยองค์กรราชการเป็นผู้กำหนดเนื้อหา วางกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ส่วนผู้ผลิตรายการเป็นเพียงผู้สร้างสรรควิธีการนำเสนอให้กับรายการเท่านั้น สำหรับวิธีการนำเสนอ นั้น มีทั้งนำเสนอด้วยเสียงบรรยายประกอบภาพ และแบบที่มีพิธีกรดำเนินรายการเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและดึงดูดผู้ชมให้ติดตาม นอกจากนี้ยังมีการใช้การสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเนื้อหาของรายการ รวมทั้งใช้การอ้างอิง (Testimonial) ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นตัวแทนของประชาชนเป็นผู้ยืนยันข้อมูล

กลุ่มองค์กรรัฐวิสาหกิจ มีจุดมุ่งหมายที่แท้จริง คือ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงานขององค์กรและมีจุดมุ่งหมายเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาประชาชนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ช่วยเหลือกิจกรรมสังคมและใส่ใจต่อผู้ด้อยโอกาส เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมายดังกล่าวรายการสารคดีสั้นขององค์กรรัฐวิสาหกิจจึงได้นำเสนอเนื้อหาที่ชูประเด็นตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กรหรือเนื้อหาที่เผยแพร่ภารกิจและนโยบายขององค์กรที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล อีกทั้งเผยแพร่ภารกิจกรรมต่างๆที่สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับชุมชน การที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวผู้ต้องการทำการสื่อสารจึงเป็นผู้กำหนดเนื้อหาของรายการ ส่วนบทบาทผู้ผลิตรายการเป็นเพียงผู้วางแผนกระบวนการผลิต โดยได้ใช้วิธีการหลากหลายรูปแบบในการนำเสนอ มีทั้งการใช้เสียงบรรยายที่มีศิลปะในการบรรยาย เน้นระดับเสียงสูงต่ำ มีลีลาเข้าใจเหมาะสมกับเนื้อหา

ส่วนที่นำเสนอรูปแบบละครสั้น เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้นและได้รับความเพลิดเพลิน การเลือกใช้พิธีกรเป็นดาราที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดผู้ชม และการอ้างอิง (Testimonial) ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับรายการ

ในกลุ่มองค์กรเอกชนนั้น บางองค์กรมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวองค์กร แต่จุดมุ่งหมายที่แท้จริงขององค์กรที่ผู้วิจัยนำมาศึกษานี้ คือ เพื่อโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรนั้นๆ สำหรับรายการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ความรู้และเสริมสร้างภาพลักษณ์ องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจะนำเสนอเนื้อหาที่ซูประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสังคมและการแก้ไขหรือแสดงความห่วงใยสังคม เพื่อสะท้อนให้ประชาชนเห็นว่าองค์กรได้แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นนิติบุคคลที่ดี (Good corporate citizen) เท่ากับเป็นการคืนกำไรให้กับสังคม อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (Added value) ส่วนวิธีการนำเสนอ นั้น มีทั้งนำเสนอด้วยเสียงบรรยายประกอบภาพ และแบบที่มีพิธีกรดำเนินรายการ นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในรายการและให้ข้อคิดรวมทั้งเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ประชาชน ยังมีการใช้การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเนื้อหาของรายการ และการสัมภาษณ์ดาราที่มีชื่อเสียงรวมทั้งบุคคลทุกสาขาอาชีพที่เป็นที่รู้จักในสังคม อีกทั้งใช้สไลด์แกนและระบุชื่อผู้สนับสนุนไว้ท้ายรายการ เพื่อต่อยอดผู้บริโภคนั้น ส่วนรายการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะโฆษณาลักษณะผลิตภัณฑ์ องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารจะนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะจูงใจให้ผู้ชมคล้อยตามโดยเลือกสรรพูดแต่สิ่งที่ดีของสินค้า การอาศัยเหตุผลด้วยการนำเอาจุดเด่นของสินค้าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของรายการ และใช้กลยุทธ์หลากหลายวิธีในการนำเสนอ ได้แก่ การเลือกใช้พิธีกรที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ การใช้สินค้าเป็นจุดขายด้วยการนำสินค้ามาวางเป็นอุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อต้องการเน้นคุณสมบัติของสินค้าโดยเฉพาะ การสาธิตวิธีการใช้สินค้า (Demonstration) และการอ้างอิง (Testimonial) โดยนำผู้บริโภคนั้นมาใช้สินค้าแล้วเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ดาราหรือผู้บริโภคนั้นๆ มาเป็นผู้พูดรับรองสินค้า พร้อมกับระบุชื่อผู้อุปถัมภ์หรือผู้สนับสนุนในตอนท้ายของรายการเพื่อต่อยอดผู้บริโภคนั้น

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณารายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์โดยรวมก็เห็นได้ว่า ยังมีคุณสมบัติสำคัญของรูปแบบรายการสารคดีโทรทัศน์อยู่ กล่าวคือ ยังเป็นเรื่องราวที่เป็นจริง (non-fiction) และทำหน้าที่ให้สาระความรู้แก่ผู้ชม แต่เนื่องจากความยาวของรายการจำกัดมาก เนื้อหาความรู้ที่ผู้ชมจะได้จากแต่ละตอนจึงมักจะเป็นแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งเท่านั้นและไม่มีรายละเอียดมากเหมือนรายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีความยาว 30-60 นาที และจากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัย

สามารถกล่าวสรุปได้ว่า นอกเหนือจากการทำหน้าที่ให้สาระความรู้แก่ผู้ชมดังกล่าวแล้ว สารคดีสั้นทางโทรทัศน์ยังถูกนำมาใช้เพื่อประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรหรือแม้กระทั่งเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยมุ่งประเด็นไปดูบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางสังคม บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นตัวกลางสะท้อนให้เห็นการแสดงออกถึงบทบาทในหลายลักษณะ ได้แก่ บทบาทเป็นผู้ช่วยเพิ่มวิสัยทัศน์มุมมองที่กว้างให้แก่บุคคล บทบาทเป็นตัวสะท้อนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม บทบาทเป็นผู้กลั่นกรองสาร คัดเลือกเหตุการณ์ต่างๆ มานำเสนอโดยคำนึงถึงความต้องการหรือความสนใจของบุคคลในสังคมเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ บทบาทเป็นผู้อธิบาย ชี้แจงและตีความหมายเพื่อสร้างความเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่างๆ บทบาทเป็นเวทีสาธารณะในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นไปสู่สาธารณชนพร้อมทั้งเปิดโอกาสให้มีการแสดงปฏิกิริยาตอบกลับร่วมกัน และบทบาทเป็นคู่สนทนาพูดคุยโต้ตอบระหว่างกันและกัน โดยไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลแก่คู่สนทนาเท่านั้นแต่ยังร่วมกันถกแถลงคำตอบปัญหาด้วย บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นตัวกลางหลายลักษณะดังที่กล่าวมานั้น การแสดงออกถึงบทบาทในแต่ละครั้งย่อมขึ้นอยู่กับเจตนาหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทางสังคม ดังนั้นสื่อมวลชนเปรียบเสมือนเครื่องมือของบุคคล กลุ่มคนและสถาบันซึ่งเป็นผู้สื่อสารอย่างมีจุดมุ่งหมาย โดยใช้สื่อเป็นช่องทางในการเข้าถึงสาธารณชนหรือกลุ่มคนเป้าหมายเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อจึงไม่ใช่ตัวกลางหรือตัวแทนที่เป็นอิสระอย่างแท้จริงในสังคม แต่ถูกชักนำโดยสถาบัน องค์กรต่างๆ ที่มีความมุ่งหวังในการใช้สื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารให้เกิดผลประโยชน์แก่ตัวเอง จากคำกล่าวนี้ก็ได้สนับสนุนงานของผู้วิจัยอย่างเห็นได้ชัดจากการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการสารคดีสั้นทั้ง 29 รายการนี้ พบว่า รายการสารคดีสั้นเป็นตัวกลางที่แสดงบทบาทในหลายลักษณะดังกล่าว โดยองค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารรวมถึงผู้สนับสนุนรายการได้ใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีสั้นด้วยการออกแบบเนื้อหารายการ ตามที่องค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสารได้กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์มาเป็นกรอบพื้นฐานในการกำหนดเนื้อหา และคำนึงถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเพื่อต้องการให้ผู้ชมเกิดทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายขององค์กรผู้ต้องการทำการสื่อสาร สำหรับผู้ผลิตรายการเป็นเพียงผู้สร้างสรรค์วิธีการนำเสนอให้กับรายการเท่านั้น และด้วยงบประมาณของผู้ผลิตมีไม่เพียงพอ จำเป็นต้องอาศัยผู้สนับสนุน (sponsor) จากองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ สารคดีสั้นจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงอิทธิพลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาวิจัยในเรื่องรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ในอนาคต ควรมีการศึกษาถึงการรับรู้ของผู้รับสารด้วย เนื่องจากรายการสารคดีสั้นเป็นรายการที่แพร่หลายในปัจจุบัน ดังนั้นหากมีการวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยจะได้ทราบถึงการรับรู้ในแง่การชมของผู้รับสาร เพื่อสร้างเกณฑ์คุณภาพของรายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ ข้อเสนอแนะนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสถานี ดังเช่น ผู้อำนวยการฝ่ายรายการสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท (สุระ เกษณะศิล.สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2545) “ในปัจจุบันนี้สถานีมีจำนวนรายการสารคดีที่มีแต่สาระความรู้อากเกินไป ควรคำนึงถึงความพอดีในการนำเสนอ บางครั้งผู้ชมต้องการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิง เพื่อผ่อนคลาย นอกจากนี้สาระความรู้ก็มีได้หาได้จากสื่อโทรทัศน์เพียงสื่อเดียว รายการสารคดีสั้นก็จะถูกมองว่าเป็นรายการที่ยืดเยื้อความรู้ “ผู้ผลิตควรวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคอีกด้านหนึ่งด้วย เพราะในปัจจุบันความหลากหลายของสื่อทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากสามารถเลือกบริโภคสื่อชนิดใดก็ได้ ดังนั้นควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสารเพื่อเป็นองค์ประกอบในการผลิตรายการสารคดีสั้น

ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผังรายการของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งรายการสารคดีสั้นบางรายการไม่ได้ถูกรวบรวมในผังรายการ จึงทำให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจำนวนรายการได้ไม่มากเท่าที่ควร

2. แหล่งข้อมูลที่เป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล พบว่า ผู้ต้องการทำการสื่อสารบางรายการไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลบางส่วนได้จึงทำให้เกิดอุปสรรคแก่ผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาวิจัยครั้งนี้

3. แหล่งข้อมูลประเภทเทปวีดีทัศน์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักบางรายการไม่สามารถให้เทปรายการสารคดีสั้นมากกว่า 1 ตอน ได้แก่ รายการ “เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย” รายการ “ห่วงคุณ ห่วงสุขภาพ และรายการ “หนึ่งหัวใจคุณ” ผู้วิจัยจึงรวบรวมเทปวีดีทัศน์รายการสารคดีสั้น 29 รายการ ได้ 210 ตอน