

สถานการณ์ รูปแบบและบทบาทรายการเกษตร
ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทย*

SITUATIONS, FORMATS AND ROLES OF AGRICULTURAL PROGRAMS
OF DIGITAL TELEVISION IN THAILAND

อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์

Adipon Euajarusphan

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Thammasat University, Thailand

E-mail: adipon.citu@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์รายการเกษตรของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 2) ศึกษารูปแบบและเนื้อหาของรายการเกษตรและประเมินบทบาทหน้าที่ของรายการและผู้ดำเนินรายการเกษตร และ 3) ศึกษาถึงรูปแบบโฆษณาตรงและแฝงในรายการเกษตร การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และบันทึกข้อมูลรายการลงตารางรหัส ผลการวิจัยพบว่า มีรายการโทรทัศน์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรทั้งสิ้น 8 รายการ รวมเวลาออกอากาศ 355 นาที/สัปดาห์ รูปแบบรายการเป็นรูปแบบแม็กกาซีน เรทติ้งเป็นรายการ ท (ทั่วไปสำหรับทุกเพศทุกวัย) ด้านเนื้อหารายการพบว่า มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรต้นน้ำ เช่น การเพาะปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ และดูแลรักษาการเกษตรกลางน้ำ เช่น การยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร การจัดการระบบการเกษตร การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการเกษตร และการเกษตรปลายน้ำ เช่น ช่องทางการตลาด ส่วนรูปแบบการนำเสนอ แบ่งออกได้เป็น 7 รูปแบบ คือ บรรยาย, สัมภาษณ์, สาธิต, สนทนา, เกมโชว์, ถาม - ตอบ และการเล่าเรื่อง โดยมีการใช้รูปแบบการนำเสนอที่ผสมผสานกันหลายรูปแบบในหนึ่งรายการ ด้านบทบาทของรายการ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ แบ่งได้เป็น 9 รูปแบบ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า บทบาทผู้ดำเนินรายการมักผูกโยงเข้ากับบทบาทด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและองค์กร ผู้ดำเนินรายการต้องทำหน้าที่เสมือนตัวแทนสินค้าหรือองค์กร ซึ่งนำมาสู่การโฆษณาแฝงรูปแบบต่าง ๆ ที่มากขึ้น ส่วนโฆษณาในรายการเกษตร แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ โฆษณาตรง ในรูปแบบสปอต โฆษณา



แฝง มีการโฆษณาแฝงในหลากหลายมิติ คือ ทั้งแฝงกราฟิก แฝงเนื้อหา แฝงวัตถุ แฝงบุคคล แฝงโลโก้ และไม่มีทั้งโฆษณาตรงและโฆษณาแฝง

คำสำคัญ: รายการโทรทัศน์, เกษตรกร, โทรทัศน์ดิจิทัล, ประเทศไทย

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the situation of agricultural programs of digital television stations, 2) study the formats and contents of agricultural programs and assess roles and functions of moderators of Agricultural programs, and 3) study the formats of direct advertisements and tie - ins in each Agricultural program. This study was conducted based on the qualitative research method, content Analysis, and recorded data in coding sheet. The research results showed eight agricultural - related television programs, with a total broadcasting time of 355 minutes/week. The TV programs were based on magazine format and received “Thor” ratings (General Audiences). It was also found that contents of the programs consisted of upstream agricultural activities, such as cultivation, animal husbandry, and care; midstream agricultural activities, such as enhancement of agricultural product standards, agricultural system management, utilization of agricultural innovation and technology; and downstream agricultural activities, such as marketing channels. Program presentations can be divided into seven formats, lectures, interviews, demonstrations, conservations, game shows, questions and answers, and narration. A program may apply several presentation formats. The roles and functions of agricultural programs, moderators, and participants can be classified in to nine types. The researcher noted that moderators' roles are often linked to other roles, especially advertisements and promotions of products and organizations. Moderators must act as representatives of products or organizations which would lead to more types of tie - in advertisements. Advertisements in agricultural programs can be divided into three formats, including spot direct advertisements, tie - ins and non - direct advertisements and tie - ins. Tie - ins are presented in various dimensions, including graphics, contents, objects, persons, and logo.

Keywords: Television Programs, Farmer, Digital Television, Thailand



บทนำ

รายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรเป็นรายการคู่สถานที่โทรทัศน์ของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน แต่ไม่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไปมากนัก เนื่องจากมีเนื้อหาที่น่าสนใจและไม่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของชนชั้นกลางโดยทั่วไป แต่สำหรับกลุ่มเกษตรกรแล้วการได้รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรจะช่วยให้เกษตรกรสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับใช้กับกิจกรรมทางการเกษตรของตนเองได้ เห็นได้จากผลวิจัยเรื่องการใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทยที่พบว่า เกษตรกรไทยร้อยละ 92.80 ใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อประโยชน์ทางการเกษตร ซึ่งส่งผลให้มีผลผลิตที่ดีขึ้นและลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนสามารถหาช่องทางทางการตลาดใหม่ ๆ แต่อย่างไรก็ตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ของเกษตรกรยังพบปัญหาการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งรายการโทรทัศน์มักนำเสนอข่าวสารด้านการเกษตรในช่วงที่เกษตรกรไม่สามารถรับชมได้ รวมถึงข่าวสารจากสื่อเป็นไปในลักษณะภาพรวมกว้าง ๆ มากกว่าข้อมูลในเชิงลึก นอกจากนี้ ปัญหาอย่างหนึ่งที่พบในรายการเกษตรที่ผ่านมา คือ รายการเกษตรมักมีสัดส่วนรายการน้อยมากเมื่อเทียบกับเวลาออกอากาศทั้งหมด โดยในปี พ.ศ. 2552 มีเดียมอนิเตอร์ ได้มีการสำรวจพบว่า รายการเกษตรมีสัดส่วนอยู่เพียง 560 นาทีต่อสัปดาห์จาก 19 รายการ หรือคิดเป็น 0.9 เปอร์เซ็นต์ของการออกอากาศทั้งหมด 60,480 นาทีต่อสัปดาห์ (ธาม เชื้อสถาปนศิริ, 2552) ซึ่งเป็นสัดส่วนพื้นที่ทางฟรีทีวีในอันดับท้าย ๆ เท่านั้น เมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการอาชีพเกษตรในประเทศไทย อีกทั้งเนื้อหาในปัจจุบันยังแฝงไปด้วยโฆษณาสินค้า และมุ่งสื่อสารว่าการเกษตรสมัยใหม่ต้องใช้สารเคมีมากมายในการเพาะปลูก การโฆษณาในรายการที่ทำให้เกษตรกรไร้ทางเลือกในการทำการเกษตร การใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตรที่แนะนำสินค้าเกษตรในรายการที่สร้างความน่าเชื่อถือในรายการทั้งแก่ผู้ชมและรายการเกษตรเอง รวมถึงโฆษณาแฝง สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการลดทอนคุณค่าด้านเนื้อหาและสาระประโยชน์ที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร และกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ถูกนำมาบังคับใช้อย่างจริงจัง เช่น ระเบียบเกี่ยวกับสัดส่วนของการโฆษณาที่ระบุว่า “ให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ทำการโฆษณาและบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที 30 วินาที ” (พ.ร.บ.วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2530, 2530)

นับตั้งแต่ปี 2557 สถานีโทรทัศน์ทั้งหมดเปลี่ยนเข้าสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนช่องเพิ่มขึ้นจากเดิม 6 ช่องเป็น 48 ช่อง และปัจจุบันมีช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่ยังออกอากาศอยู่จำนวน 19 ช่อง จึงเป็นที่น่าสนใจว่าจากการเปลี่ยนแปลงจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเข้าสู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัล สถานการณ์ บทบาทและบริบทของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป รายการเกษตรจะยังสามารถคงคุณค่าและสาระประโยชน์หลักในรายการดังที่ตั้งใจให้ความรู้แก่เกษตรกรไว้ได้หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์รายการเกษตรของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล



2. เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาของรายการเกษตร และประเมินบทบาทหน้าที่ของรายการและผู้ดำเนินรายการเกษตร
3. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบโฆษณาตรงและแฝงในการรายการเกษตร

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และบันทึกข้อมูลรายการลงตารางรหัส (Coding Sheet)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา รายการเกษตรที่ออกอากาศในช่องโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 19 ช่องในช่วงเดือน มกราคม 2563 – มิถุนายน 2563 (6 เดือน) โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างรายการละ 12 ตอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ตารางลงรหัส (Coding Sheet) ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไปของรายการ: ชื่อรายการ/ วันออกอากาศ/ เวลาออกอากาศ/ ความยาวต่อตอน (นาที) /ความยาวต่อสัปดาห์ (นาที)/ เรตติ้ง/ ผู้ผลิตรายการ/ แกร็บเชิงญ/ สัดส่วนเวลาเนื้อหาต่อโฆษณา, ลักษณะเนื้อหาของรายการ: พิจารณาจาก 2 องค์ประกอบคือ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ, บทบาทของรายการเกษตร พิจารณาจากเนื้อหาสาระโดยภาพรวมของรายการว่ามีวัตถุประสงค์หรือให้ความรู้ในแง่มุมใด และข้อมูลส่วนโฆษณา ประกอบด้วยโฆษณาตรง และโฆษณาแฝง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือเก็บข้อมูลลงรหัสด้วยวิธีการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability of Coding) โดยผู้วิจัยได้นำเครื่องมือลงรหัสไปให้ผู้ร่วมลงรหัส 2 คน ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจริง โดยได้มีการอธิบายกรอบแนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาใช้วิเคราะห์ให้รับทราบอย่างละเอียด ปรากฏว่าได้ผลการเก็บข้อมูลที่เหมือนกับผู้วิจัยทำเกินกว่า 80% ดังนั้นจึงถือว่าเครื่องมือในการลงรหัสนี้สามารถเชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังได้ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน (Expert Validity) คอยให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางแก้ไขในการปรับปรุงเครื่องมือการเก็บข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จากการการเก็บข้อมูลรายการเกษตรที่ออกอากาศในช่องโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 19 ช่องในช่วงเดือน มกราคม 2563 - มิถุนายน 2563 (6 เดือน) และบันทึกข้อมูลรายการลงตารางลงรหัส (Coding Sheet) โดยวิเคราะห์จากเทปบันทึกการย้อนหลัง โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างรายการละ 12 ตอน

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) เพื่อบันทึกข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของ (Miles, M. B. & Huberman, A. M., 1994) ที่ได้เสนอขั้นตอนในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยวิเคราะห์ 3 ขั้นตอน คือ การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) การจัดรูปแบบ



ข้อมูล (Data Display) และ การร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion Drawing and Verification)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง รายการเกษตรในโทรทัศน์ดิจิทัล แบ่งผลการวิจัยแบ่งออกได้เป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ภาพรวมปริมาณสัดส่วนรายการเกษตรทางฟรีทีวี

ตารางที่ 1 รายการเกษตรในโทรทัศน์ดิจิทัลของไทย

รายการ	ช่อง	เวลาออกอากาศ	วัน	หมายเหตุ
1.คนไทยหัวใจเกษตร	9	06.00 - 06.25 น.	จันทร์ - ศุกร์	125 นาที/สัปดาห์
2.เกษตรสนามเป้า	5	07.30 - 08.30 น.	เสาร์	60 นาที/สัปดาห์
3.นวัตกรรมพารวย	5	00.35 - 01.00 น.	เสาร์	25 นาที/สัปดาห์
4.กรีนฟาร์ม ไร่ดี	ไทยรัฐทีวี	07.00 - 07.30 น.	เสาร์	30 นาที/สัปดาห์
5.เกษตรซ่อนรูป	อัมรินทร์	12.30 - 13.00 น.	เสาร์	30 นาที/สัปดาห์
6.เกษตรทำกิน	NBT	06.00 - 06.30 น.	ศุกร์	30 นาที/สัปดาห์
7.มหาอำนาจบ้านนา	ThaiPBS	16.05 - 16.30 น.	อาทิตย์	25 นาที/สัปดาห์
8. Farm Planet	Nation	08.20 - 08.50 น.	เสาร์	30 นาที/สัปดาห์
รวม				355 นาที/สัปดาห์

จากตารางที่ 1 พบว่า รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรทั้งสิ้น 8 รายการ รวม 355 นาที/สัปดาห์ โดยช่อง 5 พบรายการเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด 2 รายการ คือ รายการเกษตรสนามเป้า ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 07.30 - 08.30 น. และรายการนวัตกรรมพารวย ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 00.35 - 01.00 น. รวมเวลาออกอากาศ 85 นาที/สัปดาห์ ส่วนช่องอื่น ๆ พบช่องละ 1 รายการ ดังนี้ ช่อง 9 รายการคนไทยหัวใจเกษตร ออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 06.00 - 06.25 น. รวมเวลาออกอากาศ 125 นาที/สัปดาห์, ช่องไทยรัฐทีวี รายการกรีนฟาร์ม ไร่ดี ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 07.00 - 07.30 น. รวมเวลาออกอากาศ 30 นาที/สัปดาห์, ช่องอัมรินทร์ รายการเกษตรซ่อนรูป ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 12.30 - 13.00 น. รวมเวลาออกอากาศ 30 นาที/สัปดาห์, ช่อง NBT รายการเกษตรทำกิน ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 06.00 - 06.30 น. รวมเวลาออกอากาศ 30 นาที/สัปดาห์ (มีการใช้ภาษาใต้ในรายการ), ช่อง ThaiPBS รายการมหาอำนาจบ้านนา ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.05 - 16.30 น. รวมเวลาออกอากาศ 25 นาที/สัปดาห์ และช่องเนชั่นทีวี รายการ Farm Planet ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 08.20 - 08.50 น. รวมเวลาออกอากาศ 30 นาที/สัปดาห์



ส่วนรูปแบบรายการ (format) และเวลาในการออกอากาศ จากการศึกษารายการ เกษตรทั้งสิ้น 8 รายการ พบว่า 7 รายการเป็นรูปแบบแม่กกาซีน มีรูปแบบเกมส์โชว์ 1 รายการ และจัดเรทเป็นรายการมีเรตติ้ง “ท” (รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย)

ด้านเวลาในการออกอากาศ พบว่า รายการเกษตรส่วนมาก (6รายการ) ออกอากาศ ในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ มี 1 รายการออกอากาศในช่วงวันศุกร์ และ 1 รายการออกอากาศวัน จันทร์ - ศุกร์

2. รูปแบบการนำเสนอ

ตารางที่ 2 รูปแบบการนำเสนอรายการการเกษตรแบ่งออกได้เป็น 7 รูปแบบ

รูปแบบการนำเสนอ	รายละเอียด	ตัวอย่างรายการ
1. รูปแบบบรรยาย	ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาที่ต้องแสดงขั้นตอนหรือเนื้อหาที่ต้องอธิบายหรือให้ข้อมูลประกอบ เช่น ขั้นตอนการทำปุ๋ย ขั้นตอนการเตรียมดิน	รายการคนไทยหัวใจ เกษตร, เกษตรสนามเป้า, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, มหาอำนาจบ้านนา
2. รูปแบบสัมภาษณ์	มักมีการสัมภาษณ์บุคคล 3 ลักษณะ คือ ผู้เชี่ยวชาญ (นักวิชาการ, นักเทคนิค, เจ้าของธุรกิจ, นักปรับปรุงพันธุ์) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ และเกษตรกร	รายการคนไทยหัวใจ เกษตร, เกษตรสนามเป้า, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรทำกิน, Farm Planet
3. รูปแบบสาธิต	ใช้ในเนื้อหาที่ต้องการให้เห็นรายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ เช่น กระบวนการทำปุ๋ย, การขยายพันธุ์พืช	รายการเกษตรสนามเป้า, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรทำกิน, มหาอำนาจบ้านนา
4. รูปแบบสนทนา	เป็นการพูดคุยเพื่อแชร์ประสบการณ์ มีความไหลลื่นไปตามสถานการณ์	รายการกรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรทำกิน
5. รูปแบบเกมส์โชว์	ใช้เกมส์เป็นเครื่องมือในการให้ความรู้โดยมีแขกรับเชิญทำหน้าที่ทดสอบปรกติ์ สังเกต และทายว่าใครคือเกษตรกรตัวจริง มีปรกติ์ 4คนแต่มีเพียง 1 คนที่ประกอบอาชีพเกษตรกร และมีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่ให้ความรู้เพิ่มเติมในโจทย์ต่าง ๆ ที่นำมาทดสอบปรกติ์	รายการเกษตรซ่อนรูป
6. รูปแบบถาม - ตอบ	มีการถามคำถามและให้เกษตรกรตอบคำถาม	เกษตรซ่อนรูป
7. รูปแบบการเล่าเรื่อง	เชื่อมร้อยเนื้อหาเป็นเรื่องราวที่สอดคล้องไปกับเกษตรกรที่เป็นแขกรับเชิญ	รายการมหาอำนาจบ้านนา

อย่างก็ตาม พบว่า รายการส่วนมากมีการใช้รูปแบบการนำเสนอที่ผสมผสานกันหลายรูปแบบ ทั้งการบรรยาย, สัมภาษณ์, สาธิต และสนทนา ส่วนรูปแบบการนำเสนอแบบเกมส์โชว์, การถามตอบ และการเล่าเรื่อง ค่อนข้างมีน้อย



3. เนื้อหารายการ

พบว่า เนื้อหารายการแบ่งออกได้ 15 รูปแบบ คือ

3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารการเกษตรทั่วไปในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเกี่ยวเนื่องกับโครงการและหน่วยงานภาครัฐ เช่น การจัดประชุมวิชาการดินเค็ม/ “โรงเรียนอัจฉริยะ” ขับเคลื่อนเกษตร 4.0/ กรมพัฒนาที่ดินกับการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตร/ โครงการศูนย์เรียนรู้การพัฒนาเกษตรอ่างเก็บน้ำห้วยไฟอันเนื่องมาจากพระราชดำริ/ การช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกร ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด - 19 ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, Farm Planet

3.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่มผลผลิต เช่น โครงการไกลบและผลิตปุ๋ยอินทรีย์/ การจัดการที่ดิน ลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต/ วิธีปรับปรุงดินโดยไม่ต้องเผาฟางข้าว แต่ใช้น้ำหมักแทน/ การปรับปรุงดินด้วยไส้เดือนดิน/ นวัตกรรมปรับปรุงดินสำหรับปลูกหัวไชเท้า/ เทคโนโลยีกรมพัฒนาที่ดิน เพื่อการผลิตผลไม้อินทรีย์ ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพรวาย, Farm Planet

3.3 เนื้อหาเชิงนโยบายด้านการเกษตร เช่น การทำเกษตรแปลงใหญ่/ โครงการแหล่งน้ำไร่นานอกเขตชลประทาน/ ศูนย์วิจัยข้าวราชบุรี ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวแบบครบวงจร/ โครงการต่าง ๆ ของสำนักส่งเสริมการผลิตข้าว/ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนด้านมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์/ การจัดสรรพื้นที่ ส.ป.ก. ให้เกษตรกรรุ่นใหม่ ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, Farm Planet

3.4 เนื้อหาเกี่ยวกับการยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร เช่น การขับเคลื่อนมาตรฐานสินค้าปลอดภัยสู่สากลของ มกอช./ การผลิตตามมาตรฐาน GAP/ มกอช.ส่งเสริมการตลาดมิติใหม่ สินค้าเกษตรไทยบนโลกออนไลน์ ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, นวัตกรรมเกษตรพรวาย, Farm Planet

3.5 เนื้อหาเกี่ยวกับการเพาะปลูก เช่น การปลูกแตงโมอินทรีย์/ วิธีการปลูกหมากเหลือง/ การปลูกทุเรียน/ การทำฟาร์มเห็ด/ การทำสวนแก้วมังกร/ การปลูกหัวไชเท้าและปลูกเมล่อน/ การปลูกหอมแดง/ การปลูกโรสแมรี่ /การปลูกกะหล่ำปลี/ การผลิตดาวเรืองตัดดอก ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพรวาย, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรทำกิน, มหาอำนาจบ้านนา

3.6 เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการตลาด เช่น การนำสินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซ ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร

3.7 เนื้อหาเกี่ยวกับอาชีพเสริม เช่น การทำയാตมชั้นโรง ได้แก่ รายการเกษตรสนามเป้า

3.8 เนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการฟาร์ม/ระบบการเกษตร เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาควบคุมระบบฟาร์ม เพื่อลดเวลา ลดการสูญเสีย น้ำ การทำเกษตรปลอดภัย/



การแก้ไขภัยแล้งของสวนทุเรียน/ ฟักทองบัตเตอร์นัท/ การทำสวนเกษตรแห่งความเพียงพอ/ การทำสวนผสม ได้แก่ รายการเกษตรสนามเป้า, เกษตรทำกิน

3.9 เนื้อหาเกี่ยวกับศัตรูพืช เช่น ข้อมูลของแมลงศัตรูพืช ได้แก่ รายการนวัตกรรมเกษตรพารวย

3.10 แนะนำสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น ภูมิใจการ์เด็น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร/ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่/ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบางกรวยปลายบาง ได้แก่ รายการเกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพารวย, กรีนฟาร์ม วาไรตี้

3.11 เนื้อหาเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ เช่น โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่พึ่งพาตนเองบนพื้นฐานความพอเพียง/ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตามรอยพ่อ สู่วิถีเกษตรที่ยั่งยืน ได้แก่ รายการ Farm Planet

3.12 เนื้อหาเกี่ยวกับนวัตกรรม/เทคโนโลยีทางการเกษตร เช่น อากาศยานไร้คนขับเพื่อการใช้งานด้านการเกษตร ได้แก่ รายการกรีนฟาร์ม วาไรตี้

3.13 เนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจเกษตร/การตลาดเกษตร เช่น ธุรกิจส่งออกกล้วยไม้กับการปรับตัวช่วงโควิด - 19/ ธุรกิจไม้ใบ ไม้ประดับ สกุดต่างประเทศ/ธุรกิจส่งเสริมและจำหน่ายข้าวโพดฝักสด/ ธุรกิจไม้ประดับและไม้ต่างหายาก ได้แก่ รายการกรีนฟาร์ม วาไรตี้

3.14 เนื้อหาด้านการเลี้ยงสัตว์ เช่น การเลี้ยงโคขุน อ.บางกล้า จ.สงขลา/แพนอมอาร์มดี ได้แก่ รายการเกษตรทำกิน, มหาอำนาจบ้านนา

3.15 เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้อื่น ๆ ทางการเกษตร เช่น สาระความรู้เกี่ยวกับชนิดของข้าวและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับข้าว/ เนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับการเพาะพันธุ์ปลานิลและปลาปักทิม/ ข้อมูลเกี่ยวกับการทำฟาร์มโคนม การดูแล ปัญหาที่พบ ได้แก่ รายการนวัตกรรมเกษตรพารวย, เกษตรซ่อนรูป, มหาอำนาจบ้านนา

โดยสรุปเนื้อหารายการแบ่งออกได้เป็น 15 กลุ่ม โดยมีเนื้อหาหลัก ๆ เกี่ยวกับ 1) การเกษตรต้นน้ำ คือ การเพาะปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ และดูแลรักษา 2) การเกษตรกลางน้ำ คือ การยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร การจัดการระบบการเกษตร การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการเกษตร และ 3) การเกษตรปลายน้ำ คือ ช่องทางการตลาด อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่ขาดหายไปรายการเกษตรปัจจุบัน คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรในระดับท้องถิ่นที่เชื่อมต่อกับภาพรวมของการเกษตรระดับประเทศ อาทิเช่น ราคาพืชผลทางการเกษตร, ข้อมูลข่าวสารสภาพภูมิอากาศ โรคและศัตรูพืช หรือภัยธรรมชาติต่าง ๆ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพพื้นที่เพาะปลูกและสภาพปัญหาเรื่องการชลประทานต่าง ๆ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรของประเทศอื่น ๆ อาทิ ประเทศเพื่อนบ้าน



4. บทบาทของรายการ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ

ตารางที่ 3 บทบาทของรายการ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ แบ่งได้เป็น 9 รูปแบบ

บทบาท	จุดมุ่งหมาย	ตัวอย่างรายการ
1. บทบาทในการแจ้งข้อมูลข่าวสารแวดวงวงการเกษตร	นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรที่เปลี่ยนแปลงไป หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร	คนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพายววย
2. บทบาทในการประชาสัมพันธ์องค์กรของรัฐ	ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ขององค์กรของรัฐ ฯลฯ	คนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, Farm Planet
3. บทบาทในการให้ความรู้และข้อมูลทางเกษตร	ให้ความรู้ แนวคิด วิธีการ ในการทำการเกษตรแก่เกษตรกรที่ประกอบอาชีพนั้น ๆ อยู่แล้ว โดยจะลงลึกในขั้นตอนการปฏิบัติมากกว่าที่พูดกว้าง ๆ	คนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรซ่อนรูป, เกษตรทำกิน, มหาอำนาจบ้านนา, Farm Planet,
4. บทบาทในการแนะนำอาชีพ	นำเสนออาชีพใหม่ที่เกี่ยวข้องกับวงการเกษตรแก่เกษตรกรเพื่อสามารถปรับประยุกต์เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร	คนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, เกษตรทำกิน
5. บทบาทในการขายหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า	ขายและโฆษณาสินค้าผู้สนับสนุนโดยมักจะสอดแทรกช่วงต้นและท้ายรายการ หรือแทรกไว้ในเนื้อหา	คนไทยหัวใจเกษตร, Farm Planet
6. บทบาทในการแนะนำนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางวงการเกษตร	นำเสนอนวัตกรรมการเกษตรใหม่ ๆ แก่เกษตรกร เพื่อยกระดับการทำการเกษตร	เกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพายววย, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรทำกิน
7. บทบาทในการแนะนำสถานที่ทางการเกษตร	แนะนำสถานที่ทางการเกษตรที่เกษตรกรสามารถไปเรียนรู้องค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำการเกษตร	เกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพายววย, กรีนฟาร์ม วาไรตี้
8. บทบาทในการให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับวิถีและวิธีการการเกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรกรอินทรีย์ และการจัดการแหล่งน้ำ	นำเสนอข้อมูลข่าวสารและความรู้ในการทำการเกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรอินทรีย์แก่เกษตรกร และการบริหารจัดการแหล่งน้ำ	มหาอำนาจบ้านนา และ Farm Planet
9. บทบาทในการแนะนำบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนเกษตรกรด้านต่าง ๆ	แจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ผ่านการให้บริการและให้ความช่วยเหลือเกษตรกร ซึ่งช่วยสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกรเมื่อประสบ	Farm Planet



บทบาท	จุดมุ่งหมาย	ตัวอย่างรายการ
	ปัญหาสามารถเข้าไปปรึกษาหรือขอความช่วยเหลือในหน่วยงานต่าง ๆ ได้ อย่างถูกต้อง	

อย่างไรก็ตาม บทบาทผู้ดำเนินรายการ (บางรายการ) มักผูกโยงเข้ากับบทบาทด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและองค์กร ผู้ดำเนินรายการต้องทำหน้าที่เสมือนตัวแทนสินค้าหรือองค์กร ซึ่งนำมาสู่การโฆษณาแฝงรูปแบบต่าง ๆ ที่มากขึ้นด้วย

5. โฆษณาในรายการเกษตร

โฆษณาในการการเกษตรมี 3 รูปแบบ คือ

โฆษณาตรงนำเสนอในรูปแบบสปอตโฆษณา ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, เกษตรสนามเป้า, นวัตกรรมเกษตรพรวาย, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, Farm Planet ส่วนการโฆษณาแฝง มีการแฝงในหลากหลายมิติ ทั้งแฝงกราฟิก แฝงเนื้อหา แฝงวัตถุ แฝงบุคคล และแฝงโลโก้ ได้แก่ รายการคนไทยหัวใจเกษตร, นวัตกรรมเกษตรพรวาย, กรีนฟาร์ม วาไรตี้, เกษตรซ่อนรูป และรายการที่ไม่มีโฆษณาตรงและโฆษณาแฝงอันเนื่องมาด้วยนโยบายของสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ รายการมหาอำนาจบ้านนาและเกษตรทำกิน

อภิปรายผล

1. ภาพรวมปริมาณสัดส่วนรายการเกษตรทางฟรีทีวี

จำนวนและปริมาณการออกอากาศ พบว่า รายการการเกษตรในโทรทัศน์ถูกลดบทบาทความสำคัญลงเรื่อย ๆ โดยในปี 2562 - 2563 รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรทั้งสิ้น 8 รายการ รวม 355 นาที/สัปดาห์ โดยช่อง 5 พบรายการเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด 2 รายการ คือ รายการเกษตรสนามเป้า ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 07.30 - 08.30 น. และรายการนวัตกรรมพรวาย ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 00.35 - 01.00 น. รวมเวลาออกอากาศ 85 นาที/สัปดาห์ ส่วนช่องอื่น ๆ พบช่องละ 1 รายการ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ ฮาม เชื้อสถาปนศิริ; ปทุมมา ลี้มศรีงาม และฉัฐกร สงคราม ที่พบว่า ในปี พ.ศ. 2551 มีรายการการเกษตรอยู่ 19 รายการ รวมเวลา 512 นาที/สัปดาห์ และในปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีรายการการเกษตรอยู่ 17 รายการ รวมเวลา 805 นาที/สัปดาห์ แม้ในปี พ.ศ. 2559 จะมีสัดส่วนเวลา/สัปดาห์เพิ่มขึ้น แต่ก็เพิ่มขึ้นเนื่องจากการมีช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจาก 6 ช่อง เป็น 48 ช่อง มากกว่าเกิดจากการให้ความสำคัญต่อเกษตรกร อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงจำนวนและสัดส่วนเวลาถือว่าน้อยมากกับการมีช่องโทรทัศน์ถึง 48 ช่อง (ฮาม เชื้อสถาปนศิริ, 2552); (ปทุมมา ลี้มศรีงาม และฉัฐกร สงคราม, 2560) ซึ่ง ปทุมมา ลี้มศรีงาม และฉัฐกร สงคราม ได้พบข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนรายการเกษตรที่ลดน้อยนี้เป็นผลมาจากรายการการเกษตรทางโทรทัศน์สร้างรายได้ได้ไม่มากนักให้แก่สถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการ



ช่องโทรทัศน์จึงไม่นิยมเลือกผลิตหรือออกอากาศ นอกจากนี้เงินทุนก็เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับรายการเกษตรด้วย เนื่องจากสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนที่เป็นสินค้าทางการเกษตรมักจะสนับสนุนรายการประเภทอื่น ๆ เช่น รายการถ่ายทอดสดมวยไทย ที่เป็นที่ยอมรับของเกษตรกรเป้าหมายมากกว่ารายการเกษตร แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยไม่สามารถที่จะหาจุดสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจกับผลประโยชน์ของสาธารณชนได้ (ปทุมมา ลี้มศรีงาม และณัฐกร สงคราม, 2560) สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่ได้ศึกษาผลกระทบของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจไทย ซึ่งพบว่า ผลกระทบที่ชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงเป็นโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น คือ การแข่งขันในส่วนของผู้ผลิตรายการที่สูงขึ้น เนื่องจากช่องรายการที่เพิ่มขึ้นย่อมเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ขณะเดียวกันช่องรายการต่าง ๆ ย่อมต้องการผู้ผลิตรายการที่สามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนให้หันมารับชมช่องรายการเหล่านั้น อีกทั้งการที่มีช่องรายการจำนวนมากทำให้บริษัทโฆษณาอาจต้องศึกษาวิจัยตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิม ทั้งในแง่ของการสำรวจความนิยมของผู้ชมต่อช่องรายการต่าง ๆ เพื่อที่จะได้สามารถกำหนดว่าจะลงโฆษณาในช่องรายการใดและในช่วงเวลาใดจึงจะคุ้มค่ามากที่สุด (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559) ด้วยเหตุผลทางธุรกิจเหล่านี้รายการเกษตรจึงเป็นตัวเลือกท้าย ๆ ที่ช่องจะผลิต เพราะมีผู้ชมเฉพาะกลุ่มและสร้างรายได้น้อยให้กับช่องโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่ารายการโทรทัศน์ทางการเกษตรตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังถูกให้ความสำคัญน้อยมาก และมักถูกจัดให้มีสัดส่วนรายการที่มีเพียงน้อยนิดในประเทศไทย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2551)

2. รูปแบบและเนื้อหาของรายการเกษตร

ด้านรูปแบบรายการ (Format) และรูปแบบการนำเสนอ พบว่า ทุกรายการมีเรตติ้ง “ท” ทุกวัย (รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย) ส่วนรูปแบบรายการเป็นรูปแบบแม็กกาซีนที่มีหลายรส หลายเรื่อง หลายรูปแบบรวมกันอยู่ในรายการเดียวกัน และมีรูปแบบเกมส์โชว์ 1 รายการ มีรูปแบบการนำเสนอรายการการเกษตรแบ่งออกได้เป็น 7 รูปแบบ โดยผสมผสานเข้าด้วยกัน ทั้งการบรรยาย, สัมภาษณ์, สาธิต และสนทนา ส่วนรูปแบบการนำเสนอแบบเกมส์โชว์, การถามตอบ และการเล่าเรื่องค่อนข้างมีน้อย โดยทุกรายการจะมีเกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของ เกศสุดา กันแก้ว และ จันทิมา โพธิ์ใต้ เกี่ยวกับรูปแบบรายการเกษตรในโทรทัศน์ระบบอนาล็อกที่พบว่า รูปแบบรายการเกษตรจะเน้นนำเสนอในรูปแบบสารคดีและกึ่งสารคดีทางการเกษตรซึ่งเป็นรูปแบบที่ทางการจริงจังและชิงชัง (เกศสุดา กันแก้ว, 2554); (จันทิมา โพธิ์ใต้, 2546) อย่างไรก็ตามรูปแบบรายการแบบแม็กกาซีนที่มีหลายรส หลายเรื่อง หลายรูปแบบรวมกันอยู่ในรายการเดียวกันนี้เป็นรูปแบบรายการซึ่งนอกจากจะสร้างความเป็นกันเองเกิดความใกล้ชิด ดูทันสมัยและตอบรับกับ



ความต้องการของเกษตรกรที่หลากหลายขึ้น รวมถึงตอบรับกับกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ ๆ ด้วย ดังนั้น การที่รายการเกษตรปรับรูปแบบรายการจากเชิงสารคดีและกึ่งสารคดีมาเป็นรูปแบบแม็กกาซีนและเกมส์โชว์จึงมีโอกาสนี้และแนวโน้มที่เกษตรกรที่ชมรายการจะยอมรับหลักการเกษตรต่าง ๆ ในรายการได้ง่ายขึ้น

เวลาในการออกอากาศ พบว่า รายการเกษตรส่วนมาก (6 รายการ จาก 8 รายการ) ออกอากาศในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ มี 1 รายการออกอากาศในช่วงวันศุกร์ และ 1 รายการออกอากาศวันจันทร์-ศุกร์ โดยมี 5 รายการที่มีการจัดวางช่วงเวลาออกอากาศไว้ในช่วงเช้า 06.00 - 08.50 น. และ 1 รายการจัดวางช่วงเวลาออกอากาศไว้ช่วงเย็น 16.00 - 16.30 น. 1 รายการออกอากาศในช่วงเที่ยง 12.30 - 13.00 น. และ 1 รายการออกอากาศในช่วง 00.35 - 01.00 น. ในทำนองเดียวกับ ปทุมมา ลี้มศรีงาม และณัฐกร สงคราม ที่พบว่า รายการเกษตรส่วนใหญ่ออกอากาศในช่วงเวลา 05.00 - 05.30 น. (ปทุมมา ลี้มศรีงาม และณัฐกร สงคราม, 2560) และสุชมาภรณ์ ชันธ์ศรี และคณะ ได้สำรวจช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์ในช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. มากที่สุด (สุชมาภรณ์ ชันธ์ศรี และคณะ, 2545) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าการจัดวางเวลาออกอากาศได้ถูกออกแบบไว้ในช่วงเวลาที่คาดว่าเกษตรกรจะสามารถรับชมได้ ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงก่อนและหลังกิจกรรมทางการเกษตร เช่น ช่วงเช้าตรู่ ช่วงพักกลางวัน ช่วงเย็นและช่วงดึกนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกศสุดา และงานวิจัยของปรีชา ที่พบว่า ช่วงเวลาที่เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้ ส่วนใหญ่เป็นช่วงหลังเลิกกิจกรรมทางการเกษตร และก่อนดำเนินกิจกรรมการเกษตร นั่นคือในช่วงเช้าตรู่และช่วงเย็น (เกศสุดา กันแก้ว, 2554); (ปรีชา มนิลทิพย์, 2546)

เนื้อหารายการ

เนื้อหารายการแบ่งออกได้เป็น 15 รูปแบบ โดยมีเนื้อหาหลัก ๆ เกี่ยวกับ 1) การเกษตรต้นน้ำ คือ การเพาะปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ และดูแลรักษา 2) การเกษตรกลางน้ำ คือ การยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร การจัดการระบบการเกษตร การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการเกษตร และ 3) การเกษตรปลายน้ำ คือ ช่องทางการตลาด จะเห็นว่าเนื้อหาของรายการเกษตรนั้นมีประเด็นนำเสนอที่ความหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรฤทธิ สุวรรณรัตน์ พบว่า ในประเทศไทยมีการทำการเกษตรที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละภูมิภาคและฤดูกาล ดังนั้นรายการเกษตรจึงต้องมีเนื้อหาหลายด้าน การนำเสนอเนื้อหาจึงต้องครอบคลุมเกษตรกรทุกกลุ่ม โดยเฉพาะเจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (สุรฤทธิ สุวรรณรัตน์, 2553) และเมื่อเทียบกับรายการเกษตรยุคก่อนหน้าจะเห็นว่าเนื้อหาของรายการเกษตรในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น ดังที่ สมสุข หินวิมาน ได้ประมวลข้อเสนอที่ได้จากรายการเกษตรในโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2537 ว่าเนื้อหาของรายการเกษตรทางโทรทัศน์ มักจะวนเวียนอยู่เพียงไม่กี่ประเด็นเท่านั้น เช่น เทคโนโลยีกับความก้าวหน้าทางการเกษตรสมัยใหม่และแนวทางใน



การขยายผลผลิตทางการเกษตรเท่านั้น ตัวอย่างเช่น เนื้อหารายการมักให้ข้อมูลเกี่ยวกับสารเคมีต่าง ๆ ทางเกษตร การผสมสูตรเร่งดอกเร่งผลหรือเร่งเจริญเติบโตของสัตว์เศรษฐกิจ ฯลฯ (สมสุข หินวิมาน, 2537)

อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่ขาดหายไปในรายการเกษตรปัจจุบัน คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรในระดับท้องถิ่นที่เชื่อมต่อกับภาพรวมของการเกษตรระดับประเทศ อาทิเช่น ราคาพืชผลทางการเกษตร, ข้อมูลข่าวสารสภาพภูมิอากาศ โรคและศัตรูพืช หรือภัยธรรมชาติต่าง ๆ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพพื้นที่เพาะปลูกและสภาพปัญหาเรื่องการชลประทานต่าง ๆ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรของประเทศอื่น ๆ

3. บทบาทของรายการ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการรายการ และโฆษณาในรายการเกษตร

รายการและผู้ดำเนินรายการมีบทบาทในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อมูลความรู้แก่เกษตรกร อย่างไรก็ตามบทบาทของผู้ดำเนินรายการบางรายการมักผูกโยงเข้ากับบทบาทด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและองค์กร ผู้ดำเนินรายการต้องทำหน้าที่เสมือนตัวแทนสินค้าหรือองค์กร ซึ่งนำมาสู่การโฆษณาแฝงรูปแบบต่าง ๆ ที่มากขึ้นด้วย โดยรูปแบบโฆษณาในรายการเกษตรทางโทรทัศน์ที่มากที่สุด คือ การโฆษณาตรงและโฆษณาแฝง ด้านโฆษณาตรงจะเป็นนำเสนอสปอตโฆษณาสินค้าหรือองค์กรนั้น ๆ โดยตรง ส่วนการโฆษณาแฝง มีการแฝงในหลากหลายมิติ ทั้งแฝงกราฟิก แฝงเนื้อหา แฝงวัตถุ แฝงบุคคล และแฝงโลโก้ จะเห็นว่ารายการเกษตรทางโทรทัศน์ปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการเป็นอย่างมาก ดังที่ ศศิวิมล กุมารบุญ อธิบายไว้ว่า อิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการ การผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นกระบวนการที่ใช้งบประมาณในการผลิตสูง ซึ่งรายได้หลักของรายการมักมาจากการซื้อเวลาค่าโฆษณาของผู้อุปถัมภ์รายการ ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีบทบาทในการกำหนดเนื้อหา และรูปแบบรายการให้เป็นไปตามที่ตนต้องการ โดยการเสนอสินค้าหรือบริการของตนผ่านสื่อที่มีผู้ชมรู้จักให้มากที่สุด (ศศิวิมล กุมารบุญ, 2542) ในทำนองเดียวกับการศึกษาของ ประพิม คล้ายสุบรรณ เรื่องระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ พบว่า ระบบอุปถัมภ์มีอิทธิพลต่อการทำงานตามวิชาชีพของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตรายการ (ประพิม คล้ายสุบรรณ, 2542) อย่างไรก็ตามยังมีรายการเกษตร 2 รายการที่ไม่มีโฆษณาตรงและโฆษณาแฝงอันเนื่องมาจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์ คือ ThaiPBS และ NBT

ด้วยเหตุนี้ผู้อุปถัมภ์รายการจึงเข้ามามีบทบาทต่อองค์กรสื่อ ยิ่งองค์กรสื่อต้องพึ่งพาสนับสนุนทางการเงินจากผู้อุปถัมภ์รายการมากเท่าไร ความอิสระในการผลิตและดำเนินงานก็จะยิ่งน้อยลงไปมากเท่านั้น เพราะในฐานะที่ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่แล้วจะมุ่งแสวงหากำไร (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2558) เนื้อหารายการที่นำเสนอ



ออกมานั้นจึงอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมอย่างแท้จริงซึ่งหากผู้ผลิตรายการมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอเนื้อหารายการให้ผู้ชม จึงควรให้ความสำคัญกับผู้ชมเป็นหลัก โดยคำนึงถึงว่า ผู้ชมชอบหรือไม่ชอบเนื้อหาในลักษณะใด

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ภาพรวมปริมาณสัดส่วนรายการเกษตรทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล จำนวนและปริมาณการออกอากาศ พบว่า รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรทั้งสิ้น 8 รายการ รวม 355 นาที/สัปดาห์ ด้านรูปแบบรายการเป็นรูปแบบแม็กกาซีน เรทติ้งเป็นรายการ ท (รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย) รูปแบบการนำเสนอ แบ่งออกได้เป็น 7 รูปแบบ คือ บรรยาย, สัมภาษณ์, สาธิต, สนทนา, เกมโชว์, ถาม - ตอบ และการเล่าเรื่อง นอกจากนี้ยังมีการใช้รูปแบบการนำเสนอที่ผสมผสานกันหลายรูปแบบ ทั้งการบรรยาย, สัมภาษณ์, สาธิต และสนทนา ส่วนเนื้อหารายการ แบ่งออกได้เป็น 15 รูปแบบ โดยมีเนื้อหาหลัก ๆ เกี่ยวกับ 1) การเกษตรต้นน้ำ คือ การเพาะปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ และดูแลรักษา 2) การเกษตรกลางน้ำ คือ การยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร การจัดการระบบการเกษตร การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการเกษตร และ 3) การเกษตรปลายน้ำ คือ ช่องทางการตลาด อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่ขาดหายไปรายการเกษตรปัจจุบัน คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรในระดับท้องถิ่นที่เชื่อมต่อกับภาพรวมของการเกษตรระดับประเทศ อาทิเช่น ราคาพืชผลทางการเกษตร, ข้อมูลข่าวสารภูมิภาค สภาพดิน ฟ้า อากาศ โรคและศัตรูพืช หรือภัยธรรมชาติต่าง ๆ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพพื้นที่เพาะปลูกและสภาพปัญหาเรื่องการชลประทานต่าง ๆ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรของประเทศอื่น ๆ อาทิ ประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนบทบาทของรายการ ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ รายการ แบ่งได้เป็น 9 รูปแบบ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า บทบาทผู้ดำเนินรายการ (บางรายการ) มักผูกโยงเข้ากับบทบาทด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและองค์กร ผู้ดำเนินรายการต้องทำหน้าที่เหมือนตัวแทนสินค้า ซึ่งนำมาสู่การโฆษณาแฝงรูปแบบต่าง ๆ ที่มากขึ้นด้วย ส่วนโฆษณาในรายการเกษตร แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ โฆษณาตรง มักอยู่ในรูปแบบสปอตโฆษณาสั้นโดยเป็นการนำเสนอสปอตโฆษณาสินค้าหรือองค์กรนั้น ๆ โดยตรง โฆษณาแฝง มักแฝงในรูปแบบแฝงกราฟิก แฝงเนื้อหา แฝงวัตถุ แฝงบุคคล และแฝงโลโก้ ส่วนรายการที่ไม่มีโฆษณาตรงและโฆษณาแฝงอันเนื่องมาจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์ คือ ThaiPBS และ NBT นอกจากนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะโดยขอตั้งข้อสังเกตถึงธรรมชาติของการทำการเกษตรที่เกษตรกรต้องการความรู้ที่สามารถนำไปปรับปรุงการทำการเกษตรซึ่งกระบวนการเรียนรู้ต้องใช้ระยะเวลา แต่ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ คือ ดูจบแล้ว หายไปเลย ไม่สามารถกลับมาดูซ้ำได้ จึงใช้สื่ออื่นที่ดูซ้ำไม่ได้ ต้องผสมผสานกับสื่ออื่น ๆ ที่ดูซ้ำได้ เช่น สื่อหนังสือ สื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ ผู้ผลิตรายการเกษตรในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล จึงต้องพยายามใช้คุณสมบัติที่



เพิ่มขึ้นของยุคดิจิทัลในการส่งต่อองค์ความรู้แก่เกษตรกรควบคู่ไปกับการทำรายการเกษตรทางโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามรายการเกษตรควรลดเนื้อหาโฆษณาแฝงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร รวมถึงลดเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐและให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับเกษตรกร ด้านสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับรายการเกษตรให้มากขึ้น ด้วยการให้สัดส่วนเวลาออกอากาศและจำนวนรายการมากกว่าปัจจุบัน ส่วนกสทช. ควรเข้ามากำกับดูแลการโฆษณาแฝงในรายการเกษตรอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาส่งเสริมการผลิตรายการเกษตร ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือจากภาคเอกชนในการสนับสนุนรายการเกษตร เพื่อให้สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความหลากหลายของการทำเกษตรในประเทศไทย

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เรียบเรียงจากงานวิจัยเรื่อง “รายการเกษตรในทีวีดิจิทัล” ของชอบคุณ ทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนการวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรม ปีงบประมาณ 2563

เอกสารอ้างอิง

- เกศสุดา กันแก้ว. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อด้านการเกษตรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริม และผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชน อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท. ใน วิทยานิพนธ์ เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จันทิมา โพธิ์ไต้. (2546). ความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย ในอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2552). ผลการศึกษารอบที่ 30 รายการเกษตรในฟรีทีวี (ช่อง 3,5,7,9,NBT และทีวีไทย เดือนพฤศจิกายน 2551). ใน โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม (Media Monitor). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- ปทุมมา ลิมศรีงาม และณัฐกร สงคราม. (2560). สถานการณ์การผลิตรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรไทยในระบบทีวีดิจิทัล. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า, 35(1), 109-116.
- ประพิม คล้ายสุบรรณ. (2542). ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ปรีชา มนิตทิพย์. (2546). ลักษณะการนำข่าวสารการเกษตรจากวิทยุโทรทัศน์ไปใช้ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรจุน จำกัด ในอำเภอจุน จังหวัดพะเยา. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พ.ร.บ.วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ฉบับที่ 4. พ.ศ. 2530. (2530). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 72. ตอนที่ 41 หน้า 76-80 (21 สิงหาคม 2530).
- ศศิวิมล กุมารบุญ. (2542). อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีผลต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภศิศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2558). การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล. วารสารปัญญาภิวัตน์, 7(2), 245-257.
- สมสุข หินวิมาน. (2537). รายการเกษตรทางโทรทัศน์คำถามว่าด้วยการพัฒนาสังคม. สุทธิปริทัศน์, 8(23), 53-57.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2551). โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2559). รายงานการศึกษาผลกระทบของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจไทย. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดวินิตย์.
- สุขุมารณ์ ชันศรี และคณะ. (2545). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรา. ใน การสัมมนาวิชาการระบบเกษตรแห่งชาติ ครั้งที่ 2 เรื่อง “ระบบเกษตรเพื่อการจัดการทรัพยากรและพัฒนาชนบทเชิงบูรณาการ” (น.338-343). โรงแรมໄໝະ ອ.ເມືອງ ຈ.ຂອນແກ່ນ.
- สุรฤทธิ สุวรรณรัตน์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). Thousand Oaks: CA: Sage.