

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

หากตั้งคำถามว่าการทำความเข้าใจเกี่ยวกับคนยากจนในสังคม หรือคนด้อยโอกาส โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนมีความสำคัญอย่างไร และการให้ความสนใจกับเยาวชนด้อยโอกาสมีความจำเป็นอย่างไรต่อความเข้าใจสังคม เราจะเข้าใจสังคม เศรษฐกิจ การเมืองไทยโดยไม่จำเป็นต้องให้ความสนใจกับคนพวกนี้เลยได้หรือไม่ คำถามเหล่านี้สะท้อนให้เห็นภาวะที่ซับซ้อนของสภาพการณ์ทางสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และที่สำคัญยิ่งกว่านั้นคือ สถาบันทางสังคม แสดงบทบาทหน้าที่ของตนดีแล้วหรือยัง สื่อมวลชนมีส่วนอย่างไรในการกระตุ้นและแสดงบทบาทในการสร้างความสำคัญให้กับเยาวชนด้อยโอกาสเหล่านั้น จนส่งผลให้เกิดการพัฒนาขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

นักสังคมศาสตร์ในยุคหลังสมัยใหม่ ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มคนที่เรียกรวมๆ กันว่า “คนด้อยโอกาส” (Subaltern Group) ไม่ว่าจะเป็ชาติพันธุ์กลุ่มน้อย ผู้หญิง คนพิการ เด็ก ทั้งนี้ เพื่อให้เสียงเรียกร้องของคนเหล่านี้ได้รับการรับฟังจากสังคมใหญ่ คนเหล่านี้มักจะถูกกีดกันหรือเบียดขับออกจากสังคม (The excluded or marginalized) ไม่ว่าจะเป็บริบททางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และสิ่งแวดล้อม¹

ประเทศไทยแม้จะถือว่าเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา คนในประเทศมีการพัฒนามากขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา การติดต่อสื่อสาร เทคโนโลยี ตลอดจนคุณภาพชีวิตของคนดีขึ้นตามการพัฒนาที่มีอย่างไม่หยุดนิ่งนั้น แต่อีกด้านหนึ่งของสังคมยังมีคนที่ยังขาดโอกาสในการได้รับการพัฒนาเหล่านั้น เนื่องจากสภาพปัญหาด้านพื้นที่ ความเป็นอยู่ และสภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ทำให้สังคมยังมีช่องว่างระหว่างคนที่ร่ำรวยกับคนยากจนอยู่

¹ชูศักดิ์ วิทยากัด, “สังคมกับการศึกษาคนชายขอบ,” *สังคมศาสตร์* (กรกฎาคม-สิงหาคม, 2541):41-42.

ขณะที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทย ฉบับที่ 10² ยังคงมุ่งแนวปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เช่นเดียวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9 โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ เพื่อมุ่งเน้นการแก้ปัญหาความยากจน และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ในประเทศให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย ซึ่งแผนดังกล่าวให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง และปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่สมดุลและยั่งยืน ขณะเดียวกันยังเน้นการสร้างค่านิยมร่วมให้คนไทยตระหนักถึงความจำเป็น และการปรับเปลี่ยนกระบวนความคิด ทักษะคติ ยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญานำทางให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารจัดการประเทศแนวใหม่ที่มุ่งเน้นสู่ประสิทธิภาพ และคุณภาพก้าวตามโลกได้อย่างรู้เท่าทัน

จากความตระหนักถึงสภาพสังคมดังกล่าวทำให้หลายหน่วยงานออกมาแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้สังคมเข้มแข็ง คนในสังคมสมัครสมานสามัคคี และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นับว่ามีความสำคัญมากสำหรับโลกในยุคของการพัฒนา และสำหรับวิชาชีพสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันที่เข้ามามีบทบาทหน้าที่ในความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเด่นชัดในยุคที่การสื่อสารมีความสำคัญ สื่อมวลชนถือเป็นผู้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และการยอมรับพฤติกรรมต่างๆ ในสังคม สื่อมวลชนจึงเป็นพลังที่จะปลดปล่อยมนุษย์ให้หลุดพ้นจากกระยะทางและความโดดเดี่ยว และนำประชาชนจากสังคมล้าหลังไปสู่สังคมสมัยใหม่³ ดังนั้น หน้าที่นี้ของสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญเพราะช่วยพัฒนาคุณภาพในการคาดคะเนความรู้สึกของคนอื่นได้

แมคควอล⁴ กล่าวไว้ว่า สื่อจัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของระบบสังคมที่ต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมนั้น สื่อมวลชนเป็นตัวเชื่อมประสานให้ส่วนต่างๆ ของสังคมก้าวไปพร้อมๆ กันได้

²สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การนำเสนอแนวคิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทย ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554), (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549), น.29.

³สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบต่อ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โกสินทร์, 2539), น.103.

⁴Danis McQuail, Mass Communication Theory.2nd ed. (London: Sage Publications,1987), p.87.

สื่อมวลชนในสังคมจึงมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสังคมนั้น หน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชน คือ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนในสังคมให้ได้รับความรู้ ความเป็นไปของสิ่งต่างๆ รอบตัว

สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หรือสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต สื่อต่างๆ เหล่านี้ทำหน้าที่เสมือนเป็นกระจกสะท้อนของสังคม และมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมากขึ้นทุกขณะ หากปราศจากสื่อมวลชนแล้วก็เสมือนสังคมที่ขาดความมีชีวิต

สื่อโทรทัศน์ นับว่าเป็นสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง”⁵ ในการเชื่อมโยงระหว่างโลกแห่งความจริง (World of Reality) และโลกแห่งความหมาย (World of Meaning) ได้อย่างดี และเป็นที่ยอมรับแพร่หลายมากที่สุดสื่อหนึ่ง เพราะได้ชื่อว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์มากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ และมนุษย์ทุกเพศทุกวัยต่างก็ให้ความสำคัญกับโทรทัศน์จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน

สำหรับบ้านเราเมื่อพูดถึงรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ มักจะนึกถึงรายการประเภทสารคดีที่นำมาเผยแพร่จากต่างประเทศเป็นหลัก ขณะที่รายการประเภทสารคดีของไทยเองกลับมีพัฒนาการที่ไม่ชัดเจนเหมือนต่างประเทศที่มีวิวัฒนาการมาตลอดและต่อเนื่อง เพราะการผลิตรายการสารคดีที่ยิ่งใหญ่หนึ่งเรื่องต้องใช้เงินลงทุนสูง ขณะที่รายได้จากการผลิตอาจไม่คุ้มทุน อีกทั้งวัฒนธรรมในการเลือกชมรายการทางโทรทัศน์ของคนไทยมักเน้นความบันเทิงเป็นหลักไม่สนใจ การเสพเนื้อหาสาระ ส่งผลให้สารคดีเต็มรูปแบบมักจะขาดหายไปช่วงๆ คือ มีมา 3-4 ปี แล้วก็หายไป แต่ทั้งนี้แม้รายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจะตกอยู่ในสภาวะที่จะโตก็ไม่ได้เต็มที่ แต่ความนิยมในรายการสารคดีก็ไม่เคยเลือนหายไปหรือหายไปจากวงการโทรทัศน์ ปัจจุบันยังคงมีกลุ่มผู้สร้างสารคดีที่เลือกผลิตงานประเภทนี้ออกมาอยู่ตลอดเวลา⁶

คำว่า “สารคดี” ในภาษาอังกฤษอาจใช้ได้ทั้งคำว่า Feature และ Documentary แต่ทั้ง 2 คำ สื่อความหมายในลักษณะต่างกัน โดย Feature เป็นการนำเสนอเรื่องราวทั่วไป บรรยาย

⁵พรพรรณ สมบูรณ์บัติ, “หญิงชรา: ภาพตัวแทนในรายการสารคดีโทรทัศน์ ‘คน ค้น คน’,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น.5.

⁶อรทัย รุจิราธร, “พัฒนาของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปีพ.ศ.2530 ถึง 2541,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น.11.

โดยภาพรวมให้ทราบถึงเรื่องที่เกี่ยวข้อง ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ในขณะที่ Documentary เน้นการวิเคราะห์เจาะลึกในประเด็นเนื้อหาเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากกว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ โดยแสดงให้เห็นถึงที่มาที่ไป การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมทั้งการใช้เหตุผล หลักฐานที่น่าเชื่อถือในการพิสูจน์ อ้างอิงต่างๆ ดังนั้น สารคดี (Documentary) จึงเป็นรายการโทรทัศน์ประเภทหนึ่งที่ต้องอาศัยความพิถีพิถันในการผลิต สารคดีจึงเป็นเครื่องตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้ชม เพื่อเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจให้ดูรู้ได้เข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง อีกทั้งยังเป็นวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ยังเป็นการบูรณาการระหว่างมาตรฐานทางวิชาชีพกับการให้คุณค่ากับสาธารณชน

ตลอดระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่พ.ศ.2531-2540 รายการสารคดีทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ การแนะนำสถานที่ และแนะนำสิ่งแปลกใหม่⁷ เช่น รายการสองโลก ทาง ททบ.5 รายการกระจกหกด้าน ทางช่อง 7 รายการธรรมชาติและชีวิต รายการสวรรค์เมืองไทย ทางช่อง 11 รายการทุ่งแสงตะวัน และรายการใต้ฟ้าเมืองไทย ทางช่อง 3 เพราะในสมัยนั้นจะถือว่าเป็นรายการสารคดีมีชีวิต มีเสียงตอบรับจากผู้ชมอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพึงพอใจ ขณะที่รายการสารคดีที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนมีให้เห็นเรื่อยๆ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงหลังปีพ.ศ.2541 เป็นต้นมา รายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตหรือวิถีชีวิตของประชาชนได้รับความนิยมในการชมสารคดีชีวิตมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศไทยกำลังตกอยู่ในภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ผู้คนขาดกำลังใจ ทำให้วิถีชีวิตของคนเมืองเปลี่ยนแปลงและได้รับผลกระทบ อีกทั้งรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตยังเป็นตัวอย่างใกล้ตัวที่สามารถนำมาปรับใช้ได้กับชีวิตจริง ยกตัวอย่างรายการสารคดีโทรทัศน์ของไทยที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิต ได้แก่ รายการชีพจรลงเท้า รายการหลากชีวิต ทางช่อง 7 รายการจูงมือน้องเดิน ทางช่อง 3 รายการโรงเรียนของหนู รายการคน ค้น คน ทางโมเดิร์นไนน์ และรายการसानรักคนเก่งหัวใจแกร่ง ทาง TITV. ซึ่งรายการเหล่านี้จัดเป็นสารคดีเชิงวิเคราะห์ คือ เนื้อหามักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรือสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่ต้องเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและแม้กระทั่งตนเอง ขณะที่รายการประเภทสารคดีเต็มรูปแบบ⁸ ซึ่งเป็นรายการสารคดีที่อาจมีผู้ดำเนินรายการหรือไม่มีก็ได้ โดยเป็นรายการที่มุ่งนำเสนอข้อเท็จจริงในเชิงวิเคราะห์ผ่านการค้นคว้าหา

⁷ เรื่องเดียวกัน, น.12.

⁸ เรื่องเดียวกัน, น.26.

ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เชื่อถือได้ มีความหลากหลายในเรื่องเดียวกัน มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของเด็ก และเยาวชนแทบจะหาดูได้ยาก และไม่เห็นเด่นชัดนักในสื่อโทรทัศน์ของประเทศไทย

มูลเหตุจูงใจในการศึกษา

การปฏิบัติงานของสื่อมวลชนโดยส่วนใหญ่จะมุ่งไปในทิศทางที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย และอุดมการณ์ขององค์กรผู้ผลิต สื่อมวลชนต่างชนิดกันจะมีจุดมุ่งหมายแตกต่างกัน ทิศทาง การวางบทบาทขององค์กรของนักสื่อสารมวลชนจึงมาจากจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ และจะมีผลต่อการวางแผนและผลิตงาน โดย McQuail⁹ แบ่งมาตรฐานทางวิชาชีพของนักสื่อสารมวลชนออกเป็น 4 ประเภท¹⁰ ดังนี้

1. The pragmatics หมายถึง องค์กรสื่อสารมวลชนที่มุ่งให้ความสำคัญต่อระดับความนิยมของผู้รับสารที่มีต่อผลงานขององค์กรเป็นหลักใหญ่
2. The craft-oriented หมายถึง องค์กรสื่อสารมวลชนที่วางระดับความสำเร็จทางวิชาชีพไว้ที่การยอมรับในผลงานจากองค์กรสื่อสารมวลชนเพื่อนร่วมอาชีพ
3. The organization-oriented หมายถึง องค์กรสื่อสารมวลชนที่ยึดมั่นในการสร้างผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรใหญ่กำหนด
4. The society/ environment-oriented หมายถึง องค์กรสื่อสารมวลชนที่มุ่งสร้างผลงานให้สอดคล้องกับกลุ่มหรือสิ่งต่างๆ ที่แวดล้อมองค์กร

บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชัน จำกัด เป็นบริษัทผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2534 เริ่มต้นจากความคิดของ คุณสุริยนต์ จงลีพันธ์ คุณนิรมล เมธีสุวกุล และคุณยุพา เพ็ชรฤทธิ์ ที่ต้องการทำงานโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นสาระประโยชน์ และรับผิดชอบต่อสังคม สะท้อนสภาพปัญหาและทางออก รวมทั้งสร้างความตระหนักด้านสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เหล่านี้เป็นวัตถุประสงค์สำคัญของบริษัท โดยเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปผ่านสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อีกทั้ง ยังมีจุดเด่นด้านปณิธานและแนวคิดในการทำงานที่แตกต่างจากบริษัทเอกชนอื่นๆ คือ การไม่ทำงานเพื่อหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจเพียง

⁹Danis McQuail, op.cit., footnote 4, p.88.

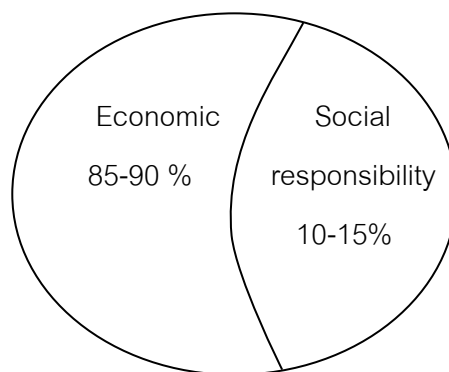
¹⁰กิตติมา ชาญวิชัย, “ความสำเร็จของรายการสารคดีสถานีโทรทัศน์ NHK ประเทศญี่ปุ่น,” (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น.35.

อย่างเดียว หรือไม่หวังผลกำไรสูงสุด รายการทุกรายการของบริษัทฯจะต้องให้สาระ ประโยชน์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม คุณภาพงานต้องมีมาตรฐานสูงและปลูกฝังแนวความคิดการรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่พนักงานทุกคน

บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือเอไอเอส ถือเป็นองค์กรธุรกิจระดับแนวหน้าของประเทศไทย และเป็นที่น่าสังเกตว่าลักษณะขององค์กรธุรกิจปัจจุบันไม่สามารถอยู่ได้ด้วยการทำธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว การทำโครงการเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นการแสดงเจตนาที่ใส่ใจต่อสังคม ทั้งนี้ ผลกำไรและโครงการเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญและการแบ่งสัดส่วนต้นทุนทางการตลาดของแต่ละองค์กรธุรกิจ โดยบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับโครงการเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมร้อยละ 10-15 ต่อปีโดยคิดจากต้นทุนทางการตลาด

ภาพที่ 1.1

สัดส่วนต้นทุนเฉลี่ยทางการตลาดระหว่างการทำธุรกิจเพื่อผลกำไรกับเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)



จากการที่สังคมไทยปัจจุบันยังมีปัญหาเกี่ยวกับเด็กยากจน และเด็กด้อยโอกาสอยู่จำนวนมากไม่น้อย โดยเฉพาะการด้อยโอกาสทางการศึกษา โครงการสานรัก ผู้รับผิดชอบต่อสังคมและดูแลโครงการหรือกิจกรรมเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จึงคิดจับจุดอ่อนของปัญหาสังคมไทยด้วยการว่าจ้างบริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด ผลิตรายการสารคดีที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจผ่านสื่อในระดับมวลชน โดยวิธีการสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส

คุณสมประสงค์ บุญยะชัย¹¹ ประธานกรรมการบริหารบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงที่มาของโครงการสานรักว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทางบริษัทอยากจะหยิบยกตัวอย่างออกมาให้สังคมไทยได้เห็นว่ามีความที่ลำบาก ขาดแคลน แต่มีความมุ่งมั่น และมีความประพฤติปฏิบัติที่ดี โดยมีเหตุผล 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 เป็นการเชิดชูคุณงามความดีของคนๆ นั้นว่าเขาถึงจะอยู่ในสถานะที่ยากลำบาก แต่เขามีความตั้งใจดี มีความประพฤติอันดี เราควรจะยกย่องคนดี

ประการที่ 2 เป็นตัวอย่าง เป็นอุทาหรณ์แก่คนที่มีความพร้อม หรือว่ามีปัญหาน้อยกว่า เขาจะได้ไม่เกิดความท้อใจในกรณีที่มีปัญหา จะเห็นว่าปัญหาตัวเองยังน้อยกว่าจะได้มีกำลังใจต่อผู้

ประการที่ 3 จะได้มีโอกาสช่วยเหลือยกระดับคนๆ นั้น ทำให้เขาได้มีชีวิตใหม่มีโอกาสสร้างชีวิตของเขาขึ้นไป เราเหมือนเป็นบันไดอันหนึ่งที่ทำให้เขาไปถึงจุดมุ่งหมายในชีวิตของเขาได้ดียิ่งขึ้น

รายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” แต่เดิมใช้ชื่อว่า รายการ “คนเก่งหัวใจแกร่ง” ออกอากาศครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ.2544 ในชื่อรายการ “คนเก่งหัวใจแกร่ง” ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทุกวันเสาร์ เวลา 18.05-18.20 น. ต่อมาปีพ.ศ.2548 ได้ปรับเปลี่ยนชื่อรายการใหม่ คือ รายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี วันอาทิตย์ เวลา 13.30-13.45 น. ในปีพ.ศ.2549 เปลี่ยนเวลาออกอากาศเป็นเวลา 11.45-12.00 น. และปีพ.ศ.2550 สถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็นทีไอทีวี

รายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” จัดเป็นรายการสารคดีเต็มรูปแบบที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตและมุมมองความคิดของเด็กและเยาวชน ที่มงานผู้ผลิตรายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” จากบริษัทป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด มีหน้าที่ค้นหา กรั่นกรองและพิจารณาเด็ก ด้อยโอกาสจากทั่วทุกภาค ทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยวิธีการกระจายและสุ่มอย่างทั่วถึง ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 คน ความยาว 15 นาที รูปแบบของรายการประกอบด้วยภาพ บทบรรยาย บทสัมภาษณ์ เพลงประจำรายการ และ ดนตรีประกอบผสมผสานกันตามความเหมาะสมกับรูปแบบของรายการในแต่ละปีจะมีเยาวชนที่ถูกคัดเลือกออกอากาศ จำนวน 48-52 คน การคัดเลือกเยาวชนต้องเข้าเกณฑ์คุณสมบัติดังต่อไปนี้

¹¹ สัมภาษณ์ สมนประสงค์ บุญยะชัย, ประธานกรรมการบริหารบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), 17 มิถุนายน 2550.

1. สุานะยากจน
2. เป็นคนดี มีความกตัญญู
3. รู้จักต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคของชีวิต
4. รักที่จะเรียนหนังสือเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง และครอบครัว

เหตุผลในการคัดเลือกตามคุณสมบัติดังกล่าวเป็นเพราะเยาวชนหรือเด็กด้อยโอกาสเหล่านั้นสมควรค่าแก่การสนับสนุน และสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น และเมื่อปีพ.ศ.2546 รายการสามารถนำเสนอเรื่องราวของเยาวชนด้อยโอกาสครบทุกจังหวัดในประเทศไทย และสถิติปีพ.ศ.2549¹² รายการได้นำเสนอเรื่องราวชีวิตของเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งรวม 295 คน

วัตถุประสงค์หลักของรายการสานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง คือ

1. เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนที่มีความประพฤติดี มีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อช่วยเหลือครอบครัว ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก พร้อมทั้งจะต่อสู้ชีวิตด้วยความเข้มแข็ง อีกทั้งยังมีความตั้งใจในการศึกษาเล่าเรียน เพื่ออนาคตที่ดีของตนเอง ครอบครัว และประเทศชาติ

2. เพื่อให้แง่คิดและเป็นตัวอย่างในการต่อสู้ชีวิตกับผู้ชม โดยให้เห็นจากตัวอย่างของเด็กและเยาวชนที่นำมาออกรายการในแต่ละสัปดาห์

3. เพื่อกระตุ้นให้คนในสังคมมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากขึ้น

เสน่ห์ของรายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” คือ เป็นรายการสารคดีเต็มรูปแบบ แสดงถึงความเป็นมืออาชีพของผู้ผลิตในการเข้าถึงเยาวชนด้อยโอกาสด้วยวิธีการต่างๆ ตามกระบวนการในการคัดเลือก คัดสรร และคัดกรองข้อมูลอย่างละเอียดก่อนจะดำเนินการเข้าสู่กระบวนการผลิตหรือถ่ายทำเพื่อออกอากาศต่อไป ซึ่งกระบวนการการทำงานหรือเบื้องหลังของทีมผู้ผลิตรายการเริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ขั้นตอนของการคัดเลือก และพิจารณาเยาวชนด้อยโอกาสอย่างรอบคอบก่อนการผลิต ซึ่งรูปแบบรายการที่ใช้วิธีการถ่ายทำแบบเป็นธรรมชาติจะแตกต่างจากรายการสารคดีชีวิตรายการอื่นๆ ที่ต้องอาศัยความเป็นละคร หรือเป็นสารคดีลูกผสม ซึ่งเป็นสารคดีที่ผสมผสานรูปแบบรายการประเภทอื่นๆ เข้าด้วยกัน เช่น รูปแบบละคร (Dramatic Documentary) เช่น รายการคน ค้น คน รายการความรู้คือพระที่ปีเข้ามาช่วยเพื่อให้เรื่องราวรูปแบบการนำเสนอน่าสนใจ

¹² อัญชลี อะหลิ, “ตารางออกอากาศรายการ ‘สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง’,”

(กรุงเทพมหานคร: บริษัทปาใหญ่ ทีวีเอชั่น จำกัด, 2550), (อ้างสำเนา)

คุณสุริยนต์ จองลีพันธ์¹³ ผู้ควบคุมการผลิตรายการ "सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง" ให้สัมภาษณ์ว่า

...ที่ผลิตรายการนี้ขึ้นมาเหตุผลหนึ่งก็คือ อยากให้ผู้ชมทบทวนแล้วก็เข้มแข็งให้มากขึ้นกว่าเดิม จากที่อาจจะเบื่อ เหนื่อย หรือท้อแท้กับชีวิตขึ้นมา แต่เมื่อได้เห็นการต่อสู้ของเด็กที่มาออกรายการคนหนึ่งแล้วผู้ชมก็คงจะคิดขึ้นได้ ดังนั้นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งคืออยากให้ง่าลังใจกับผู้ชม ให้ผู้ชมคิดว่าได้ต่อสู้ขนาดเด็กคนนั้นหรือเปล่า เด็กคนนั้นแยะขนาดนี้ ลำบากขนาดนี้ แต่ก็ยังต่อสู้อยู่ได้อย่างไม่ท้อ ซึ่งส่วนนี้มันก็แฝงด้วยข้อคิด ศีลธรรมและจริยธรรมให้แก่ผู้ชมไปในตัวด้วย

คุณสมประสงค์ บุญยะชัย¹⁴ ให้สัมภาษณ์ถึงเนื้อหารายการไว้ว่า

...คนเรามันจะเกิดข้อคิดขึ้นมาได้ต้องเห็นตัวอย่าง การที่เขาได้เห็นตัวอย่างบ่อยๆ และแต่ละสัปดาห์ก็จะเห็นตัวอย่างที่หลากหลาย คนแต่ละคนที่ได้ออกรายการแต่ละสัปดาห์ ตัวอย่างบางตัวอย่างก็จะเข้ากับชีวิตบางคน และถ้าเรามีความรู้สึกเกือกลูกต่อกันในสังคมไทย สังคมมันน่าอยู่ สังคมมันดีขึ้น โดยหลักแล้วในโลกของเรามันมีที่เหลือ และที่ขาด ถ้าคนที่เหลือเอาไปเติมให้คนที่ขาด สังคมมันก็จะดี...

คุณยุพา เพ็ชรฤทธิ์¹⁵ ในฐานะพิธีกรรายการ "सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง" บอกถึงบทบาทหน้าที่ของพิธีกรว่า

...พิธีกรมีหน้าที่ช่วยในเรื่องของการเป็นสื่อกลางในการที่จะบอกกล่าวและย้ำกับคนดูว่าเด็กที่นำมาออกรายการนั้นเขามีความดี มีจุดที่เราควรที่จะเห็นใจและให้ความช่วยเหลือเขาอย่างไร เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ว่ายังมีเด็กที่อยู่ในสภาวะแบบนี้ในสังคมไทยอยู่ เพราะบางคนเวลาไปไหนมาไหนเห็นเด็กคนหนึ่งทำทางน่าสงสารแล้วก็ผ่านไป แต่ก็ได้รู้สึกๆ ว่าเด็กคนนั้นน่าสงสารอย่างไร ชีวิตเขาเป็นอย่างไร

¹³สัมภาษณ์ สุริยนต์ จองลีพันธ์, กรรมการบริษัทป่าใหญ่ ศรีเอชัน จำกัด, 24 กุมภาพันธ์ 2549.

¹⁴สัมภาษณ์ สมประสงค์ บุญยะชัย, ประธานกรรมการบริหารบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), 17 มิถุนายน 2550.

¹⁵สัมภาษณ์ ยุพา เพ็ชรฤทธิ์, กรรมการผู้จัดการบริษัทป่าใหญ่ ศรีเอชัน จำกัด, 23 พฤศจิกายน 2550.

ลำบากอย่างที่เรารู้หรือไม่ว่า ฉะนั้นในส่วนของเราที่จะช่วยชี้ให้ผู้ชมเห็นถึงความลำบาก ความน่าสงสารของเด็กคนนั้นๆ ชัดขึ้น...

คุณนิตยา จินดาภาคย์¹⁶ เล่าถึงประสิทธิผลการรายการว่า

ปัจจุบัน “รายการสานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ได้รับการยอมรับจากผู้ชมทั่วประเทศ สังเกตได้จากสถิติปีพ.ศ.2548-2550 ที่มิงงานรายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ได้จัดส่งวีซีดีให้แก่หน่วยงาน สถาบัน และผู้ชมรายการที่ติดต่อแจ้งความประสงค์เพื่อขอไปใช้เป็นสื่อเพื่อประโยชน์แก่ตนเองและสังคมเป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 8,000 แผ่น

การผลิตรายการตลอดระยะเวลา 7 ปี เป็นสิ่งยืนยันความนิยมและประโยชน์ที่ผู้ชมได้รับจากรายการ อีกสิ่งหนึ่งที่สามารถยืนยันถึงความสำเร็จและคุณภาพรายการได้เป็นอย่างดี คือรางวัลจากสถาบันหรือสมาคมต่างๆ ดังนี้

1. ปีพ.ศ.2544 รางวัลสารคดีสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น จากคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ
2. ปีพ.ศ.2546 รางวัลพระราชทานองค์กรที่ทำคุณประโยชน์ต่อเยาวชน สาขาสื่อมวลชนเพื่อเด็กและเยาวชน จากสำนักนายกรัฐมนตรี เนื่องในวันเยาวชนแห่งชาติ
3. ปีพ.ศ.2549 รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ประเภทส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมดีเด่น
4. ปีพ.ศ.2551 รางวัลคิด อะวอร์ด ด้านพิทักษ์สิทธิเด็ก จากสภาคริสตจักรเครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา ร่วมกับสำนักกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.)

จากความสำคัญของปัญหาและมูลเหตุในการศึกษาข้างต้น สื่อมวลชนในฐานะผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยเริ่มหันมาให้ความสนใจกับคนจนหรือคนด้อยโอกาสมากขึ้นด้วยการผลิตรายการที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิต แต่มีกระบวนการการทำงานและวิธีการนำเสนอแตกต่างกันออกไป คำถามเริ่มต้นของผู้ศึกษาเกิดขึ้นจากการสังเกตภายหลังการติดตามชมรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตพบว่า สื่อมวลชนหลายรายมักมุ่งเน้นความสำคัญและความสำเร็จของรายการด้วยการวัดเรตติ้ง (rating) จากผู้ชมรายการหรือผู้รับสารเป็นหลัก ปัจจุบันสื่อมวลชนผู้ผลิตรายการประเภทสารคดีหลายรายเริ่มตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนกับความรับผิดชอบทางสังคม ขณะเดียวกันความรับผิดชอบในระดับบุคคลหรือกลุ่มคน ในที่นี้

¹⁶ สัมภาษณ์ นิตยา จินดาภาคย์, หัวหน้าทีมผลิตรายการสานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง,

หมายถึงความรับผิดชอบต่อบุคคลซึ่งเป็นภาพตัวแทนของรายการก็ถือเป็นจรรยาบรรณวิชาชีพที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าความรับผิดชอบต่อระดับมวลชน (Mass) แม้จะเหมือนเป็นการปิดทองหลังพระ แต่ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการทำหน้าที่สื่อมวลชน ผู้วิจัยคิดว่ามีส่วนสำคัญต่อตัวแทนที่สื่อคัดเลือกนำเสนอ และเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า แท้จริงแล้วบทบาทของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีบทบาทต่อตัวแทนที่สื่อคัดเลือกนำเสนอหรือไม่ อย่างไร และสามารถเป็นพื้นที่สาธารณะที่สร้างสรรค์ในทางอ้อมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมได้หรือไม่ โดยเฉพาะเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งใน รายการ "सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง"

ปัญหานำวิจัย

1. รายการसानรัก คนเก่งหัวใจแกร่งมีบทบาทด้านการพัฒนาเยาวชนอย่างไร รวมถึงบทบาทสื่อในการเป็นพื้นที่สาธารณะให้แก่เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง
2. ผลของการพัฒนาเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งที่เกิดขึ้นใน 3 ปีวิจัย ได้แก่ ปีวิจัยทางกาย ปีวิจัยทางจิตใจ และปีวิจัยทางสังคม มีอะไรบ้าง และมีความสำคัญต่อเยาวชนอย่างไร และผู้ชมรายการที่มีส่วนผลักดันให้เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งเกิดการพัฒนาได้หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์บทบาทของรายการसानรัก คนเก่งหัวใจแกร่งทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. เพื่อวิเคราะห์ผลการพัฒนาที่เกิดขึ้นกับเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง 3 ปีวิจัย คือ ปีวิจัยทางกาย ปีวิจัยทางจิตใจ และปีวิจัยทางสังคม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้กำหนดขอบเขตในการศึกษารายการ "คนเก่งหัวใจแกร่ง" และ รายการ "सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง" ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตั้งแต่ปีพ.ศ.2544-2549

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. รายการสารคดีโทรทัศน์ หมายถึง รายการโทรทัศน์ประเภท Documentary ซึ่งนำเสนอเนื้อหาที่มุ่งให้สาระความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ชมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ยึดหลักความเป็นจริง มุ่งนำเสนอข้อเท็จจริงในเชิงวิเคราะห์ โดยผ่านการค้นคว้าหาข้อมูลอย่างเป็นระบบ เชื่อถือได้ และมีความหลากหลายในเรื่องเดียวกัน ซึ่งในการศึกษานี้หมายถึง รายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง”
2. รายการसानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง หมายถึง รายการสารคดีสั้นทางโทรทัศน์ นำเสนอเรื่องราวการต่อสู้ชีวิตของเยาวชนจากทั่วประเทศ ด้วยการสนับสนุนทุนการศึกษาและทุนช่วยเหลือครอบครัวจากโครงการसानรัก ออกอากาศตั้งแต่ปีพ.ศ.2544-2549 ในชื่อรายการคนเก่งหัวใจแกร่ง และรายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยมีคุณยุพา เพ็ชรฤทธิ์ เป็นพิธีกร
3. ความรับผิดชอบทางสังคม หมายถึง แนวทางและการปฏิบัติอันเหมาะสมโดยความสำนึกทางจิตใจ ทางศีลธรรม ทางศักดิ์ศรี และองค์การที่ปฏิบัติหน้าที่ในอาชีพสื่อมวลชน โดยมุ่งให้เกิดผลดีต่อสังคมและไม่มุ่งผลประโยชน์ด้านกำไรเท่านั้น
4. การพัฒนา หมายถึง กระบวนการของการปรับเปลี่ยนจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ และก่อให้เกิดการที่พึงประสงค์ในตัวบุคคลในสังคม
5. การพัฒนาเยาวชน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ในตัวเยาวชนในสังคมไทย จากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ
6. เด็กด้อยโอกาส เด็กหรือเยาวชนที่ครอบครัวถูกกดดันด้วยภาวะทางเศรษฐกิจ และสังคมโดยการเปรียบเทียบกับสถานะตัวเองกับบุคคลอื่นๆ จนทำให้เกิดความน้อยเนื้อต่ำใจ หรือรู้สึกถูกลดอำนาจในตัวเองไป ซึ่งรายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ช่วยเพิ่มอำนาจให้เด็กด้อยโอกาสในสังคมได้มายืนอยู่ในพื้นที่สาธารณะ และรู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่า
7. เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง หมายถึง เด็กและเยาวชนด้อยโอกาสที่ผ่านการพิจารณาตามคุณสมบัติของรายการ ได้แก่ ฐานะยากจน เป็นคนดี มีความกตัญญู รู้จักต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคของชีวิต และรักที่จะเรียนหนังสือเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง และครอบครัว จากคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นจนได้รับคัดเลือกและถูกนำเสนอออกอากาศในรายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง”
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเยาวชน หมายถึง ปัจจัยทางกาย ปัจจัยทางจิตใจ และปัจจัยทางสังคม ซึ่งมีส่วนส่งเสริมให้เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งเกิดการพัฒนา

9. การสร้างแรงบันดาลใจ หมายถึง การสร้างความตั้งใจในการปฏิบัติดีของเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง เพื่อนำไปสู่การอยู่ดีกินดี หรือการแสวงหาชีวิตที่ดีกว่า

10. พื้นที่สาธารณะ หมายถึง การใช้สื่อในการแสดงออกทางความคิด ความรู้สึก โดยมีลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ เกี่ยวข้องกับความรู้สึกร่วมในทัศนะของ Habermas ในที่นี้ คือ รายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง”

11. ทีมงานผู้ผลิตรายการ หมายถึง ผู้รับผิดชอบและผู้ควบคุมทีมงานผลิตรายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ของบริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด

12. ปัจจัยทางกาย หมายถึง ภาวะด้านกายภาพ เป็นลักษณะที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่ไม่มีชีวิต เช่น การเรียน อาชีพ เครื่องนุ่งห่ม

13. ปัจจัยทางจิตใจ หมายถึง ภาวะ อารมณ์ ความรู้สึก และจิตใจ เช่น กำลังใจ

14. ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ภาวะที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลมากกว่า 2 คน ขึ้นไป เช่น ความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว

ข้อจำกัดการวิจัย

1. ข้อมูลมีความกระจัดกระจาย เอกสารเกี่ยวกับรายการเพื่อใช้สำหรับการอ้างอิง มีปริมาณน้อยมาก

2. การวิจัยจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ควบคู่กันไป เนื่องจากเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งมีรูปแบบชีวิตที่หลากหลาย และกระจัดกระจาย

3. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามให้แก่เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งที่กระจายอยู่ทั่วประเทศผ่านทางไปรษณีย์ จำนวน 230 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 295 แต่ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนเพื่อนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 106 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.08 ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งที่ไม่ได้ส่งแบบสอบถามตอบกลับ เนื่องจากสาเหตุหลายประการ ดังนี้

1. เกิดความผิดพลาดจากการส่ง หรือเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งไม่ได้รับแบบสอบถามจากผู้วิจัย

2. เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งละเลยในการส่งแบบสอบถามกลับคืนแก่ผู้วิจัย

3. เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งอาจละเลยใจ หรือไม่กล้าส่งแบบสอบถามกลับคืนแก่ผู้วิจัย เนื่องจากกำลังประสบปัญหาบางอย่าง

4. ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการรวบรวมสอบถามกลับคืนแก่ผู้วิจัยภายในเวลา 2 เดือน
5. เยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งบางคนมีที่อยู่อาศัยไม่แน่นอน และบางคนเสียชีวิตแล้ว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เห็นความสำคัญของการทำหน้าที่สื่อสารมวลชนที่มีบทบาทต่อผู้ร่วมรายการและผู้ชมอย่างแท้จริง
2. วงการวิชาชีพสื่อมวลชนได้เห็นความสำคัญของการผลิตรายการเชิงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำไปปรับและประยุกต์ใช้กับการผลิตรายการอื่นๆ ต่อไป
3. สะท้อนคุณค่า และแนวทางการทำงานให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการ “सानรักคนเก่งหัวใจแกร่ง”
4. สามารถเป็นตัวอย่างการสร้างพื้นที่สาธารณะที่สร้างสรรค์ผ่านรายการสารคดีที่เกิดขึ้นได้จริงในสังคมไทย
5. สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการศึกษาเรื่องอื่นๆ ต่อไป