

**อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ
ที่มีผลต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์**

รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์จัดเป็นรายการที่มีสาระประโยชน์สูง เพราะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ อันเป็นประโยชน์แก่การพัฒนาอาชีพทางการเกษตร จึงควรคัดเลือกเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ดี บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์จัดเป็นองค์กรธุรกิจประเภทหนึ่งซึ่งต้องดำเนินงานภายใต้แรงกดดันทางการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ซึ่งมีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางการเงินขององค์กรสื่อสารมวลชนและมักเข้ามามีบทบาทในการผลิตรายการมากขึ้นน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละรายการ จากการวิเคราะห์รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ในปัจจุบันพบว่า สามารถจำแนกออกตามประเภทของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน ได้แก่ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 และ รายการเวทีวาไรตี้ ซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. รวม 4 รายการ

2.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการโดยรัฐ ได้แก่ รายการดินสร้างชีวิต รายการในน้ำมีปลา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. รวม 2 รายการ

3.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต มีเพียงหนึ่งรายการ ได้แก่ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

4.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา ได้แก่ รายการ ไม่ลองไม่รู้ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และ รายการวิถีชาวบ้าน ออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 รวม 2 รายการ

จากการวิเคราะห์รายการและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ พบว่า อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการ และ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน

1.1 รายการแผ่นดินทอง ออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 ทุกวันจันทร์ เวลา 12.30 - 13.00 น. รวมความยาว 30 นาที

1.1.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดย บริษัทบ้านตาลรูป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก

1.1.2 แหล่งรายได้ รายการแผ่นดินทอง มีแหล่งรายได้จาก

1) ผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งถือเป็นรายได้หลัก ได้แก่ บริษัท พืชสุลินจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจำหน่ายเคมีภัณฑ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์สำหรับการเกษตร

2) ผู้ลงโฆษณา เช่น กระเบื้องโลสุโก้ เทปเพลงลูกทุ่ง ค่าย F.A.I. และ ค่าย Boxing Sound เป็นต้น

3) การขายวิดีโอเทปรายการ

1.1.3 รูปแบบรายการ รายการแผ่นดินทองจัดเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูลมีวิธีการนำเสนอ 4 วิธี ได้แก่ การสนทนา บรรยาย สาธิต และ สัมภาษณ์ โดยมีพิธีกรหลัก 1 คน และในบางตอนอาจมีพิธีกรช่วยอีก 1 คน เป็นผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่สนทนาบอกเล่าถึงเรื่องราวที่จะนำเสนอและเชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ จากการวิเคราะห์รายการที่ออกอากาศในเดือนมีนาคม จำนวน 4 ตอน พบว่ามีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างรายการแผ่นดินทอง

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	การสนทนา การสัมภาษณ์
ช่วงที่ 2	การบรรยาย และ การสาธิต
ช่วงที่ 3	การสัมภาษณ์เกษตรกรและนักวิชาการ

ในช่วงที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงเปิดรายการ ผู้ดำเนินรายการมักสนทนากับเกษตรกรถึงเรื่องราวที่จะนำเสนอ หรือสัมภาษณ์เกษตรกร หรือ ผู้เชี่ยวชาญอย่างคร่าว ๆ เพื่อเกริ่นนำถึงเรื่องราวที่จะนำเสนอ หลังจากนั้นจะเข้าสู่เนื้อหาวิชาการในช่วงที่ 2 ซึ่งนำเสนอวิธีการปลูก และบำรุงรักษาพืชนั้น ๆ ให้ได้ผลผลิตดี โดยใช้วิธีการบรรยาย ประกอบกับการสาธิต เพื่อให้เข้าใจง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ จากนั้นในช่วงที่ 3 จึงสัมภาษณ์เกษตรกรและนักวิชาการเกษตร เพื่อสรุปเนื้อหาที่นำเสนอ และให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิควิธีการปลูกพืชให้ได้ผลผลิตดี เพื่อชักจูงให้เกษตรกรผู้รับชมรายการสนใจ และเชื่อถือ จนอยากปฏิบัติตาม

1.1.4 เนื้อหา รายการแผ่นดินทองนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการปลูกและบำรุงรักษาพืชไร่ พืชสวนให้ได้ผลผลิตดี โดยเน้นหนักด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับศัตรูพืช และโรคพืชที่มักเกิดกับพืชชนิดนั้น ๆ รวมทั้งการบำรุงพืช เร่งผลผลิต และกำจัดศัตรูพืช โรคพืช ด้วยสารเคมีซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ

1.1.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ

ผู้สนับสนุนรายการหลัก คือบริษัทพืชผลสินค้า จำกัด เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตเพียงรายเดียวของรายการ จึงสามารถเข้ามามีบทบาทอย่างมากในขั้นตอนการวางแผนการผลิต โดยผู้สนับสนุนรายการจะเป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ

และเป็นผู้กำหนดประเด็นหัวข้อที่จะนำเสนอในแต่ละตอน กำหนดสถานที่ถ่ายทำรายการซึ่งคัดเลือกมาจากสวนของเกษตรกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ติดต่อประสานงานกับเจ้าของสถานที่ รวมทั้งเตรียมบทในส่วนที่เป็นเนื้อหาวิชาการให้กับผู้ผลิตรายการ

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลต่อการถ่ายทำรายการ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการ และ การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ผู้ผลิตรายการต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ที่ผู้สนับสนุนรายการเสนอ โดยทุกครั้งที่ทีมผู้ผลิตรายการออกไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ พนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เช่น นักวิชาการเกษตรของบริษัทจะร่วมเดินทางไปด้วย และมักเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ การถ่ายทำรายการ ต้องพยายามเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ เช่น ถ่ายภาพภาพโรคพืชหรือศัตรูพืชให้เห็นอย่างเด่นชัด และถ่ายภาพการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการอย่างละเอียด

บริษัทผู้สนับสนุนรายการเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการในแต่ละตอน โดยจะคัดเลือกมาจากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัท เช่น ตัวแทนจำหน่าย เกษตรกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท นักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท เป็นต้น ผู้ร่วมรายการเหล่านี้มักจะได้รับบริการขอร้องให้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ แม้ว่าในบางครั้งจะไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น ปุ๋ยหรือยาบางตัวของผู้สนับสนุนรายการ แม้ว่าเกษตรกรจะไม่ได้ใช้ แต่ก็ต้องกล่าวถึงในการให้สัมภาษณ์ตามคำขอร้องของผู้สนับสนุนรายการ เป็นต้น

การดำเนินรายการ และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการต้องดำเนินไปตามความต้องการของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเน้นการส่งเสริมการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตน ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการจึงต้องกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้ชมรายการจดจำสินค้าหรือตราสินค้าของผู้สนับสนุนรายการได้ และจงใจให้ผู้ชมรายการเกิดความจำเป็นต้องใช้สินค้านั้น ๆ บ้าง

1.1.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา

หารายการ

การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการจะต้องกำหนดให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ คือ บริษัทพิทูลูสิน จำกัด ผู้ผลิตรายการเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการเอง แต่ในทางปฏิบัติผู้สนับสนุนรายการมักเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอรายการ โดยผู้สนับสนุนรายการจะเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เช่น ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท นักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท เกษตรกรซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท เป็นต้น วิธีการนำเสนอในรายการ ไม่ว่าจะเป็นการสนทนา การบรรยาย การสาธิต หรือ การสัมภาษณ์ จะต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเน้นการส่งเสริมการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนเป็นหลัก ทำให้มีการนำเสนออย่างไม่เป็นกลาง เช่น ให้นักวิชาการ และลูกค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีส่วนร่วมในรายการในฐานะ นักวิชาการ และ เกษตรกรผู้ประสบความสำเร็จ เพื่อจูงใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และเกิดความต้องการทดลองใช้บ้างหลังจากได้เห็นความสำเร็จของเกษตรกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์นี้เป็นตัวอย่างตามที่รายการได้นำเสนอ รวมทั้งตอกย้ำความน่าเชื่อถือด้วยการให้นักวิชาการซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทเข้ามามีส่วนร่วมพูดคุย และให้คำแนะนำในการปลูกพืชให้ได้ผลผลิตสูงโดยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของการสัมภาษณ์ ซึ่งจะเปิดโอกาสให้นักวิชาการซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังมีการถามนำเพื่อให้เกษตรกรผู้ร่วมรายการกล่าวถึงข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการอีกด้วย

ในด้านเนื้อหาของสาระของรายการ บริษัทผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อการกำหนดเนื้อหาของสาระของรายการ เพราะเป็นแหล่งข้อมูลเพียงแหล่งเดียวของรายการ เป็นผู้กำหนดประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอน และเป็นผู้เขียนบทในส่วนที่เป็นเนื้อหาวิชาการ เนื้อหาสาระของรายการจึงสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการและผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนรายการอย่างเต็มที่ ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาของรายการซึ่งมุ่งเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช การบำรุงรักษาพืชไร่ พืชสวนให้ได้ผลผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอในรายการที่สำคัญ คือ จะต้องเป็นพืชซึ่งต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ

ในการบำรุงรักษาเป็นจำนวนมากเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ ส่วน พี่อื่นๆแม้จะมีประโยชน์หรือน่าสนใจ แต่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ หรือ ใช้ เป็นจำนวนน้อย ก็จะไม่ได้รับการคัดเลือกให้นำเสนอในรายการ ทำให้เนื้อหาของรายการไม่ หลากหลาย และไม่เป็นกลาง เพราะคำนึงถึงความต้องการและผลประโยชน์ของผู้สนับสนุน รายการมากกว่าความต้องการที่แท้จริงและผลประโยชน์ของผู้ชมรายการ

1.1.7 การโฆษณาแฝง

เนื่องจากบริษัทผู้สนับสนุนรายการสนับสนุนงบประมาณการผลิตเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดเป็นหลัก จึงใช้รายการเป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การขายผลิตภัณฑ์ของตนอย่างเต็มที่ ทำให้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณา แฝงในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การสนับสนุนช่วงรายการ

ในตอนต้นของแต่ละช่วงรายการ ผู้สนับสนุนช่วงรายการ กำหนดให้มีการนำเสนอภาพตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท ตามด้วยข้อความโฆษณา สั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความคุ้นเคย และสามารถจดจำสินค้าหรือตราสินค้าได้ เช่น

“ ช่วงที่หนึ่ง สนับสนุนโดย พอสส์ สารป้องกัน และกำจัดเพลี้ยไฟ และ ออโรไฮด์ สารป้องกันและกำจัดเชื้อรา โดย บริษัทพิทสุลินจำกัด ”

2) การนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ

ในแปลงถ่ายทำ

ในระหว่างดำเนินรายการ มีการนำเสนอภาพตราสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาพการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการอย่างชัดเจน เช่น ให้ผู้ร่วมรายการและผู้ดำเนินรายการถือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการไว้ในระหว่าง การสัมภาษณ์ นำเสนอภาพการหว่านปุ๋ยหรือฉีดยาฆ่าแมลงซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมทั้งขึ้นคำบรรยายสรุปการใช้สารเคมีของบริษัทให้เห็นอย่างชัดเจน ในช่วงของการบรรยายและ การสาธิต เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกคุ้นเคย สามารถจดจำสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการได้ และจง ใจให้เห็นความสำคัญหรือความจำเป็นที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ

3)การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในเนื้อหารายการ

ในระหว่างดำเนินรายการ ไม่ว่าจะ เป็นในช่วงของการสนทนา การบรรยาย หรือ การสัมภาษณ์ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เช่น ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน และเกษตรกรซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทมักกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ เพื่อให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกคุ้นเคยและสามารถจดจำตราสินค้าได้ รวมถึงเกิดความต้องการทดลองใช้สินค้านั้นบ้าง เช่น ในช่วงสัมภาษณ์ในตอน "มะม่วงนอกฤดู" มีใจความตอนหนึ่งว่า

ผู้ดำเนินรายการ : " จะทำให้ลูกโตไวแล้วได้ผลดี
นี่ที่มีเคล็ดลับอย่างไร ตรงนี้น่าสนใจมากเลยครับ "

เกษม (ตัวแทนจำหน่าย) : "ส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกปุ๋ยตัวกลางสูง อย่างของบริษัทพิทสุลิน ก็มีปุ๋ยบิวเดอร์ที่แนะนำให้ฉีด จะทำให้ลูกโตไว บวกกับอาหารเสริมรีโทซอลที่ทำให้ลูกโตไว ขยายลูก บวกกับยาฆ่าแมลงและยาเชื้อรา สำคัญนะครับตัวออโรไซด์ "

4)การซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ

ในระหว่างดำเนินรายการ มีการซ่อนตัวอักษรแสดงเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการไว้ที่มุมล่างของจอตลอดเวลา นอกจากนี้ในตอนท้ายยังมีการกล่าวถึงผู้สนับสนุนรายการในฐานะแหล่งข้อมูล พร้อมกับซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งหากเกษตรกรรายใดมีปัญหา ข้อข้องใจ หรือต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ก็ให้ติดต่อกลับไปได้ตามที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ดังกล่าว

1.2 รายการดินรักฟ้าปลารักน้ำ ออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 ทุกวันศุกร์ เวลา 17.30 - 18.00 น. รวมความยาว 30 นาที

1.2.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดย บริษัทบ้านตาลกรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก

1.2.2 แหล่งรายได้ บริษัทบ้านตาลกรุ๊ป จำกัด มีแหล่งรายได้จาก

- 1) ผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งถือเป็นรายได้หลัก ได้แก่ บริษัท พิทสุลินจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจำหน่ายเคมีภัณฑ์ ปุ๋ย และผลิตภัณฑ์สำหรับการเกษตร
- 2) ผู้ลงโฆษณา เช่น กระเบื้องโกลด์โก้ เทปเพลงลูกทุ่ง ค่าย F.A.I. และ ค่าย Boxing Sound เป็นต้น
- 3) การขายวิดีโอเทปรายการ

1.2.3 รูปแบบรายการ รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำจัดเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูล มีวิธีการนำเสนอ 4 วิธี คือ การสนทนา การบรรยาย การสาธิต และการสัมภาษณ์ โดยมีพิธีกร 2 คน ทำหน้าที่ดำเนินรายการ เชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ

ตารางที่ 2 แสดงโครงสร้างรายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	การสนทนา การสัมภาษณ์
ช่วงที่ 2	การบรรยาย และ การสาธิต
ช่วงที่ 3	การสัมภาษณ์เกษตรกรและนักวิชาการ

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า รายการดินรักฟ้าปลารักน้ำ มีวิธีการนำเสนอที่เหมือนกับรายการแผ่นดินทองในทุกช่วงรายการเนื่องจากทั้งสองรายการต่างก็มีผู้ผลิตรายเดียวกันและยังมีผู้สนับสนุนรายการหลักรายเดียวกันอีกด้วย โดยมีความแตกต่างกันเพียงแค่ เวลาออกอากาศ และ ชื่อรายการเท่านั้น

1.2.4 เนื้อหา รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการปลูก การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช การบำรุงรักษาพืชไร่ พืชสวน ให้ได้ผลผลิตดี ด้วยสารเคมีซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ

1.2.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ

ผู้สนับสนุนรายการหลัก คือ บริษัทพิทสุลิน จำกัด เข้ามามีบทบาทอย่างมากในขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการโดยเป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ กำหนดประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละตอน เขียนบทในส่วนที่เป็นเนื้อหาวิชาการ กำหนดสถานที่ถ่ายทำ รวมทั้งติดต่อประสานงานก่อนการถ่ายทำ

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลต่อการถ่ายทำ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ การดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ผู้ผลิตรายการต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ที่บริษัทผู้สนับสนุนรายการกำหนด สถานที่เหล่านี้มักคัดเลือกมาจากสวนหรือไร่ของเกษตรกรซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการเพื่อเป็นตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงผลดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ การเดินทางไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ในสวนของเกษตรกรผู้ร่วมรายการ พนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการจะร่วมเดินทางไปด้วย และทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน โดยส่วนใหญ่ตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ที่ไปถ่ายทำหรือนักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการมักจะเป็นผู้นำทีมงานผู้ผลิตไปยังสถานที่ถ่ายทำ เนื่องจากมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับเกษตรกรเจ้าของสถานที่ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทและมักเข้ามามีส่วนร่วมในรายการด้วย โดยการถ่ายทำจะต้องนำเสนอภาพศัตรูพืช และ โรคพืชต่าง ๆ ให้เห็นอย่างเด่นชัด รวมถึงต้องถ่ายทำภาพตราสินค้าและวิธีการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการอย่างชัดเจนในเนื้อหารายการเพื่อชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ

เกษตรกรผู้ร่วมรายการในฐานะเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จและนักวิชาการเกษตร ผู้สนับสนุนรายการจะเป็นผู้คัดเลือกเอง โดยจะคัดเลือกมาจากเกษตรกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และนักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทและทำหน้าที่เป็นพนักงานขายตรงให้แก่เกษตรกร

การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการ ผู้ดำเนินรายการ

และผู้ร่วมรายการมักได้รับการขอร้องให้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการและข้อดีของการใช้สินค้านั้น ๆ เพื่อเน้นการส่งเสริมการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ

1.2.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา

หารายการ

ผู้ผลิตรายการเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอเอง แต่ผู้สนับสนุนรายการมักเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอรายการ ส่งผลให้วิธีการนำเสนอรายการไม่ว่าจะเป็นการสนทนา การสัมภาษณ์ การบรรยายหรือการสาธิต ต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการซึ่งต้องการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของตน ทำให้มีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลางในลักษณะของการโฆษณามากกว่าที่จะมุ่งเน้นการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ชมอย่างแท้จริง ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงของการบรรยายและการสาธิตมีการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในการบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดี รวมทั้งแสดงวิธีใช้ให้เห็นอย่างละเอียด อีกทั้งยังให้พนักงาน และลูกค้าของบริษัท เข้ามามีส่วนร่วมในรายการในช่วงของการสนทนาและการสัมภาษณ์ ในฐานะนักวิชาการและเกษตรกรผู้ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ จูงใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และเกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ บ้าง

ในด้านเนื้อหา ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาสาระของรายการอย่างมาก โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ และเป็นผู้กำหนดประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละตอนรวมถึงเขียนบทในส่วนที่เป็นเนื้อหาวิชาการ ทำให้เนื้อหาสาระที่นำเสนอในรายการไม่หลากหลายและไม่เป็นกลาง เนื่องจากมุ่งนำเสนอเนื้อหาที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการและผลดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาสาระของรายการที่เน้นการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชและการบำรุงรักษาพืชไร่ พืชสวน ด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการเป็นหลัก โดยจะเน้นให้เห็นถึงโรคและศัตรูพืชที่พบบ่อยในพืชนั้น ๆ รวมถึงความเสียหายที่จะเกิดแก่ผลผลิตของเกษตรกรเพื่อเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชดังกล่าว และเสนอวิธีป้องกันและแก้ไขด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ โดยบอกถึงวิธีการใช้และส่วนผสมอย่างละเอียด

จะเห็นได้ว่า รายการแผ่นดินทอง และ รายการดินรังก้า ปลา รังน้ำมีวิธีการนำเสนอและเนื้อหารายการที่เหมือนกัน นอกจากนี้จากกรณีวิเคราะห์เทปรายการ ยังพบว่า มีการนำเทปรายการแผ่นดินทองหลายตอนมาออกอากาศซ้ำในรายการดินรังก้า ปลา รังน้ำอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากทั้งสองรายการต่างก็ผลิตโดยบริษัทเดียวกัน และมีผู้อุปถัมภ์ รายการรายเดียวกันอีกด้วย

1.2.7 การโฆษณาแฝง

การที่ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการผลิต รายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ทำให้มีการนำเสนอราย การอย่างไม่เป็นกลางในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ ดังนี้

1) การสนับสนุนช่วงรายการ

ในตอนต้นของแต่ละช่วงรายการ มีการนำเสนองานผลิต ภัณฑ์และตราสินค้าของผู้สนับสนุนรายการอย่างชัดเจน ตามด้วยข้อความโฆษณาสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความคุ้นเคย และสามารถจดจำสินค้าและตราสินค้าได้ เช่น

"ช่วงที่ 2 สนับสนุนโดย พอสซ์ สารกำจัดเพลี้ยไฟ และอโรไซด์ สารป้องกันและกำจัดเชื้อรา โดย บริษัทพิทสุลินจำกัด พิวเรีย ฆ่าหนอนเจาะดอก เอ็ม เอส สารกำจัดไรต์อียา โดย บริษัทพิทสุลินจำกัด ชุด เซฟ ดี 65 โดย บริษัทตั้งนำเกษตร จำกัด อ.ปากช่อง จ. นครราชสีมา"

2) การนำเสนองานผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ ในแปลงถ่ายทำ

ในระหว่างดำเนินรายการ มีการนำเสนองานผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า รวมทั้งภาพการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการอย่างชัดเจน เช่น นำเสนองานปลูกหน่อกล้วย หรือการฉีดพ่นสารเคมีหรือยาฆ่าแมลงซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมทั้งขึ้นคำบรรยายสูตรการใช้สารเคมีของบริษัทให้เห็นอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกคุ้นเคย

สามารถจดจำสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ และจงใจให้เห็นความสำคัญ หรือ จำเป็นที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ

3)การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในเนื้อหารายการ

ในระหว่างดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เช่น พนักงานและเกษตรกรซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท มักกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ เพื่อให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกคุ้นเคยและสามารถจดจำตราสินค้าได้ รวมถึงเกิดความต้องการทดลองใช้สินค้านั้นบ้าง ยกตัวอย่างเช่น ในตอน “มะระ” ในช่วงสัมภาษณ์ มีใจความตอนหนึ่งว่า

ผู้ดำเนินรายการ : “ก่อนปลูกมะระทำอะไรมาก่อน ”

เกษตรกร : “ ปลูกหอมศรีษะ ”

ผู้ดำเนินรายการ : “ ได้ผลดีไหมศรีษะ ”

เกษตรกร : ใช้ยาที่ทางบริษัทให้มาก็ได้ผลดีศรีษะ

4)การซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ

ในระหว่างดำเนินรายการ มีการซ่อนตัวอักษรแสดงเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการไว้ที่มุมล่างของจอตลอดเวลา นอกจากนี้ในตอนท้ายยังมีการกล่าวถึงผู้สนับสนุนรายการในฐานะแหล่งข้อมูล พร้อมกับซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งหากเกษตรกรรายใดมีปัญหา ข้อข้องใจ หรือต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ก็ให้ติดต่อกลับไปได้ตามที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ดังกล่าว

1.3 รายการลูกทุ่งเกษตรเพื่อเกษตรกรโดย “ลุงยุ้ยลุยสวน” ออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 ทุกวันศุกร์ เวลา 17.30 - 18.00 น. รวมความยาว 30 นาที

1.3.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดย บริษัทมาสเตอร์ไลน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก

1.3.2 แหล่งรายได้ รายการลูกทุ่งเกษตร มีแหล่งรายได้จาก

1) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ บริษัทเคโมกราฟ จำกัด รายได้จากผู้สนับสนุนรายการนี้จัดว่าเป็นแหล่งรายได้หลักของรายการ

2) ผู้ลงโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นเทปเพลงลูกทุ่ง เช่น เพลงลูกทุ่งค่าย Right Music ค่าย Onpa ค่าย JKC ค่าย Boxing Sound หรือ ค่ายมาสเตอร์เทป เป็นต้น

1.3.3 รูปแบบรายการ รายการลูกทุ่งเกษตรเป็นรายการสารคดีเชิงละคร มีวิธีการนำเสนอ 5 วิธี คือ ละคร บรรยาย สนทนา สัมภาษณ์ และ ตอบปัญหา มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน คือ "ลุงยุ้ย" ซึ่งมีการกำหนดบุคลิกลักษณะให้เปรียบเสมือนญาติหรือเพื่อนบ้านที่หวังดีต่อเกษตรกร ดำเนินรายการคู่กับ ดร. สุเทพ กังเกียรติกุล นักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ ทำหน้าที่สนทนาเปิดและปิดรายการ เชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ นอกจากนี้ยังมีละครตลกเบาสมอง ซึ่งแสดงโดยตลกอาชีพนำเสนออยู่ในช่วงต้น และช่วงท้ายรายการ อย่างไรก็ตาม ละครที่นำเสนอนี้มักเสริมเข้ามาเพื่อความบันเทิงมากกว่าที่จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระของรายการ

ตารางที่ 3 แสดงโครงสร้างรายการ "ลูกทุ่งเกษตร"

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	ละคร สนทนา
ช่วงที่ 2 "ลุงยุ้ยคุยสารคดี"	การบรรยาย และ สารคดี
ช่วงที่ 3 "ลุงยุ้ยคุยสวน"	สัมภาษณ์ สารคดี และสนทนา
ช่วงที่ 4	ละคร การสนทนา หรือ การตอบปัญหา

ในช่วงที่ 1 เปิดรายการด้วยการสนทนา เกริ่นนำถึงประเด็น เนื้อหาที่จะนำเสนอและนำเสนอละครเบาสมอง ซึ่งมักจะดำเนินไปเพียงครึ่งเรื่องเพื่อสร้างความบันเทิง และดึงดูดความสนใจจากผู้ชมให้ติดตามชมรายการจนจบ เพื่อดูตอนจบของละครในช่วงท้ายรายการ

ต่อมาในช่วงที่ 2 นำเสนอเนื้อหาวิชาการด้วยการบรรยาย และการสาธิตวิธีปฏิบัติจริง เพื่อให้เข้าใจและจดจำได้ง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ หลังจากนั้นในช่วงที่ 3 นำเสนอด้วยการสนทนาเพื่อเชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ ของรายการเข้าด้วยกัน และสัมภาษณ์เกษตรกร และนักวิชาการเกี่ยวกับรายละเอียด และ เทคนิควิธีการปลูกและบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดี เพื่อจูงใจให้ผู้ชมเชื่อถือ และอยากปฏิบัติตาม ควบคู่ไปกับการสาธิตวิธีปฏิบัติจริงเพื่อให้เข้าใจง่าย

หลังจากนั้นในช่วงสุดท้ายจึงปิดรายการด้วยการสนทนาและนำเสนอตอนจบของละครเบาสมองเพื่อดึงดูดความสนใจ และ สร้างความบันเทิง หรือในบางตอนอาจนำเสนอการตอบปัญหาที่ผู้ชมปัญหาที่ผู้ชมทางบ้านถามเข้ามาแทนละครก็ได้ เพื่อดึงดูดความสนใจ และ เพื่อให้สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้ชมต้องการทราบได้อย่างตรงประเด็น

1.3.4 เนื้อหา รายการปลูกทุ่งเกษตรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการปลูกและบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดี รวมทั้งวิธีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ

1.3.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิต
การคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอและการกำหนดสถานที่ถ่ายทำในแต่ละตอน เกิดจากการตกลงกันระหว่างผู้สนับสนุนรายการหลัก คือ บริษัทเคโมคราฟ จำกัด และ ผู้ผลิตรายการ โดยผู้สนับสนุนรายการมีบทบาทเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลของรายการ และมีส่วนในการเสนอประเด็นเนื้อหาและสถานที่ถ่ายทำ โดยมักเสนอให้ไปถ่ายทำในสวน

ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ นอกจากนี้ผู้สนับสนุนรายการยังเป็นผู้จัดเตรียมบทในส่วนที่เป็นเนื้อหาวิชาการอีกด้วย

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลต่อการถ่ายทำรายการ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ การดำเนินรายการ และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ผู้ผลิตจะต้องถ่ายทำในสถานที่ที่ผู้สนับสนุนรายการกำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรายการผู้ผลิตยังมีอำนาจต่อรองในกรณีที่ไม่ถึงมาตรฐานที่ตั้งไว้ เช่น ในกรณีที่ผู้สนับสนุนรายการเสนอให้ไปถ่ายทำในส่วนหรือไร่ที่ผู้ผลิตรายการเห็นว่า มีผลผลิตไม่อุดมสมบูรณ์ ไม่สมควรจะนำเสนอในฐานะที่เป็นตัวอย่างของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ ผู้ผลิตรายการสามารถปฏิเสธไม่ปฏิบัติตามความต้องการของผู้สนับสนุนรายการได้เพื่อรักษาคุณภาพของรายการและความนิยมของผู้ชมซึ่งจะส่งผลต่อความอยู่รอดของรายการ

ในการเดินทางไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ บุคคลากรของบริษัทผู้สนับสนุนรายการจะเดินทางไปกับทีมงานผู้ผลิตรายการด้วย และมักจะรับหน้าที่ติดต่อประสานงานกับเกษตรกรเจ้าของสถานที่ที่จะใช้ถ่ายทำ เนื่องจากเกษตรกรเหล่านี้มักจะเป็นลูกค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการจึงมีความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่ายและพนักงานขายของบริษัทผู้สนับสนุนรายการเป็นอย่างดี

การคัดเลือกผู้ร่วมรายการเป็นหน้าที่ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการโดยจะคัดเลือกมาจากบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เช่น ตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ต่าง ๆ นักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เกษตรกรซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ เป็นต้น นอกจากนี้ ดร.สุเทพ กังเกียรติกุล ซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัทผู้สนับสนุนรายการยังทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการเองอีกด้วย ทำให้สามารถกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการได้อย่างเต็มที่

การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการ การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเน้นการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของตน ทำให้มีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลาง โดยเน้นให้ผู้ร่วมรายการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในเนื้อหาของ

รายการ และหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่ง หลังจากบันทึกเทปรายการแล้ว ผู้ผลิตจะนำไปตัดต่อโดยต้องส่งให้ผู้สนับสนุนรายการตรวจสอบก่อนออกอากาศอีกชั้นหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ดี ในภายหลังบริษัทผู้สนับสนุนรายการได้ลดค่าใช้จ่ายเนื่องจกภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จึงได้ลดงบประมาณการผลิตที่ให้แก่รายการ ส่งผลให้อิทธิพลต่อการผลิตรายการลดลงตามไปด้วย โดยผู้สนับสนุนรายการจะเข้ามามีบทบาทต่อการผลิตรายการเพียง 2 ตอน ต่อ 1 เดือนเท่านั้น ส่วนอีก 2 ตอนผู้ผลิตรายการจะสามารถสร้างสรรค์และผลิตรายการได้อย่างอิสระ

1.3.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ

ผู้ผลิตรายการเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการเอง แต่วิธีการนำเสนอในรายการต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการ กล่าวคือ การสนทนา การบรรยาย และ การสัมภาษณ์ ต้องพยายามชี้ให้เห็นถึงข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ การสาธิตวิธีการปลูกและบำรุงรักษาพืชผลให้ได้ผลผลิตดี ต้องนำเสนอภาพการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการให้เห็นอย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้ชมเกิดความคุ้นเคยและจดจำสินค้าและตราสินค้าได้ นอกจากนี้ ผู้สนับสนุนรายการยังเข้ามามีบทบาทในการคัดเลือกผู้ร่วมรายการ โดยให้พนักงานและลูกค้าของบริษัทเข้ามามีส่วนร่วมในรายการในฐานะนักวิชาการเกษตรและเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและจูงใจให้เกษตรกรผู้รับชมรายการเกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ อีกทั้งผู้บริหารของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ คือ ดร.สุเทพ กังเกียรติกุล ยังเข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการด้วยตนเองอีกด้วย ทำให้สามารถกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของตนได้อย่างเต็มที่ ทำให้มีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลาง โดยเน้นการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการมากกว่าที่จะให้ความรู้ความเป็นกลาง

นอกจากวิธีการนำเสนอซึ่งเน้นการให้ข้อมูลเป็นหลัก เช่น การบรรยายและการสัมภาษณ์แล้ว รายการทุกทุ่งเกษตรยังใช้วิธีการนำเสนอที่มีความบันเทิงสูง เช่น ละครเบาสมองในการนำเสนอรายการอีกด้วย วิธีการนำเสนอด้วยรูปแบบที่มีความบันเทิงสูงนี้สามารถดึงดูดผู้ชมรายการได้มาก และยังคงตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์ราย

การได้ดีอีกด้วย เนื่องจากจำนวนผู้ชมรายการเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการให้ลงโฆษณาและสนับสนุนรายการ

ในด้านเนื้อหา ผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหารายการอย่างมากเพราะเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลของรายการ รวมทั้งมีส่วนในการเสนอแนะประเด็นเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอในแต่ละตอน อีกทั้งยังเป็นผู้จัดเตรียมบทในส่วนที่เป็นเนื้อหาวิชาการอีกด้วย ทำให้เนื้อหาสาระที่นำเสนอในรายการไม่หลากหลายและไม่เป็นกลาง เนื่องจากมุ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อผู้สนับสนุนรายการเป็นหลัก เช่น เน้นการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับพืชที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปลูกพืชนอกฤดู วิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช และวิธีการบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดีที่นำเสนอในรายการก็มุ่งนำเสนอแต่วิธีการเพิ่มผลผลิตด้วยผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการเป็นหลัก

1.3.7 การโฆษณาแฝง

การที่บริษัทผู้สนับสนุนรายการหลักเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการอย่างมาก ส่งผลให้มีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลาง โดยมีการสร้างความหมายแฝงในลักษณะของการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการในเนื้อหาของรายการในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การสนับสนุนช่วงรายการ

ในตอนต้นของแต่ละช่วงรายการมีการขายให้เห็นตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนช่วงรายการอย่างชัดเจน ตามด้วยข้อความโฆษณาสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมรายการซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกคุ้นเคย และสามารถจดจำสินค้าหรือตราสินค้าได้ เช่น

“ ช่วงลุงผู้ยลยสารคดี สนับสนุนโดย สุตระขยาย

รังไข่ ผสมเกษตร โบว์รา โคแมค บริษัทเคโมกราฟ จำกัด สุตระสร้างเนื้อ
สร้างน้ำตาล ไฮโปส เคโปร บริษัท เคโมกราฟ จำกัด ”

2) การนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ
ในแปลงถ่ายทำ

มีการนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการและ สาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมทั้งข้อดีข้อเด่นและส่วนผสมการใช้อย่างชัดเจนในระหว่างดำเนินรายการ เพื่อให้เกษตรกรผู้รับชมรู้สึกคุ้นเคย และจดจำตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการได้ ตัวอย่างเช่น นำเสนอภาพการหว่านปุ๋ยหรือฉีดพ่นยาฆ่าแมลงหรือปุ๋ยของบริษัทผู้สนับสนุนรายการหลัก เป็นต้น

3) การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการในเนื้อหาของรายการ

ในระหว่างดำเนินรายการ ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงของการบรรยาย การสนทนา หรือ การสัมภาษณ์ มักมีการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการในเนื้อหาของรายการ เช่น ในตอน “แดงโม” มีบทบรรยายว่า

“การปลูกแดงโมต้องค้ำนึ่งถึงดิน ถ้าหากว่าดิน
เปรี้ยว เราก็ต้องปรับสภาพดินโดยหว่านริโบน และเตรียมดินโดยใช้
ปุ๋ยอินทรีย์ไบโอฟีด ซึ่งแก้ดินเปรี้ยวได้ ...”

ส่วนในช่วงของการสนทนา และ การสัมภาษณ์ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการซึ่งคัดเลือกมาจาก ตัวแทนจำหน่าย และ นักวิชาการซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ รวมทั้งเกษตรกรที่เป็นลูกค้าของบริษัท มักจะกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และผลดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ โดยพยายามชี้ให้เห็นว่าการที่เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ ปลูกพืชได้ผลผลิตดีนั้นเป็นผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และ จูงใจให้ผู้ชมรายการต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ บ้าง เช่น ในตอน “ทับทิม” ในช่วงของการสนทนาเปิดรายการ ผู้ดำเนินรายการได้แนะนำนักวิชาการของบริษัทผู้สนับสนุนรายการว่าทำหน้าที่ให้คำปรึกษาในการบำรุงรักษาพืชผลของเกษตรกรให้ได้ผลผลิตดีโดยไม่คิดค่าบริการ เพื่อให้ผู้ชมรายการได้ทราบถึงบริการของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ และ จูงใจให้เกษตรกรที่รับชมรายการต้องการใช้สินค้าและบริการของบริษัทบ้าง ส่วนในช่วงสัมภาษณ์มีใจความตอนหนึ่งว่า

ผู้ดำเนินรายการ (ดร.สุเทพ) : " เร่งสี เร่งเนื้อ
อย่างไรให้รสหวานกรอบ สีสวย "

เกษตรกร : " ตอนนี้ต้องใช้ไฮโปดัจิด เพื่อเร่งสี
เร่งความหวาน "

ผู้ดำเนินรายการ (ลุงอ้อย) : " พืชที่เป็นผลไม้ที่
กินเนื้อหรือกินเมล็ดนี้ก็จะใช้สูตรนี้เพื่อสร้างความหวานและเร่งให้ลูก
มันโต สีสวย งามครับ "

4) การซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้
สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ

ในช่วงท้ายของรายการ มีการซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และ
เบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะกล่าวถึงในฐานะที่เป็นแหล่ง
ข้อมูล ซึ่งหากเกษตรกรผู้รับชมรายการมีปัญหา ข้อข้องใจก็สามารถติดต่อไปได้ตามที่อยู่และ
เบอร์โทรศัพท์ดังกล่าว

1.4 รายการเวทิวไรตี้ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
ทุกวันจันทร์ที่ 1 และ 3 ของเดือน เวลา 10.30 - 11.00 น. รวมความยาว 30 นาที

1.4.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดย บริษัทศรีสมบุญมีโฆษณาโปรดักชั่น
จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก

1.4.2 แหล่งรายได้ รายการเวทิวไรตี้ มีแหล่งรายได้จาก

1) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ บริษัทเคโมกราฟ จำกัดซึ่งเป็น
บริษัทจำหน่ายเคมีภัณฑ์ ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และ ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร รายได้จากผู้
สนับสนุนรายการนี้ถือเป็นรายได้หลักของรายการ

2) ผู้ลงโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำหน่ายเทปเพลงลูก
ทุ่ง เช่น เทปเพลงลูกทุ่งค่าย Movie Music ค่าย Boxing Sound ค่ายกระบือแอนดีโค
 เป็นต้น

1.4.3 รูปแบบรายการ รายการเวทีวาระที่จัดเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูลมีวิธีการนำเสนอ 5 วิธี คือ การสนทนา บรรยาย สาธิต การสัมภาษณ์ และ เพลงลูกทุ่ง รายการเวทีวาระที่มีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงโครงสร้างรายการเวทีวาระที่

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	การสนทนา และ การสัมภาษณ์
ช่วงที่ 2	การบรรยาย และ การสาธิต
ช่วงที่ 3	เพลงลูกทุ่ง
ช่วงที่ 4	การสัมภาษณ์ และ การสาธิต
ช่วงที่ 5	เพลงลูกทุ่ง

ในช่วงแรกใช้วิธีการสนทนาและการสัมภาษณ์เกษตรกรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเปิดรายการ แล้วจึงนำเสนอเนื้อหาวิชาการในช่วงที่ 2 ด้วยการบรรยายและสาธิตการปลูกและบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดีโดยละเอียดเพื่อให้เข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติตามได้ หลังจากนั้น ในช่วงที่ 3 จึงนำเสนอมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างความบันเทิง จากนั้นจึงกลับเข้าสู่สาระทางวิชาการโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เกษตรกร และ นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับเทคนิควิธีการปลูกพืชให้ได้ผลดี ไปพร้อม ๆ กับการสาธิตวิธีปฏิบัติจริงเพื่อให้เข้าใจและจดจำง่าย รวมทั้งสร้างความเชื่อถือ และสนใจให้ต้องการปฏิบัติตาม หลังจากนั้นจึงปิดรายการด้วยการนำเสนอเพลงลูกทุ่งอีกหนึ่งเพลงในช่วงที่ 5 เพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างความบันเทิง

1.4.4 เนื้อหา นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพืช ศัตรูพืช และ วัตถุดิบพืช โดยเน้นหนักในด้านการปลูกพืชไร่ พืชสวนนอกฤดูฤดูกาลให้ได้ผลผลิตดีด้วยเทคโนโลยีและเกษตรเคมีซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการหลัก

1.4.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิต

ผู้อุปถัมภ์รายการมีอิทธิพลต่อ การตั้งชื่อรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ การคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอ การกำหนดสถานที่ถ่ายทำ และการเขียนบทรายการ

การตั้งชื่อรายการต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยต้องให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ พบว่า เดิมรายการมีชื่อว่า รายการ "เกษตรไทย" สาเหตุที่เปลี่ยนชื่อ เนื่องจากต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของรายการและ เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้มีความบันเทิงมากขึ้น ไม่ดูเคร่งเครียดเป็นวิชาการมากเกินไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการรายอื่นซึ่งไม่ใช่บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเกษตรเคมี เช่น ค่ายเพลงลูกทุ่ง บริษัทที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทผู้ผลิตรายการ

อย่างไรก็ดี หลังจากช่วงเวลาของผู้วิจัยศึกษา ทางรายการได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้งหนึ่ง จาก "เวทิวไรตี้" เป็น "เกษตรไทยบันเทิง" เนื่องจากความต้องการของผู้สนับสนุนรายการหลัก คือ บริษัทเคโมคราฟ จำกัด เพราะต้องการให้ตรงกับภาพลักษณ์และลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทมากขึ้น

การกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการ ผู้ผลิตรายการเป็นผู้กำหนดเองโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์และความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลายเพื่อดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ

การคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอและการกำหนดสถานที่ถ่ายทำรายการในแต่ละตอน เกิดจากการประชุมตกลงกันระหว่างผู้ผลิตรายการ กับบริษัทผู้สนับสนุนรายการหลัก คือ บริษัทเคโมคราฟ จำกัด ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ ข้อมูลที่ได้จะมาจากฝ่ายขายของบริษัท ซึ่งจะส่งข้อมูลของสวนที่ใช้ผลิตภัณฑ

ของบริษัท และมีผลผลิตดีมาให้ผู้ผลิตพิจารณา หลังจากคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอ และกำหนดสถานที่ถ่ายทำได้แล้ว บริษัทผู้สนับสนุนรายการจะทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน จัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำ และ เขียนบทให้แก่รายการ

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลต่อการถ่ายทำรายการ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ผู้ผลิตจะต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ที่ซึ่งผู้สนับสนุนรายการเสนอแนะ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นสวนของเกษตรกรซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ การเดินทางไปถ่ายทำนอกสถานที่ พนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการมักจะร่วมเดินทางไปกับทีมงานผู้ผลิตและทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน โดยตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่นั้น ๆ หรือ นักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทผู้สนับสนุนรายการจะเป็นผู้นำทีมงานไปยังสถานที่ถ่ายทำ เนื่องจากมักจะมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับเกษตรกรเจ้าของสถานที่ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท

ผู้ร่วมรายการในแต่ละตอน ผู้สนับสนุนรายการเป็นผู้คัดเลือก โดยจะคัดเลือกมาจากเกษตรกรซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท และนักวิชาการเกษตรซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ คือ ดร.สุเทพ กังเกียรติกุล ยังเข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการเองอีกด้วย จึงสามารถเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการได้อย่างเต็มที่ โดยจะเน้นให้ผู้ร่วมรายการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัท และหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทอื่น รวมทั้งการกล่าวถึงประเด็นที่จะส่งผลเสียต่อผู้สนับสนุนรายการ เช่น ผลเสียต่อดินจากการใช้สารเคมีเป็นระยะเวลานาน ๆ เป็นต้น ซึ่งในบางครั้ง หากผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงประเด็นดังกล่าว ผู้สนับสนุนรายการก็มักขอให้ตัดออกในขั้นตอนการติดต่อเพื่อนำออกอากาศ

1.4.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ

การกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดเองโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ แต่ในทางปฏิบัติ ผู้สนับสนุนรายการหลักมักเข้ามามีบทบาทต่อการนำเสนอรายการ เช่น เข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการ และเป็น

ผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการ โดยให้พนักงานและลูกค้าของบริษัทเข้ามามีส่วนร่วมในรายการในฐานะนักวิชาการเกษตรและเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและใจให้เกษตรกรผู้รับชมรายการเกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ เป็นต้น

วิธีการนำเสนอที่ใช้ในรายการ ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมการขายสินค้าของตนเป็นหลัก การสนทนา การบรรยายและการสัมภาษณ์ ต้องพยายามชี้ให้เห็นถึงข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการหลักซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเกษตรเคมี การสาธิตวิธีการปลูกและบำรุงรักษาพืชผลให้ได้ผลผลิตดีต้องนำเสนอภาพการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการให้เห็นอย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้ชมเกิดความคุ้นเคยและจดจำสินค้าและตราสินค้าได้ ส่วนการนำเสนอเพลงลูกทุ่งในรายการก็เป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งเป็นบริษัทเทพเพลงลูกทุ่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ การใช้วิธีการนำเสนอที่มีความบันเทิง เช่น การเปิดเพลงลูกทุ่งในรายการ การใช้ตลกฮาซิวเป็นผู้ดำเนินรายการร่วม ยังเป็นวิธีการนำเสนอที่สามารถดึงดูดผู้ชมรายการได้มาก จึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการได้ดีอีกด้วยเพราะสำหรับผู้อุปถัมภ์รายการแล้ว จำนวนผู้ชมรายการที่เพิ่มขึ้น ย่อมหมายถึงถึงลูกค้าในขนาดที่เพิ่มขึ้น

ในด้านเนื้อหา เนื้อหาของรายการสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการและผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนรายการอย่างเห็นได้ชัด ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาของรายการ ซึ่งเน้นหนักไปในด้านการปลูกพืชนอกฤดูและการเพิ่มผลผลิตด้วยเกษตรเคมี ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการเป็นหลัก ผู้สนับสนุนรายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหารายการได้อย่างเต็มที่ โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลของรายการ และมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอ และกำหนดสถานที่ถ่ายทำในแต่ละตอน เกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอ คำนึงถึงความต้องการของผู้สนับสนุนรายการเป็นหลัก กล่าวคือ พืชที่จะได้รับการคัดเลือกให้นำเสนอในรายการจะต้องเป็นพืชที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการเป็นจำนวนมาก ส่วนพืชอื่น ๆ แม้ว่าจะน่าสนใจ หรือมีลู่อูทางการตลาดที่ดี แต่ถ้าไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในการบำรุงรักษา หรือใช้เป็นจำนวนน้อย ก็จะไม่ได้รับความเห็นชอบจากผู้สนับสนุนรายการให้ถ่ายทำ ทำให้เนื้อหาสาระ

ที่นำเสนอไม่หลากหลาย และขาดความเป็นกลาง นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทผู้สนับสนุนรายการยังเป็นผู้เขียนบทรายการเองอีกด้วย ส่งผลให้บริษัทผู้สนับสนุนรายการสามารถกำหนดเนื้อหารายการให้เอื้อต่อผลประโยชน์ทางการตลาดของตนได้อย่างเต็มที่ โดยเน้นการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในลักษณะของการส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัทและหลีกเลี่ยงการนำเสนอประเด็นที่จะส่งผลเสียแก่บริษัท เช่น การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่ง การกล่าวถึงผลเสียต่อดินหลังจากการใช้สารเคมีเป็นระยะเวลานาน ๆ เป็นต้น

1.4.7 การโฆษณาแฝง

การที่ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการอย่างมาก ส่งผลให้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการหลักในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การสนับสนุนช่วงรายการ

ในตอนต้นของแต่ละช่วงรายการ มีการนำเสนอภาพตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการอย่างชัดเจนตามด้วยข้อความโฆษณาสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเกิดความคุ้นเคยและสามารถจดจำสินค้าหรือตราสินค้าได้ ยกตัวอย่างเช่น

" ช่วงที่ 1 สนับสนุนโดย สูตรสร้างเนื้อ สร้างน้ำตาล ไฮโปส เคโปร บริษัท เคโมกราฟ จำกัด "

2) การนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ
ในแปลงถ่ายทำ

ในระหว่างดำเนินรายการมีการนำเสนอภาพตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้ผู้ชมรายการซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำสินค้าและเกิดความรู้สึกที่ดีกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เช่น นำเสนอภาพการฉีดพ่นยาฆ่าแมลง หรือ หว่านปุ๋ยของบริษัท ประกอบการบรรยายเนื้อหาวิชาการ พร้อมกับช้อนตัวอักษรแสดงส่วนผสมสารเคมีของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เป็นต้น

3) การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการในเนื้อหารายการ

ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการซึ่งมักคัดเลือกมาจากตัวแทนจำหน่าย พนักงานและลูกค้าของบริษัทซึ่งเข้ามามีส่วนร่วมในรายการในฐานะเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จมักกล่าวถึงสินค้าของผู้สนับสนุนรายการ รวมถึงข้อดีจากการใช้สินค้านั้น เพื่อให้ผู้ชมรายการเชื่อถือ และจงใจให้ผู้ชมรายการความสำเร็จของเกษตรกรเป็นผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ เพื่อจงใจให้ผู้ชมเกิดความต้องการใช้สินค้านั้นบ้าง ซึ่งจะสังเกตได้ชัดเจนในช่วงของการบรรยาย หรือการสัมภาษณ์ เช่น ในตอน “การผลิตมะขามยักษ์” มีใจความตอนหนึ่งว่า

เกษตรกร : “...ของผมนุณภาพดี ชื่อปุ๋ยชื่อยาไม่
ได้มากมายอะไร แต่ต้องทำให้มันจริง ไม่ใช่ว่าเขาบอกว่ายานี้ดีดี เปลี่ยน
ยาเลย ทำให้มันตลอดต่อ จะใช้ปุ๋ยชื่อยาของบริษัทไหนก็ใช้ไปสัก
อย่างหนึ่งให้มันตลอดหน้า ไม่ใช่พอได้ยินว่ายานี้มา เปลี่ยนยาอีก
แล้ว ก็ไม่ได้ผล”

ผู้ดำเนินรายการ 1 : “ สมมติว่าเราทำไปซัก 2-3
เดือน มีคนมาบอกว่า ยานี้ดี เปลี่ยนเลย ไม่ได้ ”

เกษตรกร : “ ก็เหมือนคุณไม่สบาย คุณไปหา
หมอดิน 3 คน 4 คน มันก็ไม่ได้ผล ”

ผู้ดำเนินรายการ 2 : “ เพราะฉะนั้นก็ต้องขอฝาก
ไปเลย ใช้บริษัทไหนก็บริษัทนั้นไปเลยนะครับ ”

เกษตรกร : “เราก็ได้ผลิตภัณฑ์ของเคโมคราฟ
เขาดูแลมาตลอด ก็รู้สึกว่ายานี้ได้ผลนะครับ ”

4) การซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้
สนับสนุนรายการในระหว่างดำเนินรายการ

ในช่วงท้ายของรายการ มีการซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และ
เบอร์โทรศัพท์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะกล่าวถึงในฐานะที่เป็นแหล่ง
ข้อมูล ซึ่งหากเกษตรกรผู้รับชมรายการมีปัญหา ข้อข้องใจก็สามารถติดต่อไปได้ตามที่อยู่และ
เบอร์โทรศัพท์ดังกล่าว

5) การเปิดมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ การเปิดมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งในรายการ นอกจากจะเพื่อสร้างความบันเทิงและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมแล้ว ยังเป็นการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายเทปเพลงลูกทุ่งของศิลปินในเครือของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย

2. รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยรัฐ

2.1 รายการดินสร้างชีวิต ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันอังคาร เวลา 17.00 - 17.30 น. รวมความยาว 30 นาที

2.1.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดยบริษัทอรศยาโปรดักชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์และการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

2.1.2 แหล่งรายได้ รายการดินสร้างชีวิตมีแหล่งรายได้จาก

1) งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ งบประมาณจากกรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งนับเป็นรายได้หลักของรายการ

2) ผู้สนับสนุนช่วงรายการ ได้แก่ ปตท.

3) ผู้ลงโฆษณา ได้แก่ การบินไทย น้ำมันเครื่องพีทีที ไฮสปีดทูที

4) รายได้จากธุรกิจอื่นของบริษัท ได้แก่ ธุรกิจแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ซึ่งมีการลงโฆษณาในรายการด้วย

2.1.3 รูปแบบรายการ รายการดินสร้างชีวิตเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูล มีวิธีการนำเสนอ 5 วิธี ได้แก่ การสนทนา การบรรยาย การสาธิต การสัมภาษณ์ และการตอบปัญหา มีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่บอกเล่าเนื้อหาที่จะนำเสนอ เชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ รายการดินสร้างชีวิตมีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงโครงสร้างรายการดินสร้างชีวิต

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1 เปิดรายการ	สนทนา
ช่วงที่ 2 "ดินไทยในบ้านเรา"	ตอบปัญหา บรรยาย
ช่วงที่ 3 "หมอดินเพื่อนเกษตรกร"	บรรยาย สาธิต สัมภาษณ์
ช่วงที่ 4 "คุยกับหมอดิน"	ตอบปัญหา สัมภาษณ์ สนทนา

ในช่วงแรกของรายการ ผู้ดำเนินรายการเปิดรายการโดยใช้วิธีการสนทนาเพื่อบอกเล่าถึงประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละตอน ต่อมาในช่วง "ดินไทยในบ้านเรา" จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะของดินในพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย รวมถึงพืชที่เหมาะสมจะปลูกในพื้นที่นั้น ๆ โดยใช้วิธีการตอบปัญหาที่ผู้ชมทางบ้านถามเข้ามาด้วยวิธีการบรรยายประกอบภาพจากคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างความสนใจ และนำเสนอข้อมูลที่ผู้ชมต้องการทราบอย่างตรงประเด็น และ เข้าใจง่าย

หลังจากนั้นในช่วง "หมอดินเพื่อนเกษตรกร" นำเสนอด้วยการบรรยายประวัติคร่าว ๆ ของเกษตรกรตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการ "หมอดินอาสา" ที่คัดเลือกมาตอนละ 1 คน และสัมภาษณ์เกษตรกรเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับและผลดีจากการเข้าร่วมโครงการ ประกอบกับการให้เกษตรกรสาธิตวิธีการปรับปรุงบำรุงดินในพื้นที่ของตน เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ "หมอดินอาสา" ของกรมพัฒนาที่ดิน และสร้างความเชื่อถือ และจงใจให้เกษตรกรที่รับชมรายการต้องการเข้าร่วมโครงการนี้บ้าง

ในช่วง "คุยกับหมอดิน" ใช้วิธีการสนทนาเชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกันและตอบปัญหาที่ผู้ชมรายการถามเข้ามาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ เพื่อสร้างความสนใจ และความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้สามารถนำเสนอเรื่องราวที่ผู้ชมต้องการทราบได้อย่างตรงประเด็นอีกด้วย

2.1.4 เนื้อหา รายการประเภทนี้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การปรับปรุงบำรุงดิน การพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่มผลผลิต ลักษณะของดินในพื้นที่ต่าง ๆ และพืชที่เหมาะสมกับสภาพดินในพื้นที่นั้น วิธีการปรับปรุงบำรุงดินและรักษาหน้าดิน รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมทราบถึงหน้าที่ของ "หมอดิน" หรือผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการปรับปรุงบำรุงดินซึ่งรับให้คำปรึกษาแก่ผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาที่ดิน และมุ่งใจให้เกษตรกรเข้าร่วมโครงการหมอดินอาสาซึ่งเป็นโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาที่ดินแก่เกษตรกรที่เป็นอาสาสมัคร ซึ่งจะคัดเลือกมาหมู่บ้านละ 1 คน โดยเกษตรกรที่เป็น "หมอดินอาสา" ที่ได้รับการอบรมจากเจ้าหน้าที่กรมพัฒนาที่ดินจะมีหน้าที่เผยแพร่ความรู้แก่เพื่อนบ้าน ตลอดจนร่วมกันทำแปลงสาธิต รับฟังและส่งข่าวสารจากรัฐไปยังเกษตรกรในหมู่บ้าน เนื่องจากจำนวนบุคคลากรของกรมพัฒนาที่ดินเองนั้นมีไม่เพียงพอต่อจำนวนของเกษตรกรที่ต้องดูแลและให้บริการ นอกจากนี้รายการยังนำเสนอโครงการต่างๆ ของกรมพัฒนาที่ดินที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกร เช่น โครงการขยายพันธุ์กล้าหญ้าแฝก โครงการขยายพันธุ์พืชบำรุงดิน อีกด้วย

2.1.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิต ไม่ว่าจะเป็น การตั้งชื่อรายการ การตั้งชื่อช่วงรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา รวมทั้งการเขียนบท จึงจำเป็นต้องกำหนดให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของกรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตรายการ และต้องขอความเห็นชอบจากกรมพัฒนาที่ดิน

การวางแผนการผลิตรายการเกิดจากการประชุมตกลงกันระหว่างผู้ผลิตรายการกับเจ้าหน้าที่ของทางกรมฯ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของรายการในการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงและเผยแพร่โครงการต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ของทางกรมให้เป็นที่รู้จักเป็นหลัก ทุกครั้งที่มีการต่อสัญญาจ้าง กรมพัฒนาที่ดินกับผู้ผลิตรายการจะประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น หลังจากนั้น ผู้ผลิตจึงนำรายละเอียดที่ได้จากการประชุมมาจัดทำแผนงานและเสนอเพื่อขอความเห็นชอบจากกรมฯ แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว กรมพัฒนาที่ดินมักจะไม่เข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการมากนัก เนื่องจากไว้วางใจในความรู้ชำนาญทางวิชาชีพของผู้ผลิต

การตั้งชื่อรายการ "ดินสร้างชีวิต" และการตั้งชื่อช่วงรายการ ไม่ว่าจะเป็นช่วง "ดินไทยในบ้านเรา" "หมอดินเพื่อนเกษตรกร" หรือ "คุยกับหมอดิน" ผู้ผลิตรายการเป็นผู้ตั้งชื่อเอง โดยคำนึงถึงหน้าที่และภาพลักษณ์ของกรมฯ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลดินซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเกษตรกรและประชาชนทั่วประเทศ และโครงการต่าง ๆ ที่กรมต้องการประชาสัมพันธ์

การคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละตอน ผู้ผลิตเป็นผู้คัดเลือกเอง โดยมีกรมพัฒนาที่ดินเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ทางกรมฯ จะส่งข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยและโครงการต่าง ๆ ของกรมฯ มาให้ผู้ผลิตคัดเลือก เกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอ พิจารณาจากเรื่องที่ประชาชนให้ความสนใจ และเรื่องที่ทางกรมฯ กำลังรณรงค์ หลังจากนั้นผู้ผลิตจึงเขียนบทและส่งให้กรมฯ ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่งก่อนการบันทึกรายการ

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

การผลิตรายการมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์กรมพัฒนาที่ดิน และงานวิจัยและโครงการต่าง ๆ ของทางกรมฯ เป็นหลัก กรมพัฒนาที่ดิน ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการหลักจึงเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดสถานที่ถ่ายทำรายการ และ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ

ผู้ผลิตรายการต้องดำเนินการถ่ายทำในสถานที่ของกรมพัฒนาที่ดิน เช่น ศูนย์ข้อมูลกรมพัฒนาที่ดิน เป็นต้น ส่วนการถ่ายทำในต่างจังหวัด มักถ่ายทำในสถานีพัฒนาที่ดินของกรมฯ หรือ ในที่ดินของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการของกรมฯ โดยใช้การประสานงานจากกรมฯ ไปยังหน่วยต่าง ๆ ทำให้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ กรมพัฒนาที่ดินซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตจะเป็นผู้คัดเลือกเอง ตามเกณฑ์ที่บริษัทผู้ผลิตกำหนด อำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการผลิต ส่วนมากทางกรมฯ จะมอบหมายให้ผู้ผลิตดำเนินการเอง แต่ต้องมีการขอความเห็นชอบจากทางกรมฯ ก่อนตามขั้นตอน หลังจากตัดต่อเสร็จแล้ว เทปทุกตอนที่ออกอากาศ บริษัทจะส่งให้กับกรมฯ เพื่อนำไปเผยแพร่ที่สถานี หรือหน่วยงานของกรมฯ หากมีผู้ต้องการนำเทปรายการไปเผยแพร่ หรือออกอากาศอีก เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง

9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งขอนำทรายการไปออกอากาศในโครงการศึกษาทางไกล พระราชวังไกลกังวล จะต้องขออนุมัติจากกรมพัฒนาที่ดินก่อน

2.1.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาทรายการ

กรมพัฒนาที่ดิน ซึ่งนับได้ว่าเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินของทรายการ ไม่ได้เข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอทรายการมากนัก เนื่องจากได้วางใจในความชำนาญทางวิชาชีพของบริษัทผู้ผลิตทรายการ ทางบริษัทผู้ผลิตทรายการจึงเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอทรายการเองโดยได้รับความเห็นชอบจากทางกรมฯ อย่างไรก็ตาม ใน การกำหนดวิธีกรนำเสนอ นั้น ผู้ผลิตทรายการต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของทางกรมพัฒนาที่ดิน ซึ่งเป็นหน่วยราชการจึงเน้นการใช้วิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ ความรู้ ข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ เช่น การบรรยาย การสัมมนา เป็นต้น และหลีกเลี่ยงวิธีการนำเสนอที่แหวกแนว หรือ เน้นให้ความบันเทิงมากเกินไป เช่น ละครตลก เป็นต้น

ในด้านเนื้อหา ผู้ผลิตเป็นผู้คัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอและเขียนบทเอง โดยต้องส่งให้กรมพัฒนาที่ดินตรวจสอบความถูกต้องของบททรายการก่อนถ่ายทำ แหล่งข้อมูลหลักของทรายการมาจากกรมพัฒนาที่ดินซึ่งเป็นผู้สนับสนุนทรายการทำให้เนื้อหาของทรายการมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือสูงเนื่องจากเป็นข้อมูลจากหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่หลากหลาย เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละช่วงทรายการมุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้ งานวิจัย และโครงการต่าง ๆ ของกรมพัฒนาที่ดิน และประชาสัมพันธ์กรมพัฒนาที่ดินให้เป็นที่รู้จัก เช่น ช่วง "ดินไทยในบ้านเรา" ซึ่งนำเสนอข้อมูลดินในพื้นที่ต่าง ๆ นั้น มุ่งให้ข้อมูลดินที่แท้จริงแก่ประชาชนและประชาสัมพันธ์บริการของศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์ กรมพัฒนาที่ดิน ให้เป็นที่รู้จัก หรือ ในช่วง "หมอดินเพื่อนเกษตรกร" ก็มุ่งประชาสัมพันธ์โครงการหมอดินอาสา เป็นต้น การคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอน ผู้ผลิตทรายการจะพิจารณาจากความต้องการของผู้ชมและความต้องการของทางกรมฯ เช่น ถ้ากรมฯกำลังรณรงค์ให้เกษตรกรปลูกหญ้าแฝก ทางทรายการก็จะนำเสนอเรื่องนั้นบ่อยครั้ง เป็นต้น

2.1.7 การโฆษณาแฝง

รายการดินสร้างชีวิตมีผู้สนับสนุนรายการ คือ กรมพัฒนาที่ดิน ซึ่งเป็นหน่วยราชการ จึงมุ่งประชาสัมพันธ์กรมฯและโครงการต่าง ๆของกรมฯ มากกว่าส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ จึงมีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงเพื่อขายสินค้าหรือบริการในเนื้อหาของรายการน้อยมาก กล่าวคือ มีเพียงการโฆษณาในลักษณะของการสนับสนุนช่วงรายการ ซึ่งมีการฉายให้เห็นสินค้าหรือ ตราสินค้าของผู้สนับสนุนรายการตามด้วยข้อความโฆษณาสั้น ๆ ในตอนต้นของช่วงรายการเท่านั้น เช่น

" ช่วงดินไทยในบ้านเรา สนับสนุนโดย น้ำมันเบนซินพิเศษ พีทีที เพอร์ฟอร์มาโกลด์ ไร้สารตะกั่ว เครื่องสะอาด พลังแรง "

2.2 รายการในน้ำมีปลา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันอังคาร เวลา 17.30 - 18.00 น. รวมความยาว 30 นาที

2.2.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดยบริษัท ป๊อปปูรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก

2.2.2 แหล่งรายได้ รายการในน้ำมีปลา มีแหล่งรายได้จาก

1) งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ กรมประมง ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้หลัก

2) ผู้สนับสนุนช่วงรายการ เช่น บริษัททองศรีกาญจน์จำกัด บริษัทคิงฟิชเชอร์ อควาแซน ปลาเส้นฟิชโซ เป็นต้น

2.2.3 รูปแบบรายการ รายการในน้ำมีปลาเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูล มีวิธีการนำเสนอ 4 วิธี คือ สทนา บรรยาย สาริต และสัมภาษณ์ มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน ทำหน้าที่สนทนากับผู้ชม พูดเปิดและปิดรายการ บอกเล่าถึงเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอ เชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ รายการในน้ำมีปลามีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงโครงสร้างรายการในน้ำมีปลา

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	สนทนา
ช่วงที่ 2	บรรยาย สาธิต
ช่วงที่ 3	สัมภาษณ์ สนทนา

ในช่วงแรก ผู้ดำเนินรายการจะสนทนา บอกเล่าถึงประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอเพื่อเปิดรายการ จากนั้นจึงเข้าสู่ ช่วงที่ 2 ซึ่งนำเสนอด้วยการบรรยาย ประกอบกับการสาธิต เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย หลังจากนั้นในช่วงที่ 3 จึงสนทนาเพื่อเชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรายละเอียดอีกชั้นหนึ่งเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ หลังจากนั้นจึงกล่าวปิดรายการ

2.2.4 เนื้อหา รายการในน้ำมีปลานำเสนอเนื้อหาความรู้ทางวิชาการ งานด้านคว่ำวิจัย เทคนิค และ เทคโนโลยีสมัยใหม่ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออก การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การทำประมง การแปรรูป การตลาด การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพของสินค้าสัตว์น้ำ เพื่อพัฒนาอาชีพประมง

2.2.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิต

การกำหนดชื่อรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ การคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำจำเป็นต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมประมง ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต การวางแผนการผลิตรายการเกิดจากการประชุมตกลงกันระหว่างกรมประมงซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต และผู้ผลิตรายการ การตั้งชื่อรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ จำเป็นต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของกรมประมงซึ่งเป็นหน่วยราชการ และวัตถุประสงค์ของรายการในการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียง และเผยแพร่งานวิจัยและโครงการต่าง ๆ ของกรมฯ ให้เป็นที่รู้จัก การคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอและการกำหนดสถานที่ถ่ายทำเกิดจากการตกลงกันระหว่างผู้ผลิตกับผู้สนับสนุนราย

การ โดยกรมประมงจะทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ การเขียนบทจำเป็นต้องส่งให้ทางกรมฯ ตรวจสอบความถูกต้องก่อนการบันทึกรายการ

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิต

ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลต่อการถ่ายทำรายการ และการคัดเลือกผู้ร่วมรายการ การผลิตรายการมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์กรมประมงซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการและเผยแพร่โครงการและงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ของทางกรมฯ การถ่ายทำรายการจึงมักถ่ายทำในสถานที่ของผู้สนับสนุนรายการ คือ กรมประมง ส่วนการคัดเลือกผู้ร่วมรายการ ก็มักคัดเลือกจากบุคคลากรของทางกรมฯ เช่น อธิบดีกรมประมง นักวิชาการประมง หัวหน้าสถานีประมง เป็นต้น

2.2.7 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ

การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมประมงซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตรายการ การวางรูปแบบการนำเสนอรายการต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นหน่วยราชการ รูปแบบการนำเสนอรายการจึงเน้นหนักไปที่การสัมภาษณ์ การสนทนา และ การบรรยาย ซึ่งเหมาะกับการนำเสนอเนื้อหาสาระทางวิชาการมากกว่าที่จะใช้รูปแบบการนำเสนอที่ให้ความบันเทิงสูง

เนื้อหาของรายการมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์องค์กรผู้สนับสนุนรายการและเผยแพร่โครงการและงานวิจัยของกรมฯ เป็นหลัก การคัดเลือกประเด็นที่นำเสนอจึงพิจารณาจากเกณฑ์ดังกล่าว โดยมีกรมประมงเป็นแหล่งข้อมูลหลักของรายการ เนื้อหาจึงไม่ค่อยหลากหลาย แต่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือสูง เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ได้จากหน่วยราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง

2.2.8 การโฆษณาแฝง

รายการในน้ำมีปลาเป็นรายการที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณการผลิตจากองค์กรภาครัฐ จึงมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์องค์กรและเผยแพร่โครงการ

และงานวิจัยของกรมประมงมากกว่าที่จะส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ จึงพบการนำเสนอในลักษณะของการโฆษณาแฝงน้อยมาก กล่าวคือ มีเพียงการโฆษณาในลักษณะของการสนับสนุนช่วงรายการ ซึ่งมีการนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้สนับสนุนช่วงรายการในตอนต้นของแต่ละช่วงเท่านั้น เช่น "สนับสนุนโดย โตโตไมท์ ตรากุ้ง โดยบริษัททองศรี กาญจน์ จำกัด" เป็นต้น

3.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต

3.1 รายการผู้ใหญ่น้ำดำดี ออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันพุธ เวลา 17.30 - 18.00 น. รวมความยาว 30 นาที

3.1.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดยบริษัทอาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ดำเนินธุรกิจบันเทิงในแขนงต่าง ๆ เช่น เพลง ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เป็นต้น

3.1.2 แหล่งรายได้ รายการผู้ใหญ่น้ำดำดีมีแหล่งรายได้จาก

1) งบประมาณจากบริษัทอาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัดซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต จัดเป็นแหล่งรายได้หลักของรายการ

2) ผู้ลงโฆษณา เช่น เค เอฟ ซี น้ำมันถั่วเหลืองก๊วก พระราม 9 พลาซ่า ยาหม่องถ้วยทอง เป็นต้น นอกจากนี้พื้นที่โฆษณาส่วนหนึ่งยังเป็นพื้นที่โฆษณาเทปเพลงของศิลปินลูกทุ่งในเครือ อาร์ เอส ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต และ โฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งสนับสนุนเทปเพลงของศิลปินดังกล่าวอันเป็นผลจากการขายโฆษณาแบบเหมารวม

3) ค่าเช่าเวลาในการขาย VTR " โครงการผู้ใหญ่น้ำดำดี สัญจร ทัมใจ บันไดสู่เศรษฐกิจ " ซึ่งนำเสนอสาระเกษตรสั้น ๆ ที่ได้จากการจัดประชุมเกษตรกรสัญจร ผลิตโดยบริษัทอาดัมกรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทของอ.อภิชาติ ดำดี ผู้ดำเนินรายการ โดยมีบริษัท โอเอสสกา จำกัด เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตรายการในช่วงนี้

3.1.3 รูปแบบรายการ รายการผู้ใหญ่น้ำดำดีจัดเป็นรายการสารคดีเชิงละคร มีวิธีการนำเสนอ 8 วิธี คือ การสนทนา ละคร สัมภาษณ์ บรรยาย สาธิต

เพลง และ ตอบปัญหา นำเสนอรายการโดยใช้ละครตัดสลับกับการบรรยาย การสาธิต และ สัมภาษณ์ สลับกับเพลงลูกทุ่ง ผู้ดำเนินรายการซึ่งแสดงเป็นตัวละครเอก ทำหน้าที่สนทนา เชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน บรรยายและสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการและตอบปัญหา รายการ ผู้ใหญ่บ้านดีมีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงโครงสร้างรายการผู้ใหญ่บ้านดำดี

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1 เปิดเรื่อง	สนทนา ละคร
ช่วงที่ 2 เพลงลูกทุ่ง	เพลงลูกทุ่ง
ช่วงที่ 3 "ผู้ใหญ่ไชอาชีฟ"	ละคร สัมภาษณ์ บรรยาย และ สาธิต
ช่วงที่ 4 "ผู้ใหญ่ไขปัญหา"หรือ "โครงการผู้ใหญ่บ้านดำดีสัญจร" บันไดสู่เศรษฐกิจ	ละคร ตอบปัญหา และ บรรยาย

ในช่วงที่ 1 เปิดรายการด้วยการสนทนา และละครเบาสมอง โดยละครที่นำเสนอนี้มีตัวละครเอกคือ "ผู้ใหญ่บ้านดำดี" ผู้ใหญ่บ้านของ ต.หนองกระโทก ซึ่งรับบทโดยผู้ดำเนินรายการหลัก ร่วมกับผู้ช่วยพิธีกร 2 คน ซึ่งรับบทเป็น "สมทรง" และ "มะเดื่อ" ลูกบ้านคนสนิทของผู้ใหญ่ โดยวางโครงเรื่องคร่าว ๆ ว่า ผู้ใหญ่บ้านดำดีต้องทำหน้าที่ดูแลความเป็นอยู่ของชาวบ้าน จึงเดินทางพร้อมกับลูกน้องคนสนิททั้งสองไปยังที่ต่าง ๆ เพื่อหาความรู้ เทคนิควิธีการใหม่ๆ ด้านการเกษตรและอาชีพเสริม เพื่อนำมาสอนชาวบ้านเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านให้ดีขึ้น โดยในช่วงเปิดรายการนี้ ผู้ดำเนินรายการซึ่งรับบทเป็นตัวละครเอก จะสนทนากับผู้ชมถึงเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอ และพูดเชื่อมโยงรายการเข้ากับเพลงลูกทุ่งซึ่งจะนำเสนอในช่วงที่ 2 ของรายการเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความบันเทิง

หลังจากนั้น ในช่วง "ผู้ใหญ่ไชอาชีฟ" จะนำเสนอสาระทางวิชาการด้วยละคร และ การสัมภาษณ์เกษตรกร หรือ ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ร่วมกับการ

สาธิตวิธีการปฏิบัติจริง และ การบรรยายเนื้อหาวิชาการเพื่อดึงดูดความสนใจ และให้ความรู้ไปพร้อม ๆ กับความบันเทิง

ส่วนในช่วงที่ 4 เป็นช่วง " ผู้ใหญ่ไขปัญหา " หรือ "โครงการผู้ใหญ่นำบ้านดำตีสัญจร ทัมใจ บ้านไต่สูงเศรษฐกิจ " โดยช่วง "ผู้ใหญ่ไขปัญหา" จะเป็นการตอบปัญหาที่ผู้ชมทางบ้านถามเข้ามาโดยใช้วิธีการบรรยายหรือผูกให้เป็นส่วนหนึ่งของละคร เพื่อสร้างความสนใจ และนำเสนอเนื้อหาสาระที่ผู้ชมต้องการทราบอย่างตรงประเด็น ส่วนในบางตอนที่นำเสนอ " โครงการผู้ใหญ่นำบ้านดำตีสัญจร บ้านไต่สูงเศรษฐกิจ " จะนำเสนอ VTR สั้น ๆ เกี่ยวกับการประชุมเกษตรกรสัญจรในพื้นที่ต่าง ๆ โดยใช้วิธีการบรรยายนำเสนอสาระเกษตรที่ได้จากการประชุมนี้ เพื่อให้เข้าใจง่าย

3.1.4 เนื้อหา รายการผู้ใหญ่นำบ้านดำตีนำเสนอเนื้อหาหลายด้าน ทั้ง พืช สัตว์ ประมง อาชีพเสริมรายได้ที่น่าสนใจ และ ความรู้เบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

3.1.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิต

เนื่องจากรายการผู้ใหญ่นำบ้านดำตีมีบริษัทผู้ผลิต คือ บริษัท อาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตรายการ และใช้รายการเป็นช่องทางการส่งเสริมการขายเทปเพลงลูกทุ่งของศิลปินในเครือและส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท พื้นที่โฆษณาส่วนหนึ่งของรายการจึงเป็นโฆษณาของบริษัทเอง ผู้อุปถัมภ์รายการรายอื่น ๆ จึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการวางแผนการผลิตรายการได้น้อยมาก เพราะไม่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของบริษัทผู้ผลิต ทีมงานผู้ผลิตจึงมีเสรีภาพในการดำเนินงานค่อนข้างมาก การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ทีมงานผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดเอง โดยที่ผู้บริหารของบริษัทมักจะไม่ค่อยเข้ามายุ่งเกี่ยวกับการวางแผนการผลิตรายการ ยกเว้นแต่ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ ของบริษัท เช่น กำหนดให้มีการนำเสนอมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งของศิลปินลูกทุ่งในเครือ อาร์ เอส ในรายการเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดของบริษัทซึ่งมีธุรกิจจำหน่ายเทปเพลง เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ในช่วงหลัง ๆ ได้งดการเปิดมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งในรายการ เนื่องจากนโยบายของสถานีซึ่งมุ่งส่งเสริมรายการที่ให้ความรู้เป็นหลัก จึงเสนอให้ทางรายการตัดเพลงลูกทุ่งออกเพื่อแลกเปลี่ยนกับการลดค่าเช่าเวลาออกอากาศ

นอกจากบริษัทอาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตแล้ว ผู้สนับสนุนรายการที่สามารถเข้ามามีอิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการอีกรายหนึ่ง คือบริษัทไอเอสสกา จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการในช่วง " โครงการผู้ใหญ่บ้านดำดีสัญจร หัวใจ บ้านไผ่เศรษฐกิจ " ซึ่งเป็น VTR สั้น ๆ ประมาณ 2 นาที ผลิตโดย บริษัท อาดัมกรุ๊ป ซึ่งเป็นบริษัทของอาจารย์อภิชาติ ดำดี ผู้ดำเนินรายการ การผลิตรายการในส่วนนี้ ทีมงานผู้ผลิตรายการจะเป็นของบริษัทอาดัมกรุ๊ป ซึ่งจะจัดโครงการประชุมเกษตรกรสัญจรไปในพื้นที่ต่าง ๆ และถ่ายทำเป็น VTR สั้น ๆ มานำเสนอในช่วงท้ายรายการโดยมีบริษัทไอเอสสกา จำกัดเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต โดยจ่ายค่าเวลาให้กับบริษัทอาร์เอสโปรโมชัน 1992 จำกัด เป็นการตอบแทน

บริษัทไอเอสสกา จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการในช่วงนี้ จะสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดสถานที่ถ่ายทำรายการ โดยกำหนดให้อยู่ในพื้นที่ 20 จังหวัด ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นเป้าหมายทางการตลาดของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิต

ทีมงานผู้ผลิตรายการสามารถสร้างสรรค์และผลิตรายการได้อย่างเสรีค่อนข้างมาก การถ่ายทำ การดำเนินรายการ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการในแต่ละตอน และการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ สามารถทำได้อย่างเสรีตามดุลยพินิจของผู้ผลิต

3.1.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ

ผู้ผลิตมีเสรีภาพค่อนข้างมากในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ เนื่องจากบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งประกอบธุรกิจหลายประเภท ผู้บริหารของบริษัทจึงไม่ค่อยเข้ามา มีบทบาทในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการยกเว้นในส่วนที่เกี่ยวข้อง

กับธุรกิจอื่น ๆ ของบริษัท เช่น กำหนดให้เปิดเพลงลูกทุ่งของศิลปินลูกทุ่งในเครือ อาร์ เอส ในรายการ เพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดของบริษัทซึ่งมีธุรกิจจำหน่ายเทปเพลง เป็นต้น

ในส่วนของเนื้อหาสาระของรายการ ที่ทีมงานผู้ผลิตมีอิสระในการคัดเลือกประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอได้อย่างอิสระ ทำให้เนื้อหาสาระที่นำเสนอในรายการ มีความหลากหลาย และเป็นกลาง

3.1.7 การโฆษณาแฝง

เนื่องจากรายการผู้ใหญ่บ้านดำตี่มี บริษัท อาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากภายนอกมากนัก ดังนั้น นอกจากบริษัท อาร์ เอส ฯ แล้ว ผู้อุปถัมภ์รายการที่สามารถเข้ามามีบทบาทในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรายการจึงมีเพียง บริษัทไอศตสกา จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการช่วง "โครงการผู้ใหญ่บ้านดำตี่สัญจร ท้มใจ บ้านไต่สู้เศรษฐกิจ" ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรมากกว่าการส่งเสริมการขายสินค้า จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการพบว่า รายการผู้ใหญ่บ้านดำตี่มีการสร้างความหมายแฝงในลักษณะของการโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การสนับสนุนช่วงรายการ

ในช่วง "โครงการผู้ใหญ่บ้านดำตี่สัญจร ท้มใจ บ้านไต่สู้เศรษฐกิจ" มีการขึ้นกราฟฟิคตราสินค้าของต้มใจแอสไพริน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทไอศตสกา จำกัด ตามด้วยคำขวัญ "ต้มใจ ร่วมทำ ร่วมใจ ให้สังคมไทยงดงาม" เพื่อประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงขององค์กรผู้สนับสนุนรายการให้เป็นที่รู้จักและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

2) การเปิดมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งในรายการ

ในระหว่างดำเนินรายการ มีการเปิดมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งของศิลปินลูกทุ่งในเครือ อาร์ เอส เพื่อสร้างความคุ้นเคย และส่งเสริมการขายเทปเพลง

4. รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา

4.1รายการวิถีชาวบ้าน ออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 ทุกวัน พุธที่สิบตี เวลา 16.30 - 17.00 น. รวมความยาว 30 นาที

4.1.1 ผู้ผลิต รายการวิถีชาวบ้าน ผลิตโดยบริษัทเดนเวอร์เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก

4.1.2 แหล่งรายได้ รายการวิถีชาวบ้าน มีแหล่งรายได้จาก

1) ผู้สนับสนุนช่วงรายการ เช่น หม้อฮ้านาบิชิ เทปวิดีโอเปล่า Onpa เป็นต้น

2) ผู้ลงโฆษณา เช่น เพชร Jubilee เทปเพลงลูกทุ่ง ค่าย Right Music ค่าย Sure Audio ค่าย Mastertape เป็นต้น

4.1.3 รูปแบบรายการ รายการวิถีชาวบ้าน จัดเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูล มีวิธีการนำเสนอ 5 วิธี คือ การสนทนา การสาธิต การสัมภาษณ์ การตอบปัญหา และการบรรยาย โดยมีพิธีกร 1 คน เป็นผู้ดำเนินรายการและเชื่อมโยงช่วงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ดังมีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงโครงสร้างรายการวิถีชาวบ้าน

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	การสนทนาและสัมภาษณ์
ช่วงที่ 2	การสัมภาษณ์และการสาธิต
ช่วงที่ 3 "มุขชาวบ้าน" สรุปรายการหรือตอบปัญหา	การบรรยาย สัมภาษณ์ หรือ ตอบปัญหา

ในช่วงแรก ผู้ดำเนินรายการจะสนทนากับผู้ชมรายการและสัมภาษณ์เกษตรกร หรือผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่จะนำเสนอในตอนนั้น ๆ เพื่อสร้างความสนใจและเกริ่นให้ผู้ชมทราบถึงประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอ ต่อมาในช่วงที่ 2 จึงนำเสนอเนื้อหาโดยละเอียด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เกษตรกร หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เกี่ยวกับวิธีการปลูกพืช หรือ เลี้ยงสัตว์ หรือการประกอบอาชีพเสริมให้ได้ผลดี โดยเน้นให้รายละเอียดในทุกขั้นตอน ตั้งแต่วิธีการปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวและเก็บรักษาผลผลิตไปจนกระทั่งถึงการตลาด ประกอบการสาธิตด้วยการปฏิบัติจริง เพื่อให้เข้าใจง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ หลังจากนั้น ในช่วง "มุมชาวบ้าน" จึงสรุปเนื้อหาที่นำเสนอ โดยคัดเอาเฉพาะประเด็นที่สำคัญ ๆ มานำเสนอด้วยการบรรยาย และ การสัมภาษณ์ เพื่อให้เข้าใจและจดจำง่าย หรือในบางตอน ก็เป็นการตอบปัญหาที่ผู้ชมทางบ้านถามเข้ามาเพื่อสร้างความสนใจ และนำเสนอสิ่งที่ผู้ชมอยากทราบได้อย่างตรงประเด็น

4.1.4 เนื้อหา รายการวิถีชาวบ้าน นำเสนอเนื้อหาหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาด้าน พืช สัตว์ ประมง และอาชีพเสริมรายได้ที่น่าสนใจต่าง ๆ

4.1.5 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ

ผู้ผลิตรายการมีอิสระอย่างเต็มที่ในการสร้างสรรค์และผลิตรายการ การวางแผนการผลิตรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา รวมทั้งการกำหนดสถานที่ถ่ายทำ ผู้ผลิตรายการเป็นผู้กำหนดเอง โดยใช้แหล่งข้อมูลจากภายนอก เช่น วารสารและนิตยสารต่าง ๆ หน่วยงานราชการ และ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เป็นต้น

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

ผู้ผลิตรายการสามารถดำเนินการผลิตได้อย่างอิสระโดยปราศจากอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ การถ่ายทำรายการ การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการสามารถดำเนินการได้อย่างเสรีตามความเห็นของทีมงานผู้ผลิตรายการ

4.1.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา

หารายการ

เนื่องจากรายการวิถีชาวบ้านเป็นรายการที่มีรายได้หลักจากการขายสปอตโฆษณา ทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ประกอบกับผู้ผลิตมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพสูง ทำให้ทีมงานผู้ผลิตรายการสามารถกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้อย่างเสรี ทำให้สามารถสร้างสรรค์และนำเสนอรายการได้อย่างเป็นกลางส่งผลให้เนื้อหาของรายการหลากหลาย โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ชมอย่างแท้จริง เพราะความนิยมของรายการย่อมหมายถึงจำนวนผู้ชมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นจุดดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้ชมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากการโฆษณาต้องคำนึงถึง

4.1.7 การโฆษณาแฝง

รายการวิถีชาวบ้านมีแหล่งรายได้จากการขายสปอตโฆษณาจึงมีผู้อุปถัมภ์รายการหลายราย ทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ประกอบกับนโยบายของผู้ผลิตรายการเน้นการให้ความรู้ อย่างเป็นกลางมากกว่าการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของผู้อุปถัมภ์รายการจึงไม่มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงมากนักนอกจากการสนับสนุนช่วงรายการ ซึ่งมีการนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้า ตามด้วยข้อความโฆษณาสั้นๆ เช่น

" สนับสนุนโดย เทปวิดีโอเปล่าอนป่า โดย
บริษัทออนป่าอินเตอร์เนชั่นแนล มหาชน จำกัด "

4.2 รายการไม่ลองไม่รู้ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
ทุกวันจันทร์ เวลา 18.00 - 18.30 น. รวมความยาว 30 นาที

4.2.1 ผู้ผลิตรายการ ผลิตโดย บริษัทกอล์ฟ สตูดิโอ จำกัด ซึ่งเป็น
บริษัทขนาดเล็ก

4.2.2 แหล่งรายได้ รายการไม่ลงไม่รู้ มีแหล่งรายได้จาก

1) ผู้สนับสนุนช่วงรายการ ซึ่งมีหลายรายและมักจะเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเนื่องจากรายการได้รับความนิยมค่อนข้างสูง ในช่วงที่ศึกษา ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ เครื่องยนต์ดีเซลมิตซูบิชิ ปุ๋ยแห่งชาติ ลูกชิ้นหมูกวางตุ้ง พระราม 9 พลาซ่า น้ำมันพืชไอสัน กะทิขาวเกาะ

2) ผู้ลงโฆษณา เช่น กะทิขาวเกาะ เทปเพลงลูกทุ่ง เครื่องยนต์ดีเซลมิตซูบิชิ นมแอมมัม น้ำมันเครื่องเอลฟ์ เป็นต้น

3) การขายสินค้าของรายการ ได้แก่ ดินเกษตรไม่ลงไม่รู้ ลูกชิ้นหมูกวางตุ้ง เป็นต้น

4.2.3 รูปแบบรายการ รายการไม่ลงไม่รู้ จัดเป็นรายการสารคดีเชิงละคร นำเสนอรายการด้วยการสนทนา ละครตลก สลับกับ การบรรยาย และ การสาธิต มีผู้ดำเนินรายการหลัก 1 คน คือ เต๋น ดอกประดู่ และ ผู้ร่วมรายการซึ่งส่วนใหญ่เป็นดาราทลกอีก 2-3 คน มากน้อยต่างกันไปในแต่ละตอน รายการไม่ลงไม่รู้มีโครงสร้างรายการดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงโครงสร้างรายการไม่ลงไม่รู้

ช่วงรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ
ช่วงที่ 1	การสนทนา หรือ ละคร
ช่วงที่ 2	การบรรยาย และ การสาธิต
ช่วงที่ 3	การบรรยาย การสาธิต หรือ ละคร
ช่วงที่ 4	ละคร

ในช่วงที่ 1 มักเปิดรายการด้วยการสนทนา หรือ ใช้ละครเปิดเรื่อง ซึ่งละครที่นำเสนอนี้มักเป็นละครตลกเบาสมอง เพื่อสร้างความบันเทิงและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมโดยผู้ดำเนินรายการรับบทเป็น "นายเต๋น" ซึ่งเป็นตัวละครเอก ส่วนตัวละครอื่น ๆ รับบทโดยดาราทลกคนอื่น ๆ ซึ่งผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปในแต่ละตอน ละครที่นำ

เสนอนี้มักวางโครงเรื่องให้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอในแต่ละตอน เช่น ตอน "คุณก็เสริมสุขภาพ" ตัวละครรับบทเป็นคนงานในร้านขายขนม รวมทั้ง เพื่อน และคนรักของคนงาน เป็นต้น

ในช่วงที่ 2 และ 3 ใช้วิธีการนำเสนอด้วยการบรรยายเนื้อหาวิชาการ ประกอบการสาธิตวิธีการปฏิบัติจริงตัดสลับไปกับละครตลก เพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างความบันเทิงไปพร้อม ๆ กับการให้ความรู้ ผู้บรรยายทำหน้าที่เชื่อมโยงเนื้อหาของละครเข้ากับเนื้อหาสาระทางวิชาการที่นำเสนอในแต่ละตอน โดยใช้วิธีการบรรยายด้วยสำนวนที่เป็นกันเองและสนุกสนานเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความบันเทิง หลังจากนั้นจึงปิดรายการด้วยตอนจบของละคร

หมายเหตุ : ละคร กับ การบรรยาย และ สาธิต อาจตัดสลับกันแตกต่างออกไปในบางตอน แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว มักเริ่มต้น และ จบลงด้วยละคร

4.2.4 **เนื้อหา** รายการไม่ลองไม่รู้นำเสนอเนื้อหาสาระหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับ พืช สัตว์ ประมง หรืออาชีพเสริมรายได้ต่างๆ ที่น่าสนใจ

4.2.5 **อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในกระบวนการผลิตรายการ**

1) อิทธิพลในขั้นตอนการวางแผนการผลิต

รายการไม่ลองไม่รู้มีผู้อุปถัมภ์รายการหลายราย ทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการวางแผนการผลิตรายการได้มากนัก ผู้ผลิตจึงค่อนข้างมีอิสระในการสร้างสรรค์รายการและเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการเอง การคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอนโดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะเป็นผู้คัดเลือกเอง อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้ผลิตจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่โดยตรง และต้องถ่ายทำในสถานที่ของผู้อุปถัมภ์รายการรายนั้น ๆ อีกด้วยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการที่ซื้อโฆษณาแบบเหมารวม (Package) ซึ่งให้เงินทุนสนับสนุนงบประมาณการผลิตรายการ เพื่อแลกเปลี่ยนกับการลงสปอตโฆษณา การสนับสนุนช่วงรายการ และ ยังเรียกร้องให้ผู้ผลิตนำเสนอเนื้อหา

เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนโดยตรงในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรายการในบางตอนอีกด้วย

2) อิทธิพลในขั้นตอนการผลิตรายการ

ผู้ผลิตค่อนข้างมีอิสระในการสร้างสรรค์และผลิตรายการ ยกเว้นในบางตอนที่ต้องนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งจะต้องดำเนินการถ่ายทำในสถานที่ของผู้อุปถัมภ์รายการ และดำเนินรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งมุ่งส่งเสริมการขายสินค้าของตน

4.2.6 อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ

ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการเอง โดยเลือกใช้วิธีการนำเสนอที่ให้ความบันเทิงสูง เช่น มีการนำเสนอด้วยรูปแบบของละครตลก และการบรรยายด้วยท่วงทำนองที่สนุกสนานซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความบันเทิงสูงซึ่งสามารถดึงดูดผู้ชมได้มาก เนื่องจากจำนวนผู้ชมรายการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการให้พิจารณา ลงโฆษณาหรือสนับสนุนรายการเพื่อให้สินค้าหรือบริการของตน ผ่านสายตาผู้ชมซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การนำเสนอด้วยรูปแบบที่มีความบันเทิงนี้สามารถดึงดูดผู้ชมรายการได้หลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร ประชาชนทั่วไปที่สนใจ กลุ่มแม่บ้าน หรือ เด็ก ๆ ที่ชื่นชอบรายการที่สนุกสนาน การดึงดูดผู้ชมรายการได้หลายกลุ่มเช่นนี้ย่อมหมายถึงตลาดที่กว้างซึ่งย่อมเป็นที่ชื่นชอบของผู้อุปถัมภ์รายการ

ในด้านเนื้อหา โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ผลิตค่อนข้างมีอิสระในการกำหนดเนื้อหาสาระและคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอ ยกเว้นในบางตอนที่ผู้อุปถัมภ์รายการบางรายกำหนดให้นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตน ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องทำตามข้อเรียกร้องดังกล่าวเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการ โดยในต่อนั้น ๆ ผู้อุปถัมภ์รายการจะเป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ และกำหนดให้ผู้ผลิตถ่ายทำในสถานที่ของตน ส่งผลให้การนำเสนอรายการในต่อนั้น ๆ เป็นไปเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการมากกว่าที่จะนำเสนอเนื้อหาสาระที่น่าสนใจอย่าง เป็นกลาง

การนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการนี้ มักจะปรากฏในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ เนื่องจากข้อตกลงของการขายโฆษณาแบบเหมารวม (Package) ซึ่งนอกจากจะขายเนื้อที่โฆษณา และสนับสนุนช่วงรายการตามปกติแล้ว ยังนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น จากการศึกษาเทปรายการในเดือนมีนาคมพบว่าการนำเสนอเรื่องรถไถมิตซูบิชิซึ่งเป็นสินค้าของผู้สนับสนุนรายการรายใหม่ ถึง 3 ตอน จากทั้งหมด 4 ตอนต่อ 1 เดือน โดยนำเสนอให้เห็นถึงขั้นตอนการผลิตในโรงงานอย่างละเอียด โดยเน้นว่าเป็นรถไถที่ผลิตในประเทศไทย มีคุณภาพดี แข็งแรง เพื่อให้เกษตรกรผู้รับชมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้า และต้องการใช้สินค้านั้นบ้าง

4.2.7 การโฆษณาแฝง

จากการวิเคราะห์เทปรายการ พบว่า รายการไม่ลองไม่รู้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรายการในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) การสนับสนุนช่วงรายการ

ในตอนต้นและตอนท้ายของแต่ละช่วงรายการมีการนำเสนอภาพตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ และข้อความโฆษณาสั้น ๆ ด้วย เช่น

“ไม่ลองไม่รู้ขอส่งเสริมเกษตรกรไทย ให้ก้าวไกล
ทันโลกไปกับปุ๋ยแห่งชาติ ลูกชิ้นหมูกว้างตุง ไม่ลองไม่รู้ชิมแล้วเยี่ยม
เครื่องยนต์ดีเซลมิตซูบิชิ ทน แรง สะใจสิงห์คะนองนา ร่วมสนับสนุน ”

2) การนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ
ในแปลงถ่ายทำ

มีการนำเสนอภาพสินค้าหรือตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการอย่างชัดเจนในแปลงถ่ายทำเพื่อให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกคุ้นเคยและจดจำตราสินค้าได้ในระหว่างการดำเนินรายการ เช่น ในการสาธิตวิธีการปลูกพืช มีการจัดฉากให้เห็นถุงดินไม่ลองไม่รู้ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายการและถุงปุ๋ยแห่งชาติซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน และสาธิตการหว่านปุ๋ยและใช้ดินไม่ลองไม่รู้ปลูก

พืชให้เห็นอย่างเด่นชัด อีกทั้งยังให้ผู้ร่วมรายการใส่เสื้อและหมวกซึ่งมีตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการหลัก เช่น ป้ายแห่งชาติ รถโตมิตซูบิชิ เป็นต้น นอกจากนี้ระหว่างดำเนินรายการ ยังมีการช้อนกราฟฟิกแสดงตราสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการในกรอบเล็ก ๆ ที่มุมล่างซ้ายของจอเป็นระยะ ๆ อีกด้วย

3) การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการในเนื้อหารายการ

การนำเสนอรายการในบางตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงที่เปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ มักมีการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการและข้อดีของการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในเนื้อหารายการ โดยอาจถูกเป็นละคร หรือปรากฏในบทสนทนา หรือ บทบรรยายก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น ในตอน "บ้านบุรี" มีการผูกโครงเรื่องของละครตลก ให้ตัวละครตัวหนึ่ง (เอ็ดดี้) ไปขอยืมเงิน "เสี่ยเด่น" เพื่อซื้อเครื่องสูบน้ำมิตซูบิชิซึ่งเป็นสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ และกล่าวถึงข้อดีของสินค้านี้ดังกล่าวในละครซึ่งมีใจความตอนหนึ่งว่า

เอ็ดดี้ (รดน้ำต้นบ้านบุรีด้วยเครื่องสูบน้ำมิตซูบิชิ)

: " แหม ยิ่งรดยิ่งมัน เยี่ยมดีจริง ๆ "

เสี่ยเด่น : " โฮโฮ นี่เอ็งกู้เงินเข้ามาเพื่อจะไปซื้อเครื่องมิตซูบิชิ มาฉีดน้ำนี่หรือ "

เอ็ดดี้ : " อ้าว สิงห์คะนองนาใช้สิครับคุณเด่น นีมันได้ประโยชน์เยอะเลยนะ เครื่องเดียวหัวฉีดเดียว ดีกว่าใช้แรงงานเยอะ ๆ ดูลิ น้ำมันลงมาเป็นฝอยแบบธรรมชาติของฝนเลย ต้นไม้ไม่ตาย แล้วก็ไม่ช้ำด้วยครับ "

4) การใช้ผู้ดำเนินรายการในโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ

มีการใช้ผู้ดำเนินรายการของรายการไม่ลองไม่รู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณเด่น ดอกประตู่ มาเป็น Presenter ให้กับสินค้าของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ และนำสัญลักษณ์ของรายการไปติดที่ผลิตภัณฑ์ เช่น ลูกชิ้นหมูวางตุ้ง เป็นต้น โดยมีข้อความโฆษณาว่า "ไม่ลองไม่รู้ ชิมแล้วเยี่ยม" โดยโฆษณานี้เผยแพร่ทั้งในลักษณะของสปอตโฆษณา

ในช่วงเวลาโฆษณาของรายการ และ เผยแพร่ในลักษณะของการสนับสนุนช่วงรายการในเนื้อหารายการ

ภาพรวมของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้อุปถัมภ์รายการมีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ในระดับที่แตกต่างกันออกไปตามประเภทของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการ ดังสรุปได้ดังนี้

1.กระบวนการผลิตรายการ

กระบวนการผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ สามารถแบ่งออกคร่าว ๆ ได้เป็น 2 ขั้นตอน ได้ดังนี้

1) ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ขั้นตอนนี้ครอบคลุมการกำหนดแนวนโยบายการผลิตรายการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการ การหาข้อมูล การคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอน และ การกำหนดสถานที่ถ่ายทำรายการ

2) ขั้นตอนการผลิตรายการ ขั้นตอนนี้ครอบคลุมการดำเนินการผลิตรายการในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ การถ่ายทำรายการ การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการ และ การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการในระดับมากขึ้นแตกต่างกันออกไปตามประเภทของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการ ดังนี้

1.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน ได้แก่ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลายรักน้ำ รายการลูกทุ่ง

เกษตร ซึ่งออกอากาศทางช่อง 5 และ รายการเวทีวาไรตี้ ซึ่งออกอากาศทางช่อง 9 รวม 4 รายการ

1.1.1 ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดเองโดยต้องให้สอดคล้องกับความต้องการและลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีบทบาทเป็นแหล่งข้อมูล และมีอิทธิพลต่อการกำหนดประเด็นหัวข้อที่จะนำเสนอในแต่ละตอน และการคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำรายการ รวมทั้งยังเป็นผู้เขียนบทรายการอีกด้วย

1.1.2 ขั้นตอนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ที่ผู้สนับสนุนรายการเสนอ ผู้สนับสนุนรายการเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการโดยคัดเลือกจากบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรผู้สนับสนุนรายการ เช่น ตัวแทนจำหน่าย ลูกค้า และ พนักงานของบริษัท การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการที่มุ่งส่งเสริมการขายสินค้าของตน

1.2 รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการโดยรัฐ ได้แก่ รายการดินสร้างชีวิต รายการในน้ำมีปลา ออกอากาศทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. รวม 2 รายการ

1.2.1 ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการซึ่งต้องกำหนดให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และหน้าที่ของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นหน่วยราชการ การคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอ ผู้ผลิตเป็นผู้คัดเลือกเองโดยมีผู้สนับสนุนรายการเป็นแหล่งข้อมูล การเขียนบทรายการต้องส่งให้ผู้สนับสนุนรายการตรวจสอบความถูกต้องก่อนบันทึกรายการ

1.2.2 ขั้นตอนการผลิตรายการ ผู้ผลิตต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ของผู้สนับสนุนรายการ และผู้สนับสนุนรายการยังมีบทบาทเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการโดยคัดเลือกจากบุคคลากรขององค์กรผู้สนับสนุนรายการ

1.3 รายงานที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของงบประมาณจากบริษัท ผู้ผลิต มีเพียงรายการเดียว ได้แก่ รายการผู้ใหญ่วัยบ้านดำดี ออกอากาศทางช่อง 9

1.3.1 ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ทีมงานผู้ผลิตมีอิสระค่อนข้างมากในการสร้างสรรค์และวางแผนการผลิตรายการ ทีมงานผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอ คัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอน เขียนบท และคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำเอง โดยได้รับอิทธิพลจากผู้บริหารของบริษัทผู้ผลิตเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นๆ ของบริษัทเท่านั้น เช่น กำหนดให้เปิดเพลงลูกทุ่งของศิลปินในเครือในรายการ เป็นต้น

1.3.2 ขั้นตอนการผลิตรายการ ทีมงานผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพในการดำเนินการถ่ายทำและผลิตรายการได้ตามความเหมาะสม

1.4 รายงานที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณา ได้แก่ รายการไม่ลองไม่รู้ ออกอากาศทางช่อง 9 และ รายการวิถีชาวบ้าน ออกอากาศทางช่อง 5 รวม 2 รายการ

1.4.1 ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการค่อนข้างมีอิสระในการดำเนินงาน โดยเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา รวมทั้งคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำรายการและเขียนบทเอง โดยได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการ โดยในรายการวิถีชาวบ้าน ผู้ผลิตมีอิสระในการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ตามดุลยพินิจของตนส่วนรายการไม่ลองไม่รู้โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ผลิตมีอิสระในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอ และคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอนด้วยตนเอง ยกเว้นในบางตอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการและถ่ายทำในสถานที่ของผู้อุปถัมภ์รายการ

1.4.2 ขั้นตอนการผลิตรายการ โดยส่วนใหญ่แล้วทีมงานผู้ผลิตรายการมีอิสระค่อนข้างมากในการดำเนินการถ่ายทำและผลิตรายการ ยกเว้นในรายการไม่ลองไม่รู้ในบางตอนซึ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งต้องถ่ายทำในสถานที่ของผู้

อุปถัมภ์รายการและดำเนินรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งมุ่งส่งเสริมการขายสินค้าของตน

จากผลการวิจัยดังกล่าว สรุปได้ว่า รายการที่ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการผลิตรายการมากที่สุด ได้แก่ รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในรายการที่ได้รับการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน ซึ่งผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในทุกขั้นตอน และมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิต การถ่ายทำ และการดำเนินรายการ ส่วนรายการที่ได้รับการสนับสนุนรายการโดยรัฐ ผู้สนับสนุนรายการมักจะเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวนโยบายการผลิตโดยรวมในลักษณะของการควบคุมดูแลและตรวจสอบความถูกต้องของบทรายการและการวางแผนการผลิตรายการโดยรวมให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์องค์การผู้สนับสนุนรายการเท่านั้น แต่ในส่วนของ การดำเนินการผลิต ผู้สนับสนุนรายการมักจะไม่ค่อยเข้ามามีบทบาทมากนัก เนื่องจากไว้วางใจในความชำนาญทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการ

ในส่วนของรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต และรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณา ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการน้อยกว่าในรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการมาก เนื่องจากความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการเหล่านี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียว ส่งผลให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ผู้ผลิตจึงค่อนข้างมีอิสระในการดำเนินงาน ยกตัวอย่างเช่น รายการผู้ใหญ่บ้านดำดีซึ่งมีแหล่งรายได้ส่วนหนึ่งจากงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต คือบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัดซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งดำเนินธุรกิจบันเทิงหลายแขนง จึงมีสถานภาพทางการเงินที่มั่นคง จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากภายนอกมากนัก ผู้อุปถัมภ์รายการจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้น้อยมาก อิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการที่ทีมงานผู้ผลิตได้รับจึงมักเป็นอิทธิพลจากเจ้าของสื่อมากกว่าอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการเช่นในรายการอื่น ๆ นอกจากนี้ การที่บริษัทผู้ผลิตเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีธุรกิจหลายแขนง ทำให้ผู้บริหารของบริษัทไม่ค่อยเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดแนวนโยบายการผลิตรายการมากนัก ยกเว้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

อื่น ๆ ของบริษัท เช่น การกำหนดให้เปิดเพลงลูกทุ่งในรายการเพื่อส่งเสริมการขายเทปเพลงของศิลปินลูกทุ่งในสังกัดอาร์ เอส เป็นต้น ทีมงานผู้ผลิตจึงมีอิสระในการดำเนินงานค่อนข้างมาก

สำหรับรายการวิถีชาวบ้านซึ่งมีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณาพบว่า ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้น้อยมาก เนื่องจากการที่มีผู้อุปถัมภ์รายการหลายรายทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ประกอบกับผู้ผลิตมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพสูง จึงมุ่งนำเสนอรายการเพื่อให้ความรู้อย่างเป็นทางการมากกว่าเพื่อเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจแก่ผู้อุปถัมภ์รายการ

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งมีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณาเช่นกัน กลับพบว่า ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาได้มากกว่าในรายการวิถีชาวบ้าน ซึ่งจะสังเกตได้จาก เทปรายการในบางตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ ซึ่งมักจะมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่โดยตรง ซึ่งเป็นผลจากการขายโฆษณาแบบเหมารวม (Package) ซึ่งนอกจากจะขายเนื้อที่โฆษณา และสนับสนุนช่วงรายการตามปกติแล้ว ยังถ่ายทำรายการในบางตอนโดยนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย ทั้งนี้เป็นผลจากการปรับตัวของสื่อซึ่งจำเป็นต้องแสวงหาโฆษณาแข่งขันกับรายการประเภทเดียวกันในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ และมีผู้สนใจอุปถัมภ์รายการน้อยลง ผู้ผลิตรายการจึงจำเป็นต้องเสนอเงื่อนไขที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้อุปถัมภ์รายการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้อุปถัมภ์รายการขยายอิทธิพลจากในชองเนื้อที่โฆษณาเข้ามาในเนื้อหาของรายการเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของตน ปรากฏการณ์เช่นนี้มักพบได้บ่อยในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบัน ซึ่งมีผู้สนใจอุปถัมภ์รายการน้อยลง จึงจำเป็นต้องเสนอเงื่อนไขในลักษณะดังกล่าวเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการ ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากขึ้น

2.รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

2.1 รูปแบบการนำเสนอ

ผลจากการศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ 9 รายการดังกล่าว พบว่า มีรูปแบบการนำเสนอเป็นรายการสารคดีซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1.1 รายการสารคดีเชิงข้อมูล (Informational Documentary)

เน้นที่รูปแบบของการบรรยาย และสัมภาษณ์ซึ่งมีเนื้อหาค่อนข้างหนัก จึงต้องอาศัยความพิถีพิถันทางด้านภาษาภาพและภาษาเสียงเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมสนใจมากยิ่งขึ้น ได้แก่ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการวิถีชาวบ้าน รายการเวทีวาไรตี้ รายการดินสร้างชีวิต รายการในน้ำมีปลา รวม 6 รายการ

2.1.2 รายการสารคดีเชิงละคร (Dramatizal Documentary / Docu-drama)

เน้นการถ่ายทอดความหมายผ่านรูปแบบของการแสดง โดยอาจนำเรื่องจริงมาสร้างบทขึ้นคล้ายละครหรือนำเสนอเรื่องราวผ่านละครสมมติ เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน และ ไม่น่าเบื่อหน่าย ได้แก่ รายการลูกทุ่งเกษตร รายการไม่รู้เรื่อง รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี รวม 3 รายการ

จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่ นิยมใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลซึ่งเน้นเนื้อหาทางวิชาการเป็นหลัก เช่น วิธีการสนทนา บรรยาย และ สัมภาษณ์ ในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และ ความรู้ทางด้านเกษตร มากกว่า วิธีการนำเสนอด้วยละครเบาสบายของรายการสารคดีเชิงละครซึ่งมุ่งให้ความรู้ไปพร้อม กับความบันเทิง เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

ในส่วนของวิธีการนำเสนอรายการ พบว่า มีการใช้วิธีการนำเสนอรายการที่หลากหลายผสมผสานกัน เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมรายการให้ได้มากที่สุดเท่า

ที่จะทำได้ และในขณะเดียวกันก็ตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ ดังจะเห็นได้จากวิธีการนำเสนอรายการในหลายรายการที่มีการกำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ

จากการวิเคราะห์รายการ พบว่า วิธีการนำเสนอรายการที่พบในรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ มี 7 วิธี ได้แก่ การสนทนา บรรยาย สาทิต สัมภาษณ์ ตอบปัญหา ละครตลก และ เพลงลูกทุ่ง ดังสรุปเป็นตารางได้ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อรายการ	วิธีการนำเสนอรายการ							แหล่งเงินทุน อุปถัมภ์รายการ	ลักษณะการดำเนินงาน ธุรกิจ
	สนทนา	บรรยาย	สาธิต	สัมภาษณ์	ตอบ ปัญหา	ละคร	เพลงลูก ทุ่ง		
แผ่นดินทอง	/	/	/	/	-	-	-	บ.พิทสุลิน จก.	จำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อ การเกษตร
ดินรักฟ้าปลารักน้ำ	/	/	/	/	-	-	-	บ.พิทสุลิน จก.	จำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อ การเกษตร
ลูกทุ่งเกษตร	/	/	/	/	/	/	-	บ.เคโมกราฟ จก.	จำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อ การเกษตร
เวทิวไรตี้	/	/	/	/	-	-	/	บ.เคโมกราฟ จก.	จำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อ การเกษตร
ดินสร้างชีวิต	/	/	/	/	/	-	-	กรมพัฒนาที่ดิน	หน่วยราชการ
ในน้ำมีปลา	/	/	/	/	-	-	-	กรมประมง	หน่วยราชการ
ผู้ใหญ่บ้านดำดี	/	/	/	/	/	/	/	บ.อาร์เอสโปรดโมชัน 1992 จก.(ผู้ผลิต) บ.โอสถสภา จก.	(RS)ธุรกิจบันเทิง เช่น เพลง รายการโทรทัศน์ (โอสถสภา)จำหน่ายยา
วิถีชาวบ้าน	/	/	/	/	/	-	-	สินค้าและบริการต่าง ๆ	สินค้าและบริการต่าง ๆ
ไม่ลองไม่รู้	/	/	/	/	-	/	-	สินค้าและบริการต่าง ๆ	สินค้าและบริการต่าง ๆ
รวม	9	9	9	9	4	3	2		

ตารางที่ 10 แสดงวิธีการนำเสนอรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า วิธีการนำเสนอที่พบมากที่สุดได้แก่ การสนทนา การบรรยาย การสาธิต และ การสัมภาษณ์ ที่พบในทุกรายการ เพราะเป็นวิธีการนำเสนอที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้ละเอียด ชัดเจน ทำให้เข้าใจและจดจำได้ง่าย ทำให้ผู้ชมสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ ซึ่งวิธีการนำเสนอเหล่านี้สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของรายการในการจัดสรรข่าวสารและความรู้ จูงใจและกระตุ้นให้มีการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี

- การสนทนา มักใช้ในช่วงเปิดและปิดรายการเพื่อเกริ่นนำหรือสรุปเนื้อหาที่จะนำเสนอ นอกจากนี้ยังใช้เพื่อเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของรายการเข้าด้วยกัน โดยมักนำบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น พิธีกรที่เป็นที่รู้จักกันดี ดารา หรือ ตลกอาชีพ มาเป็นผู้ดำเนินรายการ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชม และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของรายการซึ่งจัดเป็นรายการเพื่อการศึกษาไม่ให้อึดอัดจนเกินไป เช่น ในรายการเวทีวาไรตี้ ซึ่งใช้ตลกอาชีพเป็นผู้ดำเนินรายการควบคู่ไปกับนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้ ในบางรายการยังมีการสร้างบุคลิกของพิธีกรให้มีลักษณะใกล้เคียงกับบุคคลที่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ดีขึ้น เช่น "ผู้ใหญ่บ้านดำดี" ในรายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ซึ่งเปรียบเสมือนผู้นำความคิดในชุมชน หรือ "ลุงยูย" ในรายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งเปรียบเสมือนญาติหรือเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นคนใกล้ชิดตัวที่หวังดีคอยบอกกล่าวถึง ความรู้หรือเทคนิควิธีใหม่ๆที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกคุ้นเคย ไว้วางใจและเชื่อถือ ทำให้รายการน่าติดตามยิ่งขึ้น

- การบรรยาย มักใช้เมื่อต้องการนำเสนอเนื้อหาสาระที่สำคัญ และมีรายละเอียดมาก หรือเพื่อสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาสาระที่นำเสนอเพราะเป็นวิธีการที่สามารถนำเสนอสารได้รวดเร็ว สั้น กระชับ ได้ใจความ และ เข้าใจง่าย เช่น ในรายการแผ่นดินทอง ตอน "มะระ" ใช้การบรรยายเสนอส่วนที่เป็นรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการปลูกมะระ ตั้งแต่ ลักษณะของมะระ การเตรียมดิน วิธีปลูก การบำรุงรักษาและการป้องกันกำจัดศัตรูพืช รวมทั้งสูตรสารเคมีที่ต้องใช้ เพื่อให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการปลูกมะระให้ผู้ชมเข้าใจก่อนที่จะนำเสนอรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ หรือ ในตอนท้ายของรายการวิถีชาวบ้าน มีการใช้วิธีการบรรยายสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาสาระที่ได้นำเสนอไปในตอนนั้น ๆ ส่วนในรายการไม่ลองไม่รู้ ใช้การบรรยายนำเสนอเนื้อหาความรู้ และเชื่อมโยงละครตลกที่

นำเสนอให้เข้ากับเนื้อหาสาระ นอกจากนี้ยังใช้ท่วงทำนองการพูดที่สนุกสนานในการบรรยาย เพื่อสร้างความบันเทิงและดึงดูดความสนใจอีกด้วย

- การสาธิตหรือการแสดงการปฏิบัติจริง มักใช้เพื่อต้องการให้เห็นกิจกรรมอย่างชัดเจน เพื่อให้เข้าใจ จดจำง่าย และนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในรายการประเภทนี้ เพราะต้องสาธิตวิธีการปลูกและบำรุงรักษามลิตผลอย่างละเอียดชัดเจน เพื่อเป็นตัวอย่างให้เกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ เช่น การสาธิตวิธีเก็บเกี่ยว ตัดแต่งผลผลิตให้ได้คุณภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ วิธีการนำเสนอด้วยการสาธิตนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการสามารถนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดของผู้อุปถัมภ์รายการได้ง่ายอีกด้วย ดังจะเห็นได้จาก การสาธิตการใช้สินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ ในรายการสารคดีการเกษตรหลายรายการ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความคุ้นเคย และ จดจำตราสินค้าได้

- การสัมภาษณ์ มักใช้เพื่อให้ข้อมูล ความคิดเห็นจากผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้ที่นำเสนอ เช่น สอบถามวิธีการ หรือ เคล็ดลับการปลูกพืชให้ได้ผลดีจากเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ เกษตรอำเภอบาง หรือ นักวิชาการด้านการเกษตร เป็นต้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ กระตุ้นความสนใจ และจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือ ปฏิบัติตาม ตัวอย่างเช่น ในรายการ ดินสร้างชีวิต ในช่วง "หมอดินเพื่อนเกษตรกร" ซึ่งต้องการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรรู้จัก และเข้าใจ หน้าที่ของ "หมอดิน" หรือ ผู้ให้ความรู้ด้านการปรับปรุงบำรุงดินแก่เกษตรกร ก็ใช้วิธีการสัมภาษณ์ "หมอดินอาสา" (เกษตรกรที่สมัครเข้าร่วมโครงการ หมอดินอาสา ซึ่งจะได้รับการอบรมความรู้ด้านการปรับปรุงบำรุงดินเพื่อนำไปพัฒนาที่ดินของตนเองและเผยแพร่ความรู้แก่คนในท้องถิ่น) ถึงข้อดีหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ เพื่อจูงใจให้เกษตรกรผู้รับชมที่มีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของดินเข้าไปปรึกษากับหมอดินในพื้นที่ของตน หรือถึงขั้นสมัครเป็นหมอดินอาสา

เนื่องจากคุณสมบัติเด่นในการจูงใจของการสัมภาษณ์ ทำให้รายการสารคดีการเกษตรหลายรายการนำการสัมภาษณ์ไปใช้ในเพื่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น ใช้วิธีการถามนำเพื่อให้เกษตรกรผู้ให้สัมภาษณ์พูดถึงข้อดีของปุ๋ย หรือ ยาฆ่าแมลงที่ใช้ ซึ่งก็มักจะเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ หรือ สัมภาษณ์นักวิชาการการเกษตรของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ เพื่อเปิดโอกาสให้แนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัท

เป็นต้น รายการที่ใช้วิธีการนำเสนอเช่นนี้ เช่น รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลา
รักน้ำ รายการลูกทุ่งเกษตร รายการเวทิวไรตี้ เป็นต้น

วิธีการนำเสนอที่พบมากเป็นอันดับที่สอง ได้แก่ การตอบปัญหาเพราะ
เป็นวิธีการนำเสนอที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการได้เข้ามามีส่วนร่วม ทำให้นำติดตาม และ
สามารถให้ข้อมูลในเรื่องที่ผู้ชมอยากทราบได้ตรงประเด็น

วิธีการนำเสนอที่พบเป็นอันดับที่สาม คือ ละครเบาสมอง เพราะเป็นวิธี
การนำเสนอที่มีความบันเทิงซึ่งจะดึงดูดความสนใจได้มาก ในขณะที่เดียวกันก็สามารถสอด
แทรกสาระเข้าไปได้ด้วย การสร้างอารมณ์ขันในละครจะช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจาก
สาระที่นำเสนอในแต่ละตอน ทำให้ผู้ชมได้รับทั้งสาระและความบันเทิง นอกจากนี้ การวาง
แก่นของเรื่องเค้าโครงเรื่อง รวมทั้ง บุคลิกของผู้แสดง ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและ ลักษณะ
ของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ยังทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วม เพราะตัวแสดง สถานที่ และเรื่องราวที่
นำเสนอล้วนแต่เป็นสิ่งที่ใกล้ตัว ทำให้เข้าใจเรื่องราวได้ดี เช่น ละครเบาสมองที่นำเสนอใน
รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ตัวแสดงก็คือ ผู้ใหญ่บ้าน และชาวบ้าน หรือ ในรายการไม่ลองไม่รู้
ตัวแสดงก็มักได้รับบทเป็น เกษตรกร ชาวบ้าน หรือคนงาน เป็นต้น

วิธีการนำเสนอที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ การเปิดมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง
ซึ่งมักเปิดต้นระหว่างช่วงรายการ 1-2 เพลง เพื่อดึงดูดความสนใจและให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม
รายการ อีกทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งเป็นบริษัทเทปเพลงอีก
ด้วย

ผลการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์
ทั้ง 9 รายการ พบว่า วิธีการนำเสนอที่พบมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ การสนทนา บรรยาย
สารคดี และ สัมภาษณ์ ซึ่งพบในทุกรายการ รองลงมา ได้แก่ การตอบปัญหา ละครตลก
และ เพลงลูกทุ่ง ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า รายการสารคดีที่ให้ความรู้ด้านการเกษตรและ
เสริมอาชีพส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักใช้วิธีการนำเสนอสอดคล้องกับวิถีชีวิตและ
ความสนใจจากผู้ชม โดยวิธีการนำเสนอนั้น สามารถจัดสรรข่าวสาร ความรู้ สร้างความ
สนใจ ชูใจหรือโน้มน้าวใจให้ปฏิบัติตามได้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายการประเภทนี้
ซึ่งจัดเป็นรายการเพื่อการศึกษาและพัฒนา

อย่างไรก็ดี จากตารางที่ 10 ยังแสดงให้เห็นว่า รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการของรายการสารคดีการเกษตรหลายรายการได้กำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการ ภาพลักษณ์ และลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น รายการในน้ำมีปลาซึ่งเป็นรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นองค์กรภาครัฐ มีรูปแบบการนำเสนอเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูลซึ่งเน้นวิธีการนำเสนอที่เน้นการให้ความรู้ทางวิชาการมากกว่าให้ความบันเทิง เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการที่เป็นหน่วยงานราชการ รายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งเป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา มีรูปแบบการนำเสนอเป็นรายการสารคดีเชิงละคร ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความบันเทิงสูงเพื่อดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ รายการผู้ใหญ่บ้านคำดีซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากบริษัทอาร์เอส โปรโมชั่น 1992 จำกัดซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต มีการนำเสนอเพลงลูกทุ่งในรายการเพื่อส่งเสริมการขายเทปเพลงลูกทุ่งของศิลปินในเครือ อาร์ เอส เป็นต้น

รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการเหล่านี้ ผู้ผลิตรายการเป็นผู้กำหนดเองโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้อุปถัมภ์รายการส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดรูปแบบและวิธีการนำเสนอของรายการมากนัก ยกเว้นในรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชนซึ่งผู้สนับสนุนรายการมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอรายการในทุกขั้นตอน โดยเข้ามามีบทบาทเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการ หรือแม้กระทั่งเป็นผู้ดำเนินรายการเอง นอกจากนี้ ยังเข้ามาควบคุมการดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการเป็นไปตามความต้องการของตน เช่น ขอร้องให้ผู้ร่วมรายการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และข้อดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของตนในรายการ เป็นต้น ทำให้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรายการ ทำให้รายการมีลักษณะไม่ต่างจากรายการสารพาณิชย์ (Informercial) ซึ่งมุ่งส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการมากกว่าที่จะให้ความรู้อย่างเป็นทางการแก่ผู้ชม

2.2 เนื้อหา

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ สามารถจำแนกรายการออกเป็นกลุ่มตามลักษณะเนื้อหาที่นำเสนอได้ดังนี้

2.2.1 รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ พืช ศัตรูพืช และ วัตถุประสงค์

นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการปลูกและบำรุงรักษาพืชไร่ พืชสวน ให้ได้ผลดีโดยเน้นหนักด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับศัตรูพืชและโรคพืชที่มักเกิดกับพืชชนิดนั้น ๆ รวมทั้งการบำรุงพืช เร่งผลผลิต และกำจัดศัตรูพืช โรคพืช ด้วยสารเคมีซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ รายการที่นำเสนอเนื้อหาประเภทนี้ ได้แก่ รายการเวทีวาไรตี้ แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลูกน้ำ และ รายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งแพร่ภาพทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 รวมทั้งสิ้น 4 รายการ

2.2.2 รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่มผลผลิต

รายการประเภทนี้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่มผลผลิต ลักษณะของดินในพื้นที่ต่างๆและพืชที่เหมาะสมกับสภาพดินในพื้นที่นั้น วิธีการปรับปรุงบำรุงดินและรักษาน้ำดิน รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมทราบถึงโครงการต่าง ๆ ของกรมพัฒนาที่ดินที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกร เช่น โครงการขยายพันธุ์กล้าหญ้าแฝก โครงการขยายพันธุ์พืชบำรุงดิน โครงการหมอดินอาสา เป็นต้น รายการที่นำเสนอเนื้อหาประเภทนี้มีเพียงรายการเดียว ได้แก่ รายการดินสร้างชีวิต ซึ่งแพร่ภาพทางช่อง 9

2.2.3 รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการประมง

นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับ การประมงทะเล การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำทั้งน้ำจืดและน้ำกร่อย การใช้ประโยชน์จากสัตว์น้ำ และการแปรรูปสัตว์น้ำ ความรู้ทางวิชาการ งานค้นคว้าวิจัย เทคนิค และ เทคโนโลยีสมัยใหม่ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออก การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การทำประมง การแปรรูป การตลาด การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพของสินค้าสัตว์น้ำ เพื่อพัฒนาอาชีพประมง รายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระประเภทนี้มี 1 รายการ ได้แก่ รายการโนน้ำมีปลาซึ่งแพร่ภาพทางช่อง 9

2.2.4 รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ พืช สัตว์ ประมง อาชีพเสริม และความรู้เบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

นำเสนอเนื้อหาหลายด้าน ทั้งพืช สัตว์ ประมง อาชีพเสริม และความรู้เบ็ดเตล็ดอื่น ๆ รายการนำเสนอเนื้อหาสาระหลายด้านเช่นนี้ ได้แก่ รายการไม่ลองไม่รู้

และ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ซึ่งแพร่ภาพทางช่อง 9 และ รายการวิถีชาวบ้านซึ่งแพร่ภาพทางช่อง 5 รวม 3 รายการ

จากผลการวิจัย สามารถสรุปประเภทเนื้อหาสาระที่นำเสนอในรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์เป็นตารางได้ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงประเภทเนื้อหาสาระที่นำเสนอในรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

ชื่อรายการ	เนื้อหาสาระที่นำเสนอ	แหล่งข้อมูล	แหล่งเงินทุนอุปถัมภ์
แผ่นดินทอง (ช่อง 5)	การบำรุงรักษาพืชให้ได้ผล ผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของ ผู้สนับสนุนรายการ	ผู้สนับสนุนรายการ	บริษัทพิพุลินจำกัด (จำหน่ายเคมีภัณฑ์ เพื่อการเกษตร)
ดินรักฟ้า ปลารักน้ำ (ช่อง 5)	การบำรุงรักษาพืชให้ได้ผล ผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของ ผู้สนับสนุนรายการ	ผู้สนับสนุนรายการ	บริษัทพิพุลินจำกัด (จำหน่ายเคมีภัณฑ์ เพื่อการเกษตร)
ลูกทุ่งเกษตร (ช่อง 5)	การบำรุงรักษาพืชให้ได้ผล ผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของ ผู้สนับสนุนรายการ	ผู้สนับสนุนรายการ	บริษัทเคโมกราฟจำกัด (จำหน่ายเคมีภัณฑ์ เพื่อการเกษตร)
เวทีวาไรตี้ (ช่อง 9)	การบำรุงรักษาพืชให้ได้ผล ผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของผู้ สนับสนุนรายการ	ผู้สนับสนุนรายการ	บริษัทเคโมกราฟจำกัด (จำหน่ายเคมีภัณฑ์ เพื่อการเกษตร)
ดินสร้างชีวิต (ช่อง 9)	วิธีการพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่ม ผลผลิต และประชาสัมพันธ์ โครงการและงานวิจัยของ กรมพัฒนาที่ดิน	ผู้สนับสนุนรายการ	กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยราชการ)
ในน้ำมีปลา (ช่อง 9)	ความรู้ทางวิชาการ งาน วิจัยและโครงการต่าง ๆ ของ กรมประมง	ผู้สนับสนุนรายการ	กรมประมง (หน่วยราชการ)
ผู้ใหญ่บ้านคำดี (ช่อง 9)	พืช สัตว์ ประมง และ อาชีพเสริมรายได้	วารสาร นิตยสารต่าง ๆ หน่วยราชการ บุคคล	RS (ผู้ผลิต ประกอบ ธุรกิจบันเทิง เช่น เพลง) บ.โอสถสภา จก. (จำหน่ายยา)
วิถีชาวบ้าน (ช่อง 5)	พืช สัตว์ ประมง และ อาชีพเสริมรายได้	วารสาร นิตยสารต่าง ๆ หน่วยราชการ บุคคล	สินค้าและบริการต่าง ๆ
ไม่ลองไม่รู้ (ช่อง 9)	พืช สัตว์ ประมง และ อาชีพเสริมรายได้	วารสาร นิตยสารต่าง ๆ หน่วยราชการ บุคคล	สินค้าและบริการต่าง ๆ

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่ารายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ นำเสนอเนื้อหาสาระที่ตอบสนองต่อความต้องการของทั้งกลุ่มผู้ชมที่ประกอบอาชีพทางด้าน การเกษตรและกลุ่มประชาชนทั่วไป กล่าวคือ มีการนำเสนอทั้งเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการ ประกอบอาชีพด้านการเกษตร และ เนื้อหาสาระเกี่ยวกับอาชีพเสริมรายได้ที่น่าสนใจอื่น ๆ ที่น่า จะเป็นประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไปที่สนใจ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และ อัตราการว่างงานสูง ทำให้มีผู้สนใจการประกอบอาชีพด้านการเกษตรและอาชีพเสริมรายได้เพิ่มมากขึ้น เนื้อหาสาระที่น่าสนใจจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมรายการ

นอกจากนี้ ยังพบว่า มีรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดีและป้องกันและกำจัดศัตรูพืชด้วยสารเคมีมากกว่ารายการที่เนื้อหา สาระเกี่ยวกับการพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่มผลผลิตมาก แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของการส่งเสริมให้ เกษตรกรเพิ่มผลผลิตด้วยสารเคมีซึ่งอาจส่งผลเสียต่อดินในระยะยาวมากกว่าการให้ความรู้ เกี่ยวกับการปรับปรุงบำรุงดิน และ พัฒนาที่ดินด้วยวิธีธรรมชาติ อันเป็นผลมาจากอิทธิพล ของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกษตรเคมี

จากตารางที่ 11 ยังแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตร ทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์และความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนราย การซึ่งผู้สนับสนุนรายการหลักมีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการอย่าง มาก จึงสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและ เนื้อหาของรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของตนได้มาก เช่น รายการแผ่นดินทองนำ เสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการปลูกและบำรุงรักษาพืชให้ได้ผลผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของผู้ สนับสนุนรายการ โดยเน้นการนำเสนอประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการปลูกพืชนอกฤดูซึ่งจำเป็น ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการเป็นจำนวนมาก เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของ บริษัทผู้สนับสนุนรายการหลักซึ่งเป็นบริษัทเอกชนที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเกษตรเคมี รายการ ในน้ำมีปลาซึ่งมีกรมประมงซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนรายการก็นำเสนอเนื้อหา สาระเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาการเพื่อพัฒนาอาชีพประมง งานวิจัย และ โครงการต่าง ๆ ของ กรมประมง เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ชมไปพร้อม ๆ กับการสร้างภาพลักษณ์อันดีและประชาสัมพันธ์ ชื่อเสียงและบทบาทหน้าที่ของกรมประมงให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการนี้ สามารถทำได้ทั้งโดยตรง เช่น มีส่วนในการคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอและเขียนบทให้แก่รายการ ดังที่ปรากฏในรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นบริษัทเอกชนหรือเข้ามามีอิทธิพลโดยอ้อม เช่น เป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ และเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของบทรายการ ก่อนถ่ายทำ ดังที่ปรากฏในรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐ เป็นต้น

ส่วนรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต และรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณา ที่ทีมงานผู้ผลิตรายการค่อนข้างมีอิสระในการกำหนดประเด็นเนื้อหา เพราะความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการไม่ได้ฝากไว้กับผู้สนับสนุนรายการรายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียว จึงไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการได้มากนัก อย่างไรก็ตาม พบว่า ในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณา เช่น รายการไม่ลองไม่รู้ มีการปรับตัวเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการด้วยวิธีการขายโฆษณาแบบเหมารวม (Package) ซึ่งนอกจากจะขายพื้นที่ในช่วงเวลาโฆษณาแล้วยังเปิดโอกาสให้ผู้อุปถัมภ์รายการขายอิทธิพลเข้ามาในระหว่างดำเนินรายการด้วยการเป็นผู้สนับสนุนช่วงรายการ อีกทั้งยังนำเสนอเนื้อหาบางตอนซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการบางรายโดยตรงอีกด้วย ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการบางรายสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการในบางตอนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ ทั้งนี้เนื่องจาก สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้ผู้สนใจลงโฆษณาและสนับสนุนรายการน้อยลง ในขณะที่รายการสารคดีการเกษตรมีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่งผลรายการต้องปรับตัวโดยเสนอเงื่อนไขที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้อุปถัมภ์รายการมากขึ้น ทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากขึ้น

ผลการวิจัยนี้ สรุปได้ว่า รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่ได้ปรับให้สอดคล้องกับความต้องการและผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการ ซึ่งผู้สนับสนุนรายการหลักมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการเพราะเป็นแหล่งรายได้หลักเพียงทางเดียว จึงสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการให้สอดคล้องกับความต้องการและผลประโยชน์ของตนได้อย่างเต็มที่

3. การโฆษณาแฝง

การที่ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ ส่งผลให้รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์หลายรายการมีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลางในลักษณะของการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการในระหว่างดำเนินรายการ ดังสรุปเป็นตารางได้ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 แสดงรูปแบบของการโฆษณาแฝงในรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

ชื่อรายการ	รูปแบบของการโฆษณาแฝงในรายการ					
	สนับสนุนช่วงรายการ	นำเสนอภาพผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการในแปลงถ่ายทำ	กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการในเนื้อหา	ซ่อนตัวอักษรแสดงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของผู้อุปถัมภ์รายการ	ใช้ผู้ดำเนินรายการในการโฆษณาส่งผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ	เปิดเพลงของศิลปินในสังกัดบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการในรายการ
แผ่นดินทอง	/	/	/	/	-	-
ดินรักฟ้าปลารักน้ำ	/	/	/	/	-	-
ลูกทุ่งเกษตร	/	/	/	/	-	-
เวทีวาไรตี้	/	/	/	/	-	/
ดินสร้างชีวิต	/	-	-	-	-	-
ในน้ำมีปลา	/	-	-	-	-	-
ผู้ใหญ่บ้านคำดี	/	-	-	-	-	/
วิถีชาวบ้าน	/	-	-	-	-	-
ไม่ลองไม่รู้	/	/	/	-	/	-

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า รายการเวทิวไรตี้ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรกรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งเป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน และ รายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งเป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝง เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการเป็นจำนวนมาก ในขณะที่รายการดินสร้างชีวิตและรายการในน้ำมีปลาซึ่งเป็นรายการที่มีองค์กรภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนรายการ รายการผู้ใหญ่น้ำดำดีที่มีบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด และบริษัทโอสถสภา เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต รวมทั้ง รายการวิถีชาวบ้านซึ่งมีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงน้อยมาก

ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ ดังสรุปได้ดังนี้

การใช้ประโยชน์จากรายการสารคดีโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ

1. ผู้อุปถัมภ์รายการภาครัฐและองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร

ผู้อุปถัมภ์รายการประเภทนี้มักจะทำให้ความอุปถัมภ์ทางการเงินแก่รายการเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร มากกว่าที่จะมุ่งส่งเสริมการขายสินค้า รายการที่มีผู้อุปถัมภ์รายการประเภทนี้จึงมักไม่ค่อยปรากฏการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงมากนัก เช่น กรมพัฒนาที่ดินซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการดินสร้างชีวิต กรมประมงซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการในน้ำมีปลา บริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด และ บริษัทโอสถสภา จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตรายการผู้ใหญ่น้ำดำดี ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนที่สนับสนุนรายการเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร เป็นต้น

2. ผู้อุปถัมภ์รายการภาคเอกชนซึ่งเป็นองค์กรที่ประกอบการเพื่อหวังผลกำไร

ผู้อุปถัมภ์รายการประเภทนี้มักจะอุปถัมภ์รายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการของตน และใช้รายการสารคดีการเกษตรที่ตนให้ความสนับสนุนทางการเงินเป็นช่องทางส่งเสริมการตลาดของตนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จึงมักเข้ามามีอิทธิพลต่อ

กระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการซึ่งส่งผลให้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บริษัทพิทสุลิน จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการแผ่นดินทอง และรายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ บริษัทเคโมกราฟ จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการลูกทุ่งเกษตร และรายการเวทีวไรตี้ หรือ สินค้าและบริการต่าง ๆ เช่น นุ้ยแห่งชาติ พระราม 9 พลาซ่า เครื่องยนต์ดีเซลมิตซูบิชิ ซึ่งเป็นผู้อุปถัมภ์รายการไม่ลองไม่รู้ ซึ่งนอกจากจะลงสปอตโฆษณาในช่วงโฆษณาของรายการแล้ว ยังใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในช่วงเนื้อหาของรายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของตนอีกด้วย

สำหรับสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้อุปถัมภ์รายการวิถีชาวบ้าน จัดได้ว่าเป็นผู้อุปถัมภ์รายการภาคเอกชนที่ให้ความอุปถัมภ์ทางการเงินแก่รายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าเช่นเดียวกัน แต่การที่องค์กรผู้ผลิตมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพสูงและมีนโยบายรักษาภาพลักษณ์ของรายการให้เป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้และเป็นกลางแก่ผู้ชมมากกว่าที่จะส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ ส่งผลให้มีการจำกัดอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการไว้ในเนื้อหาโฆษณา มากกว่าที่จะนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงในเนื้อหาของรายการ ทำให้รายการวิถีชาวบ้านมีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงน้อยมาก

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้อุปถัมภ์รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักจะเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ส่งผลให้รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์หลายรายการตอบสนองต่อความต้องการและผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการอย่างเห็นได้ชัด สำหรับระดับของอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์นั้นมีระดับมากน้อยแตกต่างกันออกไปในแต่ละรายการ เนื่องจากปัจจัยต่างๆทั้งภายนอกและภายในองค์กรผู้ผลิตรายการ ซึ่งจะได้กล่าวถึงอย่างละเอียดในบทต่อไป