

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “บทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษตร ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” มีจุดมุ่งหมายในการชี้ให้เห็นว่าบทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษตรคืออะไร โดยนำผลการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ มาเป็นตัวเชื่อมโยงเพื่อแสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นสื่อกลางเหล่านั้น

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participatory Observation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการ และรูปแบบการนำเสนอ นอกจากนี้ ยังใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการศึกษารายการเพื่อคนเกษตร ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ.2545 เป็นจำนวน 20 ตอน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเทปวิดีโอรายการดังกล่าวร่วมด้วย เพื่อข้อมูลที่ได้ทั้งหมด จะทำให้สามารถวิเคราะห์ถึงบทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษตรได้ครบสมบูรณ์ที่สุด

โดยผลจากการวิเคราะห์ที่ได้นำเสนอไปแล้วนั้น สามารถนำมาสู่ข้อสรุปต่างๆ และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการเพื่อคนเกษตร

ก่อนทำการวิจัย ผู้วิจัยได้สันนิษฐานว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการเพื่อคนเกษตร คือภาครัฐ และผู้ผลิตรายการ แต่จากการศึกษาวิจัย โดยใช้กรอบแนวคิดแบบจำลองเพื่อการวิจัยทางการสื่อสารของ BRUCE H. WESTLY และ MALCOLM S. MacLEAN ที่ดัดแปลงโดย Denis McQuail แล้ว พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการมีอยู่ 3 ปัจจัยคือ

1. ภาครัฐ

ภาครัฐนั้นถือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยทางตรงนั้น มาจากการที่ภาครัฐ โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เข้ามาสนับสนุนทางด้านเงินทุน ให้กับรายการ จึงมีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ต้องการได้โดยตรง

ส่วนทางอ้อมนั้น เนื่องมาจากความเคลื่อนไหวต่างๆ ในวงการเกษตร ส่วนใหญ่จะมีแหล่งที่มาจากภาครัฐ จึงทำให้หลีกเลี่ยงไม่พ้นที่รายการจะต้องนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้น

ตำแหน่งต่างๆ ทางสังคมในวงการเกษตรที่มีความเกี่ยวข้องกับการเมืองของคุณจุฬารัตน์ นิรติศยกุล ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีผลให้คุณจุฬารัตน์ได้รับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในส่วนของภาครัฐ และนำมาเสนอในรายการโดยไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งก็เป็นอิทธิพลในการกำหนดให้เนื้อหาของรายการนำเสนอเรื่องราวของภาครัฐโดยทางอ้อมอีกเช่นกัน

และบางครั้งด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างคุณจุฬารัตน์ เจ้าของบริษัทกับหน่วยงานรัฐ ก็ทำให้มีการขอความอนุเคราะห์ ช่วยนำข้อมูลต่างๆ มาออกอากาศให้ด้วย เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน หรือนำผู้บริหารมาเป็นแขกรับเชิญในรายการให้ด้วย เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคย และสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้บริหาร ซึ่งทางรายการก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ จุดนี้จึงถือเป็นอิทธิพลโดยอ้อมจากภาครัฐอีกเช่นกัน ที่มีผลต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการให้นำเสนอเรื่องของภาครัฐ

2. ผู้ผลิตรายการ

ผู้ผลิตรายการเพื่อคนเกษตร ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาจากรัฐ เนื่องจากผู้ผลิตรายการต้องเป็นผู้ควบคุมการผลิตทั้งหมดของรายการ เป็นผู้กำหนดทิศทางของรายการว่าจะให้รายการมีบทบาท มีบุคลิกภาพแบบไหน และภาพรวมของรายการเป็นอย่างไร เพียงแต่ไม่สามารถกำหนดเนื้อหาได้มาก เนื่องจากส่วนใหญ่ถูกกำหนดมาจากภาครัฐ

3. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีส่วนในการกำหนดเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีในช่วงไตเติ้ลรายการ และการกำหนดรูปแบบฉาก ที่ต้อง มีการเปลี่ยนแปลงทุกปี

โดยข้อสังเกตที่น่าสนใจก็คือ กลุ่มผู้ชมรายการซึ่งเป็นองค์ประกอบสุดท้ายของ กระบวนการสื่อสาร และเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตรายการคำนึงถึงในการผลิตรายการด้วย เนื่องจาก วัตถุประสงค์ข้อหนึ่งของรายการระบุว่า เพื่อสะท้อนปัญหาและภาวะความเป็นอยู่ของเกษตรกร กลับไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการเลย

รูปแบบการนำเสนอของรายการเพื่อคนเกษตร

ส่วนรูปแบบของรายการนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการโทรทัศน์ มาเป็น เกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบต่างๆ ของรายการ ดังนี้

1. รูปแบบนิตยสาร

เป็นรูปแบบที่มีโครงสร้างเนื้อหาต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1.1 ช่วงที่ 1 ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ซึ่งเป็นการรายงานข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในแวดวงเกษตร
- 1.2 ช่วงที่ 2 ช่วงข้อมูลการตลาด ซึ่งเป็นการรายงานราคาสินค้าทาง การเกษตร ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค
- 1.3 ช่วงที่ 3 ช่วงเกษตรสนทนา ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญเกี่ยวกับ ประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจในวันนั้นๆ
- 1.4 ช่วงที่ 4 พยากรณ์อากาศเกษตร ซึ่งเป็นการรายงานสภาพอากาศที่มี ผลต่อการเกษตร
- 1.5 ช่วงที่ 5 ปฏิทินพาณิชย์ ซึ่งเป็นการรายงานข้อมูลทางพาณิชย์ต่างๆ

อย่างไรก็ตามทั้ง 5 ช่วงรายการนี้ถือเป็นโครงสร้างเนื้อหาในอุดมคติของผู้ผลิตรายการที่ต้องการมีให้ครบทุกช่วง แต่ด้วยปัญหาเรื่องเงินทุนในการผลิต ผู้ผลิตรายการจึงไม่สามารถนำเสนอได้ครบทุกช่วงและทุกวัน ซึ่งในความเป็นจริง เนื้อหาในช่วงต่างๆ ก็จะมีการนำเสนอสลับสับเปลี่ยนกันไปตามความเหมาะสม โดยมีช่วงข่าวเกษตรประจำวันและช่วงเกษตรสนทนา เป็นช่วงหลักที่ต้องนำเสนอทุกวัน

2. รูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่

เป็นการนำเทปบันทึกภาพการจัดอภิปรายนอกสถานที่ ในชุมชนของชาวบ้าน โดยเป็นการสนทนาระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ และชาวบ้านร่วมกัน อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์ของการจัดอภิปรายนอกสถานที่คือการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และผู้บริหารขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน

3. รูปแบบสารคดี

ซึ่งรูปแบบการนำเสนอของสารคดีจะเป็นสารคดีเต็มรูปแบบเลย ไม่มีผู้ดำเนินรายการ บรรยายเรื่องด้วยภาพตลอด

เนื้อหาของรายการเพื่อคนเกษตร

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการศึกษาเนื้อหาของรายการเพื่อคนเกษตร เดือนธันวาคม พ.ศ.2545 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 20 ตอน

ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการเพื่อคนเกษตร ในเดือนธันวาคม ทั้งช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ทำให้เห็นว่าเนื้อหาของรายการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการพูดถึงเนื้อหาต่างๆ ของภาครัฐเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบอกเล่าผลการประชุม การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์เชิงบวก ในโครงการและหน่วยงานต่างๆ อีกทั้งแหล่งที่มาของข่าวและบุคคลที่เป็นแขกรับเชิญในรายการ ก็มีสัดส่วนเกินครึ่งที่มาจากฝ่ายของภาครัฐ ทำให้มองเห็นว่าภาครัฐได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมาก ต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม

บทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษต

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรายการ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหารายการแล้ว สามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยภาครัฐนั้น ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อเนื้อหาของรายการอย่างมาก โดยจะเห็นได้จากผลการศึกษาเนื้อหารายการ ที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ และแหล่งที่มาจากรัฐเป็นสัดส่วนเกินครึ่ง

ผลสรุปที่ได้ เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแบบจำลองเพื่อการวิจัยทางการสื่อสารของ BRUCE H. WESTLEY และ MALCOLM S. MacLEAN ที่ดัดแปลงโดย Denis McQuail (2000 : 68) แล้ว จะเห็นได้ว่ารายการเพื่อคนเกษต เปรียบได้กับสื่อมวลชน (Media) ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ผู้ที่เป็นแหล่งข่าว (Source) หรือตัวตั้งตัวตี (Advocate) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ไปยังกลุ่มเกษตกร เจ้าหน้าที่รัฐ ที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย โดยไม่มีลักษณะของการส่งผ่าน ข้อมูลจากผู้ชม หรือกลุ่มเกษตกรกลับมายังภาครัฐเลย

และเมื่อพิจารณาถึงบทบาทในการเป็นสื่อกลางต่างๆ โดยพิจารณาจากแนวคิดบทบาทการเป็นสื่อกลางของ Denis McQuail (2000 : 66) แล้ว ก็สามารถกล่าวได้ว่ารายการเพื่อคนเกษต เล่นบทบาทดังต่อไปนี้

1. บทบาทในการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐ
2. บทบาทในการคัดเลือกข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐมาสู่ประชาชน
3. บทบาทในการเป็นผู้ตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
4. บทบาทในการเชื่อมโยงคนกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกัน
5. บทบาทในการเปิดประสบการณ์ด้านการเกษตให้กับผู้ชมรายการ
6. บทบาทในการเป็นเวทีการสัมมนาให้กับฝ่ายต่างๆ ในวงการเกษต

โดยการวิจัยครั้งนี้ ได้ไปสอดคล้องกับแนวคิดของ Wrag (1994) ที่กล่าวว่าองค์กรหรือบริษัทส่วนใหญ่ มักตัดสินใจให้ความสนับสนุนทางการเงินด้วยเหตุผลหลักๆ 3 ประการ ได้แก่ การ

ประชาสัมพันธืชื่อและภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก การส่งเสริมการขาย และการสร้างความพึงพอใจหรือความบันเทิงให้กับลูกค้า

ผลการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เทคนิคการสร้างความหมายในรายการความรู้ขนาดสั้นทางโทรทัศน์” ของ นพวรรณ ดิษฐรัมย์ (2540) ก็พบว่า รายการประเภทสังคมและรายการความรู้ทั่วไป มีการสร้างความหมายแฝงเพื่อประชาสัมพันธืให้ผู้ชมเข้าใจถึงลักษณะของการดำเนินงานของหน่วยงาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน ซึ่งมักเป็นหน่วยราชการ

นอกจากนั้น การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีผลต่อรายการสารคดีเกษตรทางโทรทัศน์” โดย ศศิวิมล กุมารบุญ (2542) ก็ได้กล่าวถึงรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยรัฐไว้ว่า ผู้สนับสนุนรายการหลักของรายการประเภทนี้ก็มีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการ ไม่น้อยไปกว่าผู้สนับสนุนรายการภาคเอกชน เพราะเป็นแหล่งรายได้หลักเพียงแหล่งเดียวของบริษัทผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กเช่นเดียวกัน แต่ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐนี้ มักเป็นหน่วยราชการซึ่งสนับสนุนงบประมาณการผลิต เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร งานวิจัย และโครงการอันเป็นประโยชน์ของตน เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนและประชาสัมพันธืชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรผู้สนับสนุนรายการให้เป็นที่รู้จัก มากกว่าที่จะส่งเสริมการขายสินค้าเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดอย่างบริษัทเอกชน อิทธิพลของผู้สนับสนุนรายการภาครัฐจึงมักเป็นไปโดยอ้อม มากกว่าที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตรายการโดยตรง เช่นเดียวกับผู้สนับสนุนซึ่งเป็นบริษัทเอกชนที่ดำเนินการเพื่อการค้า กล่าวคือ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการเอง โดยต้องสอดคล้องกับภาพลักษณ์และวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธืองค์กรผู้สนับสนุนรายการ ส่วนผู้สนับสนุนรายการจะทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ ตรวจสอบความถูกต้องของบทรายการ และให้ความเห็นชอบในการดำเนินการผลิตรายการเท่านั้น ส่วนในขั้นตอนการผลิตรายการนั้น มักจะปล่อยให้ผู้ผลิตดำเนินการตามความเหมาะสม เนื่องจากไว้วางใจในความชำนาญทางวิชาชีพของผู้ผลิต

จากแนวคิดและผลการวิจัยทั้ง 3 เรื่อง แสดงให้เห็นถึงแนวความคิดที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง “บทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษตร ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” ว่า องค์กรภาครัฐที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนกับบริษัทผู้ผลิตรายการมักจะต้องการให้รายการประชาสัมพันธืชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีงามของหน่วยงานและผู้บริหารของตน

ให้เป็นที่รู้จัก รวมไปถึงต้องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านรายการ ซึ่งเหล่านี้เป็นเนื้อหาที่ระบุได้อย่างชัดเจนว่า ตัวกลางอย่างสื่อมวลชนนั้นมีบทบาทเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ จากภาครัฐไปสู่ประชาชน

ข้อจำกัดทางการวิจัย

ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นก็คือพนักงานของบริษัท สื่อเกษตร จำกัด ไม่สามารถตอบคำถามได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะเรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับการกำหนดเนื้อหารายการจากภาครัฐ แหล่งข้อมูลของรายการมาจากภาครัฐมากขนาดไหน และความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐกับบริษัทเป็นอย่างไร เนื่องจากเป็นเรื่องที่อาจทำให้ภาพลักษณ์บริษัทในฐานะสื่อมวลชนเสียหายได้ ผู้วิจัยจึงต้องใช้การสังเกต และประมวลจากเหตุการณ์ต่างๆ เอง ซึ่งทำให้งานวิจัยอาจจะไม่มีภาพที่ชัดเจนมากเท่าใดนัก

ข้อเสนอแนะ

1. หากสามารถนำเอาแนวคิดสื่อกระจายเสียงเพื่อการบริการสาธารณะ (public service broadcasting) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ในต่างประเทศจะให้ประชาชนบริจาคเงินสนับสนุนการปฏิบัติงานของสื่อมาใช้ได้ ก็จะทำให้สื่อในเมืองไทยปราศจากอิทธิพลทั้งจากทางการเมืองและทางเศรษฐกิจ มีความโปร่งใสในการดำเนินการมากขึ้น
2. หากหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เข้ามาช่วยสนับสนุนรายการกันมากขึ้น ก็จะสามารถลดทอนอิทธิพลที่มีอยู่ได้มากกว่าการมีผู้สนับสนุนรายการหลักเพียงผู้เดียว

3. หากหน่วยงานของรัฐมุ่งที่จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับประชาชนมากกว่า การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของหน่วยงานและผู้บริหาร จะเป็นประโยชน์อย่างมากกับวงการเกษตร
4. หากเนื้อหารายการในรูปแบบนิตยสารมีครบทุกช่วงเหมือนกับอุดมคติของผู้ผลิตรายการ ผู้ชมรายการจะได้รับประโยชน์อย่างมาก

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องบทบาทการเป็นสื่อกลางเท่านั้น หากในอนาคตจะมีผู้สนใจศึกษาโดยมุ่งเน้นไปที่เรื่องของระบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นในรายการ คงจะทำให้เข้าใจภาพรวมของรายการได้ดีมากยิ่งขึ้น
2. ในอนาคต ควรจะมีการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการด้วย เพื่อให้ทราบว่ามีบทบาทของรายการเช่นนี้ ผู้ชมมีความคิดเห็นและรู้สึกอย่างไร พอใจหรือไม่พอใจ ความต้องการที่แท้จริงของผู้ชมรายการคืออะไร เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนารายการเพื่อคนเกษตรต่อไป
3. หากมีการศึกษาวิจัยรายการที่มีปัจจัยแวดล้อมคล้ายๆ กับรายการเพื่อคนเกษตร แต่อยู่ในแวดวงอื่น เช่น การเมือง หรือการศึกษา เป็นต้น อาจนำมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงอิทธิพลต่างๆ ที่มีต่อรายการ และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารายการได้ดียิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย