

เสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

งานวิจัยเรื่อง “ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์” นี้ มีจุดมุ่งหมายหลักในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์กับการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ และการศึกษาการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ภายใต้ระบบอุปถัมภ์รายการ

ในบทนี้ กล่าวถึงผลกระทบของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อเสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ โดยสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4, 5, 6 และ 7 ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
2. การใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ
3. พาณิชนิยมในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์
4. การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์
5. การสร้างภาพความจริงในรายการสารคดีโทรทัศน์

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

จากการวิเคราะห์อิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ดังที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 5 นั้น ผลสรุปก็คือผู้อุปถัมภ์รายการมีอิทธิพลในทุกขั้นตอนของการผลิตรายการโดยผู้อุปถัมภ์รายการที่บริษัทผลิตเองคือผู้โฆษณาหลักในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” มีอิทธิพลน้อยกว่าผู้อุปถัมภ์รายการประเภทบริษัทรับจ้างผลิตคือผู้สนับสนุนรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” และ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” นอกจากนั้น อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการยังแตกต่างกันไปตามประเภทของการเป็นแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการอีกด้วย การแยกเนื้อที่โฆษณาออกจากเนื้อที่นำเสนอ รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” เป็นการลดอิทธิพลของผู้โฆษณาที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการลง ทั้งยังลดการผูกขาดการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการเพียงรายเดียว แต่รายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ก็จำเป็นต้องเพิ่มจำนวนผู้ชมในรายการเพื่อดึงดูดโฆษณาด้วยการเพิ่มภาคบันเทิงในรูปของแข่งขันชิงรางวัลท้ายรายการ ในทางกลับกัน รูปแบบการสนับสนุนรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” และ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” เป็นการส่งเสริมอิทธิพลของผู้สนับสนุนรายการให้สามารถครอบงำกระบวนการผลิตรายการ

ได้อย่างสิ้นเชิง แต่รูปแบบการสนับสนุนรายการก็มีข้อดีคือ ผู้ผลิตรายการสามารถวางแผนการผลิตรายการในระยะยาวได้โดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาและวิธีการนำเสนอให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่ต้องแข่งขันแสวงหาโฆษณา นอกจากนี้ บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ก็สามารถมีรายได้ที่แน่นอนอีกด้วย

ตารางที่ 8.1 : เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย
ของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการในรูปแบบของการโฆษณาและการสนับสนุนรายการ

การโฆษณา		การสนับสนุนรายการ	
ข้อดี	ข้อเสีย	ข้อดี	ข้อเสีย
1. เนื้อที่โฆษณาที่แยกจากเนื้อหารายการ บันทึบนอกรีตของผู้อยู่โฆษณา	1. ต้องแสวงหาผู้อยู่โฆษณาแข่งขันกับรายการอื่นๆ	1. มีรายได้ที่แน่นอนและไม่ต้องแสวงหาผู้อยู่โฆษณาในรายการ	1. อิทธิพลผู้สนับสนุนรายการมีมาก เพราะซื้อเนื้อที่ไว้ทั้งรายการ และมีสิทธิในการเป็นเจ้าของรายการ
2. อิทธิพลของผู้อยู่โฆษณามีน้อย เพราะผู้อยู่โฆษณาในรายการมีจำนวนมาก	2. จำนวนผู้อยู่โฆษณาขึ้นอยู่กับรูปแบบการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทาง และเวลาออกอากาศ	2. สามารถนำเสนอรายการได้โดยไม่ต้องมีโฆษณาคั่นรายการ	2. ผู้สนับสนุนรายการผูกขาดการเป็นแหล่งรายได้เดียว

จากข้อดีและข้อเสียเกี่ยวกับประเภทของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่ารูปแบบของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่เป็นทางออกของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการและผู้ผลิตรายการคือการสนับสนุนรายการประเภทที่บริษัทผลิตเอง หรือโดยขั้นตอนที่ผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์รายการขึ้นก่อนที่จะแสวงหาผู้สนับสนุนรายการไม่ว่าจะเป็นเพียงรายเดียวหรือหลายรายร่วมกันสนับสนุนก็ตาม

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในปัจจุบันยังคงเป็นไปในลักษณะของการพึ่งพากันในเชิงเศรษฐกิจที่ผู้อุปถัมภ์รายการมีอำนาจเหนือกว่าอย่างสิ้นเชิง โดยสามารถแบ่งพัฒนาการของความสัมพันธ์ในเชิงอุปถัมภ์ออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. การเริ่มต้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เกิดขึ้นจากการกำหนดความเป็นมาของรายการโดยบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการผลิตรายการที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความเป็นมาของรายการในขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการตั้งแต่แรกเริ่ม นั่นคือ

หากบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มีผลงานสารคดีประเภทบันเทิงผลิต หรือจากการประมูลงาน ผลิตรายการให้กับผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้อุปถัมภ์รายการก็จะมีอิทธิพลในการกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ประเด็นหลักที่นำเสนอในรายการ ชื่อรายการ ช่องทางออกอากาศ เวลาในการ ออกอากาศ ความยาวรายการ จำนวนตอน และงบประมาณในการผลิตรายการ

2) การดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

อิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ในขั้นตอนการผลิตต่อมาเป็นเพียงการดำเนินการตาม บทบาทความสัมพันธ์ที่ได้ถูกจัดวางไว้ตั้งแต่แรกเริ่มเท่านั้น ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถมีอิทธิพลต่อ การสร้างสรรค์ไตเติ้ลรายการและไตเติ้ลท้ายรายการ การกำหนดเรื่องและชื่อตอน การเป็น แหล่งข้อมูล การตรวจบทรายการ การกำหนดสถานที่ถ่ายทำและผู้ให้สัมภาษณ์ การกำหนด ข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติ การติดตามควบคุมการถ่ายทำ การส่งแก้ไขภาพและเสียง การตรวจเทป วิดีทัศน์ก่อนออกอากาศ และการกำหนดการทำสำเนาบทรายการและวีดีทัศน์ส่งมอบให้กับ ผู้อุปถัมภ์รายการตามสัญญา

กล่าวโดยสรุป ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ เป็นไปในลักษณะเจ้านายและลูกน้อง โดยอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีต่อการทำงานของ ผู้ผลิตรายการนั้น ปรากฏอยู่ใน 3 ลักษณะคือคำสั่ง การควบคุมดูแล และการตรวจสอบ

3) การสิ้นสุดความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ มักจะสิ้นสุด ลงเมื่อหมดสัญญาการผลิตรายการนั้นๆ ยกเว้นในกรณีที่ผู้อุปถัมภ์รายการมีความสัมพันธ์ในเชิง อุปถัมภ์กับบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มาแต่ดั้งเดิม และมีแนวโน้มว่าจะมีการทำสัญญากันต่อไป ในอนาคต อย่างไรก็ตาม ในกรณีดังกล่าวนี้ บุคคลที่จะทำหน้าที่สานต่อความสัมพันธ์กับ ผู้อุปถัมภ์รายการต่อไปมักเป็นผู้บริหารหรือฝ่ายประสานงานของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ มากกว่าผู้ผลิตรายการ

จากพัฒนาการของความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ในปัจจุบันข้างต้นได้แสดงให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ในอนาคต ด้วยการผลักดันให้เกิดรายการประเภทที่บริษัทผลิตเอง และการกำหนดข้อตกลงเพื่อลดอิทธิพล ของผู้อุปถัมภ์ลงเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักสำหรับสื่อโทรทัศน์ของไทย โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่ผู้อุปถัมภ์รายการ ทั้งหน่วยงานของรัฐและบริษัทธุรกิจเอกชนต่างก็ต้องการมีรายการโทรทัศน์เป็น ของตนเองโดยใช้อิทธิพลในเชิงอุปถัมภ์เข้าครอบงำการทำงานของผู้ผลิตรายการและใช้รายการ สารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์เป็นเพียงเครื่องมือในการแสวงหาผลประโยชน์อย่างหลากหลาย

การใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ

จากการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ ดังที่นำเสนอไว้ในบทที่ 5 ผลสรุปก็คือ ผู้อุปถัมภ์รายการในรูปของการโฆษณาในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ต้องการใช้ประโยชน์จากรายการใน 2 รูปแบบ คือ

- 1) ผู้โฆษณาที่ต้องการโฆษณาสินค้าและบริการ จะกำหนดให้มีโฆษณาแทรกในรายการ
- 2) ผู้โฆษณาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร จะกำหนดให้มีเรื่องราวการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหารายการ

สำหรับผู้สนับสนุนรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” ต้องการใช้ประโยชน์จากการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการของรัฐที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันกระแสการต่อต้านจากสาธารณชน ส่วนผู้สนับสนุนรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” ต้องการใช้ประโยชน์จากการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรแก้ไขภาพลักษณ์ในเชิงลบเกี่ยวกับการทำลายสิ่งแวดล้อม

สรุปการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์นั้น ผู้อุปถัมภ์รายการมักมุ่งไปยังผลทางการประชาสัมพันธ์มากกว่าการโฆษณา นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การสนับสนุนรายการสารคดีสิ่งแวดล้อม จะเกิดขึ้นเฉพาะในกรณีที่ผู้อุปถัมภ์ตกอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประเด็นวิพากษ์ด้านสิ่งแวดล้อมเท่านั้น ทั้งการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก คือการป้องกันปัญหา และการประชาสัมพันธ์ในเชิงรับคือการแก้ไขปัญหา

ด้วยแนวคิดในการใช้รูปแบบรายการสารคดีโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นหลักนี้ การใช้ประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการจึงไม่ได้หยุดอยู่เพียงการกำหนดให้ชื่อนักชื้อชื่อของผู้อุปถัมภ์รายการในช่วงไตเติ้ลท้ายรายการ ตามธรรมเนียมการแสดงความขอบคุณแหล่งเงินทุนในการผลิตรายการเท่านั้น หากแต่มีการใช้ประโยชน์ในทุกช่วงของการนำเสนอรายการ ดังนี้

- 1) รูปแบบการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีโทรทัศน์ในช่วงไตเติ้ลรายการ : การสร้างชื่อให้เป็นที่รู้จัก (name awareness) อาทิ การที่ผู้อุปถัมภ์รายการกำหนดให้ชื่อของตนเองเป็นส่วนหนึ่งของชื่อรายการ และการกำหนดภาพลักษณ์ในเชิงบวกอ้างอิงกับชื่อผู้อุปถัมภ์รายการ

- 2) รูปแบบการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีโทรทัศน์ในช่วงระหว่างการนำเสนอรายการ : การกล่าวถึงในรายการ (programmed mention) อาทิ การกล่าวถึงชื่อของผู้อุปถัมภ์รายการพร้อมกับภาพเครื่องหมายการค้าที่ใช้สำหรับการโฆษณา การกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีต่อสังคมในบทรายการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านทางกรกล่าวถึงชื่อของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นชื่อเดียวกันกับผู้อุปถัมภ์รายการ

3) รูปแบบการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีโทรทัศน์ในช่วงไตเติ้ลท้ายรายการ : การส่งเสริมเครื่องหมายการค้าของผู้สนับสนุนรายการ (sponsorship branding) นอกจากการแสดงความขอบคุณตามธรรมเนียมด้วยการช้อนตัวอักษรชื่อของผู้อุปถัมภ์รายการแล้ว ผู้อุปถัมภ์รายการยังกำหนดให้นำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการเพิ่มเติม อาทิ ที่อยู่ตามไปรษณีย์ ที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คำขวัญ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร เป็นต้น

การใช้ประโยชน์จากการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง "Negotiating Control : A Study of News Sources" ในส่วนที่กล่าวถึงการเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนของบริษัทธุรกิจเอกชนนั้นคือ ในกรณีที่ต้องเผชิญกับข่าวร้าย (bad-news) บริษัทธุรกิจเอกชนจะว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีความเชี่ยวชาญมาจัดการแก้ไข และการยินยอมเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนของบริษัทธุรกิจเอกชนก็มักจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการดำเนินการเพื่อการประชาสัมพันธ์ (public-relations operations) เท่านั้น

ในทางกลับกัน งานวิจัยเรื่อง "Negotiating Control : A Study of News Sources" ในส่วนที่กล่าวถึงการเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนของหน่วยงานของรัฐ เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการวิจัยครั้งนี้อย่างสิ้นเชิง หน่วยงานของรัฐในประเทศแถบตะวันตกไม่มีสิทธิที่จะซื้อเนื้อหาในสื่อมวลชนเพื่อการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เนื่องจากนับเป็นการให้ความสนใจกับตนเอง (self-interest) ที่หน่วยงานของรัฐไม่ได้รับอนุญาตให้กระทำได้ การนำเสนอข่าวด้วยวิจรรย์ญาณของสื่อมวลชนจึงเป็นวิถีทางเดียวเท่านั้นที่รัฐจะนำเสนอผลงานสู่สาธารณชน ในขณะที่ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าหน่วยงานของรัฐในประเทศไทยมีการใช้ประโยชน์จากการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์อย่างเต็มที่ ผ่านทางระบบการจัดสรรงบประมาณราชการเพื่อซื้อเนื้อหาในสื่อมวลชนสำหรับการประชาสัมพันธ์ตนเองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า นอกจากรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้แล้ว ปัจจุบันแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ยังมีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์จากรายการประเภทบันเทิง อย่างเช่น ละคร เกมโชว์ และทอล์กโชว์ เพิ่มมากขึ้น นั่นคือนอกจากจะมีการนำเสนอป้ายโฆษณาสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการและการกล่าวชื่อของผู้อุปถัมภ์รายการ ยังมีการกำหนดให้ผู้ดำเนินรายการกล่าวถึงข่าวสารหรือสรรพคุณของสินค้าและบริการ รวมไปถึงการให้ผู้ร่วมรายการหรือนักแสดงบริโภคสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย โดยเฉพาะในรายการกีฬา ผู้วิจัยสังเกตว่าได้มีการนำเสนอเครื่องหมายการค้าของผู้อุปถัมภ์รายการสอดแทรกตลอดเวลาที่มีการแพรวพราวออกอากาศโดยการช้อนตัวอักษร การติดแผ่นป้ายโฆษณา การสวมเครื่องแต่งกายของผู้ดำเนินรายการ การวางอุปกรณ์ประกอบฉากและการแข่งขันชิงรางวัล ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการจึงมีแนวโน้มว่าจะมีมากยิ่งขึ้น และในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นในอนาคต

พาณิชย์นิยมในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์

บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรหรือมีลักษณะพาณิชย์นิยมมาตั้งแต่แรกเริ่มนั้น นับเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์และมีบทบาทส่งเสริมหรือบั่นทอนอิทธิพลและการใช้ประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการโดยตรง จากกรณีวิเคราะห์การควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ดังที่นำเสนอไว้ในบทที่ 6 นั้น ผลสรุปก็คือบริษัท ปาใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด มีการควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" ในลักษณะที่บั่นทอนอิทธิพลและการใช้ประโยชน์ของผู้โฆษณา ส่วน บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด และบริษัท พาโนราม่า ดอคคิวเมนทารี จำกัด มีการควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ. รักรัสิ่งแวดล้อม" และรายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" ในลักษณะที่ส่งเสริมอิทธิพลและการใช้ประโยชน์ของผู้สนับสนุนรายการ

ในส่วนของการประสานอำนาจการควบคุมในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่ามี ความแตกต่างจากองค์กรสื่อสารมวลชนโดยทั่วไป เนื่องจากบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มักเป็นองค์กรขนาดกลางหรือขนาดเล็กที่ผู้บริหารสามารถควบคุมการทำงานของผู้ผลิตรายการได้อย่างใกล้ชิดด้วยการตรวจสอบอย่างไม่เป็นทางการและการประชุมอย่างเป็นทางการ ดังนั้น ผู้บริหารจึงมีบทบาทต่อการประสานอำนาจการควบคุมในองค์กร ทั้งด้วยอุดมการณ์บริษัทและระบบบรรณาธิการโดยตรง เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้กำหนดแนวคิดในการก่อตั้งบริษัทและแนวปฏิบัติภายในบริษัทอันนำไปสู่อุดมการณ์ของบริษัทในท้ายที่สุด และแม้ว่าบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์โดยทั่วไปมีหัวหน้าฝ่ายผลิต ผู้จัดการโครงการ หรือผู้ผลิตรายการฝ่ายบริหารทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการ แต่ผู้บริหารก็มีบทบาทในการให้คำปรึกษาในการตัดสินใจอย่างใกล้ชิด บางกรณีผู้บริหารก็จะทำหน้าที่บรรณาธิการคอยกำกับดูแลการทำงานของผู้ผลิตรายการด้วยตนเอง

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่าบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ทุกบริษัทในงานวิจัยมีลักษณะเป็นพาณิชย์นิยมมากขึ้น โดยบริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด มีลักษณะของความเป็นพาณิชย์นิยมมากที่สุด รองลงมาคือบริษัท พาโนราม่า ดอคคิวเมนทารี จำกัด และบริษัท ปาใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด ตามลำดับ

สำหรับพาณิชย์นิยมในบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าแม้บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์จะถูกก่อตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองอุดมการณ์วิชาชีพในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชนก็ตาม แต่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ปฏิบัติตามอุดมการณ์ทางวิชาชีพได้ยากขึ้น โดยเฉพาะจากผลงานของบริษัทประเภทรับจ้างผลิตที่มีจำนวนมากกว่าผลงานประเภทที่บริษัทผลิตเอง นอกจากนี้ แนวโน้มของการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

ในอนาคตก็ดูเหมือนจะเป็นรายการประเภทรับจ้างผลิตโดยมีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการ
 ในรูปของการสนับสนุนรายการทั้งสิ้น

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังมีความเห็นว่า บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในเชิง
 อุปถัมภ์อย่างไม่เป็นทางการกับนักการเมืองอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะในสถานการณ์การประมุขงาน
 ผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับของหน่วยงานของรัฐหรือแม้แต่บริษัทธุรกิจเอกชน ทั้งนี้ เนื่องจาก
 ความสำเร็จหรือการตัดสินใจของผู้จัดการประมุขไม่ได้เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ
 เท่านั้น หากแต่สายสัมพันธ์ส่วนบุคคลในเชิงอุปถัมภ์ระหว่างบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์กับ
 นักการเมือง ยังมีพลังอำนาจอย่างยิ่งในการผลักดันผลของการประมุขงานผลิตรายการโทรทัศน์
 อย่างไม่เป็นทางการ ผลก็คือบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีสายสัมพันธ์กับนักการเมืองเข้มแข็ง
 และมีความเป็นพาณิชย์นิยมสูงจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจสูงกว่า สิ่งนี้ได้สะท้อน
 ให้เห็นถึงการที่ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (sponsorship system) ซึ่งมีรากฐานมาจากระบบ
 อุปถัมภ์แบบดั้งเดิมในสังคมไทย (patronage system) ได้ย้อนกลับมาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันอีกครั้ง
 ในสถานการณ์การแข่งขันที่บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มีความเป็นพาณิชย์นิยมมากขึ้น

สิ่งที่ได้พบในการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับรายงานสถานการณ์การทำให้สื่อมวลชนเป็นการ
 พาณิชยที่มีผลกระทบต่อวิชาชีพนิยมของนักหนังสือพิมพ์ในประเทศอังกฤษ ซึ่ง Harry Christian
 (1980) กล่าวว่า นักหนังสือพิมพ์ในประเทศอังกฤษนั้น แบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย คือ สภานักหนังสือ
 พิมพ์แห่งชาติ (N.U.J. : National Union of Journalists) และสถาบันนักหนังสือพิมพ์ (Institute
 of Journalists) ระดับของพาณิชยนิยมที่แตกต่างกันนี้ เป็นเงื่อนไขพื้นฐานของความสำเร็จทาง
 วิชาชีพที่แตกต่างกัน นักหนังสือพิมพ์ในสภานักหนังสือพิมพ์แห่งชาติประสบความสำเร็จเชิง
 เศรษฐกิจอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นสหภาพที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย ในขณะที่นักวิชาชีพ
 หนังสือพิมพ์สถาบันนักหนังสือพิมพ์ต้องประสบกับความล้มเหลวและขาดทุน เนื่องจากเป็น
 สถาบันที่มุ่งเน้นการทำงานตามอุดมการณ์ทางวิชาชีพ

สถานการณ์ของนักหนังสือพิมพ์ในประเทศอังกฤษแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงผลกระทบ
 จากการทำให้สื่อมวลชนเป็นการพาณิชยที่มีต่อวิชาชีพนิยมของสื่อมวลชนโดยตรง ยิ่งไปกว่านั้น
 ยังแสดงให้เห็นถึงความยากลำบากของการพัฒนาศักยภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมภายใต้
 แรงกดดันทางการพาณิชยอีกด้วย สำหรับผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ใน
 ประเทศไทย ปัญหาแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของรายการประเภทรับจ้างผลิตโดยมีแหล่งเงินทุน
 อุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิต
 รายการสารคดีโทรทัศน์อย่างยิ่ง เนื่องจาก การผลิตรายการเพื่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจดังกล่าว
 เป็นรูปแบบที่ส่งเสริมให้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการขยายเข้าสู่กระบวนการผลิตรายการสารคดี
 โทรทัศน์มากยิ่งขึ้น

เสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

แนวคิดเกี่ยวกับวิชาชีพนิยมนั้น Golding (1977) ได้กล่าวว่า วิชาชีพนิยมเป็นบูรณาการระหว่างมาตรฐานทางวิชาชีพกับการให้คุณค่ากับสาธารณชน ในขณะที่ Hallin (1996) ได้กล่าวในทำนองเดียวกันคือ วิชาชีพนิยม หมายถึงการที่นักวิชาชีพมีอุดมการณ์ในการทำหน้าที่เชิงวิชาชีพอย่างสมบูรณ์โดยมีจริยธรรมในการบริการสาธารณชนกำกับอยู่ ดังนั้น เกณฑ์ตัดสินวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์จึงประกอบด้วย 2 ส่วนคือ มาตรฐานในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์และการทำหน้าที่ของรายการสารคดีโทรทัศน์

จากการวิเคราะห์การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ดังที่นำเสนอไว้ในบทที่ 7 นั้น ผลสรุปก็คือผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในงานวิจัยได้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ที่สามารถทำหน้าที่ของสารคดีอย่างครบถ้วน แต่ในบางกรณี ผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในงานวิจัยกลับไม่สามารถทำงานตามมาตรฐานในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์อย่างสิ้นเชิง

ผู้ผลิตรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" มีการสร้างความจริงโดยเอื้อประโยชน์ต่อผู้โฆษณาหลักในรายการคือ ในขณะที่โครงการของบริษัทธุรกิจเอกชนอื่นที่ไม่ได้เป็นผู้โฆษณาหลักในรายการไม่มีการนำเสนอมากนัก ยกเว้นโครงการขององค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร (NGOs : Non - Government Organizations) รายการ "ทุ่งแสงตะวัน" จะตอบสนองความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการด้วยการนำเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริษัทธุรกิจเอกชนที่เป็นผู้โฆษณาหลักเท่านั้น

"เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม" ขาดมาตรฐานในการแสวงหาความจริงอย่างรอบด้าน ขาดการตีความความจริงอย่างสร้างสรรค์ และในการสร้างความจริงขึ้นอีกครั้งก็ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ที่ใช้รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สร้างความชอบธรรมให้กับการบำบัดและกำจัดของเสียอันตรายของศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมดำ และศูนย์ฝังกลบ จ.ราชบุรี เพื่อประโยชน์ในการสร้างศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมในอนาคต ในขณะที่หน่วยงานของรัฐซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม" เข้ามาตรวจสอบเนื้อหารายการอย่างเข้มงวด บริษัทธุรกิจเอกชนซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" กลับสนใจตรวจสอบเพียงวิธีการนำเสนอในรายการ ผู้ผลิตรายการ "ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal" จึงขาดการแสวงหาความจริงอย่างรอบด้านในการนำเสนอรายการบางตอน

สำหรับการตรวจสอบเพื่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น มีโอกาสเป็นไปได้เฉพาะในกรณีที่ผู้ผลิตรายการดำรงตำแหน่งผู้บริหารของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ดังเช่นในกรณีของผู้ผลิตรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" แต่ในกรณีการตรวจสอบโดยทั่วไปนั้น โอกาสที่ผู้ผลิต

รายการสารคดีโทรทัศน์จะสามารถทำงานตามวิชาชีพนิยมในส่วนของมาตรฐานการผลิตรายการสารคดีขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างข้อตกลงกับวัตถุประสงค์รายการเป็นสำคัญ ผู้ผลิตรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” ประสบความสำเร็จในการต่อรองกับผู้อุปถัมภ์รายการเกี่ยวกับการนำเสนอโครงการประหยัดพลังงาน ทั้งที่ไม่ตรงกับประเด็นหลักที่จะนำเสนอในรายการคือ พฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นข้อตกลงที่ไม่ความขัดแย้งกับวัตถุประสงค์ “เพื่อแสดงให้เห็นแนวทางในการประหยัดพลังงาน”

เมื่อเปรียบเทียบกับการทำงานวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการ “เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม” ที่ต้องการนำเสนอความจริงเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความปลอดภัยของ ศูนย์ฯ แสมดำและศูนย์ฝั่งกลบ จ.ราชบุรีซึ่งขัดแย้งกับวัตถุประสงค์รายการ “เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความปลอดภัยของเทคโนโลยีสมัยใหม่” และ “ไว้ใจและเชื่อมั่นในการดำเนินการกำจัดกากอุตสาหกรรมของสำนักงานพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโรงงาน” ผู้ผลิตรายการทำได้เพียงการพยายามนำเสนอภาพของสถานที่จริงและการไม่ใช้ภาพที่ไม่ได้เกิดขึ้นในสถานที่จริงเท่านั้น สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า รูปแบบการต่อรองของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในปัจจุบันยังไม่ประสบผลสำเร็จหรือมีแนวโน้มว่าจะสามารถเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและการนำเสนอในรายการได้แต่อย่างใด

ในสถานการณ์ที่ผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ต้องเผชิญกับผู้อุปถัมภ์รายการที่มีอำนาจปิดกั้นการทำงานตามวิชาชีพนิยมนี้ James C. Scott (1977) ได้กล่าวว่า ในเชิงทฤษฎีผู้รับอุปถัมภ์มีทางเลือก 4 ทาง (อ้างถึงใน อมรา พงศาพิชญ์และอมรา คุณินทร์พันธุ์, 2539) คือ

- 1) ผู้รับอุปถัมภ์ตอบแทนด้วยบริการที่ผู้อุปถัมภ์ต้องการมากจนถึงระดับที่ดึงดูดสถานการณ กลับมาเป็นการแลกเปลี่ยนที่เท่าเทียมกัน
- 2) ผู้รับอุปถัมภ์รายการพยายามหาทางพึ่งพิงแหล่งอื่น ถ้ามีการแข่งขันระหว่างผู้อุปถัมภ์หลายคน ชื่อเรียกร่องของผู้อุปถัมภ์ก็จะลดลง
- 3) ผู้รับอุปถัมภ์มีอำนาจต่อรองจนสามารถบังคับผู้อุปถัมภ์ได้
- 4) ผู้รับอุปถัมภ์ไม่ต้องการความช่วยเหลือของผู้อุปถัมภ์รายการ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในฐานะผู้รับอุปถัมภ์ในปัจจุบันไม่มีเสรีภาพในการเลือกทางใดๆ ทั้งสิ้น เนื่องจากผู้ผลิตรายการตกเป็นผู้รับอุปถัมภ์ของผู้บริหารบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์อีกทอดหนึ่ง ทำให้อำนาจในการต่อรองกับผู้อุปถัมภ์รายการอยู่ที่ผู้บริหารของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ไม่ใช่อยู่ที่ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เอง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า เสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ยังถูกรอบงำจากระบบเซ็นเซอร์ในรูปแบบใหม่คือการตรวจสอบบทก่อนถ่ายทำและการตรวจสอบเทปวีดีทัศน์ก่อนออกอากาศโดยผู้อุปถัมภ์รายการทั้งที่เป็นหน่วยงานของรัฐและบริษัทธุรกิจเอกชน ซึ่งการกระทำดังกล่าว ขัดต่อบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 41 ที่กล่าวถึง เสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนโดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของหน่วยงานของรัฐหรือแม้แต่เจ้าของกิจการ (หัวใจรัฐธรรมนูญ, 2540)

การที่ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทยไม่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มนักวิชาชีพเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองกับบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์และผู้อุปถัมภ์รายการ ทำให้ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไม่มีเสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยม อันจะมีผลสืบเนื่องไปถึงการสร้างภาพความจริงในรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ถูกผลิตขึ้นในท้ายที่สุด

การสร้างภาพความจริงในรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

รูปแบบรายการสารคดีโทรทัศน์ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการความจริงของมนุษย์ จากแนวคิดแรกเริ่มของ John Grierson ในปี ค.ศ.1924 ในการผลิตภาพยนตร์เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันโดยมีการนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้านและสร้างสรรค์ เพื่อให้พลเมืองเข้าใจปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญหน้าอยู่ และมีความคิดที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาวิเคราะห์การทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ภายใต้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการได้ส่งผลกระทบต่อในเชิงลบต่อบทบาทการสร้างภาพความจริงของรายการสารคดีโทรทัศน์ในหลายประเด็นดังต่อไปนี้

1. การสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญหน้าอยู่

ในรายการสารคดีโทรทัศน์นั้นจะมีการสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญหน้าอยู่ด้วยการกำหนดประเด็นนำเสนอในรายการ ประเด็นปัญหาที่ผู้อุปถัมภ์รายการกำหนดขึ้นในบางกรณีก็ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับคนในสังคมโดยตรง หรือต้องการปฏิบัติการเยียวยาร่วมกันอย่างเร่งด่วนอย่างที่ควรจะเป็น ตัวอย่างเช่น กรมโรงงานอุตสาหกรรมผู้สนับสนุนรายการ "เปิดโลกทัศน์ กรอ.รักษ์ สิ่งแวดล้อม" ได้กำหนดให้มีการนำเสนอประเด็นปัญหาเกี่ยวกับของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรม เพื่อให้ชาวบ้านในท้องถิ่นที่จะทำการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมให้ความร่วมมือกับรัฐบาล ซึ่งประเด็นปัญหาที่คนในสังคมกำลังเผชิญอยู่ และสามารถร่วมมือกันแก้ไขได้น่าจะเป็นประเด็นปัญหาของเสียอันตรายจากชุมชนมากกว่า

2. การสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับสภาพความเป็นไปในสังคม

ในรายการสารคดีโทรทัศน์นั้น มีการสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับสภาพสังคมด้วยการนำเสนอเรื่องราวในแต่ละตอนที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปในสังคม ซึ่งเรื่องและผู้อุปถัมภ์รายการกำหนดให้มีการนำเสนอในบางกรณีก็เป็นภาพความจริงเกี่ยวกับสภาพความเป็นไปในสังคมที่ไม่สอดคล้องความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น การไฟฟ้าฝ่ายผลิต ผู้โฆษณาหลักในรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ได้กำหนดให้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ 1,000 ไร่เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กรในการเพิ่มพื้นที่ป่าในประเทศให้มากขึ้น การนำเสนอภาพพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตร่วมกันปลูกป่านี้ เป็นการสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับการเพิ่มพื้นที่ป่าด้วยการดำเนินการเพียง 1 วัน ซึ่งตามความเป็นจริง การเพิ่มพื้นที่ป่าในประเทศโดย จำเป็นต้องใช้วิธีการที่ซับซ้อนและเวลาอันยาวนานกว่าที่นำเสนอในรายการ

3. การสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการ

รายการสารคดีโทรทัศน์มีการสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการ ด้วยการที่ผู้อุปถัมภ์รายการกำหนดให้มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับตนเองสอดแทรกอยู่ในเนื้อหาและในวิธีการนำเสนอ การสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการนี้ มักเป็นภาพความจริงเชิงบวกเพียงด้านเดียวเท่านั้น ตัวอย่างเช่น บริษัท ยูโนแคล (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้สนับสนุนรายการ “ประหยัดพลังงานกับ Mr.Unocal” กำหนดให้มีชื่อผู้สนับสนุนรายการเป็นชื่อรายการและชื่อของผู้ดำเนินรายการ และนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรผู้ผลิตก๊าซธรรมชาติโดยไม่ได้กล่าวถึงกระบวนการขุดเจาะก๊าซธรรมชาติที่อาจทำลายสิ่งแวดล้อมได้

การที่ผู้อุปถัมภ์รายการมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพความจริงของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์นี้ ส่งผลให้รายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของไทยไม่มีศักยภาพในการสร้างภาพความจริงเกี่ยวกับประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้านและสร้างสรรค์ตามเจตนารมณ์ของผู้ผลิตรายการในฐานะนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน นอกจากนั้น รูปแบบรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันยังถูกใช้เพื่อโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เพื่อปิดกั้นไม่ให้ผู้ชมโทรทัศน์เห็นสภาพความเป็นจริงหรือสร้างภาพความจริงที่บิดเบือนเท่านั้น ไม่ได้เป็นรูปแบบรายการที่ถูกใช้เพื่อการตั้งคำถามกับสังคมนำไปสู่การแสวงหาคำตอบเพื่อตอบสนองความต้องการความจริงของสาธารณชนในสังคมอย่างสมควรจะเป็น

ในการศึกษากรณีการต่อรองระหว่างผู้ผลิตรายการโทรทัศน์กับผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้วิจัยสังเกตว่าผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่ไม่ต้องการกล่าวถึงการต่อรองมากนัก เนื่องจากเป็นสถานการณ์ที่บ่งชี้ถึงความขัดแย้งระหว่างบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์กับแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการ ซึ่งเป็นกรณีที่ผู้บริหารไม่ต้องการให้เกิดขึ้น และการให้ข้อมูลที่ขัดแย้งกับทัศนคติของผู้บริหารเช่นนี้อาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ และอนาคตทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการได้

นอกจากนั้น ผู้ผลิตรายการยังคงมีความเชื่อว่าการตรวจสอบบทและเทปวิดีโอในรายการประเภทรับจ้างผลิตเป็นสิทธิของผู้อุปถัมภ์รายการ และบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มีแนวโน้มในการส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายการปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างอีกด้วย สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความอ่อนแอของสื่อมวลชนประเภทผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ และการขาดอุดมการณ์ทางวิชาชีพของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชนในสังคมไทย

ผู้วิจัยหวังว่าอิทธิพลของระบบอุปถัมภ์นั้น แม้ว่าจะยังคงมีอยู่ต่อไปในอนาคต แต่คงจะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นคือไม่มากจนถึงกับเป็นการครอบงำดังเช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยที่ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์มีเสรีภาพในการทำงานตามวิชาชีพนิยมมากขึ้น ส่งผลให้รายการสารคดีโทรทัศน์มีพัฒนาการไปสู่การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า รูปแบบรายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทยไม่ได้ถูกใช้เพื่อการแสวงหาความจริงหรือตั้งคำถามกับสังคมในเชิงลึก หากแต่ถูกใช้เพื่อสร้างความชอบธรรมของข้อมูลในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการศึกษาการนำเสนอข้อมูลในรายการสารคดีโทรทัศน์เปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลรอบด้านโดยเฉพาะข้อมูลของโครงการที่มีผลกระทบต่อสาธารณชน อาทิ โรงไฟฟ้านิวเคลียร์

2. จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ยังขาดอำนาจการต่อรองในการทำงานตามวิชาชีพนิยม ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการวิจัยเชิงประวัติบุคคลเกี่ยวกับผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในอดีตที่มีประสบการณ์การต่อรองเพื่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมกับบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์หรือผู้อุปถัมภ์รายการ และผลของการต่อรองในท้ายที่สุด

3. จากการศึกษาพบว่าธุรกิจบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ถูกทำให้เป็นการพาณิชย์มากขึ้นเรื่อยๆ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการวิจัยองค์กรสื่อสารมวลชนประเภทบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์บริษัทใดบริษัทหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อศึกษาพัฒนาการของการทำหน้าที่สื่อมวลชน

4. จากการศึกษาพบว่า รายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทย มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการเป็นหลัก ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาออกอากาศตลอดทั้งรายการ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการนำเสนอรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีในขณะที่การขายเวลาออกอากาศในระบบแบ่งเวลาโฆษณา (sharing time) มีมากขึ้น

5. งานวิจัยนี้ได้ศึกษาอิทธิพลและการใช้ประโยชน์ของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการในรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีโทรทัศน์เท่านั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการศึกษาในรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะรายการเพื่อความบันเทิงเพิ่มเติมในอนาคต