

บทที่ 5

ผลการนำเสนอและบทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อเกษตรกร

บทนี้จะกล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ ซึ่งเป็นผลผลิตที่มาจากปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการกำหนดรายการ และนำผลการนำเสนอเหล่านี้มาวิเคราะห์ถึงบทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อเกษตรกรต่อไปว่าเป็นอย่างไรบ้าง

โดยจะกล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการก่อน

รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ

รูปแบบการนำเสนอและโครงสร้างเนื้อหาโดยรวมที่รายการต้องการนำเสนอ นั้น ได้รับการสร้างสรรค์มาจากทีมงานผู้ผลิตรายการเพื่อเกษตรกร ที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข่าวสารต่างๆ ทั้งนโยบายของรัฐและความเดือดร้อนของเกษตรกร เนื่องจากเห็นว่าในปัจจุบันนี้ รายการทางการเกษตรที่นำเสนอส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสาระการผลิต ไม่มีรายการใดนำเสนอเรื่องการส่งผ่านข่าวสารจากรัฐไปยังเกษตรกร และจากเกษตรกรมายังรัฐเลย

“...คือรายการทางการเกษตร ส่วนใหญ่เท่าที่เห็นในขณะนี้ มักจะเป็นสาระทางด้านการผลิต เช่น เอาประสบการณ์ของเกษตรกรท่านนั้นท่านนี้มา มีอาจารย์ทางการเกษตรมาแนะนำ ที่นี้เรามาคิดว่าเป็นเรื่องเหล่านั้นก็เป็นภูมิรู้ของหนึ่งของเกษตรกร แต่อีกส่วนหนึ่งเพราะว่าเวลาเราทำงาน เราก็ได้พบว่าข่าวสาร ไม่ว่าจะป็นนโยบายจากรัฐหรือว่าข่าวสารที่เป็นความเดือดร้อนของเกษตรกร ที่ส่งผ่านมาถึงรัฐมีอยู่น้อย เราจึงอยากทำรายการที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ดูบ้าง...” (จุฬารัตน์ นีรัตติยกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2545)

โดยรายการเพื่อเกษตรกรมีรูปแบบการนำเสนอ วิธีการนำเสนอ และโครงสร้างเนื้อหาของรายการ ดังนี้

รูปแบบการนำเสนอ วิธีการนำเสนอ และโครงสร้างเนื้อหาของรายการเพื่อคนเกษต

โดยปกติในการออกอากาศทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์นั้น รายการเพื่อคนเกษตจะนำเสนอในรูปแบบนิตยสารทางการเกษต ระยะเวลาการนำเสนอประมาณ 30 นาที คือ เวลา 05.00 – 05.30 น.

แต่นานๆ ครั้ง ก็จะมีแทรกรูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่ และรูปแบบสารคดีเข้ามาบ้าง ระยะเวลาในการนำเสนอของทั้ง 2 รูปแบบ คือประมาณ 30 นาทีเช่นกัน ดังนั้น วันใดที่ใช้รูปแบบนิตยสารทางการเกษต ก็จะไม่ใช้รูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่ และรูปแบบสารคดี หากวันใดใช้รูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่ ก็จะไม่ใช้รูปแบบนิตยสารทางการเกษต และรูปแบบสารคดี เป็นต้น คือจะเลือกใช้เพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเท่านั้น ในการนำเสนอต่อวัน

โดยรูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่นั้น จะเกิดขึ้น 1 เดือนต่อครั้ง หรือ 2 เดือนต่อครั้งก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าในสัญญาการว่าจ้างจากองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินได้ระบุไว้หรือไม่ ว่าต้องการให้รายการจัดทำารอภิปรายนอกสถานที่ขึ้น หากไม่มีระบุไว้ รายการก็จะไม่มีรูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่เกิดขึ้น เพราะต้นทุนต่อตอนในการผลิตรายการรูปแบบนี้ค่อนข้างสูง และผู้ผลิตรายการก็ไม่สามารถผลิตเองได้ หากไม่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน

ส่วนรูปแบบสารคดี จะนำมาเสนอ ต่อเมื่อมีผู้ว่าจ้างให้ผลิตสารคดีให้ ทางรายการก็จะนำมาใส่ไว้ในวันใดวันหนึ่งของรายการ หรือไม่ก็จะเป็นวาระพิเศษที่มีวันหยุดประจำปี ซึ่งถือเป็นวันหยุดของพนักงาน ทางรายการก็จะนำสารคดีที่บริษัทเคยรับจ้างผลิตให้กับหน่วยงานต่างๆ มาออกอากาศในรายการ โดยต้องขออนุญาตจากผู้ว่าจ้างก่อน ซึ่งส่วนใหญ่ก็ไม่มีใครปฏิเสธ เนื่องจากถือเป็นการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของหน่วยงานด้วย นอกจากนั้นก็จะเป็นวาระที่มีการสัมมนา หรือการประชุมที่ไหนที่น่าสนใจ และถ่ายทำเป็นสารคดีไว้ ก็จะนำมาเสนอ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นการแถลงผลงานของภาครัฐ

โดยแต่ละรูปแบบก็มีวิธีการนำเสนอ และโครงสร้างเนื้อหา ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปแบบนิตยสารทางการเกษต

รูปแบบนิตยสารทางการเกษตร เป็นรูปแบบที่ใช้ในการนำเสนอตามปกติ ทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ยกเว้นเมื่อมีโอกาสพิเศษ ดังที่ได้แสดงเหตุผลไว้แล้วในข้างต้น ผู้ผลิตรายการจึงจะนำรูปแบบการสำรวจ และรูปแบบสารคดีมาใช้

โดยหากจำแนกรูปแบบรายการตามสิ่งที่ผู้ผลิตรายการและสถานที่ที่จัดรายการแล้ว ก็ จะเห็นว่ารูปแบบของรายการจะมีลักษณะของรายการสด ที่ออกอากาศจากห้องส่งของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ต่อไปจะขอล่าวถึงโครงสร้างเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของแต่ละช่วงรายการ ซึ่งตารางที่จะนำเสนอต่อไปนี้ ถือเป็นโครงสร้างเนื้อหาของรายการในอุดมคติ ที่ทางผู้ผลิตรายการต้องการให้มีครบทุกช่วง แต่ในความเป็นจริงไม่สามารถทำได้ เนื่องจากปัจจัยสำคัญคือไม่มีเงินทุนในการผลิต แต่ก็จะมีการสลับสับเปลี่ยนกันไปมีช่วงนั้นช่วงนี้เพิ่มขึ้นมาบ้าง ขึ้นอยู่กับว่าจะมีผู้สนับสนุนทางการเงินในช่วงใด แต่สิ่งที่ขาดไม่ได้และจะต้องมีทุกวันคือช่วงข่าว และสนทนา

โดยช่วงรายการต่างๆ ที่มีความสมบูรณ์แบบ ซึ่งอยู่ในอุดมคติของผู้ผลิตรายการ เพื่อคนเกษตร สามารถแสดงให้เห็นดังในตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงโครงสร้างเนื้อหาของรายการในอุดมคติของผู้ผลิตรายการ

ช่วงที่	ชื่อช่วง	โครงสร้างเนื้อหา	ระยะเวลาโดยประมาณ
-	ไตเติ้ลรายการ	-	30 วินาที
1	ข่าวเกษตรประจำวัน	ข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวง การเกษตร	3-5 นาที
พิธีกรพูดค้น หรืออาจเป็นสปอตค้น			
2	ข้อมูลการตลาด	รายงานสภาวะและราคาสินค้า การเกษตร	3 นาที
พิธีกรพูดค้น			
3	เกษตรสนทนา	สัมภาษณ์แขกรับเชิญที่เกี่ยวข้อง กับประเด็นในวันนั้น	20-25 นาที

ตารางที่ 5.1 แสดงโครงสร้างเนื้อหารายการในอุดมคติของผู้ผลิตรายการ

พิธีกรพูดค้น			
4	พยากรณ์อากาศเกษตร	รายงานสภาวะอากาศที่มีผลต่อการเกษตร	2 นาที
พิธีกรพูดค้น			
5	ปฏิทินพาณิชย์	ข้อมูลการตลาด	1 นาที
-	ปิดท้ายรายการ	-	30 วินาที

หมายเหตุ : แถบสีเทาคือช่วงรายการในรูปแบบนิตยสารทางการเกษตรที่ต้องมีทุกวัน

ตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างเนื้อหารายการที่สมบูรณ์แบบ ที่ทางผู้ผลิตรายการเพื่อคนเกษตร ต้องการให้มีครบสมบูรณ์ดังนี้ คือเปิดรายการมาด้วยไตเติลรายการ 30 วินาที จากนั้นก็นำเข้าสู่ช่วงที่ 1 ข่าวเกษตรประจำวัน ที่เป็นการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในแวดวงการเกษตร โดยพิธีกรรายการเป็นผู้รายงาน เป็นเวลาประมาณ 3-5 นาที จากนั้นพิธีกรพูดค้นหรือหากช่วงไหนมีผู้ว่าจ้างให้รายการนำสปอตมาเสนอ ก็จะค้นด้วยสปอต เพื่อเข้าสู่ช่วงที่ 2 ข้อมูลการตลาด ที่เป็นการรายงานสภาวะและราคาสินค้าทางการเกษตร จากเจ้าหน้าที่แหล่งรับซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ เป็นเวลาประมาณ 3 นาที จากนั้นพิธีกรพูดค้นเพื่อนำเข้าสู่ช่วงที่ 3 เกษตรสนทนา ที่เป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในวันนั้น เป็นเวลาประมาณ 20-25 นาที จากนั้นพิธีกรพูดค้น เพื่อนำเข้าสู่ช่วงที่ 4 พยากรณ์อากาศเกษตร ที่เป็นการรายงานสภาวะอากาศที่มีผลต่อการเกษตร จากเจ้าหน้าที่กรมอุตุนิยมวิทยา ทางโทรศัพท์ เป็นเวลาประมาณ 2 นาที จากนั้นพิธีกรพูดค้น เพื่อนำเข้าสู่ช่วงที่ 5 ปฏิทินพาณิชย์ ที่เป็นเรื่องข้อมูลการตลาด โดยพิธีกรทำหน้าที่รายงาน เป็นเวลาประมาณ 1 นาที จากนั้นขึ้นข้อความปิดรายการ (Ending Credit) 30 วินาที

แต่ในความเป็นจริงแล้วช่วงรายการทั้ง 5 ไม่สามารถเกิดขึ้นได้พร้อมกัน เนื่องจากปัจจัยด้านเงินทุนการผลิต ที่ด้วยศักยภาพของรายการเอง ผู้ผลิตรายการไม่มีเงินทุนที่จะเป็นค่าใช้จ่ายให้กับผู้รายงานข้อมูลทั้ง 2 ช่วงนี้ได้คือ ช่วงข้อมูลการตลาด ที่เป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์ จากแหล่งรับซื้อสินค้าโดยตรง เช่น การรายงานสภาวะราคาข้าว จากท่าข้าวกำนันทรง จ.พิษณุโลก เป็นต้น ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร ที่เป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กรมอุตุนิยมวิทยาทางโทรศัพท์ เป็นต้น

“...จริงๆ แล้วเราก็อยากให้มีทุกช่วงครบนะคะ และเราก็อยากจะมีทุกวัน แต่ก็อีกแหละคะ เป็นเพราะความจำกัดของงบประมาณ บางครั้งเราก็ไม่สามารถช่วยค่าใช้จ่ายเขาได้...” (จุฬารัตน์ นิวัติศยกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2545)

ทำให้ช่วงข้อมูลการตลาด ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร จะมีขึ้นก็ต่อเมื่อมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินเข้ามาสนับสนุนในช่วงรายการดังกล่าว หรือบางครั้งที่รายการเห็นว่าระยะนี้เรื่องเหล่านี้ควรจะนำเสนอ ก็จะมีช่วงนี้เข้ามา แต่ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายการด้วยว่ามีงบประมาณเหลืออยู่พอหรือไม่ ถ้าไม่มีงบประมาณผลิต ช่วงเหล่านี้ก็ไม่มีเช่นกัน เช่น ถ้าเห็นว่าช่วงนี้เป็นฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าว น่าจะมีการสัมภาษณ์แหล่งรับซื้อข้าว ก็จะเพิ่มเข้ามาบ้าง แต่จะไม่มีทุกวัน จะมีเป็นบางวัน เช่น 3-4 ครั้งต่อเดือน (มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับงบประมาณ) หรือหากระยะนี้อากาศไม่ดี อยากจะเตือนภัยเรื่องอากาศที่มีผลต่อการเกษตร ก็จะแทรกเข้ามา

ส่วนช่วงปฏิทินพาณิชย์ ที่เป็นการรายงานข้อมูลการตลาดจากกระทรวงพาณิชย์นั้น ระยะหลังทางรายการต้องงดช่วงนี้ไปเลย และไม่มีการนำเสนอเรื่องนี้เข้ามาแทรกแล้ว เนื่องจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน กับผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้

ดังนั้นรายการเพื่อคนเกษตร จึงถือเป็นรายการที่มีความยืดหยุ่นมากในส่วนของโครงสร้างเนื้อหารายการ เพราะไม่มีรูปแบบตายตัวเลย ว่าแต่ละวันจะนำเสนอโครงสร้างเนื้อหาอย่างไร มีช่วงอะไรบ้าง จะมีลักษณะสลับสับเปลี่ยนกันไป เช่นบางวันก็มีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ต่อด้วยช่วงข้อมูลการตลาด ต่อด้วยช่วงเกษตรสนทนา หรือบางวันก็จะมีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ต่อด้วยช่วงเกษตรสนทนา ต่อด้วยช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร หรือบางวันก็จะมีแค่ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ต่อด้วยช่วงเกษตรสนทนา เท่านั้น เป็นต้น

และบางวันก็อาจจะมีสปอตคั้นรายการเข้ามาด้วย ถ้าหากมีการว่าจ้างออกอากาศสปอตในรายการ เช่น เคยมีสัญญาการว่าจ้างออกอากาศสปอตโทรทัศน์ของสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น ทุกวันจันทร์และอังคาร ของเดือนมิถุนายน ถึง กันยายน พ.ศ.2543 ใน 2 วันนี้ก็มีสปอตคั้นรายการ แต่วันอื่นๆ นอกจากนั้นก็ไม่มีสปอต เป็นลักษณะของพิธีกรพูดคั้นรายการแทน

ลักษณะโครงสร้างเนื้อหารายการที่มีความยืดหยุ่นเช่นนี้ หากมองในแง่ของผู้ผลิตรายการ ก็มีส่วนดี เพราะขึ้นอยู่กับความสะดวกของทีมงาน หากมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินก็ผลิตได้ หรือหากไม่มี ก็ไม่ผลิต แต่ถ้าระยะไหนมีงบประมาณในการผลิตเอง อยากพูดเรื่องไหนก็เอาเข้ามาแทรก ซึ่งหากมองในแง่ของกลุ่มผู้ชมรายการที่ไม่ได้เป็นแฟนประจำของรายการแล้ว อาจเกิดความสับสนได้ เช่น เมื่อวานเห็นมีช่วงข้อมูลการตลาด ดูแล้วชอบ วันนี้อยากติดตามต่อ แต่ปรากฏว่าวันนี้ไม่มีช่วงนี้ ผู้ชมอาจไม่เข้าใจได้ เป็นต้น

แต่หากวันใดที่เป็นสัญญาณระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินกับผู้ผลิตรายการว่าต้องมีช่วงนั้นช่วงนี้ ผู้ผลิตก็ต้องยึดถือตามสัญญาด้วย จะใช้วิธีการยืดหยุ่นโครงสร้างเนื้อหาในช่วงวันที่มีผู้สนับสนุนรายการไม่ได้

“...การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเนื้อหาที่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมนะ ไม่ค่อยตายตัวเท่าไรหรอกค่ะ แต่ถ้าวันไหนที่มีสปอนเซอร์ เราก็ต้องยึดตามที่สปอนเซอร์ระบุเอาไว้ว่าเราจะต้องทำอะไร...” (พัชรินทร์ ชนวนานนท์, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2545)

อย่างไรก็ตาม ช่วงรายการที่ยืนยันว่าจะต้องมีแน่นอนคือช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ไม่ว่าจะระยะเวลาสั้นจะมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน หรือไม่มีก็ตาม ก็ต้องมีทั้ง 2 ช่วงนี้ในรายการ

โดยแต่ละช่วงรายการมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

ไตเติ้ลรายการ จะเปิดด้วยข้อความ

ศูนย์ถ่ายทอดพยากรณ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก

ร่วมกับ

บริษัท สื่อเกษตร จำกัด

เสนอรายการ

เพื่อคนเกษตร

หรือหากวันใดที่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินว่าจ้างให้ผลิตรายการก็จะมีข้อความดังนี้

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก

ร่วมกับ

บริษัท สื่อเกษตร จำกัด

เสนอรายการ

สหกรณ์ต้นแบบ

ซึ่งข้อความดังกล่าว จะมีในวันพุธ ที่กรมส่งเสริมสหกรณ์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน

หรือถ้าเป็นในช่วงวันศุกร์ ที่มีสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน ก็จะมีข้อความระบุว่า

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก

ร่วมกับ

บริษัท สื่อเกษตร จำกัด

เสนอรายการ

เพื่อคนเกษตร- พบกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากนั้นเป็นข้อความปฐมบท กล่าวนำถึงเจตนารมณ์ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ททบ.5) ดังนี้

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

มุ่งมั่นที่จะพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร

ควบคู่ไปกับการพัฒนาวงการเกษตรไทย

ต่อจากนั้นจึงประกอบด้วยเนื้อหารายการในช่วงต่างๆ ดังนี้

ช่วงที่ 1 ข่าวเกษตรประจำวัน

ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ถือเป็นช่วงที่ต้องมีเป็นประจำทุกวัน แม้ว่าจะมีช่วงอื่นแทรกเข้ามาหรือไม่ก็ตาม

โดยช่วงนี้มีความยาวประมาณ 3-5 นาที โดยหากวันใดที่มีช่วงอื่นๆ เช่น ข้อมูลการตลาด หรือพยากรณ์อากาศเกษตร เข้ามาด้วย ช่วงข่าวเกษตรประจำวันก็จะมีประมาณ 3 นาที และหากวันใดไม่มีช่วงอื่นแทรกเข้ามา มีแต่ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน กับ ช่วงเกษตรสนทนา ช่วงนี้ก็จะใช้เวลาประมาณ 5 นาที

ส่วนวิธีการนำเสนอและเนื้อหาต่างๆ ก็จะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าระยะไหนมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินหรือไม่

หากมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน :

จะมีวิธีการนำเสนอและเนื้อหาที่แตกต่างกันไป 5 แบบ คือ

1. พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพูดคุยคนเดียว หรือพูดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางเกษตร โดยไม่ตัดภาพไปที่ใด และแช่ภาพขนาด Medium Shot ไว้ที่พิธีกรยาวตลอดช่วงรายการ

เนื้อหาที่นำเสนอ ได้มาจากการให้ผู้สื่อข่าวไปประจำที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์รายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้น และคัดเลือกข่าวที่น่าสนใจส่งมายังเจ้าหน้าที่รายการ โดยข่าวจะเป็นการสรุปเรื่องที่เกิดขึ้นในรอบสัปดาห์ขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน เช่น สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ว่าจ้างผลิตรายการในวันศุกร์ ผู้สื่อข่าวก็จะสรุปเรื่องในสัปดาห์ที่น่าสนใจของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มานำเสนอในวันศุกร์ เป็นต้น

2. พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพูดคุยคนเดียว หรือพูดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเกษตร โดยเป็นภาพขนาด Medium Shot ที่พิธีกรจากนั้นตัดภาพไปที่ภาพต่างๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ฯลฯ แล้วจึงตัดภาพกลับมาที่พิธีกรอีกครั้ง หลังจากจบเนื้อหาในแต่ละข่าว

โดยเนื้อหาที่ได้มาจากการส่งผู้สื่อข่าวไปประจำที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เช่นเดียว

ข้อ 1

3. พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพูดคุยคนเดียว หรือพูดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเกษตร โดยเป็นภาพขนาด Medium Shot ที่พิธีกร จากนั้นตัดภาพไปที่จอคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นภาพเว็บไซต์ต่างๆ

ส่วนเนื้อหาจะการเป็นการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน ว่ามีเนื้อหา และคอลัมน์ที่น่าสนใจอะไรบ้าง

4. เพื่อความมีสีสัน บางวันก็จะเป็นการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ซึ่งเป็นบุคลากรขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน โดยเป็นการแช่ภาพพิธีกรขนาด Medium Shot แล้วซ้อนกราฟฟิคชื่อและตำแหน่งเจ้าหน้าที่รัฐที่สนทนาด้วยบริเวณด้านล่างของจอโทรทัศน์

เนื้อหาที่สัมภาษณ์ก็จะเป็นประเด็นที่องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินกำหนดว่าวันนี้ต้องการให้สัมภาษณ์บุคคลนี้ เรื่องอะไร เช่น ในวันพุธที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ.2545 กรมส่งเสริมสหกรณ์ซึ่งเป็นองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน ในการผลิตรายการเพื่อคนเกษตร สหกรณ์ต้นแบบ ของทุกพุธ ได้กำหนดให้มีรายงานข่าวจากนายสมบัติ ประทุมตั้ง ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรเชียงใหม่ จำกัด ซึ่งเนื้อหาข่าวเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ เป็นต้น

5. บางครั้งทางองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินก็อาจจะนำสปอตข่าวโทรทัศน์มาให้รายการออกอากาศให้ เช่น สปอตข่าวจากกองเกษตรสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตร

และสหกรณ์ เป็นต้น โดยพิธีกรจะเป็นผู้พุดนำเข้าสู่ช่วงสปรอตข่าวโทรทัศน์ และเมื่อจบข่าวจึงนำกลับมาที่ภาพ Medium Shot ของพิธีกรอีกครั้ง

หากไม่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน :

1. พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพุดคุยคนเดียว หรือพุดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเกษตร โดยไม่ตัดภาพไปที่ใด และแะภาพขนาด Medium Shot ไว้ที่พิธีกรยาวตลอดช่วงรายการ

ส่วนเนื้อหาจะมาจากเหตุการณ์ในแวดวงการเกษตรที่คุณจุฬารัตน์ (พิธีกร) รับรู้มาโดยส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะมาจากการประชุมต่างๆ ที่คุณจุฬารัตน์มีส่วนร่วมด้วย จากตำแหน่งทางสังคมที่คุณจุฬารัตน์มี

“...ตัวพื่อเองทำงานในส่วนของการเกษตรมาค่อนข้างนาน แล้วบางส่วนต้องไปช่วยงานที่กระทรวงบ้าง ในฐานะที่ทำข่าวมานาน บางทีรัฐมนตรีบางท่านก็ขอให้ไปช่วย คล้ายๆ เป็นฝ่ายวิชาการ มันก็เป็นโอกาสทำให้เราได้รู้ความเคลื่อนไหว ทั้งของกระทรวงเกษตรฯ และกระทรวงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมาก ประการที่ 2 ก็คือมันมีสถานภาพทางสังคมอยู่หลายๆ อย่าง เช่น เป็นผู้อำนวยการของกรมการเกษตรฯ ก็ต้องประชุมกรมการบ่อยๆ คือคล้ายๆ กับว่าข่าวความเคลื่อนไหวมันอยู่ในตัวเราเสมอ พื่อว่ามันก็เป็นประโยชน์นะ คือเราก็นำมาปรับใช้กับรายการเราได้...” (จุฬารัตน์ นิรัตศยกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2545)

โดยบางครั้งเนื้อหาที่พุดถึง ก็จะกล่าวถึงความเป็นมาของเหตุการณ์ หรือผลการประชุมของภาครัฐในเรื่องต่างๆ เพื่อที่จะนำเข้าสู่ช่วงเกษตรสนทนามากกว่า ไม่ได้เป็นข่าวที่มีความสดใหม่ของเหตุการณ์ในวงการเกษตร

2. พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพุดคุยคนเดียว หรือพุดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเกษตร โดยเป็นภาพขนาด Medium Shot ที่พิธีกรจากนั้นตัดภาพไปที่จอคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นภาพของชื่อหัวข้อข่าวและเนื้อหาข่าว หรืออาจจะเป็นภาพของเว็บไซต์ แล้วจึงตัดภาพกลับมาที่พิธีกรอีกครั้ง หลังจากจบเนื้อหาในแต่ละข่าว

ส่วนเนื้อหาจะนำมาจากทางอินเทอร์เน็ต โดยจะหาจากเว็บไซต์ที่เป็นช่องข่าวหรือหนังสือพิมพ์ หรือจาก www.thaitambon.com แต่บางครั้งผู้ผลิตรายการก็อาจจะใช้หนังสือพิมพ์กรอบเช้าวันที่ออกอากาศ ในคอลัมน์การเกษตรก็ได้ แล้วแต่ความสะดวกของผู้ผลิตรายการ

สรุปแล้วก็คือหากเป็นระยะเวลาที่รายการมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน เนื้อหาที่น่าสนใจต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน แต่หากเป็นระยะเวลาที่ไม่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน บางครั้งเนื้อหาก็มักเกี่ยวข้องกับภาครัฐ เนื่องจากความรู้ส่วนตัวของคุณจุฬารัตน์ที่มีเรื่องความเคลื่อนไหวในส่วนของภาครัฐมาก แต่บางครั้งเนื้อหาก็มักมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับว่าในอินเทอร์เน็ต หรือหนังสือพิมพ์ในวันนั้น เล่นเรื่องอะไรอยู่บ้าง

ซึ่งข้อดีของช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ก็คือทำให้ผู้ชมรายการมีความรู้ที่กว้างขึ้น ได้รู้ข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ในแวดวงการเกษตร ที่บางข่าวก็อยู่ไกลตัวของเรา หากไม่ได้ชมจากโทรทัศน์ก็ไม่สามารถรู้ได้

แต่ข้อเสียก็คือบางครั้งข่าวของสภาวะความเป็นอยู่ของเกษตรกร ไม่ค่อยถูกหยิบยกขึ้นมาพูดถึงมากนัก หากสามารถทำได้ ก็จะทำให้เนื้อหาของรายการมีความรอบด้านมากขึ้น นำเสนอมุมมองจากทั้งฝ่ายภาครัฐและประชาชน

ข้อเสียอีกข้อหนึ่งก็คือ บางครั้งข่าวไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดใหม่ เป็นการเล่าเรื่องที่เกิดขึ้นนานมาแล้วเพื่อเป็นการย้อนถึงต้นตอของเหตุการณ์มากกว่า หรือประชาสัมพันธ์งาน การประชุมต่างๆ ของภาครัฐมากกว่า

ส่วนวิธีการนำเสนอ ก็ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นพิธีกรรายงานคนเดียว หรือไม่กี่พิธีกรรายงานแล้วตัดภาพไปที่จอคอมพิวเตอร์ โดยการรายงานของพิธีกรสลับกับภาพข่าว สปอตข่าวโทรทัศน์ และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จะเกิดขึ้นน้อยมาก เนื่องจากไม่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินช่วยในเรื่องข้อมูล การประสานงาน และงบประมาณการผลิต

ตัวอย่างเนื้อหาข่าวในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน สามารถแสดงให้เห็นได้ในตารางที่ 5.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 ตัวอย่างเนื้อหาข่าวในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน

ภาพ	เสียง
Z/I ภาพพิธีกรขนาด Medium Shot	ช่วงนี้เราจะไปดูข่าวที่เป็นประโยชน์กับพี่น้องเกษตรกรที่อยู่ในวงการเลี้ยงสัตว์นะคะ
Z/I หน้าจอคอมพิวเตอร์ เห็นหัวข้อข่าวและเนื้อหาข่าว	จากผลการประชุม คณะกรรมการนโยบายอาหารมีมติว่าจะให้คงมาตรการการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งในนี้ก็ได้ออกกักตัวเหลืออง นะคะ เช่นเดียวกับเมื่อปี 2545 คือปี 46 ที่จะถึงนี้นะคะ ทั้งนี้เป็นไปตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก ในเรื่องของปริมาณและอัตราภาษีคะ อย่างไรก็ตามในส่วนนี้นะคะ ได้มีการกำหนดว่าจะเป็นการนำเข้าไม่จำกัดจำนวนในช่วงเวลาหนึ่งนะคะ แต่ว่าทั้งหมดทั้งปวง นั้น มีเงื่อนไขและมีข้อมูล มีกติกาที่ชัดเจน ข้อสำคัญก็คือว่าประการ ที่มีการนำเข้ากักตัวเหลือองที่นำมาทำเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์นั้น ต้อง อยู่ในภาวะสมดุล แต่กฎเกณฑ์กติกาเป็นอย่างไร ก็ต้องติดตามกัน อีกครั้งหนึ่งนะคะ

ช่วงที่ 2 ข้อมูลการตลาด

ช่วงนี้ความยาวประมาณ 3 นาที จริงๆ แล้วผู้ผลิตรายการต้องการให้มีช่วงนี้ นำเสนอทุกวัน แต่ด้วยความจำกัดของงบประมาณการผลิตของผู้ผลิตรายการ ซึ่งต้องใช้เป็นค่าใช้จ่าย ให้กับเจ้าหน้าที่จากตลาดกลางสินค้าต่างๆ ที่จะรายงานข้อมูลเข้ามา จึงไม่สามารถจะมีทุกวันได้ จะมีเฉพาะในโอกาสต่อไปนี้ คือ

1. องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินระบุว่าอยากให้มีช่วงนี้ นำเสนอในวันที่เป็นสปอนเซอร์ และให้งบประมาณในการผลิต

2. อยู่ในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวพืชผลนั้น และทางผู้ผลิตรายการเห็นว่ามีความสำคัญควรนำเสนอ ก็จะมีการรายงานข้อมูลราคาเข้ามา เพื่อให้รายการมีการนำเสนอเนื้อหาที่รอบด้านทางการเกษตร ส่วนใหญ่จะเป็นการรายงานราคาข้าวจากแหล่งต่างๆ เนื่องจากข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ แต่ก็ไม่ได้มีการรายงานกันทุกวัน เพราะงบประมาณของผู้ผลิตรายการเองนั้นมีความจำกัดมาก

วิธีการนำเสนอจะใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยพิธีกรจะทำหน้าที่สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากตลาดกลางสินค้าเกษตรในแต่ละภูมิภาคที่เข้าสายสนทนาทางโทรศัพท์ในวันนั้นๆ ซึ่งลักษณะของภาพจะเป็นการถ่ายภาพพิธีกรขนาด Medium Shot แล้วซ้อนกราฟฟิคชื่อและตำแหน่งของบุคคลที่สนทนา สถานที่ที่รายงาน ประกอบบริเวณด้านล่างของจอโทรทัศน์

ส่วนเนื้อหาเป็นการรายงานราคาสินค้า ทั้งสินค้าเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภค โดยแบ่งการรายงานเป็นรายวันตามประเภทสินค้า ซึ่งเนื้อหาแบ่งเป็น 6 ส่วน

- 1.1 การรายงานภาวะการซื้อขายข้าวที่ตลาดหลัก เช่น ท่าข้าวกำนันทรง จ.นครสวรรค์ และตลาดกลางค้าข้าวพิษณุโลก ณ เวลา 02.00 น. ของวันที่รายงาน
- 1.2 การรายงานภาวะราคาสินค้าหลักทางการเกษตรอื่นๆ ตามฤดูกาลผลิต เช่น ข้าวโพด ถั่วเขียว มันสำปะหลัง เป็นต้น โดยรายงานเป็นราคาสินค้าที่แหล่งรับซื้อใหญ่ เช่น ไซโลส่งออก หรือโรงงานอาหารสัตว์ เป็นต้น
- 1.3 การรายงานภาวะการซื้อขายผักและผลไม้ที่ตลาดขายส่งใหญ่ๆ เช่น จากตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง เชื่อมโยงกับศูนย์ค้าส่งท้องถิ่น
- 1.4 การรายงานภาวะการซื้อขายสุกร ไก่ มีซีวิต ณ โรงฆ่าสัตว์ รวมทั้งราคาเนื้อชำแหละ ณ เชียง
- 1.5 การรายงานภาวะราคาสินค้าสัตว์น้ำ ณ ตลาดกลางสินค้าสัตว์น้ำ
- 1.6 การรายงานภาวะราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกและในประเทศคู่แข่ง

โดยราคาต่างๆ ที่รายงานเข้ามาในแต่ละวัน ก็เป็นราคาจริงที่เกิดขึ้นในวันที่มีการรายงาน

ด้วย

ซึ่งจริงๆ แล้วช่วงนี้ก็ถือว่ามีประโยชน์กับทั้งเกษตรกรและประชาชนทั่วไป ในส่วนของเกษตรกรก็จะทำให้รู้ว่าหากจะไปขายที่ตลาดผลการเกษตรในวันนี้ ราคาควรจะเป็นเท่าไร จะได้ไม่โดนพ่อค้าคนกลางกดราคาต่ำกว่าความเป็นจริง หรือหากเป็นประชาชนทั่วไป ก็จะได้รู้ว่าราคากลางเป็นเท่าไร เวลาไปซื้อสินค้าทางการเกษตรเหล่านี้ จะได้รู้ว่าไม่โดนโกงราคามากจนเกินไป เป็นต้น

แต่ด้วยงบประมาณการผลิตที่มีอย่างจำกัด ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในช่วงต้น จึงทำให้ช่วงนี้ไม่สามารถนำเสนอในรายการได้ทุกวัน ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดาย เพราะหากทำได้ ผู้วิจัยคิดว่าผู้ชมรายการจะได้รับประโยชน์จากช่วงนี้มากที่สุด

ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงข้อมูลการตลาด สามารถแสดงให้เห็นได้ในตารางที่ 5.3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3 ตัวอย่างเนื้อหาในช่วงข้อมูลการตลาด

ภาพ	เสียง
<p>- Z / I พิธีกรรายการขนาด Medium Shot</p> <p>(ช้อนกราฟฟิค)</p> <p>ชูชาติ อินทร์สว่าง</p> <p>ผจก.สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด</p>	<p>พิธีกร : ตอนนี้อาชีพข้าวเปลือกที่สุพรรณเป็นยังไง ปริมาณข้าวมากน้อยขนาดไหนคะ</p> <p>ชูชาติ : ปริมาณข้าวตอนนี้มีไม่มากนักนะครับ ราคาตอนนี้เกษตรกรยังอยู่ในราคาที่จำนำกันอยู่</p> <p>พิธีกร : ราคาจำนำกับราคาในท้องตลาดทั่วไปแตกต่างกันอย่างไร จำนำอยู่ที่เท่าไรนะคะ</p> <p>ชูชาติ : ราคาจำนำเริ่มต้น ความชื้น 15% อยู่ที่ 5,325 บาทนะครับผม ราคาทั่วไปขณะนี้เกษตรกรขายสดได้ประมาณ 4,100 – 4,200 บาทนะครับ คือหมายถึงความชื้น 20 กว่าขึ้นไปนะครับ ราคาจำนำความชื้น 20 กว่าตอนนี้ก็อยู่ในราคาที่ 4,500-4,600 บาทครับผม</p>

ตารางที่ 5.3 ตัวอย่างเนื้อหาในช่วงข้อมูลการตลาด

	<p>พิธีกร : การที่ราคาจำหน่ายอยู่ในราคานำตลาดอยู่ประมาณสองสามร้อยนี้ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าจะพอใจใหม่ พี่น้องอยู่ได้ราคาสีพื้นหนึ่งกว่าๆ คือเกี่ยวเสร็จก็ขายเลยว่างั้นเถอะ น่าจะคุ้มทุนไหมคะ</p> <p>ชูชาติ : คิดว่าพออยู่ได้นะครับ ราคาจำหน่ายก็ต่างกันประมาณ 400-500 บาทนะครับ 4,600-4,700 บาท ราวๆ นี้ในข้าวความชื้นเดียวกัน แต่ปัญหาของการจำหน่ายจะมีอยู่หนึ่ง คือเกษตรกรต้องไปจำหน่ายหน้าโรงสี ไม่สามารถเลือกที่จำหน่ายได้ ข้ามเขตก็ไม่ได้ คือมีปัญหาว่าต้องโรงสีใครก็โรงสีมัน</p>
--	---

ช่วงที่ 3 เกษตรสนทนา

ช่วงเกษตรสนทนา ถือได้ว่าเป็นช่วงหลักของรายการเพื่อคนเกษตร เนื่องจกมีเวลาการนำเสนอที่ยาวนานกว่าช่วงอื่นมาก และถือเป็นช่วงรายการที่ขาดไม่ได้เช่นเดียวกับช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ที่ต้องนำเสนอทุกวัน ไม่ว่าจะมีส่วนอื่นๆ หรือไม่ก็ตาม

ช่วงนี้มีความยาวประมาณ 20 – 25 นาที ขึ้นอยู่กับว่ามีช่วงอื่นๆ เข้ามาแทรกหรือไม่ หากวันใดมีช่วงข้อมูลการตลาด หรือช่วงพยากรณ์อากาศเกษตรเข้ามาแทรกด้วย เวลาของช่วงเกษตรสนทนาอาจจะเหลือเพียงแค่ 20 นาที แต่หากวันใดที่มีแค่ช่วงข่าวเกษตรประจำวันกับช่วงเกษตรสนทนา ก็อาจจะมีเวลานำเสนอถึง 25 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ผลิตรายการด้วย

วิธีการนำเสนอใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ โดยพิธีกรจะเป็นผู้ดำเนินการสนทนากับแขกรับเชิญที่มีความเกี่ยวข้องข้อในประเด็นที่ทำการสนทนากันในวันนั้น ซึ่งจะเป็นการสนทนาสดกันในห้องส่งของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ส่วนเนื้อหานั้น โดยปกติ หากเป็นวันที่มีสปอนเซอร์ ก็เป็นเงื่อนไขในสัญญาการว่าจ้าง อยู่แล้วว่าทางองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินนั้นๆ จะเป็นผู้กำหนดประเด็นเนื้อหาในการสนทนาเอง กำหนดบุคคลที่จะมาให้สัมภาษณ์ในรายการเอง เช่น ต้องเป็นผู้บริหารของกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์หรือผู้แทน ผู้บริหารของกรมส่งเสริมสหกรณ์หรือผู้แทน ผู้บริหารของสหกรณ์หรือผู้แทน เป็นต้น ดังนั้น เนื้อหาในช่วงนี้จึงถือได้ว่ามาจากภาครัฐโดยตรง

ซึ่งข้อที่น่าสังเกตก็คือ เนื้อหารายการและบุคคลที่ภาครัฐมักจะกำหนดให้มาเป็น แกรับเชิญในรายการนั้น ภาครัฐมักจะมุ่งเน้นที่การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร และ ประชาสัมพันธ์ตัวบุคคลให้เป็นข่าว มากกว่าการคำนึงถึงการให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์กับผู้ชมจริงๆ ดังที่เคยมีเหตุการณ์เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมาของรายการ ว่าหากวันใดที่ภาครัฐเข้ามาเป็นผู้สนับสนุน ทางการเงิน จะมีบุคคลที่มีตำแหน่งระดับผู้บริหารมาออกรายการหลากหลายตำแหน่งทีเดียว ไม่ว่าจะเป็นรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงฯ รองปลัดกระทรวงฯ หรืออธิบดีกรมต่างๆ เป็นต้น

“...คือต้องมาถามกระทรวงเกษตรฯ ก่อนว่าจริงๆ แล้วกระทรวงต้องการอะไร หาก กระทรวงต้องการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรคือกระทรวงเกษตรฯ ก็ต้องเป็นเรื่อง ของการสร้างภาพลักษณ์ หรือต้องการที่จะบอกว่าผู้บริหารระดับสูงทำอะไร หรือสร้างภาพลักษณ์ให้ กับผู้บริหารระดับสูง ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งวิธีการก็ต่างกัน แต่หากคุณบอกว่าคุณต้องการให้ข้อมูล ข่าวสารกับเกษตรกร แต่เอาตัวประเมินมาว่าทำไมไม่เห็นเอาตัวรัฐมนตรีมมออกอากาศ ไม่มีผู้บริหาร ออกอากาศ มันเป็นคนละเรื่องกัน ส่วนที่คิดว่ากระทรวงเกษตรฯ ยังคงสับสนก็คือการให้สาระข่าวสาร กับการโปรโมตตัวบุคคล...” (จุฬารัตน์ นิวัติศยกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม พ.ศ.2545)

ส่วนในวันที่ไม่มีสปอนเซอร์ จริงๆ แล้วทางรายการก็สามารถกำหนดเนื้อหา และ แกรับเชิญในรายการเองได้ แต่เนื่องด้วย

1. ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแวดวงวงการเกษตร ก็มักจะมีที่มาจากภาครัฐ ก็คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2. ความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างเจ้าของบริษัทกับหน่วยงานของภาครัฐ ที่ทำให้มีการขอความอนุเคราะห์มาออกอากาศเรื่อนั้นเรื่องนี้ให้ หรือให้คนนั้นคนนี้มานั่งพูดคุยในรายการ เพื่อให้เป็นที่คั่นหน้าของประชาชนน้อย

ทำให้บ่อยครั้งที่ประเด็นในการสนทนา และแทรกแซงเชิญในรายการจึงมักจะเป็นเรื่องของภาครัฐอีก

ข้อดีของช่วงเกษตรสนทนาก็คือ ทำให้ประชาชนเข้าใจถึงประเด็นปัญหาที่ทางรายการหยิบยกขึ้นมาพูดคุยได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากช่วงนี้มีการวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์การเกษตรที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน พร้อมกับเสนอแนวทางการปฏิบัติอย่างถูกต้องให้ด้วย ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์สำหรับผู้ชมรายการ

แต่ข้อสังเกตก็คือสัดส่วนของบุคคลฝ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ องค์กรเอกชน (NGO) ที่เข้ามาให้สัมภาษณ์ในรายการมีความไม่เท่าเทียมกัน โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นเจ้าหน้าที่จากภาครัฐ หรือไม่ก็เป็นบุคคลหรือเกษตรกรที่ภาครัฐส่งมา เช่น ผู้จัดการสหกรณ์ต้นแบบสหกรณ์ลำลูกกา จำกัด เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลให้เนื้อหารายการไม่มีความหลากหลายรอบด้านได้

ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงเกษตรสนทนา สามารถแสดงให้เห็นได้ในตารางที่ 5.4 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.4 ตัวอย่างเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา

ภาพ	เสียง
Z/I พิธีกรขนาด Medium Shot	พิธีกร : ผลเป็นอย่างไรเราจะไปคุยกับท่านประธานคณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ สภาผู้แทนราษฎร คุณกำซุง ประภากรแก้วรัตน์ค่ะ สวัสดิ์ค่ะท่านประธานคะ
Long Shot ภาพพิธีกรนั่งคุยกับคุณกำซุง	กำซุง : สวัสดิ์ครับ พิธีกร : การประชุมที่ผ่านมาได้มีการนำเสนอเรื่องนี้ให้กับใคร ขอ

ตารางที่ 5.4 ตัวอย่างเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา

<p>Medium Shot คุณกำขง</p>	<p>อนุญาตตรงนี้นิดนึงก่อนคะ ท่านคะ</p> <p>กำขง : คือผมอยากทราบเรียนนิดนึงครับว่า ผลจากการประชุมที่ดินทำกิน ที่อยู่อาศัย หัวใจเกษตรกร ความเข้าใจของพี่น้องทั่วประเทศ เราได้นำไปเรียนกับท่านนายกรัฐมนตรื พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ท่านประธานที่ปรึกษา นายกรัฐมนตรี คุณเสนาะ เทียนทอง ท่านก็ได้นำเรื่องนี้เข้าสู่ที่ประชุม ก็ประชุมในสาระสำคัญก็คือเรื่องที่ดินของพี่น้องเกษตรกร</p>
----------------------------	---

ช่วงที่ 4 พยากรณ์อากาศเกษตร

ช่วงนี้มีความยาวประมาณ 2 นาที โดยเป็นช่วงที่ไม่มีเป็นประจำทุกวัน เนื่องจากในการรายงานข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ของกรมอุตุนิยมวิทยานั้น ทางผู้ผลิตรายการต้องมีค่าใช้จ่ายให้กับเจ้าหน้าที่เหล่านี้ด้วย และผู้ผลิตรายการเองก็ไม่มีศักยภาพในการจ่ายได้ทุกวัน ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตรจึงจะแทรกเข้ามาในช่วงที่

1. ได้รับการอนุมัติจากองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินให้มีช่วงนี้แทรกเข้ามาในวันที่เป็นสปอนเซอร์ได้ โดยให้ความช่วยเหลือในเรื่องงบประมาณที่จะเป็นค่าใช้จ่าย
2. ผู้ผลิตรายการเห็นว่าช่วงนี้สภาพอากาศแปรปรวน ควรรายงานเรื่องนี้ให้ผู้ชมได้รับทราบ ก็จะใช้งบประมาณของทางบริษัท เป็นค่าใช้จ่ายให้กับเจ้าหน้าที่กรมอุตุนิยมวิทยาเอง แต่ช่วงนี้ก็จะไม่มีแทรกเข้ามาบ่อยนัก เนื่องจากงบประมาณที่มีอยู่จำกัดของรายการ และเรื่องของสภาพอากาศที่ไม่ได้แปรปรวนกันทุกวัน

วิธีการนำเสนอจะใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยพิธีกรจะทำหน้าที่สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากกรมอุตุนิยมวิทยา ซึ่งลักษณะของภาพจะเป็นการแช่ภาพพิธีกรขนาด Medium Shot แล้วซ้อนกราฟฟิคชื่อและตำแหน่งของบุคคลที่สนทนา ประกอบบริเวณด้านล่างของจอโทรทัศน์

เนื้อหาจะเป็นการเตือนภัยทางอากาศ โดยรายงานลักษณะอากาศจากภาพถ่ายดาวเทียมเมื่อเวลา 04.00 น. และผลกระทบของสภาพอากาศที่จะมีต่อการเกษตร ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นความแตกต่างระหว่างการพยากรณ์อากาศโดยทั่วไปกับการพยากรณ์อากาศเกษตร เพราะนอกจากจะบอกว่าวันนี้ฝนจะตกฟ้าจะร้องที่ไหนบ้างแล้ว ก็ยังต้องบอกถึงสิ่งที่จะกระทบต่อการเกษตรด้วย เช่น ช่วงเดือนนี้ ที่ภาคใต้ เงาะกำลังออกดอก กระแสลมแรงที่จะเข้ามาจากฝั่งอ่าวไทย อาจมีผลต่อการติดลูกของเงาะได้ ให้เกษตรกรระมัดระวังด้วย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกษตรกรเตรียมตัวรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดกับพืชผลของพวกเขาได้ทัน จึงนับได้ว่ามีประโยชน์มาก

ข้อดีของช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร คือทำให้ผู้ชมรายการได้ทราบถึงสภาพอากาศในช่วงนี้ว่าเป็นอย่างไร เพื่อจะได้เตรียมตัวรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับพืชผลของตนเองได้อย่างทันท่วงที

ส่วนข้อเสียนั้น คงจะเป็นที่ไม่สามารถนำเสนอช่วงนี้ได้อย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างเนื้อหาช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร สามารถแสดงให้เห็นได้ดังตารางที่ 5.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.5 ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร

ภาพ	เสียง
- Z / I พิธีกรรายการขนาด Medium Shot	พิธีกร : คุณจรรยาคะ วันนี้เห็นมีหมอกบางในตอนเช้าอีกแล้ว อากาศเปลี่ยนแปลงหรืออย่างไรคะ

ตารางที่ 5.5 ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร

<p>(ข้อกรภาพฟิค) จรรยา เลahlิมชัย หัวหน้าเวรกรรมอุตุนิยมวิทยา</p>	<p>จรรยา : ครับ ช่วงนี้อากาศจะเปลี่ยนแปลงหน่อยนะครับ มีทั้งหมอกมีทั้งฝนนะครับ เพราะลมหนาวลงมาไม่ถึงนะครับ จะเป็นลมจากลมตะวันออกเฉียงใต้และลมใต้พัดสอกลงมาหากัน พัดผ่านภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคเหนือเวลานะครับ</p> <p>พิธีกร : มีฝนตรงไหนบ้างคะ</p> <p>จรรยา : ในภาคเหนือก็อยู่แถวภาคเหนือตอนล่าง แถวตราด พิชณุโลก และเพชรบูรณ์นะครับ ภาคเหนือตอนใต้จะมีฝนส่วนตอนบนของภาคจะมีฝนหลายพื้นที่นะครับ แล้วก็ขอฝากเตือนผู้ใช้รถใช้ถนนขอให้เพิ่มความระมัดระวังไว้ด้วย</p> <p>พิธีกร : ทิศนวิสัยนี้ไม่ไกลเท่าไร บางที่มองเห็นไม่ชัดใช่ไหมคะ</p> <p>จรรยา : ครับ บางทีในภาคเหนือ บางคันนี้เห็นแค่ 200 เมตรเองนะครับ มองไม่เห็นเลย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็จะมีฝนเช่นเดียวกันนะครับ ฝนจะอยู่แถวนครราชสีมา สุรินทร์ บุรีรัมย์ เป็นฝนปริมาณไม่มาก ฝนบางพื้นที่ ภาคกลางจะมีฝนอยู่แถวนครสวรรค์ อุทัยฯ สุพรรณบุรี จะมีฝนมาบ้างก็ขอฝากเตือนพี่น้องเกษตรกร ยิ่งใกล้ก่อนตากผลิตผลทางการเกษตร ก็โทรสอบถามเข้ามาที่กรมอุตุนิยมวิทยาได้ตลอดเวลาครับ</p>
---	--

ช่วงที่ 5 ปฏิทินพาณิชย์

ความยาวประมาณ 1 นาที โดยช่วงนี้มีในช่วงปีแรกของการทำรายการ ในเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2543 ทุกวันจันทร์ ซึ่งสนับสนุนโดยกระทรวงพาณิชย์

หลังจากนั้น ช่วงรายการนี้ก็ต้องงดไป เนื่องจากความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินที่แบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายในรายการ

วิธีการนำเสนอ พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพูดคุยคนเดียว หรือพูดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข้อมูลทางการตลาด โดยไม่ตัดภาพไปที่ใด และแช่ภาพขนาด Medium Shot ไว้ที่พิธีกรยาวตลอดช่วงรายการ

เนื้อหาจะนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลทางพาณิชย์ที่จะเป็นประโยชน์กับเกษตรกร เช่น สถานการณ์ราคาพืชผลในขณะนี้เป็นอย่างไร อะไรได้เปรียบ (ราคาสูง) หรือขณะนี้ราคาข้าวตกต่ำเกษตรกรควรนำไปฝากไว้กับโรงรับจำนำก่อน หรือวันไหน สถานที่ใดจะมีการรับซื้อสินค้าเกษตรประเภทใดบ้าง เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูล นโยบาย มาตรการต่างๆ ของกระทรวงพาณิชย์ที่ต้องการทำความเข้าใจกับเกษตรกร

ซึ่งช่วงนี้ถือได้ว่าเป็นประโยชน์กับเกษตรกร เพราะนอกจากจะผลิตเป็นแล้ว ยังต้องรู้จักตลาดด้วย ไม่ว่าจะเป็นช่วงจังหวะในการขายสินค้า สินค้าที่ควรผลิตต่อไปตามความต้องการของตลาด สถานที่รับซื้อสินค้า มาตรการต่างๆ ของภาครัฐ เป็นต้น

ส่วนข้อเสียคือ ความขัดแย้งกันทางการเมืองระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน ที่แบ่งเป็น 2 ฝ่าย ทำให้ความร่วมมือในการนำเสนอข้อมูลความรู้ที่รอบด้านแก่ผู้ชมรายการต้องขาดหายไป

ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงปฏิทินพาณิชย์ สามารถแสดงให้เห็นได้ในตารางที่ 5.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.6 ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงปฏิทินพาณิชย์

ภาพ	เสียง
Z / I พิธีกรรายการขนาด Medium Shot	ช่วงนี้เรามาดูหลักเกณฑ์การไถ่ถอนจำนำข้าวเปลือก ของกระทรวงพาณิชย์กันนะคะ

ตารางที่ 5.6 ตัวอย่างเนื้อหารายการช่วงปฏิทินพาณิชย์

	<p>กรณีที่ยานำไว้ที่ยังฉางของเกษตรกร เกษตรกรสามารถไถ่ถอนใบประทวนได้คะ โดยต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ต้องจ่ายดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปีนะคะ</p> <p>แต่ถ้าหากเกษตรกรยำนำไว้ที่โรงสี และยำนำไปประทวน การรับคืนเป็นข้าวเปลือก ต้องจ่ายดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปีเช่นเดียวกันนะคะ</p> <p>ส่วนเกษตรกรที่ต้องการรับคืนเป็นข้าวสาร ต้องจ่ายดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปี ตามระยะเวลาที่ฝากยำนำไว้ และปริมาณข้าวสารที่เกษตรกรได้รับคืนจากการไถ่ถอน จะเป็นข้าวสารบรรจุกระสอบคะ</p>
--	--

: จบทำรายการ 30 วินาที ขึ้นรายชื่อบุคลากรของผู้ผลิตรายการแยกตามหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ซ้อนบนภาพป่าไม้ และมีเพลงบรรเลงเป็นเพลงประกอบรายการ

และในปัจจุบัน รายการเพื่อคนเกษตรก็มีช่วงหลักๆ เหลืออยู่เพียง 2 ช่วงเท่านั้น คือ ช่วงที่ 1 ชาวเกษตรประจำวัน และช่วงที่ 2 เกษตรสนทนา จะมีบ้างบางครั้ง เช่น ในระยะเวลาที่เป็นฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าว ก็จะมีช่วงข้อมูลการตลาด รายงานราคาหน้าโรงสี เข้าสายรายงานทางโทรศัพท์ หรือหากวันไหนอากาศไม่ดี ก็จะมีช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร เป็นการรายงานพยากรณ์อากาศเข้ามาบ้าง แต่เป็นเวลานาน จึงจะมีเข้ามาสักครั้ง ขึ้นอยู่กับการกำหนดจากองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินว่าต้องการช่วงอื่นๆ ประกอบด้วยหรือไม่ และถ้าองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินไม่เอาด้วย แต่ทางรายการเห็นความสำคัญ ก็ขึ้นอยู่กับการวางแผนประมาณในการผลิตของผู้ผลิตรายการเองมีหรือไม่

โดยสรุปแล้วก็คือ ทุกช่วงรายการจะมีปัจจัยเรื่องผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีส่วนในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการเป็นอย่างมาก ยกเว้นในเรื่องวิธีการนำเสนอ เช่น วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เจ้าหน้าที่รัฐในช่วงรายงานราคาสินค้า หรือวิธีการสัมภาษณ์ในช่วงเกษตรสนทนา เป็นต้น ที่ทางผู้ผลิตรายการมีอิสระในการนำเสนอรูปแบบต่างๆ เหล่านั้นเองได้ เนื่องจากทางหน่วยงานรัฐไม่มีความถนัดในด้านนี้

หากดูเผินๆ คงจะเห็นว่ารูปแบบเหล่านี้ก็เป็นรูปแบบที่มีความยืดหยุ่นดี หากเมื่อใดถึงฤดูกาลหรือมีเหตุด่วน ก็จะมีรายงานสดเข้ามา แต่รูปแบบเช่นนี้ ทำให้รายการดูไม่เป็นมืออาชีพ เพราะรูปแบบรายงานนั้นเปลี่ยนอยู่เสมอ ทำให้ผู้ชมที่ไม่ได้เป็นแฟนประจำ ติดตามชมรายการทุกวัน เกิดความสับสน ว่าตกลงแล้วรายการมีรูปแบบอย่างไร ต้องการนำเสนออะไรบ้าง

นอกจากรูปแบบนิตยสารทางการเกษตร ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างเนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว ในโอกาสพิเศษ รายการเพื่อคนเกษตรก็จะเปลี่ยนจากรูปแบบนิตยสารทางการเกษตร ไปเป็นรูปแบบสารคดี หรือแม้กระทั่งรูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่

2. รูปแบบสารคดี

รูปแบบสารคดีนี้จะเกิดขึ้นเนื่องในโอกาสพิเศษจริงๆ คือ

1. เมื่อมีหน่วยงานใดว่าจ้างให้บริษัท สื่อเกษตร จำกัด ผลิตสารคดีให้ ทางทีมงานก็จะนำมาลงในช่วงวันเวลาที่ยังว่างจากผู้สนับสนุนรายการอยู่ ซึ่งไม่สามารถบอกได้ว่าความถี่ของการเสนอสารคดีจะเป็นเท่าใด เนื่องจากผู้ว่าจ้างจะทำสัญญาผลิตสารคดีขึ้นต่อขึ้น ไม่ได้กำหนดแน่นอนว่าต้องผลิตต่อเนื่องกี่ตอน
2. บางวันหากผู้ผลิตรายการเห็นว่ามีการประชุม สัมมนาจากหน่วยงานภาครัฐที่น่าสนใจนำเสนอ ก็จะนำมาเสนอในรูปแบบสารคดี
3. บางครั้งเป็นวันหยุดพิเศษ ที่เป็นโอกาสให้พนักงานหยุดงานได้ ทางรายการก็จะนำสารคดี ซึ่งทางบริษัทฯ รับผิดชอบทำเป็นเรื่อยๆ และเห็นว่าน่าสนใจที่จะนำมาออกอากาศได้ ก็จะขออนุญาตผู้ว่าจ้างนำสารคดีมาออกอากาศในรายการ

ซึ่งจะเห็นว่าของสารคดีที่กล่าวมาข้างต้น คือสารคดีที่บริษัทรับจ้างผลิตทั้งสิ้น ดังนั้นเนื้อหาต้องออกมาในลักษณะการประชาสัมพันธ์ผู้ว่าจ้างอยู่แล้ว

รูปแบบของการนำเสนอก็จะเป็นสารคดีเต็มรูปแบบเลย ไม่มีผู้ดำเนินรายการ บรรยายเรื่องด้วยภาพตลอด ทำให้ผู้ชมที่เปิดมา หากไม่ได้ชมไตเติ้ลรายการ หรือ End Credit ในช่วงท้ายรายการ ที่มีชื่อของรายการเพื่อคนเกะขตร ก็จะไม่รู้เลยว่าเป็นของรายการเพื่อคนเกะขตร จนนึกว่ารายการเลิกทำไปแล้วยิ่งกว่ารูปแบบสัญจรเสียอีก เนื่องจากรูปแบบสัญจรยังเห็นหน้าพิธีกร แต่ไม่เห็นหรือไม่ได้ยินเสียงเลย

สารคดีที่เคยนำมาออกอากาศในรายการ เช่น สารคดีลุ่มน้ำปากพนังคือความหวัง สารคดีโรงสีชาวนาที่โลกขุมปูน สารคดีเศรษฐกิจจากผืนดิน เป็นต้น

3. รูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่

รูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่ ทางผู้ผลิตรายการเรียกว่าการสัญจร การสัญจรจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีเงื่อนไขการประกวดราคาของหน่วยงานรัฐ ระบุมา และความถี่ของการสัญจรก็จะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการประกวดราคา อาจจะเป็น 2 ครั้งต่อเดือน หรือ 1 ครั้งต่อเดือนก็ได้ (ซึ่งจะอยู่ในช่วงวันหยุด หรือ วันศุกร์ที่ประกวดราคาได้จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

รูปแบบการสัญจร จะเป็นในรูปแบบการอภิปราย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมอภิปรายคือเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ องค์กรเอกชน และชาวบ้าน มีคุณจุฬารัตน์ พิธีกรเป็นผู้ดำเนินการอภิปราย โดยมีลักษณะของรายการบันทึกเทปโทรทัศน์ นอกห้องส่ง (คือพื้นที่ต่างๆ แล้วแต่ว่าในการสัญจรครั้งนั้นๆ จะไปที่ชุมชนใด จังหวัดไหน)

โดยรูปแบบ “การสัญจร” นี้ทางบริษัทฯ ได้เป็นผู้เสนอเข้าไปใน proposal การประกวดราคาเอง เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ทั้งฝ่ายภาครัฐและฝ่ายชาวบ้าน ทำให้รัฐได้รับรู้

ปัญหาที่แท้จริง ส่วนฝ่ายชาวบ้านก็ได้สัมผัสกับข้าราชการ ได้ซักถาม ได้คำตอบในตอนนั้นเลย การมีส่วนร่วมระหว่าง 2 ฝ่ายก็เกิดขึ้น

“...เวลาที่เราเสนองานต่อหน่วยงานอื่นๆ เราก็อยากเสนอให้มีการสัญจร เพราะรู้สึกว่าการความสำเร็จของงานของรัฐอยู่ตรงทำประชาชนเข้าใจ และประชาชนเอาด้วย รัฐเองก็ต้องรู้ให้ได้ว่าประชาชนต้องการอะไร แล้วทำให้ตรงกับเขาต้องการ เวทีสัญจรมันก็เหมือนกับว่า เป็นเวทีได้แลกเปลี่ยน บางสิ่งที่ชาวบ้านอยากรู้ ราชการไม่เคยรู้มาก่อน หรือบางทีสิ่งที่ราชการทำให้ชาวบ้าน ชาวบ้านก็เคยรู้มาก่อน ก็เป็นการเชื่อมระหว่งนโยบายกับประชาชนให้มากขึ้น...” (จุฬารัตน์ นิวัติศยกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2545)

แต่ในความเป็นจริงการสัญจรกลับเป็นเสมือนการประชุมสัมพันธ์ส่วนบุคคล นโยบายโครงการต่างๆ ของภาครัฐมากกว่า เนื่องจากก่อนการลงสัญจรแต่ละครั้ง ทางกระทรวงฯ จะเป็นผู้กำหนดโครงการที่ต้องการประชาสัมพันธ์มาให้ และกำหนดพื้นที่ที่ต้องการให้รายการไปทำการสัญจร จากนั้นทางกระทรวงฯ จะทำเรื่องเป็นหนังสือส่งไปให้เกษตรจังหวัดนั้นๆ ไปจัดการหาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งชาวบ้านมาร่วมรายการ

และก่อนที่จะลงสัญจรแต่ละครั้ง ทางทีมงานก็ต้องไปสำรวจพื้นที่ก่อน โดยไปติดต่อประสานงานกับกลุ่มบุคคลฝ่ายต่างๆ ที่ทางกระทรวงฯ ประสานงานเอาไว้แล้ว

ส่วนประเด็นในการอภิปราย ทางกระทรวงฯ จะส่งเป็นจดหมายมาให้กับรายการ เพื่อนำไปทำเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ต่อไป

ดังนั้น การไปสัญจร ดูเผินๆ จึงดูเหมือนกับเป็นการนำทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ องค์กรเอกชน และชาวบ้านมานั่งอภิปรายถึงปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน อย่างเป็นกลางและเท่าเทียม

แต่ในความเป็นจริงกลับหาเป็นเช่นนั้นไม่ เนื่องจากบุคคลที่เข้าร่วมการอภิปรายถูกกำหนดมาแล้วจากภาครัฐ โดยเฉพาะการสัญจรทุกครั้งต้องมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงฯ ไปด้วย เพราะถือเป็นโครงการที่มีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของกระทรวงและผู้บริหารอยู่แล้ว

นอกจากนั้น ประเด็นในการพูดคุยในรายการ กระทรวงฯ ก็จะเป็นผู้กำหนดให้กับรายการ ตั้งแต่ก่อนการลงสัญญาณด้วย

และเมื่อออกสัญญาณแต่ละครั้ง การจะส่งทีมงานไปทำเฉยๆ ก็จะเป็นการเสียงบประมาณไปเปล่าๆ จึงมีทีมงานไปบันทึกเทป แล้วนำมาออกอากาศเพื่อให้ผู้ชมทั่วประเทศได้รับชมด้วย ลักษณะก็จะเหมือนกับเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดีกว่า ใกล้ชิดกับประชาชน เข้าถึงชาวบ้าน รับฟังปัญหาอย่างแท้จริง เป็นภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มาก การใส่รูปแบบนี้เข้าไปใน proposal ประกวดราคาด้วย จึงทำให้ บริษัทฯ ค่อนข้างได้เปรียบคู่แข่งจากบริษัทอื่นในการประกวดราคาเหมือนกัน

แต่ถึงจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่ผู้วิจัยก็เห็นว่าอย่างไรชาวบ้านก็ได้รับประโยชน์จากจุดนี้บ้างเหมือนกัน เพราะอย่างน้อยมันก็เป็น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่ของรัฐได้ ทำให้เกิดความเชื่อมโยงกัน ได้พูดคุย รับฟังปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน รัฐนำปัญหาของชาวบ้านไปแก้ไข ชาวบ้านฟัง นโยบายจากภาครัฐ หากความต้องการของฝ่ายใดทำไม่ได้ อย่างน้อยก็ยังสามารถประนีประนอม ปัญหาร่วมกัน เพื่อหาทางออกที่เหมาะสมต่อไป

แต่หากจะพิจารณาในแง่รูปแบบการนำเสนอของรายการแล้ว การที่เพิ่มรูปแบบการ สัญจรเข้ามา ก็ยังทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนมากขึ้น เพราะปกติรายการก็เป็นการจัดสดในสตูดิโอ แต่อยู่ๆ บางวันก็มีเทปบันทึกภาพการสัญจรขึ้นมา ซึ่งโดยปกติ ผู้ชมบางท่านก็ไม่ทราบตาราง การนำเสนอเนื้อหาในแต่ละวันอยู่แล้ว พอยังมีรายการเทปสัญจรเข้ามาผสมด้วย รายการยิ่งดูผสมปนเป ไม่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ถ้าไม่เห็นหน้าคุณจุฬารัตน์ พิธีกรรายการ อาจทำให้นึกกว่ารายการ เลิกทำไปแล้วก็ได้

สรุปแล้ว รูปแบบการนำเสนอของรายการในแต่ละวันก็มีทั้งสิ้น 3 แบบสลับสับเปลี่ยนกัน ไป คือรูปแบบนิตยสารทางการเกษตร รูปแบบการอภิปรายนอกสถานที่ และรูปแบบสารคดี โดย เรียงลำดับสัดส่วนความมากน้อยตามการนำเสนอได้ดังนี้

1. รูปแบบนิตยสารทางการเกษตร เนื่องจากนำเสนอเกือบทุกวัน ยกเว้นเมื่อมีเทศกาลดี และเทศกาลสัญจรต้องการนำเสนอ
2. รูปแบบสารคดี เนื่องจากมีเทศกาลดีที่หลากหลายสามารถนำเสนอได้มากกว่าการสัญจร
3. รูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่ เกิดขึ้นน้อยที่สุด เพราะหากไม่มีเงื่อนไขการประกวดราคา ก็จะไม่มีการสัญจรเกิดขึ้น อย่างมากที่สุด 1 ปีจะมีการสัญจรประมาณ 6 ครั้ง

คงต้องบอกว่ารูปแบบรายการทั้ง 3 แบบนี้ สร้างความสับสนเป็นอย่างมากสำหรับผู้ชม เพราะการนำเสนอรูปแบบทั้ง 3 นี้ ไม่ได้มีความแน่นอนเลยว่าจะเสนอรูปแบบไหน เมื่อไหร่ ปกติผู้ชมก็จะมี kecenderungan กับรูปแบบรายการปกติ แต่อยู่ๆ อาจจะ 1 ถึง 2 เดือน ก็จะมีรูปแบบการสัญจรโผล่มาครั้งหนึ่ง แล้วช่วงที่ไม่มีเงื่อนไขการประกวดราคา รูปแบบนี้ก็หายไปเลย หรือบางครั้ง ก็มีสารคดีอีก แต่ส่วนนี้ก็ยังไม่แน่นอน เพราะไม่รู้ว่าจะมีผู้มาจ้างให้ทำสารคดีเมื่อไหร่ จะมีการประชุมที่นำเสนอใจต่อนไหน และผู้ผลิตรายการจะหยุดตอนไหนบ้าง ทำให้ผู้ชมที่ไม่ได้เป็นแฟนรายการประจำติดตามรายการมาโดยตลอด อาจจะเกิดความงงๆ ได้ว่าเกิดอะไรกับรายการ

จากรูปแบบการนำเสนอทั้งหมดของรายการ ต่อไปจะไปดูถึงความเป็นมาขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน ซึ่งมีผลต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเนื้อหาต่างๆ ตั้งแต่เริ่มรายการในเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2543 ดังนี้

ความเป็นมาของรายการเพื่อคนเกษตร (เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน)

จากรูปแบบต่างๆ ของรายการดังที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น ต่อไปจะขอกล่าวถึงความเป็นมาของรายการ โดยผู้วิจัยได้นำปัจจัยเรื่ององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินมาเป็นหลักในการวิเคราะห์ว่ามีผลกระทบต่อโครงสร้างเนื้อหา และเนื้อหาของรายการอย่างไร

เหตุที่ยืดเอาองค์ของผู้สนับสนุนทางการเงินมาเป็นเกณฑ์หลักในการพิจารณา เนื่องจากปัจจัยนี้พอจะทำให้เราทราบถึงโครงสร้างเนื้อหา และเนื้อหาของรายการได้อย่างแน่ชัด ในระยะเวลาสั้นๆ ได้ เพราะ รายการเพื่อคนเกษตร ต้องทำตามสัญญาการว่าจ้างว่าต้องนำเสนอรูปแบบนี้ เนื้อหาเรื่องนี้ ไม่สามารถเปลี่ยนเป็นอย่างอื่นได้

ซึ่งหากเป็นวันที่ไม่มีสัญญาว่าจ้างแล้ว รูปแบบ โครงสร้างเนื้อหา (ช่วงรายการต่างๆ) หรือเนื้อหาก็คงจะสลับสับเปลี่ยนกันไป ไม่เหมือนกันทุกวัน เนื่องจากจะขึ้นอยู่กับความเห็นเหมาะสมของผู้ผลิตรายการว่าระยะนี้ วันนี้ควรนำเสนอเรื่องอะไร ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะไม่ค่อยซ้ำกันในแต่ละวัน และทำให้ไม่สามารถมองเห็นถึงความเป็นมาต่างๆ ได้มากนัก

นอกจากนั้น ผู้ผลิตรายการก็ไม่ได้เก็บรายละเอียดเรื่องพัฒนาการด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการเอาไว้ด้วย เนื่องจากรูปแบบ โครงสร้างเนื้อหา (ช่วงรายการ) และเนื้อหาก็คงมีความยืดหยุ่นไปเรื่อยๆ ไม่ค่อยซ้ำกันในแต่ละวัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาจากสัญญาการว่าจ้างผลิตรายการระหว่างองค์ผู้สนับสนุนทางการเงินกับผู้ผลิตรายการ น่าจะทำให้พอเห็นถึงความเป็นมาของรายการเพื่อคนเกษตรได้ดีกว่า ถึงจะไม่มาก แต่ก็คงไม่น้อยเกินไป

ตั้งแต่รายการเพื่อคนเกษตร ออกอากาศครั้งแรกในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2543 รายการก็มีองค์ผู้สนับสนุนทางการเงิน โดยเรียงตามลำดับเวลา ก่อนหลังได้ดังนี้

พ.ศ.2543

เริ่มด้วยทุกวันจันทร์และวันอังคารของเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2543 รวมเป็นเวลา 5 เดือน ทางรายการเพื่อคนเกษตร จะต้องผลิตรายการช่วงที่ 2 ข้อมูลการตลาด เวลาประมาณ 2 นาที ให้กับฝ่ายพัฒนาธุรกิจตลาดไท โดยเนื้อหาจะเป็นการรายงานสภาวะราคาสินค้าต่างๆ จากตลาดไท

ส่วนทุกวันจันทร์และวันอังคารของเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2543 รวมเป็นเวลา 4 เดือน รายการเพื่อคนเกษตรต้องนำเสนอตอนรายการความยาว 30 วินาที มาออกอากาศหลังช่วงข่าวเกษตรประจำวัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้กับสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น

เช่นกันสำหรับทุกวันพุธและวันพฤหัสบดีของเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2543 รวมเป็นเวลา 4 เดือน ที่ต้องนำสล็อตคืนรายการความยาว 30 วินาที มาออกอากาศหลังช่วงข่าวเกษตรประจำวัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2543 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2544 ทุกวันศุกร์ รวมเป็นเวลา 6 เดือน เป็นครั้งแรกที่ทางผู้ผลิตรายการรับจ้างผลิตรายการทั้ง 30 นาที โดยมีสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน ซึ่งมีทั้งช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงข้อมูลการตลาด ช่วงเกษตรสนทนา และช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร สำหรับเนื้อหาโดยรวมจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และมาตรการต่างๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ทุกวันพุธของเดือนกันยายน พ.ศ.2543 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2544 รวมเป็นเวลา 5 เดือน ผลิตรายการ 30 นาที ในช่วงข่าวเกษตรประจำวันและช่วงเกษตรสนทนา ให้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ ซึ่งเนื้อหาก็จะเป็นเรื่องข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และมาตรการต่างๆ ของกรมส่งเสริมสหกรณ์

ปิดท้ายปีพ.ศ.2543 ที่การว่าจ้างระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับผู้ผลิตรายการ ให้ผลิตช่วงปฏิทินพาณิชย์ เป็นเวลา 1 นาที ในตอนท้ายรายการ ทุกวันจันทร์ของเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม รวมเป็นเวลา 3 เดือน ซึ่งเนื้อหาจะเป็นข้อมูลต่างๆ ทางพาณิชย์ที่ทางกระทรวงพาณิชย์เห็นว่าจำเป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการ

สรุปแล้วปีพ.ศ.2543 มีการรับจ้างผลิตรายการ 30 นาที 2 ครั้ง คือทุกวันศุกร์ของเดือนสิงหาคม พ.ศ.2543 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2544 ผลิตให้กับสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับทุกวันพุธของเดือนกันยายน พ.ศ.2543 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2544 ผลิตให้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์

มีการรับจ้างผลิตเฉพาะช่วงรายการ 2 ครั้ง คือช่วงข้อมูลการตลาด ความยาวประมาณ 3 นาที ให้กับฝ่ายพัฒนาธุรกิจตลาดไท และช่วงปฏิทินพาณิชย์ ความยาวประมาณ 1 นาที ให้กับกระทรวงพาณิชย์

มีการนำสเปคตัมรายการ 30 วินาทีมาออกอากาศ 2 ตัว คือของสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น และการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

พ.ศ.2544

เริ่มต้นปีพ.ศ.2544 ด้วยการออกอากาศสเปคตัมรายการความยาว 30 วินาที หลังช่วงข่าวเกษตรประจำวัน เรื่องพักชำระหนี้ ให้กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในทุกวันจันทร์และวันอังคารของเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน รวมเป็นเวลา 2 เดือน

ผลิตรายการ 30 นาทีในทุกวันศุกร์ของเดือนมีนาคมถึงเดือนกันยายน รวมเป็นเวลา 7 เดือน ให้กับสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อเป็นการบอกเล่าข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว นโยบาย และมาตรการต่างๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา

ส่วนทุกวันจันทร์และวันอังคารของเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน รวมเป็นเวลา 5 เดือน ผลิตรายการช่วงเกษตรสนทนาให้กับกรมส่งเสริมการเกษตร เรื่องศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำตำบล

สรุปแล้วปีพ.ศ.2544 มีการทำสัญญาว่าจ้าง 3 ครั้งเท่านั้น คือผลิตรายการ 30 นาทีทุกวันศุกร์ให้กับสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลิตรายการช่วงเกษตรสนทนาทุกวันจันทร์และอังคาร ให้กับกรมส่งเสริมการเกษตร

และออกอากาศสเปคตัมรายการความยาว 30 วินาทีให้กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

พ.ศ.2545

ปีพ.ศ.2545 ถือได้ว่าเป็นปีที่ผู้ผลิตรายการมีการทำสัญญาว่าจ้างกับองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินมากกว่าทุกปี โดยมีรายละเอียดเรียงตามลำดับเวลาได้ดังนี้

ในทุกวันจันทร์และวันอังคารของเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม รวมเป็นเวลา 3 เดือน ออกอากาศสัปดาห์ละครั้งรายการความยาว 30 วินาที หลังช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ให้กับสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสหกรณ์

ทุกวันพุธของเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม รวมเป็นเวลา 5 เดือน ผลิตรายการความยาว 30 นาที ให้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ โดยมีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ส่วนเนื้อหาจะเป็นข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และมาตรการต่างๆ ของกรมส่งเสริมสหกรณ์

ทุกวันศุกร์ของเดือนมกราคม ถึงเดือนกันยายน รวมเป็นเวลา 9 เดือน ผลิตรายการ 30 นาที ให้กับสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ส่วนเนื้อหาจะเป็นข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และมาตรการต่างๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ทุกวันพฤหัสบดีของเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกันยายน รวมเป็นเวลา 8 เดือน ผลิตรายการ 30 นาที ให้กับกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ส่วนเนื้อหาจะเป็นข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และมาตรการต่างๆ ของกรมส่งเสริมการเกษตร

ทุกวันจันทร์และวันอังคารของเดือนเมษายน ถึงเดือนธันวาคม รวมเป็นเวลา 9 เดือน ออกอากาศสัปดาห์ละครั้งรายการความยาว 30 วินาที หลังช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ให้กับสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น โดยเนื้อหาเป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสหกรณ์

ปิดท้ายที่การผลิตรายการความยาว 30 นาทีให้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ในทุกวันพุธของเดือนกันยายน พ.ศ.2545 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2546 รวมเป็นเวลา 5 เดือน โดยมีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ส่วนเนื้อหาจะเป็นเรื่องสหกรณ์ต้นแบบ

สรุปแล้วในปีพ.ศ.2545 นี้รับจ้างผลิตรายการความยาว 30 นาที 4 ครั้ง โดยผลิตให้กับกรมส่งเสริมสหกรณ์ 2 ครั้ง คือช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม กับช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2543 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2544 สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 1 ครั้ง และกรมส่งเสริมการเกษตร 1 ครั้ง

ออกอากาศสปอตค้นรายการความยาว 30 วินาที 2 ครั้ง โดยมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินเป็นหน่วยงานเดียวกัน นั่นคือสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น และเมื่อรวมระยะเวลาของสัญญาทั้ง 2 ครั้งแล้ว ก็จะเป็นระยะเวลา 1 ปีพอดี

ซึ่งในปีนี้ไม่มีการรับจ้างผลิตงานในลักษณะของช่วงรายการ

ความเป็นมาทั้งหมดพอจะสรุปให้เห็นได้โดยง่าย ซึ่งจะแสดงให้เห็นในตารางที่ 5.7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.7 แสดงความเป็นมาขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน กับโครงสร้างเนื้อหาของรายการ

ปีพ.ศ.	เดือน	องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน	โครงสร้างเนื้อหา	เนื้อหา
2543	พ.ค. – ก.ย. (ทุกวันจ.+อ.)	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจตลาดไท	ช่วงข้อมูลการตลาด	การรายงานสภาวะราคาสินค้า
	มิ.ย. – ก.ย. (ทุกวันจ.+อ.)	สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น	สปอตค้นรายการ 30 วินาที	ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์
	มิ.ย. – ก.ย. (ทุกวันพ.+พท.)	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	สปอตค้นรายการ 30 วินาที	ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์
	ส.ค. – ม.ค.(44) (ทุกวันศุกร์)	สำนักงานปลัด กระทรวงเกษตรฯ	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงข้อมูลการตลาด ช่วงเกษตรสนทนา ช่วงพยากรณ์อากาศ	ข่าวสารความเคลื่อนไหว และมาตรการ นโยบาย ต่างๆของกระทรวง

ตารางที่ 5.7 แสดงความเป็นมาขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน กับโครงสร้างเนื้อหาของรายการ

	ก.ย. – ม.ค.(44) (ทุกวันพุธ)	กรมส่งเสริมสหกรณ์	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงเกษตรสนทนา	ข่าวสารความเคลื่อนไหว และมาตรการ นโยบาย ต่างๆของกรม
	ต.ค. – ธ.ค. (ทุกวันจ.)	กระทรวงพาณิชย์	ช่วงปฏิทินพาณิชย์	ข้อมูลทางพาณิชย์
2544	มี.ค. – เม.ย. (ทุกวันจ.+อ.)	ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร	สปรอตคั้นรายการ (30 วินาที)	เรื่องพักชำระหนี้
	มี.ค. – ก.ย. (ทุกวันศุกร์)	สำนักงานปลัด กระทรวงเกษตรฯ	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงเกษตรสนทนา	ข่าวสารความเคลื่อนไหว และมาตรการ นโยบาย ต่างๆของกระทรวง
	พ.ค. – ก.ย. (ทุกวันจ.+อ.)	กรมส่งเสริมการเกษตร	ช่วงเกษตรสนทนา	ศูนย์บริการและถ่ายทอด เทคโนโลยีประจำตำบล
2545	ม.ค. – มี.ค. (ทุกวันจ.+อ.)	สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น	สปรอตคั้นรายการ (30 วินาที)	ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์
	ม.ค. – พ.ค. (ทุกวันพุธ)	กรมส่งเสริมสหกรณ์	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงเกษตรสนทนา	ข่าวสารความเคลื่อนไหว และมาตรการ นโยบาย ต่างๆของกรม
	ม.ค. – ก.ย. (ทุกวันศุกร์)	สำนักงานปลัด กระทรวงเกษตรฯ	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงเกษตรสนทนา	ข่าวสารความเคลื่อนไหว และมาตรการ นโยบาย ต่างๆของกระทรวง
	ก.พ. – ก.ย. (ทุกวันพฤ.)	กรมส่งเสริมการเกษตร	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงข้อมูลการตลาด ช่วงเกษตรสนทนา	ข่าวสารความเคลื่อนไหว และมาตรการ นโยบาย ต่างๆของกรม

ตารางที่ 5.7 แสดงความเป็นมาขององค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน กับโครงสร้างเนื้อหาของรายการ

เม.ย. – ธ.ค. (ทุกวันจ.+อ.)	สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น	สปรอตคั้นรายการ (30 วินาที)	ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์
ก.ย. – ม.ค.(46) (ทุกวันพุธ)	กรมส่งเสริมสหกรณ์	ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ช่วงเกษตรสนทนา	สหกรณ์ต้นแบบ

จากความเป็นมาของรายการเพื่อคนเกษตร ตั้งแต่เริ่มทำรายการในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน ก็ทำให้สามารถสรุปได้ว่า

1. องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินนิยมทำสัญญาว่าจ้างในลักษณะการผลิตรายการความยาว 30 นาที ในวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ มากกว่าการว่าจ้างผลิตเป็นช่วงรายการหรือออกอากาศสปรอตโทรทัศน์
2. ปีที่มีสัญญาการว่าจ้างมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทั้ง 3 ปีได้แก่

2.1 อันดับหนึ่งคือปีพ.ศ.2545 โดยมีสัญญาการผลิตรายการความยาว 30 นาที 4 รอบ แบ่งเป็นกรมส่งเสริมสหกรณ์ 2 รอบ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 1 รอบ และกรมส่งเสริมการเกษตร 1 รอบ

มีสัญญาว่าจ้างออกอากาศสปรอตคั้นรายการความยาว 30 วินาที ให้กับสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น 2 รอบ (เมื่อบวกจำนวนเดือนของสัญญาทั้ง 2 รอบแล้ว ก็เท่ากับระยะเวลา 1ปีพอดี)

ซึ่งในปีนี้ไม่มีการว่าจ้างผลิตเป็นช่วงรายการแต่อย่างใด

2.2 อันดับสองคือปีพ.ศ.2543 ที่มีสัญญาการผลิตรายการความยาว 30 วินาที 2 รอบ แบ่งเป็นสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 1 รอบ และกรมส่งเสริมสหกรณ์ 1 รอบ

สัญญาการว่าจ้างให้ผลิตเฉพาะช่วงรายการ 2 รอบคือฝ่ายพัฒนารัฐกิจตลาดไท 1 รอบ และกระทรวงพาณิชย์ 1 รอบ

มีสัญญาการว่าจ้างให้ออกอากาศสล็อตคืนรายการความยาว 30 วินาที 2 รอบ โดยเป็นสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น 1 รอบ และการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย 1 รอบ

2.3 อันดับสุดท้ายเป็นปีพ.ศ.2544 ที่ทั้งปีมีสัญญาการว่าจ้างของรายการเพื่อคนเกษตร เพียงแค่ 3 ฉบับเท่านั้น คือ

การผลิตรายการความยาว 30 นาทีให้กับสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 1 รอบ

การผลิตรายการเฉพาะช่วงเกษตรสนทนา ให้กับกรมส่งเสริมการเกษตร 1 รอบ

และสัญญาว่าจ้างออกอากาศสล็อตคืนรายการความยาว 30 วินาที ให้กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 1 รอบ

3. องค์การผู้สนับสนุนทางการเงินที่ทำสัญญาจ้างกับรายการบ่อยครั้งที่สุดในรอบ 3 ปี แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

3.1 ประเภทการผลิตรายการความยาว 30 นาที

3.1.1 แบ่งตามจำนวนครั้งของการทำสัญญา

หากแบ่งตามจำนวนครั้งของการทำสัญญา องค์การผู้สนับสนุนทางการเงินที่ทำสัญญากับรายการเพื่อคนเกษตรบ่อยที่สุด คือสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 3 รอบ และกรมส่งเสริมสหกรณ์ 3 รอบ รองลงมาคือกรมส่งเสริมการเกษตร 1 รอบ

3.1.2 แบ่งตามจำนวนเดือนที่เป็นงบประมาณ

แต่หากแบ่งตามจำนวนเดือนที่เป็นงบประมาณแล้ว องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินที่ว่าจ้างผลิตรายการเพื่อคนเกษียณอายุมากที่สุด คือสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นเวลา 22 เดือน รองลงมาคือกรมส่งเสริมสหกรณ์ 15 เดือน และกรมส่งเสริมการเกษตร 8 เดือน ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการผลิตรายการเพื่อคนเกษียณอายุอย่างต่อเนื่อง และด้วยดีตลอดมา เรียกว่าเป็นลูกค้าอันดับหนึ่งของผู้ผลิตรายการก็ว่าได้

3.2 ประเภทการผลิตเฉพาะช่วงรายการ

3.2.1 แบ่งตามจำนวนครั้งของการทำสัญญา

หากแบ่งตามจำนวนครั้งของการทำสัญญา องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินที่ว่าจ้างผลิตแบบเฉพาะช่วงรายการบ่อยครั้งที่สุด อันดับหนึ่งมีจำนวนเท่ากันทั้ง 3 หน่วยงาน คือ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจตลาดไท กระทรวงพาณิชย์ และกรมส่งเสริมการเกษตร อย่างละ 1 ครั้ง

3.2.2 แบ่งตามจำนวนเดือนที่เป็นงบประมาณ

แต่หากแบ่งตามจำนวนเดือนที่เป็นงบประมาณแล้ว องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินที่ว่าจ้างผลิตเฉพาะช่วงรายการนานที่สุด คือฝ่ายพัฒนาธุรกิจตลาดไท และกรมส่งเสริมการเกษตร มีระยะเวลาเท่ากันคือ 5 เดือน

3.3 ประเภทสัญญาว่าจ้างออกอากาศสปอตค้นรายการ

องค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินที่ว่าจ้างให้ออกอากาศสปอตค้นรายการบ่อยที่สุดและนานที่สุดคือ สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น ที่มีการทำสัญญากับผู้ผลิตรายการถึง 3 ครั้ง เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 16 เดือน รองลงมาคือการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สัญญา 1 ครั้ง

ระยะเวลา 4 เดือน สุดท้ายคือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สัญญา 1 ครั้ง ระยะเวลา 2 เดือน

การวิเคราะห์เนื้อหารายการเพื่อคนเกษตร

การศึกษารายการเพื่อคนเกษตร ซึ่งออกอากาศในเวลา 05.00 – 05.30 น. ทุกวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเทปวิดีโอเนื้อหารายการในเดือนธันวาคม พ.ศ.2545 ทั้งหมดรวมเป็น 20 ตอน โดยในเดือนนี้ รายการเพื่อคนเกษตรมีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินอยู่ 2 หน่วยงาน คือ

1. กรมส่งเสริมสหกรณ์ ว่าจ้างให้ผลิตรายการความยาว 30 นาที ในทุกวันพุธ โดยมีช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา
2. สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น ว่าจ้างให้ออกอากาศสัปดาห์ละครั้งรายการความยาว 30 วินาที ทุกวันจันทร์และวันอังคาร

ซึ่งองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินจะมีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาอย่างไร รวมทั้งรายการมีรูปแบบ โครงสร้างเนื้อหา และสาระสำคัญที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละตอนเช่นไร สามารถมองเห็นได้ข้อมูลจากการศึกษา ดังต่อไปนี้

จากรายการทั้งหมด 20 ตอน แบ่งเป็น

1. รูปแบบนิตยสาร 16 ตอน
 - ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน 28 ข่าว
 - ช่วงเกษตรสนทนา 16 ครั้ง
 - ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร 4 ครั้ง

- สปอตค้นรายการ 8 ครั้ง

2. รูปแบบสารคดี 4 ตอน

โดยในที่นี้ ผู้วิจัยจะขอวิเคราะห์เนื้อหารายการเฉพาะในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และ ช่วงเกษตรสนทนา เพราะเป็นรูปแบบที่จัดว่าต้องนำเสนอทุกวัน ในรูปแบบนิตยสาร จึงถือว่าเป็นช่วงที่มีการนำเสนอค่อนข้างคงที่ พอที่จะทำให้วิเคราะห์ถึงเนื้อหาต่างๆ ได้

การวิเคราะห์เนื้อหาช่วงข่าวเกษตรประจำวัน

ช่วงข่าวเกษตรประจำวันจะมีเวลาประมาณ 3 – 5 นาที แล้วแต่จำนวนข่าวและความยาวของข่าว โดยในแต่ละวันจะมีจำนวนข่าวที่ไม่เท่ากัน มากบ้างน้อยบ้างตามแต่ผู้ผลิตรายการจะเห็นเหมาะสม

จากการศึกษาเนื้อหารายการทั้ง 20 ตอน ในเดือนธันวาคม พบว่ารายการเพื่อคนเกษตรใช้รูปแบบนิตยสาร 16 ตอน และมีช่วงข่าวเกษตรประจำวันทั้ง 16 ตอน โดยมีจำนวนข่าวที่นำเสนอทั้งสิ้น 28 ข่าว

เดือนธันวาคม เป็นเดือนที่รายการเพื่อคนเกษตร มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินว่าจ้างให้ผลิตรายการ 30 นาที เพียงหน่วยงานเดียว คือกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในวันพุธ ดังนั้น ช่วงข่าวเกษตรประจำวันจึงได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสัญญาการว่าจ้างในการกำหนดเนื้อหาเพียงวันเดียว คือ วันพุธ ส่วนวันที่เหลือรายการมีอิสระในการกำหนดเนื้อหาข่าวเองได้

แต่จากการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหารายการแล้วปรากฏว่า เนื้อหาในช่วงข่าวส่วนใหญ่ก็ยังคงมีที่มาจากหน่วยงานของภาครัฐ และเนื้อหาข่าวก็ไม่ค่อยมีความสดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากมักจะเป็นข่าวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งานต่างๆ ของภาครัฐ การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงาน หรือการรายงานผลการประชุมที่จริงๆ เกิดขึ้นเมื่อนานมาแล้ว เช่น การประชุมของคณะ

กรรมวิธีการเกษตรและสหกรณ์ สมาชิกแพนราชฎร ครั้งล่าสุด ที่เกิดขึ้นเมื่อ 2 – 3 เดือนที่ผ่านมา เป็นต้น

โดยจุดที่น่าสังเกตก็คือในช่วงข่าวเกษตรประจำวันนี้ ไม่มีข่าวที่กล่าวถึงความเป็นอยู่ หรือ สะท้อนปัญหาของเกษตรกรเลย และไม่มีแหล่งที่มาของข่าวจากด้านเกษตรกรด้วย

โดยการศึกษาเนื้อหาข่าวทั้ง 28 ข่าว ทำให้ผู้วิจัยสามารถแบ่งแยกกลุ่มเนื้อหาตาม ประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. แบ่งแยกตามหมวดเนื้อหา

เมื่อแบ่งแยกเนื้อหาข่าวทั้ง 28 ข่าวตามหมวดเรื่องของเนื้อหาแล้ว สามารถ แบ่งแยกออกเป็นหมวดต่างๆ ได้ดังนี้

1.1 สหกรณ์

ข่าวเรื่องเกี่ยวกับสหกรณ์ มีการนำเสนอถึง 10 ข่าว จาก 28 ข่าว เช่น การ แนะนำเว็บไซต์สหกรณ์ การพูดถึงสหกรณ์ที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 35.71 ซึ่ง ถือเป็นหมวดเนื้อหาที่มีความถี่ในการนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากในเดือนธันวาคมนี้ มี กรมส่งเสริมสหกรณ์ให้การสนับสนุนทางการเงินในวันพุธ เนื้อหาต่างๆ จึงถูกกำหนดมาในสัญญา ว่าจ้างให้พูดถึงเฉพาะเรื่องสหกรณ์ในวันพุธ ความถี่ของการนำเสนอทั้งเดือนจึงมาอยู่ที่เรื่องของ สหกรณ์

1.2 ที่ดิน

หมวดเนื้อหาเรื่องที่ดินที่พูดถึงกันมากในเดือนธันวาคม คือเรื่องราวของ ที่ดินทำกิน ที่กำลังเป็นปัญหาระหว่างภาครัฐกับเกษตรกร โดยมีการนำเสนอจำนวน 5 ข่าว จาก

ทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 17.86 อย่างไรก็ตามเนื้อหาเรื่องที่ดินมีความถี่น้อยกว่าเรื่องสหกรณ์ ถึงครึ่งหนึ่ง

1.3 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หมวดเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คือการจัดงาน วันเกษตรศาสตร์ก้าวไกล ร่วมใจพัฒนาชุมชน โดยมีการนำเสนอ 3 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็น ร้อยละ 10.72

1.4 วิสาหกิจชุมชน

หมวดเนื้อหาวิสาหกิจชุมชน มีการนำเสนอ 3 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็น ร้อยละ 10.72 เช่นเดียวกับหมวดเนื้อหามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.5 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

หมวดเนื้อหากระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คือหน่วยงานต่างๆ ความเคลื่อนไหว และบุคลากรที่อยู่ในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งหมวดนี้มีการนำเสนอ 1 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็น ร้อยละ 3.57

1.6 พืชเศรษฐกิจ

ข่าวเรื่องเกี่ยวกับถั่วเหลือง จัดอยู่ในหมวดพืชเศรษฐกิจ เนื่องจากถั่วเหลืองถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ซึ่งหมวดนี้มีการนำเสนอ 1 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็น ร้อยละ 3.57

1.7 ข้าว

เรื่องวันข้าวอินทรีย์ไทย จัดอยู่ในหมวดเนื้อหาเรื่องข้าว ซึ่งหมวดนี้มีความถี่ในการนำเสนอ 1 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

1.8 สิ่งแวดล้อม

เรื่องของวันสิ่งแวดล้อม จัดอยู่ในหมวดเนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมวดนี้มีความถี่ในการนำเสนอ 1 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

1.9 ปศุสัตว์

เรื่องของอาหารสัตว์ จัดอยู่ในหมวดเรื่องปศุสัตว์ ซึ่งหมวดนี้มีความถี่ในการนำเสนอ 1 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

1.10 ผู้ผลิตรายการ

ผู้ผลิตรายการ คือบริษัท สื่อเกษตร จำกัด หมวดนี้มีความถี่ในการนำเสนอ 1 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

1.11 ในหลวง

ข่าวเรื่องวันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จัดอยู่ในหมวดเนื้อหาเกี่ยวกับ ในหลวง ซึ่งหมวดนี้มีความถี่ในการนำเสนอ 1 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

สรุปแล้ว หากแบ่งแยกข่าวทั้ง 28 ข่าวตามหมวดเนื้อหาต่างๆ แล้ว ปรากฏว่าเรื่องของสหกรณ์มีความถี่ในการนำเสนอสูงสุดถึงร้อยละ 35.71 มากกว่าหมวดเนื้อหาที่มีความถี่ในการนำเสนอรองลงมาถึงครึ่งหนึ่ง คือเรื่องที่ดิน ที่มีความถี่ในการนำเสนอร้อยละ 17.86 ส่วนหมวดเนื้อหาที่มีความถี่ในการนำเสนอเป็นอันดับสาม คือเรื่องมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และวิสาหกิจชุมชน ที่มีความถี่ในการนำเสนอร้อยละ 10.72 เท่ากัน

โดยเรื่องสหกรณ์ ถือเป็นเนื้อหาข่าวที่กำหนดมาจากสัญญาการว่าจ้างระหว่าง กรมส่งเสริมสหกรณ์และผู้ผลิตรายการ ทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน กับการกำหนดเนื้อหารายการ

และจุดสังเกตที่น่าสนใจก็คือ ไม่มีหมวดเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเกษตรกรรมนำเสนอในเดือนนี้เลย

จากการแบ่งเนื้อหาข่าวทั้ง 28 ข่าวที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคม ของช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ในรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นเรื่องหมวดเนื้อหาในการนำเสนอแล้ว ก็ สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดัง ตารางที่ 5.8 นี้

ตารางที่ 5.8 แสดงเนื้อหาช่วงข่าวที่แบ่งตามหมวดเนื้อหาในการนำเสนอ

หมวดเนื้อหา	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ข่าว)	คิดเป็น ร้อยละ
1. สหกรณ์	10	35.71
2. ที่ดิน	5	17.86
3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	3	10.72
4. วิสาหกิจชุมชน	3	10.72
5. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	1	3.57
6. พี่เขวชาญกิจ	1	3.57
7. ข้าว	1	3.57
8. สิ่งแวดล้อม	1	3.57
9. ปศุสัตว์	1	3.57
10. ผู้ผลิตรายการ	1	3.57
11. ในหลวง	1	3.57
รวม	28	100

2. แบ่งแยกตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ

เมื่อแบ่งแยกข่าวทั้ง 28 ข่าวตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ก็สามารถแบ่งได้เป็น 7 กลุ่ม เรียงตามลำดับความถี่ในการนำเสนอจากมากไปหาน้อย ดังนี้

2.1 บอกล่าผลการประชุม และการดำเนินงาน (ภาครัฐ)

การบอกล่าผลการประชุม และการดำเนินงานในนโยบาย และมาตรการต่างๆ ของภาครัฐ ถือได้ว่าเป็นเนื้อหาที่มีการพูดถึงมากที่สุดในเนื้อหาช่วงข่าวเกษตรประจำวัน คือมีความถี่ในการนำเสนอถึง 8 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 28.58

ตัวอย่างเนื้อหาข่าวที่ต้องการบอกล่าผลการประชุม และการดำเนินงาน (ภาครัฐ) มาจากข่าวเรื่อง “การประชุมที่ดินทำกิน ที่อยู่อาศัย หัวใจเกษตรกร” ในวันอังคารที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2545

.....สภาผู้แทนราษฎรได้จัดการสัมมนา หรือการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องที่ดินทำกิน ที่อยู่อาศัย หัวใจเกษตรกร เมื่อ 19 สิงหาคม ที่ผ่านมา กรอบการศึกษาหรือตั้งประเด็นเอาไว้ว่า ราษฎรซึ่งครอบครองพื้นที่เอาไว้อยู่แล้ว แต่พื้นที่นั้นเป็นที่ของรัฐนะคะ ไม่ว่าจะเป็นที่ที่ทำมาหากิน หรือพื้นที่อยู่อาศัย และคำว่าพื้นที่ของรัฐนั้น ณ เวลาก็ยังไม่ได้มีการพิสูจน์หรือบอกกล่าวกัน ชัดเจน.....

ซึ่งเนื้อหากลุ่มนี้ก็มีประโยชน์ตรงที่ ผู้ชมรายการสามารถทราบจากนโยบาย หรือผลการประชุมต่างๆ ของภาครัฐนี้ มีส่วนไหนที่มีประโยชน์ในการที่จะปรับใช้กับตัวเองได้บ้าง แต่หากไม่ได้ให้ประโยชน์จากเนื้อหาเหล่านี้ อย่างน้อยก็ทำให้รู้ถึงความเป็นไปต่างๆ ในส่วนของภาครัฐว่าทำอะไรไปบ้าง

2.2 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงานภาครัฐ

เนื้อหาข่าวที่ต้องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงานภาครัฐนั้น มีทั้งลักษณะที่เป็นการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของโครงการ และการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดี

กลุ่มเนื้อหาข่าวที่ต้องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงานภาครัฐ ถือได้ว่าเป็นเนื้อหาที่มีการพูดถึงรองลงมาจากกลุ่มเนื้อหาที่ต้องการบอกเล่าผลการประชุม และการดำเนินงานภาครัฐ โดยมีความถี่ในการนำเสนอ 7 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 25

ตัวอย่างเนื้อหาข่าวที่ต้องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงานภาครัฐ มาจากข่าว “แนะนำเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมสหกรณ์” ในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2545

.....นอกเหนือจากนั้นแล้ว เรื่องของสหกรณ์ก็เช่นเดียวกันค่ะ ความหมายในการเป็นต้นแบบ ในการเป็นตัวนำ ในการทำเรื่องราวต่างๆ เพื่อที่จะชักจูง สานโครงการต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จนั้น สหกรณ์ต้นแบบเป็นหนึ่งในโครงการรณรงค์สหกรณ์ปี 2545 นะคะ ในส่วนนี้เอง กรมส่งเสริมสหกรณ์ก็ได้พัฒนา จะเรียกว่าพัฒนาเว็บไซต์ให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะแต่เดิมก็มีอยู่แล้วนะคะ จึงขอเข้าไปนิดนึงนะคะ เพื่อให้เห็นว่า หากคุณผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพี่น้องในขบวนการสหกรณ์ ต้องการข้อมูลข่าวสาร เมื่อเข้าไปดูแล้วก็จะได้ข้อมูลข่าวสารมากมาย.....

ซึ่งตรงนี้ก็ประโยชน์ในส่วนที่ หากผู้ที่ต้องการได้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของสหกรณ์ ก็สามารถทำให้รู้ช่องทางการติดต่อสื่อสาร และค้นหาได้ง่ายขึ้น

2.3 ประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล

การประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล หมายถึง งานเทศกาลทางการเกษตรต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น งานวันข้าวอินทรีย์ไทย งานวันเกษตรก้าวไกล ร่วมใจพัฒนาชุมชน เป็นต้น ซึ่งพิธีกรจะทำหน้าที่พูดเชิญชวนเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกอยากไปร่วมงาน

กลุ่มเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล มีความถี่ในการนำเสนอรองลงมาจากกลุ่มเนื้อหาที่มีต้องการบอกเล่าผลการประชุม และการดำเนินงานภาครัฐ เช่นเดียวกับกลุ่ม

เนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ คือมีความถี่ในการนำเสนอ 7 ชั่วโมง จากทั้งหมด 28 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25

ตัวอย่างเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล จากข่าว “งานวันเกษตรศาสตร์ก้าวไกล ร่วมใจพัฒนาชุมชน” ในวันอังคารที่ 10 ธันวาคม พ.ศ.2545

....ช่วงนี้ขอประชาสัมพันธ์งานนิดเดียวค่ะ วันนี้วันที่ 10 ธันวาคมค่ะ วันสุดท้ายแล้ว สำหรับงานเกษตรศาสตร์ก้าวไกล ร่วมใจพัฒนาชุมชนนะค่ะ จัดขึ้นที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม ค่ะ งานเริ่มตั้งแต่เวลาแปดนาฬิกา จนถึงสี่ทุ่มนะค่ะ วันนี้วันสุดท้าย ดิฉันคิดว่ามีหลายเรื่องที่น่าสนใจ ขอประชาสัมพันธ์ว่าอยากให้ทุกท่านไปติดตามไปดู มีเรื่องเทคโนโลยี การแสดง รวมทั้งเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย.....

เนื้อหาจากข่าวนี้นำมาทำให้ผู้ที่สนใจไปเที่ยวงานเทศกาล สามารถรู้ว่ามีงานอะไร จัดขึ้นที่ไหน เวลาเมื่อไหร่ มีอะไรในงานบ้าง จะได้ไปได้อย่างถูกต้อง

2.4 ให้ความรู้พื้นฐานทางการเกษตร

เป็นกลุ่มเนื้อหาที่ให้ความรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในเรื่องทางการเกษตร คุณลักษณะเนื้อหาแล้วไม่ได้เป็นข่าว แต่เป็นการสร้างความรู้ให้ผู้ชม ซึ่งนำมารวมไว้ในช่วงข่าวมากกว่า

กลุ่มเนื้อหาที่ต้องการให้ความรู้พื้นฐานทางการเกษตร เป็นเนื้อหาข่าวที่มีความถี่ในการนำเสนอ 2 ชั่วโมง จากทั้งหมด 28 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 7.14

ตัวอย่างของกลุ่มเนื้อหาที่ต้องการให้ความรู้พื้นฐานทางการเกษตร มาจากข่าวเรื่อง “วิสาหกิจชุมชน” ในวันพฤหัสบดีที่ 19 ธันวาคม พ.ศ.2545

....หัวใจของวิสาหกิจชุมชนประกอบไปด้วยคำว่า ทนทางธรรมชาติ ในความหมายนี้ไม่ได้หมายถึงเงินเท่านั้นนะค่ะ แต่ในที่นี้จะหมายถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ตาม

ธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งมีชีวิตต่างๆ สัตว์ เรื่องของพืช เรื่องของสมุนไพร ทูนาทางวัฒนธรรม หมายถึง ความรู้ภูมิปัญญาค่ะ ทูนาทางสังคมคือ กฎเกณฑ์ที่ร้อยรัดผู้คนให้เป็นชุมชน เป็นพี่เป็นน้อง ไว้ใจกัน ดังนั้น ทูนาทางสังคมนี้จึงเป็นสิ่งที่ร้อยรัดผู้คนเข้าด้วยกัน แต่ไม่ใช่เขตการปกครองนะคะ หมายถึงว่าต่างอำเภอก็ได้ค่ะ แต่พี่น้องที่อยู่ต่างอำเภอนั้น ต้องมีความรู้สึกว่าเป็นพี่เป็นน้องกัน ช่วยเหลือกัน ไม่เอาเปรียบกัน ส่วนทุนสุดท้าย ก็คือทุนโภคทรัพย์ ในความหมายนี้หมายถึง เป็นการออมร่วมกัน เป็นเรื่องผลผลิตที่เอามารวมกัน สร้างสรรค์พัฒนาาร่วมกัน.....

ซึ่งทำให้ผู้ที่ยังไม่เข้าใจศัพท์ทางการเกษตรใหม่ๆ ได้เข้าใจร่วมกัน เพื่อที่จะเป็นความรู้พื้นฐานในการเข้าใจถึงกระบวนการทำงานทางการเกษตรใหม่ๆ ในอนาคตได้

2.5 กล่าวถึงความสำคัญของวันต่างๆ

การกล่าวถึงความสำคัญของวันต่างๆ จะเกิดขึ้นเมื่อวันที่ทำรายการนั้น มีโอกาสพิเศษเกิดขึ้น ก็จะพูดถึงความสำคัญของวัน เช่น ทำรายการวันที่ 4 ธันวาคม ซึ่งเป็นวันสิ่งแวดล้อมไทย ก็จะเอ่ยถึงความสำคัญของวันนั้นด้วย เป็นต้น

กลุ่มเนื้อหาที่กล่าวถึงความสำคัญของวันต่างๆ มีความถี่ในการนำเสนอ 2 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 7.14

ตัวอย่างของกลุ่มเนื้อหาที่กล่าวถึงความสำคัญของวันต่างๆ มาจากเรื่อง “วันสิ่งแวดล้อมไทย” ในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2545

.....วันนี้วันที่ 4 ธันวาคม ทุกคนทราบดีค่ะว่าเป็นวันสิ่งแวดล้อมไทย ความสำคัญของวันเกิดขึ้นเนื่องมาจากวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2532 ในป็นั้นทั่วโลกมีปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากมายแล้วคนไทยก็ถูกปลูกให้ตื่นขึ้นมา และในวันนี้ก็เป็นอีกหนึ่งครั้งที่คนไทยจะช่วยกันทำให้ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น.....

ทำให้ผู้ชมรายการสามารถรู้ทันเหตุการณ์ได้ว่า วันนี้เป็นวันอะไร มีความสำคัญอย่างไร เป็นการสร้างเสริมความรู้รอบตัวให้กับผู้ชม

2.6 ประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตรายการ

กลุ่มเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตรายการ คือเนื้อหาที่บอกว่าผู้ผลิตรายการมีช่องทางติดต่ออย่างไร มีโครงการอะไรที่สำหรับผู้ชมบ้าง เช่น การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของผู้ผลิตรายการ เป็นต้น

กลุ่มเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตรายการ มีความถี่ในการนำเสนอเพียงเรื่องเดียว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

ตัวอย่างของกลุ่มเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตรายการ มาจากเรื่อง “แนะนำเว็บไซต์บริษัท สื่อเกษตร จำกัด” ในวันอังคารที่ 17 ธันวาคม พ.ศ.2545

.....ขออนุญาตให้เข้าไปดูเว็บไซต์นี้หนึ่งนะคะ เข้าไปดูในเว็บไซต์ agmassmedia.com นะคะ ชื่อเว็บไซต์อาจจะเป็นภาษาอังกฤษนิดหน่อย แต่ว่าเว็บไซต์นี้ไปทั่วโลกคะ พี่น้องเกษตรกรหรือคนไทยที่อยู่ต่างประเทศก็จะสามารถเชื่อมโยงกันได้นะคะ และเมื่อเข้าไปแล้ว พี่น้องเกษตรกรก็จะได้ข้อมูลมากมายคะ เราจะดูตัวอย่างกันนิดหนึ่งนะคะ.....

ซึ่งเนื้อหานี้มีประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษา และติชมรายการ รวมถึงเนื้อหาต่างๆ ที่ผู้ผลิตรายการทำ และมีช่องทางในการติดต่อกับผู้ผลิตรายการได้

2.7 รายงานสถานการณ์ทางการเกษตร

กลุ่มเนื้อหานี้เป็นการรายงานสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในวงการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของพืช ปศุสัตว์ ป่าไม้ การประมง ฯลฯ ไม่ว่าจะในประเทศ หรือต่างประเทศที่มีผลต่อประเทศไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ในการที่จะทำให้ผู้ชมได้รับทราบถึงความเคลื่อนไหวที่สำคัญด้านผลผลิตที่เกิดขึ้น และมีลักษณะของความเป็นข่าวมากกว่าเนื้อหาในกลุ่มอื่นๆ

กลุ่มเนื้อหาที่ต้องการรายงานสถานการณ์ทางการเกษตร มีความถี่ในการนำเสนอเพียงหนึ่งครั้ง จากทั้งสิ้น 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 3.57

ตัวอย่างของเนื้อหาที่ต้องการรายงานสถานการณ์ทางการเกษตร มาจากข่าวเรื่อง “สถานการณ์การปลูกพืชน้ำมัน (ถั่วเหลือง)” ในวันอังคารที่ 24 ธันวาคม พ.ศ.2545

.....สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้รายงานสถานการณ์การปลูกพืชน้ำมันในปีพ.ศ.2545 กับ 46 ของโลกคะ ว่าจะมีผลผลิตลดลงจากปีที่ผ่านมา แต่ปริมาณการใช้จะเพิ่มขึ้นนะคะ โดยเฉพาะถั่วเหลืองที่นำไปใช้สกัดน้ำมัน จะมีปริมาณความต้องการมากขึ้นคะ รวมทั้งต้องมีปริมาณการใช้การใช้กากถั่วเหลืองมากขึ้น ในการใช้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์ด้วยนะคะ ทำให้ขณะนี้ราคาถั่วเหลือง กากถั่วเหลือง รวมทั้งน้ำมันถั่วเหลือง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นคะ อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายฤดูของถั่วเหลืองนี้นะคะ คงมีเรื่องของผลปาล์มออกสู่ตลาดด้วย ก็น้อยลงทั้งสองส่วน ในตอนนี้ในเรื่องของถั่วเหลือง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรบอกว่ายังไม่เพียงพอกับความ ต้องการ ที่สำคัญก็คือว่ามาตรฐานการกำหนดราคาซื้อขายนั้น ราคาจะต้องดูว่าราคาขั้นต่ำเป็นอย่างไร.....

เนื้อหากลุ่มนี้มีความสำคัญตรงที่ทำให้ผู้ชมรู้เท่าทันกับสถานการณ์สำคัญๆ ทาง การเกษตรที่เกิดขึ้นในขณะนี้ เพื่อเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที แต่น่าเสียดายว่ามี การนำเสนอน้อยไปหน่อย ผู้วิจัยคิดว่าถ้ามีมากกว่านี้จะเป็นการเพิ่มภูมิรู้ให้กับผู้ชมรายการได้มากขึ้น

สรุปแล้ว วัตถุประสงค์ที่ต้องการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงาน (ภาครัฐ) เป็น เนื้อหาข่าวที่มีความถี่ในการนำเสนอมากที่สุดถึงร้อยละ 28.58 รองลงมา คือวัตถุประสงค์ใน การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงานรัฐ และวัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์การจัดงาน เทศกาล ซึ่งมีความถี่ในการนำเสนอเท่ากัน คือร้อยละ 25 ห่างจากความถี่ในอันดับหนึ่งไม่มากนัก

โดยเนื้อหาข่าวในกลุ่มต่างๆ ที่นำเสนอมาของรายการเพื่อคนเกษตร ในเดือนธันวาคม มักเป็นเนื้อหาที่ไม่ค่อยมีความเป็นข่าวที่ทันเหตุการณ์เท่าใด แต่มักจะเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ โครงการ งานต่างๆ และผลการประชุมของภาครัฐเสียเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาต่างๆ เหล่านี้ก็ถือเป็นประโยชน์ที่เป็นภูมิรู้ให้กับผู้ชมรายการได้นำไปศึกษาต่อยอดได้ ถึงแม้จะเป็นแค่ข่าว ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ แต่หากดูจริงๆ ก็เป็นประโยชน์กับผู้หาข้อมูลเรื่องนี้ได้เหมือนกัน

แต่ผู้วิจัยคิดว่าเรื่องของสถานการณ์การเกษตรก็มีความสำคัญเช่นกัน หากนำเสนอเรื่องนี้ในสัดส่วนที่มากขึ้นหน่อย ก็น่าจะเป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการได้อีกเป็นจำนวนมาก

จากการแบ่งเนื้อหาข่าวทั้ง 28 ข่าวที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคม ของช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ในรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นเรื่องวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแล้ว ก็สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดังตารางที่ 5.9 นี้

ตารางที่ 5.9 แสดงเนื้อหาช่วงข่าวที่แบ่งตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอ	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ข่าว)	คิดเป็นร้อยละ
1. บอกเล่าผลการประชุม และผลการดำเนินงาน (ภาครัฐ)	8	28.58
2. ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์หน่วยงานรัฐ	7	25
3. ประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล	7	25
4. ให้ความรู้พื้นฐานทางการเกษตร	2	7.14
5. กล่าวถึงความสำคัญของวันต่างๆ	2	7.14
6. ประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตรายการ	1	3.57
7. รายงานสถานการณ์ทางการเกษตร	1	3.57
รวม	28	100

3. แบ่งแยกตามแหล่งที่มาของข่าว

จากการศึกษาเนื้อหาข่าวทั้งสิ้น 28 ข่าว ในรายการทั้งหมด 16 ตอนนั้น ทำให้สามารถสรุปแหล่งที่มาของข่าวเรียงตามลำดับความมากน้อย ได้ดังนี้

3.1 ภาครัฐ

ภาครัฐในที่นี้ หมายถึงหน่วยงานต่างๆ ของรัฐที่เป็นต้นตอของข่าว ไม่ว่าจะเป็น คณะรัฐมนตรี คณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ สภาผู้แทนราษฎร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรมส่งเสริมสหกรณ์ ที่เป็นองค์กรผู้ให้การสนับสนุนทางการเงินในเดือนนี้ด้วย ยิ่งเป็นต้นตอของข่าวหลายข่าวที่นำเสนอในเดือนนี้

จากการเก็บข้อมูล ทำให้ทราบว่า ข่าวที่มีต้นตอมาจากภาครัฐ มีทั้งสิ้น 25 ข่าว จาก 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 89.29 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่สูงมากที่สุด และแสดงให้เห็นว่าข่าวสารต่างๆ ที่รายงานนำเสนอในเดือนนี้ มักเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับภาครัฐ ในปริมาณที่สูงมาก

3.2 ทั่วไป

คำว่าแหล่งที่มา ทั่วไป ในที่นี้หมายถึง แหล่งที่มาที่ไม่สามารถระบุได้ว่ามาจากที่ใด เช่น การพูดถึงความสำคัญของวันสิ่งแวดล้อม ข้อมูลที่พูดถึงก็มาจากที่ต่างๆ โดยทั่วไปได้ เป็นต้น

จากข่าวทั้งหมดที่ทำการศึกษาทั้ง 28 ข่าว เป็นแหล่งข้อมูลทั่วไป 2 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 7.14 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก

3.3 เอกชน

เอกชนในที่นี้ หมายถึง องค์กรที่อยู่ในรูปแบบของบริษัท มีความต้องการในการแสวงหากำไรทางธุรกิจ

แต่จากข่าวทั้งหมด 28 ข่าวที่ศึกษามา แหล่งข้อมูลที่มาจากเอกชน มีเพียงตัวอย่างเดียว คือ บริษัท สื่อเกษตร จำกัด (ผู้ผลิตรายการเพื่อนเกษตรกร) คิดเป็นร้อยละ 3.57

ดังนั้น จึงทำให้สรุปได้ว่า ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ในเดือนธันวาคม ของรายการ เพื่อคนเกษตร มีแหล่งที่มาของข่าวจากภาครัฐมากที่สุดถึงร้อยละ 89.29 รองลงมาคือแหล่งข้อมูลทั่วไป ร้อยละ 7.14 และสุดท้ายคือแหล่งข้อมูลจากเอกชน ร้อยละ 3.57

สะท้อนให้เห็นว่าเนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นข้อมูล ความเคลื่อนไหว ในส่วนของภาครัฐเป็นจำนวนมาก เรียกได้ว่าเกือบทั้งหมดของช่วงข่าวเป็นเรื่องราวของภาครัฐ แต่ข้อที่น่าสังเกตก็คือ แหล่งที่มาของข่าวนั้น ไม่ได้มีส่วนที่มาจากกลุ่มผู้ชมรายการที่เป็นเกษตรกรเลย

จากการแบ่งเนื้อหาข่าวทั้ง 28 ข่าวที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคม ของช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ในรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นเรื่องแหล่งที่มาของเนื้อหาแล้ว ก็สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดังตารางที่ 5.10 นี้

ตารางที่ 5.10 แสดงเนื้อหาช่วงข่าวที่แบ่งตามแหล่งที่มาของข่าว

แหล่งที่มาของข่าว	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ข่าว)	คิดเป็น ร้อยละ
1. ภาครัฐ	25	89.29
2. ทั่วไป	2	7.14
3. เอกชน	1	3.57
รวม	28	100

4. แบ่งแยกตามวิธีการนำเสนอ

เนื่องจากในช่วงข่าวเกษตรประจำวันนี้ มีวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วในหัวข้อช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ในรูปแบบนิตยสาร ผู้วิจัยจึงได้ทำการประเมินว่าใน

การนำเสนอรายการเพื่อคนเกษต ของเดือนธันวาคม พ.ศ.2545 ผู้ผลิตรายการใช้วิธีการนำเสนอได้บ้าง และละวิธีมีความแตกต่างกันอย่างไร ใช้วิธีการใดมาก วิธีการใน้อย ซึ่งสามารถแบ่งแยกได้ดังนี้

หากแบ่งแยกข่าวทั้ง 28 ข่าวตามวิธีการนำเสนอแล้ว จะทำให้เห็นว่าวิธีการนำเสนอข่าวในเดือนธันวาคม แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

4.1 พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพูดคุยคนเดียว หรือพูดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเกษตร โดยไม่ตัดภาพไปที่ใด และแช่ภาพขนาด Medium Shot ไว้ที่พิธีกรยาวตลอดข่าว

ซึ่งวิธีการนำเสนอเช่นนี้ ใช้กับข่าว 13 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 46.43

4.2 พิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการพูดคุยคนเดียว หรือพูดเดี่ยว (Monologue) กับผู้ชม รายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเกษตร โดยเป็นภาพขนาด Medium Shot ที่ พิธีกร จากนั้นตัดภาพไปที่จอคอมพิวเตอร์

โดยมีข่าวจำนวน 12 ข่าว จากทั้งสิ้น 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 42.85 ที่ใช้วิธีการนำเสนอนี้ ซึ่งถือว่าเป็นความถี่ที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างจากวิธีการนำเสนอแบบแรกเท่าใดนัก

4.3 พิธีกรสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์บุคคลที่ให้ข่าว โดยเป็นการแช่ภาพพิธีกรขนาด Medium Shot แล้วซ้อนกราฟฟิคชื่อและตำแหน่งเจ้าหน้าที่รัฐที่สนทนาด้วยบริเวณด้านล่างของจอโทรทัศน์

โดยวิธีการนำเสนอนี้ มีเฉพาะในวันที่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน คือในวันพุธของกรมส่งเสริมสหกรณ์ ที่เป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ต้นแบบต่างๆ ให้รายงานผลความสำเร็จของโครงการ เท่านั้น เนื่องจากเป็นวิธีการนำเสนอที่เป็นเงื่อนไขในสัญญาว่าจ้าง

วิธีการนำเสนอนี้มีจำนวนข่าว 3 ข่าว จากทั้งหมด 28 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 10.72

สรุปแล้ววิธีการนำเสนอที่ให้พิธีกรพูดรายงานโดยไม่ตัดภาพไปที่ใด กับวิธีการนำเสนอที่ให้พิธีกรพูดแล้วตัดสลับภาพไปที่จอคอมพิวเตอร์นั้น มีความถี่ในการนำเสนอที่ไม่ค่อยแตกต่างกันเท่าใดนัก คือร้อยละ 46.43 กับร้อยละ 42.85 ถือเป็นวิธีการนำเสนอที่รายการใช้ค่อนข้างบ่อย เนื่องจากไม่มีลูกเล่นมากนัก และไม่ต้องลงทุนมาก แต่สำหรับวิธีการนำเสนอที่เป็นการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์นั้น มีเพียงร้อยละ 10.72 เท่านั้น เนื่องจาก ทางผู้ผลิตรายการไม่มีศักยภาพทางด้านเงินทุนที่จะมีการนำเสนอช่วงนี้ได้บ่อยครั้ง หากไม่ใช่สัญญาว่าจ้างที่มีกับองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน คือกรมส่งเสริมสหกรณ์ ก็คงไม่ได้ใช้วิธีการนำเสนอนี้ในเดือนธันวาคม

จากการแบ่งเนื้อหาข่าวทั้ง 28 ข่าวที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคม ของช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ในรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นเรื่องวิธีการนำเสนอรายการ ก็สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดังตารางที่ 5.11 นี้

ตารางที่ 5.11 แสดงเนื้อหาช่วงข่าวที่แบ่งตามวิธีการนำเสนอ

วิธีการนำเสนอ	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ข่าว)	คิดเป็น ร้อยละ
1. พิธีกรพูดรายงานโดยไม่ตัดภาพไปที่ใด	13	46.43
2. พิธีกรพูดแล้วตัดสลับภาพไปที่จอคอมพิวเตอร์	12	42.85
3. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์	3	10.72
รวม	28	100

สรุปได้ว่า จากการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวยุทธการช่วงข่าวเกษตรประจำวัน ทั้ง 28 ข่าว ที่แบ่งตามประเด็นวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ หมวดเนื้อหา แหล่งที่มา และวิธีการนำเสนอแล้ว ทำให้

เห็นว่าชาวสวนใหญ่ทั้ง 28 ชาวมีทิศทางไปในการนำเสนอเพื่อภาครัฐเสียมาก ไม่ว่าจะวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์เรื่องต่างๆ ของภาครัฐ หมวดเนื้อหาเกี่ยวกับภาครัฐ และแหล่งที่มาของข่าวที่มาจากภาครัฐ โดยไม่มีเนื้อหา วัตถุประสงค์ในการนำเสนอ และที่มาของข่าว ที่มีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกรเลย

ต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ในส่วนเนื้อหาของช่วงเกษตรสนทนาบ้าง

การวิเคราะห์เนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา

ช่วงเกษตรสนทนาจะมีเวลาประมาณ 20 - 25 นาที ยึดหยุ่นตามช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงอื่นๆ ที่อาจจะมีแทรกเข้ามาในรายการ เช่น ช่วงข้อมูลการตลาด และช่วงพยากรณ์อากาศ เกษตร เป็นต้น หากวันใดมีข่าวน้อย ก็จะมีเวลาสนทนาเยอะขึ้น แต่หากวันใดข่าวเยอะ หรือมีช่วงอื่นแทรกเข้ามาด้วย ก็จะไปลดทอนเวลาของการสนทนาลงด้วย เวลาที่นำเสนอช่วงเกษตรสนทนาจึงไม่เท่ากันทุกวัน มากบ้างน้อยบ้างแล้วแต่ความเหมาะสม

จากการศึกษาเนื้อหารายการทั้ง 20 ตอน ในเดือนธันวาคม พบว่ารายการเพื่อคนเกษตรใช้รูปแบบนิตยสาร 16 ตอน และมีช่วงเกษตรสนทนาทั้ง 16 ตอน

เดือนธันวาคม เป็นเดือนที่รายการเพื่อคนเกษตร มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินว่าจ้างให้ผลิตรายการ 30 นาที เพียงหน่วยงานเดียว คือกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในวันพุธ ดังนั้น ช่วงเกษตรสนทนาจึงได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสัญญาการว่าจ้างในการกำหนดเนื้อหาเพียงวันเดียวคือ วันพุธ ส่วนวันที่เหลือรายการมีอิสระในการกำหนดเนื้อหาตัวเองได้

แต่จากการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหารายการแล้วปรากฏว่า ประเด็นและเนื้อหาที่พิธีกรนำมาสัมภาษณ์และพูดคุยกับแขกรับเชิญที่มาร่วมรายการ ส่วนใหญ่ก็ยังคงพบว่าเป็นประเด็นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาครัฐมากมาย ไม่จำเป็นที่จะเป็นการบอกเล่าผลการประชุม การดำเนินงานของภาครัฐ การ

ประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของรัฐ การพูดถึงตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนั้น บุคคลที่นำมาสัมภาษณ์ในรายการก็ยังมีสัดส่วนของบุคลากรภาครัฐเกินครึ่ง อย่างไรก็ตามบุคคลที่นำมาสัมภาษณ์ซึ่งเป็นส่วนของแกนนำชุมชนก็มีบ้าง แต่มีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับบุคลากรภาครัฐ

โดยจากการศึกษาเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนาทั้ง 16 ตอน ทำให้ผู้วิจัยสามารถแบ่งแยกกลุ่มเนื้อหาตามประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. แบ่งแยกตามหมวดเนื้อหา

จากการศึกษาเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา ในรายการเพื่อคนเกษตรทั้งหมด 16 ตอน ทำให้สามารถแบ่งแยกหมวดเรื่องให้กับเนื้อหาทั้ง 16 ตอนได้ดังนี้

1.1 สหกรณ์

สหกรณ์ถือได้ว่าเป็นความถี่ในนำมาเป็นหัวข้อสนทนามากที่สุด คือมีจำนวน 4 ตอน จากช่วงเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 25 เนื่องจากต้องนำเสนอเป็นประจำทุกวันพุธ ที่มีกรมส่งเสริม สหกรณ์เป็นองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน

ประเด็นของหัวข้อสนทนาจะเหมือนกันทุกสัปดาห์ คือเป็นการนำผู้จัดการของสหกรณ์ต้นแบบที่ประสบความสำเร็จมาแล้วประสบความสำเร็จในสหกรณ์ของตน ส่วนสิ่งที่จะเปลี่ยนไปคือ แขกรับเชิญที่จะสลับเปลี่ยนกันมาจากสหกรณ์ต่างๆ ทั่วประเทศ

1.2 ข้าว

จากการศึกษาเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนาทั้ง 16 ตอน พบว่าเรื่องข้าว เป็นประเด็นที่มีความถี่ในการนำมาเป็นหัวข้อสนทนาสูงสุดเช่นเดียวกับสหกรณ์ ทั้งๆ ที่ไม่ได้มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง คือมีจำนวน 4 ตอน จาก 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 25

แต่ข้อสังเกตคือ เรื่องข้าวที่พูดถึงทั้ง 4 ตอน เป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์โครงการและหน่วยงานที่ทำงานด้านข้าวของภาครัฐ เช่น ตอนการควบคุม ตรวจสอบมาตรฐานข้าวอินทรีย์ และตอนมารู้จักสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) เป็นต้น กับการประชาสัมพันธ์การจัดงาน เทศกาลของภาครัฐ เช่น ตอนงานวันข้าวอินทรีย์ไทย เป็นต้น

1.3 ที่ดิน

ที่ดินที่พูดถึง เป็นการพูดถึงปัญหาที่ดินทำกิน โดยมีการพูดถึงที่ดินในมุมมองต่างๆ เช่น ตอนแรกนำเสนอในมุมมองของนักวิชาการ ส่วนอีก 2 ตอนต่อมาก็นำเสนอในมุมมองของภาครัฐ เป็นต้น

การนำเสนอประเด็นเรื่องที่ดินในช่วงเกษตรสนทนา มีจำนวน 3 ตอน จาก 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 18.75

1.4 วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน เป็นแนวคิดใหม่ที่เป็นการให้คนในชุมชนร่วมมือกันพึ่งตนเองให้ได้ และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงถือเป็นแนวคิดใหม่ที่ต้องนำมาทำความเข้าใจร่วมกัน โดย 1 ตอน เป็นมุมมองจากนักวิชาการ ส่วนอีก 2 ตอนเป็นมุมมองจากแกนนำชุมชน

การนำเสนอในประเด็นเรื่องวิสาหกิจชุมชนในช่วงเกษตรสนทนา มีจำนวน 3 ตอน จาก 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 18.75 เช่นเดียวกับเรื่องที่ดิน

1.5 กองทุน

การหยิบยกประเด็นเรื่องกองทุนมาพูดถึง มีเพียงตอนเดียว จากช่วงเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 6.25 คือตอนกองทุนฟื้นฟูกับความหวังของเกษตรกร ซึ่งเป็นมุมมองจากภาครัฐ

1.6 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หมวดเนื้อหามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นการพูดถึงงานวันเกษตรก้าวไกลร่วมใจพัฒนาชุมชน ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีผู้จัดงานที่เป็นบุคลากรของภาครัฐมาให้ข้อมูล

การนำเสนอมีเพียงตอนเดียว จากช่วงเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าหมวดเนื้อหาที่มีการพูดถึงมากที่สุดในช่วงเกษตรสนทนาของเดือนธันวาคม คือเรื่องสหกรณ์และข้าว คือมีจำนวนเรื่องละ 4 ตอน คิดเป็นร้อยละ 25 โดยเรื่องสหกรณ์ถือเป็นข้อผูกพันกับองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินที่ต้องนำเสนอทุกวันพุธของสัปดาห์ ส่วนเนื้อหาที่นำเสนอรองลงมาคือเรื่องที่ดินและวิสาหกิจชุมชน ที่มีจำนวนเรื่องละ 3 ตอน คิดเป็นร้อยละ 18.75 สุดท้ายคือเรื่องกองทุนและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีจำนวนเรื่องละ 1 ตอน คิดเป็นร้อยละ 6.25

จากการแบ่งเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา ที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคมทั้ง 16 ตอน ของรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นเรื่องหมวดเนื้อหาของรายการ ก็สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดังตารางที่ 5.12 นี้

ตารางที่ 5.12 แสดงเนื้อหาช่วงสนทนาที่แบ่งตามหมวดเนื้อหา

หมวดเนื้อหา	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ตอน)	คิดเป็น ร้อยละ
1. สหกรณ์	4	25
2. ช้าง	4	25
3. ที่ดิน	3	18.75
4. วิสาหกิจชุมชน	3	18.75
5. กองทุน	1	6.25
6. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	1	6.25
รวม	16	100

2. แบ่งแยกตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ

จากการศึกษาเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา ในรายการเพื่อคนเกษตรทั้งหมด 16 ตอน ทำให้สามารถแบ่งแยกวัตถุประสงค์ในการนำเสนอให้กับเนื้อหาทั้ง 16 ตอนได้ดังนี้

2.1 บอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ

เป็นการนำเรื่องผลการประชุม การสัมมนา และการดำเนินงานของภาครัฐ มาเป็นประเด็นในการพูดคุยในรายการ โดยพิธีกรจะทำหน้าที่สัมภาษณ์แขกรับเชิญเกี่ยวกับแง่มุมต่างๆ ของการประชุม ได้ผลอย่างไร มีประโยชน์ต่อเกษตรกรอย่างไร เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ มีการนำเสนอจำนวน 5 ตอน จากช่วงเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 31.25

โดยเป็นเรื่องที่ดิน 3 ตอน เรื่องกองทุน 1 ตอน และเรื่องวิสาหกิจ 1 ตอน

ตัวอย่างเนื้อหาการสัมภาษณ์ที่ต้องการบอกเล่าผลการประชุม และการดำเนินงาน ภาครัฐ มาจากตอน “ดินและที่ดินของชาติ” วันอังคารที่ 3 ธันวาคม พ.ศ.2545 ซึ่งมี ผศ.อิทธิพล ศรีเสาวลักษณ์ ผศ.ประจำคณะนิติศาสตร์ จุฬาฯ เป็นแขกรับเชิญ

พิธีกร : เราจะคุยกันเฉพาะเรื่องที่ดินนิสิตสถาบันที่ดินจัดสัมมนาเมื่อวันที่ 20 ที่ ผ่านมา เริ่มตรงที่ว่า.....

ผศ.อิทธิพล : หลังจากที่ได้ผลสรุปตรงนั้นมานะครับ เราก็พยายามเสนอแนวคิด เหล่านี้ไปยังที่ต่างๆ นะครับ ซึ่งก็ได้รับการตอบสนองดีพอสมควรนะ ครับ จนกระทั่งมันมีประเด็นเกี่ยวกับว่า แล้วเราจะแก้ไข คือสมมติเรา ไม่แก้ไขตรงนี้ ไ้การแก้ไขความยากจนเป็นจุดๆ โดยการแจกที่ดิน เพียงอย่างเดียวคงไม่ได้ นะครับ อย่างที่ผมเรียนว่าเราจะแก้ไขปัญหา ที่ดินโดยการแจกที่ดินนี้ มีที่ดินเท่าไรก็คงไม่พอ เพราะถ้าเราไม่ แก้ไขปัญหาที่ราก หรือต้นเหตุของปัญหาเลยนี้ ก็คงไม่สำเร็จ ซึ่งก็ เป็นข้อสรุปที่เราได้จากการสัมมนากัน คือที่เชียงใหม่ และก่อนการ สัมมนาที่เชียงใหม่ เราก็มีการสัมมนากันที่กรุงเทพฯ ก่อน ที่โรงแรม มิราเคิล.....

ซึ่งทำให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ในการบอกเล่าผลการประชุม และการดำเนินงานภาครัฐนั้น ก็ทำให้ผู้ชมรายการได้รับประโยชน์ตรงที่ทราบถึงความคืบหน้าของเรื่องที่กำลังถ่วงถึง และภาครัฐทำ อะไรเพื่อประชาชนบ้าง เป็นต้น

และก็เป็นความต้องการของภาครัฐที่จะสร้างภาพลักษณ์ในด้านบวกให้เกิดกับหน่วยงาน เพราะเป็นการบอกว่าได้ดำเนินการประชุมอย่างไร ได้ผลอย่างไรบ้าง ทำให้เห็นว่าภาครัฐไม่ได้นั่งนอน ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น มีการทำงานและศึกษาอยู่ตลอดเวลา

2.2 ตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ

การแสดงตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นวิธีการที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ เป็นแนวทาง เป็นต้นแบบสำหรับผู้ชมรายการในการนำไปปฏิบัติต่อไปได้

การแสดงตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ มีการนำเสนอจำนวน 4 ตอน จากช่วงเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 25 โดยเป็นเรื่องของสหกรณ์ต้นแบบทั้ง 4 ตอน

สำหรับตัวอย่างเนื้อหาการสัมภาษณ์ที่ต้องการแสดงตัวอย่างโครงการรัฐที่ประสบความสำเร็จ มาจากตอน “สหกรณ์ต้นแบบ สหกรณ์การเกษตรน้ำพอง จำกัด” ในวันพุธที่ 18 ธันวาคม พ.ศ.2545 ซึ่งมีคุณละเอียด ไพบูลย์ ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรน้ำพอง จำกัด เป็นแขกรับเชิญ

พิธีกร : อะไรบ้างที่พอจะเป็นตัวอย่างชัดๆ ว่า เอาละ ณ เวลาที่ดีที่ผ่านมา พี่น้องประสบปัญหาอย่างนี้นะ แล้วก็สหกรณ์เข้ามาทำกิจกรรมอย่างนี้ เวลาที่ปัญหาหมดไป เล่าให้ฟังสักเรื่องได้ไหมคะ.....

คุณละเอียด : ในปัจจุบันสหกรณ์มีโครงการที่จะช่วยสมาชิกแก้ปัญหาการชำระหนี้ เขาอาจจะมีเงิน แต่ยังขาดความร่วมมือซึ่งกันและกันนะคะ เราก็ได้มีโครงการให้สมาชิกร่วมมือกัน คือเราจัดชั้นสมาชิกนะคะ แล้วก็ให้สมาชิกทำกิจกรรมร่วมกัน อย่างเช่นว่า เราจะเน้นว่าให้สมาชิกร่วมมือกันในการชำระหนี้ ไม่ให้มีดอกเบี่ยค้างนะคะ โดยการให้รางวัลในกลุ่ม กลุ่มไหนที่ไม่มีดอกเบี่ยค้าง เราก็จะมีรางวัลให้เป็นพิเศษ คือได้รับการชำระอัตราดอกเบี่ยที่น้อยลงคะ.....

ซึ่งเนื้อหาในกลุ่มนี้ก็ถือว่าเป็นประโยชน์ที่จะเป็นตัวอย่างให้ผู้ชมรายการที่เป็นเกษตรกรสมาชิกสหกรณ์ต่างๆ ได้นำไปเป็นแบบอย่างที่จะทำให้สหกรณ์ของตนประสบความสำเร็จได้ โดยไม่ต้องมานั่งลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง แต่ทำตามแบบอย่างที่เขาทำประสบความสำเร็จมาแล้ว ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้วิธีการประสบความสำเร็จจากสื่อได้

อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงเป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับภาครัฐ เนื่องจากเป็นการแสดงตัวอย่างของสหกรณ์ที่ทำงานตามแนวทางของภาครัฐแล้วประสบความสำเร็จ ดังนั้น จึงเชิญชวนให้ผู้ชมที่สนใจจะประสบความสำเร็จเช่นนั้น เข้ามาทำงานร่วมกับภาครัฐ

2.3 ประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ

การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ ก็หมายถึงการให้ข้อมูลพื้นฐานในเบื้องต้น เกี่ยวกับหน่วยงานนั้นๆ ว่าทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นการสร้างความรู้จักและความคุ้นเคย รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานให้ปรากฏสู่สายตาสาธารณชน

การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ มีการนำเสนอจำนวน 3 ตอน จากช่วงเกษตรสนทนา ทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 18.75 โดยเป็นเรื่องข่าวทั้ง 3 ตอน

สำหรับตัวอย่างเนื้อหาการสัมภาษณ์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ มาจากตอน “มารู้จัก มกท.” ในวันศุกร์ที่ 27 ธันวาคม พ.ศ.2545 ซึ่งมีคุณนาถฤดี นาครวจา ผู้จัดการสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นแขกรับเชิญ

พิธีกร : มกท. ย่อมาจากอะไรคะ ที่ถูกต้อง.....

คุณละเอียด : สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ค่ะ.....

พิธีกร : เป็นสำนักงานก็หมายความว่า เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ประสาน หรือ อะไรต่างๆ นานา จนสุดท้ายให้ใบรับรองเรื่องของเกษตรอินทรีย์หรืออย่างไรคะ.....

คุณละเอียด : คือ มกท. จะเป็นหน่วยงานที่ทำในเรื่องของการตรวจสอบและรับรอง ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ ที่ทำการผลิตประกอบการแบบเกษตรอินทรีย์ การตรวจของ มกท. จะเน้นเรื่องการตรวจสอบ

กระบวนการตั้งแต่เริ่มการเตรียมแปลงการผลิต การเก็บเกี่ยว การดูแลรักษา ไปจนกระทั่งการแปรรูป การขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค.....

ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ก็ถือเป็นประโยชน์ให้ผู้ชมรายการได้รู้จักว่าหน่วยงานที่กล่าวถึงทำอะไรบ้าง เพื่อที่เวลาเราต้องการความช่วยเหลือ หรือข้อมูลอะไร จะได้ติดต่อหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง

และก็เป็นการศึกษาสัมพันธภาพลักษณะที่ดีของภาครัฐอีกทางหนึ่งด้วย ว่าภาครัฐมีหน่วยงานอะไรอยู่ในมือบ้าง ทำอะไร เพื่อให้เป็นที่รู้จักของสาธารณชน

2.4 ประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ

การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ เป็นการบอกว่าในระยะเวลาี้ มีการจัดงานเทศกาลอะไรบ้าง ที่ไหน และอย่างไร มีประโยชน์อย่างไร เป็นการชักชวนให้ผู้ชมรายการอยากไปเที่ยวชมงาน

การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ มีจำนวน 2 ตอน จากทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 12.5

โดยเป็นเรื่องข่าว 1 ตอน และเรื่องมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 1 ตอน

สำหรับตัวอย่างเนื้อหาการสัมภาษณ์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ มาจากตอน “งานวันเกษตรก้าวไกล ร่วมใจพัฒนาชุมชน” ในวันพฤหัสบดีที่ 5 ธันวาคม พ.ศ.2545 ซึ่งมีคุณรศ.ดร.ธงชัย มาลา เป็นแขกรับเชิญ

พิธีกร : ตอนนี้บางส่วนของคอมพิวเตอร์ก็จะปรากฏภาพไปเรื่อยๆ แล้วท่านรองอธิการบดีก็จะอธิบายไปเรื่อยๆ นะคะ เพราะว่าท่านที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงก็อาจจะเห็นว่าเดี๋ยวเสร็จจากรายการแล้ว อานน้ำแตงตัว

ทานอาหารเช้า แล้วไปทันทีนะคะ ขอเริ่มต้นจากสิ่งที่จะปรากฏในงานนะคะ.....

รศ.ดร.ธงชัย : งานก็จะมีหลายส่วน หลายหมวดนะครับ เริ่มกันที่หมวดของการปศุสัตว์ยุคใหม่ ไร่สารพิษ เป็นมิตรต่อธรรมชาติ ในงานก็จะมีองค์ประกอบหลายส่วน มีทั้งด้านพืช ด้านสัตว์ เครื่องจักรกลทางการเกษตร ในนี้นะครับ โดยความร่วมมือของสถาบันสุวรรณ เอเชีย แปซิฟิก ก็จะมีการจัดนิทรรศการใหญ่โตมากทางด้านสัตว์ ก็มีการประกวดโคนม มีทางด้านโคเนื้อ กระต่ายต่างๆ ก็มีให้ชมตลอดหลายชนิดครับ.....

เนื้อหาในวัตถุประสงค์ข้อนี้ ต้องการที่จะเชิญชวน โนมน้าวให้ผู้ชมรายการอยากที่จะไปร่วมงาน โดยให้รายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับงานให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมรายการเข้าใจถึงลักษณะของงาน ซึ่งก็มีประโยชน์ให้ผู้ชมรายการได้ทำความเข้าใจลักษณะของงาน และองค์ประกอบของงานได้ก่อนที่จะไปชมงาน

2.5 สร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่

สาเหตุที่เนื้อหารายการต้องการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ เนื่องจากในช่วงนั้นมีความรู้ทางการเกษตร หรือศัพท์ทางวิชาการเกษตรใหม่ๆ เข้ามา เช่น เรื่องวิสาหกิจชุมชน ซึ่งตอนนีถือเป็นแนวความคิดใหม่ในวงการเกษตร จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องมีการอธิบายความ โดยนำฝ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ ภาครัฐ หรือแกนนำที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ มาพูดคุย เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในเรื่องนี้ร่วมกันระหว่างบุคคลในวงการเกษตร และเป็น การให้ความรู้กับผู้ชมรายการ

ความต้องการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ มีการนำเสนอจำนวน 2 ตอน จากช่วงเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน คิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยเป็นเรื่องวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 ตอน

สำหรับตัวอย่างเนื้อหาการสัมภาษณ์ที่ต้องการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ มาจากตอน “ชุมชนกับวิสาหกิจชุมชน” ในวันพฤหัสบดีที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ซึ่งมี คุณศักดา กาญจนเสน รองประธานสมัชชาเกษตรกรภาคอีสาน เป็นแขกรับเชิญ

พิธีกร : สิ่งที่ยากจะยากก็คือว่า คำว่าวิสาหกิจชุมชนคืออะไร แล้วทางสมัชชาเกษตรกรภาคอีสานทำอะไรลงไปแล้วบ้าง เพื่อให้พี่น้องเกษตรกรเข้าใจถึงคำว่าวิสาหกิจชุมชนค่ะ....

คุณศักดา : ผมอยากกราบเรียนว่า โดยแนวของวิสาหกิจชุมชน คือแนวคิดของวิสาหกิจชุมชนนี้จะมีอยู่ 7 หลักนะครับ หนึ่งในก็คือ ชุมชนเป็นเจ้าของ และเป็นผู้ดำเนินการ สอง ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน สาม ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นผลงานของชุมชน สี่ มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ห้า มีการเชื่อมโยงแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ หก มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ เจ็ด ฟังตนเองเป็นเป้าหมาย....

ซึ่งการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิด หรือคำศัพท์ หรือสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการเกษตร ทำให้ผู้ชมรายการได้รับความรู้ใหม่ๆ ไปด้วย

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ที่มีการพูดถึงมากที่สุดในช่วงเกษตรสนทนาของเดือนธันวาคม คือวัตถุประสงค์ในการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ ที่มีจำนวน 5 ตอน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ส่วนวัตถุประสงค์ในการนำเสนอที่มีความถี่รองลงมา คือวัตถุประสงค์ที่ต้องการแสดงตัวอย่างความสำเร็จโครงการรัฐ มี 4 ตอน คิดเป็นร้อยละ 25 ตามมาด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ ที่มีจำนวน 3 ตอน คิดเป็นร้อยละ 18.75 สุดท้ายคือวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ และวัตถุประสงค์ในการสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ ที่มีจำนวนวัตถุประสงค์ละ 2 ตอน คิดเป็นร้อยละ 12.5

โดยจะสังเกตได้ว่าวัตถุประสงค์ในการนำเสนอทั้งหมด เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงาน การแสดงตัวอย่างความสำเร็จของโครงการ และการประชาสัมพันธ์เทศบาลต่างๆ มีเพียงการสร้างควมเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดและนวัตกรรมใหม่เท่านั้น ที่เป็นสาระเรื่องแนวคิดโดยทั่วไป ที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ

จากการแบ่งเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา ที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคมทั้ง 16 ตอน ของรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นวัตถุประสงค์ในการนำเสนอของรายการ ก็สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดังตารางที่ 5.13 นี้

ตารางที่ 5.13 แสดงเนื้อหาช่วงสนทนาที่แบ่งตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอ	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ตอน)	คิดเป็น ร้อยละ
1. บอกเล่าผลการประชุม และการดำเนินงานภาครัฐ	5	31.25
2. ตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ	4	25
3. ประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ	3	18.75
4. ประชาสัมพันธ์งานเทศบาลต่างๆ	2	12.5
5. สร้างความเข้าใจพื้นฐาน เกี่ยวกับแนวคิดและนวัตกรรมใหม่	2	12.5
รวม	16	100

3. แบ่งแยกตามสถานภาพของแขกรับเชิญในรายการ

จากการศึกษาเนื้อหาช่วงเกษตรสนทนา ในรายการเพื่อคนเกษตรทั้งหมด 16 ตอน ทำให้สามารถแบ่งแยกกลุ่มสถานภาพของแขกรับเชิญในรายการให้กับเนื้อหาทั้ง 16 ตอนได้ ดังนี้

3.1 บุคลากรภาครัฐ

บุคลากรภาครัฐ หมายถึง เจ้าหน้าที่และบุคคลฝ่ายต่างๆ ที่ทำงานอยู่ในภาครัฐ

สำหรับเดือนธันวาคม มีแขกรับเชิญที่มาให้สัมภาษณ์ในรายการ ซึ่งเป็นบุคลากรภาครัฐหลายตำแหน่งด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นประธานคณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์สภาผู้แทนราษฎร ผู้จัดการสหกรณ์ของสหกรณ์ต้นแบบ รองผู้ว่าราชการจังหวัดยโสธร ผู้ประสานงานโครงการเกษตรอินทรีย์ รักษาการเลขาธิการกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร และผู้จัดการสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

และในช่วงข่าวเกษตรสนทนาทั้งหมด 16 ตอน ก็สามารถเทียบสัดส่วนได้ว่า มีบุคลากรภาครัฐที่เข้ามาให้สัมภาษณ์ถึง 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 62.5 นับเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นแขกรับเชิญในรายการมากที่สุด เกินครึ่งหนึ่งด้วย

3.2 แกนนำกลุ่มเกษตรกร

แกนนำกลุ่มเกษตรกร ยังแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ

3.2.1 แกนนำกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐแล้วประสบความสำเร็จ จึงมาพูดถึงความช่วยเหลือ และแนวทางปฏิบัติต่างๆ จากภาครัฐที่ได้รับมา เป็นตัวอย่างให้กับผู้ชมได้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐ โดยตัวอย่างของเดือนนี้ ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ชมรมรักษัรธรรมชาติ จ.ยโสธร ประธานประชาสังคม จ.ยโสธร และผู้นำการปลูกข้าวอินทรีย์ จ.ยโสธร

3.2.2 แกนนำกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านเอง และมีลักษณะการรวมตัวเป็นเครือข่าย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่อยู่ตรงข้ามกับภาครัฐ โดยตัวอย่างของเดือนนี้ ได้แก่ รองประธานสมัชชาเกษตรกรภาคอีสาน และประธานเครือข่ายธนาคารฝัจะออมทรัพย์ จ.นครนายก

เมื่อรวมแกนนำกลุ่มเกษตรกรจากทั้ง 2 แบบแล้ว ทำให้เห็นว่าในการนำเสนอช่วงเกษตรกรสนทนาทั้ง 16 ตอน มีแขกรับเชิญที่เป็นแกนนำกลุ่มเกษตรกร 4 ตอน คิดเป็นร้อยละ 25

3.3 นักวิชาการ

นักวิชาการที่มาให้สัมภาษณ์ในเดือนนี้ เป็นอาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทั้ง 2 ท่าน โดยเรื่องที่มาพูดส่วนใหญ่ เป็นการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ ในเรื่องเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน และมูลนิธิติน จึงถือเป็นเหมือนนักวิชาการในส่วนของภาครัฐ

โดยในช่วงเกษตรกรสนทนาทั้ง 16 ตอน มีแขกรับเชิญที่เป็นกลุ่มนักวิชาการ 2 ตอน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ดังนั้น สรุปแล้วกลุ่มแขกรับเชิญที่มาร่วมสนทนาในรายการมากที่สุดก็คือ บุคลากรของภาครัฐ ที่มีสัดส่วนร้อยละ 62.5 ส่วนที่เหลือเป็นแกนนำกลุ่มเกษตรกร ร้อยละ 25 และนักวิชาการ ร้อยละ 12.5

ซึ่งหากจะมองกันจริงๆ แล้ว กลุ่มที่มาร่วมสนทนาในรายการนั้น ยังมีความเป็นภาครัฐแฝงอยู่มากกว่าร้อยละ 62.5 ด้วย เนื่องจากในสวนแกนนำกลุ่มเกษตรกร ก็ยังมีที่เป็นแกนนำที่ทำงานในโครงการของภาครัฐ และมาพูดถึงการทำงานของตนกับรัฐ หรือกลุ่มนักวิชาการ ก็เป็นนักวิชาการภาครัฐ ที่มาพูดในส่วนของเนื้อหาโครงการภาครัฐทางด้านวิชาการ

และจากการแบ่งเนื้อหาช่วงเกษตรกรสนทนา ที่นำเสนอในช่วงเดือนธันวาคมทั้ง 16 ตอน ของรายการเพื่อคนเกษตร ตามประเด็นสถานภาพของแขกรับเชิญในรายการ ก็สามารถจำแนกออกเป็นตารางเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสาระให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ดังตารางที่ 5.14 นี้

ตารางที่ 5.14 แสดงเนื้อหาช่วงสนทนาที่แบ่งตามสถานภาพของแขกรับเชิญในรายการ

สถานภาพของแขกรับเชิญในรายการ	ความถี่ในการนำเสนอ	
	จำนวน (ตอน)	คิดเป็น ร้อยละ
1. บุคลากรภาครัฐ	10	62.5
2. แกนนำกลุ่มเกษตรกร	4	25
3. นักวิชาการ	2	12.5
รวม	16	100

ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการเพื่อคนเกษตร ในเดือนธันวาคม ทั้งช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ทำให้เห็นว่าเนื้อหาของรายการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการพูดถึงเนื้อหาต่างๆ ของภาครัฐเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบอกเล่าผลการประชุม การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์เชิงบวก ในโครงการและหน่วยงานต่างๆ อีกทั้งแหล่งที่มาของข่าวและบุคคลที่เป็นแขกรับเชิญในรายการ ก็มีสัดส่วนเกินครึ่งที่มาจากฝ่ายของภาครัฐ ทำให้มองเห็นว่าบทบาทในการเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและผู้ชมรายการของรายการเพื่อคนเกษตร เป็นไปในลักษณะผู้ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐไปยังประชาชน

บทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษตร

เมื่อพิจารณาจากแบบจำลองเพื่อการวิจัยทางการสื่อสารของ BRUCE H. WESTLEY และ MALCOLM S. MacLEAN ที่ดัดแปลงโดย Denis McQuail (2000 : 68) แล้ว เห็นได้ว่ารายการเพื่อคนเกษตร เปรียบได้กับสื่อมวลชน (Media) ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ผู้ที่เป็นแหล่งข่าว (Source) หรือตัวตั้งตัวตี (Advocate) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ไปยังกลุ่มเกษตรกร เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายนั่นเอง

ดังนั้น บทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษต จึงเป็นในลักษณะของการเชื่อมโยงภาครัฐเข้ากับผู้ชมรายการ ด้วยการเป็นตัวกลางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ โดยไม่มีลักษณะของการส่งผ่านข้อมูลจากผู้ชม หรือกลุ่มเกษตกรกลับมายังภาครัฐเลย

โดยจากการศึกษาวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าแต่เดิมนั้น ทีมงานผู้ผลิตรายการมีเป้าหมายของตนเองในการนำเสนอรายการเพื่อคนเกษต ที่ต้องการนำเสนอข่าวสารทางการเกษตที่หลากหลายและครบเครื่อง ไม่ว่าจะเป็นการรายงานข่าวสารความเคลื่อนไหวในแวดวงเกษต การรายงานข้อมูลการตลาดของสินค้าเกษตประเภทต่างๆ การรายงานสภาพอากาศที่มีผลต่อการเกษต และวิธีการทำการตลาดของสินค้าเกษต นอกจากนี้ก็ยังต้องการเป็นสื่อกลางในการนำนโยบายต่างๆ ของรัฐไปยังประชาชน และสะท้อนถึงปัญหา สภาวะความเป็นอยู่ของประชาชนไปยังรัฐ ในอัตราส่วนการนำเสนอที่มีความเท่าเทียมกัน

แต่ความอยู่รอดทางการเงิน ก็คือความอยู่รอดของบริษัท ทำให้เป้าหมายเรื่องความอยู่รอดทางธุรกิจ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากกว่าเป้าหมายในการผลิตรายการดังกล่าว

กล่าวถึงภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานต่างๆ ของกระทรวงเกษตและสหกรณ์ ถือเป็นสถาบันทางสังคมหนึ่ง ที่ต้องการหาผู้มาเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล ไปยังกลุ่มเป้าหมายของสถาบัน ซึ่งก็คือเกษตกร เพื่อเผยแพร่ข้อมูล นโยบายต่างๆ และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของกระทรวงเกษตและสหกรณ์ เนื่องจากกระทรวงเกษตและสหกรณ์ไม่มีศักยภาพในเผยแพร่ข้อมูลไปยังเกษตกรพร้อมกันทั่วประเทศ ภายในเวลาเดียวกันได้เหมือนกับสื่อมวลชน

ดังนั้น ความต้องการของภาครัฐที่ต้องการหาผู้มาทำหน้าที่ในการส่งผ่านข้อมูลด้านการเกษตเหล่านี้ไปยังเกษตกรให้ และความต้องการของบริษัท สื่อเกษต จำกัด ที่ต้องการหาผู้สนับสนุนรายการ จึงเป็นความต้องการที่ตรงกัน และสามารถมาทำงานร่วมกันได้ โดยผ่านขั้นตอนของการประกวดราคาของรัฐ

โดยในวันที่มีสัญญาการว่าจ้างจากองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน เงื่อนไขในการว่าจ้างก็มีส่วนในการกำหนดเนื้อหาของรายการเป็นอย่างมาก เพราะรายการต้องนำข้อมูล และนโยบายต่างๆ จากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานผู้ว่าจ้างมานำเสนอ และบุคคลที่จะมาเป็นแขกรับเชิญใน

รายการก็ถูกกำหนดมาจากผู้ว่าจ้างด้วย ทำให้เนื้อหาต่างๆ มาจากส่วนของภาครัฐ และเป็นในลักษณะการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ว่าจ้าง

และบางครั้งการว่าจ้างที่เกิดขึ้น จุดประสงค์หลักของผู้ว่าจ้างก็ต้องการเพียงแค่การประชาสัมพันธ์ตัวบุคคลที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงฯ ให้เป็นข่าวเท่านั้น ไม่ใช่มีจุดประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่เกษตรกรแต่อย่างใด

“...คือต้องมาถามกระทรวงเกษตรฯ ก่อนว่าจริงๆ แล้วกระทรวงต้องการอะไร หากกระทรวงฯ ต้องการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรคือกระทรวงเกษตรฯ ก็ต้องเป็นเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ หรือต้องการที่จะบอกว่าผู้บริหารระดับสูงทำอะไร หรือสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้บริหารระดับสูง ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งวิธีการก็ต่างกัน แต่หากคุณบอกว่าคุณต้องการให้ข้อมูลข่าวสารกับเกษตรกร แต่เอาตัวประเมินมาว่าทำไมไม่เห็นเอาตัวรัฐมนตรีมมออกอากาศ ไม่มีผู้บริหารออกอากาศ มันเป็นคนละเรื่องกัน ส่วนที่คิดว่ากระทรวงเกษตรฯ ยังคงสับสนก็คือการให้สาระข่าวสารกับการโปรโมตตัวบุคคล...” (จุฬารัตน์ นิวัติศยกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม พ.ศ.2545)

ส่วนวันอื่นที่ไม่ได้มีการทำสัญญาว่าจ้างผลิตรายการจากภาครัฐ ถึงแม้รายการจะมีอิสระในการกำหนดเนื้อหาได้เอง แต่เนื่องด้วยข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในวงการเกษตร มักจะมาจากทางภาครัฐ และบางครั้งด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างเจ้าของบริษัทและหน่วยงานภาครัฐ ก็ทำให้มีการขอความอนุเคราะห์จากทางรายการให้ช่วยนำเสนอเรื่องของหน่วยงาน เรื่องของผู้บริหาร หรือช่วยเอาผู้บริหารมาออกรายการให้ที่ ส่งผลให้เนื้อหารายการส่วนใหญ่ก็ยังคงมาจากทางฝ่ายภาครัฐ

โดยวันที่มีสัญญาว่าจ้างผลิตรายการ ถือได้ว่าเป็นการควบคุมรายการอย่างเป็นทางการ จากองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงิน เนื่องจากมีเงื่อนไขสัญญาการผลิตรายการเป็นลายลักษณ์อักษร ส่วนวันที่ไม่ได้มีสัญญาว่าจ้าง แต่ได้นำข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ มานำเสนอ ถือได้ว่าเป็นการควบคุมรายการอย่างไม่เป็นทางการจากภาครัฐ

และจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการ ก็ทำให้เห็นว่าแหล่งที่มาของข่าวในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน เป็นภาครัฐถึงร้อยละ 89.29 ทัวไป ร้อยละ 7.14 และเอกชน ร้อยละ 3.57 โดยที่ไม่มี

แหล่งที่มาของข่าวจากภาคเกษตรกรเลย ส่วนวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ กว่าร้อยละ 75 ก็เป็นเรื่องที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ การประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล โดยไม่มีเรื่องของเกษตรกรนำเสนออีกเช่นกัน

สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหารายการในช่วงเกษตรสนทนา ก็มีลักษณะเดียวกับช่วงข่าวเกษตรประจำวัน เนื่องจากบุคคลที่เป็นแขกรับเชิญในรายการนั้น มีถึงร้อยละ 62.5 ที่เป็นบุคลากรจากภาครัฐ และวัตถุประสงค์ในรายการก็มีถึงร้อยละ 87.5 ที่เป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ ตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ และการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ โดยไม่มีวัตถุประสงค์ในการพูดถึงเกษตรกรอีกเช่นกัน

กรณีของรายการเพื่อคนเกษตร รายการได้เลือกที่จะหยิบเนื้อหาทางด้านภาครัฐมานำเสนอมากกว่าเรื่องของเกษตรกร เนื่องจากเงื่อนไขของสัญญาว่าจ้าง และข้อมูลข่าวสารทางด้านการเกษตร ที่ต้องถือว่าทางภาครัฐเองมีแหล่งข้อมูลในการเผยแพร่เรื่องนี้อยู่ครบถ้วน ทำให้รายการเลือกหยิบเรื่องต่างๆ มาใช้ได้ง่ายกว่าการลงไปหาเองจากในฝ่ายของเกษตรกร

แสดงให้เห็นได้ว่ารายการเพื่อคนเกษตรนั้นมีบทบาทในฐานะการเป็นตัวแทนเผยแพร่ข้อมูลจากภาครัฐไปยังประชาชน มากกว่าที่จะสะท้อนความเป็นอยู่ของประชาชนไปยังภาครัฐ แต่ก็ไม่ถือว่าเป็นเรื่องที่ผิดหรือแปลกแต่อย่างใด เพราะรายการเองก็ต้องทำเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการ ซึ่งเรื่องนี้ McQuail (2000 : 67) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีเป้าหมายกฎระเบียบ ธรรมเนียม และกลไกการควบคุมเป็นของตนเอง โดยวัตถุประสงค์ในการนำเสนอก็ไม่จำเป็นต้องตรงกันกับเป้าหมายของสังคม หรือมุ่งมันที่จะสะท้อนความจริงทางสังคมบางข้อออกมาก็ได้ และบ่อยครั้งที่บทบาทในการเป็นสื่อกลางมักจะเป็นกระบวนการที่ทำให้ภาพแห่งความจริงไม่ได้มีความเป็นกลางอย่างแท้จริง เพราะความเป็นจริงที่เกิดขึ้น มาจากการเลือก การสร้าง และความลำเอียงของสื่อมวลชนเอง

นอกจากนี้ เนื้อหาในแต่ละช่วงและรูปแบบรายการ ก็ทำให้เห็นบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางที่แตกต่างกันไป ดังที่ Denis McQuail (2000 : 66) ได้ให้แนวคิดเอาไว้ ดังนี้

1. บทบาทในการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐ

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการเพื่อคนเกษตร ในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และ ช่วงเกษตรสนทนา ซึ่งอยู่ในรูปแบบนิตยสาร ทั้งสิ้นจำนวน 16 ตอนแล้ว ก็จะได้เห็นว่าวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ นั้น จะเป็นการพูดถึงภาพลักษณ์ที่ดีของด้านภาครัฐต่างๆ ดังนี้

1.1 การบอกเล่าผลการประชุมและการดำเนินงานภาครัฐ

เป็นการรายงานผลการประชุม การสัมมนา และการดำเนินงานต่างๆ ของ ภาครัฐ ที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐในการทำงานเพื่อประชาชน ดังจะเห็นได้จาก ตัวอย่างของช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และ ช่วงเกษตรสนทนา ดังนี้

ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน :

.....จากผลการประชุม คณะกรรมการนโยบายอาหารมีมติว่าจะให้คงมาตรการการนำเข้า วัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งในที่นี่ก็ได้แก่กากถั่วเหลืองนะคะ เช่นเดียวกับเมื่อปี 2545 คือปี 46 ที่จะถึงนี้ นะคะ ทั้งนี้เป็นไปตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก ในเรื่องของปริมาณและอัตราภาษีคะ อย่างไรก็ตามในส่วนนี้นะคะ ได้มีการกำหนดว่าจะเป็นการนำเข้าไม่จำกัดจำนวนในช่วงเวลาหนึ่งนะคะ แต่ว่าทั้งหมดทั้งปวงนั้น มีเงื่อนไขและมีข้อมูล มีกติกาที่ชัดเจน ข้อสำคัญก็คือว่าประการที่มีการนำเข้ากากถั่วเหลืองที่นำมาทำเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์นั้น ต้องอยู่ในภาวะสมดุล แต่กฎเกณฑ์ กติกาเป็นอย่างไร ก็ต้องติดตามกันอีกครั้งหนึ่งนะคะ.....

ช่วงเกษตรสนทนา :

- พิธีกร : เราจะคุยกันเฉพาะเรื่องที่มีมูลนิธิสถาบันที่ดินจัดสัมมนาเมื่อวันที่ 20 ที่ ผ่านมา เริ่มตรงที่ว่า.....
- แขกรับเชิญ : หลังจากที่ได้ผลสรุปตรงนั้นมานะครับ เราก็พยายามเสนอแนวคิด เหล่านี้ไปยังที่ต่างๆ นะครับ ซึ่งก็ได้รับการตอบสนองดีพอสมควร

นะครับ จนกระทั่งมันมีประเด็นเกี่ยวกับว่า แล้วเราจะแก้ไข คือสมมติ เราไม่แก้ไขตรงนี้ ไอ้การแก้ไขความยากจนเป็นจุดๆ โดยการแจกที่ดิน เพียงอย่างเดียวคงไม่ได้ นะครับ อย่างที่ผมเรียนว่าเราจะแก้ไขปัญหา ที่ดินโดยการแจกที่ดินนี้ มีที่ดินเท่าไรก็คงไม่พอ เพราะถ้าเราไม่ แก้ไขปัญหาที่ราก หรือต้นเหตุของปัญหาเลยนี้ ก็คงไม่สำเร็จ ซึ่งก็ เป็นข้อสรุปที่เราได้จากการสัมมนา ก็คือที่เชียงใหม่ และก่อนการ สัมมนาที่เชียงใหม่ เราก็มีการสัมมนากันที่กรุงเทพฯ ก่อน ที่โรงแรม มิราเคิล.....

การรายงานผลการประชุม และการดำเนินงานภาครัฐ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึง ภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐในการทุ่มเททำงานเพื่อประชาชน ทำให้เห็นถึงการเอาใจใส่ไม่ปล่อยปละ ละเลยประชาชน ถือเป็นการสร้างภาพในเชิงบวก

1.2 การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ

เป็นการบอกเล่าถึงการมีอยู่ เป็นอยู่ของหน่วยงานต่างๆ ว่ามีบทบาทหน้าที่ใน การทำงานเพื่อประชาชนอย่างไรบ้าง เนื้อหาที่พูดถึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงาน ภาครัฐ ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ต่อไปนี้

ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน :

.....นอกเหนือจากนั้นแล้ว เรื่องของสหกรณ์ก็เช่นเดียวกันค่ะ ความหมายในการเป็น ต้นแบบ ในการเป็นตัวนำ ในการทำเรื่องราวต่างๆ เพื่อที่จะชักจูง สถานโครงการต่างๆ ให้ประสบ ผลสำเร็จนั้น สหกรณ์ต้นแบบเป็นหนึ่งในโครงการรณรงค์สหกรณ์ปี 2545 นะคะ ในส่วนนี้เอง กรมส่งเสริมสหกรณ์ก็ได้พัฒนา จะเรียกว่าพัฒนาเว็บไซต์ให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะแต่เดิมก็มีอยู่แล้ว นะคะ จึงขอเข้าไปนิดนึงนะคะ เพื่อให้เห็นว่า หากคุณผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพี่น้องในขบวนการ สหกรณ์ ต้องการข้อมูลข่าวสาร เมื่อเข้าไปดูแล้วก็จะได้ข้อมูลข่าวสารมากมาย.....

ช่วงเกษตรสนทนา :

พิธีกร : มกท. ย่อมาจากอะไรคะ ที่ถูกต้อง.....

คุณละเอียด : สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ค่ะ.....

พิธีกร : เป็นสำนักงานก็หมายความว่า เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ประสาน หรืออะไรต่างๆ นานา จนสุดท้ายให้ใบรับรองเรื่องของเกษตรอินทรีย์หรืออย่างไรคะ.....

แขกรับเชิญ : คือ มกท. จะเป็นหน่วยงานที่ทำในเรื่องของการตรวจสอบและรับรองผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ ที่ทำการผลิตประกอบการแบบเกษตรอินทรีย์ การตรวจของ มกท. จะเน้นเรื่องการตรวจสอบกระบวนการตั้งแต่เริ่มการเตรียมแปลงการผลิต การเก็บเกี่ยว การดูแลรักษา ไปจนกระทั่งการแปรรูป การขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค.....

ซึ่งก็เนื้อหาที่กล่าวถึง จะเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานรัฐต่างๆ ว่ามีหน้าที่อะไร และทำอะไรบ้าง เพื่อเป็นการสร้างความรู้จัก ความคุ้นเคย และความเข้าใจในหน่วยงานเหล่านี้ให้กับผู้ชม

1.3 การประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาลต่างๆ

ส่วนใหญ่การจัดงานเทศกาลต่างๆ มักเป็นงานที่จัดโดยองค์กรภาครัฐ เนื้อหาจะเป็นการบอกให้รู้ว่าระยะเวลาที่มีงานอะไร จัดขึ้นที่ไหน อย่างไร เพื่อเป็นการโน้มน้าวให้ผู้ชมรายการอยากไปเที่ยวงาน และเห็นถึงจุดดีของงานที่จัดขึ้น ถือเป็นประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานได้อีกทางหนึ่ง ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างในช่วงข่าวเกษตรประจำวัน และช่วงเกษตรสนทนา ดังนี้

ช่วงข่าวเกษตรประจำวัน :

.....ช่วงนี้ขอประชาสัมพันธ์งานนิดเดียวค่ะ วันนี้วันที่ 10 ธันวาคมค่ะ วันสุดท้ายแล้ว สำหรับงานเกษตรศาสตร์ก้าวไกล ร่วมใจพัฒนาชุมชนนะค่ะ จัดขึ้นที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม ค่ะ งานเริ่มตั้งแต่เวลาแปดนาฬิกา จนถึงสี่ทุ่มนะค่ะ วันนี้วันสุดท้าย ดิฉันคิดว่ามีหลายเรื่องที่น่าสนใจ ขอประชาสัมพันธ์ว่าอยากให้ทุกท่านไปติดตามไปดู มีเรื่องเทคโนโลยี การแสดง รวมทั้งเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย.....

ช่วงเกษตรสนทนา :

พิธีกร : ตอนนี้อย่างส่วนของคอมพิวเตอร์ก็จะปรากฏภาพไปเรื่อยๆ แล้วท่านรองอธิการบดีก็จะอธิบายไปเรื่อยๆนะค่ะ เพราะว่าท่านที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงก็อาจจะเห็นว่าเดี๋ยวเสร็จจากรายการแล้ว อาบน้ำแต่งตัวทานอาหารเช้า แล้วไปทันทีนะค่ะ ขอเริ่มต้นจากสิ่งที่จะปรากฏในงานนะค่ะ.....

แขกรับเชิญ : งานก็จะมีหลายส่วน หลายหมวดนะค่ะ เริ่มกันที่หมวดของการปศุสัตว์ยุคใหม่ ไร้สารพิษ เป็นมิตรต่อธรรมชาติ ในงานก็จะมีองค์ประกอบหลายส่วน มีทั้งด้านพืช ด้านสัตว์ เครื่องจักรกลทางการเกษตร ในนี้นะค่ะ โดยความร่วมมือของสถาบันสุวรรณ เอเชีย แปซิฟิค ก็จะมีการจัดนิทรรศการใหญ่โตมากทางด้านสัตว์ ก็มีการประกวดโคนม มีทางด้านโคนเนื้อ กระต่ายต่างๆ ก็มีให้ชมตลอดหลายชนิดค่ะ.....

ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้เป็นการกล่าวถึงภาพลักษณ์ด้านดีของงาน ว่ามีสิ่งใดที่น่าสนใจ น่าไปเที่ยวชมบ้าง ซึ่งถือเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐอีกด้านหนึ่ง

1.4 ตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ

การพูดถึงตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐได้เป็นอย่างดี เนื่องจากจะทำให้เห็นว่าการปฏิบัติตามแนวทาง หรือ

ทิศทางที่รัฐกำหนด จะทำให้เกษตรกรประสบความสำเร็จได้อย่างไรบ้าง เมื่อผู้ชมรายการดูแล้วก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี และอยากปฏิบัติตาม ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

พิธีกร : อะไรบ้างที่พอจะเป็นตัวอย่างชัดๆ ว่า เอาละ ณ เวลาอดีตที่ผ่านมา พี่น้องประสบปัญหาอย่างนี้นะ แล้วก็สหกรณ์เข้ามาทำกิจกรรมอย่างนี้ เวลานี้ปัญหาหมดไป เล่าให้ฟังสักเรื่องได้ไหมคะ.....

คุณละเอียด : ในปัจจุบันสหกรณ์มีโครงการที่จะช่วยสมาชิกแก้ปัญหาการชำระหนี้ เขาอาจจะมีเงิน แต่ยังขาดความร่วมมือซึ่งกันและกันนะคะ เราก็ได้มีโครงการให้สมาชิกร่วมมือกัน คือเราจัดชั้นสมาชิกนะคะ แล้วก็ให้สมาชิกทำกิจกรรมร่วมกัน อย่างเช่นว่า เราจะเน้นว่าให้สมาชิกร่วมมือกันในการชำระหนี้ ไม่ให้มีดอกเบียด่างนะคะ โดยการให้รางวัลในกลุ่ม กลุ่มไหนที่ไม่มีดอกเบียด่าง เราก็จะมีรางวัลให้เป็นพิเศษ คือได้รับการชำระอัตราดอกเบี้ยที่น้อยลงคะ.....

สรุปแล้วทั้งวัตถุประสงค์ในการบอกเล่าผลการประชุม และการดำเนินงานภาครัฐ การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ การประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาล และตัวอย่างความสำเร็จของโครงการรัฐ ต่างก็มีลักษณะของการสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐทั้งสิ้น

นอกจากนั้นรูปแบบสารคดีและรูปแบบการอัดอภิปรายนอกสถานที่ก็ยังเป็นรูปแบบที่มีเนื้อหาในการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐเช่นกัน เนื่องจากรูปแบบสารคดีส่วนใหญ่ที่รายการผลิต ก็จะมีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ว่าจ้าง เนื่องจากรายการไม่มีเงินทุนในการผลิตสารคดีออกมาเอง ถ้าไม่มีผู้ว่าจ้างมาจ้างให้ผลิต

ส่วนรูปแบบการอัดอภิปรายนอกสถานที่นั้น ก็เป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์หน่วยงานของภาครัฐ และผู้บริหารของภาครัฐอีกเช่นกัน เพราะรูปแบบการอัดอภิปรายนอกสถานที่ที่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการตกลงกันในสัญญาการว่าจ้าง ระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินกับผู้ผลิตรายการ และผู้ว่าจ้างก็จะเป็นผู้กำหนดตัวบุคคลให้สัมภาษณ์ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ หรือชาวบ้านที่มาร่วมเวทีการสัญจร รวมทั้งกำหนดประเด็นในการอัดอภิปรายมาให้ด้วย ดังนั้น ถึงแม้

รูปแบบจะเหมือนเป็นการเปิดกว้างให้ทุกฝ่ายสามารถพูดคุยปัญหาพร้อมกันได้ แต่จริงๆ แล้ว จุดประสงค์คือต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้กับหน่วยงานรัฐ และผู้บริหารมากกว่า ว่าเข้าถึงประชาชน ด้วยการลงพื้นที่อย่างแท้จริง

2. บทบาทในการคัดเลือกข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐมาสู่ประชาชน

เหตุที่รายการเพื่อคนเกษตรเล่นบทบาทในการคัดเลือกข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ มาสู่ประชาชน เนื่องด้วยเหตุผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ผลิตรายการ ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลทางด้านธุรกิจ ที่มีองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินเป็นหน่วยงานภาครัฐ และเหตุผลส่วนตัว ที่ความเคลื่อนไหวต่างๆ เกิดขึ้นในฝ่ายของภาครัฐเสียเป็นส่วนมาก และความสนิทสนมระหว่างเจ้าของบริษัทกับหน่วยงานรัฐ ที่ทำให้เกิดการขอความอนุเคราะห์นำเนื้อหา และผู้บริหารของภาครัฐมาออกอากาศ ทำให้เนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นเรื่องของภาครัฐ ดังจะเห็นได้จากแหล่งที่มาของข่าว แยกรับเชิญในรายการ และวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ที่ได้ทำการวิเคราะห์มาแล้วว่ามาจากส่วนของภาครัฐเสียเป็นส่วนใหญ่

และเหตุการณ์ทางการเมืองต่างๆ ที่เกิดขึ้นในภาครัฐนั้น วันหนึ่งๆ ก็ถือได้ว่ามีเยอะมาก ดังนั้น รายการจึงมีบทบาทในการเป็นผู้คัดเลือกและคัดกรองออกมาด้วย ว่าเรื่องใดมีความสำคัญในการหยิบยกขึ้นมานำเสนอมากกว่ากัน ซึ่งก็มีเหตุผลหลายข้อประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลทางด้านผู้ว่าจ้างว่าจะเห็นด้วยหรือไม่ มีข้อกำหนดมาอย่างไร หรือระยะนี้เรื่องใดกำลังอยู่ในกระแสความสนใจของคนเกษตร เป็นต้น

ตัวอย่างการคัดเลือกข่าวสารจากภาครัฐ เช่น เหตุการณ์การสัมมนา การประชุมต่างๆ จากภาครัฐก็มีมากมาย แต่รายการต้องเลือกงานที่คิดว่ามีความสำคัญจริงๆ มาออกอากาศ โดยใช้เหตุผลในการคัดเลือกหลายข้อ สุดท้ายในวันจันทร์ที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2545 ก็มีการเผยแพร่เทปบันทึกภาพการจัดงานแถลงสุนทรพจน์ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยนายประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จาก ESCAPE HALL อาคารองค์การสหประชาชาติ วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2545

3. บทบาทในการเป็นผู้ตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ลักษณะของการเป็นผู้ตีความเหตุการณ์ คือการสร้างความกระจ่างให้เกิดขึ้นกับผู้ชมรายการ ในเรื่องที่กำลังเป็นปัญหา เรื่องที่มีความคลุมเครือไม่ชัดเจน และกำลังอยู่ในความสนใจของกระแสสังคม หรือเรื่องอะไรก็ได้ที่ต้องการหยิบยกขึ้นมาสนทนา โดยจะแสดงออกในส่วนต่างๆ ของรายการดังนี้

3.1 ช่วงเกษตรสนทนา ในรูปแบบนิตยสาร

ที่มีวิธีการนำเสนอเป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ ที่จะมาร่วมพูดคุยสร้างความกระจ่างให้กับผู้ชมในเรื่องที่เกิดขึ้นได้ อย่างเช่น ในวันอังคารที่ 17 ธันวาคม พ.ศ.2545 เป็นการสัมภาษณ์คุณกำชุง ประภากรแก้วรัตน์ ประธานคณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์สภาผู้แทนราษฎร ในตอน "ดินและที่ดินทำกิน" เนื้อหาเป็นการพูดถึงเรื่องปัญหาที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัยของเกษตรกร ซึ่งแจงอธิบายถึงที่ดิน สปก. ว่าหมายความว่าอย่างไร ให้เกษตรกร ชุมชนประชาชนได้เข้าใจได้อย่างแจ่มแจ้งลึกซึ้ง แยกประเภทของที่ดินต่างๆ ให้ถูกต้องตามที่รัฐบาลได้จัดไว้ เช่น ที่กรมป่าไม้ ที่ราชพัสดุ ที่สปก. ที่นส.3 หรือที่สาธารณประโยชน์ ว่าที่ดินแต่ละประเภทถือครองกันอย่างไร

ซึ่งนี่ก็เป็นตัวอย่างหนึ่งของรายการเพื่อคนเกษตร ที่แสดงให้เห็นว่ารายการทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยในตัวอย่างเป็นปัญหาเรื่องที่ดิน เพื่อให้ผู้ชมรายการได้เข้าใจความหมายที่ดินแต่ละประเภทได้มากยิ่งขึ้น

3.2 รูปแบบสารคดี

รูปแบบสารคดีมีลักษณะของการเป็นผู้ตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากวิธีการทำรายการสารคดีที่ต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับรายการให้ได้อย่างรอบด้าน และต้องนำเสนอความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นที่หลากหลายรอบด้าน ทำให้รูปแบบสารคดีมีบทบาทในการเป็นผู้ตีความหมายของเหตุการณ์ด้วย

เช่น สารคดีเรื่อง โครงการจัดการผืนป่าตะวันตกเชิงระบบนิเวศน์ (WEFOOM) ที่มีการอธิบายว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่เป็นความร่วมมือระหว่างกรมป่าไม้ โดยรัฐบาลไทย และDANCED โดยรัฐบาลเดนมาร์ก มีความเป็นมาอย่างไร ทำอะไรบ้าง สร้างความร่วมมือกับชุมชนอย่างไร ซึ่งตรงนี้เป็นลักษณะที่รายการให้การอธิบายความหมายเกี่ยวกับโครงการจัดการผืนป่าตะวันตกเชิงระบบนิเวศน์ เพื่อให้ผู้ชมรายการได้เข้าใจ และรู้จักโครงการนี้มากขึ้น เป็นต้น

3.3 ตัวพิธีกร

พิธีกรรายการถือเป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้รายการเพื่อคนเกษตกร มีลักษณะของการเป็นผู้ตีความหมายให้กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากคุณจุฬารัตน์ นิริติศยกุล พิธีกร ถือเป็นผู้ที่ทำงานในด้านข่าวสารการเกษตรมาอย่างยาวนานมากกว่า 15 ปี ทำให้เธอมีความรู้เกี่ยวกับด้านการเกษตรอย่างลึกซึ้ง ซึ่งมีผลให้การรายงานข่าว และการสัมภาษณ์แขกรับเชิญของเธอ มีลักษณะของการ “เล่า” ข่าวจากความเข้าใจ (หมายความว่าต้องผ่านการตีความ การทำความเข้าใจกับข่าวนั้นของผู้พูด แล้วจึงส่งสารนั้นไปยังผู้ชม) ลักษณะของการช่วยสรุปความคำพูด และการแปลความหมายของคำพูดแขกรับเชิญ เพื่อเป็นการตีความเหตุการณ์ให้ผู้ชมมีความเข้าใจมากขึ้น และบางครั้งก็มีลักษณะของการชี้หน้าความคิดได้ด้วย ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

พิธีกร : ตรงนี้เหตุผลเป็นเพราะว่ากิจกรรมของสหกรณ์ก็การทำธุรกิจร่วมกัน ยิ่งสมาชิกให้ความร่วมมือกับสหกรณ์มากขึ้นเท่าไร สหกรณ์ก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้น ก็จึงนำจุดนี้แหละมาเป็นแรงจูงใจเพื่อให้สมาชิกได้ร่วมกิจกรรม แล้วตัวเองก็ได้เป็นการจัดชั้นในชั้นที่สูงขึ้น ดอกเบี้ยก็ลดลง วิธีการนี้สหกรณ์เห็นชัดไหมคะว่ามีผลประโยชน์เกิดขึ้นกับสหกรณ์มากขึ้น เช่น พอสมาชิกร่วมกันจำหน่ายผลผลิตให้กับสหกรณ์ หรือมาซื้อสินค้าสหกรณ์ สหกรณ์มีผลกำไรมากขึ้นก็กลับไปช่วยสมาชิกได้

หรืออีกตัวอย่างหนึ่ง เช่น

พิธีกร : ขออนุญาตนิดนึงคะ ท่านประธานคะ ที่ท่านประธานบอกว่า สปก. ประกาศคลุมไปทั่วณะคะ นี่หมายถึงว่ายังอยู่ระหว่างขั้นตอนการประกาศ

เอกสาร สปก. 4-01 แต่ไม่เสร็จสักที เพราะฉะนั้นปัญหาก็อยู่ตรงที่ว่า เมื่อยังไม่เสร็จสักที ในขั้นตอนของการเดินสำรวจราษฎร หรือว่า แม้กระทั่งทางสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้ไปสำรวจพบว่า หนึ่งพื้นที่ เหล่านี้ยังกระจัดกระจาย ประการที่สอง สอบถามในพื้นที่แล้ว สปก. เองก็ ไม่มีความประสงค์ที่จะเข้ามาสู่กระบวนการ สปก. เพราะฉะนั้นรอ แค่กระบวนการ ก็ทำให้ราษฎรที่อยู่อาศัยทำกินอยู่ ณ เวลานั้น เกิด ปัญหาว่าตกลงจะเอาอย่างไรกันแน่ ไม่มีความมั่นคงกับพื้นฐานเหล่านี้ ทาง คณะกรรมการกฤษฎีกาฯ ก็ให้ข้อสรุปว่าก็น่าจะให้ สปก. กันให้กับ กรมที่ดินซะ เพื่อที่จะชัดเจนว่าจะได้ดำเนินการต่อไปให้เป็นกรรมสิทธิ์ของ ราษฎร ผ่านประมวลกฎหมายที่ดิน ตัด สปก. ทิ้งไปเลย แต่ก็ไม่ได้ หมายความว่า เป็นเรื่องที่หลายคนวิจารณ์ว่าอยู่ๆ สปก. จะต้องออกเป็น โฉนด ตรงนี้ท่านประธานชี้แจงหน่อย เดียวจะเข้าใจผิดกันอีก

แขกรับเชิญ : คือพื้นที่ที่ได้กราบเรียนขึ้นมา เป็นพื้นที่ที่ สปก. ยังไม่ออก แต่ประกาศ ครอบคลุมไปทั้งหมด แต่ยังไม่ออก สปก. 4-01 แต่ยังไม่ได้รับ

พิธีกร : ก็ไม่ใช่แปลง สปก. เป็นโฉนดนะคะ

แขกรับเชิญ : ไม่ ไม่ใช่ ยังอยู่ในระหว่างจะทำหรือไม่ทำ

ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ก็แสดงให้เห็นเป็นอย่างดีถึงบทบาทของพิธีกรรายการ ในการช่วย ติความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

4. บทบาทในการเชื่อมโยงคนกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกัน

เป็นการเชื่อมโยงคนในกลุ่มต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับรายการเข้าด้วยกัน ให้ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ โดยรายการทำหน้าที่บอกช่องทางการสื่อสารระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่ง ลักษณะการเชื่อมโยงก็จะมีหลายระดับด้วยกัน

4.1 การเชื่อมโยงในระดับหน่วยงานภาครัฐ เข้ากับกลุ่มเกษตรกรผู้ชมรายการ

ตัวอย่างของการเชื่อมโยงในระดับนี้ เป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ ที่เป็นนักวิชาการ ที่ทำงานให้กับมูลนิธิสถาบันที่ดิน ในช่วงเกษตรสนทนา โดยมีเนื้อหา ดังนี้

แขกรับเชิญ : แต่ถ้าใครสนใจก็ตาม สามารถสอบถามไปได้ที่มูลนิธิสถาบันที่ดินนะครับ

พิธีกร : มีตู้ ป.ณ. ไหมคะ

แขกรับเชิญ : มีครับ ตู้ ป.ณ. 99 เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ครับ

พิธีกร : ตรงนั้นก็จะมามีที่ติดต่อกับมูลนิธิสถาบันที่ดินได้ นะคะ เจ้าหน้าที่ช่วยขึ้นที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ให้คุณผู้ชมด้วยนะคะ

หรืออีกตัวอย่างหนึ่ง ได้แก่

พิธีกร : ถ้าหากพี่น้องต้องการที่จะเข้าไปดูรายละเอียดของสหกรณ์ต้นแบบแต่ละแห่ง นะคะ ก็เข้าไปที่เว็บไซต์ agmassmedia.com นะคะ แล้วก็เข้าไปที่หน้าของสหกรณ์ต้นแบบ มีอะไรอยู่บ้างในสหกรณ์ต้นแบบ ก็คลิกเข้าไปดูได้เลยนะคะ อันที่ 1 ค่ะ พอคลิกเข้าไปแล้วก็จะเห็นว่าในเว็บไซต์นี้ จะมีทั้งข่าวสหกรณ์ ที่ส่งเข้ามาเป็นระยะๆ นะคะ ข่าวประชาสัมพันธ์ก็มีนะคะ ข่าวสหกรณ์ก็มีคะ ทั้งหมดสามารถเข้าไปดูได้ และนี่ก็เป็นเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมสหกรณ์ อยากรู้ว่าเวลานี้กรมส่งเสริมสหกรณ์มีความเคลื่อนไหวอย่างไร นะคะ เข้าไปดูได้คะ เป็นเว็บไซต์ที่คิดว่า หากเข้าไปดู ก็คงจะได้ประโยชน์นะคะ

4.2 การเชื่อมโยงในระดับกลุ่มเกษตรกรด้วยตนเอง

ตัวอย่างของการเชื่อมโยงในระดับกลุ่มเกษตรกรด้วยกันเอง มาจากการ สัมภาษณ์แขกรับเชิญในช่วงเกษตรสนทนา ที่เป็นผู้จัดการสหกรณ์ลำน้ำพอง จำกัด เนื้อหาที่นำเสนอ มีดังนี้

พิธีกร : ถามว่าเราอยากซื้ออะไรบ้างนอกจากพันธุ์ข้าว มีไหมคะ ที่จะฝากไปยัง สหกรณ์อื่นๆ

แขกรับเชิญ : ที่ต้องการซื้อคือวัตถุดิบผสมอาหารสัตว์

พิธีกร : เช่นอะไรคะ ข้าวโพดหรือเปล่า

แขกรับเชิญ : ใช่ค่ะ เพราะเรากำลังมีโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์

พิธีกร : เพราะฉะนั้น หากสหกรณ์ใดมีข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ แล้วก็มีเป็นข้าวโพด คุณภาพดีว่าจ้างเหอะ สดใหม่จากไร่ ขยายสหกรณ์ดีกว่า อย่างไรก็ตาม ท่านใดที่มีข้าวโพด สหกรณ์การเกษตรที่มีข้าวโพดอยู่ ลองโทรศัพท์ไปหา คุณละเอียดละกันนะคะ

ดังนั้น บทบาทของรายการเพื่อคนเกษตร ในการเชื่อมโยงคนกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกันนั้น จึงเป็นการเชื่อมโยงในหลายระดับ ทั้งภาครัฐกับเกษตรกร และเกษตรกรกับเกษตรกรด้วยกันเอง

5. บทบาทในการเปิดประสบการณ์ด้านการเกษตรให้กับผู้ชมรายการ

มักจะเป็นเหตุการณ์ หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในที่ๆ ห่างไกลผู้ชม โดยรายการ เพื่อคนเกษตรจะทำหน้าที่ในการนำข้อเท็จจริงเหล่านั้นมาสู่สายตาของผู้ชมรายการได้ง่ายขึ้น เพียงแค่ เปิดโทรทัศน์ดูเท่านั้น ไม่ต้องไปเสาะแสวงหาด้วยตัวเอง

และลักษณะของการเปิดประสบการณ์นี้จะเห็นได้จากเนื้อหาในช่วงข้อมูลการตลาด ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร และช่วงปฏิทินพาณิชย์

ช่วงข้อมูลการตลาด :

.....คะ ราคาข้าวนาปรังตอนนี้คะ ประเภทความชื้นไม่เกิน 15% ราคาอยู่ที่ 4,500 – 4,600 บาทต่อตันคะ ส่วนความชื้นไม่เกิน 16 – 17% จะอยู่ที่ 4,300 – 4,400 บาทต่อตัน ประเภทความชื้นไม่เกิน 18 – 19% อยู่ที่ 4,200 – 4,300 บาทต่อตันคะ และความชื้นไม่เกิน 20 – 25% จะอยู่ที่ 3,900 – 4,000 บาทต่อตันคะคุณจุฬารัตน์.....

ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร :

.....ครับ ช่วงนี้อากาศจะเปลี่ยนแปลงหน่อยนะครับ มีทั้งหมอกมีทั้งฝนนะครับ เพราะลมหนาวลงมาไม่ถึงนะครับ จะเป็นลมจากลมตะวันออกเฉียงใต้และลมใต้พัดสอบลมมาหากัน พัดผ่านภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคเหนือเรา นะครับ.....

ช่วงปฏิทินพาณิชย์ :

.....ช่วงนี้เรามาดูหลักเกณฑ์การไถ่ถอนจำนำข้าวเปลือก ของกระทรวงพาณิชย์กันนะคะ กรณีที่จำนำไว้ที่ยุ้งของเกษตรกร เกษตรกรสามารถไถ่ถอนใบประทวนได้คะ โดยต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ต้องจ่ายดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปีนะคะ แต่ถ้าหากเกษตรกรจำนำไว้ที่โรงสี และจำนำใบประทวน การรับคืนเป็นข้าวเปลือก ต้องจ่ายดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปีเช่นเดียวกันนะคะ.....

ซึ่งเนื้อหาจากทั้งช่วงข้อมูลการตลาด ช่วงพยากรณ์อากาศเกษตร และช่วงปฏิทินพาณิชย์นั้น ก็เป็นช่วงที่นำเสนอข้อเท็จจริงทางการเกษตร เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ทางการเกษตร เปิดวิสัยทัศน์ที่กว้างขวางให้กับผู้ชมรายการได้

6. บทบาทในการเป็นเวทีการสัมมนาให้กับฝ่ายต่างๆ ในวงการเกษตร

รายการเพื่อคนเกษตรมีลักษณะของการเป็นเวทีสัมมนาให้กับฝ่ายต่างๆ ในวงการเกษตร ในรูปแบบการจัดอภิปรายนอกสถานที่ หรือที่ทางรายการเรียกว่าเป็นการสัญจร แต่จะเป็นลักษณะเวทีการสัมมนาที่ทำเทียมขึ้น หรือการเป็น pseudo event มากกว่า เพราะรูปแบบของการจัดอภิปรายนอกสถานที่ เป็นการที่นำรัฐมนตรี เจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ และชาวบ้านในพื้นที่มานั่งคุย ในชุมชนของชาวบ้านเอง ซึ่งดูเผินๆ แล้วก็เหมือนกับเป็นการนำทุกฝ่ายมาแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ชาวบ้านสามารถเล่าถึงปัญหาความเดือดร้อนของตน และเจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ ก็สามารถชี้แจง และรับรู้ถึงปัญหาร่วมกันได้

แต่ในความเป็นจริง การสัญจรจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อภาครัฐ ซึ่งเป็นองค์กรผู้สนับสนุนทางการเงินให้เงินทุนในการลงสัญจร และภาครัฐก็จะเป็นผู้กำหนดพื้นที่ที่จะลงสัญจร กำหนดบุคคลที่จะร่วมอภิปรายเอง ไม่ว่าจะป็นเจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ และชาวบ้าน โดยประเด็นต่างๆ ที่จะมีการอภิปรายทางภาครัฐจะกำหนดมาให้ก่อนด้วย เพื่อที่จะมีการเตรียมการพูดคุยก่อนลงสัญจรจริง โดยเฉพาะการสัญจรแต่ละครั้งจะต้องมีรัฐมนตรีลงพื้นที่ด้วย เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักในการให้เงินทุนกับการสัญจรของภาครัฐ ก็คือต้องการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของตัวรัฐมนตรี และหน่วยงานภาครัฐ ว่าเข้าถึงประชาชนในแต่ละพื้นที่อย่างแท้จริง

ดังนั้นบทบาทในการเป็นเวทีสัมมนาของรายการเพื่อคนเกษตร จึงมีลักษณะของบทบาทในการสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐแฝงมาอยู่ด้วยอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

สรุปบทบาทการเป็นสื่อกลางของรายการเพื่อคนเกษตร

หากพิจารณาแบบจำลองเพื่อการวิจัยทางการสื่อสารของ BRUCE H. WESTLEY และ MALCOLM S. MacLEAN ที่ดัดแปลงโดย Denis McQuail (2000 : 68) จะเห็นได้ว่ารายการเพื่อคนเกษตร เปรียบได้กับสื่อมวลชน (Media) ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ผู้ที่เป็น

แหล่งข่าว (Source) หรือตัวตั้งตัวตี (Advocate) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ไปยังกลุ่มเกษตรกร เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย โดยไม่มีลักษณะของการส่งผ่านข้อมูลจากผู้ชม หรือกลุ่มเกษตรกรกลับมายังภาครัฐเลย

และเมื่อพิจารณาถึงบทบาทในการเป็นสื่อกลางต่างๆ โดยพิจารณาจากแนวคิดบทบาทการเป็นสื่อกลางของ Denis McQuail (2000 : 66) แล้ว ก็สามารถกล่าวได้ว่ารายการเพื่อคนเกษตรเล่นบทบาทดังต่อไปนี้

1. บทบาทในการสะท้อนภาพลักษณะที่ดีของภาครัฐ
2. บทบาทในการคัดเลือกข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐมาสู่ประชาชน
3. บทบาทในการเป็นผู้ตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
4. บทบาทในการเชื่อมโยงคนกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกัน
5. บทบาทในการเปิดประสบการณ์ด้านการเกษตรให้กับผู้ชมรายการ
6. บทบาทในการเป็นเวทีการสัมมนาให้กับฝ่ายต่างๆ ในวงการเกษตร

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย