

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “บทบาทของรายการสารคดีโทรทัศน์กับการพัฒนาเยาวชน: รายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” เป็นการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อเยาวชนผู้ได้รับคัดเลือกให้เป็นคนเก่งหัวใจแกร่งในรายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ในมิติของผลกระทบและการพัฒนาทั้งทางตรงและทางอ้อมภายหลังการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบความคิดสำหรับการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
2. แนวคิดทฤษฎีสื่อสารเพื่อการพัฒนา
3. แนวคิดเรื่องปริมณฑลสาธารณะ
4. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับสารคดี
6. แนวคิดเกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาส
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism)

ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเกิดขึ้นในศตวรรษที่ 18 พัฒนาขึ้นมาจากทฤษฎีวิวัฒนาการนิยม (evolutionism) ที่มองสังคมว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ ค่อยเป็นค่อยไป และค่อนข้างเป็นไปเองตามธรรมชาติ (gradual change) ขณะที่ทฤษฎี functionalism ปฏิเสธแนวคิดวิวัฒนาการนิยมบางประการ กล่าวคือ ไม่เชื่อว่าสังคมใด สิ่งที่มีชีวิตหรือสถาบันใดจะวิวัฒนาการมาแล้วมีลักษณะที่เหนือกว่าหรือดีเด่นกว่าระดับแรกๆ หากแต่เชื่อว่าทุกระบบ (organism) จะประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยๆ ที่ต่างทำหน้าที่ของตนเอง เพื่อให้ส่วนรวมทั้งหมดดำรงอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพ (stability) สื่อมวลชนจึงเป็นกลไกในการขยายสังคม ซึ่งท่ามกลางบรรยากาศของกระบวนการทัศน์ ผลอันจำกัดของสื่อได้เกิดทฤษฎีหน้าที่ใหม่ที่เกิดมาจากรากฐานของทฤษฎีเก่าโดยผู้บุกเบิกทฤษฎีใหม่นี้ คือ โรเบิร์ต เมอร์ตัน (Robert Merton) ผู้เป็นศิษย์ของทาลคอต พาร์สัน (Talcott Parson) ปรมาจารย์ด้านสังคมวิทยาของอเมริกา ซึ่งได้รับ การบ่มเพาะจากนักทฤษฎี

ยุโรปที่มีแนวทางแบบ Grand Theory แต่โรเบิร์ต เมอตัน ได้พัฒนาให้เป็นทฤษฎีระดับ Middle Range โดยได้จัดวางตัวแปรเอาไว้อย่างพอเหมาะสำหรับการทำวิจัย

หน้าที่ของสื่อมวลชนจากทัศนะของโรเบิร์ต เมอตัน (Robert Merton)¹ สร้างขึ้นมาเพื่อนำเอาทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนมาใช้ในการงานวิจัย โดยแบ่งการวัดบทบาทหน้าที่สื่อมวลชนออกเป็น 2 ประเภท ประเภทที่ 1 ใช้วัดผู้ส่งสาร (sender) และผู้รับสาร (receiver) โดยแบ่งหน้าที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ หน้าที่ที่เปิดเผย (manifest) และหน้าที่แฝงเร้น (latent) และประเภทที่ 2 ใช้วัดตัวสาร (message) และสื่อ (channel) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ หน้าที่หลัก (function) และความผิดปกติของการปฏิบัติหน้าที่ (dysfunction)

หน้าที่และบทบาทของสื่อสารมวลชนตามแนวคิดของฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) โดยย่อคือหน้าที่ในการให้ข่าวสาร (To Inform) หน้าที่ในการให้การศึกษา (To educate) หน้าที่ในการโน้มน้าวใจ (To persuade) นอกจากนี้หน้าที่หลักดังกล่าว วิลเบอร์ แชมม (Wilbur Schramm) และชาร์ล อาร์ ไวท์ (Charles R. Wright) ได้เพิ่มบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนขึ้นมาอีกประการหนึ่ง คือ หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและนันทนาการ (To entertain) เนื่องจากเล็งเห็นว่าสื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาที่ช่วยให้ผู้ชมผ่อนคลายได้²

จากกรอบพื้นฐานของลาสเวลล์ที่ให้ไว้ ชาร์ล อาร์ ไวท์ ยังได้เพิ่มเติมการแบ่งระดับของเป้าหมายที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ ดังนี้

1. ระดับสังคม
2. ระดับปัจเจกบุคคล
3. ระดับกลุ่มย่อยในสังคม
4. ระดับวัฒนธรรม

โรเจอร์ โกลด์³ (Roger Golds) นักวิชาการสื่อสารมวลชนกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ 2 ทาง ได้แก่ บทบาทหน้าที่ในการสื่อสารทางปัญญา และบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารทางด้านจิตวิทยาสังคม

¹กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด, 2543), น.207.

²ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526), น.132.

³สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2539), น.42.

บทบาทหน้าที่ในการสื่อสารทางปัญญา หมายถึง บทบาทหน้าที่ที่สื่อมวลชนให้ข่าวสาร ความรู้ ให้การศึกษาอบรมและกระตุ้นให้เกิดความเปลี่ยนแปลง โดยถือเป็นการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม สร้างความคิดเห็น ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ กระตุ้นให้เกิดพัฒนาการ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ความเห็นและพฤติกรรม

บทบาทหน้าที่ทางจิตวิทยาสังคม หมายถึง การสร้างความผูกพันในสังคม การพักผ่อน หย่อนใจและจิตบำบัด กล่าวคือ การติดต่อสื่อสารกับคนในสังคมช่วยทำให้เกิดความผูกพันทางสังคม ซึ่งทดแทนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ลดน้อยลงไปในปัจจุบัน ทั้งยังช่วยให้ร่างกายจิตใจได้พักผ่อน ในส่วนหนึ่งช่วยให้เกิดความสบายใจ เป็นภาวะการเยียวยาที่เรียกว่า “จิตบำบัด”

วิลเบอร์ แชรรัมม์ (Wilbur Schramm)⁴ ได้สรุปบทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศไว้ ดังนี้

1. เป็นยามตรวจสอบ (The media as watchman) คือ การให้ข่าวสารและคอยบอก ว่าเหตุการณ์ต่างๆ รุดหน้าไปเพียงใด และบทบาทสำคัญสำหรับประเทศด้อยพัฒนา คือ การทำให้ ผู้รับสื่อเห็นโลกกว้างขึ้น สามารถสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา

2. กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกรักนึกคิดอย่างกว้างขวางในการวิเคราะห์และการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงในด้านความคิด ทศนคติ และการตัดสินใจในการสร้างความเป็นอยู่ของตนเองและสังคมให้ดียิ่งขึ้น โดยมีบทบาทในการนำสิ่งใหม่ๆ มาให้กับประชาชนได้รู้จัก และทราบว่าผู้อื่นและสังคมเป็นอย่างไร (The mass media can widen horizons) สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่สนับสนุนประชาชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความคิดเห็น ทศนคติ และการตัดสินใจความเป็นอยู่ของตนเองและสังคมให้ดีขึ้น

3. เป็นผู้จัดประเด็นความสนใจแก่สังคม (The mass media can focus attention) หมายถึง สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่างๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น ซึ่งในประเทศกำลังพัฒนาสามารถสร้างสื่อมวลชนให้มีบทบาทสำคัญที่ทำให้การพัฒนาประเทศเป็นสิ่งที่น่าสนใจแก่ประชาชนได้

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspirations) โดยเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิดความอยากอยู่ดีกินดี หรือการแสวงหาชีวิตที่ดีกว่า

⁴Wilbur Schramm, Mass Media and National Development (Stanford California: Stanford University Press, 1964), p.247.

5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can encourage development) ในที่นี้คือ สื่อมวลชนได้กระตุ้น ให้มีโนภาพ และความรู้แก่ประชาชน ในด้านการพัฒนาต่างๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจในสิ่งต่างๆ ก่อให้เกิด การเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และสิ่งที่ควรเป็นในอนาคตว่าจะดีขึ้นได้อย่างไร

6. ช่วยให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ทัศนคติและค่านิยมต่างๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อมให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยม คงเดิม แม้จะยังไม่มีใครพิสูจน์ได้แน่ชัดว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนค่านิยมฝังแน่นของประชาชน ได้ แต่สื่อมวลชนก็เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางอ้อม

7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channels) การกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ ให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับเอาข่าวสารไปถ่ายทอดอีกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจได้ดีขึ้น

8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ (The mass media can confer status) หมายถึง สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้บุคคลได้ โดยอาจใช้วิธียกย่อง กล่าวถึงเสมอ เท่ากับว่าช่วยสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นแก่บุคคล

9. สามารถขยายนโยบายของรัฐให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวางได้ (The mass media can broaden the policy dialogue) ความคิดเห็นหรือนโยบายของรัฐ การบริหารประเทศย่อมเป็นที่สนใจแก่ประชาชน เมื่อสื่อมวลชนได้ช่วยถ่ายทอดขยายไปสู่วงกว้าง ประชาชนย่อมจะแสดงความเข้าใจและพร้อมจะปฏิบัติตามโดยง่าย

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติตามบรรทัดฐานทาง สังคมได้ (The mass media can enforce social norms) สิ่งใดที่ผิดไปจากบรรทัดฐานของสังคม หากยังไม่มีหรือนำมาตีแผ่อย่างกว้างขวางแล้ว ทุกคนในสังคมก็จะมี ความขัดแย้งไม่เห็นด้วย เก็บไว้ในใจเท่านั้น หากสื่อมวลชนทำหน้าที่ตีแผ่สู่สาธารณชนเท่ากับว่าได้ช่วยตีกรอบบรรทัดฐานที่ วางไว้

11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) ในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนเป็นผู้ช่วยให้การตัดสินใจในการเลือกในสิ่งที่ถือว่าเป็น สิ่งที่ถูกที่ควร บางสิ่งบอกได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นสิ่งที่มีวัฒนธรรม

12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อยๆ เปลี่ยนทัศนคติ บางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect lightly held, and slightly canalize stronger attitudes) จริงอยู่ว่ายังไม่มีใครพิสูจน์ว่าสื่อมวลชนโดยลำพังสามารถเปลี่ยนแปลง

ทัศนคติของประชาชนได้ แต่ก็มีหลักฐานบางอย่างแสดงให้เห็นว่าบางครั้งสื่อมวลชนก็สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นนักได้ โดยเข้ามามีส่วนให้เกิดสภาวะการตัดสินใจ ซึ่งหากสื่อมวลชนเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุผลมีน้ำหนักมากกว่าก็อาจมีผลเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media can as teachers) หมายความว่าสื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต หรืออาจช่วยเสริมการสอนของครูให้ดีขึ้น ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่หลายประการต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงมากกว่าสื่ออื่นๆ โดยเหตุผลที่ว่าการรับรู้ของมนุษย์จากการได้เห็น 75% จากการได้ยิน 13% จากการสัมผัส 6% จากการรส 3% ดังนั้น สื่อโทรทัศน์สามารถให้ทั้งการเห็นการได้ยินถึง 88% แม้กระทั่งองค์การศึกษาระดับชาติยังเล็งเห็นความสำคัญของสื่อโทรทัศน์โดยถือเป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย⁵

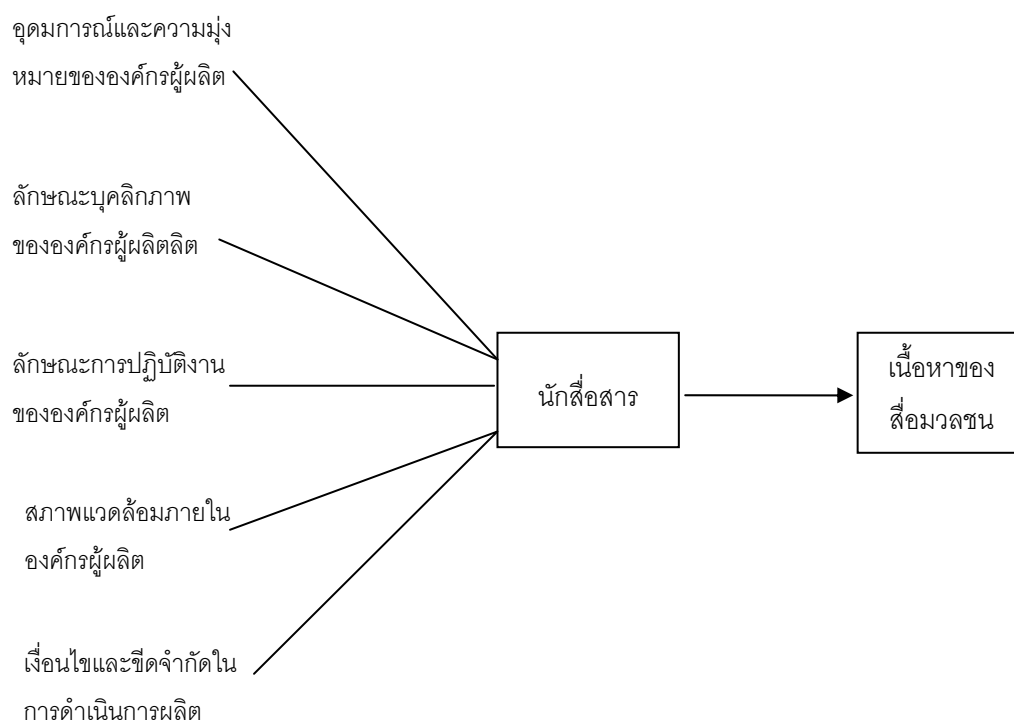
นอกจากนี้ Gerhard Maletzke⁶ ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ เพื่ออธิบายและทำความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชน โดยชี้ให้เห็นถึงการวางบทบาทของนักสื่อสารมวลชนในระดับต่างๆ ที่มีผลสะท้อนต่องานที่ผลิตขึ้นมา ดังแผนภาพต่อไปนี้

⁵ กมลรัฐ อินททัศน์, ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542), น.2-4.

⁶ Windahi S., Signitzer B. and Olson J.T., Using Communication Theory (London: Sage Publications, 1987), p.57.

ภาพที่ 2.1

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดของ Maletzke



สำหรับวงการสารคดีถือเป็นกลุ่มองค์กรสื่อสารมวลชนในรูปแบบหนึ่ง ดังนั้น แนวคิดของ Maletzke จึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ได้ จากแผนภาพข้างต้นสามารถอธิบายแนวคิดของ Maletzke ได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร (The Communication Organization's Self-image) นักการสื่อสารที่สังกัดองค์กรต้องวางตัวตามกรอบภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งจะมีผลต่อเนื้อหารายการที่ต้องดำเนินไปทางที่สอดคล้องกับอุดมคติและความมุ่งมั่นขององค์กร

2. ลักษณะโครงสร้างบุคลิกภาพขององค์กร (The Communication Organization's Personality Structure) นักการสื่อสารได้รับอิทธิพลจากโครงสร้างบุคลิกภาพขององค์กรที่ตนสังกัด การติดต่อประสานงาน และการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ก็ถูกตีกรอบไว้ด้วยกลั่นอายขององค์กรสื่อสารมวลชนแต่ละประเภทจะแสดงตนเองต่อสาธารณชน ในลักษณะที่ต่างกันและภายในหน่วยย่อยเองก็มีลักษณะการวางบุคลิกของหน่วยงานต่างกันไป ซึ่งจะสะท้อนอยู่ในเนื้อหารายการที่ผลิตออกมา รวมถึงการยืนยันจากหน่วยงานเองว่าเป็นเช่นไร เช่น ผลิตรายการเพื่อนำความรู้ข่าวสารมาบอกกล่าว การวางตนขององค์กรสื่อสารมวลชนมีความสำคัญมากและมักจะ

เป็นที่จับตามองของสถาบันต่างๆ ในสังคม เพราะหากขอบเขตของสื่อมวลชนไปไกลเกินกว่าจะยอมรับได้ องค์กรสื่อมวลชนจะต้องแก้ไขปรับปรุงหรืออาจถูกกลืนโทษที่รุนแรง ซึ่งการลงโทษอาจมาจากความหวาดระแวงของสถาบันที่มีอำนาจเหนือกว่า ซึ่งเกรงกลัวในอำนาจของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร แต่หากองค์กรสื่อสารมวลชนวางบุคลิกในทางที่สังคมยอมรับก็จะได้รับการตอบสนองในรูปของความสนใจที่จะติดตามชมผลงานหรือในรูปของรางวัลต่างๆ

3. ลักษณะการปฏิบัติงานของฝ่ายผลิตรายการ (The Communication Organization Working Team) บรรยายภาพการทำงานในองค์กรสื่อสารมวลชนจะเกิดขึ้นจากการวางกฎกฎระเบียบขององค์กร ซึ่งอาจจะอยู่ในลักษณะที่เข้มงวดหรือยืดหยุ่น ให้ความสำคัญต่อฐานะผู้ร่วมงานในระดับเท่าๆ กันหรือแบ่งแยกฐานะอย่างชัดเจน ระดับความมากน้อยของกฎระเบียบหรือกติกาจะก่อให้เกิดความแตกต่างในบรรยากาศของการปฏิบัติงานสื่อสารมวลชน นอกจากนั้นทีมงานในการผลิตรายการแต่ละทีมมีลักษณะการทำงานแตกต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่าง ถือเป็นเรื่องที่ทำทนายและมีผลต่อเนื้อหารายการ

4. บรรยากาศแวดล้อมขององค์กรผู้ผลิต (The Communication's Environment) บรรยายภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะสอดคล้องกับขนาดขององค์กรสื่อมวลชน อุดมคติ ภาวะการเป็นกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจกับผู้ให้บริการต่อสังคม ตลอดจนภาวะความยึดมั่นในจุดหมาย สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะแสดงออกมาให้เห็นได้โดยการมองที่บรรยากาศแวดล้อมในองค์กร

5. เงื่อนไขและขีดจำกัดของอุปกรณ์การผลิต (Constraints from Medium) ตามปกติแล้วการทำงานของนักสื่อสารมวลชนจะถูกจำกัดด้วยธรรมชาติของสิ่งที่ตนเองเกี่ยวข้อง นั่นคือความพร้อมในอุปกรณ์ที่จะใช้ปฏิบัติการ สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มักจะประสบปัญหาเรื่องอุปกรณ์ ทั้งนี้เพราะอุปกรณ์ต่างๆ มีราคาสูง อันจะส่งผลให้เกิดความจำกัดตามมา

ปัจจัยทั้ง 5 ข้อนี้เกี่ยวข้องกับตัวนักสื่อสารมวลชนและองค์กรโดยตรง ยังมีผลต่อความคิดอันหล่อหลอมเป็นผลงานที่ผลิตขึ้นมา อย่างไรก็ดีตามในแง่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ผู้ผลิตอาจพบปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากแนวคิดของ Maletzke แต่ไม่ว่าจะเป็นอย่างไร ผู้ผลิตต้องมีความสามารถที่จะเอาชนะปัจจัยต่างๆ นั้นให้ได้จึงจะสามารถสร้างผลงานออกมาได้อย่างมีคุณภาพ

จากแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนข้างต้นถือเป็นบทบาทหน้าที่หลักของรายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ในฐานะสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์

แนวคิดทฤษฎีสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication)

ในช่วงทศวรรษ 1950 สังคมโลกได้เริ่มรู้จักกับแนวคิดเรื่อง “การพัฒนาสังคม” ซึ่งเป็นบทสรุปมาจากการปฏิสังขรณ์ฟื้นฟูประเทศที่ได้รับความเสียหายจากสงครามโลก เช่น ประเทศเยอรมัน บทเรียนดังกล่าวถูกส่งผ่านมายังบรรดาประเทศโลกที่สามที่เพิ่งปลดแอกจากการเป็นอาณานิคมหรือบรรดาประเทศที่ถูกขนานนามว่าเป็น “ประเทศด้อยพัฒนา” ในแนวคิดการพัฒนาสังคมของยุคสมัยแรกๆ ที่เรียกว่า “กระบวนทัศน์การทำสังคมให้ทันสมัย” (Modernistic Paradigm) รัฐได้รับมอบหมายให้มีบทบาทเป็นผู้นำในการพัฒนา โดยมีหน้าที่เผยแพร่แนวคิดเรื่องการพัฒนาถ่ายทอดไปยังประชาชนกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะประชาชนที่อยู่ภาคชนบท พร้อมกับเป็นผู้ริเริ่มในการปฏิบัติด้วยการนำเอาโครงการพัฒนาไปดำเนินการให้เกิดผลอย่างจริงจัง

จากแนวคิดการพัฒนาดังกล่าว การสื่อสารเองโดยเฉพาะระบบการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ ถูกมอบหมายภารกิจให้มีหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเหลือให้การพัฒนาดำเนินการไปอย่างลุล่วงในแวดวงวิชาการสื่อสารจึงมีความสนใจทุ่มเทในสาขาวิชา “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” (Development communication)

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การนำเอาการสื่อสารประเภท รูปแบบและวิธีการต่างๆ มาช่วยส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการในพัฒนาประเทศ อันได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนวัฒนธรรม บรรทัดฐาน และค่านิยมต่างๆ

ทฤษฎีสื่อสารมวลชนกับการพัฒนา ประยุกต์มาจากทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เรียกว่า ทฤษฎีพัฒนาการ (Development Theory) ซึ่งได้เสนอแนะให้ยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจด้วยการระดมทุน ระดมคนเข้าพัฒนาเกษตร อุตสาหกรรม หรือการพาณิชย์ตามความเหมาะสมของปัจจัยเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อม โดยได้นำมาประยุกต์ใช้กับประเทศโลกที่สามเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

ทฤษฎีสื่อสารมวลชนกับการพัฒนา⁷ คือ การพัฒนาสังคมหรือช่วยพัฒนาสังคมด้วยข่าวสาร ซึ่งชี้ชัดว่า สื่อมวลชนควรจะต้องเข้าไปที่จุดใดของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สื่อมวลชนมิได้รับผิดชอบเฉพาะการเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารเท่านั้น แต่จะต้องก้าวออกไปพิจารณาว่าข่าวสารที่รับเข้าและส่งออกไปสามารถจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทางที่ดีได้มากน้อยเพียงใด

⁷ กมลรัฐ อินทรทัศน์, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542), น.14-16.

พัฒนาการของแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเริ่มต้นตั้งแต่ราวทศวรรษ 1960 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ^๘ ได้แบ่งยุคสมัยของการพัฒนาออกเป็น 3 ยุคใหญ่ๆ ตามลักษณะของกระบวนทัศน์ (Paradigm) คือ

ยุคที่ 1: Dominant / Modernistic Paradigm ได้แก่ ช่วงทศวรรษ 1960-1970 เน้นการพัฒนาประเทศโลกที่สามให้มีความทันสมัยแบบตะวันตก โดยมองการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคมอย่างเป็นเส้นตรงก้าวหน้าแบบขั้วบนันได (unilinear) เมื่อเกิดแล้วมีแต่การรุกไปข้างหน้า ไม่มีกระบวนการย้อนกลับ (irreversible) เป็นกระบวนการที่มีเป้าหมายเพื่อสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ลงทุนสูง และการวางแผนการดำเนินการพัฒนาต้องอาศัยการวางแผนจากส่วนกลาง (Centralized planning)

ยุคที่ 2: Dependency Paradigm เป็นกระบวนทัศน์ที่ได้แย้งกระบวนทัศน์ Dominant /Modernistic Paradigm โดยมีแนวคิดหลักว่า การพัฒนาความทันสมัยนั้นเป็นกระบวนการนำเอาประเทศโลกที่สามไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว

ยุคที่ 3: Alternative / Another Development / Multiplicity Paradigm นับตั้งแต่ทศวรรษ 1980 มาจนถึงปัจจุบันได้เกิดกระบวนทัศน์ในการพัฒนาที่มีใช้เพียงแค่ปฏิเสธกระบวนทัศน์หลัก แต่เป็นการนำเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานและค่านิยมของการพัฒนาใหม่ โดยมองว่าการพัฒนาไม่จำเป็นต้องมีเพียงกระบวนทัศน์เดียวที่ใช้กันอย่างเป็นสากล หากแต่ในแต่ละที่แต่ละแห่งอาจจะมีกระบวนทัศน์เฉพาะของตนเอง

เกศินี จุฑาวิจิตร^๙ แบ่งการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) การพัฒนานับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 ออกได้เป็น 2 ยุค ดังนี้

ยุคที่ 1: กระบวนทัศน์ที่เน้นเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา (Economic Oriented Paradigm) เป็นกระบวนทัศน์ที่ปรากฏชัดในช่วงทศวรรษ 1950-1960 ซึ่งมีอิทธิพลครอบงำคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน แนวคิดการพัฒนาเป็นวาทกรรมหลัก (dominant discourse) ของการพัฒนาทั่วโลก ได้แก่ ทฤษฎีการทำให้ทันสมัย ทฤษฎีกระจายการพัฒนา และทฤษฎีลำดับขั้นของความเจริญเติบโต

^๘กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้ (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543), น.15-30.

^๙เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, 2548), น.10-24.

ยุคที่ 2: กระบวนทัศน์ที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา (Human Oriented Paradigm) เป็นกระบวนทัศน์ที่เริ่มปรากฏในช่วงทศวรรษ 1970-1980 แนวคิดที่ถือเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนทัศน์นี้ได้แก่ แนวคิดเรื่องการกระจายรายได้ที่ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ และแนวคิดการพัฒนาที่เน้นความต้องการพื้นฐาน (basic minimum need approach) ส่วนแนวคิดที่เริ่มขึ้นเมื่อทศวรรษ 1980 และกลายเป็นวาทกรรมหลักในเวลาต่อมาได้แก่ แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน

สำหรับประเทศไทยเป็นที่เชื่อกันว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นแผนพัฒนาฯ ฉบับแรกที่เปลี่ยนกระบวนทัศน์มาเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาหรือมุ่งการพัฒนาคน¹⁰

คำจำกัดความของการพัฒนา (Development) ซีเยอร์¹¹ (Seers) ให้ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาว่า หมายถึง การมีอาหารกินอย่างเพียงพอ มีระดับรายได้เพียงพอที่จะสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน อันได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย มีงานทำ มีความเสมอภาคกันในสังคม ถ้าหากว่าประชาชนส่วนใหญ่ยากจนลง มีคนว่างงานเพิ่มขึ้น มีความอยุติธรรมในสังคมมากขึ้น แม้ว่ารายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมสองเท่าก็ไม่สามารถเรียกได้ว่าการพัฒนาเกิดขึ้น

ซิงค์¹² (Sinha) มองว่า เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่ง

การพัฒนาจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงภายในตัวคน มิลลิแกน (Millikan) และ แบลคเมอร์ (Blackmer)¹³ กล่าวว่า สิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงในแต่ละสังคม คือ การที่ประชาชนต้องเปลี่ยนแปลงตนเอง สิ่งสำคัญในกระบวนการพัฒนา คือ ต้องมีกลไกที่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ภายในตัวของมันเอง และการเปลี่ยนแปลงนั้นต้องเป็นการ

¹⁰อนุชาติ พวงสำลี, เนาวรัตน์ พลายน้อย และ กมลพรรณ พันพื้ง, การตอบสนองต่อภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของภาคประชาสังคมไทย (กรุงเทพมหานคร: วคินการพิมพ์, 2545), น.148.

¹¹ปรมะ สตะเวทิน, “แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา,” สื่อสารเพื่อการพัฒนา, หน่วยที่ 1-8 (นนทบุรี: สุโขทัยธรรมมาธิราชมหาวิทยาลัย, 2531), น.61-78.

¹²เสถียร เทยประทับ, สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ: เน้นเฉพาะประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น.6.

¹³เรื่องเดียวกัน, น.79.

เปลี่ยนแปลงที่ต่อเนื่องและคงทน การที่การเปลี่ยนแปลงจะต่อเนื่องและคงทนหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของคนในสังคม

โพล¹⁴ (I.S.Pool) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการมีโอกาสเข้าถึงสื่อมวลชน อาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงโดยตรงหรือโดยอ้อม ในบรรดาผลโดยตรงและโดยทันทีของสื่อที่อาจมี ต่อบุคคล คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ความตั้งใจ (Attention)
2. ความสำคัญ (salience)
3. ข่าวสาร (information)
4. ทักษะ (skill)
5. รสนิยม (taste)
6. จินตภาพ (images)
7. ทัศนคติ (attitudes)
8. การกระทำ (action)

การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในสิ่งเหล่านี้เพียงอย่างเดียวอาจมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในสิ่งอื่นๆ แต่ละอย่างด้วย เช่น การกระทำของคนหนึ่ง อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติของอีกคนหนึ่ง

บทบาทในการพัฒนาของสื่อมวลชน มองว่า จำนวนสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่ได้ สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของสื่อมากนัก สิ่งสำคัญที่สุด คือ มีการนำ สื่อมวลชนมาใช้อย่างไร และเพื่อวัตถุประสงค์อะไร การที่จะนำสื่อมวลชนมาใช้ในการพัฒนา อย่างได้ผลนั้น สื่อมวลชนต้องมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ¹⁵ ดังนี้

1. สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงประชาชน
2. สื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนต้องมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
3. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ
4. เนื้อหาต้องมีผลหรือมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ของผู้รับสาร

¹⁴เสถียร เชนประทัป, สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ: เน้นเฉพาะประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น.10.

¹⁵เสถียร เชนประทัป, การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศไทย ด้วยพัฒนา (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531), น.95-96.

คุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

1. เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่เด่นชัดเป็นหลัก
2. เป็นการสื่อสารที่มีการวางแผนการกระทำหรือการปฏิบัติที่ชัดเจนบนพื้นฐานของคุณค่า
3. เป็นการสื่อสารที่มีความเป็นเหตุผล ยืดหยุ่น และพิจารณาเป้าหมายที่ตั้งไว้เป็นหลัก
4. เป็นการสื่อสารที่ใช้ทั้งยุทธวิธี วัสดุอุปกรณ์สื่อสารเพื่อให้บรรลุผลของการพัฒนาที่กำหนดไว้
5. เป็นการสื่อสารที่ใช้ข้อมูลพื้นฐานจากการศึกษาวิจัย ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานในการดำเนินการ
6. เป็นการสื่อสารที่เน้นสหวิทยาการสาขาต่างๆ ร่วมการพัฒนา
7. เป็นการสื่อสารที่มีพื้นฐานบนการวางแผนเพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาโดยมุ่งวิธีการใช้ศักยภาพของการสื่อสารของสื่อ เพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นการพัฒนา
8. เป็นการสื่อสารที่ใช้การจูงใจหรือแรงจูงใจเป็นองค์ประกอบหลัก
9. เป็นการสื่อสารที่ใช้วิธีการทางสังคมศาสตร์ในการสร้างประสิทธิภาพกระบวนการสื่อสาร
10. เป็นการสื่อสารที่เป็นเครื่องมือหรือกลไกการพัฒนา ไม่ใช่เป็นผลของการพัฒนา
11. เป็นการสื่อสารที่พิจารณาธรรมชาติ ความต้องการจำเป็นของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเป็นหลัก
12. เป็นการสื่อสารที่ตั้งอยู่บนฐานของการยอมรับและการตกลงใจร่วมกัน
13. เป็นการสื่อสารที่เป็นได้ทั้งระดับมหภาคและอนุภาคที่สามารถปรับใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพที่เป็นจริง

ทั้งนี้การสื่อสารจะมีบทบาทเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างไร เพียงได้นั้นขึ้นอยู่กับการนำการสื่อสารมาใช้ในสังคม ซึ่งแต่ละสังคมมีวิถีทางแตกต่างกันไป และการพัฒนาที่ดีควรเริ่มต้นจากกลุ่มรากของสังคม อย่างไรก็ตามการพัฒนาจะดำเนินต่อไปด้วยดีไม่ได้ ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจากการสื่อสาร ฉะนั้น หากนำการสื่อสารมาใช้อย่างถูกต้องและ

พอเพียงก็จะสามารถส่งเสริมการพัฒนาได้อย่างมาก เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญยิ่งในการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อการพัฒนา¹⁶

อย่างไรก็ตามการดำรงอยู่ของสังคมและการพัฒนา ต่างก็เป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน สังคมใดที่ไม่มีการสื่อสาร สังคมนั้นย่อมไม่อาจดำรงอยู่ได้ การพัฒนาใดๆ ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารการพัฒนานั้นก็ไม่อาจดำเนินไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ¹⁷

จากแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนกับการพัฒนาข้างต้น มีประโยชน์ต่อการศึกษา งานวิจัยที่มุ่งเน้นให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งว่าการที่จะนำสื่อมวลชนมาใช้ในการพัฒนาอย่างได้ผลนั้น มีวิธีการอย่างไร

แนวคิดเรื่องปริณทลสาธารณะ (Public Sphere)

Jurgen Habermas¹⁸ นักสังคมวิทยาชาวเยอรมันเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้ขึ้น โดย Habermas เป็นสมาชิกรุ่นที่ 3 ของสำนักแฟรงเฟิร์ต (Frankfurt School) ซึ่งเป็นกลุ่มปัญญาชนที่สนใจการวิพากษ์วิจารณ์ระบบ โดยสร้างผลงานไว้มากมายในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัญญาชนกลุ่มนี้มีแนวคิดพื้นฐานที่สืบทอดมาจากประเพณีของนักคิดเยอรมัน เช่น Hegel และ Kant ซึ่งเป็นกระแสแนวคิดแบบยุคแสงสว่างแห่งปัญญา (Enlightenment) ปัญญาชนยุโรปในศตวรรษที่ 19 ล้วนมีทัศนะพื้นฐานว่า พัฒนาการทางประวัติศาสตร์มนุษยชาตินั้นเป็นเส้นทางจากความป่าเถื่อนไร้เหตุผล (Irrationality) มาสู่ความมีเหตุมีผล (Rationality) มากขึ้นทุกที

อย่างไรก็ตามนักวิชาการสำนักแฟรงเฟิร์ตกลับเห็นว่า ทัศนะพื้นฐานของปัญญาชนยุโรปในศตวรรษที่ 19 เป็นทัศนะที่ผิดพลาด เพราะเมื่อนำหลัก “ความมีเหตุมีผล” มาวิเคราะห์ระบบทุนนิยมแล้วจะพบว่า ในสมัยโบราณมนุษย์จำนวนมากล้มตายเพราะขาดอาหาร แต่ในปัจจุบันแม้ว่าจะมีอาหารอยู่เต็มตลาด แต่ก็ยังมีคนบางกลุ่มที่ต้องล้มตายเพราะขาดอาหารอยู่ ทำให้นักวิชาการสำนักแฟรงเฟิร์ต เช่น Adorno, Horkheimer เริ่มสูญเสียศรัทธาในหลักการ

¹⁶ วาสนา จันทรสว่าง และ ทีศนีย์ อินทรสุขศรี, การสื่อสารเพื่อชีวิต (กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2532), น. 89-90.

¹⁷ เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, 2548), น. 33.

¹⁸ กาญจนา แก้วเทพ, มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โพรดัคส์ จำกัด, 2543), น.157-178.

ความมีเหตุผลไปแล้ว ดังนั้น ทางออกของนักวิชาการกลุ่มนี้จึงเสนอให้มีการฟื้นฟูมิติด้านอารมณ์ ความรู้สึก/สุนทรียะ (feeling/aesthetic) ขึ้นมาใหม่

สำหรับ Habermas กลับให้ความเห็นว่า การที่ระบบทุนนิยมเป็นระบบที่ไร้เหตุผลนั้น เนื่องจากการพัฒนาความมีเหตุผลของมนุษยชาติยังเดินทางไม่ถึงจุดหมายปลายทางภารกิจของมนุษยชาติจึงยังไม่สำเร็จลุล่วง และจึงจำเป็นต้องก้าวเดินต่อไปบน “หลักการความมีเหตุผล” (rationality) ดังนั้น แนวคิดเรื่อง “ปริมณฑลสาธารณะ” จึงเป็นข้อเสนอที่เป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งที่จะสามารถดำเนินภารกิจเรื่องความมีเหตุผลให้ลุล่วงไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปริมณฑลทางการเมืองผ่านการสื่อสารอย่างมีเหตุผลที่เรียกว่า communication rationality ซึ่งจะทำให้เกิด “ความเป็นตัวตน” (selfhood) คือ มีความตระหนักในความเป็นตัวของตัวเองเสียก่อน ทั้งระดับปัจเจกและระดับสังคม จึงจะทำให้การสื่อสารสามารถเข้าใจกันและกัน และสามารถบรรลุถึงข้อเห็นพ้องต้องกันได้ ในที่สุด Habermas จึงให้ความสนใจกับภาษา ซึ่งเป็นปริมณฑลในการสื่อสารในฐานะเครื่องมือของการเข้าสู่ความมีเหตุผล และเสรีภาพอย่างแท้จริง ดังปรากฏในหนังสือของเขามากมาย เช่น Theory of Communicative Action และ The Structural Transformation of the Public Sphere ที่ฝังตัวอยู่ในขอบเขตความสามารถของภาษา (capacity of language) การสื่อสารจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการปลดปล่อยสังคมให้มีเสรีภาพ

ปลายศตวรรษที่ 17-18 เริ่มมีการสร้างพื้นที่สาธารณะของคนกลุ่มใหม่ในสังคม คือ พวกชนชั้นกลาง เช่น พ่อค้า ช่างฝีมือ ขุนนาง ปัญญาชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จะมานัดพบปะกันตามร้านกาแฟ โรงเหล้า ซึ่งเป็นเขตปลอดจากอำนาจของกษัตริย์และศาสนา โดยการนัดพบปะกันนั้นก็เพื่อพูดคุยถกเถียงในประเด็นเรื่องกฎหมาย การเมือง การปกครองต่างๆ ของรัฐอย่างมีอิสระเสรี และใช้เหตุผลในการโต้แย้งกันบนหลักความเสมอภาคเท่าเทียม ผ่านประเด็นของผลประโยชน์ร่วมกันที่สมาชิกแต่ละคนได้รับข่าวสารมาจากหนังสือพิมพ์ หรือเป็นการอ่านหนังสือพิมพ์ด้วยกัน ซึ่งการสนทนาพูดคุยดังกล่าวได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ต่อสู้ทางการเมืองของชนชั้นกลางด้วย เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ และสามารถตรวจสอบรัฐบาลที่กำลังปกครองอยู่ในความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นขุนนางกับชนชั้นกระฎุมพีเปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้ชนชั้นกลางได้รวมตัวกันเพื่อเป็นช่องทางเข้าไปร่วมกับชีวิตสาธารณะของสังคมจึงเริ่มปรากฏ การสร้างปริมณฑลสาธารณะของคนกลุ่มใหม่ในสังคมในมิติต่างๆ ได้แก่

- มิติของผู้กระทำ คือ กลุ่มคนที่เข้าร่วมในพื้นที่สาธารณะ ได้แก่ พ่อค้า ช่างฝีมือ ปัญญาชนที่นัดมาพบปะสังสรรค์กันตามร้านกาแฟ โรงเหล้า salon

- มิติสถานที่ เป็นที่น่าสังเกตว่าพื้นที่เหล่านี้เป็นเขตที่ค่อนข้างปลอดภัยจากอำนาจของ กษัตริย์และศาสนา เนื่องจากสังกัดอยู่ในภาคประชาสังคม (civil society)

- มิติการกระทำ กิจกรรมที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะกระทำ คือ การนัดพบปะกันอย่าง สม่ำเสมอ เพื่อพูดคุยถกเถียงกันอย่างมีอิสระเสรีและให้เหตุผลในเรื่องกฎหมาย การเมือง การปกครองต่างๆ ของรัฐ ซึ่งการโต้แย้งกันนี้จะนำไปบนหลักความเสมอภาคเท่าเทียมกัน โดย ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์หรือเป็นการมาอ่านหนังสือพิมพ์ร่วมกัน แล้วพูดคุยในประเด็นของ ผลประโยชน์ในชุมชนร่วมกัน

ในปัจจุบันมีการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movement) ได้เลือก ที่จะมาต่อสู้ในปริณทลของประชาสังคม (Civil society) โดยไม่ให้น้ำหนักการแก้ปัญหาที่การใช้ อำนาจทางการเมือง แต่เป็นการให้เครือข่ายขององค์กรภาคประชาชนได้เข้ามาทำหน้าที่ เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคม เช่น กลุ่มพิทักษ์สิทธิเด็กและเยาวชน กลุ่มเพื่อนหญิง เป็นต้น

หลักการของปริณทลสาธารณะ มีดังนี้

1. ปริณทลสาธารณะไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดก็ตามต้องเป็นสถาบันที่เป็นอิสระ ทั้งจากรัฐและระบบตลาด

2. มีปริณทลสาธารณะของกลุ่มสังคมที่หลากหลายที่ล้วนสนใจผลประโยชน์ร่วมกัน ของสังคมมากกว่าจะมุ่งหน้าแต่ปกป้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม และกลุ่มเหล่านี้ควรมีเครือข่าย การติดต่อสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ

3. เป็นปริณทลที่พิจารณาสมาชิกผู้เข้าร่วมในฐานะ “พลเมือง” ผู้สนใจและเข้าร่วม ในความเป็นไปของสังคมส่วนรวมมากกว่าเป็น “ผู้บริโภค” ที่มีหน้าที่เพียงแต่เกาะเวที่ดูความเป็น ไปของบ้านเมือง

ดังนั้น ปริณทลสาธารณะตามความหมายของ Habermas จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกร่วม” (sense of public) แนวคิดนี้มีได้มีลักษณะเลื่อนลอยเป็นนามธรรม หากทว่าเป็น “ปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย” (cultural embedded social practice)¹⁹

สุธาริน คุณผล²⁰ ได้ให้ความหมายที่แตกต่างระหว่างปริณทลสาธารณะและพื้นที่ สาธารณะ ดังนี้

¹⁹ เรื่องเดียวกัน, น.173.

²⁰ สุธาริน คุณผล, “เรื่องของ ‘ชีวิตประจำวัน’,” รัฐศาสตร์สาร 28 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2550):181-182.

ปริณิชนาสภาธรรมะ (Public sphere) เป็นฐานความคิดของพื้นที่สาธารณะที่มีความหมายในการสร้างสรรค์ ความเป็นพลเมือง ปังบอกถึงสภาวะที่เป็นนามธรรม

พื้นที่สาธารณะ (Public space) มีลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ ซึ่งเป็นเพียงการแสดงออกมาเป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งของปริณิชนาสภาธรรมะเท่านั้น

รายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ถือได้ว่าพื้นที่สาธารณะแก่เยาวชนเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง นอกจากนี้ในระดับผู้ชมสามารถเป็นพื้นที่ในการติดต่อสื่อสารและแสดงความคิดเห็นกับรายการ ซึ่งการใช้พื้นที่ดังกล่าวถือเป็นความต้องการของปัจเจกชนที่แสวงหาความเป็นอิสระมากขึ้นตามแนวคิดของ Habermas²¹

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

(Corporate Social Responsibility หรือ CSR.)

โลกทุกวันนี้ถูกครอบงำด้วยระบบทุนนิยมเสรี ซึ่งทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุและการเติบโตทางการเงินอย่างต่อเนื่อง แต่ขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งความเหลื่อมล้ำระหว่างคนรวยกับคนจน การแก่งแย่งแข่งขัน การเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความแตกแยกขัดแย้งภายในสังคมและระหว่างสังคม ฯ

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ หรือเรียกกันทั่วไปว่า CSR เป็นแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เกิดจากมุมมองด้านการสื่อสารการตลาดที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของบริษัทแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเน้นความสำคัญเรื่องภาพพจน์ และความชื่นชมในองค์กรเพิ่มขึ้น โดยการทำกิจกรรมหรือโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเสริมภาพลักษณ์องค์กร

กระแสของโลกเรื่อง CSR เริ่มต้นขึ้นเมื่อปีค.ศ.1976 และเป็นรูปธรรมชัดเจนและได้รับความสนใจมากขึ้น เมื่อผ่านการผลักดันจากองค์กรสหประชาชาติในที่ประชุม World Economic Forum ปีค.ศ.1999 โดยโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติในขณะนั้นได้เรียกร้องให้องค์กรธุรกิจในทุกประเทศเป็นพลเมืองที่ดีของโลก ด้วยการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

²¹ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, “การเคลื่อนไหวสังคมแนวใหม่และวิกฤตการณ์ทางวัฒนธรรมในยุคของ Postmodernity,” รัฐศาสตร์สาร 28 (ฉบับพิเศษ 2550):190.

ด้านต่างๆ โดยเสนอบัญญัติ 9 ประการที่เรียกว่า The UN Global Compact²² แบ่งเป็น 4 หมวด หมวดหลัก คือ

1. สิทธิมนุษยชน (Human Right)
2. แรงงาน (Labour)
3. สิ่งแวดล้อม (Environment)
4. การต่อต้านทุจริต (Anti-corruption)

ส่วนธนาคารโลกระบุองค์ประกอบของ CSR ไว้ 10 ด้าน ได้แก่²³

1. สิ่งแวดล้อม
2. แรงงาน
3. สิทธิมนุษยชน
4. การมีส่วนร่วมกับชุมชน
5. มาตรฐานการดำเนินธุรกิจ
6. ตลาด
7. การพัฒนาองค์กรและการพัฒนาเศรษฐกิจ
8. สุขอนามัย
9. การศึกษา
10. การบรรเทาสาธารณภัย

แนวคิด CSR จริงจังมากขึ้นตั้งแต่ปีค.ศ.2000 โดย OECD ซึ่งได้แก่ องค์กรของประเทศที่ร่ำรวยที่สุดของโลกได้ออกแนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติ (Guidelines for MNE's-revision 2000) ในโลกยุคใหม่ธุรกิจใดที่ไม่มี CSR ก็ไม่สามารถส่งสินค้าไปขายให้บริษัทข้ามชาติได้ นั่นคือ ถ้าธุรกิจใดสร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม ธุรกิจใดยังใช้แรงงานเด็ก มีปัญหาด้านแรงงานและอื่นๆ ก็จะมีปัญหาในการค้าขายกับประเทศ OECD

ปัจจุบันยังไม่มีผู้ใดให้คำนิยามและความหมาย แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจได้ครบถ้วนสมบูรณ์ เพราะถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับองค์กรธุรกิจในประเทศไทย แต่ World Business Council for Sustainable Development²⁴ ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับ

²²ศรีภิญญา มงคลศิริ และ พรชพล มังกรพิศม์, “CSR Practice in Thailand,” BrandAge (8 กุมภาพันธ์ 2550):126.

²³ศิริชัย สาครรัตนกุล, “ระดมสมอง,” ประชาชาติธุรกิจ (14 กรกฎาคม 2548): 7.

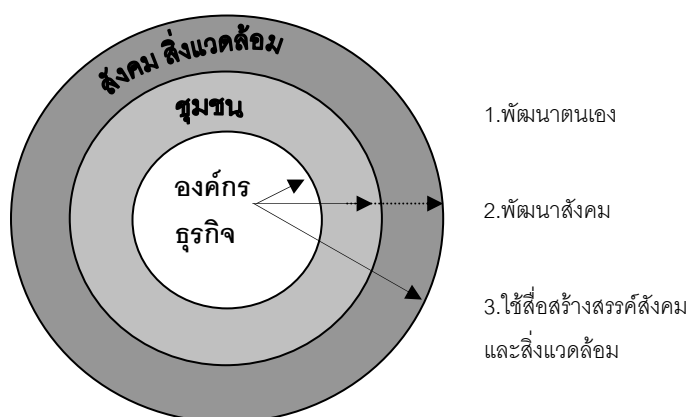
²⁴เรื่องเดียวกัน, น.8.

CSR ไว้ว่า เป็นความมุ่งมั่นหรือพันธะสัญญาที่ธุรกิจมีอยู่อย่างต่อเนื่องในการที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงานและครอบครัวของพวกเขาเหล่านั้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมในวงกว้าง(The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large) ซึ่งกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะมีลักษณะเป็นรูปธรรมมากกว่านามธรรม

CSR²⁵ คือ โครงการหรือพันธกิจที่องค์กรพิจารณาตนให้คำมั่นสัญญาที่จะสร้างสรรค์ช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ และเป็นเครื่องมือที่ทำให้องค์กรหลีกเลี่ยงจากคำว่า “เห็นแก่ตัว” โดยองค์กรใช้ CSR เพื่อรักษาและเยียวยาสังคม ดังนั้น CSR จึงเปรียบเสมือนวัคซีนคุ้มกันภาพลักษณ์ขององค์กรและสังคม เป็นการช่วยเหลือเศรษฐกิจ และฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม

ภาพที่ 2.2

แนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ



²⁵ อรรถสิทธิ์ เหมื่อนมัตย์, “CSR ยิ่งให้ยิ่งได้มากกว่า,” Positioning Magazine (ตุลาคม 2547), น.54.

การทดสอบความสำเร็จของการทำกิจกรรมขององค์กรสามารถตรวจสอบได้จากดัชนีชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1. เปอร์เซ็นต์ความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องอาศัยสื่อช่วยในการตรวจสอบความสำเร็จเพื่อดูว่าผู้รับสารรับรู้โครงการหรือกิจกรรมมากน้อยเพียงใด

2. เปอร์เซ็นต์การยอมรับของชุมชน
3. จำนวนกิจกรรมเพื่อสังคม
4. จำนวนพนักงานหรือผู้มีส่วนร่วมกับการกิจกรรมเพื่อสังคม
5. รางวัลที่ได้รับจากองค์กรต่างๆ

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม²⁶ สรุปแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไว้ ดังนี้

1. ไม่ทำสิ่งที่เป็นผลเสียต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. ทำสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์ต่อสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. พัฒนาตัวเองให้มีคุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพอย่างดีที่สุด

ไชยยศ บุญญากิจ²⁷ รองประธานสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยให้ทัศนะไว้ว่า

...ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นการแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการบริหารจัดการอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยเป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม การใช้การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน แรงงานและความเท่าเทียมในสังคม การสร้างคุณค่าให้กับองค์กรจากการดำเนินงานที่โปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางการค้า การลงทุนเพื่อชุมชนที่องค์กรอยู่ร่วม ทั้งจากการสนับสนุนทางด้านการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา การสร้างรายได้ รวมถึงสุขภาพของคนในท้องถิ่นที่องค์กรอยู่ร่วมด้วย สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจที่องค์กรดำเนินการ และเน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร...

คุณวิทวัส ชัยปรางค์²⁸ CEO Creative Juice แสดงทัศนะเกี่ยวกับ CSR ไว้ว่า

...CSR ที่แท้จริงย่อมมิใช่เป็นกิจกรรมประเภทเอาแต่ให้ แต่ทำให้เกิดพัฒนาการที่ยั่งยืน ในบางจังหวะการทำ CSR จำเป็นต้องสื่อสารออกไปเป็นวงกว้าง

²⁶ ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม, "CSR Centre," CSR Journal (สิงหาคม 2549):3.

²⁷ ไชยยศ บุญญากิจ, "CSR Centre," CSR Journal (พฤศจิกายน 2549):3.

²⁸ วุฒิกิจ สินธุวาทีน, "Strategic CSR," BrandAge (8 กุมภาพันธ์ 2550):126.

ในระดับมวลชน โดยอาจต้องอาศัยสื่อหลักอย่างโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เข้ามาช่วยในการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ตัวอย่างของการสื่อสารการตลาดที่ควบคู่ไปกับการทำ CSR ที่ประสบความสำเร็จของไทย ได้แก่ โครงการต้านภัยหนาวกับเปียร์ช้าง โครงการสานรักของเอไอเอส โครงการรักบ้านเกิดของดีแทค โครงการชาเขียวของแบรนดี้ ฯลฯ

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะดูเหมือนเป็นปรากฏการณ์ใหม่สำหรับองค์กรธุรกิจไทย แต่หากพิจารณาถึงแก่นแท้ของแนวคิดนี้ที่ว่าด้วยการรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะพบว่ารากฐานสำคัญของแนวคิดนี้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบันที่ได้บัญญัติปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปณิธานทางในการบริหารประเทศ ซึ่งเป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางสายกลาง เพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากภาวะวิกฤติ และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง นำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล มีคุณภาพ และยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆ

รายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” เป็นส่วนหนึ่งของการทำ CSR ของโครงการสานรักที่ให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องการศึกษาโดยใช้สื่อโทรทัศน์เข้ามาช่วยในการสื่อสาร และสร้างภาพพจน์องค์กร นอกจากนี้เป็นที่น่าสนใจว่าเบื้องหลังความสำเร็จของรายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” เป็นการทำ CSR ที่มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจหรือไม่อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับสารคดี

ในปีค.ศ.1924 ขณะที่ John Grierson กำลังทำการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ในมหาวิทยาลัยชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกาเขาได้มีโอกาสสัมภาษณ์นักสร้างภาพยนตร์ นักวิชาการ นักการเมือง และนักหนังสือพิมพ์จำนวนมาก และพบว่าแนวคิดประชาธิปไตยที่ทุกคนตั้งความหวังไว้ในฐานะวิถีทางแก้ไขปัญหาของสังคมยังเป็นเพียงมายา (illusion) เนื่องจากปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญหน้าอยู่ในขณะนั้น เป็นเรื่องที่พลเมืองยังไม่อาจมองเห็นถึงสภาพการณ์โดยรวม และเป็นเรื่องยากต่อการเข้าใจ John Grierson จึงเสนอแนะว่า หากมีการผลิตภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวเหตุการณ์ในปัจจุบันอย่างรอบด้านและสร้างสรรค์ พลเมืองส่วนใหญ่ก็จะเกิดความคิดที่กว้างขวางเกี่ยวกับประเด็นปัญหาและสามารถแสวงหาหนทางแก้ไขที่ชัดเจนได้มากขึ้น

ซึ่งภาพยนตร์เรื่องแรกที่ John Grierson มองเห็นว่ามีคุณสมบัติดังกล่าวคือ Moana²⁹ นำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ของชีวิตที่ดำเนินไปในแต่ละวันของเด็กชาวโพลินีเซียน (Polynesian) และครอบครัวของเขา ภาพยนตร์เรื่องนี้มีคุณค่ายิ่งในเชิงสารคดี และเขาได้ใช้คำว่า “สารคดี” (documentary) นิยามภาพยนตร์ประเภทนี้เป็นครั้งแรกในงานเขียนเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องนี้

ต่อมาแนวคิดเรื่องสารคดีนี้ได้รับการยอมรับและพัฒนาขึ้นอย่างจริงจัง โดยเริ่มแรกในรูปของภาพยนตร์สารคดี (Documentary film) หลังจากนั้นจึงถ่ายทอดไปสู่สื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ได้แก่ สิ่งพิมพ์สารคดี รายการสารคดีวิทยุ และรายการสารคดีโทรทัศน์ (television documentary program) และแม้เราจะคุ้นเคยกับสารคดีในสื่อต่างๆ อย่างใกล้ชิด แต่การนิยาม “สารคดี” ให้เข้าใจตรงกันนั้นยังเป็นเรื่องที่ยากยิ่ง เพราะมีการนิยามในมิติและมุมมองที่แตกต่างกันหลายลักษณะซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ ทศนคติหรือแนวความคิดของนักวิชาการต่างๆ

คณะกรรมการในสหภาพนักสร้างภาพยนตร์สารคดีโลก³⁰ (World Union of Documentary) ในปีค.ศ.1948 ให้คำนิยาม “สารคดี” ไว้ดังนี้

- สารคดีไม่ใช่เรื่องแต่ง (Documentaries are non-fiction)
 - สารคดีจะต้องมีการใส่ใจกับความจริงแท้อย่างสร้างสรรค์ (Documentaries involve the “creative treatment of actuality”)
 - สารคดีเป็นประวัติศาสตร์ในปัจจุบัน
- เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตของมนุษย์ ความต้องการของมนุษย์ และวิธีการที่มนุษย์จะได้สิ่งที่ต้องการนั้น (Documentaries are current history, because they deal with how people live, what people want, how they try to get it)
- สารคดีจะต้องมีกรรมวิธีทุกอย่างของการบันทึกความจริงทุกรูปแบบ (Documentaries involve all methods of recording any aspect of reality)
 - สารคดีถูกสร้างขึ้นจากรายงานการวิจัยโดยใช้เสียงและภาพ (Documentaries are research report made using sound and images)

²⁹Lott, Nina Barbara, The documentary film: a study of communication (Ann Arbor, Michigan: University Microfilms, 1973.), p.111.

³⁰ประพิม คล้ายสุบรรณ, “ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น.13-14.

รายการสารคดี³¹ เป็นรายการที่มุ่งเน้นเสนอข้อเท็จจริง ให้ความรู้ ข้อมูล และเหตุการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม มุ่งให้ผู้ชมเมื่อชมแล้วมีแรงบันดาลใจให้กระทำ หรือไม่ยากกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เรื่องราวที่เป็นเรื่องจริง

สารคดีโทรทัศน์³² หมายถึง รายการประเภทหนึ่งซึ่งนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยละเอียดตั้งแต่ต้นจนจบ โดยยึดหลักของความเป็นจริง ในขณะเดียวกันก็ได้อาศัยเทคนิคต่างๆ หลายรูปแบบมาผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดจินตนาการที่ดีและจูงใจผู้ชมให้สนใจ อาทิ บทสัมภาษณ์ การให้ดนตรีและเสียงประกอบอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างความหมายที่สมบูรณ์ให้แก่ภาพที่ปรากฏทางจอโทรทัศน์

ลักษณะสารคดีที่ดี คือ ต้องเข้าใจง่าย ให้ความเพลิดเพลินในการครุ่นคิด ให้ความเร้าใจ และไม่ยาวเกินไป

ธีรภาพ โลหิตกุล³³ ให้ความหมายของสารคดี คือ “การนำเอาข้อมูลหรือข้อเท็จจริงมานำเสนอโดยผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนั้น เมื่อคิดจะเขียนสารคดีจะต้องคำนึงถึงข้อมูลและกลวิธีการนำเสนอในสัดส่วนที่เท่ากัน นอกจากนี้ยังมองว่าสารคดีมีมิติ เหมือนภาพหนึ่งภาพที่มีครบทั้งเรื่องราว การจัดวางองค์ประกอบแสงเงา ให้ความหมายลึกซึ้งกินใจ ก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกในทางสร้างสรรค์ด้านใดด้านหนึ่งแก่ผู้ชม

การแยกประเภทของรายการสารคดี แบ่งได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ในการแยกประเภท ในที่นี้แบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ

1. แยกประเภทรายการสารคดีตามลักษณะเนื้อหา ประกอบด้วย

- รายการสารคดีทั่วไป มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปที่จะให้ความรู้ความน่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมมากกว่าที่เน้นสาระที่เป็นข้อเท็จจริงเกินไป

³¹ อรุณฯ เลิศจรรยารักษ์, หลักการเขียนบทโทรทัศน์ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น.60.

³² Joseph T. Browne 1971 อ้างถึงในอรทัย รุจิราธร, “พัฒนาของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปีพ.ศ.2530 ถึง 2541,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น.11.

³³ ธีรภาพ โลหิตกุล, กว่าจะเป็นสารคดี (กรุงเทพมหานคร: แพร่สำนักพิมพ์, 2544), น.125.

- รายการสารคดีในโอกาสพิเศษ สารคดีประเภทนี้มีความสะดวกต่อผู้จัดหาข้อมูล เพราะโอกาสพิเศษต่างๆ นั้นมักมีผู้บันทึกหรือเก็บเป็นหลักฐานต่างๆ ไว้ การจัดลำดับเนื้อหาทำได้ ในลักษณะการเล่าถึงบุคคล สถานที่หรือโอกาสนั้นๆ
- รายการสารคดีท่องเที่ยว เนื้อหารายการมองเห็นได้ชัดเจน เป็นการเน้นเรื่อง สถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา สิ่งที่น่าสนใจ วิธีการเดินทาง การเตรียมตัว ฯลฯ
- รายการสารคดีเชิงวิจารณ์ เนื้อหาเน้นในข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ รายการประเภทนี้ก่อนจบมักทิ้งเรื่องราวไว้ให้ผู้ชมคิดต่อไป
- รายการสารคดีเชิงข่าว มักจะมีเนื้อหาที่สืบเนื่องมาจากข่าวที่น่าสนใจทั้งสิ้น เป็นการเสนอเบื้องหลังข่าวในแง่ของข้อเท็จจริง และเรื่องราวความเป็นมา ไม่ควรแทรกความคิดเห็นส่วนตัวลงไป

2. แยกประเภทสารคดีตามวัตถุประสงค์ของการนำเสนอ ประกอบด้วย

- รายการสารคดีที่มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอรายละเอียด (Information) จะต้องสำรวจในเนื้อหาอย่างมีระเบียบแบบแผน ความเป็นจริงจะถูกเลือกมาอย่างระมัดระวัง และเป็นแบบแผน เพื่อที่จะนำมาซึ่งเนื้อหาที่สมบูรณ์ และบรรลุวัตถุประสงค์เท่าที่จะเป็นไปได้
- รายการสารคดีที่มีจุดประสงค์เพื่อตีความ (Interpretation) จะมีความแตกต่าง ในการนำเสนอรายละเอียด การนำเสนอจะต้องวางแผนเพื่อที่จะนำมาซึ่งมุมมองที่กว้างและเจาะลึกของข้อมูลที่ไวต่อความรู้สึกและขัดแย้งกันได้ง่าย สารคดีประเภทนี้จะต้องกระตุ้นความรู้สึกเป็นห่วงกังวล และนำเสนอวิธีการในการแก้ปัญหาเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถตีความอย่างสร้างสรรค์

3. แยกประเภทสารคดีตามเนื้อเรื่องที่นำเสนออย่างละเอียด³⁴ สารคดีประเภทนี้ แบ่งออกเป็น

- การปรับปรุงส่งเสริมตัวเองให้ดีขึ้น (Personal Improvement) ได้แก่ เสริมสวย บำรุงรักษาสุขภาพ ฯลฯ
- แนะนำวิธีการที่สามารถจะปฏิบัติได้ (Practical Methods) เช่น การแก้ไขเครื่องใช้ ภายในบ้าน ฯลฯ
- แนะนำสถานที่ที่คนไม่ค่อยจะรู้จัก (Unfamiliar place) เป็นการแนะนำให้รู้จัก กับสถานที่พักผ่อน ท่องเที่ยว หรือที่ควรจะได้ศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์

³⁴อุฬาร เนืองจำนงค์, สื่อสารมวลชนวิทยุ-โทรทัศน์ (กรุงเทพมหานคร: อักษรบัณฑิต, 2520), น.145.

- แนะนำสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่ค่อยได้พบ (Unusual Articles and Objective) เช่น แฟชั่นใหม่ๆ ฯลฯ
- เรื่องของพฤกษชาติและสัตว์ (Plants and Animals) เช่น การดูแลลักษณะของนกเขาวางรูปร่างอย่างไรจึงจะมีราคา ฯลฯ
- วิถีชีวิตของประชาชน (People and Their Way) เช่น ความเป็นอยู่ของชาวเขา
- ประสบการณ์ที่แปลกผิดธรรมดา (Extra-Ordinary Experiences) เช่น นกมีสามขา ฯลฯ
- ผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ (Technical and Specific Data) เป็นการอธิบายให้ทราบถึงผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์หรือสถิติ
- เหตุการณ์ที่สำคัญที่ได้บันทึกไว้ (Notable Occasion and Occurrence) เช่น เหตุการณ์ภูเขาไฟระเบิด
- บุคคลที่น่าสนใจ (Interesting Person) เช่น เรื่องราวของนายกรัฐมนตรี
- ผลของการสืบสวน สอบสวน (Investigation Result) เช่น การติดตามข่าวเกี่ยวกับคดีฆาตกรรม
- ข้อคิดเห็นที่สำคัญ (Significant Ideas) เช่น การนำเอาข้อคิดเห็นการสร้างบ้านสำเร็จรูป
- การวิพากษ์วิจารณ์และการโต้ตอบ (Critical Judgment and Reaction) เช่น การวิพากษ์วิจารณ์หนังสือ
- จูงใจให้สนุกสนานเพลิดเพลิน (Amusement) ได้แก่ วิธีการที่เขียนสร้างอารมณ์สนุกสนานให้ผู้ฟังหรือผู้อ่าน

โดยสรุปแล้วสารคดี หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานความเป็นจริงอย่างเป็นกลาง โดยเรื่องราวที่นำเสนอมักเป็นเรื่องราวแปลกใหม่ มีเนื้อหาที่ดีให้ความรู้และเป็นประโยชน์แก่คนในสังคม สารคดีที่ดีนั้นจะต้องผสมผสานความรู้ ความบันเทิง และความเพลิดเพลินในการรับชมรายการให้อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะและกลมกลืน

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ทำหน้าที่สร้างสรรค์สารคดีขึ้นนั้นยังมีส่วนร่วมในการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ วิชาชีพนิยมของผู้ผลิตสารคดี และการทำความเข้าใจกับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตสารคดีนี้จำเป็นต้องเข้าใจถึงการทำหน้าที่สื่อมวลชนเป็นอันดับแรก เนื่องจากวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตสารคดีมีพื้นฐานมาจากการทำหน้าที่สื่อมวลชน ดังนั้น วิชาชีพนิยมเป็นบรรณาการระหว่างมาตรฐานทางวิชาชีพกับการให้คุณค่ากับสาธารณชน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นอุดมการณ์ของการทำหน้าที่ในเชิงวิชาชีพอย่างสมบูรณ์ โดยมีจริยธรรมในการบริการสาธารณชน

(ethic of public service) กำกับอยู่ โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ประกอบด้วยมาตรฐานในการผลิตรายการสารคดีที่มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การแสวงหาความจริงอย่างรอบด้าน (all methods of recording any aspect of reality)
2. การตีความความจริงอย่างสร้างสรรค์ (creative interpretation of actuality)
3. การสร้างความจริงขึ้นอีกครั้งอย่างซื่อสัตย์และยุติธรรม (honest and justifiable reconstruction)

ยิ่งไปกว่านั้นรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นจะต้องมีคุณค่าด้านจริยธรรมในการบริการสาธารณะชนด้วยการทำหน้าที่สร้างความรู้สึกร่วมกันของสาธารณะชนในประเด็นสาธารณะ กระตุ้นให้สาธารณะชนเกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่อประเด็นปัญหา และสร้างแรงบันดาลใจหรือยกระดับคุณภาพชีวิตของสาธารณะชนอีกด้วย

รายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” จัดเป็นสารคดีสั้น ลักษณะเนื้อหาจัดอยู่ในประเภทสารคดีทั่วไป หากแบ่งตามเนื้อเรื่องที่น่าสนใจจัดอยู่ในประเภทวิถีชีวิตของประชาชน ยึดหลักของความเป็นจริงตามเนื้อหา เป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่แสดงให้เห็นการต่อสู้กับอุปสรรคต่างๆ เพื่อเอาชีวิตรอดในสภาพสิ่งแวดล้อมและปัญหาที่กีดกัน เพื่อให้ผู้ชมได้ข้อคิดและเกิดกำลังใจในการดำเนินชีวิต โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงลึก แสดงความเป็นตัวตนของเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง ด้วยความเป็นวิชาชีพนิยมในฐานะผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์

แนวคิดเกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาส

เด็กด้อยโอกาส³⁵ หมายถึง เด็กที่ด้อยอำนาจทางสังคม เด็กที่อยู่ในสภาวะยากลำบาก และไม่ได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์สภาวะความต้องการพื้นฐาน และบริการสำหรับเด็ก

เด็กด้อยโอกาสมักประสบปัญหาและต้องการความช่วยเหลือจากสังคมอย่างมาก เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในสภาพที่เด็กเป็นฝ่ายถูกกระทำ หรือเป็นปัญหาที่เด็กต้องประสบ โดยไม่สามารถป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง และเมื่อพิจารณาตามเกณฑ์สภาวะ

³⁵สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สถานการณ์และนโยบายเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนด้อยโอกาส (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), น.40. (ัดสำเนา)

ตามความต้องการพื้นฐานและบริการสำหรับเด็ก ปัญหาโดยรวมที่เด็กด้อยโอกาสต้องประสบร่วมกัน คือ

1. ปัญหาด้านสุขภาพอนามัย
2. ปัญหาด้านจิตใจ
3. ปัญหาด้านการศึกษา
4. ปัญหาด้านการพัฒนาตนเอง
5. ปัญหาด้านการบริการขั้นพื้นฐาน

เด็กด้อยโอกาสอาจเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มเด็กที่มีอำนาจน้อยที่สุดในสังคม แม้แต่สิทธิในการดำเนินชีวิตก็น้อยตามไปด้วย แนวคิดเกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสเป็นกรอบในการศึกษาภายใต้แนวคิดสิทธิเด็ก โดยกระทรวงศึกษาธิการพยายามให้ความสำคัญและจัดการดูแลด้วยการให้การศึกษาเข้ามาเยียวยา แก้ไขปัญหาสังคมให้เข้าสู่สมดุล

ขณะที่ประเทศไทยกำลังเจริญไปอย่างรวดเร็วพร้อมกับประชาชน บางส่วนมีรายได้และการศึกษาที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในระดับปริญญาตรี รายงานพิเศษของกระทรวงศึกษาธิการ ปีพ.ศ.2548³⁶ พบว่ามีผู้จบในระดับปริญญาตรีจำนวน 2.2 ล้านคน แต่ในขณะเดียวกันยังมีเด็กยากจนและด้อยโอกาสที่อายุต่ำกว่า 18 ปี อีกจำนวน 2.9 ล้านคน และมีรายได้ต่ำมากเพียง 922 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งเป็นความแตกต่างที่ยังมีอยู่ในสังคมอย่างเห็นได้ชัดเจน

³⁶ กระทรวงศึกษาธิการ, “ทุนการศึกษาคู่แท้ของความยากจน,” (กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ, 2548), น.84. (อัดสำเนา)

ตารางที่ 2.1

อัตราร้อยละของเด็กและเยาวชนที่กำลังเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3
มัธยมศึกษาปีที่ 6 และชั้นสุดท้ายของมัธยมศึกษาตอนปลาย
สายอาชีวศึกษาที่รายงานว่าไม่เรียนต่อ จำแนกตามเหตุผล
ที่ไม่เรียนต่อ ภาคและเขตการปกครอง

(จำนวนเป็นพัน)

เหตุผลที่ไม่เรียนต่อ	ทั่วราชอาณาจักร			กทม.	กลาง (ไม่รวม กรุงเทพ)	เหนือ	ตะวันออก เฉียง เหนือ	ใต้
	รวม	ในเขต เทศบาล	นอกเขต เทศบาล					
ยอดรวม	100.0 (264.4)	100.0 (26.9)	100.0 (237.5)	100.0 (15.9)	100.0 (39.8)	100.0 (69.6)	100.0 (122.4)	100.0 (16.7)
- ไม่มีทุนทรัพย์เรียน	72.1	43.5	75.3	28.4	66.9	83.4	73.2	70.1
- ต้องหาเลี้ยงตนเอง หรือครอบครัว	16.5	42.1	13.6	59.1	21.6	10.3	14.3	5.4
- โรงเรียนอยู่ไกล การ คมนาคมไม่สะดวก	1.6	2.1	1.5	*	*	0.7	3.0	3.3
- ไม่สนใจหรือคิดว่าไม่ มีประโยชน์ที่จะเรียน	3.7	6.9	3.4	7.4	5.7	*	4.5	2.7
- อื่นๆ	5.8	2.4	6.2	5.1	5.8	5.6	5.0	18.5
- ไม่ทราบ	0.3	3.0	-	-	-	-	-	-

* น้อยกว่าร้อยละ 0.1

ผลการสำรวจ พบว่า ในจำนวนเด็กและเยาวชนที่รายงานว่าไม่เรียนต่อเนื่องจากการไม่มีทุนทรัพย์เรียน หรือต้องหาเลี้ยงตนเองหรือครอบครัวซึ่งมีประมาณร้อยละ 88.6 นั้น ร้อยละ 85.1 ต้องการรับการสนับสนุนเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาจากรัฐบาลหรือเอกชน โดยในเขตเทศบาลมีอัตราร้อยละสูงกว่านอกเขตเทศบาล คือ ร้อยละ 93.6 และ 84.2 ตามลำดับ

ในปัจจุบันอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กขององค์การสหประชาชาติ ค.ศ. 1989 (Convention on the Right of the Child) ได้กำหนดคำนิยามของคำว่า “เด็ก” หมายถึงมนุษย์ทุกคนที่อายุต่ำกว่า 18 ปี นอกเสียจากว่าภายใต้กฎหมายที่มีผลบังคับใช้ต่อเด็กผู้นั้นได้มีการกำหนดอายุการบรรลุนิติภาวะของการเป็นผู้ใหญ่ไว้ต่ำกว่านั้น

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทยมาตรา 19³⁷ บัญญัติว่า บุคคลย่อมพ้นจากภาวะผู้เยาว์ และบรรลุนิติภาวะ เมื่อมีอายุยี่สิบปีบริบูรณ์” อย่างไรก็ตาม บุคคลอาจจะพ้นจากการเป็นผู้เยาว์ได้ หากทำการสมรสก่อนอายุยี่สิบปี กล่าวคือ เมื่อมีอายุสิบเจ็ดปีบริบูรณ์หรือตามอายุที่ศาลอนุญาตให้ทำการสมรสได้ก่อน

กมลินทร์ พินิจภูวดล³⁸ ได้ศึกษาแนวทางและมาตรการในการจัดการศึกษาของเด็กด้อยโอกาส โดยให้ความหมายของคำว่า “เด็กด้อยโอกาส” (Under Privileged Children หรือ Disadvantaged Children) หมายถึง กลุ่มเด็กที่ประสบกับปัญหาต่างๆ หรือตกอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม หรืออยู่ในสถานภาพที่ด้อยกว่าเด็กโดยทั่วไป และต้องการความช่วยเหลือจากสังคมเป็นกรณีพิเศษ เพื่อให้มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีพัฒนาการที่ถูกต้องกับวัยและบรรลุถึงศักยภาพสูงสุด โดยจำแนกเด็กด้อยโอกาสออกเป็นกลุ่มเด็กต่างๆ ดังนี้³⁹

1. เด็กถูกละเมิดสิทธิ เป็นเด็กที่ถูกทารุณ หรือถูกเอาเปรียบในลักษณะต่างๆ และไม่ได้รับการเคารพในสิทธิอันพึงมีพึงได้
2. เด็กถูกปล่อยปละละเลย เป็นเด็กที่ถูกให้อยู่ตามลำพังในระยะเวลาชั่วคราว หรือตลอดไป อันเนื่องมาจากบิดามารดา ผู้ปกครอง องค์การ หรือสถาบันที่มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบดูแลได้ละเลย ทำให้เด็กขาดพัฒนาการที่ถูกต้องทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสติปัญญา เช่น เด็กที่ยากจนมาก
3. เด็กประพฤติตนไม่สมควรแก่วัย เนื่องจากลักษณะของตัวเด็ก สภาพปัญหาทางครอบครัว และสภาพแวดล้อมทางสังคม ทำให้เด็กมีการกระทำหรือความประพฤติไม่ถูกต้อง หรือเบี่ยงเบนจากกฎเกณฑ์ของสังคม ก่อให้เกิดเป็นปัญหาทางสังคมขึ้น

³⁷ธีระพล อรุณะกสิกร, ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2549 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2549), น.62.

³⁸กมลินทร์ พินิจภูวดล, “แนวทางและมาตรการในการจัดการศึกษาของเด็กด้อยโอกาส” (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541), น.24-25. (อัดสำเนา)

³⁹สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, “สถานภาพและนโยบายเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนด้อยโอกาส,” (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), (อัดสำเนา)

4. เด็กพิการ คือ เด็กที่มีความบกพร่องทางร่างกาย หรือสติปัญญาโดยทางการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว จิตใจ หรือพฤติกรรม สติปัญญา หรือการเรียนรู้

5. เด็กที่ได้รับเชื้อ หรือได้รับผลกระทบจากโรคเอดส์ ได้แก่ เด็กที่มีเชื้อเอชไอวี หรือเอดส์ เด็กกำพร้า และเด็กที่ถูกทอดทิ้ง เนื่องจากพ่อแม่ตายเพราะเชื้อเอดส์

นอกจากนี้กระทรวงศึกษาธิการกำหนดประเภทของเด็กด้อยโอกาสไว้ 10 ข้อ ประกอบด้วย⁴⁰

1. เด็กยากจน (มากเป็นพิเศษ) หมายถึง เด็กซึ่งเป็นบุตรหลานของคนยากจนที่มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ (ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 20,000 บาทต่อปี) ครอบครัวอยู่รวมกันหลายคนขาดแคลนปัจจัยพื้นฐาน มีชีวิตอยู่อย่างลำบาก

2. เด็กที่มีปัญหาเกี่ยวกับยาเสพติด หมายถึง เด็กที่ติดสารระเหยหรือยาเสพติด หรือเด็กกลุ่มเสี่ยงการถูกชักนำให้ประพฤติตนไม่เหมาะสม เกี่ยวข้องผูกพันกับกลุ่มมิจฉาชีพ ผู้มีอิทธิพลเป็นเด็กด้อยโอกาสที่มีแนวโน้มสูงต่อการก่อปัญหาในสังคม

3. เด็กที่ถูกทอดทิ้ง หมายถึง เด็กที่มารดาคลอดทิ้งไว้ในโรงพยาบาลหรือสถานที่ต่างๆ รวมไปถึงเด็กที่พ่อแม่ปล่อยให้ให้มีชีวิตอยู่ตามลำพังหรืออยู่กับบุคคลอื่น โดยไม่ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากปัญหาการหย่าร้าง หรือครอบครัวแตกแยก มีสภาพชีวิตอยู่ท่ามกลางความสับสน ขาดความรัก ความอบอุ่น ตลอดถึงเด็กที่ขาดผู้อุปการะเลี้ยงดู

4. เด็กที่ถูกทำร้ายอย่างทารุณ หมายถึง เด็กที่ถูกล่วงละเมิดทางร่างกาย ทางเพศหรือทางจิตใจ มีชีวิตอยู่อย่างไม่เป็นสุข ระวัง หวาดกลัว

5. เด็กที่ได้รับผลกระทบจากโรคเอดส์หรือโรคติดต่อร้ายแรงที่สังคมรังเกียจ หมายถึง เด็กที่ติดเชื้อเอดส์หรือมีพ่อแม่เจ็บป่วยด้วยโรคเอดส์ เป็นเด็กที่มักจะถูกมองอย่างรังเกียจ ไม่สามารถเข้ารับการศึกษารับบริการอื่นๆ ร่วมกับเด็กปกติทั่วไปได้

6. เด็กในชนกลุ่มน้อย หมายถึง เด็กที่เป็นบุตรหลานของบุคคลที่มีวัฒนธรรมแตกต่างไปจากประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ มีปัญหาเกี่ยวกับการถือสัญชาติไทย จนเป็นสาเหตุให้ไม่มีโอกาสได้รับการศึกษาหรือบริการอื่นๆ

7. เด็กเร่ร่อน หมายถึง เด็กที่ไม่มีที่อยู่เป็นหลักแหล่งแน่นอน ดำรงชีวิตอยู่อย่างไร้ทิศทาง ขาดปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต เสี่ยงต่อการประสบอันตรายและเป็นปัญหาสังคม

⁴⁰ <<http://www.mc41.com/pragad/boy01.html>>. 17 มกราคม 2551.

8. เด็กถูกบังคับให้ขายแรงงานหรือแรงงานเด็ก หมายถึง เด็กที่ต้องทำงาน หรือถูกบังคับให้ใช้แรงงานหรือหารายได้ด้วยการขายแรงงานก่อนถึงวัยอันควร

9. เด็กที่อยู่ในธุรกิจบริการทางเพศหรือโสเภณีเด็ก หมายถึง เด็กที่มีความสมัครใจหรือถูกบังคับล่อลวงให้ขายบริการทางเพศ หรืออยู่ในสภาพเสี่ยงต่อการประกอบอาชีพขายบริการทางเพศ

10. เด็กในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน หมายถึง เด็กที่กระทำผิดและถูกควบคุมอยู่ในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนตามกฎหมาย ตลอดถึงเด็กที่ตั้งครรภ์นอกสมรส

เนื่องจากคุณสมบัติในการพิจารณาคัดเลือกเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่ง มุ่งเน้นเยาวชนที่ยังเรียนหนังสือ แต่มีฐานะยากจน มีความกตัญญูและสู้ชีวิต ผู้ผลิตรายการจึงพิจารณาคัดเลือกเยาวชนคนเก่งหัวใจแกร่งตามประเภทเด็กด้อยโอกาสได้เพียง 4 ประเภท คือ เด็กยากจน เด็กที่ถูกทอดทิ้ง เด็กในชนกลุ่มน้อย และเด็กพิการเท่านั้น ส่วนเยาวชนประเภทอื่นๆ มักจะไม่ได้เรียนหนังสือซึ่งไม่ตรงตามคุณสมบัติที่รายการกำหนด อีกทั้งยังมียุทธศาสตร์การใช้ชีวิตมีความเสี่ยงเกินวัย สื่อมวลชนอาจไม่สามารถเข้าถึงและติดตามในระยะยาวได้อย่างแท้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง ดังนี้

ชลิตา บัณจุวงศ์⁴¹ ศึกษาการพูดถึง “ความยากจน” ในรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตคนจน พบว่า การพูดถึง “ความยากจน” และการเข้ามามีบทบาทต่อปัญหาความยากจน/คนจนของรายการโทรทัศน์ของสื่อมวลชน เกิดขึ้นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจในสังคมที่สื่อมวลชนกลายมาเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาสังคมในด้านต่างๆ โดยนำเสนอให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของคนจน โดยมีการยืนยันความน่าเชื่อถือและความเป็นจริงด้วยอำนาจของสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” ในการ “ถ่ายทอดและสะท้อนภาพ” เรื่องราวเหตุการณ์ หรือปัญหาสังคมต่างๆ อย่างตรงไปตรงมา โดยรายการ “सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอชีวิตของเด็ก

⁴¹ชลิตา บัณจุวงศ์, “การพูดถึง “ความยากจน” ในรายการโทรทัศน์ : ศึกษากรณักรายการโทรทัศน์ที่ว่าด้วยเรื่องราวชีวิตคนจน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น.บทคัดย่อ.

ด้วยโอกาสหรือคนจนในสังคมไทยด้วยการสะท้อนภาพความยากจน และความเข้มแข็งของจิตใจ
เด็กด้วยโอกาสคนหนึ่งคนในสังคม

ชาลิสา มากแผ่นทอง⁴² ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิต
รายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อความรู้ความเข้าใจในเรื่อง
กระบวนการการผลิตรายการโทรทัศน์ และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการ
สารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
ชุดทุ่งแสงตะวันมีขั้นตอนการผลิตทั้งสิ้น 7 ขั้นตอน ได้แก่ การประชุมเพื่อพัฒนาแนวคิด
การสำรวจสถานที่ การประชุมเพื่อการผลิตรายการ การเตรียมการผลิต การผลิตรายการ การติดต่อ
และการเผยแพร่รายการออกอากาศ นอกจากนี้พบปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการ
สารคดีชุดทุ่งแสงตะวัน 7 ปัจจัย คือ อุดมคติและความมุ่งหมายขององค์กรผู้ผลิต บุคลากร
สถานที่ถ่ายทำ ตัวละคร เวลา สถานีโทรทัศน์ และความกดดันจากแหล่งข่าวสารข้อมูล

พรพรรณ สุจริตกุล⁴³ ศึกษาเรื่อง “ทัศนะของนักรณรงค์ไทย และการประยุกต์ใช้แนวคิด
การตลาดเพื่อสังคมในโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคมไทย” ผลการวิจัย พบว่า ทัศนะของ
นักรณรงค์ไทยต่อแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมและการประยุกต์ใช้ในโครงการรณรงค์
เพื่อการพัฒนาสังคม มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและภารกิจขององค์กรแต่ละประเภท ในแง่
ของการช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคมที่องค์กรจัดทำ โดยองค์กร
ที่แสวงหากำไรมักอยู่ในรูปแบบของการนำแนวคิดทางสังคมเข้ามาสนับสนุนการตลาดขององค์กร
เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อันจะนำมาซึ่งการสนับสนุน
องค์กรและผลิตภัณฑ์ขององค์กรในระยะยาว

ทีปวิธ พงศ์ไพบูลย์⁴⁴ ศึกษาเรื่อง “พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการ
โทรทัศน์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประวัติความเป็นมา พัฒนาการและสภาพการดำเนิน

⁴²ชาลิสา มากแผ่นทอง, “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการ
สารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2538), น.112-114.

⁴³พรพรรณ สุจริตกุล, “ทัศนะของนักรณรงค์ไทย และการประยุกต์ใช้แนวคิด
การตลาดเพื่อสังคมในโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคมไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547), น.98-102.

⁴⁴ทีปวิธ พงศ์ไพบูลย์, “พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์,”
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น.60.

ธุรกิจ บริษัทผู้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนทราบถึงปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานรายการของบริษัท ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์นี้มีพัฒนาการจากกลุ่มผู้จัดรายการโทรทัศน์อิสระไปสู่การดำเนินงานแบบองค์กรที่มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน และพบว่าบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้ระบบสังคมโดยรวม ดังนั้น จึงไม่สามารถดำเนินงานได้โดยอิสระด้วยตัวขององค์กรเอง แต่จะมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง อย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

พัฒนาการของธุรกิจรายการโทรทัศน์เกิดจากปัจจัยส่งเสริม 2 ลักษณะ คือ ปัจจัยส่งเสริมที่เป็นผลมาจากสภาพภายในองค์กรเอง และปัจจัยส่งเสริมที่มาจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 นี้จะสัมพันธ์และเป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกันและเคลื่อนไหวตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองในช่วงเวลานั้นๆ ส่งผลให้องค์กรบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัย เพื่อรักษาคุณภาพโดยรวมขององค์กรเอาไว้

สุภัทวดี อภินันท์⁴⁵ ศึกษาเรื่อง “วิทยุกระจายเสียงกับการพัฒนาเยาวชนไทยในชนบท” พบว่า สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการปลูกฝังคุณธรรม ความคิด ตลอดจนค่านิยมต่างๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชน โดยเฉพาะสื่อทางด้านวิทยุกระจายเสียง โดยสถานีวิทยุออกอากาศวันหนึ่งๆ เป็นเวลาหลายชั่วโมงกลับปรากฏว่าในบรรดารายการที่ออกอากาศนั้นเวลาของรายการสำหรับเยาวชนมีสัดส่วนน้อยมาก ทั้งนี้เพราะเรามองข้ามความสำคัญของเยาวชนซึ่งเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ของสังคม ดังนั้น รายการส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นไปเพื่อการค้าและมุ่งแสวงหากำไรแต่เพียงอย่างเดียว จากผลการศึกษาข้างต้น พบว่าปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญกับการจัดสรรเวลาสำหรับเยาวชนมากขึ้น อีกทั้งโทรทัศน์มีบทบาทและเข้าถึงผู้ชมมากกว่า ดังนั้น การผลิตรายการทางโทรทัศน์ที่มีเยาวชนตัวอย่างเป็นภาพตัวแทนที่ดีจึงน่าจะเป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการปลูกฝังค่านิยม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชนด้วยตนเองได้เป็นอย่างดี

⁴⁵สุภัทวดี อภินันท์, “วิทยุกระจายเสียงกับการพัฒนาเยาวชนในชนบท,”

(กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527), (อัดสำเนา)

สุธาริน คุณผล⁴⁶ จากบทความว่าด้วย “ชีวิตประจำวัน” ในมุมมองของวัฒนธรรมศึกษา มักใช้แนวคิดเกี่ยวกับ “ชีวิตประจำวัน” ในการวิเคราะห์กลุ่มที่เป็นอื่นในทางสังคมวัฒนธรรมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชายขอบ กลุ่มที่อ่อนแอ กลุ่มที่ถูกกดขี่ และปฏิกิริยาต่อต้านแข็งขัน ในด้านหนึ่งชีวิตประจำวันได้รับความสนใจ เพื่อที่จะเน้นถึงความสำคัญของความรู้สึกและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่กำหนดความเป็นไปในสังคม ไม่ใช่เรื่องของการครอบงำกำหนดจากโครงสร้างแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้การที่ “ชีวิตประจำวัน” ได้รับความสำคัญในแง่หนึ่งก็สัมพันธ์อยู่กับความสนใจในสิ่งละอันพันละน้อย เรื่องราวเล็กๆ ของคนเล็กๆ และวิธีคิดที่ว่าเวทีของการต่อสู้ไม่ได้จำกัดอยู่แต่การเล่าเรื่องใหญ่ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม หรือเรื่องราวที่ถือกันว่ายิ่งใหญ่ (grand narratives) เท่านั้น

งานเขียนของมิเชล เดอ เซร์โต (The Practice of Everyday Life) ที่อุทิศให้กับ “ชนสามัญ” (Ordinary man) มองว่าสถานะของคนหมู่มากที่อยู่ชายขอบของอำนาจ (the marginality of the majority) มักถูกจำกัดภายใต้ “ผู้ใช้/ผู้บริโภค” ที่ตกเป็นเหยื่อในวงจรการผลิต แต่เขาให้ความสนใจกระบวนการผลิตที่เกิดขึ้นในขั้นตอนที่คนธรรมดาสามัญ “บริโภค” สิ่งของหรือระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ที่กำหนดขึ้นมา ซึ่งจุดสำคัญในการอธิบายการทำงานของชีวิตประจำวันของ มิเชล เดอ เซร์โต อยู่ที่การสนใจ “การกระทำ” และ “วิธีการ” ไม่ใช่ “ผู้กระทำ” ผู้บริโภคจะเป็นใครไม่สำคัญ ความสำคัญอยู่ที่เขาหรือเธอทำอะไรในการต่อรองและจัดวางความสัมพันธ์ทางอำนาจ เส้นของการศึกษาชีวิตประจำวันอยู่ที่ความขัดแย้งในตัวเอง ในแง่หนึ่งชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่คนเรามักคุ้นเป็นกิจวัตรประจำวัน แต่ในอีกแง่หนึ่งก็ยากที่จะจับให้มันค้นให้ตายว่ามันคืออะไรกันแน่ แต่อีกด้านถูกมองว่าแฝงไว้ด้วยพลังสร้างสรรค์ คุณูปการของแนวคิดเกี่ยวกับ “ชีวิตประจำวัน” ของมิเชล เดอ เซร์โต ต่อวัฒนธรรมศึกษาอยู่ที่การเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยมองว่า ชีวิตประจำวันไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของความแปลกแยก ครอบงำ หรือการต่อต้านแข็งขันเสมอไป แต่ในขณะเดียวกันในการให้ความสำคัญกับเรื่องธรรมดา คำถามที่น่าจะตามมาด้วยเสมอก็คือ ทำไมเรื่องธรรมดาสามัญในชีวิตประจำวันถึงได้รับความสนใจและถูกหยิบยกขึ้นมาศึกษา

⁴⁶ สุธาริน คุณผล, “ชีวิตประจำวัน,” รัฐศาสตร์สาร 28 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550):113-118.

พรทิพย์ ลิ้มปิชัยโสภณ⁴⁷ ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องผ่านรายการถึงลูกถึงคน ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการเล่าเรื่องที่ปรากฏในรายการถึงลูกถึงคน และศึกษาการสร้างปริณทลสาธณะในสังคมไทย ผลการวิเคราะห์จากหลายประเด็นพบว่า ประเด็นหนึ่งเรื่องการกระทำทางการสื่อสาร (Communication Action) พบว่า รายการถึงลูกถึงคนได้สร้างปริณทลสาธณะให้กับสังคม ผ่านการสนทนาเหตุการณ์ประจำวัน ซึ่งเป็นเรื่องราวที่กำลังอยู่ในกระแสความนิยมของประชาชน โดยระดับการเกิดขึ้นของปริณทลสาธณะของรายการนี้มีเกณฑ์ในการวัดการสื่อสาร คือ Communication Action การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการที่อยู่ทางบ้าน โดยมีระดับการส่งสาร 3 ระดับได้แก่

1. การสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล (Cognitive) เป็นการสื่อสารเพื่อบอกข่าวสารให้เกิดความเข้าใจ บอกเรื่องราวและความเป็นจริงภายนอกทั่วไปที่เกิดขึ้นโดยผู้ส่งสารจะไม่เอาตัวเองเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งรายการถึงลูกถึงคนมีพื้นที่เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจต่อประเด็นปัญหาต่างๆ ในสังคมมากขึ้น ผ่านผู้ร่วมรายการต่างๆ ที่มีพร้อมทั้งหลักฐาน ข้อมูล สถิติ เอกสารสัญญา ฯลฯ เพื่อให้ผู้ชมพิจารณาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือประกอบกันขณะที่ชมรายการ

2. การสื่อสารเพื่อแสดงความรู้สึก (Expressive) รายการถึงลูกถึงคนสามารถสะท้อนภาพความรู้สึกที่เป็นจริงของผู้ร่วมรายการ ผ่านจอโทรทัศน์ด้วยการสัมภาษณ์ของพิธีกร รวมถึงเทคนิคและรูปแบบการผลิตรายการทั้งหมด สามารถสร้างความเป็นจริงที่เป็นอยู่ของเหตุการณ์ผ่านการสนทนาทางโทรทัศน์ จนผู้ชมรู้สึกคล้อยตาม เห็นอกเห็นใจ เข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นเสมือนได้ร่วมแบกรับความรู้สึกร่วมกันในการสนทนา

3. การสื่อสารเพื่อปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน (Interaction) รายการถึงลูกถึงคนมีความพยายามให้รายการเป็นเวทีสาธารณะเพื่อให้คนทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ แต่ก็ไม่สามารถสร้างปริณทลสาธณะในระดับนี้ได้อย่างเป็นรูปธรรมได้ เพราะว่าการจำกัดของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อมวลชนที่ไม่สามารถดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อขับเคลื่อนสังคม นำไปสู่การแก้ไขคลี่คลายปัญหาที่เกิดขึ้นได้

เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเมือง เศรษฐกิจซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ มีความซับซ้อนของข้อมูล และมีผู้เกี่ยวข้องที่มีอำนาจหลายฝ่าย สะท้อนให้เห็นว่าหากเป็นประเด็นด้านสังคม

⁴⁷พรทิพย์ ลิ้มปิชัยโสภณ, “การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องผ่านรายการถึงลูกถึงคน ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น.127-134.

หรือด้านวัฒนธรรม (cultural/social issue) รายการสามารถทำหน้าที่เปิดปริณทลสาธารณะได้บ้าง เช่น เหตุการณ์กรณีพิพัตในภาคใต้ แต่หากเป็นประเด็นด้านการเมืองหรือเศรษฐกิจ (political /economic issue) รายการแทบไม่มีโอกาสเป็นปริณทลสาธารณะให้กับสังคมไทยได้เลย เนื่องจากการมีโครงสร้างทางสังคมและหน่วยงานที่รับผิดชอบสลับซับซ้อนกว่ามาก

สถาบันคีนันแห่งเอเซีย ร่วมกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต⁴⁸ ทำการวิจัยเกี่ยวกับ CSR เรื่อง “Survey on Consumer's Behavior and Attitude towards Corporate Citizenship” พบว่าคนไทยมีความเข้าใจเรื่อง CSR ในระดับ 3.8 จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนไทยเริ่มเข้าใจและเห็นว่าการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเป็นเรื่องสำคัญ ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตมองเห็นความสำคัญของเรื่อง CSR ในอนาคต 3.23% โดยจาก 100% ผู้บริโภคคาดหวังให้องค์กรธุรกิจไม่ว่าจะเป็นบริษัทข้ามชาติ บริษัทขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า จะเห็นได้ว่ารายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” เป็นโครงการหนึ่งที่องค์กรธุรกิจใช้สื่อโทรทัศน์ในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการผลิตเป็นรายการ “สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง” โดยให้ความสำคัญกับเด็กด้อยโอกาสในสังคมไทย

รุจา ภูไพบูลย์ จริยา วิฑะศุภร และศิริวรรณ ไกรสุรพงศ์⁴⁹ ทำการศึกษาเชิงคุณภาพเรื่อง “ผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจต่อเด็ก เยาวชนและครอบครัวและความต้องการความช่วยเหลือ” โดยศึกษาการศึกษาการลงทุนในเด็กของครอบครัวของกุล สุนทรธาดาและคณะ พบว่า ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตครอบครัวและผลกระทบต่อบุตรในด้านการศึกษา และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากภาวะเครียดในเด็กและเยาวชนไทย ซึ่งครอบครัวส่วนใหญ่เผชิญปัญหาค่าครองชีพสูงขึ้นรายได้ต่ำลง โดยพ่อแม่เป็นผู้แบกรับภาระดังกล่าวไว้ พยายามให้เกิดกระทบต่อบุตรน้อยที่สุด ซึ่งผลกระทบรุนแรงพบในครอบครัวยากจนในชนบทที่ส่งผลกระทบให้บุตรขาดโอกาสทางการศึกษาต่อ ต้องออกจากโรงเรียนกลางคัน

⁴⁸ อรวรรณ บัณฑิตกุล, “ปรากฏการณ์ CSR ทำไงไม่ให้ Fake,” *Marketeer* 84 (กุมภาพันธ์ 2550): 38.

⁴⁹ รุจา ภูไพบูลย์ จริยา วิฑะศุภร และ ศิริวรรณ ไกรสุรพงศ์, ผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจต่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว และความต้องการความช่วยเหลือ (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2542), น.20-21.

สำหรับผลการสำรวจ พบว่า ครอบครัวส่วนใหญ่มีจำนวนที่ต้องรับภาระด้านการเรียน ครอบครัวละ 1-2 คน และมีภาระค่าใช้จ่ายด้านการศึกษานุตรปัญหาด้านภาระการศึกษาพบมากที่สุด รองลงมา คือปัญหาไม่มีเงินค่าเล่าเรียน และไม่มีเงินค่าใช้จ่ายอุปกรณ์การเรียน นอกจากนั้น มีปัญหาไม่มีค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และค่าเดินทางไปโรงเรียน โดยร้อยละ 6.7 ครอบครัวที่ไม่สามารถส่งบุตรเรียนต่อได้

ธนานุช สงวนศักดิ์⁵⁰ ทำการศึกษา “การต่อรองระหว่างผู้ว่าจ้างที่เป็นสถาบันวิชาการ ระดับประเทศกับผู้รับจ้างผลิตซึ่งเป็นองค์กรสื่อมวลชนด้านข่าวสารที่มีชื่อเสียงในการผลิตสารคดี วิชาการเรื่อง “สารคดีคนจน” จำนวน 5 ตอน เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ ผู้วิจัยสนใจว่าได้มีการต่อรองกันในรูปแบบใดบ้าง ในขั้นตอนใด และการต่อรองดังกล่าวได้มีผลมาถึงการควบคุมเนื้อหาอย่างไรบ้าง ผลการศึกษาพบว่า มีการต่อรองอยู่ 3 ประเภท คือ การต่อรองระดับแนวคิดอุดมการณ์ และจุดยืน โดยที่การต่อรองทั้ง 3 ประเภทนี้ไม่ได้แยกออกจากกันโดยสิ้นเชิง เมื่อมีการต่อรองในองค์ประกอบหนึ่งอาจเชื่อมโยงไปสู่การต่อรองอีกองค์ประกอบหนึ่ง

สำหรับขั้นตอนกระบวนการผลิตสารคดีที่มีการต่อรอง พบว่า เกิดการต่อรองในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต โดยเฉพาะในขั้นตอนทบทวน ตรวจสอบงานผลิต (review) ซึ่งมีการต่อรองมากที่สุด เนื่องจากผู้ว่าจ้างได้มีโอกาสเห็นเนื้อหาของสารคดีแล้วจึงต่อรองอย่างมากให้มีการปรับแก้ไข ซึ่งผลของการต่อรองทั้งสองฝ่ายทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงโครงสร้างทั้งหมดของเนื้อหา และการเปลี่ยนแปลงเฉพาะรายละเอียดบางส่วนของเนื้อหา แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงแค่อำนาจที่จะต่อรองกับเจ้าของเงินทุนมากนัก

จากแนวคิดทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวถึงในบทที่ 2 จะนำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในบทที่ 6 ต่อไป

⁵⁰ธนานุช สงวนศักดิ์, “การต่อรองเกี่ยวกับการควบคุมเนื้อหาระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างการผลิตสารคดีวิชาการ เรื่องสารคดีคนจน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), น.132.