

บทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน

ในรายการ ตลาดสดสนามเป้า



นางสาวพรพิสุทธิ ศรีธรรานนท์

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE ROLE AND PROCESS OF STATUS CONFERRAL IN VARIETY TELEVISION
PROGRAM "TALADSOD SANAMPAO"

Ms.Pornpisut Sritaranont

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

บทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน

ในรายการ ตลาดสด สนามเป้า

โดย

นางสาวพรพิสุทธิ์ ศรีธรรานนท์

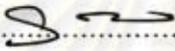
สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

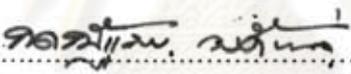
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณตัญญู รัตนา)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

พรพิสุทธิ์ ศรีธรรานนท์ : บทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน
 ในรายการ ตลาดสดสนามเป้า. (THE ROLE AND PROCESS OF STATUS
 CONFERRAL IN VARIETY TELEVISION PROGRAM "TALADSOD SANAMPAO")
 อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 221 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการตลาดสดสนามเป้าใน
 บทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน รวมถึงผลกระทบต่อผู้ได้รับ
 สถานภาพและผู้ชมรายการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาวิดีโอทัศน์รายการ 20 ตอน
 (ออกอากาศมิถุนายน – ตุลาคม 2552) ข้อมูลจากเอกสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และสัมภาษณ์เชิงลึก
 (in-depth interview) ผู้ผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า และร้านค้าที่เคยถูกนำเสนอในรายการ
 โดยใช้แนวคิดการให้สถานภาพของสื่อและแนวคิดรายการปกิณกะบันเทิงเป็นกรอบในการ
 วิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า

รายการตลาดสดสนามเป้ามีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันที่นำเสนอ
 ในรายการ ผ่านการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบรายการ ซึ่งผสมผสานความเป็นรายการ
 สาระบันเทิง ส่วนของสาระคือเนื้อหารายการที่นำเสนอสาระความรู้ ผสานกับความบันเทิงผ่าน
 รูปแบบการนำเสนอรายการ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างความสุขสนาน ผ่านองค์ประกอบ คือพิธีกร
 แกร็บเชิญ บรรยายภาคในรายการ และสไตล์การนำเสนอรายการ และพบบทบาทการให้
 สถานภาพแก่บุคคล สินค้าหรือร้านค้า อาชีพ และตลาด ผ่านกลยุทธ์ 1) สื่อเสนอเรื่องราวต่อ
 สาธารณชน 2) ผ่านการแสดงความคิดเห็นของรายการ 3) นำเสนอร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียง
 4) นำเสนอโดยมีพยานรับรอง

ส่วนกระบวนการผลิตรายการในขั้นตอนวางแผนผลิตรายการและขั้นตอนก่อนการผลิต
 คือการคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างและรักษา
 สถานภาพของตัวรายการให้มีความน่าเชื่อถือ ส่วนผลกระทบต่อตัวบุคคลหรือร้านค้าที่ถูกนำเสนอ
 ในรายการพบว่าเป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีสถานภาพที่ดีขึ้น และผลกระทบต่อผู้ชมรายการสะท้อน
 ผ่านการแสดงความคิดเห็นคือสามารถโน้มน้าวให้เกิดการติดตามไปยังร้านค้าหรือตลาดที่รายการ
 นำเสนอ โดยพบทั้งทัศนคติของผู้ชมด้านบวกและด้านลบหลังจากการติดตามไปยังร้านค้าที่ออก
 รายการ และพบว่าผู้ชมมีความเชื่อถือในตัวบุคคลที่รายการนำเสนอและเชื่อมั่นในตัวรายการตลาด
 สดสนามเป้า

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่อนิสิต พรพิสุทธิ์ อธิษฐาน
 สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ปีการศึกษา.....2552.....

5184702228 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : STATUS CONFERRAL / VARIETY TELEVISION PROGRAM

PORNPISUT SRITARANONT: THE ROLE AND PROCESS OF STATUS
CONFERRAL IN VARIETY TELEVISION PROGRAM "TALADSOD
SANAMPAO". THESIS ADVISOR: ASSOCIATE PROFESSOR. KANJANA
KAEWTHEP, Ph.D., 221 pp.

This research aims to study a role and process of status conferral in variety television program "Taladsod Sanampao". This qualitative research is conducted under a framework of status conferral and variety show television program. In addition, the research also takes into consideration a production process and impact of status conferral. The data are collected from records of the program broadcasted during June – October 2009, in-depth interview with key informants, and documents. The research finding shows that

1. "Taladsod Sanampao" television program takes the role of status conferral through its contents and formats which combine information and entertainment into a variety program. The program presents informative knowledge, as its content, while using entertainment strategy through presentation techniques: 1) host, 2) guest, 3) atmosphere, and 4) form of presentation as its format. Moreover, it is found that a role of status conferral of the program also help enhance status accrues to persons, products or stores, occupation, and markets through following processes: 1) presented by media 2) presented through media's opinion, 3) presented with celebrity and 4) guaranteed by testimony.
2. In production process, planning is significant in building confident status for the program through choosing of contents which are going to be presented. Furthermore, pre-production process such as source checking is significant to maintain status of the program.
3. Status conferral has effects on persons or stores that are presented in the program as it is found that the persons or stores become widely known and have better status. In addition, in term of impacts on audiences, analyzed from audience's opinions on internet, it is indicated that the program has persuasive effects on audiences, influencing them to want to go to the stores presented in the program and at the same time audiences also have confidence toward status of Taladsod Sanampao TV. Program.

Department : Mass Communication Student's Signature Pornpisut, S......
Field of Study : Mass Communication Advisor's Signature Kanjana.....
Academic Year : 2009.....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ.ดร. กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาอย่างสุดซึ้ง ที่ได้เมตตาช่วยเหลือสั่งสอน ชี้แนะ และนำทางผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนสำเร็จเสร็จสิ้น ซึ่งผู้วิจัยมีความปลาบปลื้มเป็นอย่างยิ่งที่ได้มีโอกาสเป็นลูกศิษย์ของอาจารย์ผู้เปิดโลกแห่งการสื่อสารมวลชนแก่ผู้วิจัย รวมถึงคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านคือ ผศ .ณวัฒน์ฐิติคุณวงศ์บ้านคู่ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และ รศ .ดร. สมสุข หินวิมาน กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัยที่เสียสละเวลาของท่านมาช่วยเหลือในการสอบวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า คุณวิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา ผู้ควบคุมรายการ และคุณพีเหมง สุภัญญา แซ่พู่ ผู้สร้างสรรค์รายการใจดี ที่ได้ให้ความกรุณาในการสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ได้ตลอดเวลา และช่วยเหลือผู้วิจัยในการเก็บข้อมูลด้วยความ เต็มใจ รวมถึงบรรดาเจ้าของร้านอาหารที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ขอบคุณเพื่อนๆชาว MC 18 ยินดีที่ได้รู้จักและร่วมสนุกสนานในการเรียนและเล่นด้วยกันอย่างเต็มที่ รวมถึงทีมวงศิวานที่เรา ได้รวมพลังต่อสู้กันมา สวมคม 55 แมนชั่นที่จะทำให้ระลึกถึงช่วงเวลาแห่งความยากลำบาก รวมถึงเพื่อนๆ celebโคราชที่เราสู้กัน เพื่อนๆที่ศิลปินกรชาว ทีมน้ำสำรอง ซึ่งคอยถามไถ่และเป็นกำลังใจให้ตั้งแต่วันที่สอบเข้าจนถึงวันนี้

และสุดท้ายผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคคลที่สำคัญที่สุดในชีวิต คุณแม่สังจภรณ์ ศิริธรานนท์ ผู้เป็นทุกสิ่งทุกอย่าง ให้การสนับสนุนทั้งกำลังทรัพย์และกำลังใจด้วยความรัก เป็นพลังสำคัญที่ผลักดันให้ผู้วิจัยมุ่งมั่น เพื่อทำวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ให้สำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณพี่วังที่คอยถามข่าวด้วยความห่วงใยเสมอ และท้ายที่สุดขอขอบพระคุณ คุณพ่อจาร์พัตม์ ศิริธรานนท์ ซึ่ง เชื่อเสมอว่าคุณพ่อเป็นผู้ให้โอกาสให้ได้มีวันนี้ และคุณพ่อจะอยู่ในใจเสมอ ด้วยความรัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	10
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	11
1.5 ข้อสันนิษฐาน.....	12
1.6 นิยามศัพท์.....	12
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.1 แนวคิดเรื่องการนำเสนอเสนอรายการปกิณกะบันเทิง.....	15
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์.....	20
2.3 แนวคิดเรื่องการให้สถานภาพแก่บุคคลแก่สถาบันของสื่อมวลชน.....	25
2.4 แนวคิดเรื่องตลาด.....	28
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
2.7 กรอบในการวิจัย.....	40

บทที่	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	41
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	41
3.2 วิธีการเก็บข้อมูล.....	41
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
3.4 การนำเสนอข้อมูล.....	45
4 ที่มา พัฒนาการ รูปแบบและเนื้อหารายการ “ตลาดสดสนามเป้า” และบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน.....	46
4.1 ความเป็นมาของรายการตลาดสดสนามเป้า.....	47
4.1.1 แนวคิดรายการ.....	48
4.1.2 วัตถุประสงค์รายการ.....	49
4.1.3 กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย.....	50
4.2 พัฒนาการรายการตลาดสดสนามเป้า.....	51
4.2.1 พัฒนาการเนื้อหารายการ.....	53
4.2.2 พัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการ.....	61
4.3 การนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคปัจจุบัน.....	74
4.3.1 เนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้า.....	75
4.3.1 รูปแบบวิธีการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า.....	92
4.4 บทบาทการให้สถานภาพในรายการตลาดสดสนามเป้า.....	119
4.4.1 บทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคล.....	121
4.4.2 บทบาทในการให้สถานภาพแก่ร้านค้าและสินค้า.....	128
4.4.3 บทบาทในการให้สถานภาพแก่อาชีพ.....	133
4.4.4 บทบาทในการให้สถานภาพแก่ตลาด.....	139
4.5 สรุปกลยุทธ์ในการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า.....	144

บทที่	หน้า
5 กระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า	
และผลกระทบจากบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการ.....	149
5.1 กระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า.....	150
5.1.1 ^{ขั้น} วางแผนผลิตรายการ.....	151
5.1.2 ^{ขั้น} ขั้นตอนก่อนการผลิต.....	157
5.1.3 ^{ขั้น} ดำเนินการผลิต.....	164
5.1.4 ^{ขั้น} หลังการผลิต.....	169
5.2 ผลกระทบจากการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน	
ในรายการตลาดสดสนามเป้า.....	
5.2.1 ผลกระทบต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกลำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า....	171
5.2.2 ผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า.	172
	184
6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	200
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	200
6.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	207
6.3 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	216
6.4 ข้อจำกัดข้อเสนอแนะ.....	217
รายการอ้างอิง.....	218
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	221

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ตารางแสดงพัฒนาการการนำเสนอเนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้า.....	52
4.2	ตารางแสดงพัฒนาการเนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้าในยุคแรกถึงยุคหลัง ถึงปัจจุบัน(ตุลาคม 2552).....	61
4.3	ตารางแสดงพัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า.....	62
4.4	ตารางแสดงเนื้อหารายการจากตอนที่เลือกศึกษา 20 ตอน (7 มิถุนายนถึง 25 ตุลาคม 2552).....	75
4.5	ตารางแสดงเนื้อหารายการช่วงแหวกตลาด.....	84
4.6	ตารางแสดงบทบาทการให้สถานภาพในรายการตลาดสดสนามเป้า.....	120
5.1	ตารางแสดงผลกระทบต่อร้านค้าที่ถูกลำเสนอในรายการ	173

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดง Conceptual Framework ของการวิจัย บทบาทและกระบวนการในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน ในรายการตลาดสดสนามเป้า.....	40
4.1	การสนทนาของพิธีกรในช่วงปากครองตลาด.....	54
4.2	ภาพการสนทนาในช่วง “ขึ้นเขียง”	56
4.3	แขกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัด”	58
4.4	พิธีกรหลัก 3 คนของรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคแรกของการออกอากาศ... ..	66
4.5	แขกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย” ทดลองทำอาชีพติดขนตาปลอม.....	67
4.6	ฉากในรายการที่จำลองบรรยากาศตลาดที่มีพ่อค้าแม่ค้าเป็นองค์ประกอบ.....	69
4.7	แขกรับเชิญสาธิตการทำถ่านในช่วง “มือใหม่หัดขาย.....	71
4.8	ภาพการจำลองสถานการณ์ในตลาดสด.....	72
4.9	แขกรับเชิญเรียนรู้วิธีการทำหมูพะไลในช่วง “มือใหม่หัดขาย”	82
4.10	หมอดูไซเบอร์ ในช่วง “แหวกตลาด”.....	85
4.11	พิธีกรพาไปเที่ยวชมตลาดในช่วง “ชมตลาด”.....	90
4.12	พิธีกร สุริวิภา กุลตังวัฒนา.....	95
4.13	พิธีกร ปวันรัตน์ นาคสุริยะะ ทดลองชิมอาหารที่นำมาแสดงในรายการ.....	98
4.14	พิธีกร คະນິงนิจ จักรสมิทธานนท์ ดำเนินรายการในช่วง “ชมตลาด”.....	100
4.15	แขกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย”	106
4.16	บทบาทการให้ข้อมูลของแขกรับเชิญในรายการ.....	108
4.17	ฉากร้านค้าในรายการตลาดสดสนามเป้า.....	110
4.18.	ภาพเปรียบเทียบบรรยากาศตลาดในรายการกับตลาดจริง.....	110
4.19	อุปกรณ์ประกอบฉากที่นำมาแสดงในรายการ.....	113
4.20	ภาพเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดช่วงเปิดรายการ.....	115
4.21	แขกรับเชิญสาธิตวิธีการแลปลาช่วงมือใหม่หัดขาย.....	117
5.1	การถ่ายทำรายการช่วงมือใหม่หัดขาย.....	167
5.2	บรรยากาศการถ่ายทำรายการในห้องส่ง.....	168
5.3	ร้านค้าที่ออกรายการ.....	178
5.4	ร้านค้าที่ออกรายการ.....	183

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในชีวิตประจำวันของผู้คน สื่อโทรทัศน์ (รวมถึงสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ) ได้แทรกตัวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอย่างแทบจะขาดเสียไม่ได้ ไม่ใช่เพียงคนอังกฤษเท่านั้นที่กินกาแฟแก่ลมการอ่านหนังสือพิมพ์ตอนเช้า แต่ทว่าคนเกือบครึ่งโลกล้วนหลับตานอนเมื่อได้ปิดเครื่องรับโทรทัศน์ยามค่ำคืนแล้วเท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2545)

จากคำกล่าวข้างต้นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อมวลชนมากที่สุด ในบรรดาสื่อทั้งหลาย เนื่องด้วยธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อ ที่มีความพิเศษกว่าสื่อชนิดอื่นๆในเรื่องการนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้ชม อีกทั้งความสะดวกในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ในกลุ่มคนหมู่มากนั้นเป็นไปโดยง่าย เนื่องจากเป็นสื่อที่มีราคาถูกลงและไม่มีขีดจำกัดในเรื่องของเพศ วัยและการศึกษาในการรับสื่อประเภทนี้ โทรทัศน์จึงเป็นช่องทางในการสื่อสารไปถึงมวลชนได้ในวงกว้างภายในเวลาอันรวดเร็ว

และด้วยความทรงอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์นี้เองที่ทำให้สื่อมวลชนกลายมาเป็นผู้ควบคุมที่มีอำนาจในการถือครอง คัดเลือก และส่งผ่านสารหรือสิ่งต้องการจะสื่อแก่ผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของข่าวสารข้อมูล ที่ผู้คนต่างคาดหวังการเฝ้าหน้าจอโทรทัศน์และความสะดวกสบายของสื่อมวลชนต่อสังคม รวมถึงศักยภาพต่างๆที่สื่อมวลชนมีซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการรับรู้ทัศนคติ รวมไปถึงพฤติกรรมทั้งของปัจเจกบุคคลและสังคมโดยรวม

เนื่องจากบทบาทของสื่อมวลชนที่เป็นตัวกลางในการเปิดโลกทัศน์และประสบการณ์แก่ผู้รับสาร การถ่ายทอดสิ่งต่างๆที่ทำให้เกิดการรับรู้ เกิดความเชื่อ ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อเรื่องราวที่ถูกสื่อนำเสนอในแนวทางที่สื่อประกอบสร้างขึ้นมา หากการนำเสนอเป็นไปในเรื่องราวที่ส่งเสริมสอดคล้องเพื่อยังประโยชน์แก่สังคมโดยรวมย่อมก่อให้เกิดผลดี แต่หากสื่อชักนำหรือโน้ม้นำไปยังแนวทางที่ไม่สมควรย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อบางทางตรงกันข้ามเช่นกัน

บทบาทการให้สถานภาพของสื่อมวลชน

โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เกิดผลกระทบของสื่อมวลชนต่อสังคมในรูปแบบใหม่ๆ ทำให้บทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมในหลายๆด้าน ดังเช่น ศักยภาพของสื่อมวลชนในการให้สถานภาพแก่บุคคล (status conferral) ซึ่ง Lazarsfeld และ Merton ได้กล่าวว่าสื่อมวลชนสามารถให้สถานภาพแก่ บุคคล กลุ่มคน และสถาบันทางสังคม โดยการเลือกบุคคลหรือสถาบันออกมานำเสนอเพื่อสร้างความสนใจ ท่ามกลางความหลากหลายของผู้คนและเหตุการณ์ต่างๆใน สังคม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคหลังยุคสมัยใหม่ (Post Modern) ในปัจจุบันที่ทำให้เราห่างไกลจากคำว่า ความจริง (reality) หรือของจริง เนื่องจากขาดโอกาสที่จะได้ไปสัมผัสประสบการณ์จริงด้วยตนเอง สื่อมวลชนจึงได้เข้ามามีบทบาทในการคัดเลือก คัดกรองของแท้ หรือของจริงเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ หรือกล่าวได้ว่าของจริงจะดีด้วยตัวเองเท่านั้นไม่เพียงพอแล้ว

“สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงและเพิ่มอำนาจแก่บุคคลและกลุ่มคน โดยการทำให้บุคคลหรือกลุ่มคนเหล่านั้นมีสิทธิ์ในสถานภาพนั้นๆ การยอมรับโดยสื่อพิสูจน์ให้เห็นว่าบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นมีความสำคัญพอที่จะได้รับการคัดเลือกออกมาจากมวลชนที่มากมาย แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมหรือทัศนคติของบุคคลที่ถูกคัดเลือกนั้นมีความสำคัญเพียงพอที่จะทำให้สาธารณะชนให้ความสนใจได้” (Lazarsfeld และ Merton, 1948)

หน้าที่และศักยภาพของสื่อในการให้การรับรองบุคคลและสถาบันว่ามีคุณสมบัติที่ดี หรือเป็นตัวแทนความคิดเห็นหรือเป็นตัวแทนสถาบันต่างๆ เช่น เมื่อเกิด เหตุการณ์ต่างๆในสังคม โทรทัศน์ก็จะเลือกนักวิชาการหรือบุคคลในวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับ (เพราะผลงานในอดีตของสื่อที่ “ป็น” บุคคลเหล่านั้นขึ้นมาให้เป็นที่ยอมรับ) มาเป็นผู้แสดงทัศนะเป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2545)

และจากศักยภาพดังกล่าวของสื่อที่มีอำนาจในการให้กา ารรับรองบุคคลและสถาบันว่ามีคุณสมบัติเด่นเพียงพอให้เกิดความเชื่อถือ จนเกิดการยอมรับทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับสารทั้งในระดับปัจเจกบุคคลจนถึงระดับสังคม ตัวอย่างจากงานวิจัย ของพิมพวัล พานิชรุทติวงศ์ (2544) เรื่องการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเชลล์ชวนชิม โดยการศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อความหมายเพื่อการรับรองความอร่อยของหม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อกลางในการสร้างความเชื่อมั่นและโน้มนำให้ผู้บริโภคคล้อยตาม โดยมีผลต่อร้านที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมในด้านของการ

ประชาสัมพันธฺรำนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เห็นถึงผลจากการที่สื่อมวลชนให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันต่างๆซึ่งก่อให้เกิดผลต่อความรู้สึกและความเข้าใจของผู้รับสารที่มีต่อบุคคลหรือสถาบันที่ได้รับการรับรองจากสื่อมาแล้ว ว่าดีและสามารถยอมรับและเชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Simonson (1999) ได้กล่าวว่า “การให้สถานภาพของสื่อมวลชน มีส่วนโน้มน้าวให้เกิดความมั่นใจแก่สาธารณชนได้”

อย่างไรก็ตาม การแสดงบทบาทนี้ของสื่อมวลชน หากขาดการตรวจสอบข้อมูลก่อนการนำมาเสนอ อาจทำให้เกิดความผิดพลาด ซึ่งนำมาสู่ความเสียหายต่อความน่าเชื่อถือในสถาบันสื่อมวลชน ดังเช่นกรณีที่เป็นบทเรียนในอดีตเรื่องการให้สถานภาพของสื่อมวลชน โดยขาดการตรวจสอบข้อมูลอย่างชัดเจนจนทำให้เกิดความผิดพลาดในการเสนอข่าวสารที่ไม่เป็นจริง ในปี พ.ศ. 2540 เรื่องของนายสมพงษ์ เลือดทหาร คนขับรถแท็กซี่ซึ่งสร้างเรื่องว่าได้คืนเงินให้กับผู้โดยสารชาวต่างชาติ หลังจากนั้นจึงเป็นที่รู้จักและได้รับรางวัลยกย่องความดีในเรื่องความซื่อสัตย์จากหน่วยงานต่างราชการ รวมถึงได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ในการนำเสนอเรื่องราวประเด็นของนายสมพงษ์ เลือดทหารอย่างกว้างขวาง แต่ในที่สุดมีผู้ตั้งข้อสงสัยถึงพยานหลักฐานจากเหตุการณ์ที่นาย สมพงษ์ เลือดทหารได้กล่าวอ้าง จนมีการสืบหาความจริงจึงพบว่าเรื่องทั้งหมดเป็นเพียงเรื่องที่นายสมพงษ์ เลือดทหาร แต่งขึ้นเพื่อความสนุกเท่านั้น

(oknation,2552: ออนไลน์)

จากกรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความผิดพลาดในการตรวจสอบข้อมูลของสื่อมวลชน ซึ่งผลจากเหตุการณ์นี้ได้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อความน่าเชื่อถือของสถาบันสื่อมวลชน เนื่องจากการให้สถานภาพของสื่อมวลชนนั้นไม่เพียงแต่จะเป็นการรับรองความน่าเชื่อถือและคุณภาพของบุคคลและสถาบันที่ถูกรับรองแล้วเท่านั้น แต่ยังเป็นการสะท้อนถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผู้ที่ให้การรับรองด้วยเช่นกัน (Lazarsfeld และ Merton, 1948) จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า สื่อมวลชนมี กระบวนการ หรือมาตรฐานใดนำมาใช้ในการพิจารณา คัดเลือกหรือกลั่นกรองสิ่งที่จะนำเสนอแก่สังคม รวมถึงกระบวนการในการผลิต หรือ การประกอบสร้างเพื่อ การให้การรับรองสถานภาพของบุคคลหรือสถาบันต่างๆอย่างไร ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่สะท้อนความพยายามในการรักษามาตรฐานและสถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวสื่อมวลชนเองเช่นกัน

ท่ามกลางความหลากหลายของการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ที่ผู้ผลิตรายการในฐานะสื่อมวลชนมีอำนาจในการให้การรับรองบุคคลหรือสถาบันต่างๆ โดยผ่านการนำเสนอในรายการหลากหลายประเภท เช่น รายการประเภทข่าวที่มีการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจ รายการมักจะสัมภาษณ์ความคิดเห็นหรือเชิญผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจมาเพื่อชี้แจงหรืออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงการคาดคะเนถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไป ซึ่งผู้เชี่ยวชาญที่สื่อได้เชิญมาเพื่ออธิบายหรือแสดงทัศนะตามความสามารถนั้น ย่อมต้องเป็นบุคคลที่ผู้ชมให้การยอมรับว่ามีความสามารถและเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆอย่างแท้จริง โดยกาญจนา แก้วเทพ (2545) ได้กล่าวว่า เนื่องจากสื่อมวลชนมีศักยภาพในการให้สถานภาพแก่บุคคล (status conferral) คือ สามารถทำให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ (hero) กลายเป็นผู้มีชื่อเสียง (celebrity) ที่คนรู้จักไปทั่ว ฉะนั้นในสังคมยุคข่าวสารจะหาผู้ที่ได้รับการยอมรับว่า มีความรู้ความสามารถโดยไม่ได้ผ่านเส้นทางของสื่อมวลชนได้น้อยมาก สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ประดุจเป็นพื้นที่สาธารณะที่นำเสนอปัญญาชน นักวิชาการ ผู้มีความชำนาญการสาขาวิชาชีพต่างๆ รวมทั้งบุคลากรของสื่อมวลชนเองให้พูดในนามของ สาธารณะ ดังอย่างเช่น การซักถามอภิปรายต่างๆ หรือแม้แต่การวิเคราะห์ข่าวสาร เป็นต้น

จากตัวอย่างงานวิจัยที่ศึกษาในเรื่องการให้สถานภาพของสื่อในงานวิจัยเรื่อง บทบาทของข่าวโทรทัศน์ที่มีต่อการให้สถานภาพ โดย อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2534) ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงเนื้อหาข่าวโทรทัศน์ที่มีผลต่อการให้สถานภาพแก่บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานองค์กร และสถาบันต่างๆในสังคม ซึ่งได้ศึกษาในเรื่องข่าวโทรทัศน์ที่ให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันต่างๆในสังคมได้อย่างไร โดยศึกษาในขอบเขตของข่าวโทรทัศน์ภายในประเทศ และได้นำแนวคิดเรื่องสถานภาพทางสังคมวิทยามาเป็นกรอบในการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าสื่อมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันต่างๆในสังคม ทั้งในส่วนของ การเพิ่ม ลด และคงไว้ซึ่งสถานภาพของบุคคลต่างๆจากการนำเสนอของข่าวโทรทัศน์ ซึ่งได้สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของการให้สถานภาพ (status conferral) ของสื่อมวลชนผ่านรายการประเภทข่าวโทรทัศน์

นอกจากรายการข่าวแล้ว ยังมีรายการในรูปแบบและเนื้อหาต่างๆที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน โดยตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือรายการประเภทปกิณกะบันเทิง (variety) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพ ตัวอย่างที่พบเช่น รายการเส้นทางเศรษฐกิจ รายการหนึ่งสมองสองมือทางโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการภูรู้ทางวิทยุ รายการอาชีพนี้คุณทำได้ ทางโมเดิร์นไนน์ทีวี รายการตลาดสดสนามเป้า ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็น

ต้น เนื่องจากรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมอาชีพโดยส่วนใหญ่มักมีการนำเสนอตัวบุคคลหรือร้านค้าต่างๆที่รายการได้คัดเลือกมาเพื่อนำเสนอเรื่องราวความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการทำงานของบุคคลนั้นๆ รวมถึงความสำเร็จจากอาชีพการทำงาน ซึ่งการที่รายการได้หยิบยกบุคคลหรือร้านค้าต่างๆมานำเสนอแก่ผู้ชมนั้น นอกจากจะเป็นการทำให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้ชมแล้วยังถือเป็นการให้การยอมรับและก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่บุคคลหรือร้านค้าที่รายการได้นำเสนออีกด้วย ดังจะเห็นได้การตอบรับของผู้ชมในการยอมรับในตัวบุคคลหรือร้านค้า โดยการติดตามไปบริโภค หรือใช้บริการร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ ตัวอย่างเช่น ระบุสนทนาในเวปไซด์พันทิปที่ผู้ชมรายการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลที่ถูกนำเสนอในรายการ ตัวอย่างเช่น

-ตลาดตลิ่งชันในรายการ ตลาดสดสนามเป้า

พอดีว่าเมื่อคืนได้ดูรายการตลาดสด สนามเป้า เขาพาไปเที่ยวตลาดตลิ่งชัน เห็นบรรยากาศแล้วชอบมากเลยคะ แต่เปิดมาดูกลาง ๆ รายการแล้ว เลยไม่รู้ว่าเดินทางไปอย่างไร แล้วตลาดนั้นอยู่ที่ไหน (จำชื่อตลาดน้ำแห่งนั้นไม่ได้คะ) อยากไปเที่ยวคะ ช่วยแนะนำวิธีการเดินทางให้หน่อยคะ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

-สอบถามร้านข้าวเหนียวมะม่วง รายการตลาดสดสนามเป้า

เมื่อคืนเพื่อนๆท่านใดได้ดูรายการตลาดสดสนามเป้าบ้างครับ
อยากรู้ว่าร้านข้าวเหนียวมะม่วง ที่ออกรายการเมื่อคืนครับ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

เนื่องจากผู้ชมให้การยอมรับในประสิทธิภาพและคุณภาพของบุคคลหรือสินค้าที่รายการหยิบยกมานำเสนอ รายการเหล่านี้จึงทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้ที่ให้การรับรองแก่ผู้ชมว่าบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอ นั้นสามารถเชื่อถือได้ เนื่องจากผ่านการคัดกรองแล้วจากบรรดาร้านค้าหรือบุคคลต่างๆมากมายในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่เป็นสังคมการบริโภค ผู้คนส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจกับการออกไปบริโภคสินค้าและบริการต่างๆมากขึ้น สื่อมวลชนจึงได้ทำหน้าที่ในการนำเสนอที่โดดเด่นออกมานำเสนอแก่ผู้ชมเป็นการให้การรับรองแก่สาธารณะถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือ

จากรายการที่มีเนื้อหาในการนำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมอาชีพที่ผู้วิจัยคิดว่าจะมีความน่าสนใจในรูปแบบและเนื้อหา ทั้งในประเด็นการกระบวนการผลิตและการบทบาทในการให้สถานภาพของบุคคลและสถาบันอย่างชัดเจนคือรายการ "ตลาดสดสนามเป้า" ซึ่งผลิตโดยบริษัท โพลีพลัส เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 20.15 - 21.10 น. โดยช่วงเวลาที่รายการออกอากาศนั้นถือว่าเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการชมรายการที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมอาชีพ ในขณะที่รายการประเภทส่งเสริมอาชีพรายการอื่น ๆ นั้น จะมีช่วงเวลาการออกอากาศในวันธรรมดา จันทร์ถึงศุกร์ เวลาประมาณช่วงบ่ายถึงช่วงเย็น นอกจากนี้รายการตลาดสดสนามเป้าได้รับความนิยมจากผู้ชมวัดจากตัวเลขความนิยมของผู้ชม (Rating) เป็นหนึ่งในรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆของสถานีวิทยุ โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 รายการที่มีเรตติ้งสูงสุด 10 อันดับแรกของ ททบ.5 คือ นาที่ฉุกเฉิน, หม่าโซว์, ละครสกุลกา/ฮีโร่ 1,000 รัก, กรรมลิขิต, เซนส์รักสื่อวิญญาณ, ตลาดสดสนามเป้า, บ้านที่กลีกล้วย, ระเบิดเถิดเทิง, ทิวทุ่งโล่ง และ กลมก๊ก (สรุปถึงช่วงเดือน พฤษภาคม 2552)

(gotomanager, 2552: ออนไลน์)

รวมถึงการได้รับรางวัลต่างๆเช่น รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ครั้งที่ 22 ประจำปี 2550 ในประเภท"รายการปกิณกะดีเด่น" และ รางวัล "รายการส่งเสริมอาชีพยอดเยี่ยม" จากเวทีประกาศรางวัล "Star Entertainment Awards 2008" ซึ่งเป็นรางวัลจากการลงคะแนนเสียงของผู้สื่อข่าวสายบันเทิงจัดโดยสมาคมนักข่าวบันเทิง เป็นต้น

ความเป็นมาของรายการตลาดสดสนามเป้า

รายการ "ตลาดสดสนามเป้า" นั้นเริ่มออกอากาศในเดือนตุลาคม ปีพ.ศ.2548 เป็นต้นมา โดยเป็นรูปแบบประเภทรายการวาไรตี้ ที่มีการนำเสนอเรื่องราวที่เน้นเรื่องการส่งเสริมอาชีพ ในช่วงเวลาที่ผ่านมารายการได้พัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการนำเสนอและเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากแนวคิดของผู้ควบคุมรายการ

"พี่ใหญ่ (วิฑูรย์ อรุณเลิศวิทยา ผู้ควบคุมการผลิตรายการ) เสนอแนวคิดในเรื่องราวของ "ตลาด" ซึ่งเป็นเสมือนโรงละคร สะท้อนชีวิต ความทุกข์ ความสุขของผู้คน รวมถึงสะท้อนวัฒนธรรมต่างๆ ของแต่ละพื้นที่"

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2552)

ช่วงเริ่มแรกของรายการตลาดสนามเป้า นำเสนอโดยพิธีกรหลักคือ ลักษณะ เรขานิเทศ สุริวิภา กุลตังวัฒนา และ ปวันรัตน์ นาคสุริยะ รูปแบบรายการเน้นการนำเสนอที่ตัวบุคคลคือ พ่อค้าและแม่ค้าที่มีรูปแบบการขายที่แปลกและแตกต่างจากผู้ขายทั่วไป นำมาแสดงความสามารถในรายการร่วมพูดคุยในรายการ โดยมีแขกรับเชิญเป็นนักแสดงหรือศิลปินมาร่วมในรายการและทดลองไปใช้ชีวิตแบบพ่อค้า แม่ค้า เช่นไปขายผลไม้รถเข็น หรือขายน้ำเป็นต้น และใน ส่วนการนำเสนอเรื่องราวของตลาดต่างๆ โดยพิธีกรภาคสนามคือ คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ ซึ่งจะ เข้ามาร่วมพูดคุยในห้องส่งช่วงชมตลาด

ต่อมารายการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการนำเสนอมาถึงปัจจุบันที่นำเสนอโดย พิธีกรหลัก 3 คน ได้แก่ สุริวิภา กุลตังวัฒนา , ปวันรัตน์ นาคสุริยะ, และกะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ โดยรายการได้แบ่งออกเป็นช่วงหลัก 3 ช่วงคือ

1. “ช่วงมือใหม่หัดขาย ”โดยเนื้อหาเน้นไปที่การนำเสนอบุคคลหรือร้านค้าต่างๆที่รายการ คัดเลือกมาเพื่อนำเสนอผ่านทางดาราหรือศิลปินซึ่งเป็นแขกรับเชิญที่จะเข้าไปร่วมเรียนรู้ การทำงานกับบุคคลในอาชีพนั้นๆ รวมถึงการบอกเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมา เส้นทางการทำงานและเรื่องราวของชีวิตผู้ประกอบการอาชีพนำมาเสนอ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ เป็นร้านอาหาร
2. ช่วงย่อยที่สลับมาในแต่ละสัปดาห์คือ “ช่วงแหวกตลาด ” ซึ่งนำเสนอแนะนำร้านอาหาร และอาชีพต่างๆ ซึ่งมีความน่าสนใจเช่นเรื่องของรสชาติหรือรูปแบบการขายที่มีความ แปลกและแตกต่าง รวมถึงคุณธรรมจริยธรรมของผู้ค้าขายและ “ช่วงคนดีศรีตลาด ” ซึ่ง นำเสนอในอาทิตย์สุดท้ายของเดือน โดยนำเสนอบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากคนใน ท้องถิ่นและย่านต่างๆในความดี ความน่ายกย่อง
3. “ช่วงชมตลาด ”นำเสนอการเที่ยวชมตลาด ย่านการค้าต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และ ต่างจังหวัดซึ่งไม่จำกัดแค่ตลาดสินค้าอาหารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงตลาดสินค้าประเภทอื่นๆ หรือสินค้าที่มีความแตกต่างน่าสนใจเช่นตลาดสินค้าที่ทำจากไม้ แ ละตลาดสินค้าเครื่อง หนึ่ง เป็นต้น

จากการปรับเปลี่ยนในส่วนขอรูปแบบรายการโดยเพิ่มความน่าสนใจให้มากขึ้น และ ส่วน ของเนื้อหาในการนำเสนอให้มีความเข้มข้นมากขึ้นในการ นำเสนอบุคคลหรือร้านค้าของรายการ นั้น นอกจากจะทำให้บุคคลและร้านค้าตลาดต่างๆที่ออกรายการนั้นได้เป็นที่รู้ จักแล้ว ยังถือเป็น

การให้การรับรองในคุณภาพของบุคคลหรือร้าน คำที่ออกรายการว่ามีคุณภาพที่ดี และการที่รายการได้นำเสนอในเรื่องราวประวัติความเป็นมาของบุคคลที่นำมาออกรายการ ซึ่งไม่ได้เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงโด่งดังหรือเป็นที่รู้จักในสังคม โดยรายการนำเสนอเรื่องราว วามงามของชีวิตอุปสรรคต่างๆที่ผ่านมา ซึ่งมักจะมีความเป็นมาที่น่าสนใจและสามารถให้ข้อคิดต่างๆแก่ผู้ชม นอกเหนือจากเรื่องราวของอาชีพการงาน ทำให้เกิดผลต่อความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อบุคคลและร้านค้าที่รายการนำเสนอในแง่ที่ดี ซึ่งผลจากการรับชมรายการของผู้ชมที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนคือการให้ความสนใจ โดยพบจากการพูดคุยในหัวข้อสนทนาทางสื่ออินเทอร์เน็ต ในการสอบถามพูดคุยถึงเรื่องราวของร้านหรือบุคคลที่ถูกนำเสนอออกรายการ และเกิดความเชื่อถือนั่นต้องการที่จะไปบริโภคและใช้บริการในร้านที่เคยออกรายการ ดังตัวอย่างที่พบเช่น

ได้ดู ตลาดสดสนามเป่าละยัง ช่วงคนตีศรีตลาด ...ป้ารักแห่งห้องแมว

เมื่อก็ได้ดู ป้ารักคนตีศรีตลาดแห่งห้องแมวแล้ว ประทับใจมาก ๆ มีพี่ ๆ เพื่อน ๆ ห้องแมวหลายคน น่ารักมาก ๆ แม่เบ็ด พี่กินตะ พี่เจ๊ียบ และพี่ ๆ เพื่อน ๆ อีกหลาย ๆ ท่าน ทุกท่านทำเพื่อ แมวเหมียวตัวน้อย ตัวใหญ่ ทำให้แมวจรจัดได้มีโอกาสได้บ้านอีกมากมายหลายตัว ออกอากาศไปวันนี้ หวังว่าคงมีคนเข้าใจโครงการรักษ์แมวบ้านน้ำใจให้แมวจรขึ้นมากกว่าเดิม ว่าในโลกนี้ยังมีคนทำเพื่อสิ่งมีชีวิตตัวน้อย ๆ เหล่านี้ด้วยใจจริง

(pantip, 2551: ออนไลน์)

-ร้านอาหารเกาหลีที่ออก ตลาดสดสนามเป่าวันนี้ คือร้านอะไรครับ

อยู่แถวไหนครับ จะตามไปชิม แต่คงต้องรออีกสักพัก
ทำทางน่านิด ราคาถูกด้วยครับ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

เนื่องจากมุมมองของสื่อที่นำเสนอนั้นมีผลต่อผู้รับชม ในเรื่องการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันซึ่งต้องผ่านกระบวนการในการคัดเลือกเพื่อนำเสนอแก่ผู้ชม แนวความคิดของรายการการออกแบบวิธีการในการนำเสนอ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการ แก่ผู้ชม ทำให้รายการต้องพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสม จนได้รูปแบบการนำเสนอที่สามารถเข้าถึง

ความต้องการและเป็นที่พอใจของกลุ่มผู้ชมได้ จึงเป็นจุดที่น่าสนใจในการพิจารณาพัฒนาการของรายการตลาดสดสนามเป้า รวมถึงเป็นส่วนที่สามารถใช้ในการทำความเข้าใจถึงเรื่องการสร้างความน่าเชื่อถือของรายการ โดยการให้การรับรองแก่บุคคลหรือร้านค้าที่ถูกรับเสนอในรายการได้ เนื่องจากการที่รายการจะสามารถแสดงบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันอื่น ๆ ได้ นั้น ตัวรายการเองต้องมีกระบวนการในการสร้างสถานภาพของตัวเองอย่างไร จึงจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้ชมรายการได้ จึงนำเข้าสู่ประเด็นว่ารายการมีกระบวนการตรวจสอบแหล่งข้อมูลหรือคัดเลือกบุคคลและร้านค้าต่างๆที่รายการได้นำเสนอว่ามีคุณภาพ และคุณสมบัติที่ดีอย่างไร ซึ่งกระบวนการดังกล่าวถือเป็นการสร้างและรักษาสถานภาพของรายการให้ยังคงความน่าเชื่อถือไว้ได้ เพราะเมื่อรายการได้นำเสนอ เรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้าต่างๆแล้ว ย่อมเป็นการรับรองความน่าเชื่อถือต่อผู้ชม ถ้าหากเกิดความผิดพลาดในการให้การรับรองแก่บุคคลหรือร้านค้าที่ไม่ได้คุณภาพจริงๆ ย่อมเกิดความเสียหายทั้งต่อตัวบุคคลและร้านค้าที่ถูกรับเสนอ รวมถึงความเสียหายต่อความเชื่อและความเชื่อมั่นของผู้ชมที่มีต่อตัวรายการ ในฐานะสื่อมวลชนอีกด้วย ดังนั้นการวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการจึงสามารถสะท้อนถึงความพยายามในสร้างและรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือของรายการได้

และในประเด็นเรื่องผลกระทบจากการให้สถานภาพของสื่อ ซึ่งบุคคลและร้านค้าที่ถูกรับเสนอในรายการสามารถสะท้อนผลกระทบได้ชัดเจน การถูกนำเสนอในรายการเป็นเสมือนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง จากความคิดเห็นของผู้ชมรายการที่ได้ยกตัวอย่างมานำเสนอแล้วนั้น ทำให้สังเกตได้ว่าผู้ชมมีความสนใจในตัวบุคคลหรือร้านค้าที่ถูกรับเสนอในรายการ ประเด็นเรื่อง ผลกระทบที่มีต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกรับเสนอในรายการ รวมถึงความคิดเห็นของผู้รับชมรายการ เนื่องจากระดับของผลกระทบจากสื่อในประเด็นการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของสื่อมวลชนนั้น จัดอยู่ใน ประเภท ของทฤษฎีผลของสื่อในระดับกลาง (Moderate effects theory) แต่จากการสังเกตเบื้องต้นจากความคิดเห็นดังที่ยกตัวอย่างมาแสดงนั้น พบว่ากลายเป็นผลกระทบในระดับพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อ (Magic bullet theory) เนื่องจากสามารถสร้างผลกระทบได้ในระดับพฤติกรรมของผู้ชม (behavior/ performance) จึงเป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจในการทำการศึกษว่ารูปแบบ เนื้อหา วิธีการนำเสนอของรายการมีส่วนสำคัญหรือไม่อย่างไรต่อผลกระทบที่มีต่อผู้ชมในเรื่องการให้สถานภาพของรายการ

เพื่อความเข้าใจในประเด็นการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของสื่อ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” เป็นกรณีศึกษาในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการ รวมถึงกระบวนการในการ ค้นหาและตัดสินใจคัดเลือก บุคคล และร้านค้าต่างๆที่รายการได้ให้การรับรองว่ามีคุณสมบัติที่ดีสามารถนำมาออกรายการว่ามี การเข้าถึงแหล่งข้อมูลรวมถึงขั้นตอนการผลิตอย่างไร และเพื่อความเข้าใจถึงถึงศักยภาพของสื่อในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน และประเด็นที่น่าสนใจจากผลของการให้การรับรองบุคคลและร้านค้าต่างๆของรายการ นั้น ได้ก่อให้เกิดผลต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ รวมถึงผู้ชมรายการอย่างไรบ้าง

ปัญหาคำวิจัย

1. พัฒนาการ และการนำเสนอรูปแบบ และเนื้อหาของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” และบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันเป็นอย่างไร
2. กระบวนการผลิตรายการ เพื่อให้การรับรองบุคคลและสถาบันที่นำเสนอในรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” มีลักษณะอย่างไร
3. จากการให้การรับรองบุคคลและร้านค้าต่างๆของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ รวมถึงผู้ชมรายการอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการ วิธีการนำเสนอรูปแบบ และเนื้อหาของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ในบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน
2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการ เพื่อให้การรับรองบุคคลและสถาบันที่นำเสนอในรายการ “ตลาดสดสนามเป้า”
3. เพื่อศึกษาผลของการให้การรับรองบุคคลและร้านค้าต่างๆของรายการ ต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอ รวมถึงผู้ชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า”

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงบทบาทและกระบวนการในการให้สถานภาพบุคคลและสถาบันของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” โดยแบ่งประเด็นในการศึกษาดังนี้

1. พัฒนาการของรายการ รูปแบบและเนื้อหา (Format and Content)

โดยแบ่งขอบเขตการศึกษาออกเป็น 2 ช่วงคือ

1.1 ในส่วนของพัฒนาการของรายการ

เริ่มศึกษาตั้งแต่การออกอากาศในช่วงแรก จนถึงปัจจุบันโดยรวม (ตุลาคม 2548 ถึง ตุลาคม 2552) เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการการเปลี่ยนแปลงกระบวนการนำเสนอของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เวลา 20.15-21.10 น. โดยประมาณ

1.2 การทำการศึกษารูปแบบและเนื้อหาของรายการในช่วงปัจจุบัน

เพื่อวิเคราะห์ประเด็นบทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการตลาดสดสนาม เป้า โดยทำการศึกษารายการออกอากาศของรายการตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2552 ถึง เดือนตุลาคม 2552 เป็นจำนวน 20 ตอน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นเวลาใกล้เคียงกับปัจจุบันที่สุด เพื่อวิเคราะห์ในส่วนของกระบวนการในการประกอบสร้างรายการเพื่อให้การรับรองแก่บุคคลและสถาบันว่ามีขั้นตอนอย่างไร โดยเน้นที่ผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการ โดยการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตและควบคุมรายการ

2. ผลของการให้สถานภาพแก่บุคคลและร้านค้าต่างๆ (Effect)

ผู้วิจัยทำการสำรวจและสัมภาษณ์บุคคลและร้านค้าที่เคยออกรายการจำนวน 10 ร้าน เนื่องจากบุคคลและร้านค้า เหล่านี้เป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการให้การรับรองสถานภาพจากสื่อ รวมถึงการสำรวจผลกระทบต่อผู้ชมรายการ ผ่านการแสดงความคิดเห็นทางสื่ออินเทอร์เน็ตในหัวข้อสนทนาเกี่ยวกับรายการตลาดสดสนามเป้า เพื่อให้เห็นความชัดเจนของผลกระทบจากการให้สถานภาพของสื่อมวลชนชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อสันนิษฐาน

1. รูปแบบและเนื้อหาในรายการตลาดสดสนามเป้ามีบทบาทในการให้สถานภาพของสื่อมวลชน
2. กระบวนการผลิตรายการมีส่วนสำคัญในการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการตลาดสดสนามเป้า
3. บุคคลและสถาบันที่ได้รับการคัดเลือกจากสื่อในการให้การรับรองนั้นส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลหรือสถาบันที่ไม่ได้เป็นที่รู้จัก หรือได้รับความสนใจในสังคมมาก่อน
4. บุคคลหรือสถาบันที่ได้รับการนำเสนอจากรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” จะได้รับผลกระทบในแง่ดีที่ คือเป็นที่รู้จักมากขึ้นมี ความเชื่อมั่นในคุณภาพที่ดี และทำให้ได้รับความสนใจในอาชีพการงานของตนเองมากขึ้นจากผู้ชมรายการ

นิยามศัพท์

รายการตลาดสดสนามเป้า

หมายถึง รายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิง (variety) ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15 - 21.10 น. มีเนื้อหาในการส่งเสริมอาชีพ นำเสนอเรื่องราวบุคคล การประกอบอาชีพต่างๆ และแนะนำตลาดสินค้าหลายประเภท โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงหลักคือ

1. ช่วงมือใหม่หัดขาย
2. ช่วงแหวกตลาด/ ช่วงคนดีศรีตลาด (ทุกสัปดาห์สุดท้ายของเดือน)
3. ชมตลาด

การให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันโดยสื่อ (Status conferral)

หมายถึง หน้าที่และศักยภาพของสื่อในการให้การรับรองบุคคลและสถาบันว่ามีคุณสมบัติที่ดี มีคุณภาพ หรือเป็นตัวแทนความคิดเห็นของสถาบันต่างๆที่มีความสำคัญพอที่จะได้รับการคัดเลือกออกมาจากมวลชนที่มากมาย

พัฒนาการรายการ

หมายถึงพัฒนาการการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการตลาดสดสนามเป้า โดยแบ่งเป็น 2 ยุคที่ใช้ช่วงเวลาการปรับเปลี่ยนพิธีกรหลักของรายการเป็นเกณฑ์ ดังนี้

— ยุคแรก

คือช่วงตั้งแต่เริ่มออกอากาศครั้งแรกในเดือนตุลาคมปี 2548 จนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550

— ยุคหลังจนถึงปัจจุบัน

คือช่วงของการออกอากาศตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน (เดือนตุลาคม 2552)

การนำเสนอ

หมายถึงลักษณะการนำเสนอของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน โดยแบ่งการพิจารณาองค์ประกอบของรายการ 2 ส่วนตามแนวคิดการนำเสนอรายการบิณฑกะบันเทิงดังนี้

1. เนื้อหา (Content)

ใช้แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของตลาดเป็นกรอบการวิเคราะห์ดังนี้

1.1 ผู้ค้า

1.2 ผู้ซื้อ

1.3 สินค้า

1.4 บรรยากาศในตลาด/ สถานที่

2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)

2.1 พิธีกร (Host)

2.2 แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (Guest/Talent)

2.3 บรรยากาศในรายการ (Atmosphere)

2.4 สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style : Form of Presentation)

กระบวนการผลิตรายการ

หมายถึง ขั้นตอนในผลิตประกอบสร้างรายการตลาดสดสนามเป้าที่เน้นประเด็นเรื่องการให้สถานภาพรับรองบุคคลและสถาบันว่ามีคุณสมบัติที่ดี ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงการนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นวางแผนผลิตรายการ (Planning)
2. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)
3. ขั้นดำเนินการผลิต (Production)
4. ขั้นหลังการผลิต (Post Production)

โดยเน้นการวิเคราะห์ในขั้นตอนก่อนการผลิตในส่วนของการวางแผนข้อมูลก่อนการผลิต และการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาเพื่อการนำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ในการรับรู้และเข้าใจถึง ขั้นตอนและกระบวนการในให้การรับรองแก่บุคคลและสถาบันว่ามีคุณภาพดีของสื่อมวลชน
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในเรื่องการพัฒนาและการกำหนดบทบาทการให้การรับรองแก่บุคคลและสถาบันของสื่อมวลชน
3. ทำให้ได้ตระหนักรู้ถึงผลจากอิทธิพลของสื่อในการให้การรับรองแก่บุคคลและสถาบันต่างๆในสังคม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องบทบาทและกระบวนการในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่ออธิบายและตอบคำถามในปัญหานำวิจัย โดยใช้กรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการปิกนกะบันเทิง (variety show)
2. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์
3. แนวคิดเรื่องการให้สถานภาพแก่บุคคล (status conferral)
4. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องตลาด

1.แนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการปิกนกะบันเทิง (variety show)

คำว่า “ปิกนกะ” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้อธิบายให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง เบ็ดเตล็ด กระจัดกระจาย ระคนกัน คละกัน ซึ่งมักประกอบหน้าศัพท์ เช่น ปิกนกะคดี ซึ่งหมายถึงเรื่องราวเบ็ดเตล็ด เป็นต้น ดังนั้นคำว่า “ปิกนกะบันเทิง” ย่อมหมายถึงความเบิกบานใจ รื่นเริงใจ และสนุกสนานที่คละเคล้ากันหลายรส

รายการปิกนกะบันเทิงมาจากคำว่า “Variety” ในภาษาอังกฤษซึ่งหมายถึงรายการบันเทิงประเภทเบ็ดเตล็ดต่างๆ ในประเทศอังกฤษเรียกรายการประเภทนี้ว่า Light-Entertainment แต่ในสหรัฐอเมริกาเรียกว่า “Variety Program” หรือ “Variety Show” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539)

แนวคิดในการจัดรายการบันเทิง

การจัดรายการบันเทิงนั้นเกิดจากแนวความคิดที่ว่า มีผู้ชมจำนวนมาก ซึ่งแต่ละคนแต่ละกลุ่มก็มีความชอบ ความสนุกสนานบันเทิงเริงใจในรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการเสนอรายการบันเทิงจึงได้รวบรวมการละครและภาพยนตร์ที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในการแสดงล้วนๆ มาผสมกับความบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นสิ่งสวยงาม มีความไพเราะ เป็นสิ่งที่ชมแล้ว

ผลิตเพลินเจริญตา ไม่เกิดอารมณ์โศกเศร้า ดังนั้น รายการโทรทัศน์ ประเภทปกิณกะบันเทิงนี้ มีลักษณะการจัดรวบรวมเอาความบันเทิงหลายประเภทมาไว้ด้วยกัน ได้แก่ คำพูด การแสดง การเต้นรำ การแสดงละคร การแสดงตลก การนำเสนอสิ่งแปลกๆใหม่ๆ หรือสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมานำเสนอในลักษณะของความหลากหลายที่คนไทยนิยมเรียกว่า สิ่งละอันพันละน้อย

การนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิง

การจัดรายการประเภทปกิณกะบันเทิงทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นรายการ เกมโชว์ ทอล์คโชว์หรือ ปกิณกะบันเทิงโดยตรง มักมีองค์ประกอบของโครงสร้างและ ลักษณะของการนำเสนอรายการเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆดังนี้

1. เนื้อหา (content)
2. วิธีการนำเสนอ (presentation technique)
 - 2.1 พิธีกร (host)
 - 2.2 แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)
 - 2.3 บรรยากาศในรายการ (atmosphere)
 - 2.4 สไตส์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

1. เนื้อหา (content)

โครงสร้างด้านเนื้อหาสาระของรายการปกิณกะบันเทิง มักหลีกเลี่ยงไม่พ้นเนื้อหาของรายการดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539)

- การแสดงดนตรีและร้องเพลงของดารานักร้องชั้นนำยอดนิยม
- การแสดงตลกและละครตลกเบาสมองอย่างสั้น
- การแสดงละครสั้น
- การเต้นรำ การเต้นระบำโมเดิร์นแดนซ์ บัลเลต์ นาฏศิลป์
- การเชิญดารานักร้องนักแสดงมาปรากฏตัวร่วมแสดงและสัมภาษณ์
- การเล่นเกมเบาสมองที่ตื่นเต้น และการเสี่ยงโชคโดยให้ผู้ชมทั้งในและนอกห้องส่งมีส่วนร่วม

- การแสดงความสามารถพิเศษของนักแสดงบนเวที เช่นกายกรรม วิทยากล ตลอดจนสิ่งแปลกประหลาดหาดยาก
- การแสดงละครสัตว์ทั้งแบบในโรงใหญ่และขนาดย่อม
- การแข่งขันกีฬาเพื่อการบันเทิงที่ไม่ใช่เพื่อการแข่งขันที่มุ่งหวังจะเอาแพ้หรือชนะอย่างจริงจัง
- การดำเนินรายการโดยพิธีกรชายหรือหญิง ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม

โดยทางปฏิบัติแล้ว นับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน คงไม่มีรายการปกิณกะบันเทิงรายการใดที่จะหนีพ้นจากการเสนอความสามารถส่วนบุคคลของ ดารา นักร้อง นักแสดง ที่จะได้แสดงความสามารถของตนเองออกมาในรายการ การเสนอเพลงเพราะๆ และวิธีประกอบเพลงอันสวยงามสดดงามด้วยเครื่องแต่งกายอันสง่างาม การแสดงโมเดิร์นแดนซ์ การเต้นระบำ และการแสดงอื่นๆ ที่สนุกสนานกลมกลืนด้วยการประกาศแนะนำ สรุป บรรยาย สัมภาษณ์ พูดคุยกับผู้ชมทั้งในห้องส่งและที่บ้านโดยพิธีกรที่ชาญฉลาด คล่องตัว มีไหวพริบสูงแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินรายการได้เก่ง และมีชื่อเสียง การจัดรายการปกิณกะบันเทิงได้มีการแข่งขันและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ตลอดมา มีการใช้ผู้แสดงที่มีความสามารถในการบันเทิงสาขาต่างๆ จำนวนมากขึ้น เครื่องแต่งกายที่ตื่นตาตื่นใจมากขึ้น มีการจัดฉากมโหฬารแสดงความยิ่งใหญ่ของการแสดงมากขึ้น ระบบ แสง สี และเสียง ตลอดจนเทคนิคพิเศษต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบ ไฟในการถ่ายทำ ส่วนหนึ่งของรายการปกิณกะบันเทิงที่ขาดไม่ได้ก็คือ เพลงและดนตรี ซึ่งเป็นสีสันที่สำคัญอย่างหนึ่งในรายการปกิณกะบันเทิง

2.วิธีการนำเสนอ (presentation technique)

โดยพิจารณาองค์ประกอบดังนี้

2.1 พิธีกร (host)

พิธีกรในรายการปกิณกะบันเทิง อาจจะเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้พิธีกรคู่ทั้งชายและหญิง บางครั้งก็ใช้พิธีกรร่วมกันหลายคน มักจะใช้คนที่มีความบุคลิกภาพดีเป็นที่ต้องตาผู้พบเห็น และลักษณะที่สำคัญจะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการพูดเป็นอย่างดี

คุณสมบัติที่ดีของพิธีกรมีดังนี้

- เป็นผู้ที่มีบุคลิกดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี

- มีไหวพริบ ฉลาดหลักแหลม แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- มีความรู้ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์
- ใช้ภาษาพูดได้ดี การไม่พูดเร็วหรือช้าจนเกินไป ชัดเจนถูกต้องตามอักขระ ใช้ภาษาสุภาพ
- มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง
- รู้จักขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมไทย
- การแต่งกายสุภาพถูกต้องกาลเทศะ
- เป็นผู้ที่มีสัมมาคารวะ
- มีความรู้ความเข้าใจเรื่องราวที่จะซักถามผู้ร่วมรายการพอสมควร
- มีใบอนุญาตการเป็นผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์

2.2 ผู้ร่วมรายการ (guest /talent)

รายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิง หรือรายการอื่นๆก็ตามสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้รายการใหม่อยู่ได้นั้น นอกจากจะมีการโชว์ต่างๆแล้ว การเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆมาร่วมรายการก็เป็นวิธีดึงดูดผู้ชมได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งคุณสมบัติของผู้รับเชิญมาร่วมรายการนั้น อยู่ที่ผลงานผู้นั้นดีเด่นมากแค่ไหน และเหมาะสมกับช่วงเวลานั้นๆหรือไม่ ไม่ใช่ก็จะเชิญก็เชิญมาโดยไม่ได้คำนึงถึงความเหมาะสม เพราะนอกจากจะไม่น่าสนใจแล้ว อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วมรายการได้

ผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วมรายการนั้นจะต้องมีความหลากหลาย ไม่เชิญมาซ้ำซากและเมื่อเชิญแล้วต้องให้ผู้ได้รับเชิญทราบความมุ่งหมายและต้องมีการเตรียมการซักซ้อมก่อนถ่ายออกอากาศแพร่ภาพหรือบันทึกรายการด้วย

2.3 บรรยากาศ (atmosphere)

การจัดบรรยากาศในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิงจะประกอบไปด้วยแนวคิดแบบเน้นความยิ่งใหญ่ ตระการตา เต็มไปด้วยสิ่งน่าตื่นตาตื่นใจ ซึ่งจะสามารถพบเห็นได้จากลักษณะของการจัดสิ่งแวดล้อมขององค์ประกอบด้านการจัดฉาก และอุปกรณ์ประกอบฉาก ในรายการปกิณกะบันเทิงไม่ว่าจะเป็นรายการเกมส์โชว์ ทอล์คโชว์หรือปกิณกะบันเทิงโดยตรงก็ตาม มักมีลักษณะของความยิ่งใหญ่ มโหฬาร ตระการตา ทำให้ผู้ชมตื่นตาตื่นใจ นอกจากนี้ยังมีเทคนิคด้านแสง และสีล้วนต่างๆ ได้แก่ ไฟกระพริบ ไฟวิ่ง ไฟสปอตไลท์ การใช้หมอกควันเทียม ช่วย

เสริมบรรยากาศของการแสดง ดูประหนึ่งว่าเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในดินแดนความฝัน เป็นภาพมายาที่มนุษย์สามารถเข้าถึงและสัมผัสได้ นอกจากนี้การใช้สิ่งแวดล้อมทางด้าน ฉาก แสงสี และเสียงยังเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่ถูกนำมาใช้เสริมในการสร้างบรรยากาศแบบตระการตา โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทเกมส์โชว์ จะมีการเชิญผู้ชมรายการเข้ามานั่งในห้องส่งแล้วช่วยกันเปล่งเสียงเชียร์ แบบอึ้งคะนี่ ง กรี้ดร้องตะโกน เพื่อเร่งเร้าให้ผู้เล่นเกมแข่งขันอย่างออกรสชาติมากยิ่งขึ้น

2.4 สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

การลิตรายการโทรทัศน์ปกิณกะบันเทิงนั้น จะต้องคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคม รสนิยมของคนในสังคมในที่นี้หมายถึง สังคมส่วนใหญ่ โดยเฉพาะสังคมกลุ่มผู้ชมเป้าหมายชอบอะไรบ้างในชีวิตประจำวันเช่น งานอดิเรก ประเภทของเพลง การแต่งกาย การเลือกใช้สิ่งอุปโภคและ บริโภค คอยสังเกตแนวโน้มของสังคมด้วยการสอบถาม และติดตามข่าวคราวของสื่อมวลชน ตลาดจนทำสำรวจความนิยมของสมาชิกในสังคมด้วยตนเองจะช่วยให้ได้มาก ช้ ้อมูลทั้งหมดจะเป็นประโยชน์ในการเลือกความบันเทิงแบบต่างๆ เข้ามาบรรจุเป็นส่วนประกอบหรือแกนกลางของรายการ สิ่งที่ต้องพิจารณาในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของรายการปกิณกะบันเทิงได้แก่

- การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วงเปิดจนปิดรายการจะต้องมีความกลมกลืนกันในทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็น นดนตรี ร้องเพลง ลีลาประกอบการเต้น แนวคิดเรื่องสั้นประกอบละคร ตลก บุคลิกภาพผู้แสดง และพิธีกร บทสนทนา สภาพทางเทคนิคและศิลปกรรมในฉาก
- การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมีการจูงใจจะโคน และให้อารมณ์ที่ถูกต้องสอดคล้องกับเนื้อหานั้นๆ
- -การดำเนิน รายการในแต่ละช่วงต้องกระชับ และความยาวของรายการจะต้องอยู่ในช่วงเวลา ไม่สั้นไม่นานเกินไป
- การวางตำแหน่งของรายการบันเทิง แต่ละประเภทจะต้องดูอย่างเหมาะสม โดยยึดความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ

ในการศึกษาการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการ ตลาดสดสนา มเป้านี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตและนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ โดยการพิจารณาในแต่ละส่วน คือเนื้อหา และวิธีการนำเสนอโดยแบ่งการ

วิเคราะห์เป็นช่วงต่างๆของรายการ เพื่อให้ได้เห็นรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการและบทบาท การให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ได้อย่างชัดเจน

รวมถึงใช้ในการในการอธิบายลักษณะการให้สถานภาพของสื่อมวลชนผ่านรายการประเภท ปกติกะบันเทิง ที่มีความแตกต่างจากรายการประเภทข่าว หรือรายการที่มีเนื้อหาสาระ ซึ่งจะ สามารถนำมาพิสูจน์ได้ว่ารายการในประเภทนี้มีบทบาทสามารถให้สถานภาพได้หรือไม่อย่างไร

2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์

ระวีวรรณ ประกอบผล (2520) กล่าวว่า การพิจารณาผลิตรายการโทรทัศน์ รายการใด รายการหนึ่งออกอากาศนั้น เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงของผู้อำนวยการผลิต (producer) นั่นคือ เมื่อผู้ผลิตรายการมีความคิด หรือได้รับความคิดที่จะผลิตรายการเสนอผู้ชม สิ่ง ที่จะต้องทำคือ การนำความคิดสำหรับรายการใหม่นั้นมาพิจารณาดังนี้

1. พิจารณาความคิดในเรื่องนั้นๆ ว่าเป็นความคิดใหม่และมีคุณค่าพอที่จะนำมาจัดทำ รายการหรือไม่ เพราะเหตุใด หากไม่มีคุณค่าพอจะปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงสิ่งใดเพื่อให้ ความคิดนั้นดีขึ้นหรือไม่
2. พิจารณาว่ารายการที่จะผลิตขึ้นมาเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมในด้านใดบ้าง จะทำให้ผู้ผลิต รายการได้คำนึงถึงเป้าหมายของรายการว่ามีวัตถุประสงค์อย่างไรบ้าง เป็นการช่วยวาง ขอบเขตของรายการที่ชัดเจนมากขึ้น
3. พิจารณาความคิดที่จะนำมาเป็นรายการโทรทัศน์นั้น มีข้อจำกัดในแง่ของการผลิต รายการหรือไม่อย่างไร ในบางครั้งความคิดบางอย่างอาจน่าสนใจแต่ไม่เหมาะกับการ นำมาเสนอเป็นรายการโทรทัศน์

ส่วนกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น Alan Wertzel (1985) ได้แบ่งเป็นขั้นเพื่อ ง่ายต่อความ เข้าใจดังนี้

ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์

1. ขั้นวางแผนผลิตรายการ (planning)
2. ขั้นก่อนการผลิตรายการ (pre-production)
3. ขั้นดำเนินการผลิต (production)

4. ขั้นหลังการผลิต (post- production)

ขั้นที่ 1 วางแผนผลิตรายการ (planning)

หลังจากที่ได้รับนโยบายจากทางสถานี หรือเจ้าของเวลาออกอากาศแล้ว บริษัทผู้ผลิตก็จะดำเนินการประชุม วางแผนเพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์ต่างๆที่จะนำมาใช้ในการผลิต เพื่อให้รายการออกมามีผู้ชมสนใจติดตามชมมากที่สุด หรือมีเรตติ้ง (rating) ในการรับชมสูงสุดโดยผู้ดำเนินการผลิตมักพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

- นโยบายของสถานี
- สถานการณ์การแข่งขันทางการตลาด
- สถานภาพสังคมและวัฒนธรรมของผู้บริโภค

ชยพล สุทธิโยธิน (2529) ได้แบ่งการวางแผนสร้างสรรค์รายการเป็นขั้นตอนดังนี้

- การกำหนดความคิดเกี่ยวกับรายการ
- การกำหนดแนวคิดเกี่ยวกับรายการ
- การกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ
- การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของรายการ
- การกำหนดประเภทและรูปแบบรายการ
- การกำหนดวิธีการนำเสนอรายการ
- การกำหนดโครงสร้างเนื้อหาสาระในรายการ

เมื่อพิจารณาปัจจัยดังกล่าวแล้วจึงกำหนดเป็นนโยบายและวัตถุประสงค์ของการผลิต กลยุทธ์และแนวทางในการผลิต มอบหมายให้ฝ่ายผลิตรับผิดชอบดำเนินการ ฝ่ายผลิตจึงประชุมทีมงาน ฝ่ายสร้างสรรค์ (creative) ฝ่ายศิลป์ (art) และฝ่ายกำกับรายการ (production director) เพื่อสร้างสรรค์รายการขึ้นมา ซึ่งในรายการปกิณกะบันเทิง ส่วนมากมักจะมีการศึกษาระบบของต่างประเทศที่มีชื่อเสียงมาก่อน แล้วนำมาดัดแปลง ลอกเลียนแบบ หรือประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม เมื่อออกแบบสร้างสรรค์รายการได้แล้วก็จะมอบหมายให้ผู้เขียนบทโทรทัศน์ออกมาตามความคิดดังกล่าว หลังจากนั้นจึงเข้าสู่การเตรียมการผลิต ได้แก่ การติดต่อตัวพิธีกร การคัดเลือกผู้ร่วม

รายการ การจัดฉาก แสง สี เสียง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ตลอดจนสถานที่ในการถ่ายทำ ซึ่งจะ
 เป็นไปตามรูปแบบและแนวทางในการผลิตที่ได้ถูกกำหนดไว้แล้ว

ขั้นที่ 2 ก่อนการผลิตรายการ (pre-production)

ในขั้นแรกจะมีการประชุมทีมงานเพื่อกำหนดหัวเรื่อง และตัวบุคคลที่จะนำเสนอในรายการ
 ซึ่งผู้รับผิดชอบในแต่ละฝ่ายก็จะเสนอแนวความคิด จากการรวบรวมข้อมูล และมอบหมายแบ่ง
 หน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

การเลือกผู้ร่วมรายการ

ขั้นตอนและกระบวนการในการคัดเลือกบุคคลเพื่อนำมาเสนอในรายการนั้นถือเป็น
 ขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ชยพล สุทธิโยธิน (2529) กล่าวว่า แกร็บเชิญในรายการเป็น
 บุคคลที่มีความรู้ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระของ
 รายการ การคัดเลือกแกร็บเชิญต้องพิจารณาด้านเนื้อหาว่าบุคคลดังกล่าวเป็นผู้ที่รู้เรื่องนั้นเป็น
 อย่างดีสามารถให้ข้อมูลเรื่องนั้นอย่างลึกซึ้งครบถ้วน บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระเรื่อง
 ใดเรื่องหนึ่งจนเป็นบุคคลที่มีข้อมูลสามารถอธิบายให้ข้อมูลเรื่องนั้นได้ดีเราเรียกว่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก

เนื่องจากบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการตลาดสดสนามเป้า
 เน้นการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้าว่ามีคุณภาพทั้งในเรื่องของความเชี่ยวชาญในอาชีพ
 การงานของตน การประสบความสำเร็จในอาชีพ หรือความมีคุณธรรมจริยธรรมเป็นที่ยอมรับ ซึ่ง
 เมื่อรายการได้นำเรื่องราวของบุคคลเหล่านั้นมานำเสนอแล้ว ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกมั่นใจใน
 ความมีคุณภาพของบุคคล หรือร้านค้า นั้นๆต่อผู้ชมรายการ กระบวนการนี้จึงมีความสำคัญซึ่ง
 ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นประเด็นเพื่อการศึกษาดังนี้

- การหาข้อมูลของรายการ
- การเข้าถึงแหล่งข้อมูล
- การตรวจสอบข้อมูล
- เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก
- เหตุผลประกอบการตัดสินใจอื่นๆของผู้ที่มีหน้าที่คัดเลือกบุคคลและร้านค้าเพื่อ
 นำเสนอ

ส่วนของหลักเกณฑ์ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการพิจารณาบุคคลเพื่อนำมาเสนอในรายการจากแนวคิดของ (Simonson, 1999) ที่นำเสนอไว้ดังนี้

1. ความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity)
2. ความพิเศษ (specialness)
3. ความน่าเชื่อถือ (credibility)
4. ความเป็นที่นิยม (popularity)

จากเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นถือเป็นหลักพื้นฐานในการคัดเลือกบุคคลเพื่อนำมาเสนอในรายการเพื่อการให้สถานภาพ ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้เพื่อพิจารณาคุณสมบัติของและลักษณะของผู้ร่วมรายการที่นำเสนอในช่วง มีอิมพ์หัดชาย คนดีศรีตลาด และแหวกตลาด ว่าตรงกับคุณสมบัติและหลักเกณฑ์ใดบ้าง รวมถึงผู้ผลิตรายการมีเกณฑ์การคัดเลือกในคุณสมบัติได้อื่นๆเพิ่มเติม

การจัดสร้างฉาก

การผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอ นั้น ฉากเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะทำให้ผู้ชมทราบถึงวัตถุประสงค์ บรรยากาศ และอารมณ์ของรายการ

การจัดแสง

การถ่ายทำรายการในสตูดิโอ นั้น สิ่งที่สำคัญมากและขาดไม่ได้คือเรื่องของแสง ซึ่งขั้นตอนเตรียมงานก่อนถ่ายนี้ ผู้กำกับรายการต้องประสานงานกับทางฝ่ายของห้องส่งในเรื่องการกำหนดแนวคิด และวัตถุประสงค์ของรายการเพื่อจะได้จัดแสงของห้องส่งได้สอดคล้องกับบรรยากาศ

การจัดเสียง

เสียงเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้บรรยากาศของรายการมีความน่าสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะในรายการบันเทิง ซึ่งต้องมีการเตรียมการที่ดีโดยปกติแล้วเสียงที่ใช้ในรายการโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

- (1) เสียงหลักตามเนื้อหา
- (2) เสียงประกอบเพื่อความสมจริง

(3) ดนตรีประกอบ

(4) เสียงประกอบพิเศษ

ในรายการปกิณกะบันเทิงนั้น นิยมสร้างเสียงประกอบเพื่อความสมจริงในรายการ โดยการ
จัดให้มีผู้ชมในห้องส่ง เพื่อสร้างบรรยากาศให้คึกคัก ซึ่งผู้ชมในห้องส่งมีส่วนร่วมโดยการหัวเราะ
ปรบมือ ส่งเสียงเชียร์ การมีอารมณ์ร่วมไปกับรายการยังเป็นเสมือนตัวแ ทนของผู้ชมทางบ้านได้
ด้วย

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้มาปรากฏในรายการทางโทรทัศน์นั้นเป็นส่วนสำคัญอีกอย่าง
หนึ่งในการสร้างความรู้สึก และทัศนคติต่อผู้ชม โดยเฉพาะพิธีกรซึ่งเป็นหลักของรายการ จะต้อง
แต่งกายให้เหมาะสมกับแนวคิดของรายการ ผู้ที่รับผิดชอบด้านนี้จึงควรมีการออกแบบ จัดเตรียม
เสื้อผ้าโดยมีการประสานงานกับผู้กำกับรายการล่วงหน้า เพื่อการเลือกใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่
เหมาะสมและงดงาม

วัสดุประกอบรายการ

ในรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบางรายการจำเป็นต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ประกอบเพิ่มเติม
เพื่อนำมาเสนอในรายการ เช่น เครื่องดนตรี รูปภาพ ผู้ที่รับผิดชอบต้องมีการเตรียมโดย
ประสานงานกับผู้กำกับล่วงหน้า เพื่อดำเนินการจัดหามา

ขั้นที่ 3 ดำเนินการผลิต (production)

เป็นการนำ อาสิ่งทีเตรียมไว้ล่วงหน้าแล้วทั้งหมดนั้นมาดำเนินการผลิต หรือถ่ายทำ
รายการ ซึ่งส่วนมากรายการปกิณกะบันเทิงมักจะถ่ายทำในสตูดิโอ เป็นส่วนใหญ่ อาจมีบางส่วน
ของรายการที่ออกไปถ่ายทำจากสถานที่จริง เช่น การสัมภาษณ์ สถานที่ต่างๆ เป็นต้น ในการถ่าย
ทำในห้องส่งหรือสตูดิโอนั้น ผู้กำกับรายการเป็นคนที่สำคัญที่สุดที่จะจัดการให้การผลิตรายการนั้น
เป็นไปตามวัตถุประสงค์และแนวทางที่กำหนดไว้มากที่สุด การใช้อุปกรณ์ประกอบฉาก แสง สี
เสียง เพื่อการสร้างบรรยากาศของรายการ ในการถ่ายทำรายการ ผู้กำกับรายการมักจะถ่ายทอด
และบันทึกเทปไว้หลายช่วง หลายตอน หรือหลายครั้งในฉากเดียวกัน เพื่อให้ได้ช่วงบรรยากาศใน
การนำเสนอให้เป็นไปตามเป้าหมายให้มากที่สุด ดังนั้นเทปที่ได้ในขั้นนี้จึงยังไม่สมบูรณ์ในการ
นำไปออกอากาศหรือรับชม จำเป็นต้องนำไปผ่านขั้นตอนของการตัดต่อและผสมเสียงต่อไป

ขั้นที่4 หลังการผลิต (post- production)

เป็นการนำเทปที่บันทึกการไว้แล้วมาคัดเลือกช่วงรายการที่ดีที่สุดไว้ และคัดเลือกส่วนที่ไม่ต้องการทิ้งไป โดยเทคนิคการตัดต่อ และจะต้องจัดลำดับการนำเสนอรายการให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ ในการตัดต่อเทปนี้จะมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัย มีเทคนิคการตัดต่อแบบต่างๆ เช่น ภาพซ้อน ภาพหมุน ภาพวิ่ง หรือการใช้เทคนิคพิเศษอื่นๆ เพื่อให้ภาพที่ออกมามีความกระชับจับใจในการรับชมและยังได้ภาพที่แปลกใหม่ น่าตื่นตา เสริจแล้วจึงนำไปซ้อนตัวอักษรด้วยกราฟิกต่างๆ เช่นไตเติลรายการ ชื่อพิธีกร ชื่อผู้ร่วมรายการ หรือข้อความอื่นให้สมบูรณ์ เมื่อตัดต่อภาพเสร็จแล้วจึงนำรายการไปผสมเสียงดนตรี มีการตัดต่อจนได้รายการที่สมบูรณ์พร้อมออกอากาศได้ แต่ก่อนที่จะส่งออกอากาศบริษัทผู้ผลิตมักตรวจสอบรายการก่อน เพื่อดูว่ารายการนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ทั้งในด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ ถ้ายังไม่เป็น ที่พอใจอาจมีการแก้ไขในบางส่วน จึงนำออกอากาศต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเรื่องกระบวนการในการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า ในประเด็นกระบวนการในการ ค้นหาและตัดสินใจคัดเลือก บุคคล และร้านค้าต่างๆ รวมถึง การเข้าถึงแหล่งข้อมูล และเป็นแนวทางในการศึกษาที่จะทำให้เข้าใจในกระบวนการ รักษามาตรฐานของรายการ เพราะสถานภาพของรายการอยู่ที่กระบวนการผลิต เพื่อดำรงสถานภาพของตัวรายการการควบคุมกระบวนการผลิตจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการรักษาสถานภาพของรายการในบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันได้

3.แนวคิด เรื่องการให้สถานภาพแก่บุคคลแก่สถาบันของสื่อมวลชน (status conferral)

จากทฤษฎีผลกระทบของสื่อมวลชน(media effects) ที่มีการศึกษาในส่วนของผลกระทบจากสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ซึ่งได้แบ่งเป็น หลายยุค ดังเช่น ในยุคแรกเป็นยุคพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อ เช่น ทฤษฎีกระสุนปืน (magic bullet theory) ซึ่งเชื่อว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมหาศาลต่อมวลชน ในยุคที่สองต่อมาคือยุค ผลกระทบอันจำกัดของสื่อ (limited effects) ที่เริ่มมีความเชื่อว่าสื่อไม่ได้มีพลังอำนาจอันมหาศาลเท่าในยุคแรกแต่มีผลกระทบอันจำกัดเท่านั้น และใน

ยุคที่สาม ผลของสื่อในระดับปานกลาง (moderate effects) ซึ่งแนวคิดเรื่องการให้สถานภาพของสื่อมวลชน(status conferral) นั้นอยู่ในกลุ่มผลของสื่อในระดับกลาง ซึ่งเป็นยุคที่สังคมเริ่มก้าวเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสอดแทรกในชีวิตของผู้คนในสังคม ดังตัวอย่างเช่น อำนาจในการให้สถานภาพแก่บุคคล (status conferral) ในกรณีที่สื่อมวลชนได้รายงานข่าวข้อเท็จจริงไปแล้ว และต้องการแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับข่าวสารนั้น สื่อมวลชนมักจะมีกลุ่มนักวิชาการหรือผู้ สันตัดกรณีที่จะมาแสดงทัศนะ กลุ่มบุคคลเหล่านี้เป็นที่ยอมรับของสาธารณะ เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่สื่อได้ให้หรือมอบหมายสถานภาพว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

Webber (1922/1987) กล่าวว่า มีเพียงลักษณะการใช้ชีวิต ชาติกำเนิด การศึกษา และอาชีพที่เป็นแหล่งที่มาของสถานภาพทางสังคม แต่ Lazarsfeld และ Merton ได้ชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนสามารถเป็นแหล่งที่มาของการให้สถานภาพทางสังคมได้เช่นกัน (Simonson, 1999)

การให้สถานภาพแก่บุคคล (Status Conferral) ถือเป็นศักยภาพของสื่อมวลชน ซึ่ง Lazarsfeld และ Merton ได้กล่าวว่าสื่อมวลชนสามารถให้สถานภาพแก่บุคคล กลุ่มคน และสถาบันทางสังคมในที่นี้คือสถาบันตลาดสด จากการวิจัยที่พิสูจน์ว่าจุดยืนในสังคมของบุคคลหรือนโยบายทางสังคมจะถูกยกระดับขึ้นเมื่อเป็นที่ชื่นชอบหรือได้รับความสนใจในสื่อมวลชน

“สื่อมวลชนให้ชื่อเสียงและเพิ่มอำนาจแก่บุคคลและกลุ่มคน โดยการให้ความชอบธรรมแก่สถานภาพของบุคคลหรือกลุ่มคนเหล่านั้น การยอมรับโดยสื่อต่างๆเช่นวิทยุ นิตยสาร หรือสารคดีข่าว พิสูจน์ให้เห็นว่าบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นมีความสำคัญพอที่จะได้รับการคัดเลือกออกมาจากมวลชนที่มากมาย แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมหรือทัศนคติของบุคคลที่ถูกคัดเลือกนั้นมีความสำคัญเพียงพอที่จะทำให้สาธารณชนให้ความสนใจได้

การดำเนินการของบทบาทการให้สถานภาพนี้อาจเห็นได้อย่างชัดเจนในรูปแบบการโฆษณารับรองผลิตภัณฑ์สินค้าโดย “คนที่มีชื่อเสียง” ซึ่งการให้การรับรองนั้นไม่เพียงแต่เพิ่มชื่อเสียงของสินค้าเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงชื่อเสียงของบุคคลที่ให้การรับรองอีกด้วย หรือที่กล่าวว่า “ผู้ที่ให้การรับรอง คือการรับรองสถานภาพของผู้นั้นเอง” ซึ่งจะสามารถเห็นผลจากการให้สถานภาพได้ชัดเจนในกลุ่มผู้รับสารที่มีความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน โดย Lazarsfeld และ Merton (1948) ได้กล่าวว่า ถ้าคุณมีความสำคัญจริงๆคุณจะถูกจับจ้องและได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน และถ้าคุณอยู่ในจุดที่ถูกจับจ้องจากสื่อมวลชนนั่นคือคุณจะเป็นคนสำคัญจริงๆ

Simonson (1999) ศึกษาแนวคิด status conferral เพื่อขยายความคิดของ Lazarsfeld และ Merton ได้เสนอว่า การที่ความคิด บุคคลหรือสถาบันต่างๆ ได้ปรากฏในสื่อมวลชน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นของสาธารณชนต่อความคิด บุคคลหรือสถาบันนั้นๆ ซึ่งสื่อมวลชนมีแนวโน้มในการสร้างความมั่นใจให้แก่สาธารณชน โดยการให้สถานภาพได้ฟังความคิดตัวแทนของบุคคล และสถาบันในรูปแบบเครือข่ายของค่านิยม และเป็นการแนะนำบุคคลหรือสถาบันนั้นๆ ให้สาธารณชนได้รู้จักโดยการนำเสนอในวงกว้าง โดยมีคำกล่าวที่ว่า “แค่ได้ออกโทรทัศน์ ก็เป็นการรับรองที่เพียงพอแล้ว”

การให้สถานภาพคือกระบวนการในการสร้างค่านิยมซึ่งเป็นการช่วยรับรองให้ความเชื่อมั่นแก่สาธารณะ ซึ่งทำได้ในหลายแนวทางดังนี้

1. โดยการที่สื่อแนะนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ต่อสาธารณชน
2. โดยคุณสมบัติพิเศษในการแสดงความคิดเห็นของสื่อ
3. โดยการนำเสนอร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
4. โดยลักษณะสำคัญที่เหมาะสมของเทคโนโลยีการสื่อสาร

นอกจากนี้ยังได้นำเสนอ หลักเกณฑ์ของค่านิยมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณชน ดังต่อไปนี้

1. ความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity)
2. ความพิเศษ (specialness)
3. ความน่าเชื่อถือ (credibility)
4. ความเป็นที่นิยม (popularity)

และ Simonson ได้กล่าวสรุปไว้ว่า สื่อมวลชนนั้นมีความสามารถไม่เพียงแต่การให้การรับรองสถานภาพเท่านั้น แต่ยังสามารถลดสถานภาพหรือ ชื่อเสียงของบุคคลและสถาบันต่างๆ ได้เช่นกัน ซึ่งการให้สถานภาพ (status conferral) มีศักยภาพมากกว่าที่คิด ด้วยความหลากหลายของวิธีการในการให้ค่านิยม รูปแบบ หรือการแสดงความคิดเห็นของสื่อซึ่งมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่น ของสาธารณชนในวงกว้างได้อย่างง่ายดาย

สำหรับแนวคิดในเรื่องการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของสื่อมวลชนนั้นผู้วิจัย ได้นำเอามาใช้เป็นแนวคิดหลักในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์บทบาทการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า โดยใช้เป็นกรอบวิเคราะห์ควบคู่กับการศึกษาในส่วนของรูปแบบ เนื้อหา และกระบวนการผลิตรายการ ว่ารายการมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน อย่างไร ซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงไปถึงผลกระทบต่อผู้ชม และผู้ที่ได้รับการให้สถานภาพจากรายการ โดยมีจุดที่น่าสนใจ คือ การให้สถานภาพของสื่อมวลชน (status conferral) นั้นอยู่ในกลุ่มทฤษฎีประเภทสื่อมีอิทธิพลระดับกลาง แต่กระบวนการในการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า นั้น กลับมีผลกระทบต่อผู้ชมในระดับมาก คือได้ผลทันทีและได้ผลในระดับพฤติกรรม จึงเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาเพื่อทำความเข้าใจต่อไป

4.แนวคิดเรื่อง ตลาด

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์(2549) กล่าวว่า กิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นดำรงอยู่ควบคู่มากับสังคมมนุษย์มาช้านานแล้ว ทั้งนี้เพราะไม่มนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนมีวิวัฒนาการไปเรื่อยๆ ตลาดก็มีพัฒนาการไปตามการขยายตัวของสังคมเมืองในยุคต่างๆ จากบันทึกของมา รโคโปโล เมื่อครั้งมาเยือนจีนกล่าวว่า ตลาดและการค้าเป็นปัจจัยให้เกิดภูมิปัญญาพื้นถิ่นของชาวจีนมากมาย และนับได้ว่าเป็นแหล่งที่ใช้เพื่อการสื่อสาร การประกาศ เผยแพร่ข่าวสารในชุมชนและระหว่างประชาชนกับรัฐ รวมถึงเป็นแหล่งแสดงมหรสพ แหล่งพบปะสังสรรค์ของคนหลากหลายวัย ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม จากที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่าตลาดไม่ใช่เป็นเพียงสถานที่สำหรับดำเนินกิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่แห่งชีวิตที่มีการปะทะสังสรรค์ของผู้คนในรูปแบบต่างๆที่น่าสนใจ

จากบทสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง ตลาดในสังคมไทย ซึ่งกิตติพร ใจบุญ (2549) ได้นำเสนอรูปแบบของคำว่าตลาดในความหมายเชื่อมโยงกับเรื่องพื้นที่ โดยแบ่งตลาดเป็นแบบต่างๆดังนี้

— ตลาดน้ำ/ ตลาดบก

เนื่องจากแต่เดิมผู้นิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ ลำน้ำจึงเป็นเส้นทางการสัญจรที่สำคัญ ตลาดน้ำจึงเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทย แต่ตลาดน้ำถูก

ลดความสำคัญลงไปมากตั้งแต่มีการตัดถนนซึ่งเป็นการพัฒนาการคมนาคมทางบก จนปัจจุบันตลาดน้ำมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ เช่นการปรับปรุงเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

— ตลาดสด

ในที่นี้หมายถึงตลาดที่เกิดขึ้นบนบก ซึ่งเกิดขึ้นตามการขยายตัวของชุมชน โดยลักษณะของตลาดสดมีการพัฒนาปรับตัวเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ ทั้งในด้านรูปแบบ การจัดระเบียบ ความสะดวก และขนาดซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละชุมชน โดยในตลาดสดมีประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องของระบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายด้วยกัน และระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง ตัวอย่างเช่น เรื่องการเป็นเจ้าของประจำในการซื้อขายสินค้า ซึ่งแบร์รี่ ไอแซค (Barry Isaac) (อ้างในพัชรี จงกำโชค , 2528) ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการที่ลูกค้าจะเลือกมีเจ้าของประจำคือ ความเชื่อตรงของผู้ขาย รู้จักกันมาก่อน เป็นญาติมิตรผู้ชาย อภยาศัยดี ซึ่งประโยชน์ของการมีเจ้าของประจำคือ ทางด้านลูกค้าก็จะได้รับความมั่นใจว่าผู้ขายจะเชื่อตรงต่อตน ทั้งเรื่องราคาและคุณภาพของสินค้าที่ซื้อ ทางด้านผู้ขายก็รู้ว่าลูกค้าประจำของตนต้องการอะไร และพยายามที่จะทำให้ลูกค้าพอใจมากที่สุด ซึ่งเป็นการป้องกันความเสี่ยงในการขายสินค้า เป็นต้น

— หาบเร่แผงลอย

คำว่า “หาบเร่” หมายถึงกิจกรรมการขายประเภทที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ต่างกับแผงลอยซึ่งอยู่ติดที่ โดยผู้ที่มีอาชีพหาบเร่และแผงลอย เป็นบุคคลหรือกลุ่มคนผู้ขายสินค้าหรือบริการประเภทใดก็ตามโดยใช้พื้นที่สาธารณะ ซึ่งหาบเร่ส่วนใหญ่จะรวมตัวกันเป็นกลุ่มในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของคนและคนเดินเท้าสูง เช่น พื้นที่ใกล้ตลาด จุดที่มีการเปลี่ยนรถ และรอบรถใกล้แหล่งสถาบันเทิงและย่านการค้า เป็นต้น

— ตลาดนัด

“ตลาดนัด” หมายถึง สถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าไม่ประจำ เป็นกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของผู้คนในแต่ละชุมชน ซึ่งกำหนดให้จัดขึ้นช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน แต่เป็นที่รู้จักกันในชุมชนนั้นๆ อาจปรากฏในรูปแบบตลาดไม่ประจำหรือตลาดตามฤดูกาล ทั้งที่เป็นตลาดน้ำและตลาดบกก็ได้ โดยปัจจุบันตลาดนัดมี หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

— ตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง

ตลาดที่ขายสินค้าเฉพาะอย่างมีมานานแล้ว โดยเฉพาะในสังคมไทย ซึ่งมีการประกอบอาชีพทางด้านการผลิตสินค้า หรืองานช่างต่างๆที่เป็นระบบอุตสาหกรรมในครอบครัว โดยปัจจุบันตลาดขายสินค้าเฉพาะอย่างพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ และมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของเมือง เช่น ตลาดกลางการเกษตร มักตั้งอยู่ตามชานเมือง (ในกรณีกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล) หรือตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางในระดับจังหวัดหรือ ภูมิภาค ทำให้ที่ตั้งมักมีพื้นที่กว้างขวางเพื่อสามารถรองรับสินค้าทางการเกษตรจำนวนมาก สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก เช่น ตลาดกลางข้าว ตลาดกลางยางพารา ตลาดกลางผักและผลไม้ เป็นต้น

— ย่านการค้า

สุนา อยู่โพธิ์ (2531) กล่าวถึงย่านการค้าหรือย่านพาณิชย์กรรมว่า หมายถึง อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีประชากรอยู่อาศัยและเป็นที่ยอมรับของร้านค้า หรือเป็นย่านที่มีคนนิยมไปจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นย่านการค้าจึงตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนหรือเมือง ใกล้เส้นทางที่การจราจรหนาแน่น มีระบบการคมนาคมเข้าถึงสะดวก ซึ่งย่านการค้าเริ่มมีพัฒนาการทั้งด้านที่ตั้ง ขนาด รูปแบบการให้บริการโดยมีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของเมือง

รวมตลาดทั้ง 6 รูปแบบซึ่งยังไม่ได้ครอบคลุมถึง ตลาดท้องถิ่นรวมถึง ตลาดรูปแบบใหม่ เช่นตลาดค้าขายออนไลน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ในตลาดยังมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เกิดตลาดที่สมบูรณ์คือ

องค์ประกอบของตลาด

- ผู้ค้า
- ผู้ซื้อ
- สินค้า
- บรรยากาศตลาด

นอกจากนี้ตลาดยังได้สะท้อนประเพณีเรื่องพื้นที่เรื่องเพศ อีกด้วย เช่นในหลายวัฒนธรรมผู้หญิงถูกกำหนดให้รับบทบาทเป็นผู้จ่ายตลาด เพื่อนำไปประกอบอาหารเลี้ยงครอบครัว พื้นที่

ตลาดจึงนับเป็นพื้นที่ของผู้หญิง ซึ่งสะท้อนได้จากภาพตลาดสด ที่เป็นเหมือนสมรภูมิของผู้หญิง ทั้งแม่ค้า และลูกค้าซึ่งมีจุดประสงค์เดียวกันในการหาเลี้ยงครอบครัวของตนเอง

จากแนวคิดเรื่องตลาด สามารถนำมาใช้เพื่ออธิบายความเข้าใจในแนวความคิดหลักของ รายการตลาดสดสนามเป้า เนื่องจากแนวคิดหลักของรายการเป็นเรื่องราวของ ตลาด ที่มากกว่า การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเท่านั้น แต่ตลาดยังมีความหมายอื่นที่ผู้ผลิตรายการได้ประกอบสร้าง ขึ้นในการนำเสนอ ซึ่งการใช้แนวคิดเรื่องตลาด โดยเฉพาะประเด็นเรื่องระบบความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ชายด้วยกัน และระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง ที่พบในตลาดสด ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการที่ลูกค้าจะ เลือกรับซื้อประจำคือ ความเชื่อตรงของผู้ชาย รู้จักกันมาก่อน เป็นญาติมิตรผู้ชาย อภัยาคดี ซึ่ง ประโยชน์ของการมีเจ้าประจำคือ ทางด้านลูกค้าก็จะได้รับความมั่นใจว่าผู้ชายจะซื้อตรงต่อ ตน ทั้ง เรื่องราคาและคุณภาพของสินค้าที่ซื้อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรมของผู้ ค้าขายซึ่งรายการตลาดสดสนามเป้า ได้มีการนำเสนอในประเด็นดังกล่าวเพื่อให้สถานภาพแก่ บุคคลและสถาบันในรายการ การนำเสนอประเด็นดังกล่าว มาประกอบการวิเคราะห์ รวมถึงเรื่อง องค์ประกอบของตลาดที่ผู้วิจัยจะได้นำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาที่นำเสนอในรายการ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจ ลักษณะกระบวนการประกอบสร้าง วัตถุประสงค์ เนื้อหา แนวคิดของรายการ และกลุ่มผู้ชมที่เป็นเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการให้สถานภาพของสื่อมวลชน

1. อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2534) บทบาทของข่าวโทรทัศน์ที่มีต่อการให้สถานภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงเรื่องเนื้อหาข่าวโทรทัศน์ที่มีต่อการให้สถานภาพแก่บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่างๆในสังคม โดยศึกษาขอบเขตของข่าวโทรทัศน์ภายใน ประเทศ ซึ่งมีปัญหา นำวิจัยว่าข่าวโทรทัศน์ได้ให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันต่างๆในสังคมได้อย่างไร สถานภาพ ของบุคคลมีกี่ประเภท ข่าวโทรทัศน์ให้สถานภาพประเภทใดบ้าง และข่าวโทรทัศน์สร้างความหมาย เพื่อให้สถานภาพได้ อย่างไร โดยใช้แนวความคิดเรื่อง สถานภาพ ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ ของ สื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ และแนวคิดการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์มาเป็นกรอบในการวิจัย โดยมีข้อค้นพบว่า ข่าวในประเภทต่างๆจะมีการให้สถานภาพที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเนื้อหาข่าวเป็น ให้สถานภาพแบบที่ได้มาโดยการสืบทอดและการให้สถานภาพแบบที่ได้มาโดยความสามารถ โดย

มีลักษณะเป็นการเสริม คงไว้ และลดทอนสถานภาพ ให้สถานภาพใหม่ ต่างจากสถานภาพเดิม เพิ่มสถานภาพจากเดิม เช่นข่าวการชนะการแข่งขันหรือการประกวด จะมีการให้สถานภาพแบบที่ได้มาโดยความสามารถ เป็นลักษณะการเพิ่มสถานภาพจากเดิมเป็นต้น รวมถึงการพบว่าการจัดลำดับของการรายงานข่าวมีความเกี่ยวข้องกับทำให้ความสำคัญของบุคคลตามลำดับสถานภาพ จากการศึกษางานวิจัยนี้ทำให้เข้าใจในเรื่องของการให้สถานภาพของสื่อมวลชนแก่บุคคล องค์กรและสถาบันต่างๆในสังคม เนื้อหาและลักษณะในการสร้างข่าว ที่เป็นส่วนสำคัญในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันต่างๆในสังคม รวมถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดเนื้อหาข่าวที่มีส่วนเสริมสร้างสถานภาพของสื่อ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจเรื่องลักษณะของการให้สถานภาพ (status conferral) ของสื่อมวลชนผ่านการรายงานการประเพณข่าวดิจิทัล ทำให้เห็นถึงบทบาทและความสำคัญของสื่อในการให้การสถานภาพแก่บุคคลและสถาบันต่างๆในสังคม

2. พิมพวัล พานิชรุทติวงศ์ (2544) ศึกษา **เรื่องการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเชลล์ชวนชิม** งานวิจัยนี้ได้เน้นการศึกษาในเรื่องของกระบวนการสื่อความหมายของป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของรสชาติอาหารโดยผ่านสื่อต่างๆอย่างไร และเรื่องของความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อป้ายเชลล์ชวนชิมว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดอิทธิพลของผู้ส่งสาร และแนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพ โดยผลการศึกษาพบว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารคือ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ มีอิทธิพลอย่างมากต่อความเชื่อถือในป้ายเชลล์ชวนชิม และกระบวนการสื่อความหมายผ่านสื่อต่างๆทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางในการสร้างความเชื่อมั่นและโน้มน้าวผู้บริโภคให้คล้อยตาม โดยผลที่มีต่อร้านอาหารที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์เชลล์ชวนชิมนั้น ถือว่าได้ประโยชน์ในด้านของการประชาสัมพันธ์ให้ร้านเป็นที่รู้จักในช่วงแรก แต่หลังจากนั้นต้องเป็นที่ตัวของผู้ค้าเองในการรักษาคุณภาพของอาหารเอาไว้ จากการศึกษาวิจัยนี้สามารถนำมาใช้ในเรื่องการทำความเข้าใจเรื่อง การทำความเข้าใจเรื่องกระบวนการสื่อความหมายการรับรองคุณภาพโดยผ่านสื่อ ซึ่งประเด็นที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่เกี่ยวกับประเด็นการให้การรับรองคุณภาพ โดยกรณีที่ต้องการศึกษาในเรื่องของการให้การรับรองคุณภาพบุคคลหรือสถาบันที่ื่อนำมาเสนอว่ามีกระบวนการอย่างไร และสามารถทำความเข้าใจโดยศึกษาจากกรณีของ หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ที่เป็นผู้ให้การรับรองคุณภาพของร้านอาหารต่างๆ ซึ่งต้องมีกฎเกณฑ์การคัดเลือกร้านโดยตัวท่านเองถ้าหากมีข้อผิดพลาดต่างๆ ท่านเองจึงต้องรับผิดชอบโดยการต้องกลับไปตรวจสอบคุณภาพร้านอาหารต่างๆที่เคยได้รับป้ายเชลล์ชวนชิมว่า

ยังคงคุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่อย่างไร และหากไม่ได้คุณภาพเดิมที่ท่านเคยรับรอง ท่านจึงต้องตำหนิผ่านทางสื่อต่างๆเพื่อเป็นเหมือนการลดสถานภาพร้านที่ไม่ได้มาตรฐานเดิม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าหากบุคคลหรือสถาบันที่สื่อให้การรับรองคุณภาพไปแล้ว เกิดความผิดพลาดย่อม ต้องเกิดผลเสียหายต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้สถานภาพ ดังนั้นขั้นตอนการคัดเลือกเพื่อนำเสนอให้การรับรองนั้นจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆแก่สังคม

3. วราภรณ์ ชื่อประดิษฐ์กุล (2540) ศึกษาเรื่อง **การนำเสนอประเด็นของสมรภัษ คำสิงห์ในสื่อมวลชน** โดยการวิจัยนี้มุ่งศึกษาการสร้างภาพความเป็นจริงให้กับ สมรภัษ คำสิงห์ ของหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ที่มีแนวทางในการนำเสนอแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ทุกแนวเสนอข่าวสมรภัษ คำสิงห์เป็นบุคคลที่ถูกทำให้มีชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก โดยพบการสร้างวาทกรรมเพื่อให้ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละแนวทางของหนังสือพิมพ์ เช่น ภาพสุภาพบุรุษที่ยิ่งใหญ่ ภาพลูกกตัญญูจะปรากฏในหนังสือพิมพ์แนวการเมือง ภาพสามีที่แสนดีจะปรากฏในหนังสือพิมพ์เนื้อหาแนวเข้าใจผู้อ่าน เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาในประเด็นดังกล่าวสามารถสะท้อนบทบาทของสื่อมวลชนอีกประการหนึ่งคือการให้สถานภาพแก่บุคคลซึ่ง อยู่ในประเด็นข่าว เนื่องจากสมรภัษ คำสิงห์เป็นบุคคลที่ถูกสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวเนื่องจาก การประสบความสำเร็จในการได้รับเหรียญทองคนแรกในประเทศไทย จากการแข่งกีฬาโอลิมปิกปี พ.ศ.2539 ทำให้เป็นบุคคลที่กลายเป็นที่สนใจถูกจับจ้องจากสาธารณะ โดยมีสื่อมวลชนในฐานะเป็นตัวกลางที่แทรกอยู่ระหว่างผู้อ่านกับข้อเท็จจริง สื่อจะมีกระบวนการในการสร้างภาพความเป็นจริงเพื่อนำเสนอแก่สังคมอย่างไร ซึ่งในประเด็นการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้านั้น มีส่วนของการประกอบสร้างภาพของบุคคลและสถาบันที่รายการได้ให้การรับรองสถานภาพเช่นกัน เพราะนอกจากการเน้นประเด็นเรื่องของความเชี่ยวชาญหรือความมีคุณภาพของสินค้าหรือความสามารถของบุคคลแล้ว รายการตลาดสดสนามเป้ายังได้มีการประกอบสร้างภาพของ ความมีคุณธรรมและจริยธรรมของบุคคลที่รายการนำเสนอ เช่น คุณธรรมเรื่องความซื่อสัตย์ ความซนหมั่นเพียร ความอดทน ความรักครอบครัว ซึ่งรายการได้ประกอบสร้างภาพดังกล่าวให้กับผู้ชม งานวิจัยชิ้นนี้จึงช่วยในการทำความเข้าใจเรื่องการประกอบสร้างภาพความเป็นจริงของสื่อมวลชนได้ชัดเจน

4. Peter Simonson (1999) **Mediated Sources of Public Confidence: Lazarsfeld and Merton Revisited** บทความนี้ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการให้สถานภาพ (status conferral) โดยได้ขยายแนวคิดของ Lazarsfeld และ Merton ที่เคยนำเสนอประเด็น status

conferral ไว้ โดยได้หยิบยก งานวิจัยที่ผ่านมาที่มีการศึกษาในเรื่องของความเชื่อมั่นของ
 สาธารณชน ซึ่งพบว่าสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความเชื่อมั่น ความมั่นใจแก่
 สาธารณะ รวมถึงพัฒนาการของการให้การรับรองหรือการสร้างความมั่นใจตั้งแต่ในสมัยยุคก่อน
 ยุคทันสมัย ในเรื่องของอิทธิพลของผู้ส่งสารที่สร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้ฟัง จนมาถึงยุคที่สื่อมวลชน
 มีบทบาท จากแนวคิดของ Lazarsfeld และ Merton เรื่อง Status Conferral ที่ว่าสื่อมวลชนมี
 แนวนิยมในการสร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณะมากขึ้น โดยได้อ้างถึงคำกล่าวของ Webber
 (1922/1987) ที่กล่าวว่า มีเพียงลักษณะการใช้ชีวิต ชาติกำเนิด การศึกษา และอาชีพเท่านั้นที่เป็น
 แหล่งที่มาของสถานภาพทางสังคม แต่ Lazarsfeld และ Merton ได้ชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนสามารถ
 เป็นแหล่งที่มาของการให้สถานภาพทางสังคมได้เช่นกัน

แนวทางการให้สถานภาพ (status conferral)

สื่อมวลชนฝั่งค่านิยมต่างๆแก่ สังคมในรูปแบบของเครือข่ายที่โยงใยสัมพันธ์กัน การให้
 สถานภาพคือกระบวนการในการสร้างค่านิยมซึ่งเป็นการช่วยรับรองให้ความเชื่อมั่นแก่สาธารณะ
 ซึ่งทำได้ในหลายแนวทางดังนี้

1. โดยการที่สื่อนำเสนอเรื่องราวนั้นๆต่อสาธารณชน
2. โดยคุณสมบัติพิเศษในการแสดงความคิดเห็นของสื่อ
3. โดยการนำเสนอร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
4. โดยลักษณะสำคัญที่เหมาะสมของเทคโนโลยีการสื่อสาร

นอกจากนี้ยังได้นำเสนอ หลักเกณฑ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการสร้างความเชื่อมั่น
 แก่สาธารณชน ดังต่อไปนี้

1. ความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity)
2. ความพิเศษ (specialness)
3. ความน่าเชื่อถือ (credibility)
4. ความเป็นที่นิยม (popularity)

ความสามารถถูกเชื่อมโยงกับชื่อเสียงของสถาบันสื่อมวลชน และการรับรู้เกี่ยวกับความ
 น่าเชื่อถือของหน้าที่ในการเป็น Gate Keeper ของสื่อ การแสดงความคิดเห็นของสื่อได้ถ่ายทอด

ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของตัวเอง แก่บุคคลหรือสถาบันที่ได้ให้การรับรองในฐานะที่มีความเกี่ยวข้องกัน การปรากฏในสื่อเป็นการเผยแพร่สถานภาพ ด้วยประเด็นของความพิเศษ (specialness) และความน่าเชื่อถือ (credibility) เช่น นักข่าวที่น่าเชื่อถือได้ให้น้ำหนักความน่าเชื่อถือแก่เรื่องที่รายงานด้วยชื่อเสียงของตนเอง เป็นต้น

การให้สถานภาพตามหลักแล้วถือเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารสาธารณะ ไม่ว่าจะในโทรทัศน์ วารสารวิชาการ ในการเดินขบวน ในการกล่าวสุนทรพจน์ และในหลากหลายรูปแบบ โดยผ่านกระบวนการสร้างค่านิยมซึ่งเป็นการให้ชื่อเสียง แก่บุคคลและสถาบัน กล่าวโดยสรุปแล้วนั้น การให้สถานภาพเป็นกุญแจในกระบวนการของสื่อมวลชนในการฝังค่านิยม และชี้้นำให้เห็นถึงความสำคัญและควมมีค่าของบุคคลหรือสถาบันที่สื่อให้สถานภาพ ซึ่งเมื่อสื่อสามารถให้สถานภาพได้ ก็ย่อมสามารถลด หรือทำลายสถานภาพ หรือชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของบุคคลหรือสถาบันได้เช่นกัน

5. Patricia J. Priest (1996) "Guilt by Association" : Talk Show Participants' Televisually Enhanced Status and Self-Esteem บทความนี้ได้กล่าวถึงการปรากฏตัวของผู้ร่วมรายการทอล์คโชว์ ที่ได้นำเอาเรื่องราวของชีวิตมาเปิดเผยผ่านสื่อที่มีอิทธิพลอย่างสูงคือโทรทัศน์ โดยผู้ศึกษามีความสนใจในมุมมองความรู้สึกของผู้ร่วมรายการที่มีต่อตนเองหลังจากออกรายการ โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของบุคคลที่เคยออกรายการทอล์คโชว์ โดยเน้นบุคคลที่นำเสนอเรื่องราวของตนเอง ที่สะท้อนกลุ่มคนชายขอบ หรือกลุ่มคนที่ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมเช่น กลุ่มคนรักร่วมเพศ หญิงขายบริการ หรือผู้เสพยาเสพติด เป็นต้น รวมถึงบุคคลที่มีประสบการณ์ในชีวิตต่างๆ เช่น เด็กผู้ป่วยเป็นโรคเอ็ดส์ คนที่เคยถูกการล่วงละเมิดทางเพศ หรือบุคคลที่ผ่านการทำศัลยกรรมเป็นต้น โดยจากงานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่าผู้ร่วมรายการตอบรับโอกาสในการออกรายการโทรทัศน์ เนื่องจากเชื่อว่าสาธารณชนต้องการฟังเรื่องราวของตนเอง และได้กล่าวถึงงานศึกษาในเรื่องของรายการทอล์คโชว์ซึ่ง Munson (1993) กล่าวว่า รายการทอล์คโชว์ได้เชื่อมโยงผสมผสาน การสนทนา การสื่อสารระหว่างบุคคล (post modern) กับ ธรรมเนียมการถ่ายทอดเรื่องราวโดยปากเปล่า (pre modern) เข้ากับการสื่อสารโดยสื่อมวลชนในยุคทันสมัย (Modern) มีการศึกษามากมายเกี่ยวกับรายการประเภททอล์คโชว์ แต่ยังไม่มีการตั้งคำถามถึงผู้ร่วมรายการเกี่ยวกับผลจากการปรากฏในสื่อ จากศักยภาพของโทรทัศน์ในการสร้างสถานภาพของคนที่ยกย่องในสื่อ โดยได้ยกแนวคิดของ Lazarsfeld และ Merton (1948) ที่ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อที่เรียกว่า การให้สถานภาพ (status conferral)

จากกรณีตัวอย่างที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาพบว่าหลังจากการออกรายการ ผู้ร่วมรายการ เป็นที่รู้จักและจดจำจากผู้ชมรายการ โดยได้รับผลกระทบในแง่ที่ดีในการเข้ามาทักทาย พูดคุย รวมถึงการได้รับจดหมาย หรือโทรศัพท์ที่ใจทำให้ผู้ร่วมรายการมีความรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีค่ามากกว่าที่เคย รวมถึงมีผลกระทบทำให้ผู้ที่เคย มาออกรายการกลายเป็นผู้นำความคิดเห็น หรือตัวแทนของคนในกลุ่มตนเองและกลายเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง โดยการได้ออกรายการ โทรทัศน์เป็นการสร้างความรู้สึกเคารพและมั่นใจในตนเองแก่ผู้ที่ได้ออกรายการ ซึ่งมีความรู้สึกว่า เรื่องราวของตนเองที่ได้ถูกเลือกออกไปนำเสนอมีความสำคัญพอที่จะเป็นตัวแทนของกลุ่ม จากคน ชายขอบหรือกลุ่มคนที่สังคมไม่ยอมรับ ได้มีพื้นที่ที่สามารถเข้ามาสู่สังคมกลายเป็นคนที่มีค่า พอที่ผู้คนจะรับฟังในการแสดงความคิดเห็นในระดับประเทศ นอกจากนั้นการได้ออกรายการ โทรทัศน์ยังได้รับความสนใจจากสื่อขยายไปในวงกว้าง ซึ่งหน้าที่การให้สถานภาพในประเด็นที่ บุคคลที่ถูกเลือกในฐานะที่มีค่าน่าสนใจ แต่กับบุคคลที่ถูกละเลยเป็นเหมือนคนชายขอบเมื่อได้ถูก นำเสนอเรื่องราวของตนเองในพื้นที่สาธารณะผ่านทางรายการโทรทัศน์ ก็ได้เปลี่ยนสถานภาพมา เป็นคนที่มีชื่อเสียง และได้กลับเข้ามาสู่สังคม จึงถือได้ว่าสื่อมีพลังในการให้ความสำคัญแก่บุคคล และทำให้เป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไปได้

จากงานวิจัยดังกล่าวสามารถใช้ในการทำความเข้าใจเรื่องการให้สถานภาพของสื่อผ่าน รายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ รวมถึงผลกระทบที่มีต่อผู้ที่ออกรายการซึ่งเป็นประเด็นที่ตรงกับ ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ทั้งในเรื่องบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของสื่อ และ ผลกระทบที่มีต่อผู้ร่วมรายการ ตลอดจนสอบถามว่า ได้มีความเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบ ใดๆบ้าง ซึ่งเป็นการขยายการวิจัยในประเด็นการให้สถานภาพของสื่อออกไปในรายการ ประเภทปิกนิกะบันเทิง (variety show) ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทปิกนิกะบันเทิง

6.ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน(2535) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบ รายการปิกนิกะบันเทิง (พ.ศ. 2532-2535) โดยงานวิจัยนี้ได้เน้นการศึกษาลักษณะรายการวาไรตี้ ที่นำเสนอในช่วง พ.ศ. 2532-2535 ซึ่งเป็นช่วงที่มีรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้เกิดขึ้น หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์กลยุทธ์การนำเสนอรายการ รวมถึงกระบวนการในการสร้างสรรค์ และผลิตว่ามีขั้นตอนและแนวคิดอย่างไร โดยได้เลือกศึกษารายการจากกลุ่มตัวอย่าง คือรายการ สี่มุมสแควร์ รายการจันทร์กระจิบ และรายการทไวไลท์โชว์ ซึ่งพบว่ารายการประเภทปิกนิกะบันเทิงนั้นมีลักษณะที่มีความหลากหลายในเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญ

เป็นหลัก มักให้ความสำคัญในรูปแบบการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาสาระ โดยทั้ง 3 รายการมีขอบเขตเนื้อหา สาระคล้ายคลึงกันในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตและผลงานของบุคคลที่มีชื่อเสียง ดนตรี เพลง เรื่องตลก ความเคลื่อนไหวของสังคม ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำความเข้าใจถึงแนวคิดของรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงที่ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการทำความเข้าใจถึงรูปแบบ เนื้อหา รวมถึงกระบวนการผลิตรายการประเภทดังกล่าว เนื่องจากรายการตลาดสดสนามเป้าที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้น จัดอยู่ในประเภทรายการบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ ซึ่งกรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบ รายการบันเทิงสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาต่อไปได้

7.จันทนา เพชรพรหม (2545) ศึกษาเรื่อง **การนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยในรายการ “คุณพระช่วย”** งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาในประเด็นเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่นำเสนอในรายการคุณพระช่วยว่ามีเรื่องใดบ้าง และวิธีการนำเสนอความเป็นไทยในรายการเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดรายการประเภทบันเทิงมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษา เนื่องจากรายการคุณพระช่วยเป็นรายการประเภทบันเทิงที่สามารถนำเสนอเรื่องราวของเอกลักษณ์วัฒนธรรมความเป็นไทยต่างๆได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจ โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอโดยนำกรอบแนวคิดรายการบันเทิงมาเป็นหลัก เพื่อแบ่งการวิเคราะห์การนำเสนอความเป็นไทยของรายการ โดยแบ่งการศึกษาเป็นช่วงต่างๆของรายการ และวิเคราะห์ในส่วนเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ซึ่งมีองค์ประกอบต่างๆ โดยแบ่งแนวคิดเรื่องความเป็นไทยในรูปแบบต่างๆ เช่นลักษณะนิสัยของคนไทยที่ปรากฏผ่านการนำเสนอของพิธีกร เป็นต้น ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้ เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจเรื่องแนวคิดรายการประเภทบันเทิงได้อย่างชัดเจน รวมถึงวิธีวิจัยในการนำกรอบแนวคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ได้ในการวิเคราะห์การนำเสนอของรายการตลาดสดสนามเป้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

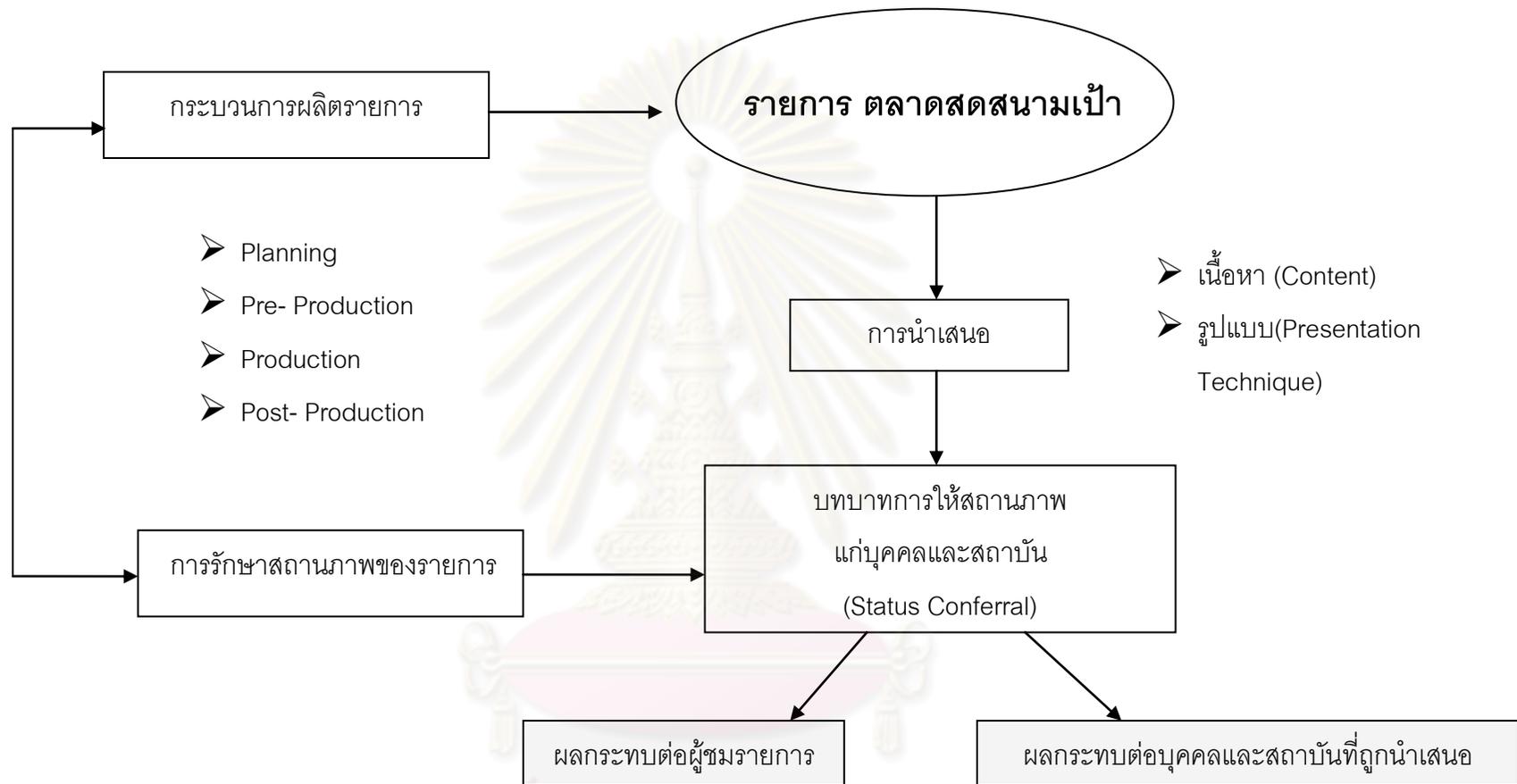
8.ชาลิสมา มากแผ่นทอง (2538) **วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน** เป็นงานวิจัยที่ศึกษาว่ารายการสารคดี “ทุ่งแสงตะวัน” มีกระบวนการผลิตรายการอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่ผลต่อกระบวนการผลิตรายการ เป็นการศึกษาที่เน้นที่ตัวผู้ผลิตรายการ โดยได้นำแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้

เข้าไปศึกษาแบบมีส่วนร่วมกับรายการคือได้ร่วมเดินทางไปถ่ายทำรายการ และได้นำเสนอกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์อย่างชัดเจน ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้ศึกษาอย่างยิ่ง ในการใช้เป็นกรอบเพื่อทำความเข้าใจในการวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการ ซึ่งมีความละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต การวางแผนงานและการหาข้อมูล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของรายการสารคดี ในการหาข้อมูล ประสานงานเพื่อการถ่ายทำ เนื่องจาก เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับการถ่ายทำรายการตลาดสดสนามเป้า ที่มีการถ่ายทำนอกสถานที่ ในบางส่วนของรายการ จึงทำให้เห็นภาพรวมของการผลิตรายการโทรทัศน์ จึงเป็นประโยชน์ในการใช้เพื่อประกอบเข้าใจการวิเคราะห์แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจน

9.บงกช อักษรดี (2539) **ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย ” ทางสื่อโทรทัศน์** เป็นการ ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ เรารักวัฒนธรรมไทย ว่ามีการนำเสนออย่างไร และผู้รับสารมีข้อเสนอแนะอย่างไรต่อการสื่อความหมายเรื่องวัฒนธรรมของรายการ โดยรายการต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหา และความคิดในการสื่อความหมายด้วยภาพ การเขียนบท การสื่อความหมายเรื่องวัฒนธรรม การนำเสนอให้ครอบคลุมเนื้อหา และมีความน่าสนใจจะทำได้อย่างไร เนื่องจากรายการเรารักวัฒนธรรมไทยเป็นรายการสารคดีสั้น จึงเป็นจุดที่น่าสนใจในการศึกษากระบวนการผลิตรายการ ซึ่งเน้นความสำคัญที่เรื่องของความถูกต้องของข้อมูลที่น่าเสนอในรายการ เนื่องจากประชาชนคาดหวังว่าสื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ การตรวจสอบข้อมูลจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญก่อนนำเสนอสู่สังคม ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์และอธิบายรายละเอียดในประเด็นกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในส่วนของขั้นตอนวางแผนการผลิต ซึ่งเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูล ซึ่งสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษากระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้าได้ เนื่องจากกระบวนการในการค้นหา คัดเลือก และตรวจสอบข้อมูลนั้น ถือเป็นหัวใจหลักที่มีความสำคัญต่อรายการตลาดสดสนามเป้าอย่างยิ่ง เนื่องจากการให้ส ถานภาพแก่บุคคลอื่นนั้น ถ้าหากเกิดความผิดพลาด ในกระบวนการคัดเลือกบุคคลมานำเสนอ อาจทำให้รายการเองต้องเสียความเชื่อมั่นจากผู้ชมรายการได้ ดังนั้นกระบวนการผลิตจึงถือเป็นกระบวนการสำคัญในการรักษาความน่าเชื่อถือของรายการไว้ได้

10. รมิดา รัชเชลล์ (2545) ศึกษาเรื่องบทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหาร ของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร ผู้วิจัยได้ศึกษาในประเด็นรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ บทบาทของรายการอาหารและพิธีกร ในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ รวมถึงผลของการสื่อความหมายมีผลต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหารของผู้ชมอย่างไร โดยการศึกษาพบว่าจากการรับชมรายการทำอาหารทางโทรทัศน์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ชมในแง่การคล้อยตามบุคคลผู้ดำเนินรายการ นำไปสู่การทดลองปฏิบัติ แต่พบว่าเป็นแบบชั่วคราวไม่ได้เปลี่ยนแปลงการปฏิบัติแบบถาวร และส่วนของบทบาทรายการที่พบคือบทบาทการสนับสนุนการสอนและการสาธิตมากที่สุดและบทบาทพิธีกร คือเป็นครูผู้สอน และผู้สาธิตมากที่สุด เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีการศึกษาในประเด็นของบทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการประกอบอาหาร ของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร เป็นการศึกษาทั้งตัวของผู้ส่งสาร รูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอ รวมถึงผลกระทบต่อผู้ชมรายการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานประเด็นการศึกษาที่ผู้ศึกษามีความสนใจ สามารถนำมาใช้เพื่อ ดูแนวทางการวิเคราะห์ในการจับประเด็น เรื่องบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลหรือร้านค้า ของรายการตลาดสดสนามเป้าที่ผู้อ่านต้องการศึกษาได้ ทั้งในส่วนของการใช้ทฤษฎีเข้ามาเป็นกรอบ การแบ่งประเด็นนำเสนอ โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ มีการวิเคราะห์รายการ โดยแบ่งออกเป็นช่วงต่างๆ และใช้แนวคิดการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อวิเคราะห์การสื่อความหมาย ทำให้ผู้อ่านได้ประโยชน์จากรูปแบบการวิเคราะห์ในลักษณะดังกล่าว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 2.1 แสดง Conceptual Framework ของการวิจัย บทบาทและกระบวนการในการให้สถานะภาพแก่บุคคลและสถาบัน ในรายการตลาดสดสนามเป้า

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องบทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นในส่วนของผู้ส่งสาร (sender) และ สาร (message) เพื่อตอบปัญหานำวิจัย ที่ว่า รูปแบบ และเนื้อหาของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” เป็นอย่างไร และกระบวนการผลิตรายการ เพื่อให้การรับรองบุคคลและสถาบันที่นำเสนอในรายการ มีลักษณะใด รวมถึงผลกระทบ (effect) ของการให้การรับรองบุคคลและร้านค้าต่างๆของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ได้ก่อให้เกิดผลอย่างไรบ้างต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกรับเสนอในรายการ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 แหล่งข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร
2. ข้อมูลประเภทวีดิทัศน์
3. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล
 - ผู้ผลิตและผู้ควบคุมการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า
 - บุคคล และเจ้าของร้านค้าที่เคยถูกนำเสนอในรายการ

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภท เอกสาร เอกสารต่างๆ รวบรวมข้อมูล บทความ บทวิจารณ์จาก นิตยสารต่างๆจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ อินเทอร์เน็ต ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการ ตลาดสดสนามเป้า เพื่อให้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการวิจัย
2. ข้อมูลประเภทวีดิทัศน์ รวบรวมวีดิทัศน์รายการตลาดสดสนามเป้า
 - เพื่อศึกษาพัฒนาการรายการ รวบรวมวีดิทัศน์รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ ตุลาคม

- เพื่อศึกษารูปแบบเนื้อหารายการในปัจจุบันรวมรวบวิธีทัศน์ที่ออกอากาศตั้งแต่เดือน มิถุนายน ถึงเดือน ตุลาคม 2552 เป็นจำนวน 20 ตอน

3. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

3.1 การสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการผลิตรายการ ตลาดสดสนามเป้า คือ

- ผู้ควบคุมรายการ คุณวิฑูรย์ อรุณเลิศวิทยา
- ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ คุณสุกัญญา แซ่ฟู

โดยมีกรอบคำถามดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

- ที่มาของรายการ
- แนวคิดหลักของรายการ
- วัตถุประสงค์ของรายการ
- กลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการ
- พัฒนาการของรายการ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง
- ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบรายการ

วิธีการนำเสนอ

- เกณฑ์ ในการเลือกพิธีกร
- เกณฑ์การเลือกผู้ร่วมรายการ
- แนวคิดในการกำหนดบรรยากาศ ฉาก แสง สี เสียง
- รูปแบบของรายการ การวางตำแหน่งในแต่ละช่วงของรายการ

กระบวนการผลิตรายการ

- โครงสร้างทีมงานผลิตรายการ
- การเข้าแหล่งข้อมูลจากทางใดบ้าง
- วิธีการ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาข้อมูลในการนำเสนอรายการ
- กระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

- การสร้างสรรค์ประเด็นเพื่อการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการ
- ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการ
- ผลตอบรับจากผู้ชมรายการ

3.2 สัมภาษณ์บุคคล และเจ้าของร้านค้าที่เคยถูกนำเสนอในรายการจำนวน 10 ร้าน โดยเลือกกลุ่มบุคคลและร้านค้าโดยใช้เกณฑ์เรื่องความหลากหลายของประเภทร้านในการเลือก สัมภาษณ์ เพื่อสำรวจผลกระทบหลังจากการถูกนำเสนอออกรายการตลาดสดสนามเป้า โดยมี ร้านค้ากลุ่มตัวอย่างดังนี้

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) คุณ นิภาภรณ์ นาคประเสริฐ | เจ้าของร้านข้าวเหนียวหมูแจ๊ซ้อย |
| 2) คุณ กุลนาถ นาวาธิติพรรณ | เจ้าของร้านเจ้เปิ้ลขนมหวานส้มเพ็ง |
| 3) คุณ รอด ศาลาดิน | เจ้าของร้านขนมถึงทอง |
| 4) คุณ อรุณ อัครกุล | เจ้าของร้านอาหารฟู้ด้อ |
| 5) คุณ สุวรินทร์ กองแก้ว | เจ้าของร้านก๋วยเตี๋ยวไก่มะระพิศดาร |
| 6) คุณ ธาณินทร์ เหลืองบารมี | เจ้าของร้านเฮียเล็กก๋วยจั๊บหมู 3 อย่าง |
| 7) คุณ โสภณ สุขุมาลพันธ์ | เจ้าของร้านหมูพะไล้จตุจักร |
| 8) คุณ พิกุล ศรีแก้ว | เจ้าของร้านข้าวเหนียวหมู น. ศรีแก้ว |
| 9) คุณ ธงชัย ใจสมบุญ | เจ้าของร้านอาหารเจป่าทิว |
| 10) คุณ จ๋านง ทวีผดุง | เจ้าของร้านอาหารโมกซ์ (ซอสอาหาร) |

โดยมีกรอบคำถามดังต่อไปนี้

ประวัติความเป็นมา

- ประวัติความเป็นมาของบุคคลหรือร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ เช่น เคยได้รับการนำเสนอผ่านรายการอื่นหรือสื่อประเภทอื่น ๆ มาก่อนหรือไม่อย่างไร
- ความเป็นมาในการได้รับเลือกเพื่อนำเสนอในรายการ
- ประเด็นที่ถูกนำเสนอในรายการ

ความเชื่อถือในสถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า

- รู้จักรายการมาก่อนหรือไม่
- มีความเชื่อถือในตัวรายการตลาดสดสนามเป้าหรือไม่
- ถ้ามีความเชื่อถือในตัวรายการเนื่องจากปัจจัยใด

ผลกระทบหลังจากการออกรายการ

- หลังจากการออกรายการส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลหรือร้านค้าอย่างไรบ้าง เช่น ยอดการขายหลังออกรายการหรือจำนวนลูกค้า
- การพยายามรักษามาตรฐานของตนเองให้คงคุณภาพต่อไปหรือไม่อย่างไร
- การได้รับเลือกไปออกรายการก่อให้เกิดความรู้สึกอย่างไรบ้าง

และศึกษาผลกระทบที่มีต่อผู้ชม โดยผ่านการสำรวจการแสดงความคิดเห็นในการสนทนาทางสื่ออินเทอร์เน็ต ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรายการตลาดสดสนามเป้าว่ามีความคิดเห็นในลักษณะใดบ้าง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนของการวิเคราะห์ ในส่วนของรูปแบบและเนื้อหา (Format and Content) ของรายการที่น่าเสนอเพื่อตรวจสอบว่ามีวิธีการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาอย่างไรบ้าง โดยใช้แนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิงและแนวคิดเรื่องตลาดเป็นกรอบในการวิเคราะห์

2. วิเคราะห์ ในส่วนของกระบวนการในการประกอบสร้างรายการเพื่อให้การรับรองแก่บุคคลและสถาบันว่ามีขั้นตอนอย่างไร โดยเน้นที่ผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการ โดยการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตและควบคุมรายการ และใช้แนวคิดเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์และแนวคิดเรื่องกรให้สถานภาพของสื่อ เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

3. ตรวจสอบผลของการรับรองบุคคลและร้านค้าต่างๆ ที่มีต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอผ่านรายการตลาดสดสนามเป้าโดยการทำการสำรวจและสัมภาษณ์บุคคลและร้านค้าที่เคยออกรายการว่ามีผลกระทบในแง่ใด อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมถึงสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการ โดยผ่านการแสดงออกในหัวข้อสนทนาทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ทราบผลโดยกว้างๆ

3.4 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัย จะนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายเนื้อหาจากการวิเคราะห์โดยแบ่งเนื้อหาการนำเสนอเป็นสามบท ดังต่อไปนี้

การนำเสนอข้อมูลบทที่ 4

นำเสนอเนื้อหา ว่ามีลักษณะการนำเสนอ ในมุมมองและลักษณะใดบ้าง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นช่วงต่างๆของรายการ โดยใช้แนวคิดรายการปกิณกะบันเทิง เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาว่ามีช่วงใดบ้างที่มีการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน โดยแจกแจงจากตอนของรายการที่เลือกมาศึกษาเพื่อให้เห็นภาพรวมของรายการ

การนำเสนอข้อมูลบทที่ 5

วิเคราะห์กระบวนการของการผลิตรายการ เพื่อวิเคราะห์บทบาทในการให้การสถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” มีลักษณะอย่างไร โดยนำเอาข้อมูลในส่วนของการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความสำคัญในการผลิตรายการ และ ละครควบคุมรายการตลาดสดสนามเป้ามานำวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดการผลิตรายการโทรทัศน์และ แนวคิดเรื่องการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในการพิจารณา รวมถึงการสำรวจผลกระทบของบุคคลและร้านค้าต่างๆที่เคยถูกนำเสนอในรายการ โดยการบรรยายแจกแจงข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ และ สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการ และผู้ที่ถูกนำเสนอในรายการผ่านการแสดงความคิดเห็นในสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้เห็นผลกระทบต่อผู้รับสารที่ชัดเจน

การนำเสนอข้อมูลบทที่ 6

สรุปอภิปรายผลที่ได้รับจากการวิจัยเพื่อตอบคำถามนำวิจัยและนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ โดยเชื่อมโยงกับประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบประเด็นข้อสันนิษฐาน และข้อเสนอแนะ สำหรับผู้วิจัย อื่นๆที่สนใจศึกษาเรื่องดังกล่าวในแง่มุมอื่นต่อไป

บทที่ 4

ที่มา การพัฒนาการ รูปแบบ และเนื้อหาของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” และบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน

ในบทนี้เป็นการนำเสนอ ที่มา พัฒนาการ และรูปแบบ เนื้อหารายการ “ตลาดสดสนามเป้า” และบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน โดยแบ่งการนำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

4.1 ความเป็นมาของรายการตลาดสดสนามเป้า

- 4.1.1 แนวคิดของรายการ
- 4.1.2 วัตถุประสงค์รายการ
- 4.1.3 กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

4.2 พัฒนาการรายการตลาดสดสนามเป้า

- 4.2.1 พัฒนาการเนื้อหารายการ
- 4.2.2 พัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการ

4.3 การนำเสนอเนื้อหา และรูปแบบรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคปัจจุบัน (ตุลาคม 2552)

- 4.3.1 เนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้าในยุคปัจจุบัน
- 4.3.2 วิธีการนำเสนอรายการในยุคปัจจุบัน

4.4 บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า

- 4.4.1 บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคล
- 4.4.2 บทบาทการให้สถานภาพแก่ร้านค้า และสินค้า
- 4.4.3 บทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพ
- 4.4.4 บทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาด

4.1 ความเป็นมาของรายการตลาดสดสนามเป้า

รายการตลาดสดสนามเป้าผลิตโดยบริษัท โพลีพลัส เอนเตอร์เทนเมนท์ โดยมี อรรถพรณ วัชรพล เป็นกรรมการผู้จัดการ ซึ่งหลังจากเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 3 มกราคม พ.ศ.2537 ได้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ในหลากหลายประเภท เช่นรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ รายการเกมส์โชว์ และละครเป็นต้น โดยมีรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆในปัจจุบันดังนี้

- ช่อง 3 รายการราตรีสโมสร และรายการ คี๊ก 12 ราศี
- ช่อง 5 รายการตลาดสดสนามเป้า
- ช่อง 7 รายการวันวานยังหวานอยู่
- ช่อง 9 รายการวีไอพี และรายการดาวกระจาย

(polyplus, 2552: ออนไลน์)

จุดเริ่มต้นของการเกิดรายการตลาดสดสนามเป้า เริ่มต้นจากบริษัทโพลีพลัส เอนเตอร์เทนเมนท์ที่ได้รับเวลาในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ตามนโยบายการปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในปี พ.ศ. 2548

พล.ท.เลิศฤทธิ์ เวชสวรรค์ ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 เปิดเผยผังรายการ ปี 2548 ซึ่งจะเริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไปว่า ยังคงเน้นนโยบายรายการส่งเสริมสถาบันครอบครัว เด็กและเยาวชน โดยมีสัดส่วนรายการข่าว และสาระมากกว่า 50% ของรายการทั้งหมด เพื่อขนานรับนโยบายของทางภาครัฐ โดยผังรายการใหม่จะมีรายการเพื่อครอบครัวหลากหลายรูปแบบ ทั้งสารคดีสั้น เกมโชว์ วาไรตี้ เรียลลิตี้โชว์ กีฬา รวมถึงสาระบันเทิงด้านอื่นๆ ซึ่งสถานี จะติดตามประเมินผลการปรับผังรายการอย่างต่อเนื่องทุก 3 เดือน เพื่อครอบคลุมคุณภาพและความนิยมของผู้ชม

(gotomanager, 2548: ออนไลน์)

บริษัทผู้ผลิตได้รับช่วงเวลาในการออกอากาศรายการในวันอาทิตย์เวลาประมาณ 20.10-21.10 น. เป็นเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้ควบคุมรายการและทีมงานจึงได้มีการประชุมเพื่อวางแผนในการสร้างสรรค์และผลิตรายการ โทรทัศน์เพื่อออกอากาศ เป็นรายการประเภท ปกิณกะบันเทิงตามนโยบายของทางสถานีจึงเกิดแนวคิดและรูปแบบของรายการตลาดสดสนามเป้าในเวลาต่อมา โดยรายการ"ตลาดสดสนามเป้า" ได้เริ่มผลิตและออกอากาศในวันที่ 2 ตุลาคมปี พ.ศ. 2548 ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 โดยออกอากาศทุกวันอาทิตย์เวลา ประมาณ 20.15-21.10 น.เป็นต้นมา

“ในยุคแรกๆ สิ่งที่เราต้องคำนึงคือรายการเราอยู่ในช่อง 5 คือคิดในเชิงธุรกิจ คู่แข่งเรา 3 กับ 7 มีละคร prime time ที่มีคนดูกลุ่มใหญ่ของประเทศ โจทย์ของเราคือทำอย่างไรให้ดึงดูดได้ดู เราให้เรามี segment ว่า 3 ก็อย่างหนึ่ง 7 ก็อย่างหนึ่ง ละครมาตีเราอยู่สองข้าง เป็นโจทย์ที่ยากมากในช่วงแรก”

(วิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

4.1.1 แนวคิดของรายการตลาดสดสนามเป้า

จุดเริ่มต้นของรายการเริ่มจากความคิดประเด็นหลักเรื่องของตลาดโดย วิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา ผู้ควบคุมรายการได้เสนอความคิดว่ายังไม่มีรายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอ หรือกล่าวถึงเรื่องราวของตลาดสดจริงๆ จึงทำให้เกิดรายการตลาดสดสนามเป้าเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของตลาด รวมถึงผู้คนใน “ตลาด” ซึ่งเป็นเสมือนโรงละคร สะท้อนชีวิต ความทุกข์ ความสุขของผู้คน รวมถึงสะท้อนวัฒนธรรมต่างๆ ของแต่ละพื้นที่ ขึ้นมา (วิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา , สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ผู้วิจัยเห็นว่ารายการที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าเสนอเรื่องราวของ “ตลาด” ในช่วงเวลานั้น ยังไม่มีชัดเจน โดยจะ เป็นการนำเสนอในเนื้อหาของอาหาร หรือร้านอาหาร เป็นส่วนใหญ่ เช่น รายการสาริตการทำอาหาร รายการแนะนำร้านอาหาร ตัวอย่างเช่น รายการเปรี้ยวปาก ทางช่อง 3 รายการอร่อยช่อง 5 ทางช่อง 5 รายการพ่อครัวบ้านเทิงทางช่อง 9 รายการพ่อลูกเข้าครัว ทางช่อง itv เป็นต้น แต่ยังไม่มีการนำเสนอเนื้อหาของรายการในเรื่องของการนำเสนอเรื่องราวของการประกอบอาชีพต่างๆ และ “ตลาด” ที่มีองค์ประกอบคือ ผู้ค้า ผู้ซื้อ สินค้า โดยมีอาหารเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง โดยมีสินค้าอื่นๆ ประกอบ และสถานที่บรรยากาศในตลาด เป็นต้น

แนวความคิดที่มีความสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอของรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” อีกประการ คือผู้ควบคุมรายการได้ให้ความสนใจในประเด็นเรื่องราวชีวิตของพ่อค้าแม่ค้า เนื่องจากผู้ควบคุมรายการได้กล่าวถึงประวัติส่วนตัวที่เป็นลูกแม่ค้าดังนี้

“พี่เป็นลูกแม่ค้า พี่เห็นการค้าขายมาแต่เด็กอยู่แล้ว ไม่เกี่ยวกระแสแค่คิดว่าอยากให้เห็นได้ คิดว่าครั้งหนึ่งเราเคยไปเดินตลาดสด พี่ว่าคนไทย กับตลาดสดมันหนักไม่พ้นอยู่แล้วทุกบ้านทุกถนน มันอยู่กับเรา พี่สนใจประเด็นตลาดอยู่แล้ว”

(วิฑูรย์ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

จึงเห็นได้ว่าผู้ควบคุมรายการมีความผูกพันกับการค้าขายและตลาดจากประสบการณ์ในชีวิต เมื่อมีโอกาสคิดสร้างสรรค์รายการจึงคิดถึงประเด็นเรื่องของตลาด โดยมีภูมิหลังเป็นปัจจัยในการนำเสนอแนวคิดและมุมมองเรื่องราวของพ่อค้าแม่ค้า บรรยายภาค ต่างๆที่คุ้นเคย จึงนำเอาเรื่องราวของ “ตลาดสด” มาเป็นแกนหลักของรายการและแตกประเด็นการนำเสนอเนื้อหาให้มีความหลากหลายตามรูปแบบรายการปกิณกะบันเทิง

4.1.2 วัตถุประสงค์รายการตลาดสดสนามเป้า

รายการตลาดสดสนามเป้าเป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิงนำเสนอสาระและความบันเทิงให้ผู้ชม โดยผู้ควบคุมรายการมีวัตถุประสงค์ต้องการให้ผู้ชมคนไทยได้รู้สึกและสัมผัสกับสิ่งที่คนไทยคุ้นเคยคือ ตลาดสด โดยผู้ควบคุมรายการได้กล่าวว่า

“มันอยู่กับวิถีชีวิตคนไทยมานานแสนนาน ครั้งหนึ่งอาจเคยตื่นเช้าไปเดินแต่ลืมไปแล้ว ลืมบรรยายภา ศลิมกลิ่น ลืมการพูดคุยในตลาด พี่ อยากให้คนไทยกลับมาเห็นภาพพวกนี้อีกครั้ง ”

(วิฑูรย์ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ผู้วิจัยเห็นว่าเนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ปัจจุบันคนสมัยใหม่มีความคิดหรือความรู้สึกเกี่ยวกับ “ตลาดสด” ในทางที่ไม่ดีนักเช่น บรรยายภาไม่ดี สถานที่ไม่สะอาดเหมือนตลาดสดในห้างสรรพสินค้าหรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือผู้คนในตลาดสดเช่น พ่อค้าแม่ค้า ที่ถูกมอง ว่าเป็นกลุ่มคนชนชั้นล่าง รวมถึงสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีความรีบเร่งต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ทำให้วิถีชีวิตของคนทั่วไปที่จะไปเดินจับจ่ายสินค้าต่างๆที่ตลาดสดดังเช่นในยุคสมัยก่อนนั้นจึงเป็นเรื่องที่ยุ่งยากไม่สะดวก ตลาดสดกับวิถีชีวิตของคนในสังคมยุคปัจจุบันจึง ห่างไกลขึ้น ผู้ผลิตรายการจึงกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการตลาดสดสนามเป้าโดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอเรื่องราวผู้คน เช่น ผู้คน สินค้า บรรยายภาต่างๆของตลาด รวมถึงเรื่องราวชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าที่มีแง่มุมในการนำเสนอที่น่าสนใจ

นอกจากนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้ควบคุมรายการที่เป็นผู้เสนอแนวคิดรายการเกี่ยวกับเรื่องตลาด เห็นว่าผู้ควบคุมรายการมีความคุ้นเคยใกล้ชิดกับผู้คน และบรรยายภาของตลาดเนื่องจากประวัติส่วนตัวที่ครอบครัวประกอบอาชีพค้าขาย ทำให้อาจจะต้องการสื่อสาร

เรื่องราวของตลาดในมุมมองใหม่เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับ “ตลาดสด” และผู้คนในตลาดเช่นพ่อค้าแม่ค้า เป็นการสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ของ “ตลาดสด” ผ่านการคัดเลือกประเด็นการนำเสนอและประกอบสร้างความหมายเพื่อให้คุณค่าและสถานภาพแก่ตลาดสดให้ดีขึ้น

4.1.3 กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ผู้ผลิตรายการ ตั้งกลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า ไว้ในลักษณะที่ผู้ชมสามารถรับชมได้ทุกเพศและทุกวัย ไม่เจาะกลุ่มอาชีพหรือการศึกษากลุ่มใดเป็นพิเศษรับชมได้โดยกลุ่มผู้ชมในวงกว้าง

“กลุ่มผู้ชมตั้งไว้ Mass เลย กว้างๆ เป็นรายการที่ทุกคนดูได้ ทุกเพศทุกวัย”

(วิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

กลุ่มผู้ชมเป้าหมายสอดคล้องกับนโยบายผังรายการของทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในขณะนั้นที่นโยบายเป็นสถานีสำหรับครอบครัว โดยผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้ามีความพยายามในการดึงผู้ชมในทุกกลุ่มผ่านการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การเลือกพิธีกรดำเนินรายการในบุคลิกลักษณะต่างๆ เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้ชมที่รายการที่หลากหลาย เช่น สุวิภา กุลตั้งวัฒนา และปวันรัตน์ นาคสุริยะ เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่ หรือการเลือกพิธีกรที่เป็นวัยรุ่น คือ คะเนิงนิจ จักรสมิทธิ านนท์ เพื่อเป็นตัวแทนคนรุ่นใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้รายการสามารถดึงกลุ่มผู้ชมให้ได้ในวงกว้างทุกกลุ่มทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ และวัยรุ่นหนุ่มสาว เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยเห็นว่าด้วยเวลาในการออกอากาศของรายการ คือ 20.10-21.10 โดยประมาณ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชม รับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุด (prime time) โดยรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาการเดียวกันส่วนใหญ่เป็นรายการละคร แต่รายการตลาดสดสนามเป้ามีรูปแบบเป็นรายการปกิณกะบันเทิงซึ่งแตกต่างจากสถานีอื่น จึงถือเป็นทางเลือกของผู้ชมโทรทัศน์ได้หันมาเลือกรับชมรายการประเภทอื่นๆ ได้

“รู้สึกว่าเป็นการทำรายการให้สนุกเพราะว่าคนไทยโดยมากทั้งประเทศต้องการดูความสนุกอย่างอื่นเราค่อนข้างสอดแทรกเข้าไป พอคนเริ่มรับได้ เริ่มมีภาพจำรายการว่าไม่ใช่แค่แนะนำ

ร้านอาหารอย่างเดียว เรายังได้ดูชีวิตคนด้วย ยังได้เห็นเสน่ห์ของตลาดด้วย ยังได้ดูของแปลกด้วย ที่นี่คนที่เคยเบื่อๆละครขึ้นมาทีอาจจะมาดูของเราบ้างอย่างนี้ ก็เป็นทางเลือก”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

4.2 พัฒนาการรายการตลาดสดสนามเป้า

รายการ “ตลาดสดสนามเป้า” มีพัฒนาการการปรับเปลี่ยนรายการมาโดยตลอดนับตั้งแต่การออกอากาศครั้งแรกในเดือนตุลาคม พ.ศ.2548 จนถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) โดยการนำเสนอพัฒนาการของรายการตลาดสดสนามเป้าผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการนำเสนอ ดังนี้

4.2.1 พัฒนาการเนื้อหารายการ วิเคราะห์จากเนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านช่วงต่างๆ

4.2.2 พัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการ พิจารณาตามองค์ประกอบดังนี้

- 1) พิธีกร (host)
- 2) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)
- 3) บรรยากาศในรายการ (atmosphere)
- 4) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of resentation)

การปรับเปลี่ยนพัฒนาการของรายการทั้งเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ มีรายละเอียดการปรับเปลี่ยน โดยผู้วิจัยได้แบ่งพัฒนาการของรายการออกเป็น 2 ยุคซึ่งใช้ช่วงเวลาการปรับเปลี่ยนพิธีกรหลักของรายการเป็นเกณฑ์ ดังนี้

— ยุคแรก

คือช่วงตั้งแต่เริ่มออกอากาศครั้งแรกในเดือนตุลาคมปี 2548 จนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550

— ยุคหลังจนถึงปัจจุบัน

คือช่วงของการออกอากาศตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน (เดือนตุลาคม 2552)

ยุคแรก ตุลาคมปี 2548 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550		ยุคหลังจนถึงปัจจุบัน สิงหาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน (เดือนตุลาคม 2552)	
ช่วง รายการ	เนื้อหารายการ	ช่วง รายการ	เนื้อหารายการ
ปากครอง ตลาด	<ul style="list-style-type: none"> พุดคุย สนทนา สถานการณ์ ข่าวสาร ทั่วไปในขณะนั้น 	เปิด รายการ	<ul style="list-style-type: none"> ปรับมาจากช่วงปากครองตลาด การแสดงเหตุการณ์จำลองในตลาด เพื่อเกริ่นเข้าสู่ช่วงรายการ
ขึ้น เชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> สนทนาเรื่องราวของดารา ศิลปินรับ เชิญ เรื่องราวการทำนายดวงชะตาราตี ของแขกรับเชิญ โดยพิธีกร ลักษณะ เรขานิเทศ 	มือใหม่ หัดขาย	<ul style="list-style-type: none"> ลักษณะการประกอบอาชีพ ความแปลกแตกต่าง น่าสนใจ เรื่องราวชีวิตของบุคคลผู้ประกอบ อาชีพ เน้นการนำเสนออาชีพร้านอาหาร
มือใหม่ หัดขาย	<ul style="list-style-type: none"> ปรับมาจากช่วงขึ้นเชียงใหม่ ลักษณะการประกอบอาชีพต่างๆ กรรมวิธี ขั้นตอนการทำงาน อุปสรรคเกี่ยวกับการทำงาน มีการนำเสนออาชีพที่หลากหลาย 	แหวก ตลาด	<ul style="list-style-type: none"> อาชีพ สินค้า บุคคล วิธีการ ประกอบอาชีพที่มีความแปลก ก มีเอกลักษณ์ และความแตกต่าง
แหวกตลาด	<ul style="list-style-type: none"> อาชีพ สินค้า บุคคล วิธีการประกอบอาชีพที่มี ความแปลก มีเอกลักษณ์ และ ความแตกต่าง 	คนดี ศรีตลาด	<ul style="list-style-type: none"> เป็นช่วงที่เพิ่มขึ้นมาใหม่ เนื้อหาประวัติความเป็นมาของ บุคคลที่รายการยกย่องให้เป็นคนดี ศรีตลาด เรื่องราวการทำความดีทำประโยชน์ ของบุคคลนั้น
ชมตลาด	<ul style="list-style-type: none"> เนื้อหาเรื่องราวของตลาด นำเสนอข้อมูล ผู้ขาย ผู้ซื้อ สินค้า บรรยากาศ/สถานที่ ของ ตลาดนั้น 	ชมตลาด	<ul style="list-style-type: none"> เนื้อหาเรื่องราวของตลาด นำเสนอข้อมูล ผู้ขาย ผู้ซื้อ สินค้า บรรยากาศ/สถานที่ ของ ตลาดนั้น

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงพัฒนาการการนำเสนอเนื้อหาในรายการตลาดสดสนามเป้า

4.2.1 พัฒนาการเนื้อหารายการ

พัฒนาการในการนำเสนอเนื้อหาสาระของรายการตลาดสดสนามเป่ามีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเรื่องราวตามแต่ละช่วงของรายการโดยผู้วิจัยได้แบ่งพัฒนาการด้านเนื้อหาของรายการไว้เป็น 2 ยุค คือยุคแรก ตั้งแต่เริ่มออกอากาศครั้งแรกในเดือนตุลาคมปี 2548 จนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 และยุคหลังถึงปัจจุบัน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน (เดือนตุลาคม 2552) โดยได้นำเสนอพัฒนาการของเนื้อหารายการผ่านช่วงต่างๆที่รายการนำเสนอต่อไปนี้

— ช่วงเปิดรายการ /ปากครองตลาด

“ปากครองทั้งตลาด เรื่องราวข่าวสารสถานการณืมาเฝ้าท์กันปากต่อปาก ครองไปทั้งตลาดเลยชาวนี้” (วิหวัศ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

ช่วงปากครองตลาดเป็นช่วงรายการในยุคแรก โดยต่อจากช่วงเปิดรายการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ผู้ร่วมรายการในแต่ละสัปดาห์ออกมาทำการแสดงหรือเป็นการพูดคุย ยของพิธีกร นำซึ่งเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นและได้รับความสนใจในช่วงเวลานั้นๆ (current issue) มานำเสนอ ตัวอย่างเช่น การเสนอเนื้อหาเรื่องของการเกิดความรู้เรื่องการกินเจในช่วงเทศกาล เรื่องราวของอาถรรพ์เดือนตุลาคมที่จะเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ และความคิดเห็นของผู้คนในตลาดต่อเหตุการณ์ดังกล่าว (ออกอากาศ 9 ตุลาคม 2548) การพูดคุยเรื่องไข้หวัดนก การสำรวจความคิดเห็นและผลกระทบต่อผู้ค้าขายในตลาด วิธีการป้องกันระวังตัวจากโรค หรือการพูดคุยเรื่องการแข่งขันของช่วงช่วงและหลินฮุ่ย แพนด้าจากประเทศจีน (ออกอากาศ 6 พฤศจิกายน 2548) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆทั่วไปที่เกิดขึ้นนำเสนอผ่านการสนทนาของพิธีกรหลักในรายการ

ยุคแรกการพูดคุยกันถึงเรื่องของสถานการณ์ความเป็นไปต่างๆของสังคมจะ เป็นช่วงหลักหนึ่งของรายการ เปรียบเสมือนการมานั่งพูดคุยสนทนาเรื่องราวต่างๆจำลองบรรยากาศการพูดคุยกันในตลาด และมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของบุคคลทั่วไป ประกอบการนำเสนอ แต่ในยุคหลังจนถึงปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนลักษณะของการพูดคุยเนื้อหาของสถานการณ์ปัจจุบันเป็นเพียงช่วงเปิดรายการสั้นๆโดยผ่านการสนทนาของพิธีกรและเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาด เพื่อโยงเข้าสู่แขกรับเชิญหรือ เนื้อหาช่วงอื่นๆของรายการเป็นต้น ตัวอย่างเช่น ช่วงเปิดรายการมีการแสดงเหตุการณ์จำลองในตลาดช่วงเปิดรายการ เช่น ตอนสลัดบาร์สายรุ้ง (ออกอากาศ 27 กันยายน 2552) มีการจำลองเหตุการณ์ในตลาดที่แขกรับเชิญ (ไซเล่ ดอกกระโดน) หนีเจ้าหน้าที่เข้ามาใน

ตลาด พิธีกรจึงได้เชื่อมโยงเรื่องราวเพื่อนำเข้าสู่ช่วงมือใหม่หัดขายที่เจ้าของร้านสลัดบาร์สายรู้ ึ่ง เป็นหนี้เยอะเช่นกัน เป็นต้น

สำหรับการปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาในช่วงปากครองตลาด ผู้ควบคุมรายการได้ให้ เหตุผลดังนี้

“ด้วยความที่รายการอัดครั้งละ 2 เทป ปากครองเป็นเรื่องราวข่าวสารที่เข้ามาพูดคุยกันมา เล่าข่าวกัน แต่ด้วยความที่ 2 เทปมันเป็นเรื่องเก่าไม่อัปเดต เรื่องที่คุยเลยเก่า ณ วันออกอากาศ เลยเปลี่ยน”

(วิภาส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

เนื่องจากเหตุผลของลักษณะการถ่ายทำของรายการที่อัดรายการครั้งละ 2 เทป ช่วงปาก ครองตลาดเป็นเนื้อหาเรื่องราวของข่าวสารสถานการณ์ที่ต้องทันสมัยทันที ่วงเวลา ทำให้เนื้อหา เรื่องราวของเทปรายการถ่ายทำเก็บไว้ เมื่อนำมาออกอากาศกลายเป็นเรื่องเก่าไปแล้ว จึงถือเป็น ปัญหาจากเทคนิคการผลิตกับเวลาการนำเสนอ ผู้ผลิตรายการจึงปรับเปลี่ยนช่วงปากครองตลาด มาเป็นช่วงเปิดรายการเพียงสั้นๆ ที่มีการสอดแทรกเนื้อหาเหตุการณ์เรื่อรา วที่เป็นที่สนใจใน ขณะนั้น (current issue) ผ่านการแสดงเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดสดสนามเป้า และการ พุดคุยของพิธีกรผู้ดำเนินรายการมาจนถึงยุคหลังถึงปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะเป็นการลดความจริงจัง ของการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารแล้วยังเป็นการสร้างความบันเทิงสนุกสนานจากรื่องราวของ สถานการณ์จำลองในตลาดได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.1 การสนทนาของพิธีกรในช่วงปากครองตลาด

— ช่วงขึ้นเขียง

เป็นช่วงรายการในยุคแรกที่มีการเชิญแขกรับเชิญซึ่งเป็นนักแสดง ศิลปินที่มีชื่อเสียงหรือผลงานในช่วงเวลานั้นมาร่วมพูดคุยในรายการ โดยผู้ควบคุมรายการมีแนวคิดในการนำเสนอช่วง “ขึ้นเขียง” ว่ารายการโทรทัศน์ต้องมีดาราศิลปินคนที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่สนใจของผู้ชมและได้ให้ความหมายของช่วงขึ้นเขียงว่าหมายถึงดารามาขึ้นเขียงให้รายการสับแหลกในทุกเรื่องราวของชีวิต โดยเน้นการสนทนาในเรื่องของดวงชะตาของแขกรับเชิญจากการวิเคราะห์ของพิธีกรคือ “หมอลักษณ์พันธ์” หรือ ลักษณะ เรขานิเทศ ซึ่งเป็นนักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงและมีกระแสความนิยมอย่างมากในช่วงเวลานั้น ตัวอย่างเช่น นุ่น ศิริพันธ์ วัฒนจินดา ซึ่งเป็นนักแสดงที่กำลังมีผลงานโด่งดังจากผลงานภาพยนตร์ “เพื่อนสนิท” ได้มาสนทนากับพิธีกรในเรื่องราวของตัวนักแสดง เช่น ประวัติส่วนตัว ความเป็นมาในการเข้าวงการ รวมถึงข่าวเรื่องความรักในช่วงนั้น และมีการวิเคราะห์ทำนายดวงชะตาของแขกรับเชิญโดย พิธีกรคือ ลักษณะ เรขานิเทศ ตัวอย่างการทำนายเช่น

“ตามดวงน้องเค้าเกิดราศีธนู การดวงเด่นชัดว่าถ้าคบใครต้องเป็นคนที่เป็นผู้ใหญ่มากกว่า แล้วต้องแต่งงานช้า ถ้าแต่งเร็วจะมีเรื่องหย่าร้าง ตามดวงคนที่มาปรึกษาหรือเพื่อนสนิทจะเป็นแฟนในอนาคต เรื่องงาน ถ้ามีคนชวนร้องเพลงไม่เหมาะ ถ้าเล่นหนังเล่นละครไปได้ คนละคราศาสตร์ สายที่เรียนมาไม่ได้ทำพันธแล้วก็ดูไฝ เค้าเป็นคนโบราณมาเกิด ถ้าเล่นหนังพีเรียดจะดัง” (ออกอากาศ 6 พฤศจิกายน 2548)

เนื้อหาที่พบจึงเป็นการพูดคุยเรื่องดวงชะตา การงาน ความรัก รวมถึงการเสริมดวงชะตาราศีต่างๆ การบูชาเครื่องรางของขลังที่เหมาะสมกับแขกรับเชิญ โดยการให้คำแนะนำของพิธีกรคือ ลักษณะ เรขานิเทศ ซึ่งเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาในช่วงนี้เป็นหลักเนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการทำนายดวงชะตา จึงสังเกตได้ว่าเนื้อหาของรายการในช่วงนี้ไม่ได้มีความเกี่ยวเนื่องกับเรื่องราวหรือองค์ประกอบของตลาดเลย เป็นเหมือนกันสนทนาพูดคุยกับศิลปิน ดาราที่มีชื่อเสียงเหมือนเนื้อหารายการบันเทิงเท่านั้น จึงอาจเป็นเหตุผลให้ผู้ผลิตรายการมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอ โดยช่วงขึ้นเขียงมีการนำเสนอเพียงระยะแรกของการออกอากาศในยุคแรกเท่านั้น และต่อมาผู้ผลิตรายการได้เปลี่ยนช่วงขึ้นเขียงมาเป็นช่วง “มือใหม่หัดขาย” ที่นำเสนอเนื้อหาในเรื่องของการประกอบอาชีพต่างๆ ซึ่งเป็นช่วงหลักของรายการจนถึงยุคปัจจุบัน



ภาพที่ 4.2 ภาพการสนทนาในช่วง “ขึ้นเขียง”

— ช่วงมือใหม่หัดขาย

“ช่วงมือใหม่หัดขาย เราอยากเห็นชีวิตแม่ค้า คือเวลาเราจะเล่าชีวิตแม่ค้าซักคนว่าเค้าเป็นใครมาจากไหนเค้าทำอะไร ประสบความสำเร็จอย่างไร เล่าที่ออกก็ไม่ดึงดูดใจนอกจากจะมีดารานักแสดง เพราะว่าทีวี 2 ทุ่มต้องมีดารานักแสดง prime time ต้องมีคนดึงให้คนสนใจในสิ่งที่เราจะบอก ต้องมีดารานักแสดงไปอยู่กับแม่ค้า ไปดึงสิ่งที่เราอยากให้คนรู้ว่าเจ้านี้ล้มลุกคลุกคลานอย่างไร มีชีวิตแบบไหนขายอะไร”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ช่วงมือใหม่หัดขายปรับเปลี่ยนมาจากช่วงขึ้นเขียงตั้งแต่ในยุคแรกของรายการ โดยเป็นการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวการประกอบอาชีพต่างๆผ่านแขกรับเชิญของรายการซึ่งเป็นดารานักแสดง ศิลปินที่มีชื่อเสียง ซึ่งต้องไปเรียนรู้การทำงาน of อาชีพต่างๆขั้นตอนการทำงาน อุปสรรคต่าง ข้อคิดคุณธรรมในการประกอบอาชีพ รวมถึงเรื่องราวชีวิตความเป็นมาของผู้ประกอบอาชีพนั้นๆ ซึ่งในช่วงยุคแรกจะเน้นที่เนื้อหาเรื่องราวของอาชีพซึ่งเป็นอาชีพที่พบเห็นได้โดยทั่วไป และสังเกตได้ว่าเป็นอาชีพในระดับล่าง ตัวอย่างเช่น อาชีพแม่ค้าขายถ่าน อาชีพรับต่อผมต่อขนตา ปลอม อาชีพคนขายพวงมาลัย คนขายรองเท้า คนขายผลไม้ ร้านขายอาหารต่างๆ เป็นต้น

การนำเสนอเนื้อหาของช่วงรายการนี้ในยุคแรกของการออกอากาศ เน้นการเสนอเนื้อหาหลักคือลักษณะของการทำงานว่าทำอย่างไร รายได้ ปัญหา และอุปสรรคของแต่ละอาชีพ โดยแขกรับเชิญต้องร่วมทำงานเป็นผู้ซื้อ และสาธิตการอาชีพนั้นๆ ทำให้ได้เห็นขั้นตอนการทำงานของอาชีพต่างๆอย่างชัดเจน โดยไม่ได้เน้นเรื่องราวของตัวผู้ประกอบการอาชีพมากเท่าใด ตัวอย่างเช่น ตอนแม่ค้ามีอาชีพขายถ่าน (ออกอากาศ 5 พฤศจิกายน 2549) เนื้อหานำเสนอรายละเอียดขั้นตอนการทำงานคือ การคัดเลือกแยกถ่านตามขนาด การสังเกตลักษณะของถ่านที่ดี ขั้นตอนการบรรจุจนถึงการนำถ่านไปส่งขายยังร้านค้า ซึ่งส่วนใหญ่เนื้อหาจะเน้นที่ลักษณะของการทำงาน และนำเสนอเรื่องราวของผู้ประกอบการอาชีพ เช่น ความเป็นมาในการมาทำอาชีพนี้ รายได้ ความรู้สึกต่ออาชีพที่ทำ ข้อคิดที่ยึดเป็นหลักในการทำงาน และชีวิตครอบครัวประกอบการนำเสนอเป็นต้น

ต่อมาในยุคหลังจนถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) ได้มีการปรับเนื้อหาในการนำเสนอเพิ่มเติมเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของผู้ประกอบการอาชีพที่นำมาเสนอในรายการมากขึ้น เช่นประวัติความเป็นมา เรื่องราวส่วนตัว ประสบการณ์ต่างๆของผู้ประกอบการอาชีพ ซึ่งอาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของอาชีพหรือการทำงานที่นำเสนอ โดยส่วนใหญ่พบว่าเป็นการ นำเสนอในด้านบวก เช่นการชื่นชมหรือยกย่องคุณธรรมหรือข้อคิดที่เจ้าของร้านยึดถือ ตัวอย่าง เช่นตอนร้านข้าวแกงธงฟ้า ปลาข้าวสับไฮโซ ที่เจ้าของร้านยึดถือเรื่องความพยายามไม่ ท้อแท้ และความกตัญญูในการทำงานหาเงินเพื่อเลี้ยงครอบครัว (ออกอากาศ 4 ตุลาคม 2552) หรือถ้าเป็นเรื่องราวที่ไม่ดี รายการจะสรุปเป็นแนวทางที่ให้ข้อคิดแก่ผู้ชม เช่นตอนเฮียเล็กก๊วยจับหมูสามอย่าง (ออกอากาศ 21 มิถุนายน 2552) ที่เมื่อก่อนเจ้าของร้านเป็นเด็กเกเรไม่ช่วยพ่อแม่ทำงานแต่ต่อมาสามารถกลับตัวได้หันมารับช่วงต่อกิจการร้านของพ่อ ซึ่งรายการได้สรุปให้ข้อคิดแก่ผู้ชมจากรีวิวชีวิตของบุคคลเจ้าร้านในเรื่องการรู้จักกลับตัวเป็นคนดีได้ไม่มีคำว่าสายไป รวมถึงมีการเพิ่มเติมประเด็นเรื่องความแปลก ความแตกต่างมีเอ กลักรณ์ของบุคคล สินค้า หรืออาชีพที่รายการนำเสนอ เช่น ตอนร้านโมกซ์ซอสอาหาร (ออกอากาศ 25 ตุลาคม 2552) ซึ่งเจ้าของร้านคิดค้นสูตรอาหารจากการทดลองทำและจดบันทึกเป็นสูตร โดยสามารถทำเป็นซอสพร้อมนำมาปรุงอาหารได้เลยเป็นต้น โดยเนื้อหาดังกล่าวได้กลายมาเป็นเนื้อหาหลักในการนำเสนอในช่วงมีอใหม่หัดขาย

ผู้ควบคุมรายการได้กล่าวถึงการปรับเนื้อหารายการ ช่วงมีอใหม่หัดขายให้มีเรื่องราวชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าเป็นเนื้อหาหลักดังนี้

“กลัวคนไทยยังรู้สึกว่าชีวิตคนบางที่มันแข็ง บางที่ไปยึดเยียดให้เค้าดูเกินไป พี่ก็เลยให้แบบแค่ว่าวิธีการทำไปก่อน ที่แรกแล้วค่อยสอดแทรกไปที่ละนิด ใจจริงก็คือนี่แหละที่อยากนำเสนอ ค่อยๆปรับค่อยๆสอดแทรกเข้าไป ค่อยๆมีน้ำตาที่ละนิด ถ้าร้องเลยบางคนไม่ชอบ”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยเห็นว่าการปรับเปลี่ยนเนื้อหาในการนำเสนอช่วงมือใหม่หัดขาย โดยให้ความสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวชีวิตของผู้ประกอบอาชีพมากขึ้น เป็นการพยายามสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือให้กับตัวบุคคลที่ถูกนำเสนอเรื่องราว และเป็นการสร้างแง่มุมในการนำเสนอเนื้อหาของรายการ ด้วยประเด็นเรื่องราวชีวิตของบุคคลผู้ประกอบอาชีพ เพื่อสร้างความแตกต่างจากการนำเสนอเนื้อหารายการประเภทเดียวกันรายการอื่นๆ นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหารายละเอียดของตัวบุคคลซึ่งประกอบอาชีพนั้นๆ เป็นการสร้างทัศนคติหรือความรู้สึกแก่ตัวบุคคลหรือผู้ประกอบอาชีพที่ดีแก่ผู้ชม ผ่านการใช้เรื่องราวของตัวผู้ประกอบอาชีพ มาเพิ่มสีสันและสร้างอารมณ์และการรับรู้ของผู้ชมเช่น สามารถสร้างอารมณ์สนุกสนานหรืออารมณ์สะเทือนใจจากเรื่องราวชีวิตของผู้ประกอบอาชีพ รวมถึงการแฝงคติ ข้อคิดต่างๆทั้งในเรื่องการใช้ชีวิตและเรื่องการทำงานของบุคคลที่รายการนำเสนอ ซึ่งเป็นแนวคิดความตั้งใจแต่แรกของผู้ควบคุมที่ต้องการนำเสนอประเด็นเรื่องราวของตัวบุคคลที่น่าสนใจ และถือเป็นการสร้างความหลากหลาย เป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอ มุมมอง เนื้อหาให้มีความแตกต่างจากรายการที่นำเสนอ เนื้อหาประเภทส่งเสริมอาชีพหรือรายการแนะนำร้านค้าร้านอาหารโดยทั่วไป



ภาพที่ 4.3 แกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย”

— ช่วงแหวกตลาด

ช่วงแหวกตลาดเป็นช่วงที่นำเสนอตั้งแต่ในยุคแรกจนถึงยุคหลังถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) โดยนำเสนอเนื้อหาของอาชีพ ลินค้า หรือบุคคลผู้ประกอบอาชีพต่างๆ ที่มีความ แปลกโดดเด่น แหวกแนว มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร โดยเนื้อหาที่นำเสนอเป็นเรื่องของที่มาของการมาประกอบอาชีพ ลักษณะขั้นตอนการทำงาน และรายได้ของผู้ประกอบการ ลักษณะความพิเศษหรือความแตกต่างของบุคคล ลินค้า หรือ อาชีพที่นำเสนอ โดยพบว่าส่วนใหญ่เป็นอาชีพในระดับล่าง ตัวอย่างเช่น อาชีพขายไส้เดือน คณะเต็นงานศพ ร้านขายชุดชั้นในมือสอง วินจรรย์ยานยนตร์ที่เป็นผู้หญิง และการขายหนอนในมูลสุกร ขายอาหารที่มีความแปลกแตกต่างที่ตัวลินค้าหรือ วิธีการประกอบอาชีพ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาในช่วงแหวกตลาดตั้งแต่ยุคแรก จนถึงยุคนั้นไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนลักษณะเนื้อหาอย่างชัดเจน คือยังคงแนวคิดหลักสำคัญของช่วงคือความแปลกแตกต่างและโดดเด่นของลักษณะผู้ค้า อาชีพ ลินค้า เป็นเนื้อหาหลักตั้งแต่ยุคแรกจนถึงปัจจุบัน

— ช่วงคนดีศรีตลาด

ช่วงคนดีศรีตลาดเป็นช่วงที่เพิ่มขึ้นมาในช่วงยุคหลังถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) โดยนำเสนอในสัปดาห์สุดท้ายของเดือน โดยนำเสนอต่อจากช่วงแหวกตลาด เนื้อหาในช่วง “คนดีศรีตลาด” เป็นการนำเรื่องราวของบุคคลที่รายการเห็นว่าทำคุณประโยชน์หรือคุณความดีในด้านต่างๆ แก่ท้องถิ่นหรือสังคมส่วนรวม ซึ่งบุคคลที่ได้รับการนำเสนอรายการจะยกย่องให้เป็นคนดีศรีตลาด ตัวอย่างเช่น ช่างตัดผมใจดีที่ตัดผมให้กับผู้ป่วยในโรงพยาบาลฟรี คนขับสามล้อที่มาเป็นจรรยาภิภรณ์หน้าโรงเรียน เป็นต้น เนื้อหาในการนำเสนอคือประวัติความเป็นมา เรื่องราวการทำ ความดีที่ปรากฏที่ทำให้เห็นถึง คุณความดีหรือประโยชน์ที่บุคคลที่ได้รับการเลือกนำเสนอ ผ่านการบรรยายและการบอกเล่าของบุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่ได้รับการช่วยเหลือหรือได้รับผลจากการกระทำความดีของบุคคลนั้นๆ ซึ่งการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่รายการคัดเลือกมาว่ามีคุณค่ามี ความดีน่ายกย่องทำให้เกิดความยอมรับและชื่นชมต่อบุคคลที่ถูกนำเสนอในรายการ

ผู้วิจัยเห็นว่าการนำเสนอช่วงคนดีศรีตลาดเป็นการปรับจุดเน้นในการนำเสนอเนื้อหาของ รายการจากเรื่องราวของอาชีพมาสู่เรื่องราวของตัวบุคคลมากขึ้น ซึ่งเรื่องราวของบุคคลในช่วงคนดี ศรีตลาดส่วนใหญ่พบว่าเป็นบุคคลในชนชั้นกลางถึงชนชั้นล่าง สะท้อนให้เห็นถึงการเลือกนำเสนอ ของเนื้อหาของการทำให้สถานภาพแก่บุคคลหรือกลุ่มคนในชนชั้นดังกล่าวให้มี

สถานภาพที่ดีขึ้น จากการยกย่องชื่นชมการทำความคิดดีแม้เป็นการกระทำความคิดแบบง่าย ๆ ไม่ใช่ การกระทำที่ยากหรือยิ่งใหญ่ โดยเนื้อหารายการในช่วงคนดีศรีตลาดยังคงนำเสนอจนถึงปัจจุบัน

— ช่วงชมตลาด

ช่วงชมตลาดเป็นช่วงรายการที่มีตั้งแต่ยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) โดย เป็นช่วงที่นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวของตลาดต่างๆ ผ่านการนำชมของพิธีกรร่วมนอกสถานที่คือ คะนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ ซึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการประจำช่วง นำเสนอเนื้อหาภาพตลาดโดยรวม เช่นความเป็นมาของตลาดที่ไปเยี่ยมชม ลักษณะตลาดสินค้า กลุ่มลูกค้า เวลาเปิดและปิด คือส่วนของบรรยากาศสถานที่ ความโดดเด่นลักษณะเฉพาะของตลาด นำชมร้านค้าและสินค้าต่างๆใน ตลาด รวมถึงความคิดเห็นของผู้ค้า และผู้ซื้อในตลาดนั้นๆ เช่น นำชมตลาดคลองถม ตลาดจตุจักร พลาซ่า ตลาดสามชุก ตลาดน้ำต่างๆ เป็นต้น โดยการนำเสนอเนื้อหาของรายการในช่วงชมตลาด ไม่มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบันของรายการ

จากการนำเสนอลักษณะเนื้อหาของรายการในยุคแรกนั้น ทำให้เห็นภาพรวมของพัฒนาการ ในการนำเสนอเนื้อหาของรายการที่ได้ปรับเปลี่ยนมาสู่การนำเสนอในยุคหลัง จนถึงปัจจุบัน ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนคือช่วงขึ้นเขียง ซึ่งเดิมเป็นการพูดคุยกับแขกรับเชิญในเรื่องราวของ ดวงชะตา จากการวิเคราะห์ของพิธีกรนักโหราศาสตร์ ที่ได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นช่วงมือใหม่หัดขายที่ เนื้อหาหลักเป็นการนำเสนอให้ข้อมูลเรื่องราวการประกอบอาชีพต ่างๆ ที่สามารถพบเห็นได้ โดยทั่วไป และต่อมา ในยุคหลังจนถึงปัจจุบัน ได้เน้นที่เรื่องราวเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ ความ แปลก โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และความพิเศษซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาเรื่องของผู้ค้า สินค้า และบรรยากาศในตลาดเป็นหลักและได้พัฒนามาสู่การ นำเสนอเนื้อหาของรายการในปัจจุบัน ซึ่ง ผู้วิจัยสามารถจำแนกความเปลี่ยนแปลง และลักษณะเนื้อหาที่ยังคงอยู่จากการศึกษาพัฒนาการ เนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้าได้ดังนี้

ลักษณะเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลง	ลักษณะเนื้อหาที่ยังคงเดิม
<ul style="list-style-type: none"> ➤ มีการตัดเนื้อหารายการส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของตลาดออกไป เช่น ช่วงขึ้นเขียง 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ยังคงการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาชีพในระดับล่าง เช่น ในช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด และคนดีศรีตลาด
<ul style="list-style-type: none"> ➤ มีการปรับจุดเน้นในการนำเสนอเนื้อหารายการจากเรื่องของอาชีพ เป็นเรื่องราวของตัวบุคคลมากขึ้นตัวอย่าง เช่น ในช่วงมือใหม่หัดขาย และช่วงคนดีศรีตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ยังคงนำเสนอในด้านบวกของเนื้อหาขององค์ประกอบตลาดที่รายการนำเสนอคือ <ul style="list-style-type: none"> – ผู้ค้า – ผู้ซื้อ – สินค้า – บรรยากาศ/ สถานที่
<ul style="list-style-type: none"> ➤ มีการตัดเนื้อหาการนำเสนอเรื่องราวสถานการณ์ปัจจุบัน (current issue) ออกไปคือช่วงปากครองตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ยังคงเน้นการนำเสนอเรื่องราวของความแปลกใหม่แตกต่าง เช่นเนื้อหาในช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด ชมตลาดเป็นต้น

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงพัฒนาการเนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้า จากยุคแรก ถึงยุคหลังถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552)

4.2.2 พัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า (Presentation Technique)

พิจารณาตามองค์ประกอบรายการดังต่อไปนี้

- 1) พิธีกร (host)
- 2) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)
- 3) บรรยากาศในรายการ (atmosphere)
- 4) สไตส์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

ตารางพัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า

องค์ประกอบ	ยุคแรก ตุลาคมปี 2548 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550	ยุคหลังจนถึงปัจจุบัน สิงหาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน (เดือนตุลาคม 2552)
พิธีกร (Host)	พิธีกรหลัก 3 คน คือ <ul style="list-style-type: none"> — ลักษณ์ เรขานิเทศ — สุริวิภา กุลตังวัฒนา — ปวีณรัตน์ นาคสุริยะ พิธีกรนอกสถานที่ช่วง “ชมตลาด” <ul style="list-style-type: none"> — คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ 	พิธีกรหลัก 3 คน คือ <ul style="list-style-type: none"> — สุริวิภา กุลตังวัฒนา — ปวีณรัตน์ นาคสุริยะ — คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์
แขกรับเชิญ (Guest)	<ul style="list-style-type: none"> — ช่วงมือใหม่หัดขาย ศิลปินนักร้อง นักร้องที่มีชื่อเสียง 	<ul style="list-style-type: none"> — ศิลปินนักร้องนักแสดงที่มีชื่อเสียงมีความ เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับบุคคลหรือร้านค้าที่ นำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขาย
บรรยากาศ — ฉาก — แสง/สี	ฉากบรรยากาศตลาดมีร้านค้าต่างๆจำลอง ตลาดสถานที่จริง เช่นร้านขายของชำ ร้านขาย ดอกไม้ เป็นต้น — ใช้แสงจากไฟกระพริบ ไฟสีส้มต่างๆ สร้างความสว่างในรายการ — โทนมืดโดยรวมของรายการเน้นสีที่สดใส ผ่านการจัดฉาก แสง เนื้อผ้าพิธีกร เช่น สีแดง เขียว ชมพู เป็นต้น	ฉากร้านค้าแผงสินค้ายังคงเดิม เปลี่ยนแปลงบางร้านค้าตามผู้สนับสนุนรายการ เช่น เพิ่มร้านขายรถจักรยานยนต์ — ยังคงลักษณะ ใช้แสงจากไฟกระพริบ ไฟ สีส้มต่างๆ สร้างความสว่างในรายการ เหมือนในยุคแรก — ยังคงการใช้โทนมืดของรายการเน้นสีที่สดใส ผ่านการจัดฉาก แสง เนื้อผ้าพิธีกร เช่น สีแดง เขียว ชมพู เป็นต้น

<p>— เสียง</p> <p>— อุปกรณ์ประกอบฉาก</p>	<p>มีการใช้เสียงประกอบ 2 แบบคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> — เสียงดนตรี <p>ได้แก่ เสียงเพลงจากวงดนตรีเล่นสดในห้องส่ง และ เสียงเพลงประกอบเนื้อหาในรายการ</p> <ul style="list-style-type: none"> — เสียงผู้ชมในห้องส่ง <p>ได้แก่ เสียงหัวเราะ เสียงปรบมือ ประกอบการดำเนินรายการ</p> <ul style="list-style-type: none"> — อุปกรณ์การทำงานในอาชีพที่นำเสนอ ช่วงมือใหม่หัดขาย — สินค้า อาหาร หรือผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างจากที่นำเสนอช่วง มือใหม่หัดขาย ช่วงแหวกตลาด ช่วงชมตลาด 	<p>ยังคงรูปแบบการใช้เสียงประกอบ 2 แบบคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> — เสียงดนตรี <p>ได้แก่ เสียงเพลง จากวงดนตรีเล่นสดในห้องส่ง และ เสียงเพลงประกอบเนื้อหาในรายการ</p> <ul style="list-style-type: none"> — เสียงผู้ชมในห้องส่ง <p>ได้แก่ เสียงหัวเราะ เสียงปรบมือ ประกอบการดำเนินรายการ</p> <ul style="list-style-type: none"> — อุปกรณ์การทำงานในอาชีพที่นำเสนอ ช่วงมือใหม่หัดขาย — สินค้า อาหาร หรือผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างจากที่นำเสนอช่วง มือใหม่หัดขาย ช่วงแหวกตลาด ช่วงชมตลาด
<p>รูปแบบในการนำเสนอ</p>	<p>แบ่งการนำเสนอเป็นช่วงต่างๆ ดังนี้คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> — ปากครองตลาด — ขึ้นเสียง — มือใหม่หัดขาย (แทนช่วงขึ้นเสียง) — แหวกตลาด — ชมตลาด 	<p>แบ่งการนำเสนอเป็นช่วงต่างๆดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> — เปิดรายการ เป็นสถานการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดสดสนามเป้า — มือใหม่หัดขาย — แหวกตลาด — คนดีศรีตลาด (เสนอส์ปิดาห์สุดท้ายของเดือน) — ชมตลาด

ตารางที่ 4.3 ตารางพัฒนาการวิธีการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า

1) พิธีกร (host)

ในช่วงยุคแรกของรายการมีพิธีกรหลัก 3 คน คือ ลักษณะ เจชานินเทศ สุริวิภา กุลตั้งวัฒนา ปวันรัตน์ นาคสุริยะ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าผู้ผลิตรายการต้องการให้รายการมีพิธีกรหลายคน โดยให้แต่ละคนมีจุดเด่นและบุคลิกที่แตกต่างกันไป ถือเป็นตัวแทนหรือขวัญใจของกลุ่มผู้ชมที่หลากหลาย เช่น สุริวิภา กุลตั้งวัฒนา มีความสนุกสนานเป็นกันเองดูอารมณ์ดีเป็นที่ชื่นชอบของ

กลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่ หรือกลุ่มแม่ค้า แม่บ้าน หรือลักษณะ เร ขานีเทศ (หมอลักษณ์ พันธง) เป็นตัวแทนกลุ่มผู้ชมที่ชื่นชอบหรือสนใจในเรื่องของดวงชะตา โหราศาสตร์ เป็นต้น รวมถึงเพื่อให้สอดคล้องกับ รูปแบบ ของรายการ ปกิณกะบันเทิงที่เป็นรายการที่เน้นความบันเทิงสนุกสนาน ประกอบกับแนวคิดหลักรายการที่เป็นเรื่องราวของตลาด ผู้ดำเนินรายการจึงถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะสามารถช่วยสร้างบรรยากาศของรายการให้มีความคึกคัก หลากหลาย สนุกสนานและน่าสนใจได้ โดยพิธีกรของรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคแรกจนถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการดังนี้

— ลักษณะ เรขานีเทศ

“หมอลักษณ์คือสีสันที่ทำให้มันครบ คือตลาด ชาวบ้าน และหมอดู คนไทยผูกพันกับเรื่องพวกนี้” (วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552) เนื่องจากคุณสมบัติดังกล่าวทำให้ ลักษณะ เรขานีเทศซึ่งได้รับฉายานามว่า “หมอลักษณ์พันธง” นักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงจากการทำนายดวงชะตาคนดังหรือศิลปินดารากันเป็นหมอดูที่เป็นที่รู้จักในขณะนั้นจึงได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้าในช่วงยุคแรกของรายการ จนต่อมาเมื่อเดือนสิงหาคมปี พ.ศ.2550 รายการได้ปรับเปลี่ยนพิธีกรหลักคือ ลักษณะ เรขานีเทศ ออกจากรายการ เนื่องจากเหตุผลในเรื่องของเวลาการทำงานของ ลักษณะ เรขานีเทศ ที่ไม่ตรงกับเวลาในการถ่ายทำของรายการ

“บางที่เราทำ รายการต้องการเวลา แต่หมอลักษณ์ งานยุ่งจริงๆ อันนี้เราคุยกันหมอลักษณ์มีงานหลายอย่างทั้งบริษัท งานส่วนตัว เวลาไม่ตรงกันเกิดความล่าช้า เลยคุยกันเห็นว่าเอาอย่างนี้ดีกว่าใหม่หมอลักษณ์พักก่อน พิธีกรเราก็มีรออยู่แล้วเราก็เอามาเสริมจริงๆเราเสียตายนะสิ่งที่เป็นข้อมูลจากหมอลักษณ์เวลาแกพูดเรื่องนางกวักเคล็ดลับการชายของ จริงๆเราเสียตายนะ”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

การปรับเปลี่ยนพิธีกรในกรณีของ ลักษณะ เรขานีเทศจึงเป็น การปรับเปลี่ยนเนื่องจากฝ่ายผู้ผลิตรายการเพื่อความสะดวกในการดำเนินการผลิตรายการต่อไป

— สุริวิภา กุลตังวัฒนา

สุริวิภา กุลตังวัฒนา ได้รับเลือกพิธีกรหลักในรายการตลาดสดสนามเป้าเนื่องจากผู้ควบคุมรายการให้ความเชื่อมั่นในความเป็นมืออาชีพในงานด้านพิธีกร รวมถึงบุคลิกและลักษณะ

ส่วนตัวที่ดูมีความเป็นกันเอง สบายๆ และมีอารมณ์ขันทำให้รายการมีความสนุกสนานน่าติดตามได้ และสามารถดึงผู้ชมในกลุ่มที่เป็นผู้ใหญ่ได้ในหลากหลายระดับ เนื่องจากมีบทบาทเป็นพิธีกรที่ดำเนินรายการโทรทัศน์หลากหลายประเภท ทำให้มีกลุ่มผู้ชมที่ติดตามชมหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่ค้า หรือกลุ่มชนชั้นกลางทั่วไป เป็นต้น โดยได้ดำเนินรายการตลาดสดสนามเป้าตั้งแต่ยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบัน

– ปวันรัตน์ นาคสุริยะ

ปวันรัตน์ นาคสุริยะ เป็นพิธีกรหลักคนที่สามของรายการ โดยดำเนินหน้าที่พิธีกรร่วมกับ ลักษณะณ์ เรขานิเทศ และสุริวิภา กุลตังวัฒนา โดยมีหน้าที่ในการร่วมพูดคุยเนื้อหาข่าวยุทธการในช่วงต่างๆ เป็นเหมือนคนที่เติมเต็ม เพิ่มความสนุกสนานในรายการ และสร้างบรรยากาศผ่อนคลายในรายการ ด้วยบุคลิกและเอกลักษณ์ประจำตัวที่มีความอารมณ์ดี มีความเป็นกันเองจึงถือเป็นตัวแทนในการดึงผู้ชมที่ชื่นชอบรายการที่มีบรรยากาศสบายๆไม่ตึงเครียด สามารถเรียกเสียงหัวเราะจากผู้ชมได้ โดยได้ดำเนินรายการตลาดสดสนามเป้าตั้งแต่ในยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบัน

– คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์

คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ เป็นพิธีกร ร่วมในรายการ โดยในยุคแรกรับผิดชอบการนำเสนอเนื้อหาของรายการนอกสถานที่ในช่วง “ชมตลาด” ซึ่งเป็นช่วงที่พาไปเที่ยวชมตลาดต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยจะเข้ามาร่วมพูดคุยกับพิธีกรหลักของรายการในหัว อองส่งเมื่อช่วงชมตลาดเท่านั้น แต่ต่อมาได้ปรับเปลี่ยนเข้ามาเป็นพิธีกรหลักร่วมดำเนินรายการกับสุริวิภา กุลตังวัฒนา และ ปวันรัตน์ นาคสุริยะ ในยุคหลังตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปีพ.ศ.2550 ซึ่งถือเป็นพิธีกรที่เป็นตัวแทนในการดึงผู้ชมรายการในกลุ่มของคนรุ่นใหม่หรือวัยรุ่น ให้เกิดความรู้สึกสนใจในเนื้อหาและรูปแบบที่รายการนำเสนอ และได้ดำเนินรายการมาถึงในยุคปัจจุบัน (ตุลาคม 2552)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.4 พิธีกรหลัก 3 คนของรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคแรกของการออกอากาศ

(2) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)

รายการตลาดสดสนามเป้าในแต่ละสัปดาห์จะมีการเชิญแขกรับเชิญที่เป็นศิลปิน นักร้อง นักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมในรายการในช่วงที่กำหนดครั้งละ 1 คน ซึ่งแขกรับเชิญที่ได้รับเชิญมาในแต่ละสัปดาห์นั้นจะเป็นศิลปินหรือดาราที่อยู่ในความสนใจหรือกำลังมีผลงานในช่วงเวลานั้น โดยผู้ควบคุมรายการได้ให้ความเห็นว่า

“ทีวี 2 ชุดต้องมีดารา ช่วง prime time ต้องมีคนดึงให้คนสนใจในสิ่งที่เราจะบอก ” (วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ในยุคแรกแขกรับเชิญจะร่วมสนทนากับพิธีกรในช่วง “ขึ้นเตียง ” แต่ต่อมาได้ปรับช่วงดังกล่าวเป็นช่วง “มือใหม่หัดขาย ” ซึ่งแขกรับเชิญมีบทบาทในการเข้าไปเรียนรู้การทำงานอาชีพต่างๆ เพื่อนำเสนอภาพลักษณะการทำงาน รวมถึงเรื่องราวชีวิตของเจ้าของร้าน ในช่วงยุคแรกของการออกอากาศการคัดเลือกแขกรับเชิญที่เป็นศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียงมาออกในรายการในช่วง “มือใหม่หัดขาย ” นั้นไม่ได้เน้นให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกับบุคคลหรือเรื่องราวของอาชีพที่จะนำเสนออย่างชัดเจนเท่าปัจจุบัน เป็นเพียงการเชิญดาราที่มีชื่อเสียงมาลองทำงานหรืออาชีพที่ไม่เคยทำมาก่อนเพื่อแสดงให้เห็นถึงลักษณะการประกอบ อาชีพนั้นๆเป็นหลัก แต่ในยุคหลังจนถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) ในการคัดเลือกแขกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย ” ศิลปินหรือดารา นักแสดงที่ได้มาเป็นแขกรับเชิญนั้นจะมีประเด็นหรือเรื่องราวที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับตัวของ

ร้านค้า หรือผู้ประกอบการอาชีพที่แขกรับเชิญต้องไปเรียนรู้การทำงาน เช่น ตอนก้วยจับนักประดิษฐ์ (ออกอากาศ 12 กรกฎาคม 2552) เจ้าของร้านมีความสามารถในการร้องลิเกและเรียกขวัญนาครได้ รายการจึงเชิญแขกรับเชิญคือ กุ้ง สุทธิราช วงศ์เทเวศน์ ซึ่งเป็นนักร้องลูกทุ่งและลิเกที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาเป็นแขกรับเชิญเรียนรู้การทำงานกับเจ้าของร้านก้วยจับ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นพัฒนาการของการนำเสนอเนื้อหาของรายการในช่วง “มือใหม่หัดขาย” ที่ยังคงมีมาถึงยุคปัจจุบัน



ภาพที่ 4.5 แขกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย” ทดลองทำอาชีพติดขนตาปลอม

(3) บรรยากาศในรายการ (atmosphere)

บรรยากาศของรายการตลาดสดสนามเป้าถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในรายการที่ช่วยสร้างความรู้สึกและสีสันแก่ผู้ชมโดยรายการตลาดสดสนามเป้าได้มีการปรับเปลี่ยนพัฒนาการบรรยากาศของรายการโดยผ่านองค์ประกอบดังนี้

– ฉาก

ฉากเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศของรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนจาก ฉากหลังของรายการที่จำลองภาพตลาดที่มีร้านค้าขายต่างๆ โดยจำลองเป็น “ตลาดสดสนามเป้า” ซึ่งมีร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านขายของชำ ร้านดอกไม้ ร้านหนังสือ ร้านขายกาแฟ เป็นต้น โดยในยุคแรกมีร้านค้าต่างๆ แต่ไม่มีพ่อค้าแม่ค้า มีเพียงพิธีกรที่พูดคุยกัน โดยมีพื้นหลังเป็น ฉากตลาด และต่อมาได้พัฒนาเพิ่มเติม สร้างตัวละครในตลาดมีพ่อค้า แม่ค้า ผู้คนในตลาดมาเป็นองค์ประกอบของบรรยากาศตลาดที่สมบูณ์มากขึ้น รวมถึงมีการสนทนาสร้าง

สถานการณ์จำลองให้พ่อค้าแม่ค้าโต้ตอบกับพิธีกร โดยผู้ควบคุมรายการได้กล่าวถึงพัฒนาการ ในการปรับเปลี่ยนบรรยากาศจากตลาดดังนี้

“เป็นเสียงตอบรับจากคนดูบอกว่าตลาดเหมือนจะเงียบไปไหม มันน่าจะมีคนเดินมีคนซื้อของเราที่เออเราลืมไปได้ยังไงนะ ต่อมาก็เดินกันใหญ่เลยเดินจนเยอะไป คนดูโฟกัสไปที่ฉาก เลยต้องให้คนนั่งบ้าง และเริ่มปรับเข้ามามีบทบาท มีความเป็นตัวเองเข้ามาที่มีความรู้สึกว่าคุณจะได้ยินกับตลาดด้วย เช่นบางที่เราไปตลาดซื้อข้าวสารที่ร้านเจ้แข่งเราก็ นั่งเม้าท์กันไปเรื่อยๆถูกแกเป็นไง เจ้เป้าน่าจะเป็นช่างเม้าท์ ขายน้ำพริกแซ่บๆ”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ควบคุมรายการพยายามนำเสนอมุมมองที่เป็นด้านข้อดีของตลาดสด โดยสังเกตได้จากแนวความคิดของผู้ควบคุมรายการ ซึ่งประกอบสร้างบรรยากาศของตลาดสดในสมัยก่อนที่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในสังคม (social relation) ของผู้คนระหว่างพ่อค้าแม่ค้ากับลูกค้า ซึ่งถือเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของพื้นที่ตลาดสด โดยมีความแตกต่างจากตลาดในห้างสรรพสินค้า (supermarket) ที่ไม่มีรูปแบบความสัมพันธ์ในสังคมเหมือนเช่นในตลาดสด ถือเป็นทางเลือกนำเสนอความหมายของตลาดสดโดยผู้ผลิตรายการเพื่อทำให้สถานภาพของตลาดสดดีขึ้นได้ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์เพิ่มเติมในหัวข้อบทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาดของรายการต่อไป

พัฒนาการของฉากในรายการตลาดสดสนามเป้าตั้งแต่ยุคแรกถึงยุคปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนที่ปรากฏตัวอย่างเช่น ลักษณะการสร้างตลาดร้านค้าหลักๆยังคงเดิม เช่นร้านชำ ร้านกาแฟ ร้านดอกไม้ แต่มีการปรับเปลี่ยนร้านค้าในบางส่วนเช่น การเพิ่มเติมร้านค้าหรือการจัดวางแสดงสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนรายการ ยกตัวอย่างการเพิ่มร้านขายรถจักรยานยนต์ เป็นต้น แต่มีการเพิ่มเติมตัวละครในตลาดให้กลายเป็นตัวละครประจำมีบทบาทเป็นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดที่กำลังทำกิจกรรมในตลาดเช่นนั่งเฝ้าร้านเฝ้าแผงขายของ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสร้างฉากบรรยากาศตลาดให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น



ภาพที่ 4.6 ฉากในรายการที่จำลองบรรยากาศตลาดที่มีพ่อค้าแม่ค้าเป็นองค์ประกอบ

— แสง/ สี

จากวิธีการนำเสนอรายการในส่วนของบรรยากาศของรายการมีการใช้ แสงและสีเข้ามาเป็นส่วนสำคัญ มีการใช้แสงที่สว่างสดใส และมีการใช้ไฟเพื่อให้แสงในหลากหลายรูปแบบเช่น ไฟกระพริบ ให้แสงที่สร้างความน่าตื่นตาตื่นใจในรายการเป็นต้น และส่วนของการใช้สี เพื่อเพิ่มสีสันและสร้างบรรยากาศความคึกคักในตลาดทำให้ดูมีชีวิตชีวา โดยมีการใช้สีผ่านการจัดฉากหลักที่มีร้านค้าต่างๆโดยใช้สีที่หลากหลายนโทนสีที่สว่าง สดใส เช่น สีแดง สีเหลือง สีบานเย็น สีเขียวเป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงสีสันจากเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของพิธีกรในรายการ และตัวละครที่แสดงเป็นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดที่เน้นโทนสีสดใสเป็นต้น โดยการี่ใช้แสงและสีเพื่อสร้างบรรยากาศในรายการตลาดสดสนามเป้ายังคงลักษณะเดิมตั้งแต่ในยุคแรกจนถึงยุคหลังถึงปัจจุบัน ไม่ได้มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน

— เสียง

เสียงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างบรรยากาศให้ กับรายการ เนื่องจากแนวคิดของรายการที่เป็นการนำเสนอเรื่องราวของตลาด ซึ่งเป็นสถานที่ที่ให้ความรู้สึกถึงความคึกคัก และความมีชีวิตชีวารวมถึงผู้คนในตลาดที่เป็นชาวบ้านทั่วไป เสียงที่รายการนำมาใช้ประกอบจึงมีการใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศ ซึ่งมีการใช้เสียงในลักษณะต่างๆดังนี้

(ก) เสียงดนตรีประกอบรายการ

เสียงดนตรีประกอบรายการตลาดสดสนามเป้าได้มีการนำเสียงดนตรีทั้งจากวงดนตรีที่บรรเลงสดในรายการในช่วงเปิดรายการ ช่วงก่อนเข้าสู่รายการ และช่วงปิดท้ายก่อนพักโฆษณา โดยเพลงประจำรายการคือเพลงที่ดัดแปลงนำทำนองมาจากเพลงเด็กเอ๋ยเด็กดี ซึ่งทำให้เป็นเพลงที่มีจังหวะสนุกสนาน คึกคัก และเสียงเครื่องดนตรีจากวงดนตรีที่รับกับจังหวะการพูดของพิธีกรหรือแขกรับเชิญ เมื่อมีการสนทนาในเรื่องสนุกสนานรับส่งมุขตลก เช่น เสียงกลอง หรือเสียงกีตาร์ รวมถึงการใช้เสียงดนตรีที่เป็นบทเพลงประกอบการนำเสนอเนื้อหาในรายการช่วงต่างๆ เพื่อสร้างบรรยากาศ หรือใช้เป็นการเล่าเรื่องเสริมเนื้อหา ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพลงลูกทุ่งจังหวะสนุกสนาน ซึ่งยังคงลักษณะรูปแบบการใช้เสียงเพลงประกอบรายการดังกล่าว ตั้งแต่ยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบัน

(ข) เสียงผู้ชมในห้องส่ง

รายการตลาดสดสนามเป้าได้มีการใช้เสียงผู้ชมรายการในห้องส่งในการสร้างบรรยากาศในรายการตั้งแต่ยุคแรกถึงยุคปัจจุบัน โดยการใช้เสียงปรบมือ เสียงหัวเราะ เสียงกรี๊ด หรือเสียงโห่ฮาด่าทอจากผู้ชมรายการในห้องส่งเพื่อทำให้รายการมีบรรยากาศที่คึกคัก และไม่เงียบจนเกินไป รวมถึงสามารถช่วยเสริมอารมณ์ตามที่รายการต้องการนำเสนอให้ผู้ชมทางโทรทัศน์รับรู้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งการใช้เสียงผู้ชมในห้องส่งโดยยังคงลักษณะดังกล่าวไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงมาจนถึงปัจจุบัน

— อุปกรณ์ประกอบฉาก

อุปกรณ์ประกอบฉากเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญในการสร้างบรรยากาศรายการ โดยรายการตลาดสดสนามเป้าได้มีการใช้อุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศของตลาด รวมถึงเพื่อให้เข้ากับเรื่องราวของรายการในแต่ละสัปดาห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำเสนอสิ่งของ หรืออุปกรณ์ของร้านหรืออาชีพต่างๆที่นำเสนอในแต่ละสัปดาห์ เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศและความสมจริงในรายการเพิ่มมากขึ้น ตัวอย่างเช่น อาชีพขายถ่าน มีการเตรียมอุปกรณ์ในการร่อนถ่านเพื่อให้แขกรับเชิญได้สาธิตวิธีการคัดแยกถ่านให้พิธีกรหลักของรายการได้ร่วมพูดคุยซักถามในห้องส่ง (เทปรายการ วันที่ 5 พฤศจิกายน 2549) หรือ เตรียมอุปกรณ์การทำผ้าไหมเพื่อให้แขกรับเชิญที่ได้ไปเรียนรู้การทำผ้าไหมประยุกต์ได้มาสาธิตให้ชมในห้องส่ง (เทปรายการ วันที่ 3 สิงหาคม 2551) เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ชมเห็นภาพการทำงานหรือลักษณะ

ของสินค้าที่ชัดเจนมากขึ้น การเลือกเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการยังสามารถสร้าง ความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้ชมรายการต่อตัวอาชีพ จากลักษณะการทำงาน หรือความน่าสนใจของตัว สินค้าได้ จากการได้เห็นภาพอุปกรณ์ต่างๆที่มีความสะอาดสะอ้าน รวมถึงภาพของสินค้าต่างๆ เช่น สินค้าอาหารที่มีความน่ารับประทานเป็นต้น โดยการใช้อุปกรณ์ประกอบฉากในรายการตลาด สดสนามเป้ายังคงมีลักษณะดังกล่าวตั้งแต่ยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบัน



ภาพที่ 4.7 แกรับเชิญสาธิตการทำถ่านในช่วง “มือใหม่หัดขาย”

(4) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

รายการตลาดสดสนามเป้ามีรูปแบบในการนำเสนอรายการที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของรายการคือเรื่องราวตลาด โดยการนำเสนอเนื้อหาและการกำหนดรูปแบบของการนำเสนอในแต่ละช่วง มีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับแกนของรายการคือเรื่องราวของตลาด โดยรายการมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอช่วงต่างๆ ตัวอย่างเช่น ช่วงขึ้นเที่ยงได้มีการปรับเปลี่ยนมาเป็นมือใหม่หัดขายที่มีรูปแบบในการนำเสนอเรื่องราวการประกอบอาชีพ ผ่านการเรียนรู้ของ แกรับเชิญที่เป็นคนมีชื่อเสียง หรือรูปแบบการนำเสนอโดยเพิ่มเหตุการณ์จำลองบรรยากาศในตลาดโดยมีตัวละครเป็นพ่อค้าและแม่ค้าในตลาดมาร่วมดำเนินเรื่องราว หรือโต้ตอบกับพิธีกรหลักเป็นช่วงก่อนเข้าช่วงต่างๆรายการหรือเพื่อเป็นการเกริ่นนำเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ จากเดิมใน

ยุคแรกของรายการที่ฉากหลังเป็นบรรยากาศของตลาดมีร้านค้าแต่่าไม่ได้มีผู้คนพ่อค้าแม่ค้าเป็นองค์ประกอบ ได้ปรับเปลี่นมาเป็นการจำลองเรื่องราวและสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในตลาดสด รวมถึงการเพิ่มเติมช่วง คนดีศรีตลาด และช่วงย่อยของผู้สนับสนุนรายการเป็นต้น จนได้กลายเป็นรูปแบบการนำเสนอถึงยุคปัจจุบัน (ตุลาคม 2552)



ภาพที่ 4.8 ภาพการจำลองสถานการณ์ในตลาดสด

สรุปจากการวิเคราะห์ พัฒนาการในแต่ละองค์ประกอบของรายการตลาดสดสนามเป้า ตั้งแต่ยุคแรกเริ่มออกอากาศในปี พ .ศ. 2548 จนถึงเดือนสิงหาคม พ .ศ. 2550 จนถึงยุคหลังคือ ช่วงการออกอากาศตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ .ศ. 2550 จนถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) พบว่ามี พัฒนาการในองค์ประกอบด้านต่างๆของรายการ ทั้งส่วนของเนื้อหาที่ได้ปรับเปลี่ยนการนำเสนอ จาก “ช่วงขึ้นเขียง” มาเป็นช่วง “มือใหม่หัดขาย ” ซึ่งได้กลายเป็นช่วงหลักของรายการมาจนถึง ปัจจุบัน ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาในช่วงมือใหม่หัดขายได้มีการปรับปรุงเพิ่มเติมเนื้อหาในการ นำเสนอโดยมีการนำเสนอเรื่องราวของชีวิตผู้ประกอบการ ซึ่พมากขึ้นและใช้กลยุทธ์ในเรื่องของ ความแปลกและแตกต่างของตัวบุคคลหรือสินค้าเพื่อสร้างความน่าสนใจมากขึ้น มีการปรับเพิ่ม ช่วงคนดีศรีตลาดเพื่อนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่ควรได้รับการยกย่องว่าเป็นคนดีทำประโยชน์ เพื่อส่วนรวมเป็นต้น แต่ในส่วนของเนื้อหาในช่วงอื่นๆของ รายการทั้งช่วง “แหวกตลาด” และช่วง “ชมตลาด” ซึ่งได้นำเสนอมาตั้งแต่ยุคแรกของรายการก็ยังคงนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเดิมตั้งแต่ ยุคแรกจนมาถึงยุคปัจจุบัน

ส่วนวิธีการนำเสนอ รายการตลาดสดสนามเป้าได้มีพัฒนาการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบคือ พิธีกรหลัก จากเดิมคือ ลักษณะ เรขานิเทศ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา และปวันรัตน์ นาคสุริยะ มาเป็นพิธีกรหลัก คือ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา ปวันรัตน์ นาคสุริยะ และคะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ ซึ่งปรับมาจากพิธีกรประจำช่วง “ชมตลาด” มาเป็นพิธีกรหลักของรายการแทน ลักษณะ เรขานิเทศตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2550 ส่วนของแขกรับเชิญได้มีการเพิ่มความน่าสนใจในประเด็นที่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องราวของร้านค้า หรือผู้ประกอบการอาชีพที่แขกรับเชิญต้องไปเรียนรู้การทำงานในช่วง “มือใหม่หัดขาย” มากขึ้น องค์ประกอบต่อมาคือ บรรยากาศของรายการ ทั้ง ฉาก แสง สี และเสียง ตั้งแต่ยุคแรกจนของการออกอากาศยังไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน มีเพียงการปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้ทันสมัยและทันสมัย ตัวอย่างเช่นฉากที่มีการเพิ่มเติมร้านค้าซึ่งเป็นสินค้าที่สนับสนุนรายการเป็นต้น ประการสุดท้ายคือที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนคือรูปแบบการนำเสนอที่ปรับเปลี่ยนช่วงของรายการ จากช่วง “ขึ้นเชียง” มาเป็น ช่วง “มือใหม่หัดขาย” รวมถึงรูปแบบการนำเสนอที่จำลองสถานการณ์เหตุการณ์ต่างๆในตลาดโดยมีตัวละครเป็นพ่อค้าแม่ค้า เพื่อเปิดรายการและนำเข้าสู่ช่วงต่างๆของรายการเป็นสีสันความคึกคักเสริมบรรยากาศของตลาดที่ยังคงดำเนินมาจนถึงรูปแบบรายการในปัจจุบัน

ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าเนื่องจากเวลาในการออกอากาศของรายการเป็นช่วงเวลาที่ต้องแข่งขันกับช่องอื่นๆที่เป็นรายการละครซึ่งเป็นที่นิยมของผู้ชม ผู้ผลิตรายการจึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการเพื่อให้สามารถเข้าถึงและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมให้มาติดตามรับชมรายการ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าความแตกต่างในการเลือกมุมมองเพื่อนำเสนอ เช่นการใช้แนวคิดเรื่องความแปลก ต่างมีเอกลักษณ์ ทั้งตัวบุคคล หรือลักษณะการประกอบอาชีพที่ไม่เหมือนใคร และประเด็นในการเสนอเรื่องราวของของตัวบุคคล ซึ่งบุคคลนั้นอาจมีเรื่องราวชีวิตที่น่าสนใจสามารถให้แง่คิดแก่ผู้ชมได้ เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความ แปลกใหม่ น่าสนใจให้กับรายการ

เนื้อหาและรูปแบบของรายการตลาดสดสนามเป้าจึง ได้ปรับเปลี่ยนเพื่อหาความลงตัวในการนำเสนอที่ทำให้รายการที่สามารถผสมผสานทั้งในส่วนของความ เป็นสาระ คือส่วนของเนื้อหา ของรายการ โดยสามารถแยกตามองค์ประกอบของตลาดพบการนำเสนอเนื้อหาดังนี้

- ผู้ค้า เช่น เนื้อหาช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด
- ผู้ซื้อ นำเสนอผ่านการสอบถาม สัมภาษณ์ความคิดเห็นของลูกค้าผู้บริโภคเป็นต้น

- สินค้า นำเสนอผ่านช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด และชมตลาด
- บรรยายภาคสถานที่ ในช่วง แหวกตลาด และชมตลาด

การนำเสนอเนื้อหาโดยมีการสอดแทรกเรื่องของข้อคิด คติเตือนใจ ที่ปรากฏในรายการอื่น นอกจากจะเป็นการให้ความรู้แล ะที่อาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ชม ยังเป็นส่วนที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ ของรายการให้มีความน่าเชื่อถืออีกด้วย ดังนั้นเนื้อหาที่รายการนำเสนอจึงเป็นส่วนของสาระ ซึ่ง ผสมผสานกับส่วนของความบันเทิงคือ รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ โดยนำเสนอผ่าน องค์ประกอบรายการต่างๆ ถือเป็นกลยุทธ์ ธีในการใช้ความสนุกสนานของรายการเช่นการดำเนิน รายการของพิธีกร บรรยายภาคของรายการที่ คึกคัก สดใส เป็นกันเอง รวมถึงวิธีการนำเสนอที่มี การจำลองสถานการณ์ในตลาดสร้างความสนุกสนาน และความตลกขบขัน ถือเป็นส่วนของความ บันเทิงแก่ให้ผู้ชม ผู้วิจัยเห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป้าสามารถผสมผสานทั้งสาระและความ บันเทิงได้อย่างเหมาะสม จนสามารถดำรงอยู่ และ สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อถือในตัว รายการแก่ผู้ติดตามรับชมรายการได้

4.3 เนื้อหาและรูปแบบรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ในยุคปัจจุบัน (ตุลาคม 2552)

การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการตลาดสดสนามเป้านั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจาก เทปรายการในช่วงยุคหลังจนถึงปัจจุบันที่ออกอากาศตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2552 ถึงเดือน ตุลาคม 2552 เป็นจำนวน 20ตอน แบ่งองค์ประกอบในการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนตามแนวคิดเรื่อง การ นำเสนอรายการปกิณกะบันเทิง ดังประเด็นต่อไปนี้

4.3.1 เนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้า

นำเสนอผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาในช่วงต่างๆของรายการ ดังนี้

- (1) ช่วงเปิดรายการ
- (2) ช่วงมือใหม่หัดขาย
- (3) ช่วงแหวกตลาด
- (4) ช่วงคนดีศรีตลาด
- (5) ช่วงชมตลาด

4.3.2 วิธีการนำเสนอรายการ

พิจารณาผ่านองค์ประกอบของรายการดังนี้

- 1) พิธีกร (host)
- 2) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)
- 3) บรรยากาศในรายการ (atmosphere)
- 4) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

4.3.1. เนื้อหารายการตลาดสดสนามเป้า (content)

ลักษณะเนื้อหาในรายการตลาดสดสนามเป้า จากการวิเคราะห์เทปรายการที่ออกอากาศ ตั้งแต่วันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2552 เป็นจำนวน 20 ตอน ดังตาราง แสดงเนื้อหาของรายการแบ่งการนำเสนอเป็นช่วงต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาดังนี้

วันที่ออกอากาศ	แขกรับเชิญ	ช่วงมือใหม่หัดขาย	ช่วงแหวกตลาด/ *ช่วงคนดีศรีตลาด	ช่วงชมตลาด
7/มิ.ย./52	เกียรติกมล ลำทา (ตุ้ยAF 3)	ร้านข้าวมันไก่ชิงโชค จ. สุพรรณบุรี	ร้านขนมเวียตนา จ.กรุงเทพฯ	ตลาดสองแผ่นดิน จ. สตูล
14/มิ.ย./52	ชมพู่ ก่อนบ่าย คลายเครียด	สองพี่น้องอาหารตามสั่ง เจ้าไฉ่เดีย กรุงเทพฯ	ร้านก๋วยเตี๋ยวไก่ บาท จ.ปทุมธานี	ตลาดนัดไม้เก่า กรุงเทพฯ
21/มิ.ย./52	อุดม ชวนชื่น	ร้านเกาเหลาเลือดหมู ก๋วยจั๊บน้ำใส กรุงเทพฯ	หมอดูไซเบอร์ กรุงเทพฯ	ตลาดสวนหลวง ร.9 กรุงเทพฯ
28/มิ.ย./52	โตม ปกรณ์ ลัม	ร้านหมูพะไล กรุงเทพฯ	*ซาเล้งกุ่มกัย จ.สมุทรปราการ	ตลาดวัดตะเคียน จ. นนทบุรี
05/ก.ค./52	มัณฑนา ไหศิริ (ปู้)	ร้านข้าวแกงบักช้ได้ กรุงเทพฯ	เลี้ยงไก่วงบนตึก จ.กรุงเทพฯ	ตลาดเช้า จ.กาฬสินธุ์

12/ก.ค./52	สุทธิราช วงศ์เทวีญ (กุ่ม)	พ่อค้าก๋วยจั๊บนักประดิษฐ์ จ.กรุงเทพฯ	พี่หมายแม่ค้า กายสิทธิ์ จ.กรุงเทพฯ	ตลาดนัดสุขภาพ สวนรถไฟ จ.กรุงเทพฯ
19/ก.ค./52	อิศริยา สายสนั่น (เอ๊ะ)	ร้านอาหารเกาหลี่ราคา ถูก จ. กรุงเทพฯ	ผัดไหมะเฟือง จ.อ่างทอง	ตลาดน้ำคลองแห จ.สงขลา
26/ก.ค./52	วสันต์ อุตมโยธิน (โหน่ง)	ร้านมังสวิรัตินำอาหารเพื่อ สุขภาพ จ.กรุงเทพฯ	*โค้ชทีมจักรยาน ชาวนา จ. ราชบุรี	ตลาดวัดศาลเจ้า จ.ปทุมธานี
02/ส.ค./52	บอกล เขียวยิ้ม	ก๋วยเตี๋ยวน้ำแดง จ. สมุทรสงคราม	ร้านเสริมสวย เสริม สุข จ.กรุงเทพฯ	ตลาดเครื่องหนัง ย่านเจริญรัตน์ จ.กรุงเทพฯ
09/ส.ค./52	ปิติกดิ์ เยาวนานนท์ (เต้)	ร้านข้าวต้มปลา จ.ชลบุรี	โครงการชวนแม่ชม ตลาด ปี 2	โครงการชวนแม่ชม ตลาดปี 2
16/ส.ค./52	ฝน ธนสุนทร	ร้านข้าวผัดจินตนาการ จ. นครปฐม	โครงการชวนแม่ชม ตลาดปี 2	โครงการชวนแม่ชม ตลาดปี 2
23/ส.ค./52	อมิตา ทาทา ยัง	ร้านเคbabสูตตุรกี จ.กรุงเทพฯ	ฮูลาฮูป ห่วงจัมโบ้ มหัศจรรย์ จ.กรุงเทพฯ	ตลาดนัดใน จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย จ.กรุงเทพฯ
30/ส.ค./52	ตี๋ ดอกสะเดา	ร้านข้าวเกรียบปากหม้อ จ.กาญจนบุรี	*บริษัทคนพิการ จ.ชลบุรี	ตลาดเช้า จ.สตูล
06/ก.ย./52	วนิดา เต็มธนาภรณ์ (ก๊ิบซี่)	ร้านข้าวเหนียวมูนหลากสี จ.กรุงเทพฯ	ร้านข้าวโปะ จ.อยุธยา	ร้านโรตี่ จ.สตูล

13/ก.ย./52	อาถรรพ์พล ศิริชุมแสง (อาร์ เดอะสตาร์)	ร้านอาหารตามสั่งบู๊บี้ จ. ชลบุรี	พ่อค้าน้อย สไปเดอร์แมน จ. อุทัยฯ	ตลาดน้ำ คลองสระบัว จ.อุทัยฯ
20/ก.ย./52	ปริญญณ์ จันทร์เรือง (ต๊ก)	ร้านแก่วังเผา จ. กรุงเทพฯ	ลวดักซาเลี้ยง จ.นนทบุรี	ตลาดศูนย์อาหาร สีลม จ.กรุงเทพฯ
27/ก.ย./52	ไซเล่ ดอกกระโดน	ร้านสลัดบาร์สายรุ้ง จ.กรุงเทพฯ	*จรรยาจำเป็น จ. ราชบุรี	ย่านบ้านเรือน ต.บ้านแพรง จ.อุทัยฯ
4/ต.ค./52	เอกชัย ศรีวิชัย	ร้านข้าวแกงธงฟ้า ปลาঝ สับไฮโซ จ.ราชบุรี	ผัดต้นทานตะวัน จ.นครราชสีมา	ตลาดการค้าโชคชัย 4 จ.กรุงเทพฯ
11/ต.ค./52	ทราย เจริญปุระ	ร้านขายเบียร์ย่าง (คนเคย รวย) จ.กรุงเทพฯ	นักร้องแท้ที่ จ.กรุงเทพฯ	ตลาดทำน้าบ้านต้น ตาล จ.สระบุรี
18/ต.ค./52	ชาวลิต ศรีมั่นคง ธรรม (เขาเขา)	ร้านอาหารเจ จ.กรุงเทพฯ	ก๊วยเตี้ยวไก่ใจถึง จ. พิษณุโลก	ตลาดกิมหยง จ. สงขลา
25/ต.ค./52	อ๊อต วงฟลาย	ร้านอาหารโมกซ์ ซอส อาหาร จ.กรุงเทพฯ	*นิตสาร BE จ.กรุงเทพฯ	ตลาดหมู่บ้านผู้ไท จ.กาฬสินธุ์

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการจากตอนที่เลือกศึกษา 20 ตอน (7 มิถุนายน ถึง 25 ตุลาคม 2552)

สามารถจำแนกเนื้อหาที่นำเสนอในรายการโดยแบ่งเป็นช่วงหลักต่างๆตามรูปแบบของรายการ ได้ดังนี้

(1) ช่วงเปิดรายการ

เป็นช่วงแรกของรายการนำเสนอประมาณ 2 นาที ซึ่งจะมีรูปแบบของการสร้างสถานการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดสดๆโดยมีตัวละครเป็นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดและพิธีกรหลักที่มีบทบาทเป็นเจ้าของตลาด สนทนาได้ตอบหรือแสดงละครเหตุการณ์สมมติ โดยสามารถจำแนกเนื้อหาของเหตุการณ์จำลองได้ดังนี้

– เนื้อหาที่กล่าวถึงเหตุการณ์ข่าวสารสถานการณ์ในขณะนั้น

ตัวอย่างเช่นการกล่าวถึงเรื่องของสถานการณ์ไข้หวัดใหญ่ 2009 (ออกอากาศวันที่ 2 สิงหาคม 2552) ได้มีการจำลองเหตุการณ์ว่ามีหมอมาตรวจร่างกายพ่อค้าแม่ค้าในตลาดโดยแขกรับเชิญ (บอล เชิญยิ้ม) รับบทบาทเป็นหมอ และพิธีกรได้เข้ามาร่วมสนทนาและมีเนื้อหาการให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องการป้องกันตัวจากโรคที่ถูกต้อง ถือว่ามีบทบาทในการให้ข้อมูลแก่ผู้ชมรายการ หรือตัวอย่างสถานการณ์การรับน้องใหม่ในตลาด (ออกอากาศ 21 มิถุนายน 2552) ซึ่งจำลองเหตุการณ์ที่มีการใช้ความรุนแรงในการรับแม่อัน้องใหม่ในตลาด ได้มีการกล่าวสรุปเนื้อหาถึงเรื่องการใช้ความรุนแรงในการรับน้องว่าเป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำเป็นต้น จึงเห็นได้ว่าเป็นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้สาระและข้อคิดเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในขณะนั้น (current issue) เป็นต้น

– เนื้อหาที่เป็นการเชื่อมโยงกับแขกรับเชิญของสัปดาห์

พบว่ามีการแสดงเหตุการณ์จำลองในตลาดมีเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับแขกรับเชิญมากที่สุด โดยจะมีการร่วมแสดงในเหตุการณ์จำลองในตลาดของแขกรับเชิญ หรือจะมีเรื่องราวในตลาดที่เชื่อมโยงเข้าสู่การแนะนำแขกรับเชิญประจำสัปดาห์ ดังตัวอย่างเช่น สถานการณ์จำลองว่าตำรวจมาจับวัยรุ่นตีกันและเล่นการพนันในตลาด (ออกอากาศ 25 ตุลาคม 2552) มีการนำเสนอวิธีแก้ไขวัยรุ่นที่มีปัญหา โดยการให้เข้ารับการศึกษที่โรงเรียนพระดาบส ซึ่งแขกรับเชิญคือ อี๊ด วงฟลาย ได้เข้าไปร่วมทำงานให้กับมูลนิธิพระดาบสอยู่ จึงเป็นการสร้างความน่าชื่นชมในตัวแขกรับเชิญในเรื่องการทำประโยชน์เพื่อสังคม รวมถึงการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผลงานของแขกรับเชิญ ตัวอย่างเช่นในกรณีที่แขกรับเชิญเป็นนักร้องจะมีการแสดงร้องเพลงในช่วงเปิดรายการ เป็นต้น การนำเสนอเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงกับแขกรับเชิญผู้วิจัยเห็นว่ารายการที่มีบทบาทการให้

สถานภาพแก่แขกรับเชิญ โดยการให้ความสำคัญกับผลงานรวมถึงข้อมูลที่เป็นเชิงบวกของตัวแขก
รับเชิญที่มาออกรายการ

— เนื้อหาที่เป็นการเชื่อมโยงถึงร้านค้าที่จะนำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขาย

การนำเสนอเนื้อหาช่วงเปิดรายการที่เป็นการเกริ่นนำเรื่องราวของบุคคลหรือ
ร้านค้าที่นำมาเสนอในสัปดาห์นั้นๆ โดยเมื่อมีการจำลองเหตุการณ์เพื่อโยงเข้าเนื้อหาพิธีกรจะเป็น
ผู้สรุปเรื่องราวเพื่อให้เข้าประเด็นของร้านค้าที่ต้องการนำเสนอ ตัวอย่างเช่น มีเหตุการณ์การทวงหนี้
ของเจ้าหนี้ในระบบในตลาด เพื่อเชื่อมโยงถึงร้านขายสลัดสายรุ้งที่เจ้าของร้านเป็นหนี้ในระบบ
(เทปรายการวันที่ 27 สิงหาคม 2552) หรือ เหตุการณ์จำลองเรื่องคนเคยรวย แม่ค้าในตลาดที่เคย
ร่ำรวยต้องเข้าโรงจำนำ เชื่อมโยงถึงเจ้าของร้านขายเปิดอย่างที่เคยเป็นคนรวยมาก่อน เป็นต้น (เทป
รายการวันที่ 11 ตุลาคม 2552) ซึ่งถือได้ว่าเป็นเนื้อหาที่ทำให้เกิดความความน่าสนใจในคุณสมบัติ
ที่เป็นจุดเด่น หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็น
เนื้อหาที่ปรากฏบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลหรือร้านค้า

การนำเสนอเนื้อหาในช่วงเปิดรายการเป็นการก่อให้เกิดความน่าสนใจและติดตามและทำ
ให้การเข้าสู่ช่วงรายการมีความต่อเนื่อง โดยเนื้อหาในเหตุการณ์จำลองเป็นเนื้อเรื่องสั้นๆ ทำให้
ผู้ชมเกิดความรู้สึกสนใจและเป็นการเกริ่นนำเพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหา ซึ่งจะเน้นที่ความสนุกสนาน
ของผู้คนในตลาดเป็นการเรียกเสียงหัวเราะ จากผู้ชมจากธรรมชาติของพ่อค้าแม่ค้าในตลาด แต่
นอกจากนั้นผู้วิจัยยังเห็นว่าเนื้อหาในสถานการณ์จำลองในตลาดสดสนามเป้านั้น สามารถสะท้อน
ให้เห็นถึงเรื่องราวรวมถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในตลาดจริงๆ เช่นปัญหาเรื่องการค้าขายไม่ดี การ
เป็นหนี้ การเล่นเกมพนัน เล่นหวย การทะเลาะเบาะแว้งในตลาด ตัวอย่างเช่น สถานการณ์จำลอง
เรื่องการขายของไม่ได้เนื่องจากมีแม่ค้าที่ขายของเหมือนกันในตลาด โดยพิธีกรจะนำเสนอแนว
วิธีการแก้ปัญหาว่าควรมีความคิดสร้างสรรค์ ทำให้สินค้ามีความแปลกใหม่ แตกต่างจากคนอื่น จะ
ทำให้สินค้าได้รับความสนใจและสามารถขายดี สินค้าได้เป็นต้น โดยสังเกตเห็นได้ว่าการเสนอ
แนวทางแก้ปัญหาสอดแทรกในการสถานการณ์จำลองที่รายการนำเสนอด้วย นอกจากนี้
สถานการณ์จำลองในตลาดที่รายการนำเสนอจะทำให้ภาพลักษณ์ของตลาดสดดูดีขึ้นแล้ว ยังถือ
เป็นการสร้างสถานภาพของตัวรายการในฐานะที่เป็นผู้เสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาในตลาดได้ด้วย
เช่นกัน

(2) ช่วงมือใหม่หัดขาย

ถือได้ว่าเป็นช่วงหลักของรายการเนื่องจากมีความยาวในการนำเสนอเนื้อหามากที่สุดคือ 2 ช่วงรายการ 16 นาทีโดยประมาณ ซึ่งเป็นช่วงที่นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวของบุคคล ร้านค้า อาชีพต่างๆที่รายการเลือกมาผ่านการนำเสนอโดยแขกรับเชิญประจำสัปดาห์ซึ่งเป็นศิลปิน ดาราที่มีชื่อเสียงที่ต้องเข้าไปร่วมเรียนรู้เรื่องราวต่างๆของบุคคลและการทำงานในอาชีพนั้นๆ โดยนำภาพที่รายการได้ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่มาเสนอ ตัดสลับกับการพูดคุยระหว่างพิธีกรและแขกรับเชิญของรายการในห้องส่ง

โดยสามารถจำแนกเนื้อหาในการนำเสนอของช่วง “มือใหม่หัดขาย” ได้ดังต่อไปนี้

- (ก) การนำเสนอเนื้อหาลักษณะของอาชีพ
- (ข) การนำเสนอเนื้อหาของบุคคลเจ้าของร้าน สินค้า หรือกลยุทธ์การขาย
- (ค) การนำเสนอเนื้อหาลักษณะขั้นตอนการกรรมวิธีการทำงาน
- (ง) การนำเสนอประวัติความเป็นมาของบุคคลและร้านค้า

สำหรับเป้าหมายในการนำเสนอรายการช่วง “มือใหม่หัดขาย” ผู้ควบคุมรายการได้แสดงความเห็นดังนี้

“ช่วงมือใหม่หัดขาย เราอยากเห็นชีวิตแม่ค้า คือเวลาเราจะเล่าชีวิตแม่ค้าซักคนว่าเค้าเป็นใครมาจากไหนเค้าทำอะไร ประสบความสำเร็จอย่างไร”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

(ก) การนำเสนอเนื้อหาลักษณะของอาชีพ

เป็นการบอกเล่ารายละเอียดของลักษณะอาชีพนั้นๆ เช่นลักษณะการทำงาน หรือการขาย รายได้ กลุ่มลูกค้า เวลาการทำงาน อุปสรรคในการทำงานต่างๆ เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น ตอนร้านอาหารโมกซ์ ซอสอาหาร กรุงเทพฯ (ออกอากาศ 25 ตุลาคม 2552) นำเสนอเนื้อหา ลักษณะการทำอาหารของร้านที่มีความแปลกอยู่ที่การใช้ซอสที่ปรุงไว้นำมาประกอบอาหารตามสั่งต่างๆ เนื้อหาเสนอเรื่องราวของการมีความคิดริเริ่มของเจ้าของร้านในการคิดค้นสูตรซอสปรุงรสเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร โดยเสนอตั้งแต่เรื่องราวของการคิดค้นทดลองทำสูตรซอสในรายการอาหารต่างๆ การซั้ง ตวง วัดเครื่องปรุง รุ่งเพื่อให้เป็นไปตามสูตรที่เจ้าของร้านคิดค้นไว้ เรื่องราวอุปสรรคต่างๆในการทำซอสเพื่อให้ได้รสชาติที่ต้องการ กรรมวิธีการทำอาหารซึ่งเจ้าของร้านมีความละเอียดละออในการซั้ง ตวง ส่วนผสมต่างๆเพื่อให้ถูกต้องตามสูตรที่ได้ทดลองไว้จนเป็นที่

พอใจ รวมถึงการเสนอลักษณะการ ขาย ราคาของอาหารในร้าน รายละเอียดข้อมูลที่ตั้งของร้าน วันและเวลาเปิดปิดร้าน เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านทาง การซักถามของแขกรับเชิญที่ ต้องไปร่วมเรียนรู้การทำงาน และการบรรยายของรายการ

(ข) การนำเสนอเนื้อหาของบุคคลเจ้าของร้าน สินค้า หรือเอกลักษณ์การขาย

การเสนอเนื้อหาเรื่องความแปลก แตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือความโดดเด่น ของบุคคลหรือร้านค้าที่แขกรับเชิญเข้าไปเรียนรู้การทำงาน ตัวอย่างเช่น ร้านข้าวมันไก่ชิงโชค จังหวัดสุพรรณบุรี (ออกอากาศ 6 มิถุนายน 2552) มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องของการ ให้จับฉลากชิงโชครับประทานโดยไม่ต้องเสียเงิน และมีโชว์การแสดงเปิดขวดน้ำอัดลมมือเปล่าโดย เจ้าของร้าน ซึ่งถือว่ามี ความแปลกและโดดเด่นของตัวร้านค้าในการเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า เป็นต้น หรือร้านข้าวเหนียวมูน ช .ศรแก้ว ขายข้าวเหนียวมูนหลากสีทำจากจากผลไม้ต่างๆ ซึ่งมีความแตกต่างและไม่เหมือนร้านขายข้าวเหนียวมูนทั่วไปคือการนำเสนอความมีเอกลักษณ์โดดเด่นของตัวสินค้า เป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 6 กันยายน 2552)

(ค) การนำเสนอเนื้อหาลักษณะขั้นตอนกรรมวิธีการทำงาน

อาชีพส่วนใหญ่ที่นำเสนอจะเป็นอาชีพค้าขายร้านอาหารในประเภทต่างๆที่มีความหลากหลาย ซึ่งแต่ละร้านจะมีรายการอาหารที่ขึ้นชื่อเป็นที่นิยมของร้านนั้นๆ จะมีการนำเสนอขั้นตอนกรรมวิธีการทำ รวมถึงสูตรเด็ดและเคล็ดลับตามแต่ที่ร้านแต่ละร้านจะสามารถเปิดเผยได้ ซึ่งแขกรับเชิญ ของรายการจะต้องเข้าไปร่วมในขั้นตอนการทำตั้งแต่ขั้นตอนแรก ตัวอย่างเช่น ตอนร้านขายหมูพะไลที่จตุจักร แขกรับเชิญต้องร่วมสาธิตวิธีการทำหมูพะไลอย่างละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มแรกคือการล้างหัวหมู วิธีการล้างให้สะอาดการนำหมูไปทำพะไล ซึ่งมีเคล็ดลับในการเพิ่มรสชาติให้อร่อยด้วยการใส่ส่วนผสมต่างๆ รวมถึงวิธีการขั้นตอนการทำน้ำจิ้มซึ่งเป็นสูตรเด็ดของร้าน เป็นต้น (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552)



ภาพที่ 4.9 แกร็บเชิญเรียนรู้วิธีการทำหมูปะไลในช่วง “มือใหม่หัดขาย”

(ง) การนำเสนอประวัติความเป็นมาของบุคคลและร้านค้า

เนื้อหาในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอผ่านการสอบถามและการพูดคุยของแกร็บเชิญกับบุคคลเจ้าของร้านค้าที่ออกรายการ ซึ่งทำให้ผู้ชมได้ทราบประวัติที่มา ลักษณะนิสัยของบุคคลเจ้าของร้าน รวมถึงเรื่องราวชีวิตเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเป็นมาในการมาประกอบอาชีพนั้นๆ ปัญหาชีวิตและอุปสรรคที่ต้องพบเจอในการทำงาน คติ ข้อคิด และคุณธรรมประจำใจในการทำงาน รวมถึงความภาคภูมิใจจากการประสบความสำเร็จจากการประกอบอาชีพ ซึ่งถือเป็นเนื้อหาสำคัญของการนำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขายของรายการ เช่นตัวอย่าง เรื่องราวความเป็นมาของเจ้าของร้านอาหารเกาหลีราคาถูก ที่เป็นคนเกาหลีแต่ชอบผักชีจึงย้ายมาตั้งครอบครัวและประกอบกิจการร้านอาหารที่ประเทศไทย (ออกอากาศ 19 กรกฎาคม 2552) เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของบุคคลนั้นๆ ในเชิงบวก ทำให้ผู้ชมรู้สึกดีต่อบุคคลที่ถูกนำเสนอ เช่น ตอนร้านมังสวิรัตอาหารเพื่อสุขภาพ (ออกอากาศ 26 กรกฎาคม 2552) เป็นร้านขายอาหารมังสวิรัตที่เจ้าของร้านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตเรื่องภาวะโลกร้อน โดยจะมีการแนะนำและให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่องภาวะโลกร้อนโดยการแจกใบปลิวให้ความรู้และพูดคุย ทำให้คนได้ตระหนักถึงปัญหาของสภาวะโลกร้อนมากขึ้น เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่าเนื้อหาในช่วงมีอใหม่หัดขายเน้นการนำเสนอเรื่องราวที่มีจุดเด่นความแปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับตัวบุคคลผู้ประกอบการอาชีพ หรือเรื่องราวของตัวอาชีพหรือตัวสินค้า และพบบทบาทในการให้สถานภาพแก่ร้านค้าหรือบุคคลต่างๆ ที่ได้นำเสนอในรายการผ่านคำนิยม เรื่องความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity) ความพิเศษ (specialness) เป็นคำนิยมหลักที่พบในเนื้อหารายการอย่างชัดเจน ซึ่งการนำเสนอ เรื่องราวของเจ้าของร้านและเรื่องราวของสินค้า ซึ่งต้องมีจุดที่น่าสนใจ แปลก มีเอกลักษณ์และการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลเจ้าของร้านในด้านที่ดี เป็นการให้คำนิยมเรื่องความ น่าเชื่อถือ (credibility) แก่บุคคลหรือร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ เช่นการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นเกียรติประวัติของตัวเจ้าของร้านหรือสินค้า เช่นตอนข้าวเหนียวมูนหลากสี (ออกอากาศ 6 กันยายน 2552) ที่เคยนำเอาข้าวเหนียวมูนของร้านเข้าไปเป็นเครื่องเสวยในราชสำนักของประเทศบรูไนมาแล้ว เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมีคุณภาพและน่าเชื่อถือของตัวสินค้า เป็นต้น แต่ผู้วิจัยพบว่าการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวของบุคคลและร้านค้าของรายการตลาดสดสนามเป้า ในช่วงมีอใหม่หัดขายนี้ ไม่ได้เน้นคำนิยมในเรื่องความเป็นที่นิยม (popularity) มากนัก เนื่องจากเห็นได้ว่าร้านค้าส่วนใหญ่ที่มาออกรายการไม่ได้เป็นร้านค้าที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป หรือว่ามีชื่อเสียงอยู่แล้ว ส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าทั่วไป มีทั้งร้านเล็ก ร้านใหญ่ หรือแม้แต่ร้านที่เป็น ฤๅษี ซึ่งร้านค้าสินค้าหรือตัวเจ้าของร้านมีเรื่องราวความโดดเด่น แตกต่าง มีเอกลักษณ์ ซึ่งคำนิยมหลักที่รายการเน้นในการนำเสนอ

(3) ช่วงแหวกตลาด

ช่วงแหวกตลาดเป็นการนำเสนอเรื่องราวของอาชีพที่มีความแปลกโดดเด่นแหวกแนว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่และนำภาพมาเสนอในห้องส่ง มีความยาวหนึ่งช่วงของรายการ ซึ่งสามารถจำแนกเนื้อหาในช่วงแหวกตลาดได้ดังนี้

- (ก) ลักษณะอาชีพ
- (ข) ลักษณะสินค้า
- (ค) ลักษณะบุคคลผู้ประกอบการอาชีพ
- (ง) ลักษณะความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบอาชีพ

วันที่ ออก อากาศ	ช่วงแหวกตลาด	เนื้อหาในการนำเสนอ			
		ลักษณะ อาชีพ	ลักษณะ สินค้า	ลักษณะ บุคคล	ลักษณะความคิด สร้างสรรค์ในการ ประกอบอาชีพ
7 มิ.ย. 52	ขนมไทยเวียตนา		✓		
14 มิ.ย. 52	ถ้วยเดี่ยว 5 บาท				✓
21 มิ.ย. 52	หมอดูไซเบอร์			✓	
5 ก.ค. 52	เลี้ยงไก่บนตึก	✓			
12 ก.ค.52	แม่ค้ากายสิทธิ์	✓			
19 ส.ค.52	ผ้าไหมพะเพ็อง		✓		
2 ส.ค. 52	ร้านเสริมสวยใจดี				✓
23 ส.ค.52	สุลาฐูปัจมโบ		✓		
6 ก.ย. 52	ร้านข้าวโปะ		✓		
13 ก.ย.52	พ่อค้าน้อย สไปเดอร์แมน				✓
20ก.ย. 52	ลวดถักชาเล้ง		✓		
4 ต.ค. 52	ผัดต้นทานตะวัน		✓		
11ต.ค. 52	นักร้องแท็กซี่			✓	
18 ต.ค.52	ถ้วยเดี่ยวไก่ใจถึง				✓
รวม		2	6	2	4

ตารางที่ 4.5 ตารางการนำเสนอเนื้อหารายการช่วงแหวกตลาด

(ก) ลักษณะอาชีพ

คือลักษณะของอาชีพที่มีความแปลก หรือการทำงานที่ไม่เหมือนอาชีพธรรมดาทั่วไป ตัวอย่างเช่น อาชีพเลี้ยงไก่บนตึก (ออกอากาศวันที่ 5 กรกฎาคม 2552) หรือแม่ค้ากายสิทธิ์ คือรับจ้างทั่วไปและขายทุกอย่างตามคำสั่งของลูกค้า เช่นรับจ่ายค่าน้ำค่าไฟ รับจ้างโอนเงิน รับไก่ล่ เกลี่ยประนอมหนี้ รับจ้างเป็นนักสืบ รับส่งสินค้าต่างๆเช่นอาหาร มือถือ เสื้อผ้า ตามสั่งถึงบ้านเป็นต้น (ออกอากาศ 12 กรกฎาคม 2552)

(ข) ลักษณะสินค้า

การนำเสนอเนื้อหาของสินค้าที่มีความแปลก หายาก ไม่เหมือนใคร ตัวอย่างเช่น ต้นทานตะวันผัดไฟแดง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นผักที่หาทานยากเนื่องจากต้องเป็นต้นทานตะวันพันธุ์ที่เพาะปลูกเพื่อเก็บต้นอ่อนจากประเทศจีน เพาะปลูกในประเทศไทยน้อย (ออกอากาศวันที่ 4 ตุลาคม 2552) หรือ ผัดไหมะเฟือง จังหวัดอ่างทองซึ่งเป็นผัดไทสูตรโบราณใช้มะเฟืองใส่แทนมะนาว (ออกอากาศวันที่ 19 กรกฎาคม 2552) เป็นต้น

(ค) ลักษณะบุคคลผู้ประกอบอาชีพ

เนื้อหาในส่วนของความแปลก มีประวัติความเป็นมา หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใครของบุคคลซึ่งประกอบอาชีพต่างๆ ซึ่งมีจุดแตกต่างที่ทำให้ผู้คนให้ความสนใจได้ ตัวอย่างเช่น “หมอดูไซเบอร์” หมอดูที่ประดิษฐ์ชุดจากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งมีลักษณะเหมือนชุดในภาพยนตร์อวกาศ โดยใส่ในเวลาทำงานเรียกความสนใจจากผู้คนที่ผ่านไปมาได้ (ออกอากาศวันที่ 21 มิถุนายน 2552) หรือ “ลวดถักซาเล้ง” ซึ่งคนถักเป็นคนรับจ้างส่งน้ำแข็งที่เคยติดคุกและได้เรียนวิชาการถักลวดเป็นรูปทรงหรือสิ่งของต่างๆ เช่น เรือสุพรรณหงส์ หรือมังกร มาจากในคุกช่วงที่รับโทษ เมื่อพ้นโทษออกมาก็ได้กลับตัวทำมาหากินด้วยอาชีพที่สุจริต โดยสามารถถักลวดเป็นอาชีพสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวได้ (ออกอากาศวันที่ 20 กันยายน 2552)



ภาพที่ 4.10 หมอดูไซเบอร์ ในช่วง “แหวกตลาด”

(ง) ลักษณะความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบอาชีพ

เนื้อหาที่นำเสนอความคิดที่แปลกใหม่ ในการสร้างความแตกต่างเพื่อเรียกความสนใจจากลูกค้า ตัวอย่างเช่น ตอน “พ่อค้าน้อยสไปเดอร์แมน” นำเสนอเรื่องของพ่อค้าเด็ก 2 คนอายุ 7 ปีและ 10 ปี แต่งกายเป็นชุดยอดมนุษย์สไปเดอร์แมนขายลูกโป่งและเกี้ยวทอดที่ตลาดนัด เรียกความสนใจจากลูกค้าจนมาซื้อสินค้า (ออกอากาศวันที่ 13 กันยายน 2552) หรือ “ร้านก๋วยเตี๋ยวใจถึง” จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งใช้ไก่ 1 ตัวต่อก๋วยเตี๋ยว 4 ชาม จึงเป็นก๋วยเตี๋ยวที่ให้ไก่ชิ้นใหญ่มาก ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการเรียกลูกค้าที่ต้องการความคุ้มค่าในการบริโภคเป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 18 ตุลาคม 2552)

เนื่องจากประเด็นหลักของช่วงแหวกตลาดคือ ต้องการนำเสนอเรื่องราวที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นมุมมองในเรื่องของการมีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ของบุคคลหรือร้านค้าต่างๆผ่านการนำเสนอเรื่องราวไม่ว่าจะเป็น อาชีพ สินค้า วิธีการประกอบอาชีพ รวมถึงตัวบุคคลที่มีความแตกต่างแปลกใหม่ทำให้เกิดความน่าสนใจจนได้รับคัดเลือกให้ถูกนำเสนอในรายการเป็นต้น โดยสังเกตเห็นได้ว่าอาชีพที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นอาชีพที่ในระดับกลางถึงล่างและผู้วิจัยเห็นว่าเนื้อมาจากแกนหลักของการนำเสนอรายการในช่วง “แหวกตลาด” อยู่ที่ความแปลกแหวกตลาด ซึ่งหมายถึงความแตกต่างไม่เหมือนใคร ดังนั้นเนื้อหาของการนำเสนอในรายการจึงปรากฏค่านิยมในเรื่องความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และค่านิยมเรื่องความพิเศษเป็นหลักในช่วงนี้

(4) ช่วงคนดีศรีตลาด

นำเสนอในทุกสัปดาห์สุดท้ายของเดือน นำเสนอแทนช่วง “แหวกตลาด” ความยาว 1 ช่วงรายการ ประมาณ 7 นาที เนื้อหาช่วงคนดีศรีตลาดนำเสนอเรื่องราวของบุคคลซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นคนดีเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือชุมชนว่าเป็นคนดีสร้างประโยชน์ให้กับส่วนรวม โดยจะนำเสนอในสัปดาห์สุดท้ายของเดือน ซึ่งเนื้อหาการนำเสนอเป็นการยกย่องเชิดชูบุคคลที่ถูกนำเสนออย่างชัดเจน ผ่านการนำเสนอเรื่องราวประวัติความเป็นมา คุณความดีต่างๆ รวมถึงคำบอกเล่าความคิดเห็นของผู้คนบุคคลในพื้นที่นั้นๆ โดยบุคคลที่ถูกนำเสนอั้นอาจไม่ได้เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือ เป็นทำคุณประโยชน์ที่เป็นสิ่งยิ่งใหญ่ แต่เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากคนในท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่ได้ทำเรื่องราวความดีที่เป็นคุณประโยชน์ต่อผู้คนในสังคมหรือท้องถิ่นนั้น โดยผู้ควบคุมรายการได้แสดงความเห็นถึงแนวคิดที่มาของการเสนอช่วงคนดีศรีตลาดดังนี้

“ตอนคิดที่แรกคิดว่าทำไมคนไทยลืมนคนดี เขตชุมชนรวย ทำไมไม่เขตชุมชนดี หรือเขตชุมชนดีที่ทำอะไรใหญ่โต มองว่าคนดีตัวเล็กๆที่ซ่อนอยู่มีเยอะแยะเค้าไม่จำเป็นต้องเจอเงินแสนเงินล้าน แค่ว่าเก็บปากกาอันเดียวก็ดีแล้ว ความดีเล็กๆ”

(วิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหารายการช่วง คนดีศรีตลาด เช่น “โค้ชทีมจักรยานชาวนา ” จังหวัดราชบุรี ที่นำได้ชักชวนเด็กที่มีพฤติกรรมติดเกมส์ ติดยาเสพติดในหมู่บ้านมาฝึกฝนและสนับสนุนให้ปั่นจักรยานโดยสามารถส่งเด็กไปแข่งขันและได้รางวัลในระดับประเทศได้สำเร็จ ซึ่งนอกจากจะฝึกสอนในการปั่นจักรยานแก่เด็กแล้ว ยังได้สอนในเรื่องของการฝึกอาชีพในการปลูกผักปลูกข้าวเพื่อทำมาหากินเลี้ยงชีพได้เป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 26 กรกฎาคม 2552) หรือตอน “ซาเล้งกู่ภัย” ซึ่งนำเสนอเรื่องของอาสาสมัครกู่ภัยที่ประกอบอาชีพรับซื้อของเก่า โดยจะใช้รถซาเล้งเป็นพาหนะในการเดินทางไปเพื่อช่วยเหลือชาวบ้านในชุมชน โดยมีอุปกรณ์ในการช่วยเหลือพยาบาลเบื้องต้นต่างๆในซาเล้ง ที่แม้จะยากจนแต่ก็ยังช่วยเหลือผู้คนในชุมชนอย่างเต็มที่ (ออกอากาศวันที่ 28 มิถุนายน 2552) เป็นต้น

จากตอนที่ผู้วิจัยได้ศึกษานั้นพบว่า จากบุคคลซึ่งรายการได้ คัดเลือกให้มาเป็นคนดีศรีตลาดและนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวในรายการ ส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลในชนชั้นกลางและล่าง คือไม่ได้เป็นบุคคลร่ำรวยหรือเป็นที่รู้จักในสังคม รวมถึงความดีที่ทำไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญหรือยิ่งใหญ่ อาจเป็นเพียงแค่การทำความดีที่ไม่ใช่เรื่องยากๆ เช่น ตอน นจรรยาจจำเป็น (ออกอากาศ 27 กันยายน 2552) ซึ่งเป็นลุงซบถสามล้อที่มาช่วยนักเรียนข้ามถนนหน้าโรงเรียน หรือตอนซาเล้งกู่ภัย (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) ที่นำเสนอเรื่องราวของอาสาสมัครกู่ภัยที่ซบซาเล้งในการทำหน้าที่ และตอน โค้ชทีมจักรยานชาวนา (ออกอากาศ 26 กรกฎาคม 2552) เป็นเรื่องราวของโค้ชทีมจักรยานซึ่งเป็นชาวนา โดยจากตัวอย่างตอนที่ยกมาพบว่าเนื้อหามีการนำเสนอออกเล่าประวัติชีวิต เรื่องราวความเป็นมาในการมาทำสิ่งต่างๆจนทำให้ได้รับการยกย่องในความดี ซึ่งเห็นได้ว่าเป็นบุคคลที่มีฐานะยากจน เป็นคนทำงานหาเช้ากินค่ำทั่วไปที่ พบได้ในสังคม หรือที่เรียกว่าชนชั้นล่างคือไม่ได้มีการศึกษาสูงหรือมีฐานะทางสังคมที่เป็นที่ยอมรับ แต่รายการได้เลือกมานำเสนอในแง่มุมเรื่องของการทำความดีของบุคคลนั้น เป็นเสมือนการชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนเหล่านี้แม้ไม่ได้มีเงินทองหรือมีการศึกษาสูง แต่ยังสามารถสร้างคุณความดีหรือประโยชน์ให้แก่สังคมหรือท้องถิ่นที่ตนอยู่อาศัยได้

(5) ช่วงชมตลาด

เป็นช่วงหลักสุดท้ายของรายการ มีความยาว 1 ช่วงรายการประมาณ 7 นาที นำเสนอเรื่อง “ตลาด” ทั้งตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความหลากหลายทั่วประเทศไทย ผ่านการพาไปเยี่ยมชมของพิธีกรประจำของช่วงคือ คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ ซึ่งได้ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่และนำภาพมาให้ชมและพูดคุยในห้องส่ง โดยรูปแบบของตลาดที่รายการได้นำเสนอนั้นมีหลากหลายประเภทโดยสามารถจำแนกตามประเภทตลาดต่างๆซึ่ง กิตติพร ใจบุญ (2549) ได้แบ่งไว้โดยพบประเภทของตลาดที่รายการนำเสนอ ดังนี้

- ตลาดน้ำ ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำคลองแห จังหวัดสงขลา (ออกอากาศวันที่ 19 กรกฎาคม 2552) ตลาดน้ำคลองสระบัว จังหวัด พระนครศรีอยุธยา (ออกอากาศวันที่ 13 กันยายน 2552)
- ตลาดสด ตัวอย่างเช่น ตลาดสวนหลวงร.9 (ออกอากาศวันที่ 21 มิถุนายน 2552) ตลาดการค้าโชคชัย4 (ออกอากาศวันที่ 4 ตุลาคม 2552) ตลาดวัดศาลเจ้า จังหวัดปทุมธานี ออกอากาศวันที่ 26 กรกฎาคม 2552) เป็นต้น
- ตลาดนัด ตัวอย่างเช่น ตลาดนัดในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ออกอากาศวันที่ 28 สิงหาคม 2552) ตลาดนัดสุขภาพสวนรถไฟ (ออกอากาศวันที่ 12 กรกฎาคม 2552)
- ตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง ตัวอย่างเช่น ตลาดนัดไม้เก่า (ออกอากาศวันที่ 14 มิถุนายน 2552) ตลาดครกอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี (ออกอากาศวันที่ 5 พฤศจิกายน 2549) เป็นต้น
- ย่านการค้า ตัวอย่างเช่น ตลาดเครื่องหนังย่านเจริญรัตน์ (ออกอากาศวันที่ 2 สิงหาคม 2552) ตลาดศูนย์อาหารสีลม (ออกอากาศวันที่ 20 กันยายน 2552) เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีตลาดท้องถิ่นต่างๆทั่วประเทศไทย เช่น ตลาดเช้าจังหวัดกาฬสินธุ์ ตลาดกิมหยงจังหวัดสงขลา ตลาดบ้านแพรงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

ส่วนการนำเสนอเนื้อหาในช่วง “ชมตลาด” สามารถจำแนกเนื้อหาตามองค์ประกอบของตลาดดังต่อไปนี้

1) ผู้ค้า

มีการเสนอเนื้อหาข้อมูลในเรื่องของผู้ขาย บรรดาพ่อค้าแม่ค้าซึ่งเป็นผู้ค้าตามแต่ละตลาด เช่นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดชายแดนจังหวัดสตูล มีทั้งพ่อค้าแม่ค้าชาวไทยและชาวมาเลเซีย ในตอนตลาด 2 แผ่นดิน (ออกอากาศวันที่ 7 มิถุนายน 2552) หรือ ตลาดการค้าโชคชัย 4 มีกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าผลไม้ที่รวมตัวกันมาขายด้วยกันจากต่างจังหวัดนำผลไม้มาขายสดสดทุกวัน (ออกอากาศวันที่ 4 ตุลาคม 2552) เป็นต้น

2) ผู้ซื้อ

นำเสนอเนื้อหาข้อมูลของลักษณะของกลุ่มลูกค้าผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ในตลาดนั้นๆ เช่น ตอน ตลาดนัดไม้เก่า กรุงเทพฯ นำเสนอว่ากลุ่มลูกค้าที่มาซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นนักสะสมไม้เก่า หรือ คนที่ต้องการซื้อไปประดับตกแต่งบ้านหรือร้านค้า เป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 14 มิถุนายน 2552) หรือ ลูกค้าตลาดสวนหลวง ร .9 ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มาออกกำลังกายในตอนเช้าแล้วมารับประทานอาหารและเลือกซื้อเลือกชมสินค้าหลังออกกำลังกาย เป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 21 มิถุนายน 2552)

3) สินค้า

การนำเสนอเนื้อหาในส่วนของสินค้าซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของตลาดนั้นรายการได้นั้นการนำเสนอเนื้อหาของประเภทและลักษณะของสินค้าโดยรวมของตลาด และสินค้าที่มีความโดดเด่น เป็นสินค้าขึ้นชื่อได้รับความนิยมของตลาดนั้น หรือเป็นของที่มีเฉพาะในท้องถิ่น มีเอกลักษณ์แปลก และน่าสนใจ ตัวอย่างเช่นไปตลาดน้ำวัดตะเคียนจังหวัดนนทบุรี พาไปเที่ยวชมสวนผลไม้ขึ้นชื่อประจำท้องถิ่นคือทุเรียนเมืองนนท์ เป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 19 กรกฎาคม 2552) โดยพิธีกรจะหยิบยกมานำเสนอเป็นตัวอย่างของแต่ละตลาด ผ่านการเข้าไปพูดคุยสอบถามกับพ่อค้าแม่ค้าผู้ขายและทดลองชิมอาหาร หรือนำชมสินค้าในร้านต่างๆของตลาด

4) บรรยายภาคในตลาด/สถานที่

เนื้อหาในช่วง “ชมตลาด” มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนของสถานที่ของตลาด ทั้งในเรื่องรายละเอียดของลักษณะสถานที่ที่ตั้ง เวลาเปิดทำการค้าขาย ลักษณะความพิเศษความน่าสนใจของแต่ละตลาด แต่ละพื้นที่ เช่น “ตลาดน้ำคลองแห” จังหวัดสงขลา ซึ่งรายการได้นำเสนอว่าเป็นตลาดน้ำแห่งแรกในภาคใต้ ความคึกคักของผู้คนสถานที่ รวมถึงกิจกรรมพิเศษของตลาดที่บริเวณเดียวกันมีศูนย์ฝึกโนราห์เป็นจุดที่น่าสนใจ (ออกอากาศวันที่ 19 กรกฎาคม 2552) หรือ “ตลาดน้ำคลองสระบัว” จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งรายการได้นำเสนอความเป็นมาของการเกิดตลาดน้ำคลองสระบัว ลักษณะที่โดดเด่นของตลาดคือมีอุโมงค์น้ำมีคลองสระบัว พ่อค้าแม่ค้าแต่งกายย้อนยุค และมีการแสดงจากเด็กในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวชมเป็นกิจกรรมพิเศษของตลาด เป็นต้น (ออกอากาศวันที่ 13 กันยายน 2552)



ภาพที่ 4.11 พิธีกรพาไปเที่ยวชมตลาดในช่วง “ชมตลาด”

ผู้วิจัยพบว่า การนำเสนอเนื้อหาในช่วงชมตลาดมีบทบาทในการให้สถานภาพทั้งแก่บุคคลและสถาบัน โดยการทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการนำเสนอเนื้อหาทั้งในส่วนของผู้ค้า ผู้ซื้อ สินค้า บรรยายภาคและสถานที่ ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาของตลาดที่มีหลากหลายประเภท เช่น ตลาดบก ตลาดน้ำ ตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง ตลาดย่านการค้า เป็นต้น ซึ่งการนำเสนอตลาดที่มีความหลากหลายทั้งประเภทของตลาดและประเภทของสินค้าในตลาด สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดในห้างสรรพสินค้า (supermarket) ที่มีลักษณะการขายและลักษณะสินค้าที่เหมือนกันเป็นรูปแบบเดียว ซึ่งทำให้ผู้ชมได้เห็นถึงความน่าสนใจของตลาดในคุณสมบัติด้านความหลากหลายทั้งสินค้า และรูปแบบสถานที่ เป็นต้น

การนำเสนอเนื้อหาผ่านการบรรยายของรายการและการบอกเล่าสอบถามของพิธีกรนอกสถาน นอกจากจะทำให้ผู้ชมได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดที่นำเสนอ และผู้วิจัยยังเห็นว่ารายการได้นำเสนอเนื้อหาเป็นทีละขั้นตอนในเชิงบวก ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีกับตลาด ทั้งต่อตัวผู้ค้า สินค้า และบรรยากาศสถานที่ รวมถึงพบบทบาทในการประชาสัมพันธ์ เชิญชวนให้ไปเที่ยวชมยังตลาดที่รายการนำเสนอเช่นกัน เนื้อหาส่วนบรรยากาศในตลาดและสถานที่ส่วนใหญ่จะ พบว่าเป็นสถานที่หรือตลาดที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในวงกว้างอยู่แล้ว หรือส่วนใหญ่พบว่าเป็นตลาดที่อยู่ไม่ไกลจากเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล หรือถ้าเป็นตลาดในต่างจังหวัดก็จะเป็นลักษณะของตลาดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนั้นๆอยู่แล้ว เช่น ตลาดกิมหยง จ. สงขลาเป็น

สรุปจากกา รนำเสนอเนื้อหาหลักของรายการตลาดสดสนามเป้า ผ่าน 4 ช่วงหลักของรายการสามารถสรุปลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏในรายการ โดยจำแนกผ่านองค์ประกอบของตลาด ดังนี้

(1) ผู้ค้า

เสนอเนื้อหาข้อมูลในส่วนของผู้ประกอบอาชีพ เช่นลักษณะการทำงาน ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ข้อคิดคุณธรรมประจำตน ตัวอย่างเช่น ตอนร้านข้าวต้มปลา (ออกอากาศ 9 สิงหาคม 2552) ตัวเจ้าของร้านมีความพิการหาไม่เท่ากันเนื่องจากการผ่าตัด ซึ่งยึดถือคำสอนจากกัณฑ์ว่า ต้องไม่ย่อท้อต่อโชคชะตา ต้องขยันไม่ขี้เกียจ ถ้าหา กว่าเหนื่อยก็หยุดพักและกลับทำมาต่อ เป็นข้อคิดที่ทำให้เจ้าของร้านสามารถอดทนต่อผู้ทำมาหากินได้ถึงปัจจุบัน เป็นต้น รวมถึงความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้ค้า ซึ่งปรากฏในช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และ ชมตลาด

(2) ผู้ซื้อ

เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ขั้ ้อมูลของกลุ่มลูกค้าผู้ซื้อสินค้าในตลาดหรือร้านค้านั้นๆ รวมถึงความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อ ผู้ค้า สินค้า สถานที่บรรยากาศในตลาด โดยปรากฏในช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด เป็นต้น เช่นตอนแม่ค้ากายสิทธิ์ในช่วงแหวกตลาด (ออกอากาศ 12 กรกฎาคม 2552) ซึ่งรับบริการตามสั่งของลูกค้า เช่นสั่งซื้อสินค้าส่งถึงบ้านหรือรับชำระค่าบริการต่างๆ เช่นค่าน้ำค่าไฟ รับจ้างประนอมหนี้ เป็นต้น โดยรายการได้นำเสนอความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการ ดังเช่น “ดีคะ ไม่เสียค่าน้ำมันไปซื้อที่ตลาด ” (ความคิดเห็นที่ 1) หรือ “ก็คือมีเค้าอยู่คนเดียวที่เห็นๆ นะ บริการดีทุกระดับประทับใจ” (ความคิดเห็นที่ 2) เป็นต้น

(3) สินค้า

นำเสนอข้อมูลลักษณะความแตกต่าง เอกลักษณะที่โดดเด่นของสินค้าที่ได้รับเลือกเพื่อนำมาเสนอในรายการ ว่ามีลักษณะแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันอย่างไร เป็นต้น ปรากฏในช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด

(4) บรรยากาศในตลาด /สถานที่

นำเสนอเนื้อหาข้อมูลของสถานที่ของตลาด หรือร้านค้า เช่นสถานที่ตั้ง วันและเวลาเปิดและปิด ลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยปรากฏในช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด

จากลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอที่ปรากฏเห็นได้ว่านอกจากจะมีความสอดคล้องกับแนวคิดหลักของรายการเรื่อง “ตลาด” แล้ว ยังต้องสอดคล้องกับรูปแบบของรายการซึ่งเป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิงที่ต้องมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอ นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาผ่าน ช่วงต่างๆของรายการตลาดสดสนามเป้า ยังได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของรายการในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบัน(status conferral) ซึ่งจะเป็นประเด็นที่จะทำการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอต่อไป

4.3.2 วิธีการนำเสนอ (presentation technique)

ซึ่งมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1) พิธีกร (host)

พิธีกรคือผู้ที่ทำหน้าที่ในการดำเนินรายการนำเสนอเนื้อหา ตั้งแต่เริ่มรายการจนจบ ซึ่งในรายการประเภทปกิณกะบันเทิงนั้นพิธีกรอาจจะเป็นชายหรือหญิง ซึ่งส่วนมากใช้พิธีกรคู่หรือพิธีกรร่วมกันหลายคน (ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน , 2535) ซึ่งถือได้ว่าพิธีกรนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความสนใจแก่ผู้ชมรายการในการติดตามรับชมรายการได้ตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งในรายการตลาดสดสนามเป้านั้นประกอบด้วยพิธีกร 3 คน ดังนี้

(1) สุริวิภา กุลตังวัฒนา

ประวัติโดยสังเขป

สุริวิภา กุลตังวัฒนา มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปจากผลงานการแสดงภาพยนตร์และละคร จนเมื่อได้มีบทบาทเป็นพิธีกรในรายการ “ยุทธการขยับแข้งออก” และเป็นที่รู้จักมากขึ้นในการเป็นพิธีกรคู่กับร่วมกับ คัทลียา แมคอินทอช ในรายการ “สมาคมชมดาว ” (positioning, 2550: ออนไลน์) ด้วยประสบการณ์การทำงานด้านพิธีกรมาเป็นระยะเวลาอันรวมถึงความสามารถในการดำเนินรายการหลากหลายประเภทและรูปแบบ เช่น รายการถอดรหัสใจ จันทรเจ้าของ หลังกาเดียวกัน และ อู๋ปัส ออนแอร์ เป็นต้น จึงทำให้ สุริวิภา กุลตังวัฒนา กลายเป็นพิธีกรที่เป็นที่รู้จักของผู้ชมและได้รับความไว้วางใจจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างๆจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีรายการที่รับบทบาทเป็นพิธีกรคือ รายการศึก 12 ราศี ทางช่อง 3 รายการตลาดสดสนามเป้า ทางช่อง 5 และรายการสุริวิภา ทางช่อง 9

บุคลิกลักษณะ

ด้วยบุคลิกลักษณะของ สุริวิภา กุลตังวัฒนา ที่มีความสนุกสนานและเป็นกันเอง แต่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถดำเนินบทบาทในการควบคุมให้รายการดำเนินได้อย่างราบรื่นแต่มีสีสันได้ ซึ่งผู้ควบคุมรายการได้กล่าวว่า

“พี่หนูแหม่ม (สุริวิภา กุลตังวัฒนา) เรามองเห็นความเป็นมืออาชีพของแก อยู่ตรงไหนรายการอะไรก็ทำหน้าที่ได้ เพอร์เฟกไม่มีที่ติ เชื่อว่าคนไทยชาวบ้าน ชอบบุคลิกพี่หนูแหม่ม เจ้าเนื้อ สบายๆอารมณ์ดี การที่จะพูดอะไรทำให้ชาวบ้านเข้าใจเรื่องโดยภาษาง่ายๆ ภาษาสคริปต์รายการตลาดสดเหมือนเราพูดกันแต่คำตะโกนว่ากัน พี่แหม่มถ่ายทอดได้ดี บุคลิก คนไทยชอบกันเอง” (วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ด้วยความสามารถและบุคลิกที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องและเหมาะสมกับรูปแบบและแนวคิดของหลักของรายการ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบดังนี้

(ก) ลักษณะท่าทางการแสดงออก

ลักษณะท่าทางการแสดงออกของ สุริวิภา กุลดั่งวัฒนา ในบทบาทพิธีกรหลักของรายการ จะมีลักษณะการแสดงออกที่เป็นเหมือนพี่ใหญ่ของตลาด มีความเป็นกันเองสนุกสนาน การเคลื่อนไหวด้วยท่าทางสบายๆ ในสถานการณ์จำลองที่ได้รับบทบาทเป็นเจ้าของตลาดจะมีท่าทางการพูดจาที่เป็นกันเองกับบรรดาพ่อค้าแม่ค้าในตลาด มี การพูดจาหยอกล้อและหัวเราะอย่างสนุกสนานกับพิธีกรร่วม และแขกรับเชิญในรายการ อย่างเป็นธรรมชาติ หรือตัวอย่างเช่นเมื่อมีการสาธิตการทำอาหารหรือมีตัวอย่างอาหารที่ถูกนำเสนอในช่วงต่างๆมาแสดง จะมีการชิมหรือรับประทานด้วยท่าทางที่แสดงความเอร็ดอร่อยเป็นต้น แต่เมื่อพูด ขำเนื้อหาในรายการจะมีการเน้นจังหวะและน้ำเสียงอย่างชัดเจน และบ่งบอกอารมณ์หรือความสำคัญในการสื่อความหมาย เช่นน้ำเสียงในการช่วงพูดคุยสนุกสนานจะแตกต่างจากน้ำเสียงในช่วงที่พูดกล่าวสรุปเนื้อหาหรือให้แง่คิดที่เป็นเนื้อหาสาระเป็นต้น การแสดงออกทางสีหน้าเป็นไปตามธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของรายการที่เป็นรายการปิกนิกะบันเทิง และแนวคิดหลักเรื่องตลาด ซึ่งไม่ต้องเป็นทางการเน้นความสนุกสนานแบบชาวบ้านทั่วไปและความเป็นกันเองเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมทั่วไปเป็นหลักสำคัญ

(ข) การแต่งกาย

การแต่งกายของพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า จะเน้น การแต่งกายที่มีสีสันสดใส เป็นชุดสวยงามสบายๆไม่เป็นทางการมากนัก เช่นชุดเสื้อกับกางเกงสีล้วน ให้ความรู้สึกเหมือนชุดแม่บ้านออกมาจ่ายตลาดเป็นต้น โดยในแต่ละสัปดาห์พิธีกรจะใส่ชุดที่มีลักษณะคล้ายกัน แต่ต่างสีล้วนหรือ สีสันคล้ายกันแต่รูปแบบต่างกันรวมถึงการแต่งกาย เพื่อให้เข้ากับเทศกาลต่างๆเป็นต้น โดยการแต่งกายถือเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดถึงบทบาทของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เป็นองค์ประกอบของการสร้างบรรยากาศในรายการ เนื่องจากกรณีของ สุริวิภา กุลดั่งวัฒนา ซึ่งเป็นพิธีกรที่ดำเนินรายการโทรทัศน์มากกว่ารายการเดียว การสร้างบุคลิกของตัวเองเพื่อให้ถึงความแตกต่างในแต่ละรายการ ซึ่งการแต่งกายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้บุคลิกและลักษณะของตัวพิธีกรในรายการมีความชัดเจนขึ้น เช่นเมื่อดำเนินรายการตลาดสดสนามเป้า สุริวิภา กุลดั่งวัฒนา จะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่เป็นชุดลำลองไม่เป็นทางการ เน้นความสดใส สบายๆ ซึ่งแตกต่างจากการแต่งกายเพื่อดำเนินรายการอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับแนวคิดหรือรูปแบบของรายการนั้นๆเป็นต้น



ภาพที่ 4.12 พิธีกร สุวิวิภา กุลตั้งวัฒนา

วิธีการดำเนินรายการ

สุวิวิภา กุลตั้งวัฒนา มีบทบาทในการดำเนินรายการร่วมกับพิธีกรร่วมในลักษณะของการพูดคุยสนทนาและแสดงสถานการณ์จำลอง โดยรับบทบาทเป็นเจ้าของตลาด หรือที่ชาวตลาดเรียกว่า “เจ้หนูเหม้ม” ที่ต้องคอยตรวจสอบ ควบคุมดูแลความเรียบร้อยในตลาด เพื่อเปิดประเด็นเข้าสู่เนื้อหารายการ ในช่วงต่างๆ รับหน้าที่เปิดรายการและแนะนำแขกรับเชิญประจำสัปดาห์ ร่วมพูดคุยและสนทนาเกี่ยวกับเนื้อหาในแต่ละช่วงเพื่อบอกเล่าเพิ่มเติมประเด็นต่างๆ หรือซักถามข้อมูลแขกรับเชิญ เมื่อมีการสาธิตวิธีการทำอาหารในห้องส่งจะมีบทบาทในการช่วยเหลือและอธิบายขั้นตอนต่างๆ รวมถึงการสรุปให้ข้อคิดจากเนื้อหาที่ได้นำเสนอ และปิดท้ายด้วยพุดจาเชิญชวนผู้ชมให้ไปสนับสนุนโดยการติดตามไปบริโภคหรือใช้บริการ บุคคลหรือร้านค้ามาออกรายการด้วย จึงถือได้ว่าเป็นตัวหลักในการนำเข้าสู่ประเด็นและเนื้อหาสำคัญต่างๆ ของรายการ ตัวอย่างการดำเนินรายการเช่น ตอนรู้ รานหมูพะไล้จตุจักร ในช่วงมือใหม่หัดขาย (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) ที่เจ้าของร้านเล่นดนตรีเคยส่งเพลงประกวดได้รางวัลชนะเลิศมาแล้ว แต่ได้หันมาประกอบอาชีพขายหมูพะไล้ ซึ่งเป็นกิจการของครอบครัว โดยพิธีกร สุวิวิภา กุลตั้งวัฒนาได้กล่าวถึงตัวเจ้าของร้านเพื่อแสดงความชื่นชมดังเช่น

“นึกถึงอะไรใหม่ๆ นึกถึงคำว่ามีตัวตน อัดตาตัวตน เจ้หนูเหม้มवलองนึกดูสิว่าบางคนไปถึงจุดจุดหนึ่งของชีวิต ถือว่าอาจจะสูงสุดในวันที่ได้รับรางวัลชนะเลิศที่หนึ่งของการประกวดเพลง แล้วจะมีซักกี่คนที่ยอมย้อนกลับมาเลี้ยงตัวเองด้วยการขายของ ดิฉันเห็นว่า วามีภรรยาคุณนี่เท่มากเลย ไม่มีอีโก้เลย”

(ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552)

จากตัวอย่างที่ยกมาเห็นได้ถึงลักษณะการดำเนินรายการที่จะการกล่าวสรุปเนื้อหาที่นำเสนอเป็นลักษณะข้อคิดหรือการชื่นชมในการปิดท้ายช่วงต่างของรายการ

(2) ปวันรัตน์ นาคสุริยะ

ประวัติโดยสังเขป

ปวันรัตน์ นาคสุริยะ เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปจากบทคนรับใช้ในภาพยนตร์โฆษณา และผลงานการแสดงละครและภาพยนตร์จนเป็นที่จดจำในฐานะนักแสดงที่มักได้รับบทเป็นคนรับใช้ และได้มีบทบาทในการเป็นพิธีกรในหลายรายการ เนื่องด้วยบุคลิกลักษณะนิสัยที่เป็นที่เอกลักษณ์และเป็นที่จดจำของผู้ชมในด้านความเป็นคนมีอารมณ์ขัน และความสนุกสนาน สามารถสร้างเสียงหัวเราะแก่ผู้ชม โดยได้เคยดำเนินรายการต่างๆ เช่น รายการรายวันบันเทิงทางช่อง 5 รายการอลหม่าน จานเด็ด ทางช่อง 3 และปัจจุบันดำเนินรายการ ตลาดสดสนามเป้า ทางช่อง 5

บุคลิกลักษณะ

ด้วยบุคลิกลักษณะที่เป็นที่จดจำในเรื่องของความเป็นนักแสดงอารมณ์ดี ทำให้ภาพลักษณ์และบุคลิกของ ปวันรัตน์ นาคสุริยะ มีความสบายๆ น่าเข้าใกล้เป็นกันเอง

“จริงๆอยากได้คนที่มีความรู้นิดๆมีเกร็ดอดีตมาเล่าให้ฟังมีเรื่องราวมา เต็มเต็มจริงๆก็คือถ้ามีข่าวก็ต้องมีคำ มีพีแหม่ม (สุวิภา กุลตังวัฒนา) เหมือนเจ้าของตลาด หน่อยๆ ต้องมีพีแหม่มมาคอยป่วนๆนิดๆ คอยระวังโพลีชั่น และคอยดึงอารมณ์กลับมาเพราะดูเป็นพีใหญ่”

(วิหวัธ อรุณเลิศวิทยา , สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

เนื่องจากบุคลิกและภาพลักษณ์ที่ถูกจดจำในฐานะนักแสดงอารมณ์ดี ปวันรัตน์ นาคสุริยะ จึงได้รับบทบาทเป็นหนึ่งในพิธีกรหลักของรายการ มีส่วนสำคัญในการสร้างสีสันและความสนุกสนานแก่ผู้ชม โดยสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนผ่านการพิจารณาองค์ประกอบดังนี้

(ก) ลักษณะท่าทางการแสดงออก

ลักษณะการแสดงออกในฐานะพิธีกรในรายการตลาดสดสนามเป้าของ ปวันรัตน์ นาคสุริยะ นั้นมีความโดดเด่นในเรื่องความสนุกสนาน ที่เกิดจากการพูดคุยหยอกล้อกับพิธีกรร่วม บรรดาพ่อค้าแม่ค้าในตลาด รวมถึงแขกรับเชิญในรายการ ซึ่งสามารถเรียกเสียงหัวเราะจากผู้ชมได้ เป็นการสร้างบรรยากาศที่คึกคักในรายการ โดยลักษณะการแสดงออกทั้งท่าทาง และสีหน้าที่เป็นธรรมชาติ สบายๆ ถือได้ว่าเป็นบุคลิกที่มีความคล้ายคลึงกับ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา ในแง่ของความเป็นธรรมชาติและความเป็นกันเอง สนุกสนานจึงสามารถรับส่งบทสนทนาและช่วยเติมเต็มให้รายการมีสีสันมากขึ้น

(ข) การแต่งกาย

ลักษณะการแต่งของ ปวันรัตน์ นาคสุริยะ ในรายการตลาดสดสนามเป้านั้นจะมีความคล้ายคลึงกับ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา คือมีสีสันสดใส การแต่งกายเน้นชุดลำลองสบายๆ โดยส่วนใหญ่่มักจะเป็นเสื้อผ้าในชุดที่เป็นแบบเดียวกับ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา แต่จะมีสีสันทันแตกต่างกันไป

วิธีการดำเนินรายการ

ปวันรัตน์ นาคสุริยะ มีบทบาทในการดำเนินรายการผ่านการร่วมพูดคุย สนทนากับพิธีกรร่วมรวมถึงการแสดงเหตุการณ์จำลองเพื่อเข้าสู่ช่วงต่างๆของรายการ โดยรับบทเป็น “เจ้าหนูเหมียว” ผู้ช่วยเจ้าของตลาด คือ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา โดยมักจะสร้างความสนุกสนานโดยการหยอกล้อกับตัวละครพ่อค้าแม่ค้าในตลาด แขกรับเชิญในรายการ ตัวอย่างเช่น การหยอกล้อแขกรับเชิญที่เป็นศิลปิน นักแสดง ชายหนุ่มในลักษณะการหยอกเย้าสร้างเสียงหัวเราะ และมีหน้าที่ร่วมซักถาม อธิบายเนื้อหาในช่วงต่างๆของรายการเพิ่มเติมและเสริมกับพิธีกรร่วมในรายการ รวมถึงการช่วยแขกรับเชิญการสาธิตกรรมวิธีหรือขั้นตอนในการประกอบอาชีพที่ได้เรียนรู้มา นอกจากนี้มักมีบุคลิกที่ปรากฏบ่อยคือการชิมอาหารที่นำมาประกอบหรือนำเสนอในรายการด้วยความเอร็ดอร่อยเป็นต้น



ภาพที่ 4.13 พิธีกร ปวันรัตน์ นาคสุริยะะ ทดลองชิมอาหารที่นำมาแสดงในรายการ

(3) คะนิงนิจ จักรสมิทธานนท์

ประวัติโดยสังเขป

กะนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ มีผลงานในวงการบันเทิงหลากหลาย เช่น งานโฆษณา มิวสิควีดีโอ ภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ ทำให้เป็นที่รู้จักของผู้ชม ด้วยภาพลักษณ์ที่เป็นคนมีบุคลิกที่อ่อนหวาน เรียบร้อย มีการวางตัวที่เหมาะสม ประกอบกับเป็นนักแสดงในสังกัดของบริษัท โพลีพลัส เอนเตอร์เทนเมนต์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า จึงทำให้ได้มีโอกาสในการเป็นพิธีกรร่วมในรายการ โดยในช่วงเริ่มแรกรับหน้าที่พิธีกรประจำช่วง “ชมตลาด” ซึ่งเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งจะได้เข้ามาร่วมพูดคุยกับพิธีกรหลักในห้องส่ง ซึ่งเดิมประกอบด้วย ลักษณะ เรขานิเทศ สุริวิภา กุลตังวัฒนา และปวันรัตน์ นาคสุริยะะ โดยต่อมารายการได้ปรับเปลี่ยนพิธีกร คะนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ จึงได้เข้ามารับหน้าที่เป็นหนึ่งในพิธีกรหลักของรายการ โดยในปัจจุบันผลงานส่วนใหญ่จะเป็นงานการแสดงละครโทรทัศน์ และ พิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า

บุคลิกลักษณะ

คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ เป็นที่รู้จักในฐานะนักแสดง ซึ่งมีความเรียบง่าย อ่อนหวาน ร่าเริง จากประสบการณ์ในการเป็นพิธีกรประจำช่วง “ชมตลาด” ในยุคแรกของรายการ ซึ่งต้องออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ พบปะผู้คนทั้งพ่อค้าแม่ค้า รวมถึงลูกค้าในตลาด ทำให้ผู้ชมสามารถจดจำและเห็นถึงบุคลิก ลักษณะของความเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เข้ากับคนง่าย เป็นกันเอง และมีความอ่อนน้อม สามารถพูดคุยสนทนากับบุคคลต่างๆ ได้อย่างเป็นธรรมชาติ โดยผู้ควบคุมรายการได้แสดงความเห็นว่า

“อยากได้ตัวแทนวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ซักคนที่เป็นตัวแทนพวกเขาไปสัมผัสกับตลาด ซึ่งคนรุ่นใหม่จะมีก็คนที่ไปเดินตลาด อย่างน้อยๆ ก็ห้างสรรพสินค้าใหญ่โต พี่คิดว่าคนรุ่นใหม่ น่าจะได้เดินตลาดแบบรอดเมล์บ้าง”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

เมื่อได้รับบทบาทเป็นพิธีกรหลักที่ต้องดำเนินรายการร่วมกับพิธีกรรุ่นพี่ ซึ่งมีอายุที่แตกต่างกัน จึงทำให้บุคลิกและลักษณะของ คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ มีความแตกต่างถือเป็นสีสันและส่วนเติมเต็มในรายการโดยพิจารณาจากองค์ประกอบดังนี้

(ก) ลักษณะท่าทางการแสดงออก

ลักษณะท่าทางการแสดงออกในบทบาทพิธีกรในรายการ คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ เนื่องจากเป็นพิธีกรที่อายุน้อยที่สุดจึงเป็นเหมือนน้องสาวของพิธีกรร่วมในรายการ จึงได้รับบทบาทเป็น “อาหมายเล็ก ” จะเป็นเหมือนตัวแทนของวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ ลักษณะการแสดงออกด้วยท่าทางสุภาพอ่อนหวาน มีความร่าเริง และสนุกสนานเมื่อพูดคุยสนทนากับพิธีกรร่วมและแขกรับเชิญ การแสดงสีหน้าเป็นธรรมชาติตามสถานการณ์ เหมาะสมกับลักษณะรายการที่มีความสนุกสนานและไม่เป็นทางการจนเกินไป ลักษณะการพูดมีจังหวะและน้ำเสียงชัดเจนเป็นธรรมชาติและสามารถแสดงออกถึงอารมณ์ที่ต้องการสื่อได้

(ข) การแต่งกาย

ลักษณะการแต่งกายของ คณะหนึ่งนิจ จักรสมิทธานนท์ มีความแตกต่างจาก พิธีกรร่วมในรายการอีก 2 คนอย่างเห็นได้ชัด คือจะเน้นความสวยงาม รูปแบบที่ทันสมัยนิยม สีสีน ของเครื่องแต่งกายยังคงเป็นสีที่สดใส ส่วนใหญ่เป็นชุดกระโปรงสั้น แต่ส่วนของการถ่ายทำรายการ นอกสถานที่ในช่วง “ชมตลาด” จะเน้นการแต่งกายแบบทะมัดทะแมง เสื้อยืด กางเกงขายาวหรือ ขาสั้นเป็นต้น

วิธีการดำเนินรายการ

คณะหนึ่งนิจ จักรสมิทธานนท์ มีหน้าที่ในการดำเนินรายการทั้งส่วนของการแสดง สถานการณ์จำลอง ที่มีบทบาทเสมือนคนกลางที่ต้องคอยห้ามเวลาที่ “เจ้หนูหม่อม” และ “เจ้หนูเหมียว” ทะเลาะมีเรื่องราวกันเองหรือกับบรรดาพ่อค้าแม่ค้าในตลาด รวมถึงการสนทนาพูดคุยกับ พิธีกรร่วมและแขกรับเชิญ โดยมีหน้าที่หลักในการพูดเพื่อปิดช่วงของรายการและเกริ่นเนื้อหาของ ช่วงต่อไป รวมถึงเชิญชวนเข้าสู่ช่วงต่างๆของรายการ และจะมีบทบาทสำคัญโดยเฉพาะในช่วง “ชมตลาด” ซึ่งเป็นการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่คือตลาดต่างๆทั่วประเทศ โดยจะนำไปเยี่ยมชม และให้ข้อมูลต่างๆรวมถึงการพูดคุยสนทนากับพ่อค้าแม่ค้า และลูกค้าในตลาดนั้นๆ รวมถึงการนำ ชมสินค้าและทดลองชิมอาหารขึ้นชื่อหรืออาหารท้องถิ่นนั้น โดยเมื่อนำภาพจากการออกไปถ่าย ทำนอกสถานที่มานำเสนอในห้องส่งให้พิธีกรร่วม และผู้ชมได้รับทราบ จะทำหน้าที่ในการตอบข้อ สงสัยของพิธีกรร่วมในห้องส่งรวมถึงอธิบายเรื่องราวต่างๆเพิ่มเติมด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 4.14 พิธีกร คณะหนึ่งนิจ จักรสมิทธานนท์ ดำเนินรายการในช่วง “ชมตลาด”

จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยพบบทบาทของพิธีกรจากการลักษณะการแสดงออกและวิธีการดำเนินรายการสามารถสรุปได้เป็นบทบาทต่างๆดังต่อไปนี้

(ก) บทบาทในการให้ข้อมูล

บทบาทของพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้าที่ปรากฏผ่านการดำเนินรายการที่สำคัญคือบทบาทในการให้ข้อมูลแก่ผู้ชมในการอธิบายให้ข้อมูลเพื่อนำเสนอเนื้อหาในช่วงต่างๆ โดยพิธีกรหลักของรายการทั้ง 3 คน เช่นการช่วยแซ่กับเชิญในการอธิบายเสริมข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าสินค้า หรือผู้ประกอบการอาชีพในช่วงมือใหม่หัดขาย หรือการอธิบายเนื้อหาเพิ่มเติมหลังจากการนำเสนอเนื้อหาในช่วงหมวดตลาด หรือช่วงชมตลาดเป็นต้น รวมถึงการกล่าวเพื่อสรุปเรื่องราวจากเนื้อหาของแต่ละช่วงเพื่อให้เกิดกับผู้ชม ตัวอย่างเช่นแง่คิดจากเรื่องราวชีวิตของบุคคลที่ถูกนำเสนอในรายการเป็นต้น ตัวอย่างเช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่รายการนำเสนอคือเกี่ยวกับที่ใส่แบ่งใส่สีที่ได้จากสมุนไพรต่างๆ ในช่วงชมตลาดนัดสุขภาพสวนรถไฟ โดยพิธีกรได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรเพิ่มเติมดังนี้

“อันนี้มีที่มาจากอย่างเข้าใจทำนะ มาจากธรรมชาติ สีที่ทาสีแดงๆมาจากแก่นฝาง เป็นเปลือกไม้ชนิดหนึ่งที่ให้สี แดงอมชมพู ม่วงๆมาจากอันธุ์เรารู้จักดีเราเคยเห็นบ่อย ต้องบอกว่าสรรพคุณของแก่นฝางบำรุงเลือดขับเสมหะ” (ออกอากาศ 12 กรกฎาคม 2552)

(ข) บทบาทในการซักถาม

บทบาทของพิธีกรในการซักถามปรากฏมากที่สุดในการดำเนินรายการช่วงมือใหม่หัดขาย ซึ่งพิธีกรมีส่วนในการร่วมซักถามแซ่กับเชิญที่ได้ไปเรียนรู้การประกอบอาชีพจากเจ้าของร้านหรือผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการเสริมเนื้อหาหรือนำเข้าสู่ประเด็นที่ต้องการนำเสนอ หรือเป็นตัวแทนของผู้ชม เช่นสอบถามเรื่องราวของเจ้าของร้านเพื่อนำเข้าสู่เนื้อหาในการนำเสนอเรื่องราวชีวิตของบุคคลเจ้าของร้านหรือผู้ประกอบการที่นำเสนอเป็นต้น รวมถึงบทบาทการซักถามของพิธีกรหลักในช่วงชมตลาดที่ต้องออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ยังตลาดต่างๆ พบว่ามีการซักถามเพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาด ผู้ค้า ผู้ซื้อ ร้านค้า สินค้าต่างๆ จากบุคคลในตลาดเพื่อให้ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดที่นำเสนอเป็นต้น เช่นตอน ตลาดวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) สอบถามความเป็นมาของตลาด ที่มาลักษณะของสินค้า ราคาขาย สอบถามแม่ค้า สินค้ามาจากที่ไหน เกี่ยวกับสวนผลไม้ว่าปลูก และขายอะไรบ้าง เช่น

พิธีกร : “มีทุเรียนพันธุ์ไหนบ้างคะ”

แม่ค้า : “อันนี้หอมทอง อันนี้ก้านยาว ของเมืองนนท์แท้”

พิธีกร : “ราคาเท่าไรคะ”

พ่อค้า : “หอมทองอยู่ที่หนึ่งพัน ก้านยาวอันนี้หนึ่งพันห้า”

พิธีกร : “หนึ่งพันนี้หมายถึงลูกละ”

แม่ค้า : “ลูกละหนึ่งพัน นี้ขายถูกแล้ว นี้ก้านยาวพันห้า อันนี้ของสวนเองขายถูก ธรรมดาแล้วขายสองพัน”

พิธีกร : “เวลาเค้าออกลูกที่ต้องเฝ้าต้นไว้เลยไหมคะ”

แม่ค้า : “เฝ้าไม่เฝ้าก็หาย กระจอกมากกินไปสองสามลูก”

ดังที่ยกมาเป็นตัวอย่างบทบาทการซักถามที่พบได้อย่างชัดเจนในช่วงชมตลาดโดยพิธีกร คือ คະนึ่งนิจ จักรสมิทธานนท์ ซึ่งดำเนินรายการโดยการสอบถามข้อมูลจากพ่อค้าแม่ค้าหรือคนในท้องถิ่น เป็นต้น

(ค) บทบาทในการประชาสัมพันธ์

บทบาทในการประชาสัมพันธ์เป็นบทบาทที่พบในทุกช่วงของรายการ เช่น ช่วงมือใหม่หัดขาย ช่วง แหวกตลาด ช่วงคนดีศรีตลาด และช่วงชมตลาด โดยพิธีกรมีการประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูล และเชิญชวนผู้ชมรายการให้ติดตามไปบริเวณอุดหนุน หรือใช้บริการยังร้านค้า ร้าน ตลาด หรือเจ้าของอาชีพที่รายการนำเสนอ รวมถึงการเชิญชวนให้การสนับสนุนการบุคคลที่ถูกนำเสนอในรายการตลาดสด สนามเป้า เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ประชาสัมพันธ์ให้ช่วยเหลือสนับสนุนคนดีศรีตลาด ตอน พี่อ้วนชาเลี้ยงกัญชง (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) พิธีกรได้ประชาสัมพันธ์เพื่อขอความช่วยเหลือจากผู้ชมดังนี้

“พี่อ้วนเค้าเป็นคนรับซื้อของเก่าด้วยคะ คือเค้ารับซื้อของเก่าเลยถนัดชาเลี้ยงนะคะ เค้าไปเก็บขยะบางที่มีรายได้วันละยี่สิบสามสิบบาทเองนะคะ แต่เค้าบอกว่ารายได้ไม่สำคัญคะ ใครเจ็บใครป่วยช่วยเค้าช่วยหมด” (ปวันรัตน์ นาคสุริยะ)

“และเห็นว่าตอนนี้ที่อ้วนต้องการอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเพิ่มเติม ใครสนใจก็สามารถช่วยเราขึ้นเบอร์โทรศัพท์ให้เลยช่วยกัน” (คะเน็งนิจ จักรสมิทธานนท์)

“ที่อ้วนเค้าทำด้วยใจจริงนะคะคุณผู้ชม บางวันเค้าต้องยืมเงินคนอื่นเติมน้ำมัน วันที่เราไปถ่ายทำเค้าไม่มีเงินติดตัวเลยเพราะไม่ได้ออกไปหาของเก่า แต่เค้าบอกว่าเรื่องเงินไม่สำคัญเรื่องช่วยคนสำคัญกว่า” (สุวิวิภา กุลตั้งวัฒนา)

(ง) บทบาทในการรักษาสถานภาพของรายการ

บทบาทของพิธีกรในการดำเนินรายการนอกจากพบบทบาทดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีบทบาทหนึ่งที่ปรากฏในการดำเนินรายการคือบทบาทในการรักษาสถานภาพของรายการ เนื่องจากรายการตลาดสดสนามเป้าเป็นนำเสนอเรื่องราวของสินค้าร้าน ค้า และตลาดต่างๆทำให้ผู้ชมรายการที่สนใจติดตามไปใช้บริการร้านค้า หรือท่องเที่ยวยังสถานที่ที่รายการแนะนำ แต่เมื่อเกิดความผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามที่รายการนำเสนอ จึงทำให้ผู้ชมรายการต่อว่าหรือตำหนิมายังรายการ พิธีกรจึงดำเนินหน้าที่บทบาทในการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการ โดยการชี้แจงเหตุผลแก่ผู้ชมรายการ เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบถึงบทบาทของรายการและข้อเท็จจริงโดยปรากฏดังตัวอย่างเช่น

“เมื่อทุกครั้งที่เราบอกว่าร้านนี้อร่อย หรือว่าร้านนี้น่าไป หรือคุณผู้ชมเห็นแล้วอยากไปเองต้องบอกก่อนนะคะว่าในการไปแต่ละครั้ง แนะนำคุณผู้ชมชนิดหนึ่งว่าพอออกอากาศแล้วส่วนใหญ่ จะถูกันไป พอไปเสร็จแล้วทุกคนก็จะผิดหวัง บางครั้งก็อาหารไม่มี บริการไม่ดีต้องบอกคุณผู้ชมก่อนว่าทุกร้านที่เราพาคุณผู้ชมไปเป็นร้านที่ไม่ได้ใหญ่โตไม่ได้ เป็นอุตสาหกรรม ไม่ได้เป็นภัตตาคารใหญ่ บางร้านอยู่ริมถนน บางร้านอยู่ในซอยเล็กๆอยู่ในริมน้ำแฉงลอย พอทุกคนถูไป คนขายเค้าก็ตกใจไม่ชินจะทำอะไรเยอะๆใหญ่ๆ ก็ไม่ได้มีการเตรียมการอะไรไว้ พอคุณผู้ชมไปผิดหวังแล้วโทรมาต่อว่ารายการเรา หรือบางครั้งก็โพล่งไปในเน็ตว่าได้รับการบริการไม่ดีจากร้านนี้ร้านนั้น ดีค่ะดีที่บอกเรามาจะได้ นำไปบอกร้านนั้นให้เค้าแก้ไข แต่ว่าเรามีหน้าที่ตรงกลางที่จะบอกนะคะ และอีกอย่างหนึ่งทุกร้านทุกตลาดที่มาออกในรายการตลาดสดสนามเป้าจำไว้และฟังให้ดีดีคะคุณผู้ชม เราไม่เคยคิดสตางค์แม้แต่บาทเดียว ถ้าหากว่ารายการไหนที่เอยอ้างหรือว่ามีคนไปแอบอ้างว่าออกรายการตลาดสดสนามเป้าแล้วเรียกเก็บค่า เสียหายหรือว่าค่าใช้จ่ายขอให้รู้ไว้ว่านั่นคือ 18 มงกุฎคะ” สุวิวิภา กุลตั้งวัฒนา (ออกอากาศ 9 พฤษภาคม 2552)

หรือตัวอย่างการกล่าวถึงตลาดที่เคยออกรายการตลาดสดสนามเป้าแล้ว และเมื่อรายการได้กลับไปเยี่ยมอีกครั้งพบว่ามีความเปลี่ยนแปลงไป เช่น ตอนตลาดลาดชะโด จังหวัดอยุธยา (ออกอากาศ 3 พฤษภาคม 2552) พิธีกรได้กล่าวถึงการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมรายการเพื่อรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการดังนี้

“น่าชื่นใจแทนชาวตลาดเห็นใหม่ว่าตลาดก็กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง ไม่ใช่เป็นเพราะฝีมือพวกเรานะ จริงๆแล้ว วัตถุประสงค์เป็นเพราะว่าพวกคุณเองนั่นแหละ ทุกคนมีของดีเราแค่เป็นสื่อกลางเท่านั้นเอง ทุกคนดีของดีถ้าหากว่าไม่ดีจริงใครจะอยากมา” (สุวิภา กุลตั้งวัฒนา)

“พี่ๆในตลาดเค้าบอกด้วยนะคะว่าหลังจากที่ออกรายการไปปุ๊บเช้าวันรุ่งขึ้นคนมาเดินทันที แล้วพอเวลาที่คนไปเดินแล้วพอไปเห็นไม่เหมือนกับที่ออกไปในโทรทัศน์ รู้สึกว่าทำไมไม่มีอะไรกินเลย ไม่มีอะไรเที่ยวเลย เค้าจะรู้สึกกันแบบนี้ ก็เลยทำให้เป็นการจุกประกายชาวบ้านที่เลยมีของเด็ดของดีเลยเอาออกมาขายกัน” (คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์)

“เราต้องเปิดใจให้กว้างนะคะสนุกกับทุกอย่าง พอออกไปนอกบ้านไปเดินในตลาดต้องมีอะไรอย่างหนึ่งต้องมือยาไปจำกัด รับรองคะยังงั้นในตลาดนี้ต้องมีอะไร” (ปวันรัตน์ นาคสุริยะ)

ผู้วิจัยเห็นว่าลักษณะการแสดงออกของพิธีกรในรายการตลาดสดสนามเป้าทั้ง 3 คน มีบุคลิกลักษณะการแสดงออกที่แตกต่างกันไปตามสไตล์ เป็นเหมือนตัวแทนของผู้ชมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย แต่มีลักษณะความสอดคล้องกับแนวคิดและรูปแบบรายการ ซึ่งเป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิง และมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในเรื่องของความเป็นธรรมชาติของลักษณะท่าทางการแสดงออกถึง ความสนุกสนานอารมณ์ดี ซึ่งเป็นลักษณะร่วมของพิธีกร ที่เห็นได้อย่างชัดเจน เนื่องจากบรรยากาศของรายการคือความคึกคัก ลักษณะท่าทางที่พิธีกรแสดงออกจึงไม่ได้มีความเป็นทางการแต่เน้นที่ความเป็นกันเอง ทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงบรรยากาศที่สนุกสนาน ประกอบกับลักษณะการแสดงออกของตัวพิธีกรที่มีความเป็นธรรมชาติอาจทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้ง่าย ตัวอย่างเช่นเมื่อพิธีกรทดลองชิมอาหารที่นำมาแสดงในห้องส่งจากร้านอาหารที่น่าเสนอในรายการ ช่วงต่างๆด้วยท่าทางที่แสดงให้เห็นถึงความเอร็ดอร่อยหรือชื่นชอบ เนื่องจากมีความสมจริงในการแสดงออกไม่ได้เป็นการพูดหรือแสดงออกในลักษณะที่เป็นไปตามบทของรายการ แต่เป็นการแสดงออกตามธรรมชาติในสิ่งที่รู้สึก ทำให้ผู้ชมเชื่อมั่นในเรื่องของรสชาติอาหารที่รายการนำมาแสดงเป็นตัวอย่างทั้งจากร้านค้าอาหารในช่วงมือใหม่หัดขาย ช่วงแหวกตลาด รวมถึงสินค้าอาหารจากตลาดต่างๆ ในช่วงชมตลาด เป็นต้น จึงเห็นได้ว่าพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า มีบทบาท

เป็นเหมือนตัวแทนของผู้ชมในการซักถาม นำไปชม หรือทดลองชิม ทำให้ผู้ชมได้สัมผัส หรือรับ ข้อมูลที่เกิดจากการดำเนินบทบาทต่างๆของพิธีกร จึงเห็นได้ว่าพิธีกรมีส่วนสำคัญในการสร้างความคิดหรือความรู้สึกของผู้ชมต่อเนื้อหาที่รายการนำเสนอได้

2) ผู้ร่วมรายการ (guest/talent)

ในรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงนอกจากรูปแบบและเนื้อหาของ รายการที่ต้องดึงดูดความสนใจจากผู้แล้ว องค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญและเป็นสีสันที่สร้างความ แปลกใหม่และหลากหลายในการนำเสนอคือผู้ร่วมรายการหรือแขกรับเชิญที่มีชื่อเสียงหรือเป็น บุคคลที่ได้รับความนิยม ความสนใจจากประชาชนทั่วไป เช่น ศิลปินดารา นักร้อง นักกีฬา เป็นต้น ซึ่งผู้ ควบคุมรายการตลาดสดสนามเป่าได้แสดงความเห็นในเรื่องของการความสำคัญของแขกรับเชิญ ในรายการดังนี้

“เราอยากเห็นชีวิตแม่ค้า คือเวลาเราจะเล่าชีวิตแม่ค้าซักคนว่าเค้าเป็นใครมาจากไหนเค้า ทำอะไร ประสบความสำเร็จอย่างไร เล่าที่ๆก็ไม่ดึงดูดใจนอกจากจะมีดารา เพราะว่าทีวี 2ทุ่มต้อง มีดารา prime time ต้องมีคนดึงให้คนสนใจในสิ่งที่เราจะบอก ต้องมีดาราไปอยู่กับแม่ค้า ไปดึงสิ่ง ที่เราอยากให้คนรู้ว่าเจ้านี่ล้ำลูกคูลูกคูลานอย่างไร มีชีวิตแบบไหน ขายอะไร”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้รายการตลาดสดสนามเป่ามีการเชิญผู้ร่วมรายการที่เป็นศิลปิน นักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เพื่อร่วมรายการในช่วง “มือใหม่หัดขาย” ซึ่งถือเป็นช่วงหลักของ รายการ ซึ่งต้องออกไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ เสมือนเป็นตัวแทนผู้ชมในการเรียนรู้การทำงาน ต่างๆ โดยต้องร่วมทำงานกับบุคคลหรือเจ้าของอาชีพตามแต่ละสัปดาห์ ทำหน้าที่พูดคุยสอบถาม รายละเอียดการทำงาน สถิติการทำงาน รวมถึงประวัติเรื่องราวชีวิตความเป็นมาของบุคคล เจ้าของเรื่อง และ ต้องเข้ามาถ่ายทำรายการในห้องส่งร่วมกับพิธีกร มีบทบาทในการร่วมสนทนา อธิบายเสริมเรื่องราวแก่พิธีกรและผู้ชมรายการ โดยผู้ร่วมรายการที่ได้รับเชิญมาในรายการตลาด สดสนามเป่ามีลักษณะที่สามารถแบ่งได้ดังนี้

(1) แขกรับเชิญมีความสัมพันธ์กับประเด็นของบุคคลหรือร้านค้าที่นำเสนอ

ตัวอย่างเช่น ตอนร้านอาหารเกาหลีราคาถูก แขกรับเชิญคือ อิศริยา สายสนั่นมีความชื่นชอบในชมละครชุดของประเทศเกาหลี จึงมีความสนใจในวัฒนธรรมรวมถึงอาหารของเกาหลีจึงมีประเด็นในการเชื่อมโยงระหว่างแขกรับเชิญและร้านอาหารเกาหลีได้ (ออกอากาศ 19 กรกฎาคม 2552) หรือตอนร้านสไลด์บาร์สายรุ้งซึ่งเจ้าของร้านมีเรื่องราวของชีวิตที่ต้องเป็นหนี้สินจากการพนันรายการได้เชิญผู้ร่วมรายการคือ โซเล่ ดอกกระโดน ซึ่งศิลปินตลกที่เคยโด่งดังแต่ในปัจจุบันมีหนี้สิน จึงเป็นประเด็นเชื่อมโยงกับเรื่องราวแง่มุมของชีวิตเจ้าของร้านที่รายการต้องการนำเสนอ เป็นต้น (ออกอากาศ 27 กันยายน 2552)

(2) แขกรับเชิญที่ได้รับความสนใจจากผู้ชม หรือกำลังมีผลงานในช่วงเวลานั้น

ตัวอย่างเช่น ตอนร้านเคบับสูตรตุรกี แขกรับเชิญคือนักร้อง อมิตตา ทาทายัง ซึ่งกำลังมีผลงานเพลงในช่วงเวลานั้น (ออกอากาศวันที่ 23 สิงหาคม 2552) หรือ ตอนข้าวเหนียวมูนหลากสี ที่มีผู้ร่วมรายการคือ กีบซี่ วนิดา เตมธนาภรณ์ นักร้องและนักแสดงซึ่งกำลังมีผลงานภาพยนตร์ในช่วงนั้น (ออกอากาศ 6 กันยายน 2552) และเอกชัย ศรีวิชัย ซึ่งเป็นแขกรับเชิญในตอน ร้านข้าวแกงธงฟ้า ปลาข้าวสับไฮโซ เป็นแขกรับเชิญที่กำลังมีผลงานภาพยนตร์ในช่วงเวลานั้นเช่นกัน (ออกอากาศ 4 ตุลาคม 2552) เป็นต้น



ภาพที่ 4.15 แขกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย”

จากลักษณะของแซกรับเชิญในรายการที่ได้กล่าวมานั้นยังสามารถสังเกตเห็นได้ว่าแซกรับเชิญของรายการในแต่ละสัปดาห์นั้นจะมีความหลากหลาย แตกต่างกันไป นอกจากศิลปิน ดารา นักร้องและ นักแสดงแล้ว ยังมีแซกรับเชิญที่เป็นศิลปินตลกกรรมถึงบุคคลในแวดวงบันเทิงสาขาต่างๆที่มีบุคลิกหรือภาพลักษณ์ของความเป็นคนอารมณ์ดี มีความสนุกสนานเฮฮา สามารถสร้างเสียงหัวเราะด้วยมุขตลกหรือลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตัวอย่างเช่น ตอน ร้านมังสวิรัตอาหารเพื่อสุขภาพ แซกรับเชิญคือ โหน่ง วสันต์ อุตตมะโยธิน (ออกอากาศวันที่ 26 กรกฎาคม 2552) ตอนร้านก๋วยเตี๋ยวหมูน้ําแดง แซกรับเชิญคือศิลปินตลก บอล เชิญยิ้ม (ออกอากาศวันที่ 2 สิงหาคม 2552) ตอนร้านอาหารเจสะพานหัน แซกรับเชิญคือ ดีเจ เซาเซา เซาวลิต ศรีมันคงธรรม นักจัดรายการวิทยุที่มีเอกลักษณ์เรื่องความเป็นคนตลกสนุกสนาน (ออกอากาศวันที่ 18 ตุลาคม 2552) เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยพบบทบาทของแซกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขายที่ปรากฏดังนี้

(ก) บทบาทการสาธิต

แซกรับเชิญในช่วง “มือใหม่หัดขาย” ต้องไปเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานวิธีการของอาชีพต่างๆ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นอาชีพขายอาหาร ดังนั้นจึงพบบทบาทการสาธิตขั้นตอนการทำอาหาร ตัวอย่างเช่น ตอน ร้านหมูพะโล้ (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) ที่แซกรับเชิญ (โดม ปรกรณ์ ลัม) ต้องสาธิตขั้นตอนการทำหมูพะโล้ตั้งแต่ขั้นต้นแรกคือการล้างหัวหมู การต้มพะโล้ การทำน้ำจิ้ม ไปจนถึงขั้นตอนการขาย หรือ ตอน ก๋วยเตี๋ยวหมูน้ําแดง (ออกอากาศ 2 สิงหาคม 2552) แซกรับเชิญ (บอล เชิญยิ้ม) เรียนรู้ขั้นตอนการทำก๋วยเตี๋ยวตั้งแต่การหมักหมูตามสูตรของร้าน การทำน้ำแดงเพื่อใส่ในก๋วยเตี๋ยวที่นำเสนอตั้งแต่การทำน้ำตาลมะพร้าวเคี่ยวเพื่อเป็นส่วนผสมของน้ำแดง เป็นต้น

(ข) บทบาทการสอบถาม

นอกจากการต้องเรียนรู้วิธีการ ขั้นตอนการทำงานแล้วนั้น แซกรับเชิญยังมีบทบาทในเรื่องของการสอบถามบุคคลเจ้าของอาชีพที่ต้องไปเรียนรู้งาน เพื่อนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวประวัติ ความเป็นมาของบุคคลเจ้าของอาชีพนั้น ซึ่งแซกรับเชิญจะซักถามเพื่อนำเข้าสู่เนื้อหา เช่น ทำไมถึงมาทำอาชีพนี้ ประวัติความเป็นมาของเจ้าของร้าน ความภาคภูมิใจ ข้อคิดในการทำงาน คติที่ยึดถือ ทำหน้าที่เหมือนพิธีกรที่ซักถาม ในระหว่างที่เรียนรู้การทำงาน

(ค) บทบาทการให้ข้อมูล

เนื่องจากการได้ไปเรียนรู้การทำงานเพื่อนำเสนอในรายการทำให้แขกรับเชิญได้มีความใกล้ชิดคุ้นเคยกับบุคคลเจ้าของอาชีพมากที่สุด ดังนั้นการร่วมรายการในห้องส่งกับพิธีกรแขกรับเชิญจึงมีบทบาทการให้ข้อมูลเพิ่มตามที่พิธีกรซักถาม รวมถึงการแสดงความเห็นและความรู้สึกส่วนตัวของแขกรับเชิญเองหลังจากได้เรียนรู้ทั้งวิธีการทำงานและตัวบุคคลเจ้าของอาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความคิดเห็นในเชิงบวกคือชื่นชม และยกย่อง การให้ข้อมูลและความคิดเห็นของแขกรับเชิญจึงถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลเจ้าของอาชีพที่รายการนำเสนอ ผู้ควบคุมรายการได้กล่าวถึงบทบาทของแขกรับเชิญในช่วงมือใหม่หัดขายว่า

“เค้าต้องมาแล้ว สิ่งที่ได้ไปทำมาไปทำอะไรมา รู้สึกอย่างไรกับสิ่งที่ได้ทำบ้าง ในสามสี่ชั่วโมงหรือครึ่งวันที่ได้ไปเรียนรู้มา เค้าจะต้องได้เห็นทุกอย่างเห็นตั้งแต่การทำ รวมกระทั่งถึงชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าคนนั้นด้วย เข้าใจใหม่ว่าคนๆหนึ่งที่จะมาขายของมันต้องผ่านอะไรมาบ้าง และสิ่งที่เค้ามันยากลำบากขนาดไหน เราเคยรู้บ้างไหม นั่นคือประเด็นที่นักแสดงต้องถ่ายทอด”

(วิฑวัธ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)



ภาพที่ 4.16 บทบาทการให้ข้อมูลของแขกรับเชิญในรายการ

3) บรรยากาศ(atmosphere)

องค์ประกอบที่สำคัญอีกหนึ่งประการของรายการบันเทิงที่เสริมสร้างให้รายการน่าสนใจคือบรรยากาศในรายการซึ่งควรมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิดหลักของรายการ ซึ่งรายการตลาดสดสนามเป่ามีบรรยากาศในรายการดังองค์ประกอบต่อไปนี้

- (1) ฉาก
- (2) แสง/ สี
- (3) เสียง
- (4) อุปกรณ์ประกอบฉาก

(1) ฉาก

ฉากเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างบรรยากาศในรายการตลาดสดสนามเป่า เนื่องจากรายการมีการถ่ายทำในห้องส่ง ผู้ผลิตรายการจึงสามารถออกแบบฉากจัดองค์ประกอบและสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในรายการได้ โดยรายการตลาดสดสนามเป่ามีการจัดฉากหลักในการถ่ายทำ เป็นการจำลองฉากที่ไม่ใช่สถานที่จริง ให้เป็นสถานที่คือ “ตลาดสดสนามเป่า” ซึ่งประกอบด้วยแผงขายของ และร้านค้าต่างๆหลากหลายประเภทลักษณะเป็นการจัดเรียงของร้านค้าต่างๆ โดยมีป้ายชื่อตลาดสดสนามเป่าติดอยู่ข้างบนเป็นเหมือนการบอกชื่อตลาด มีจากบริเวณแผงกลางในตลาดที่มีแผงสินค้าประเภทต่างๆเช่น แผงขายกะปิ แผงของชำ แผงขายผักเป็นต้น ถัดจากแผงกลางตลาดจะเป็นร้านค้าต่างๆเช่นร้านหนังสือ ร้านกาแฟ ร้านดอกไม้ ร้านขายรถจักรยานยนต์เป็นต้น

“เราสร้างเลียนแบบหมดเลย ซึ่งในความเป็นจริงก็ควรจะมีรูปแบบอย่างนี้แหละ มีแผงของชำของเจ้เป่า มีร้านดอกไม้ มีทุกอย่างครบๆ มีมุมนั่งเฝ้าที่กัน”

(จิวิศ อรุณเลิศวิทยา ,สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

จากการวิเคราะห์ฉากในรายการตลาดสดสนามเป่าพบว่า รายการใช้กลยุทธ์ในการสื่อความหมายแบบ Metonymy คือการหยิบเอาส่วนเล็กๆมาสื่อเพื่อแทนความหมายส่วนรวม โดยการที่รายการเลือกเอาร้านค้าที่มีลักษณะสวยงามมาจัดองค์ประกอบเป็นฉากตลาดที่สวยงาม สะอาด และเป็นระเบียบ เช่นเลือกจัดฉากให้มีร้านดอกไม้ ร้านกาแฟ ร้านขายหนังสือ ร้านผลไม้เป็นต้น เพื่อเป็นการประกอบสร้างให้ตลาดในความหมายที่ดีขึ้นและมีมูลค่ามากขึ้น



ภาพที่ 4.17 ฉากร้านค้าในรายการตลาดสดสนามเป้า

สำหรับฉากในรายการเป็นฉากใหญ่ที่สามารถถ่ายมุมกว้างเพื่อเห็นทั้งตลาดในช่วงเปิดรายการ และสามารถถ่ายเจาะในแต่ละมุมของฉากซึ่งเป็นร้านค้าจำลองต่างๆในแต่ละช่วง เช่น ใช้มุมของร้านกาแฟในการนั่งสนทนาของพิธีกรเพื่อดำเนินรายการ หรือ ใช้ฉากตลาดจำลองในการแสดงเหตุการณ์จำลองของเรื่องราวในตลาดเป็นต้น



ภาพที่ 4.18 ภาพเปรียบเทียบบรรยากาศตลาดในรายการกับตลาดจริง

(2) แสง/ สี

องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างบรรยากาศในรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงคือแสง และสี เพื่อสร้างตระการตาแก่ผู้ชม ในส่วนของรายการตลาดสดสนามเป่าได้มีลักษณะของการใช้องค์ประกอบของแสงและสีในรายการตามลักษณะของรูปแบบการนำเสนอ ตัวอย่างเช่น การใช้แสงไฟที่เป็นโทนสว่าง สดใส หรือไฟหลากสีสลับ ซึ่งเป็นไฟกระพริบหรือไฟวิ่งที่ป้ายของรายการ รวมถึงการใช้ไฟสีต่างๆในการประดับตกแต่งตลาดซึ่งเป็นฉากหลักของรายการ หรือในช่วงเปิดรายการและช่วงการแนะนำแขกรับเชิญจะมีการใช้ไฟสปอตไลท์และกระดาศโปรยเพื่อสร้างบรรยากาศที่คึกคักและเน้นความน่าสนใจแก่ผู้ชมเป็นต้น

ในส่วนของสีสลับของรายการเนื่องจากฉากหลักของรายการซึ่งเป็นตลาด ดังนั้นจึงมีการประดับตกแต่งใช้สีสลับที่มีความสดใส เช่น สีแดง สีเหลือง สีเขียวในโทนที่จัดจ้าน รวมถึงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของพิธีกรที่มีสีสลับที่สดใส สอดคล้องกับบรรยากาศโดยรวมของรายการ เป็นต้น

(3) เสียง

องค์ประกอบสุดท้ายที่มีส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศในรายการคือเสียง ซึ่งรายการตลาดสดสนามเป่ามีการใช้เสียงประกอบในรายการหลากหลายรูปแบบตามแต่ช่วงของการนำเสนอ ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะการใช้เสียงของรายการได้ดังนี้

(ก) เสียงดนตรีประกอบรายการ

เสียงดนตรีประกอบรายการตลาดสดสนามเป่าจะ 2 รูปแบบคือ

— เสียงดนตรีจากวงดนตรีที่บรรเลงสดในรายการ

เสียงจากวงดนตรีที่บรรเลงสดในรายการจะใช้ในช่วงของการเปิดและปิดรายการรวมถึงการเข้าช่วงรายการหลังพักโฆษณา โดยจะเล่นเพลงประจำรายการเป็นหลัก และเล่นเพลงประกอบในกรณีที่มีการแสดงเพื่อให้แขกรับเชิญขบขัน เป็นต้น นอกจากนี้วงดนตรีในรายการยังมีบทบาทในการทำเสียงประกอบจังหวะการดำเนินรายการต่างๆ เช่น การใช้เสียงกลองหรือเสียงเครื่องดนตรีอื่นๆ เพื่อเน้นรับส่งจังหวะที่มีการสนทนาเพื่อสร้างเสียงหัวเราะความสนุกสนาน หรือเพื่อเสริมบรรยากาศของเรื่องราวในเหตุการณ์จำลองในตลาด เป็นต้น

— เสียงเพลงที่ใช้ประกอบรายการ

นอกจากส่วนของเสียงจากวงดนตรีสดแล้ว รายการยังได้มีการใช้บทเพลงต่างๆ เพื่อเป็นเสียงประกอบในช่วงของการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นภาพที่ได้ถ่ายทำนอกสถานที่ซึ่งต้องมานำเสนอในรายการ คือช่วงมือใหม่ หัดขาย ช่วงแหวกตลาด ช่วงคนดีศรีตลาด และช่วงชมตลาด โดยบทเพลงที่เลือกมาใช้จะเป็นบทเพลงที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับเนื้อหาในตอนนั้นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเพลงลูกทุ่งหรือบทเพลงที่เข้ากับเรื่องราวของเนื้อหา เช่น ตอน ร้านอาหารเกาหลีราคาถูก ใช้เพลง “สาวเกาหลี” ของศิลปิน พี สะเดิด (ออกอากาศ วันที่ 19 กรกฎาคม 2552) หรือ ใช้เพลง “สักวันต้องได้ดี” ของศิลปิน เรวัตินันท์ ประกอบในช่วงคนดีศรีตลาด ตอน โค้ชทีมจักรยานชาวนา (ออกอากาศวันที่ 26 กรกฎาคม 2552) เป็นต้น ซึ่งเห็นได้ว่านอกจากรายการตลาดสดสนามเป้าจะใช้เสียงเพลงประกอบเพื่อสร้างบรรยากาศความสนุกสนานและคึกคักแก่ผู้ชมแล้ว เพลงประกอบรายการยังสามารถบอกเล่าและเสริมอารมณ์เรื่องราวของเนื้อหาในการนำเสนอได้เช่นกัน

(ข) เสียงผู้ชมในห้องส่ง

เสียงผู้ชมในห้องส่งเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่รายการตลาดสดสนามเป้าได้ใช้สร้างบรรยากาศความสนุกสนานมีชีวิตชีวาในรายการ ซึ่งส่วนใหญ่เสียงที่ปรากฏจะเป็นเสียงปรบมือในช่วงเปิดรายการ หรือต้อนรับแขกรับเชิญประจำสัปดาห์ หรือเสียงหัวเราะในช่วงจังหวะที่มีความตลกหรือสนุกสนานของรายการ รวมถึงการใช้เสียงแสดงอารมณ์เช่น เสียงกรี๊ด หรือเสียงโห่ เป็นต้น ซึ่งให้ผู้ชมทางโทรทัศน์สามารถร่วมรับรู้ถึงอารมณ์ต่างๆ ในรายการได้ โดยผู้ชมในห้องส่งจะส่งเสียงแทรกไปกับการดำเนินรายการของพิธีกร ทำให้บรรยากาศคึกคักสนุกสนาน และสอดคล้องกับแนวคิดของ รายการที่มีความเป็นตลาด ดังนั้นความมีชีวิตชีวา ความครึกครื้นจากเสียงผู้ชมในห้องส่งจึงช่วยเสริมบรรยากาศในรายการได้อย่างชัดเจน

(4) อุปกรณ์ประกอบฉาก

องค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างบรรยากาศในรายการตลาดสดสนามเป้าซึ่งสามารถเห็นอย่างชัดเจนและโดดเด่นคือ อุปกรณ์ประกอบฉาก ซึ่งนอกเหนือจากฉากหลักของรายการที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น อุปกรณ์ประกอบฉากถือเป็นส่วนสำคัญในการช่วยสร้างบรรยากาศและเสริมเรื่องราวในการนำเสนอได้ ซึ่งอุปกรณ์ประกอบฉากของรายการตลาดสดสนามเป้าปรากฏในทุกช่วงของการนำเสนอรายการในห้องส่ง ตัวอย่างเช่น ใน ช่วงมือใหม่หัดขายที่แขกรับ

เชิญต้องไปเรียนรู้การทำงานในอาชีพต่างๆ อุปกรณ์ประกอบฉากที่นำมาใช้จะเป็นเครื่องมือ หรือ อุปกรณ์ในอาชีพนั้นๆ เช่น ตอนข้าวเกรียบปากหม้อท่าเรือ จ .กาญจนบุรี มีอุปกรณ์ในการทำข้าวเกรียบปากหม้อเพื่อให้แขกรับเชิญคือ ตี ดอกสะเดา ได้สาธิตวิธี การทำที่ได้ไปเรียนรู้มาในห้องส่ง (ออกอากาศวันที่ 30 สิงหาคม 2552) เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นอาหารหรือสินค้าต่างๆที่ได้นำเสนอเนื้อหาในช่วงนั้นๆของรายการ เพื่อให้พิธีกรอธิบายและให้รายละเอียดเพิ่มเติม ตัวอย่างเช่น ในช่วงชมตลาด ซึ่งนำเสนอเนื้อหาของตลาดในท้องที่ต่างๆ จะมีสินค้าและอาหารขึ้นชื่อของตลาดนั้นมาเป็นอุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อนำเสนอให้ผู้ชมได้เห็นและเป็นการเชิญชวนให้ผู้ชมติดตามไปท่องเที่ยวหรือ บริโภคสินค้านั้นๆ เช่นช่วงชมตลาดตอน “ตลาดนัดไม้เก่า” ได้นำสินค้าตัวอย่างจากตลาดไม้เก่ามาตั้งแสดง (ออกอากาศวันที่ 14 มิถุนายน 2552) เป็นต้น



ภาพที่ 4.19 อุปกรณ์ประกอบฉากที่นำมาแสดงในรายการ

จากที่กล่าว มาแล้วในช่วงต้นผู้วิจัยเห็นว่ารายการตลาดสนามเป้าให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆทั้ง ฉาก แสง สี เสียง และอุปกรณ์ประกอบฉาก ในการสร้างบรรยากาศในรายการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดหลักของรายการคือการนำเสนอเรื่องราวของตลาด โดยใช้กลยุทธ์ในการรื้อถอนความหมาย (deconstruction) ของตลาดสด ซึ่งในความรู้สึกของคนทั่วไป ตลาดสด อาจทำให้นึกถึงสถานที่ที่มีความสกปรก ความเฉอะแฉะ เลอะเทอะ และอาจจะไม่ได้มีความสะอาดสะอ้านสวยงาม หรือเป็นระเบียบ ผ่านการจัดองค์ประกอบของฉาก แสงและ สี ให้เป็นตลาดสดที่มีบรรยากาศตลาดที่มีความสวยงาม สะอาด มีระเบียบ โดยปิดกั้นด้านลบของตลาดบางอย่างเช่น ความสกปรกความไม่เป็นระเบียบร้านค้าที่ไม่ได้ มีแต่ร้านที่สวยงาม เช่นร้าน

ขายเนื้อ ขายหมู ขายของสดที่อาจเฉอะแฉะหรือเลอะเทอะ เป็นต้น ซึ่งไม่ปรากฏในฉากบรรยากาศของรายการ เป็นการให้ความหมายใหม่ของตลาดผ่านการสร้างฉากจำลอง รวมถึงการสร้างตลาดจำลองให้มีผู้คนในตลาดสดคือบรรดาพ่อค้าแม่ค้ามาเป็นองค์ประกอบในตลาด ที่มีความหลากหลาย มีทั้งพ่อค้าแม่ค้าที่ดีและไม่ดี แต่รายการตลาดสดสนามเป้าได้เลือกมุมมองและประเด็นในการนำเสนอความหมายของตลาดในแง่บวก เช่นประกอบสร้างให้บรรยากาศของตลาดสดที่ปรากฏในรายการมีความคึกคักมีชีวิตชีวาด้วยผู้คน พ่อค้าแม่ค้า ลูกค้าที่มาจับจ่าย มีสีสันด้วยเรื่องราวของชีวิตหลากหลายรูปแบบ เป็นการสื่อความหมายของตลาดแบบใหม่ในทางที่ดี โดยการใช้องค์ประกอบต่างๆ คือฉาก แสงและสีสัน เสียง และอุปกรณ์ประกอบฉากที่ปรากฏในรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งการจัดองค์ประกอบเพื่อสื่อความหมายดังกล่าวทำให้ภาพของตลาดสดที่ปรากฏผ่านมุมมองของรายการเป็นตลาดที่มีความสวยงาม เป็นการเพิ่มมูลค่าภาพลักษณ์ของตลาด ซึ่งทำให้ตลาดได้รับสถานภาพที่ดีขึ้นผ่านมุมมองการนำเสนอในการสร้างบรรยากาศของรายการ

4) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

รูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการปกตินักเขียนถึงถึงความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามแก่ผู้ชม ซึ่งต้องคำนึงถึงลักษณะกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการ ซึ่งผู้ผลิตและควบคุมรายการตลาดสดสนามเป้าได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“ความง่ายในการดู ที่ว่าเราย่อยเรื่องราวยากๆทั้งหลายในการที่เล่ายากๆ บางทีเรื่องบางเรื่องมันซับซ้อน มาก แต่เราก็พูดให้ง่ายขึ้น อย่างหนึ่งที่เราปฏิเสธไม่ได้คือ ต้องดูสนุกเพลิดเพลินนี่คือถูกจริตคนไทย อะไรที่เครียดเกินไปอะไรที่หนักเกินไป คนไทยจะไม่ดู ต่อให้เราต้องการให้เค้าสัมผัส เราต้องย่อยให้มันง่ายขึ้น”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา ,สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

รายการตลาดสดสนามเป้าจึงมีรูปแบบในการนำเสนอรายการเป็นช่วงแบ่งตามเนื้อหาหลักของ ดังต่อไปนี้

(1) ช่วงเปิดรายการ

เป็นช่วงสั้นๆที่พิธีกรจะเปิดรายการทักทายผู้ชม โดยจะมีเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดต่างๆเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันหรือเพื่อเชื่อมโยงกับแขกรับเชิญประจำ

สัปดาห์ รวมถึงเป็นการเกริ่นเรื่องราวเข้าสู่ช่วงต่างๆของรายการ โดยตัวละครประจำตลาดเช่น เจ้เป้าชายกะปิ เจ้ไฮโซประจำตลาด เจ้ซิว นีเยอผู้ชายกาแพเป็นต้น ซึ่งแต่ละคนจะมีบุคลิกและเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยพิธีกรจะมีบทบาทในตลาดด้วยเช่น สุวิภา กุลตังวัฒนา เป็น “เจ้หนูหม่อม” เจ้าของตลาด ปวันรัตน์ นาคสุริยะ เป็น “เจ้หนูเหมียว” คะเนิงนิจ จักสมิทธานนท์ เป็น “อาหมวยเล็ก” เป็นต้น โดยเป็นเหตุการณ์จำลองเหมือนละครสั้นๆ เพื่อสร้างบรรยากาศของตลาดที่มีคึกคัก ความสนุกสนานและสร้างเสียงหัวเราะจากผู้ชมรายการจากลักษณะบุคลิก หรือเรื่องราวของคนในตลาด

“สร้างให้แม่ค้าเป็นตัวตนขึ้นมาจริงๆเค้ามาจากคนปรบมือ เราก็สร้างให้เค้ามีตัวตนเป็นเจ้เป้า เป็นกึ่งๆหัวใจของแม่ค้าหน่อยๆ สร้างให้มีบุคลิกจะโต้ตอบได้กับพิธีกรเราได้ มีการโต้เถียงมึงมาพาโว้ยให้เหมือนบรรยากาศตลาด”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)



ภาพที่ 4.20 ภาพเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดช่วงเปิดรายการ

นอกจากนี้ยังเป็นช่วงที่มีการแนะนำผู้ร่วมรายการประจำสัปดาห์ของช่วงมือใหม่หัดขาย โดยเป็นแขกรับเชิญอาจจะออกมาร่วมแสดงละครในตลาด หรือออกมาแสดงโชว์ร้องเพลงเป็นต้น

(2) ช่วงมือใหม่หัดขาย

ช่วงมือใหม่หัดขายถือเป็นช่วงหลักของรายการเนื่องจากการมีคำแนะนำถึง 2 ช่วง รายการ โดยรูปแบบการนำเสนอคือการให้แขกรับเชิญออกไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ ในการเรียนรู้การทำงานจริง และนำภาพและเรื่องราวการทำงานมานำเสนอในห้องส่ง โดยการนำเสนอจะเป็นการตัดสลับภาพจากวีดีทัศน์ที่ได้ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ กับการดำเนินรายการในห้องส่ง ซึ่งมีพิธีกรเป็นผู้ซักถามและร่วมอธิบายเพิ่มเติมในเนื้อหา นอกจากนี้ยังมีการสาธิตของแขกรับเชิญเพื่ออธิบายวิธีและขั้นตอนการทำงานที่ได้เรียนรู้มาให้แก่พิธีกรและผู้ชมได้รับทราบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นอาชีพขาย อาหารประเภทต่างๆ การสาธิตของแขกรับเชิญจึงเป็นการทำอาหารตามสูตรที่ได้เรียนรู้มา หรือ การนำเสนออาหารที่ขึ้นชื่อของร้านนั้นๆ นอกจากนี้ในบางตอนของรายการจะมีบุคคล หรือเจ้าของร้านที่แขกรับเชิญได้ไปเรียนรู้การทำงานด้วย มาร่วมพูดคุยกับพิธีกรถ้าหากได้มาร่วมชมการถ่ายทำรายการในวันนั้นด้วย เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบการนำเสนอที่ทำให้ผู้ชมรายการได้เห็นภาพของจริงของลักษณะการทำงานหรือ รวมถึงการสาธิตตัวอย่างให้ชมในรายการของแขกรับเชิญยังเป็นการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่ลักษณะของงานหรืออาชีพที่ถูกนำเสนอได้ เนื่องจากเป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะการประกอบอาชีพต่างๆที่มีความยากลำบากแตกต่างกันไป ทำให้เห็นว่าอาชีพต่างๆที่นำเสนอนั้นมีคุณค่า เนื่องจากไม่ใช่เรื่องง่ายที่ทุกคนสามารถทำได้หากขาดประสบการณ์ความชำนาญ หรือความตั้งใจเป็นต้น ตัวอย่าง เช่นตอนข้าวต้มปลาจ. ชลบุรี (ออกอากาศ 9 สิงหาคม 2552) ที่ร้านใช้กระดุกปลาอินทรีมาทำน้ำซุ๊ป โดยแขกรับเชิญ (เต๋ บิติกัดดี เยาวนานนท์) ต้มปลาน้ำอินทรี ทำให้เห็นว่าการต้มปลาน้ำนั้นไม่ใช่ของง่าย นอกจากการต้มใช้มีดสำหรับแล่ปลาโดยเฉพาะแล้วต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษซึ่งมาจากการฝึกฝนมาเป็นเวลานาน จากนั้นต้องชูดเอาเนื้อปลาออกให้หมด เพราะถ้ามีเนื้อปลาติดลงไปจะทำให้คาวได้ ทำให้ผู้ชมได้เห็นถึงวิธีการขั้นตอนของการทำอย่างชัดเจนและเห็นถึงความยากง่ายของการทำงานอีกด้วย



ภาพที่ 4.21 แขกรับเชิญสาธิตวิธีการแล่ปลาในช่วง “มือใหม่หัดขาย”

(3) ช่วงแหวกตลาด

ช่วงแหวกตลาดมีการนำเสนอ 1 ช่วงรายการโดยจะนำเสนอต่อจากช่วงมือใหม่หัดขาย โดยรูปแบบการนำเสนอคือการเกริ่นนำเชื่อมโยงเข้าเรื่องราวของ อาชีพ บุคคล สินค้า หรือร้านค้าที่มีความแปลก มีเอกลักษณ์ โดดเด่น ซึ่งเป็นเนื้อหาของช่วงนี้ โดยพิธีกรในรายการจะพูดเปิดประเด็นเข้าการนำเสนอ ซึ่งเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ที่มีภาพเรื่องราวของอาชีพ บุคคลร้านค้าต่างๆโดยมีผู้บรรยายเนื้อหาสอดคล้องกับภาพที่ปรากฏ หลังจากจบการนำเสนอวิธีที่ค้นเนื้อหาช่วงแหวกตลาดแล้ว พิธีกรจะทำหน้าที่ อธิบายเพิ่มเติมเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และเชิญชวนแนะนำให้ผู้ชมติดตามไปบริเวณเป็นต้น

(4) ช่วงคนดีศรีตลาด

ช่วงคนดีศรีตลาดเป็นช่วงที่นำเสนอทุกสัปดาห์สุดท้ายของเดือน มีการนำเสนอ 1 ช่วงรายการแทนในช่วงแหวกตลาด ซึ่งเนื้อหาแนะนำเรื่องราวของบุคคลของท้องถิ่นหรือชุมชนต่างๆซึ่งเป็นที่ว่าเป็นคนดี ทำเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นหรือสังคม รูปแบบการนำเสนอในช่วงนี้ คือพิธีกรในรายการเกริ่นนำเข้าสู่เรื่องราวของบุคคลที่เป็นคนดีศรีตลาด และเชิญผู้ชมรับชมเนื้อหาในรายการ ซึ่งเป็นการไปถ่ายทำนอกสถานที่เพื่อเสนอเรื่องราวและวิถีชีวิตของบุคคลที่รายการให้การยอมรับว่าเป็น “คนดีศรีตลาด” ซึ่งการถ่ายทอดเรื่องราวในบางครั้งจะมีการจำลอง เหตุการณ์สั้นๆในเรื่องของบุคคลนั้น เพื่อบอกเล่าประเด็นหรือเรื่องราวที่ทำให้เห็นถึงความเป็นคนดี ตัวอย่างเช่น ตอน “พี่อ้วนชาเลี้ยงกัญชง” ซึ่งเป็นอาสาสมัครกัญชงช่วยเหลือคนในชุมชน เมื่อมีเหตุด่วนเหตุร้าย เช่น ไฟไหม้ อุบัติเหตุหรือ แม้กระทั่งจับสัตว์เลื้อยคลานที่เข้ามาในบ้านประชาชนเป็นต้น โดยรายการมี

การจำลองเหตุการณ์ตอนที่พี่ได้ช่วยเหลือผู้หญิงที่คิดจะกระโดดตึกฆ่าตัวตายได้ ซึ่งเป็นที่สุดของความภาคภูมิใจในการทำงานเป็นอาสาสมัครกู้ภัยของพี่อ้วน (ออกอากาศ วันที่ 28 มิถุนายน 2552) เป็นต้น และเมื่อจบการนำเสนอภาพและเนื้อหาพิธีกรจะเป็นผู้นำเสนอข้อมูลเรื่องราวเพิ่มเติมของบุคคลนั้นๆเพิ่มเติม รวมถึงการสรุปข้อคิดและเชิญชวนให้การสนับสนุนแก่บุคคลที่เป็นคนดีศรีตลาดของรายการ

(5) ช่วงชมตลาด

ช่วงชมตลาดนำเสนอ 1 ช่วงรายการ เป็นช่วงสุดท้ายซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอ โดย พิธีกรประจำช่วง คนึง นิจ จักรสมิทธานนท์ จะเกริ่นเรื่องราวและเนื้อหาของตลาดที่จะนำเสนอกับผู้ชมและพิธีกรร่วม จากนั้นจะเป็นการนำภาพและเนื้อหาที่ได้ไปถ่ายทำนอกสถานที่ โดยมีพิธีกรประจำช่วงเป็นผู้นำไปเที่ยวชม พร้อมทั้งให้ข้อมูลต่างๆและสอบถามพูดคุยกับผู้คนที่ต้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งได้แก่ พ่อค้า แม่ค้า ผู้มาซื้อสินค้า และแนะนำสินค้า ร้านค้าที่ขึ้นชื่อ หรือมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ท้องถิ่นนั้นๆ โดยถ้าเป็นอาหาร ผักหรือผลไม้ท้องถิ่น พิธีกรจะทดลองชิม และอธิบายให้รายละเอียดแก่ผู้ชม ซึ่งเมื่อจบการนำเสนอแล้วจะมีการพูดสนทนากับพิธีกรร่วมในห้องส่ง และนำเอาตัวอย่างสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตลาดที่ได้ไปมานำเสนอ โดยมีการอธิบายรายละเอียดและเกร็ดความรู้เพิ่มเติม รวมถึงการชวนเชิญให้ผู้ชมรายการไปเที่ยวชมตลาดที่ได้แนะนำอีกด้วย

จากรูปแบบการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า ผู้วิจัยเห็นว่าลักษณะของการดำเนินรายการตั้งแต่ต้นรายการจนจบมีความกลมกลืนเชื่อมโยงกันในแต่ละช่วง และสอดคล้องกับแนวคิดหลักของรายการคือเรื่องราวของตลาด โดยองค์ประกอบของรูปแบบการนำเสนอรายการคือ พิธีกร ผู้ร่วมรายการ บรรยายภาค และ รูปแบบในการนำเสนอ มีความชัดเจนของประเด็นในการนำเสนอ ซึ่งรายการปกิณกะบันเทิงคือการนำเสนอความหลากหลายของเนื้อหาและเรื่องราวต่างๆ แต่ต้องอยู่บนแกนแนวคิดหลักของรายการ ซึ่งรายการตลาดสดสนามเป่ามีการนำเสนอเรื่องราวที่มีเนื้อหาหลากหลายและแปลกใหม่ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าถึงแม้รายการจะเป็นเรื่องราวของตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบคือ ผู้ค้า ผู้ซื้อ สินค้า และบรรยากาศสถานที่ แต่ไม่ได้นำเสนอเนื้อหาที่เป็นองค์ประกอบของเรื่องการซื้อขาย หรือการต่อรองราคาปรากฏในการนำเสนอเนื้อหาตลาดสดสนามเป้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ของรายการในการเลือกหยิบนำเสนอเพียงบางอย่างเพื่อนำเสนอ เช่นการเลือกมุมมองของฉากตลาดในรายการที่ให้ตลาดที่สวยงาม สะอาดเป็น

ระเบียบ เป็นการนำเสนอเพื่อให้เห็นตลาดในด้านที่ดี เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีกับตลาดสดเป็นต้น

ส่วนวิธีการนำเสนอรายการที่นอกจากจะต้องคำนึงถึงการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายซึ่งรายการตั้งไว้ว่าสามารถรับชมได้ทุกเพศและทุกวัยให้ได้มากที่สุด ผู้ผลิตได้คำนึงถึง กลยุทธ์การนำเสนอรายการที่เน้นเรื่องความง่ายในการรับชม ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าหมายถึงการเสนอเนื้อหาที่ไม่ซับซ้อนเข้าใจได้ง่าย และรูปแบบการนำเสนอที่ชัดเจน คือการถ่ายทำในสถานที่จริง เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพบรรยากาศ และนำมาพูดคุยสรุปประเด็นในห้องส่ง โดยมีกลยุทธ์การสร้างบรรยากาศ คึกคัก สนุกสนาน สร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ชมเป็นส่วนประกอบภาพรวมของรายการ จึงทำให้รายการสามารถดำรงอยู่มาได้ และเป็นที่ยอมรับได้รับความสนใจและความเชื่อถือจากผู้ชมรายการ จนมีการติดตามไปบริโภคหรือใช้บริการบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำมาเสนอ ซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทของการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันผ่านการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของรายการ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ในประเด็นบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการตลาดสดสนามเป้าต่อไป

4.4 บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า
จากการศึกษาการนำเสนอของรายการตลาดสดสนามเป้า โดยแบ่งการพิจารณาในส่วนของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกบทบาทของการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้าเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 4.4.1 บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคล
- 4.4.2 บทบาทการให้สถานภาพแก่ร้านค้า และสินค้า
- 4.4.3 บทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพ
- 4.4.4 บทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาด

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผ่านการพิจารณา 2 ส่วนคือ

- 1) การนำเสนอเนื้อหารายการ
- 2) วิธีการนำเสนอรายการ

พิจารณาผ่านองค์ประกอบของรายการดังนี้

- (1) พิธีกร (host)
- (2) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)

(3) บรรยากาศในรายการ (atmosphere)

(4) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

ผู้วิจัยได้จำแนก ตารางแสดงบทบาทการให้สถานภาพของรายการ โดยแบ่งเป็นการให้สถานภาพผ่านเนื้อหารายการและวิธีการนำเสนอ โดยได้ลำดับองค์ประกอบของวิธีการนำเสนอตามน้ำหนักความสำคัญในบทบาทการให้สถานภาพตามการวิเคราะห์ของผู้วิจัย เป็นตารางดังนี้

บทบาทการให้สถานภาพในรายการ	ผ่านการนำเสนอเนื้อหารายการ	ผ่านการวิธีการนำเสนอรายการ
บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคล	<ul style="list-style-type: none"> — ช่วงมือใหม่หัดขาย — ช่วงแหวกตลาด — ช่วงคนดีศรีตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> 1 แกรับเชิญ 2 พิธีกร 3 รูปแบบรายการ 4 บรรยากาศรายการ
บทบาทการให้สถานภาพแก่สินค้า หรือร้านค้า	<ul style="list-style-type: none"> — ช่วงมือใหม่หัดขาย — ช่วงแหวกตลาด — ช่วงชมตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> 1 แกรับเชิญ 2 พิธีกร 3 รูปแบบรายการ 4 บรรยากาศรายการ
บทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> — ช่วงมือใหม่หัดขาย — ช่วงแหวกตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> 1 แกรับเชิญ 2 พิธีกร 3 รูปแบบรายการ 4 บรรยากาศรายการ
บทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาด	<ul style="list-style-type: none"> — ช่วงเปิดรายการ — ช่วงชมตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> 1 พิธีกร 2 บรรยากาศรายการ 3 รูปแบบรายการ

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงบทบาทการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า

4.4.1 บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคล

1) บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลผ่านการนำเสนอเนื้อหารายการ

บทบาทของการให้สถานภาพแก่บุคคลของรายการตลาดสดสนามเป้าผ่านการนำเสนอเนื้อหาในรายการซึ่งปรากฏในช่วงการนำเสนอของรายการดังนี้

– ช่วงมือใหม่หัดขาย

เนื้อหาที่นำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขายในส่วนเรื่องราวจากตัวบุคคลซึ่งเป็นผู้ประกอบอาชีพหรือเจ้าของร้านที่แขกรับเชิญได้ไป เรียนรู้การทำงาน โดยเนื้อหาอธิบายประวัติความเป็นมา ความยากลำบากในการทำงาน อุปสรรคต่างๆ รูปแบบวิถีชีวิต รวมถึงเกียรติประวัติ ความภาคภูมิใจจากการประกอบอาชีพและข้อคิดคติประจำใจที่ยึดถือ ซึ่งพบว่ารายการได้นำเสนอเนื้อหาผ่านประเด็นความน่าสนใจของบุคคลเจ้าของร้าน หรือผู้ประกอบการที่มีค่านิยมดังต่อไปนี้

1.) ความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity)

หลักเกณฑ์เรื่องความแปลกหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวถือเป็นประเด็นหลักสำคัญของรายการได้นำเสนอในเนื้อหาของรายการ ซึ่งปรากฏทั้งในส่วนเนื้อหาจากเรื่องราวของตัวบุคคลผู้ประกอบอาชีพหรือ เจ้าของร้าน ตัวอย่างเช่น ตอนร้านชาห่มพะไล (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) ซึ่งมีความแปลกที่ตัวแม่ค้าของเจ้าของร้านที่ชอบการสักตามร่างกาย และชอบแต่งกายและทำผมแบบแนวร็อก แต่ว่ามีอาชีพช่วยสามีขายห่มพะไล เป็นต้น

2.) ความพิเศษ (specialness)

ตัวอย่างเช่นตอนร้านขายเบ็ดอย่างคนเคยรวย (ออกอากาศ 11 ตุลาคม 2552) เป็นนำเสนอเรื่องราวของแม่ค้าเจ้าของร้านขายเบ็ดอย่างที่แต่ก่อนเคยเป็นคนรวยทำธุรกิจแต่ประสบปัญหาเศรษฐกิจทำให้ต้องเลิกกิจการหันมาทำร้านขายเบ็ดอย่าง หรือตอนพ่อค้าก๋วยจั๊บน้ำข้นประดิวส์ (ออกอากาศ 12 กรกฎาคม 2552) มีความพิเศษที่ตัวพ่อค้าก๋วยจั๊บน้ำข้นที่ชอบประดิวส์สิ่งของต่างๆ เช่นประดิวส์ลูกไก่ในการเปิดปิดฝาหม้อก๋วยจั๊บน้ำข้น เป็นต้น

3.) ความน่าเชื่อถือ (credibility)

เนื้อหาจากเรื่องราวของตัวบุคคลผู้ประกอบอาชีพหรือเจ้าของร้าน จะเป็นการนำเสนอประเด็นราวประวัติชีวิตของผู้ประกอบอาชีพ ข้อคิดคติประจำใจซึ่งถือเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์

ของบุคคลนั้นๆในเชิงบวก ทำให้ผู้ชมรู้สึกดีต่อบุคคลที่ถูกนำเสนอ เช่น ตอนร้านมังสวิรัตอาหารเพื่อสุขภาพ (ออกอากาศ 26 กรกฎาคม 2552) เป็นร้านขายอาหารมังสวิรัตที่เจ้าของร้านให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตเรื่องภาวะโลกร้อน โดยเจ้าของร้านจะมีการแนะนำและให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่องภาวะโลกร้อนโดยการแจกใบปลิวให้ความรู้และพูดคุย ทำให้คนได้ตระหนักถึงปัญหาของสภาวะโลกร้อนมากขึ้น เป็นต้น หรือตอน ร้านข้าวแกงธงฟ้า ปลายไร่ไฮโซ (ออกอากาศ 4 ตุลาคม 2552) มีการนำเสนอเรื่องราวชีวิตของเจ้าของร้านที่ยอมทำงานหนักไม่ได้เรียนหนังสือ เพื่อหาเงินส่งน้องเรียนและมีความกตัญญูต่อแม่ยอมทำงานหนักไม่ย่อท้อ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่รายการได้ถ่ายทอดให้เห็นถึงความดีหรือคุณประโยชน์ที่บุคคลหรือเจ้าของร้านได้ยึดถือ ซึ่งเป็นค่านิยมหรือคุณธรรมที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป เมื่อบุคคลเจ้าของร้านที่นำเสนอในรายการยึดถือค่านิยมหรือคุณธรรมที่สังคมยอมรับ ดังตัวอย่างที่ยกมาเช่น เจ้าของร้านอาหารมังสวิรัต ยึดถือแนวคิดค่านิยมเรื่องการอนุรักษ์ห่วงใยสิ่งแวดล้อม หรือเจ้าของร้านอาหารปลายไร่ไฮโซ ยึดถือคุณธรรมความกตัญญู เป็นต้น จึงทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในในตัวบุคคลนั้นๆ จากการยึดถือค่านิยมหรือแนวคิดที่สังคมยอมรับ ซึ่งดังที่กล่าวมานั้นเป็นค่านิยมที่มีส่วนสำคัญการกระบวนกรสร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณชน Siomson(1999) จึงได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาผ่านค่านิยมดังกล่าวสามารถความเชื่อมั่นในตัวบุคคลที่นำเสนอแก่ผู้ชม โดยความเชื่อมั่นมาจากการยอมรับและเชื่อถือในสถานภาพของบุคคลที่ถูกนำเสนอในรายการ

— ช่วงแหวกตลาด

เนื้อหาช่วงแหวกตลาดเป็นช่วงที่นำเสนอเรื่องราวของอาชีพ ที่มีจุดสำคัญคือ ต้องมีความแปลก แตกต่างโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผ่านการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นลักษณะบุคคลผู้ประกอบการอาชีพ ผู้วิจัยเห็นว่ารายการมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอผ่านประเด็นหลักของช่วงแหวกตลาดคือ ต้องการนำเสนอเรื่องราวที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นมุมมองในเรื่องของการมีความคิดสร้างสรรค์ (creative) ตัวอย่างเช่น ตอนหมอดูไซเบอร์ (ออกอากาศ 21 มิถุนายน 2552) นำเสนอเรื่องราวของหมอดูที่แต่งกายเป็นชุดอวกาศในโลกอนาคต ซึ่งเป็นชุดที่ประดิษฐ์เองทั้งหมด ซึ่งเป็นจุดขายที่สร้างความแตกต่างทำให้ผู้คนที่พบเห็นเกิดความสนใจและจดจำได้ หรือตอนนักร้องแท็กซี่ (ออกอากาศ 11 ตุลาคม 2552) นำเสนอเรื่องคนขับรถแท็กซี่ที่รักการร้องเพลง โดยแต่งเพลงและร้องเพลงบันทึกเสียงตัวเอง โดยใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์โดยการเปิดให้ลูกค้าที่ใช้บริการรถแท็กซี่ฟัง เป็นต้น จากเรื่องราวของบุคคลที่รายการนำเสนอ ผู้ชมจึงได้เห็นถึงความน่าสนใจของบุคคลนั้น และเห็นถึงความสามารถ

หรือความสำคัญเพียงพอที่จะได้ถูกนำเสนอในรายการ โดยการเสนอผ่านคำนิยามเรื่องความพิเศษ ความแปลกแตกต่างที่ปรากฏในช่วงเวลาใดก็ตามมีบทบาทในการทำให้สถานภาพของบุคคลที่รายการนำเสนอดีขึ้น

— ช่วงคนดีศรีตลาด

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเนื้อหาช่วงคนดีศรีตลาดเป็นการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่รายการให้ยกย่องและคัดเลือกมาแล้วว่าเป็นคนดี ทำประโยชน์หรือความดีเพื่อสังคม หรือส่วนรวม โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์เข้ากับตลาดตามแนวคิดหลักของรายการ คือเป็นคนดีที่เป็นศรีแก่ตลาด ซึ่งตลาดหมายถึงสังคมกลุ่มคน หรือส่วนรวม การได้รับยกย่องให้ เป็นคนดีศรีตลาดจึงมีค่าเท่ากับการเป็นคนดีศรีสังคม โดยในความหมายของการทำความดีของบุคคลที่รายการนำเสนอ นั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นความดีที่ยิ่งใหญ่ หรือเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก บุคคลที่ถูกนำเสนอในช่วงคนดีศรีตลาดนั้นอาจทำความดีในเรื่องที่เล็กน้อย

ผู้วิจัยเห็นว่ารายการได้ให้สถานภาพแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอในช่วงคนดีศรีตลาดในเรื่องของความน่ายกย่องในความดี ผ่านกลยุทธ์ในการสร้างความน่าเชื่อถือจากการนำเสนอบทสัมภาษณ์หรือสอบถามความคิดเห็นของบุคคลที่อยู่ใกล้เคียงในพื้นที่ หรือบุคคลที่ได้รับประโยชน์จากการทำความดีของคนดีศรีตลาด เช่นคนที่เคยได้รับการช่วยเหลือ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการรับรองยืนยันถึงความดีของบุคคลนั้นๆ และได้เห็นถึงผลจากคุณความดีที่ได้ทำต่อบุคคลอื่นๆหรือต่อสังคม เป็นกลยุทธ์การมี พยานรับรอง (Testimonial) ตัวอย่างเช่น ตอนโศกขิมจักรยานชานา (ออกอากาศ 26 กรกฎาคม 2552) รายการได้นำเสนอความคิดเห็นและความรู้สึกของเด็กที่ได้มาฝึกจักรยานกับโศก เช่น “ขอบคุณครูมากที่ได้ดูแลและเปลี่ยนชีวิตให้ดีขึ้น เป็นเหมือนพ่อเหมือนครู ทำให้ได้ดิบได้ดี ขอขอบคุณมากที่ได้ให้อนาศต”

นอกจากนี้พบว่ารายการได้ใช้ กลยุทธ์ ในเรื่องการถอดถอนความหมาย (deconstruction) เรื่องของคำว่า “คนจน” หรือ “คนชนชั้นล่าง” ที่เคยถูกมองว่าเป็นปัญหาของสังคมและไม่สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมได้ ให้กลายมาเป็นตัวอย่างตัวแทนที่แสดงให้เห็นว่ายังมีคนจนหรือคนธรรมดาทั่วไปที่ไม่ได้คำนึงถึงแค่เรื่องราวของชีวิตหรือความเป็นอยู่ของตนเองเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงบุคคลอื่นหรือส่วนรวมในการที่จะช่วยเหลือตามกำลังหรือตามความสามารถที่มี เป็นต้น จึงถือว่าการนำเสนอเนื้อหาของรายการช่วง “คนดีศรีตลาด” มีบทบาททำให้สถานภาพแก่บุคคลในแง่ของการยกย่องในคุณความดีของบุคคลต่างๆที่ถูกนำเสนอในรายการ

2) บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลผ่านวิธีการนำเสนอรายการ

พบองค์ประกอบของรายการซึ่งมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลดังต่อไปนี้

— แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)

แขกรับเชิญในรายการมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอในรายการอย่างชัดเจนจาก เนื่องจากแขกรับเชิญในเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคม ถือได้ว่ามีสถานภาพเป็นที่ยอมรับ เมื่อนำเสนอเรื่องราวของโดยบุคคลที่มีสถานภาพ ย่อมเป็นการถ่ายทอดสถานภาพแก่บุคคลหรือเรื่องราวที่ถูกนำเสนอเช่นกัน โดยบทบาทในการให้สถานภาพ ของแขกรับเชิญในช่วงมือ ใหม่หัดขายซึ่งเป็นช่วงหลักของรายการ ผ่านการ ให้ข้อมูลและการสอบถามเรื่องราวประวัติความเป็นมา ความสามารถของบุคคลเจ้าของร้านหรือเจ้าของอาชีพที่แขกรับเชิญไปเรียนรู้การทำงาน ทำให้ผู้ชมได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลนั้นๆ ผ่านการพูดคุยรวมถึงการซักถามสนทนา แขกรับเชิญซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นศิลปินดารารหรือเป็นที่รู้จักของประชาชน นอกจากจะสร้างความน่าสนใจในการติดตามแก่ผู้ชมแล้ว ยังสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ชมรายการด้วยความน่าเชื่อถือ ถือ หรือสถานภาพของแขกรับเชิญนั้นด้วยเช่นกัน จึงถือได้ว่าเป็นการถ่ายทอดสถานภาพที่ดีของแขกรับเชิญที่มีชื่อเสียงมาสู่บุคคลที่รายการนำเสนอได้

— พิธีกร (host)

พิธีกรผู้ดำเนินรายการถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญ บทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลใน โดยมีกระบวนการดังนี้

(ก) การนำเสนอเรื่องราวโดยพิธีกรที่มีสถานภาพที่ดีเป็นที่ยอมรับในสังคม

เนื่องจากพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้าทั้ง 3 คนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม คือเป็นศิลปินดารารที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทำให้มีสถานภาพที่น่าเชื่อถือจากชื่อเสียงของตัวพิธีกรเอง ดังนั้นเมื่อนำเสนอหรือบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ย่อมทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นได้ เป็นเหมือนการถ่ายทอดสถานภาพสู่บุคคลที่พิธีกรกล่าวถึงหรือนำเสนอในรายการ นอกเหนือจากแขกรับเชิญแล้ว พิธีกรยังถือมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกล่าวสรุปประเด็นเนื้อหา ซึ่งคล้ายกับการแสดงความคิดเห็นของพิธีกรที่มีต่อบุคคลนั้นๆ เมื่อบุคคลนั้นๆได้รับการชื่นชม ยกย่องจากพิธีกร ย่อมเป็นการรับรองแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอเช่นกัน จึงเห็นได้ว่าพิธีกรมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลในทางที่ดีขึ้นได้

(ข) ผ่านลักษณะการแสดงออกและวิธีการดำเนินรายการของพิธีกรหลัก

บทบาทการให้ข้อมูลอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมหรือเสริมเนื้อหาเป็นการขยายเรื่องราวของตัวบุคคลที่รายการนำเสนอ รวมถึงการกล่าวชื่นชม ยกย่องในความสามารถหรือความดีงามของบุคคลที่นำเสนอ ซึ่งทำให้ผู้ชมได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลโดยอาจจะเป็นเรื่องราวชีวิตที่สามารถให้คิดแ่งคิด โดยลักษณะการแสดงออกของพิธีกรเมื่อกล่าวถึงเรื่องราวที่เป็น เนื้อหาสาระแล้วจะมีลักษณะการแสดงออกที่แตกต่างจากเวลาสนุกรสนาน เช่น การใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมกับเนื้อหา โดยเปลี่ยนน้ำเสียงการพูดให้มีความเป็นทางการและน่าเชื่อถือขึ้นเช่นเมื่อพูดกล่าวสรุปให้แ่งคิด หรือกล่าวถึงเรื่องราวที่จริงจังเป็นต้น ทำให้เห็นว่าบุคคลที่ ถูกนำเสนอ นั้นมีสถานภาพที่ดีขึ้นจากบทบาทดังกล่าวของพิธีกร

— **สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style: Form of Presentation)**

บทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลผ่านรูปแบบการนำเสนอรายการ ตลาดสดสนามเป้าผู้วิจัยพบว่า มีลักษณะดังต่อไปนี้

— รูปแบบการจำลองเหตุการณ์ในตลาด

ตัวอย่างเช่นช่วงเปิดรายการ ใช้รูปแบบเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดต่างๆ เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันหรือเพื่อเชื่อมโยงกับแขกรับเชิญประจำสัปดาห์ รวมถึงเพื่อเชื่อมโยงกับร้านค้าหรือบุคคลเจ้าของอาชีพที่จะนำเสนอ โดยเป็นเหตุการณ์จำลองเหมือนละครสั้นๆ เพื่อเกริ่นนำเรื่องราวสู่ช่วงรายการต่าง ตัวอย่างเช่นเหตุการณ์จำลองเข้าสู่ วงคนดีศรีตลาด เรื่องการรับสมัครงานในตลาด โดยเจ้าของตลาดที่แสดงโดยพิธีกรต้องการรับเฉพาะคนพิการเข้าทำงานเท่านั้น (ออกอากาศวันที่ 30 สิงหาคม 2552) เพื่อเกริ่นนำเรื่องราวของเจ้าของบริษัทที่รับเฉพาะผู้พิการเข้าทำงาน ทำให้เกิดความความน่าสนใจในคุณสมบัติที่เป็นจุดเด่น หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลที่ถูกนำเสนอ นอกจากจะเป็นการสร้างความน่าสนใจในการนำเสนอช่วงของรายการแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่ายังเป็นการให้สถานภาพแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอผ่านรูปแบบการแสดงเหตุการณ์จำลองในตลาด

— การนำเสนอเนื้อหาพร้อมกับบุคคลที่มีชื่อเสียง

พบในรูปแบบการนำเสนอช่วงมือใหม่หัดขายคือการให้แขกรับเชิญออกไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ ในการเรียนรู้การทำงานจริง และนำภาพและเรื่องราวการทำงานมานำเสนอในห้องส่ง นอกจากการเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานของอาชีพต่างๆแล้วนั้น แขกรับเชิญยังต้องเรียนรู้เรื่องราวของบุคคลที่เป็นผู้ประกอบอาชีพนั้น ซึ่งจากการออกไปเรียนรู้การทำงานจริงทำให้แขกรับเชิญได้รับรู้และสัมผัสกับบุคคลเจ้าของร้านโดยตรง และนำเรื่องราวมาถ่ายทอดแก่ผู้ชม ซึ่งรูปแบบการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลผ่านแขกรับเชิญที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Peter Simonson (1999) ที่กล่าวว่า การนำเสนอเรื่องราวพร้อมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณชนได้ ผู้วิจัยเห็นว่าตัวแขกรับเชิญของรายการซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักมาเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว เนื้อหาในรายการ เกี่ยวกับตัวบุคคลที่ถูกนำเสนอย่อมสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นแก่ผู้ชมรายการ และถือเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทให้สถานภาพแก่บุคคลที่รายการนำเสนอเรื่องราวได้อย่างชัดเจน

— การถ่ายทำนอกสถานที่

พบรูปแบบการถ่ายทำนอกสถานที่ ในช่วงมือใหม่หัดขาย ช่วงแหวกตลาด ช่วงคนดีศรีตลาดมีรูปแบบการนำเสนอเรื่องราวของ โดยรูปแบบรายการในการถ่ายทำนอกสถานที่ โดยใช้สถานที่จริง ทำให้ผู้ชมได้เห็นถึงภาพและบรรยากาศเกี่ยวกับเรื่องราวของบุคคลที่ถูกนำเสนอได้อย่างชัดเจน โดยผู้วิจัยเห็นการนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตจริงๆของบุคคลที่ รายการนำเสนอ ประกอบกับการนำเสนอความรู้สึกหรือความคิดเห็น เกี่ยวกับตัวบุคคลที่รายการนำเสนอ จากผู้คนละแวกใกล้เคียงในสถานที่นั้น หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อถือและมั่นใจในตัวบุคคลและเรื่องราวที่นำเสนอว่าเป็นเรื่องจริง ทำให้เห็นว่าบุคคล ที่ถูกนำเสนอมีคุณค่าและสมควรแก่การยกย่องดังนั้นรูปแบบการเสนอรายการโดยการถ่ายทำนอกสถานที่จึงมีบทบาทในการให้สถานภาพความน่าเชื่อถือแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอได้

— การจำลองเหตุการณ์

พบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาผ่านการจำลองเหตุการณ์ในช่วงคนดีศรีตลาดเป็นช่วงที่นำเสนอทุกสัปดาห์สุดท้ายของเดือน มีการนำเสนอ 1 ช่วงรายการแทนในช่วงแหวกตลาด เสนอเรื่องราวและวิถีชีวิตของบุคคลที่รายการให้การยอมรับว่าเป็น “คนดีศรีตลาด” ซึ่ง

การถ่ายทอดเรื่องราวในบางครั้งจะมีภาพจำลองเหตุการณ์สั้นๆในเรื่องของบุคคลนั้น เพื่อบอกเล่า ประเด็นหรือเรื่องราว ตัวอย่างเช่น ตอน จราจรจำเป็น (ออกอากาศ 27 กันยายน 2552) เสนอเรื่อง ของลุงฉลองอาชีพขับสามล้อที่พาเด็กนักเรียนข้ามถนนหน้าโรงเรียนมาเป็นเวลากว่า 20 ปี มีภาพ เหตุการณ์จำลอง ตอนที่คุณลุงได้รับอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ชนขาหัก โดยลุงได้รับเคราะห์แทน เด็ก การได้เห็นภาพจำลองเหตุการณ์ทำให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวโดยง่ายขึ้น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็น รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวกึ่งชีวิต (drama) การเสนอในรูปแบบการจำลอง เหตุการณ์จะทำให้ได้รายละเอียดเรื่องอารมณ์ และสร้างความน่าสนใจให้ผู้ชมมากกว่าการเล่า เรื่องแบบบรรยายทั่วไป ถือเป็นรูปแบบการนำเสนอรายการที่มีบทบาทในการสร้างสถานภาพแก่ บุคคลที่นำเสนอในช่วงคนดีศรีตลาด

— บรรยากาศในรายการ (atmosphere)

บรรยากาศในรายการถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่ บุคคล ซึ่งผู้วิจัยพบว่ารายการตลาดสดสนามเป้าใช้องค์ประกอบในการสร้างบรรยากาศที่มี บทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลดังนี้

— เสียง

เสียงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างบรรยากาศในรายการซึ่งพบว่ามีการใช้เสียงประกอบรายการคือเสียงดนตรีประกอบรายการ และเสียงผู้ชมในห้องส่ง โดยผู้วิจัยพบว่า ในการนำเสนอเนื้อหาที่มีการใช้ดนตรี ประกอบรายการคือเสียงดนตรี และบทเพลงที่มีเนื้อหา เชื่อมโยงเข้ากับเรื่องราวของตัวบุคคลที่นำเสนอ ตัวอย่างเช่นใช้เพลง “สักวันต้องได้ดี” ของศิลปิน เรวดี พุทธิพันธ์ ประกอบในช่วงคนดีศรีตลาด ตอน โค้ชทีมจักรยานชาวนา (ออกอากาศวันที่ 26 กรกฎาคม 2552) ซึ่งเพลงมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเชื่อมั่นในการทำดีและผลของการทำความดี ซึ่งเป็น การขยายเรื่องราว หรือต่อยอดชีวิตของบุคคลที่นำเสนอได้ ซึ่งเพลงประกอบรายการสามารถเล่า เรื่องราวและเสริมอารมณ์แก่ผู้ชมได้ ซึ่งผู้วิจัย เห็นว่ามีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลที่ถูก นำเสนอในรายการได้

4.4.2 บทบาทการให้สถานภาพแก่ร้านค้า และสินค้า

1) บทบาทการให้สถานภาพแก่ร้านค้าและสินค้าผ่านการนำเสนอเนื้อหา รายการ

บทบาทของการให้สถานภาพแก่ร้านค้าและสินค้าของรายการตลาดสดสนาม
เป้าซึ่งปรากฏในช่วงการนำเสนอเนื้อหาของรายการดังนี้

— ช่วงมือใหม่หัดขาย

เนื้อหาในช่วงมือใหม่หัดขายมีการนำเสนอเรื่องราวของสินค้าและร้านค้า
รายละเอียดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยพบว่ารายการมีการเสนอประเด็นด้วยคำนิยมที่
สร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณะดังนี้

1.) ความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity)

เรื่องความแปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร ร. สร้างสรรค์มีเอกลักษณ์แตกต่างจากคนอื่นของ
สินค้าหรือร้านค้า ประเด็นเรื่องความอร่อยสูตรเด็ดเคล็ดลับที่ไม่เหมือนใคร ขั้นตอนกรรมวิธีการทำ
รวมถึงกลยุทธ์วิธีการขายหรือการเรียกความสนใจจากลูกค้าผู้บริโภคที่แปลกและแตกต่าง เป็นต้น
โดยประเด็นความแปลกมีเอกลักษณ์ในส่ว นเนื้อหาจากรีวิวของสินค้าและร้านค้า ตัวอย่างที่
พบเช่น ร้านเคบับสูตรตุรกี (ออกอากาศ 28 สิงหาคม 2552) ถือเป็นอาหารหรือสินค้าที่แปลก
เนื่องจากเป็นอาหารของประเทศตุรกี หารับประทานได้ยากในประเทศไทย หรือร้านอาหารตามสั่ง
ป๊อปป๊อป (ออกอากาศ 13 กันยายน 2552) ที่มีวิธีการขายที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครในการออก
กฎระเบียบต่างๆให้ลูกค้าที่มารับประทานต้องทำตาม เป็นต้น

2.) ความพิเศษ (specialness)

ประเด็นพิเศษในเรื่องของสินค้าและร้านค้าที่มีตัวอย่างที่พบ เช่น ตอนข้าวเหนียว
มูนหลากสี (ออกอากาศ 6 กันยายน 2552) เป็นร้านขายข้าวเหนียวมูนที่มีความพิเศษในการนำเอา
ผลไม้ต่างๆมาเป็นส่วนผสมในข้าวเหนียวมูน ทำให้มีข้าวเหนียวสีส้มต่างและรสชาติ ซึ่งพิเศษจาก
ข้าวเหนียวมูนทั่วไป หรือตอนร้านข้าวมันไก่ชิงโชค (ออกอากาศ 7 มิถุนายน 2552) เป็นร้านที่มี
ความพิเศษในกลยุทธ์การขาย คือมีการจับฉลากชิงโชคสำหรับ ลูกค้าที่มารับประทาน และมีการ
แสดงของเจ้าของร้านเช่น แสดงเปิดขวดน้ำอัดลมโดยการรื้อทำทางต่างๆ หรือแสดงโชว์ร้องเพลง
 เป็นต้น

3.) ความน่าเชื่อถือ (credibility)

การเสนอประเด็นความน่าเชื่อถือของสินค้าหรือร้านค้าที่สะท้อนผ่านการนำเสนอเนื้อหา เช่นกรรมวิธีการทำอาหารต่าง ๆ เคล็ดลับสูตรเด็ด ทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อมั่นในความมีคุณภาพของสินค้าอาหาร ตัวอย่าง ตอนร้านข้าวแกงปักษ์ใต้ (ออกอากาศ 5 กรกฎาคม 2552) ในขั้นตอนการสาธิตวิธีการทำ แม่ค้าเจ้าของร้านได้กล่าวถึงการทำอาหารที่ร้านว่า “อยากทำของให้มีคุณภาพ คนกินติดใจว่าแม่ค้าเจ้านี้ ดี ปลาย่างดี ไข่ของอย่างดี ” ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของเจ้าของร้านที่ให้ความสำคัญในเรื่องวัตถุดิบในการนำมาประกอบอาหารว่าต้องเป็นของดี เพื่อประโยชน์แก่ลูกค้าที่จะได้รับประทานของดี เป็นต้น หรือในตอน ข้าวเหนียวปากหม้อ (ออกอากาศ 30 สิงหาคม 2552)

ประเด็นเนื้อหาที่รายการนำเสนอเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือร้านค้าในช่วงมือใหม่หัดขาย ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทในการสร้างความน่าเชื่อถือแก่สินค้าและร้านค้าที่นำเสนอ ผ่านการใช้ประเด็นความแปลกใหม่ แตกต่าง ความพิเศษ และความน่าเชื่อถือผ่านการเลือกเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกรรมวิธีการผลิตหรือคุณลักษณะของสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหาร ทำให้ผู้ชมมีความเชื่อมั่นในร้านค้า หรือสินค้าที่รายการนำเสนอและทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีหรือในแง่บวกต่อสินค้าและร้านค้านั้นๆ ทำให้สินค้าหรือร้านค้ามีสถานะภาพที่ดีขึ้นจากการนำเสนอของรายการ

— ช่วงแหวกตลาด

เนื้อหานำเสนอความแปลก แตกต่างของลักษณะสินค้าเช่น ต้นทานตะวันผัดไฟแดง (ออกอากาศ 5 กรกฎาคม 2552) นำเสนอต้นทานตะวันซึ่งผักที่คนไทยยังไม่ค่อยคุ้นเคยในการนำมาประกอบอาหารเนื่องจากเป็นผักหายากต้องเป็นต้นทานตะวันพันธุ์จากประเทศจีนที่ปลูกเพื่อเก็บต้นอ่อน จึงถือว่ามีแปลกและหายากเป็นต้น หรือการนำเสนอเนื้อหาความพิเศษในเรื่องของสินค้าเช่น ตอนผัดไหมะเฟือง (ออกอากาศ 19 สิงหาคม 2552) ซึ่งนำเสนอความพิเศษของผัดไหมะเฟืองที่มีความแตกต่างคือการใช้มะเฟืองเป็นเครื่องเคียงให้ความเปรี้ยวแทนมะนาวเป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าช่วงแหวกตลาดให้ความสำคัญกับประเด็นความแปลกและแตกต่างของตัวร้านค้าหรือสินค้า ทำให้ผู้ชมเห็นถึงความน่าสนใจหรือคุณภาพของสินค้าหรือร้านค้าที่นำเสนอ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาของรายการในช่วงแหวกตลาดมีบทบาทในการให้สถานะภาพที่ดีแก่สินค้าหรือร้านค้าที่ถูกนำเสนอในช่วงรายการนี้

— ช่วงชมตลาด

ช่วงชมตลาดมีการนำเสนอเนื้อหาที่มีบทบาทในการให้สถานภาพที่ดีแก่สินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าผลิตภัณฑ์อาหาร โดยผู้วิจัยสังเกตว่ามีการเสนอเนื้อหาของสินค้าในตลาดดังนี้

1.) สินค้าเฉพาะท้องถิ่นที่มีความแปลกเป็นเอกลักษณ์ของตลาด ที่อยู่ในพื้นที่นั้นๆ เช่น ตอนตลาดน้ำคลองแห จ.สงขลา มีการเสนออาหารท้องถิ่นของภาคใต้เช่น เต้าหู้หัวหมู ข้าวมันแกวไก่ ขนมห้วครก เป็นต้น

2.) นำเสนอเรื่องราวความพิเศษของสินค้าในตลาดเช่น ตอนตลาดสวนหลวง ร. 9 ที่นำเสนอความพิเศษของสินค้าในตลาดว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพโดยการนำเสนอสินค้าเช่น ผักผลไม้สดปลอดสารพิษ ขนมห้วพิช ข้าวย่ำสมุนไพรห่อใบบัว น้ำเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

3.) การนำเสนอเนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ตัวสินค้า ตัวอย่างเช่น ตอนตลาดนัดสุขภาพสวนรถไฟที่มีการติดตามไปถึงสถานที่ปลูกผักของแม่ค้าที่นำผักสดมาขายที่ตลาด ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ความมีคุณภาพปลอดสารพิษของผักที่นำไปจำหน่ายเป็นต้น นอกจากนี้ เนื้อหาของสินค้าที่เป็นที่ขึ้นชื่อเป็นที่นิยมของตลาดนั้น ผู้วิจัยพบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาในช่วงชมตลาดมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่สินค้าและร้านค้า โดยการทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือผ่านเนื้อหาการนำเสนอของรายการ

2) บทบาทการให้สถานภาพแก่ร้านค้าและสินค้าผ่านวิธีการนำเสนอรายการ

พบองค์ประกอบของรายการซึ่งมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่ร้านค้าและสินค้า ดังนี้

(1) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (guest/talent)

บทบาทของแขกรับเชิญที่แสดงให้เห็นถึงการให้สถานภาพแก่สินค้าและร้านค้าที่นำเสนอผ่านบทบาทการสาธิตกรรมวิธี ขั้นตอนการทำที่ทำให้ผู้ชมเห็นถึงกระบวนการผลิตสินค้าคืออาหารในช่วงมือใหม่หัดขาย ผู้วิจัยเห็นว่าขั้นตอนและกระบวนการทำอาหารที่แขกรับเชิญต้องเรียนรู้ในการทำ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของร้านค้าและสินค้าอาหารว่ามีลักษณะการผลิตที่ได้คุณภาพ ถูกสุขลักษณะความสะอาดหรือไม่ รวมถึงรสชาติของอาหาร ผู้วิจัยสังเกตว่าแขกรับเชิญจะแสดงออกให้เห็นถึงความอร่อย ความมีคุณภาพของกระบวนการผลิต

สะท้อนผ่านการเลือกวัตถุดิบ ความใส่ใจในคุณภาพของอาหาร ประกอบกับแขกรับเชิญซึ่งเป็นคนที่ มีชื่อเสียง จึงเป็นเหมือนการให้การรับรองคุณภาพสินค้า โดยคนที่มีสถานภาพที่น่าเชื่อถือ จึงมีส่วนที่ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจและความเชื่อมั่นในร้านค้าและสินค้าได้ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าแขกรับเชิญมีบทบาทในการให้สถานภาพที่ดีแก่สินค้าและร้านค้าที่น่าเสนอในรายการ

(2) พิธีกร (host)

ผู้วิจัยเห็นว่าลักษณะการแสดงออกและวิธีการดำเนินรายการของพิธีกรในรายการ ตลาดสดสนามเป้าทั้ง 3 คน มีบุคลิกลักษณะการแสดงออกที่คล้ายคลึงกันในเรื่องของความเป็นธรรมชาติ เช่น การสนทนา การแสดงท่าทางต่างๆ ทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้ง่าย ตัวอย่างเช่น เมื่อพิธีกรทดลองชิมสินค้า คืออาหารที่นำมาแสดงในห้องส่งจากร้านค้าอาหารที่น่าเสนอในรายการช่วงต่างๆ เช่น ช่วงมือใหม่หัดขาย ช่วงแหวกตลาด และช่วงชมตลาด ด้วยท่าทางที่แสดงให้เห็นถึงความอร่อยของอาหารหรือชื่นชอบในตัวสินค้านั้น รวมถึงชักชวนเชิญชวนให้ไปใช้บริการร้านค้าหรืออุดหนุนสินค้าที่นำมาเสนอ ถือเป็นกรให้สถานภาพแก่สินค้าหรือร้านค้า เนื่องจากมีความสมจริงในการแสดงออกไม่ได้เป็นการพูดหรือแสดงออกในลักษณะที่เป็นไปตามบทของรายการ ประกอบกับสถานภาพที่น่าเชื่อถือของพิธีกร ทำให้ผู้ชมเชื่อมั่นในเรื่องของรสชาติอาหารหรือคุณภาพของสินค้าที่รายการนำมาแสดงเป็นตัวอย่าง

นอกจากนี้ในช่วงชมตลาดที่พิธีกรหลักของช่วงคือ คะเน็งนิจ จักรสมิทธานนท์ ออกไปถ่ายทำรายการนอกสถานที่ยังตลาดต่างๆ มีลักษณะการแสดงออกและวิธีการดำเนินรายการที่แสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของสินค้าในตลาดที่ไปเยี่ยมชม เช่น การทดลองชิมสินค้าอาหารต่างๆ หรือชิมสินค้าในตลาดนั้นๆ รวมถึงบทบาทในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมติดตามไปเที่ยวชมยังตลาดหรือบริเวณที่ยังมีร้านค้าที่รายการนำเสนอ จากที่กล่าวมาผู้วิจัยเห็นว่าเป็นบทบาทของพิธีกรที่มีส่วนในการให้สถานภาพที่ดีแก่ร้านค้า หรือสินค้าที่น่าเสนอในรายการ

(3) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style:Form of Presentation)

รูปแบบการนำเสนอรายการที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่อินค้าและร้านค้า ซึ่งสามารถแบ่งได้ตามลักษณะการนำเสนอในช่วงต่างๆของรายการดังนี้

— การนำเสนอร่วมกับคนที่มิชื่อเสียง

พบรูปแบบการนำเสนอเรื่องราวของสินค้าหรือร้านค้าในช่วง “มือใหม่หัดขาย” ที่แขกรับเชิญ บทบาทการให้สถานภาพแก่อินค้าและร้านค้า จากการออกไปเรียนรู้การทำงานยังสถานที่จริงของร้านค้าอาหารทำให้ผู้ชมได้เห็นขั้นตอน กรรมวิธีการผลิต ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ ผู้ชมจึงได้เห็นว่าร้านค้านั้น มีลักษณะหรือวิธีการประกอบอาหารอย่างไร ซึ่งสามารถสะท้อนคุณภาพของร้านค้า หรือสินค้าอาหารที่ร้านผลิตได้ โดยผู้วิจัยพบว่าร้านค้าที่รายการนำเสนอส่วนใหญ่มีขั้นตอนและลักษณะการประกอบอาหารที่มีความสะอาดถูกสุขลักษณะ ทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของร้านค้าและสินค้าที่รายการนำเสนอได้

รวมถึงช่วงชมตลาดโดยการนำเสนอของพิธีกรประจำช่วงคือ คะเนิงนิจ จักรสมิทานนท์ เป็นผู้พาไปเที่ยวชมยังตลาดหลากหลายประเภททั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยพิธีกรจะเป็นผู้อธิบายเนื้อหาและนำเสนอร้านค้า และสินค้าต่างๆในตลาดนั้นๆ รวมถึงแนะนำร้านค้าที่เป็นที่นิยมหรือมีความโดดเด่นของตลาดนั้น และทดลองชิมอาหารหรือเสนอสินค้าของตลาดแก่ผู้ชม โดยการนำเสนอสินค้าหรือร้านค้าร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นเหมือนการโฆษณาและรับรองสินค้าหรือร้านค้านั้นๆ โดยชื่อเสียงหรือสถานภาพของผู้นำเสนอจึงทำให้ผู้ชมเชื่อมั่นในร้านค้าและสินค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ

— รูปแบบการถ่ายทำนอกสถานที่

รูปแบบการถ่ายทำรายการนอกสถานที่ ซึ่งมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่อินค้าและร้านค้าปรากฏในช่วงมือใหม่หัดขาย ช่วงแหวกตลาด และช่วงชมตลาด โดยรูปแบบการนำเสนอรายการที่มีการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ทำให้ผู้ชมได้เห็นลักษณะของร้านค้า และสินค้าที่นำเสนอ ว่ามีความน่าสนใจและมีลักษณะสินค้าและร้านค้าอย่างไร ผู้วิจัยเห็นว่าการไปถ่ายทำสถานที่จริงทำให้ได้เห็นรายละเอียดของสินค้า หรือบรรยากาศของร้านค้าที่นำเสนอได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เมื่อผู้ชมได้รับรู้เนื้อหาและภาพที่นำเสนอเกี่ยวข้องกับร้านค้าและสินค้าในมุมมองนำเสนอ

ในด้านดีทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีกับสินค้าและร้านค้า จึงถือเป็นรูปแบบรายการที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่สินค้าและร้านค้าได้

(4) บรรยากาศในรายการ (Atmosphere)

บทบาทของบรรยากาศรายการที่มีผลต่อการให้สถานภาพแก่ร้านค้าและสินค้า ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้องค์ประกอบในการสร้างบรรยากาศดังนี้

— อุปกรณ์ประกอบฉาก

อุปกรณ์ประกอบฉากที่ รายการนำมาใช้เช่น สินค้าต่างๆ หรือสินค้าที่เป็นอาหาร โดยนำเสนอแสดงในห้องส่งเพื่อเป็นตัวอย่างให้ผู้ชมได้เห็น รวมถึงเพื่อการอธิบายและให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าได้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น ในช่วงชมตลาด ซึ่งนำเสนอเนื้อหาของตลาดหลากหลายประเภทในท้องที่ต่างๆ จะมีสินค้าและอาหารขึ้นชื่อของตลาดนั้นมาเป็นอุปกรณ์ประกอบฉาก หรือนำสินค้าอาหารจากร้านที่แขกรับเชิญไปเรียนรู้การทำงานมานำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขาย เป็นต้น โดยผู้วิจัยเห็นว่าการใช้อุปกรณ์ประกอบฉากเป็นสินค้าที่นำเสนอมาประกอบรายการทำให้ผู้ชมได้เห็นอย่างชัดเจน โดยรายการได้มีการคัดเลือกและจัดวางเช่นสินค้าอาหารมีการจัดให้น่ารับประทานทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากชิม อยากรับประทาน จึงถือเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างสถานภาพแก่สินค้า และร้านค้าที่นำมาเสนอในรายการได้

4.4.3 บทบาทในการให้สถานภาพแก่อาชีพ

1) บทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพผ่านการนำเสนอเนื้อหารายการ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคหลังถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) พบว่ารายการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวของอาชีพที่เป็นระดับกลางถึงล่าง ในการนำเสนอผ่านเนื้อหาช่วงต่างๆของรายการ เช่น อาชีพค้าขาย เช่น สินค้าอาหาร อาชีพบริการร้านเสริมสวย อาชีพหมอดู อาชีพรับจ้างส่งของ ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์การนำเสนอเรื่องราวของอาชีพดังที่ยกตัวอย่างในรายการ จึงพบบทบาทของการให้สถานภาพแก่อาชีพของรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งปรากฏในช่วงการนำเสนอเนื้อหาของรายการดังนี้

– ช่วงมือใหม่หัดขาย

การนำเสนอเนื้อหารายการในช่วงมือใหม่หัดขายมีการเสนอเนื้อหาของลักษณะการประกอบอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าส่วนใหญ่เป็นอาชีพร้านอาหารประเภทต่างๆ ซึ่งมีการนำเสนอความหลากหลายทั้งรูปแบบของร้าน เช่นร้านอาหารขนาดใหญ่ เช่นร้านขายเปิดอย่างคนเคยรวย หรือร้านอาหารตามสั่งปั๊บปั๊บ เป็นต้น ร้านอาหารขนาดเล็กจนถึงร้านประเภทรถเข็นขาย เช่น ร้านกวยจั๊บนักประดิษฐ์ที่เป็นรถเข็นเคลื่อนที่ไปเรื่อยๆ ร้านพี่น้องอาหารตามสั่งเจ้าโอเดียเป็นร้านที่อยู่ ในศูนย์อาหาร หรือร้าน ข้าวแกงบักซี่ได้เป็นร้านอาหารเล็กๆ 4-5 โต๊ะ เป็นต้น รวมถึงความหลากหลายของประเภทอาหารเช่น อาหารตามสั่งทั่วไป อาหารเฉพาะอย่าง อาหารว่าง รวมถึงขนมต่างๆ โดยความหลากหลายของร้านค้าอาหารที่รายการนำเสนอทำให้ได้เห็นถึงความแตกต่างของลักษณะการทำงานของร้านค้าอาหารแต่ละร้าน รวมถึงประเภทอาหารแต่ละอย่าง ถึงแม้ว่าภาพรวมของอาชีพที่รายการนำเสนอในช่วงนี้คืออาชีพค้าขายอาหาร แต่ขั้นตอนวิธีการทำงาน ปัญหาและอุปสรรคที่เจ้าของร้านแต่ละคนต้องพบเจอมีความแตกต่างกัน การนำเสนอเนื้อหาของรายการในช่วงนี้ทำให้ได้เห็นวิธีการทำงาน ขั้นตอนการผลิตการขาย ซึ่งรายการได้นำเสนอความแปลกแตกต่างหรือความโดดเด่นที่ผู้ประกอบการอาชีพสร้างหรือนำมาใช้เป็นจุดขายทำให้ร้านมีความพิเศษกว่าร้านอาหารอื่นๆทั่วไป ดังเช่น

(ก) จุดขายความแปลกของตัวสินค้า ตัวอย่างร้านสลัดบาร์สายรุ้งที่ทำสลัดเป็นสีต่างๆจากผลไม้หรือผักต่าง ร้านข้าวผัดจินตนาการที่เจ้าของร้านมีการคิดสร้างสรรค์เมนูอาหารข้าวผัดให้มีความแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น

(ข) รูปแบบวิธีการขาย หรือจุดขายที่ตัวบุคคลเจ้าของร้าน ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารตามสั่งปั๊บปั๊บ จ.ชลบุรี (ออกอากาศ 13 กันยายน 2552) เจ้าของร้านกำหนดรูปแบบวิธีการสั่งและเสิร์ฟอาหาร โดยลูกค้าต้องปฏิบัติตามกฎของร้าน โดยเจ้าของร้านยึดแนวคิดที่ว่า “ต้องนำลูกค้ามาใช้ให้ลูกค้ามาน่า” ดังนั้นต้องเคารพในกฎและกรอบที่ร้านวางไว้เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ เป็นต้น

การนำเสนอเนื้อหาด้วยความประ เด็นความแปลกใหม่ แตกต่างสะท้อนให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ ความพยายามและประสบการณ์ อุปสรรคต่างๆของผู้ประกอบอาชีพที่พยายามสร้างแนวทางในการทำงานเพื่อให้เป็นที่สนใจสามารถค้าขายดำเนินกิจการต่อไปได้ สะท้อนให้ผู้ชมเห็นว่าแม้เป็นอาชีพเล็กๆ แต่ไม่ใช่ทำได้ง่ายๆที่จะ ทำให้ประสบความสำเร็จ โดยไม่อาศัยความพยายามหรือความตั้งใจในการประกอบอาชีพ ทำให้ร้านเนื้อหารายการในช่วงนี้จึงมี

ส่วนทำให้ผู้ชมมองผู้ประกอบอาชีพค้าขายอาหารด้วยมุมมองที่ดีขึ้น จึงเป็นการให้สถานภาพแก่อาชีพที่รายการนำเสนอ

— ช่วงแหวกตลาด

เนื้อหารายการช่วงแหวกตลาดนอก จากมีการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือสินค้าที่มีความแปลกแตกต่างแล้วยังมีการนำเสนอเรื่องราวของอาชีพที่มีความพิเศษ หรือเป็นลักษณะการประกอบอาชีพที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งนำเสนอรายละเอียดของลักษณะการทำงาน รูปแบบวิธีการต่างๆ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน ซึ่งผู้วิจัย เห็นว่ารายการเน้นประเด็นเรื่องความแปลกแตกต่างอย่างชัดเจนในเนื้อหารายการช่วงนี้ รวมถึงการเสนอเนื้อหาของผู้ประกอบอาชีพที่มองดูจากภายนอกจะพบว่าอาจเป็นอาชีพที่พบเห็นได้ทั่วไปไม่แปลกใหม่อะไร แต่รายการได้คัดเลือกและออกแบบเนื้อหา (Message Selection Design) ในการนำเสนอ เช่น ตอนแม่ค้ากายสิทธิ์ (ออกอากาศ 12 กรกฎาคม 2552) นำเสนอการรูปแบบลักษณะการประกอบอาชีพของแม่ค้าที่รับจ้างทั่วไป นอกจากขายของแล้วยังรับจ้างทำงานต่าง เช่น รับโอนเงิน รับส่งของ รับประนอมหนี้ รับฝากซื้อสินค้าต่างๆตามสั่งส่งถึงบ้านเหมือนร้านขายของชำเคลือ นที่ ซึ่งมีความพิเศษอยู่ที่พาหนะในการเดินทางไปส่งของหรือไปซื้อของโดยรถจักรยาน จึงสะท้อนให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ในการคิดวิธีการทำงานเพื่อให้ตอบสนองลูกค้า ทำให้สามารถหารายได้เลี้ยงตนเองได้

รวมถึงการเสนอเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงคติข้อมติประจำใจที่เป็นความคิ ดหรือค่านิยมที่เป็นยอมรับในสังคมที่ผู้ประกอบอาชีพนั้นๆยึดถือ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบอาชีพหรือมองอาชีพนั้นดีขึ้น เช่น ความอดทน ความพยายาม ความซื่อสัตย์กับลูกค้า ทำงานให้ลูกค้าเหมือนเป็นงานเราเอง เป็นต้น ทำให้ผู้ชมเกิดทัศนคติที่ดีต่อผู้ประกอบอาชีพ และต่ออาชีพนี้ในฐานะที่บุคคลที่ถูกเลือกมานำเสนอเป็นเหมือนตัวแทนของคนประกอบอาชีพนั้นๆ การนำเสนอเรื่องราวในแง่ที่ดีของอาชีพนั้น จึงถือเป็นการให้สถานภาพที่แก่อาชีพที่ถูกนำเสนอในรายการได้

2) บทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพผ่านวิธีการนำเสนอรายการ

พบองค์ประกอบของลักษณะการนำเสนอรายการซึ่งมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่อาชีพที่ปรากฏผ่านองค์ประกอบการนำเสนอรายการดังนี้

(1) แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (Guest/Talent)

บทบาทของแขกรับเชิญของรายการในช่วงมือใหม่หัดขายผู้วิจัยเห็นว่ามีส่วนสำคัญในการให้สถานภาพแก่อาชีพ โดยแขกรับเชิญซึ่งเป็นคนที่มีชื่อเสียงมีสถานภาพอยู่แล้ว เมื่อนำเสนอเรื่องราวโดยบุคคลที่มีสถานภาพ ผู้ชมจะเกิดความเชื่อมั่นในเรื่องที่นำเสนอ บทบาทของแขกรับเชิญต้องไปเรียนรู้การทำงานกับผู้ประกอบอาชีพซึ่งส่วนใหญ่พบว่า เป็นอาชีพค้าขายอาหาร ซึ่งแขกรับเชิญมีบทบาทใน การสาธิตการทำงานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตจนถึงการขาย โดยผู้วิจัยเห็นว่าแขกรับเชิญเป็นเสมือนตัวแทนของผู้ชมในการเข้าไปเรียนรู้การทำงาน ถึงแม้จะเป็นอาชีพค้าขายซึ่งคนทั่วไปมองว่าไม่ได้มีความยากหรือซับซ้อนในการทำงาน แต่เมื่อได้เห็นการนำเสนอผ่านการสาธิตของแขกรับเชิญทำให้เห็นว่า การทำงาน ประกอบอาชีพที่เราไม่เคยเห็นนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องมีความอดทนหรือความพยายาม ผู้ประกอบอาชีพหรือเจ้าของร้านต้องเรียนรู้พยายามปรับปรุงและสร้างสรรค์จนประสบความสำเร็จในการทำงานได้ ตัวอย่างเช่นร้านโมกซ์ซอสอาหาร (ออกอากาศ 25 ตุลาคม 2552) เจ้าของร้านมีความพยายามในการคิดค้นหาสูตรอาหารที่คิดว่าอร่อยที่สุดโดยทำการทดลองและจดบันทึกไว้ เพื่อทำเป็นซอสปรุงที่สามารถใช้ประกอบอาหารชนิดต่างๆ โดยต้องอาศัยความพยายามและความละเอียดพิถีพิถันในการซังตวงเครื่องปรุงต่างในการประกอบอาหารเพื่อให้ได้รสชาติที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกจาน เป็นต้น ถือเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าแม้จะเป็นอาชีพค้าขายร้านอาหารตามสั่ง แต่ผู้ประกอบอาชีพมีความใส่ใจในรายละเอียดของอาหารและพยายามรักษามาตรฐานของสินค้าเป็นต้น

รวมถึงการทำงานในอาชีพที่เราเคยเห็นอยู่แต่เราไม่เคยรู้ลักษณะวิธีการเช่น ร้านขายเปิดอย่างคนเคยรวย (ออกอากาศ 11 ตุลาคม 2552) โดยแขกรับเชิญต้องเรียนรู้ ตั้งแต่ขั้นตอนและวิธีการทำเปิดอย่างตั้งแต่การล้างทำความสะอาดเปิดเพื่อไม่ให้ควง การหมักด้วยเครื่องเทศ 21 ชนิด การเป่าลมเปิดเพื่อให้หนังกรอบ การฆ่าเชื้อ จนมาถึงการย่าง กว่าจะได้มาเป็นเปิดอย่างต้องผ่านขั้นตอนกรรมวิธีต่างๆ ซึ่งแขกรับเชิญเป็นเหมือนผู้นำเสนอให้ผู้ชมได้เห็นถึงความยากและความตั้งใจในการผลิต โดยผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อผู้ชมได้รับรู้รายละเอียดงานผ่านการสาธิตการ ทำงานของแขกรับเชิญ ย่อมเกิดความคิดทัศนคติที่ต่อผู้ประกอบอาชีพ ว่ามีความใส่ใจคุณภาพของอาหารเพื่อลูกค้า จึงถือเป็นการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่อาชีพที่รายการนำเสนอ

(2) พิธีกร (Host)

การให้สถานภาพแก่อาชีพที่นำเสนอในรายการผ่านบทบาทของพิธีกรที่ผู้วิจัยสังเกตพบคือบทบาทการให้ข้อมูล ซึ่งเห็นได้จากการกล่าวถึงการประกอบอาชีพต่างๆที่นำเสนอในเนื้อหารายการทั้งในช่วงมือใหม่หัดขายและในช่วงแหวกตลาด มีการกล่าวอธิบายเสริมรายละเอียดของเนื้อหาในลักษณะแสดงความคิดเห็นในเชิงบวก เช่นการกล่าวชื่นชมลักษณะการทำงาน หรือผู้ประกอบอาชีพที่นำเสนอ หรือกล่าวสรุปประเด็นเรื่องราวเกี่ยวกับอาชีพ นั้นโดยเป็นแนวการให้แง่คิด เช่น คติข้อคิด คุณธรรมในการประกอบอาชีพผู้ประกอบอาชีพยึดถือ เช่นความซื่อสัตย์ การไม่เอาเปรียบ ความตั้งใจในการทำงาน ตัวอย่างเช่นตอนข่าวเกรียบปากหม้อ ต.ท่าเรือ จ.กาญจนบุรี (ออกอากาศ 30 สิงหาคม 2552) เป็นร้านที่ทำข้าวเกรียบปากหม้อแบบทำที่ละตัว ต้องรับประทานสดๆที่ร้าน โดยลูกสาวเคยทำงานเป็นมนุษย์เงินเดือนในกรุงเทพฯมาก่อนกลับมาช่วยแม่ทำร้านข้าวเกรียบปากหม้อที่บ้าน พิธีกรได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของร้านนี้ ดังนี้

“...ป้าสี่สุนคนทำพอมมีคนชมบอกว่าอร่อย ก็ชื่นใจมีความสุขเป็นจิตใจของคนทำอาหารจริงๆ กว่าน้องนุ้ยจะเข้าใจคิดแบบแม่ได้ก็ 2-3 เดือน แต่ก่อนเค้าเป็นมนุษย์เงินเดือนทำงานเกี่ยวกับตัวเลขไม่เข้าใจเรื่องแบบนี้” (ปวันรัตน์ นาคสุริยะ)

“สนับสนุน อาชีพอะไรก็ตามไปเถอะถ้าเป็นอาชีพที่สุจริต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นอาชีพของพ่อของแม่ถือเป็นความภูมิใจ หลายรายแล้วที่มากออกรายการเรา ทำอาชีพของพ่อของแม่แล้วจะเจริญ แต่ที่ต้องมีความตั้งใจ” (สุวิวิภา กุลตั้งวัฒนา)

พิธีกรมีส่วนในการช่วยเสริม มสสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่อาชีพที่รายการนำเสนอผ่านบทบาทดังกล่าว ทำให้อาชีพที่ได้รับการนำเสนอในรายการมีสถานภาพที่ดีขึ้น

(3) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style: Form of Presentation)

— นำเสนอเรื่องราวร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียง

รูปแบบการนำเสนอที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่อาชีพที่นำเสนอ โดยกลยุทธ์การนำเสนอเรื่องราวร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงในช่วงมือใหม่หัดขาย จากการมาเรียนรู้การถ่ายทอดวิธีการทำงานของผู้ประกอบอาชีพ โดยส่วนใหญ่เป็นอาชีพค้าขายอาหารต่างๆ ซึ่งจากรูปแบบที่นำเสนอร่วมกับคนที่มีชื่อเสียงจะสร้างความน่าสนใจแก่ผู้ชมในการติดตามการเรียนรู้การ

ทำงานที่เขารับเชิญไม่ได้เคยทำมาก่อน ทำให้เห็นความยากลำบากในการทำงานและลักษณะการผลิต ขั้นตอนต่างๆ ผ่านการนำเสนอในด้านที่ดีแก่ลักษณะอาชีพที่เสนอ ผู้วิจัยจึงเห็นว่ารูปแบบรายการในช่วงมือใหม่หัดขายนั้นนอกจากจะมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคล ร้านค้าหรือสินค้าแล้ว ยังมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่อาชีพค้าขายอาหารให้ดีขึ้นด้วยเช่นกัน

— การถ่ายทำนอกสถานที่

รูปแบบรายการที่มีการถ่ายทำนอกสถานที่ยังสถานที่จริงเพื่อนำมาเสนอให้ผู้ชมเห็นถึงการทำงาน ในช่วงมือใหม่หัดขายและแหวกตลาด โดยติดตามขั้นตอนการทำงานของการประกอบอาชีพต่างๆ ซึ่งเป็นข้อมูลรายละเอียดของอาชีพที่มีความแปลก แตกต่าง ตามแนวคิดหลักของช่วงรายการ ทำให้ผู้ชมได้เห็นภาพลักษณะการทำงานของอาชีพที่นำเสนออย่างชัดเจน และได้เข้าใจถึงลักษณะอาชีพนั้นๆ มากขึ้นจากการนำเสนอ ภาพจากสถานที่จริงที่ได้ถ่ายทำมานำเสนอ จึงถือเป็นบทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพที่ถูกนำเสนอได้

(4) บรรยากาศในรายการ (Atmosphere)

บทบาทของบรรยากาศในรายการที่มีส่วนสำคัญในการให้สถานภาพแก่อาชีพที่รายการนำเสนอผ่านองค์ประกอบที่ผู้วิจัยสังเกตพบดังนี้

— อุปกรณ์ประกอบฉาก

การใช้อุปกรณ์ประกอบฉากที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่อาชีพที่สามารถเห็นได้ชัดเจนคืออุปกรณ์ประกอบอาหารของร้านที่รายการนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว นำเอาอุปกรณ์ทำก๋วยเตี๋ยวเช่นหม้อลวก เครื่องปรุงต่างๆ หรือร้านข้าวมันไก่ มีการนำเอาเขียงสับไก่มาสับไก่ โดยมีเขารับเชิญเป็นผู้สาธิตการทำให้ชม เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นลักษณะการทำหลังจากที่เขารับเชิญไปเรียนรู้ขั้นตอนการทำมา ซึ่งอุปกรณ์ประกอบฉากมีส่วนสำคัญในบทบาทการสาธิตของเขารับเชิญ เพื่อแสดงให้เห็นถึงลักษณะการประกอบอาชีพที่ไม่ได้ง่ายอย่างที่คนทั่วไปคิด รวมถึงอุปกรณ์ประกอบฉากที่รายการเตรียมมาเป็นลักษณะที่ดูสะอาดสะอ้าน เช่นอุปกรณ์ประกอบอาหาร จานภาชนะ ซึ่งถือ เป็นการเพิ่มคุณค่าของอาชีพและผู้ประกอบอาชีพที่รายการนำเสนอได้อย่างชัดเจน

4.4.4 บทบาทในการให้สถานภาพแก่ตลาด

1) บทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาดผ่านการนำเสนอเนื้อหารายการ

บทบาทของการให้สถานภาพแก่อาชีพของรายการตลาดสดสนามเป้าซึ่งปรากฏในช่วงการนำเสนอเนื้อหาของรายการดังนี้

– ช่วงเปิดรายการ

ช่วงเปิดรายการใช้รูปแบบเหตุการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดต่างๆเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันหรือเพื่อเชื่อมโยงกับเนื้อหาหรือแขกรับเชิญ โดยเป็นเหตุการณ์จำลองเหมือนละครสั้นๆ เพื่อเกริ่นนำเรื่องราวสู่ช่วงรายการต่าง ซึ่งเป็นการจำลองแนวคิด “ตลาด” ของรายการว่ามีลักษณะอย่างไร ประกอบด้วยอะไร เช่น ตลาดสดสนามเป้าในรายการประกอบด้วย ผู้ค้า คือบรรดาพ่อค้าแม่ค้าในตลาด เช่น เจ้เป้าชายกะปิ แม่ค้าไฮโซ เฮียเอ๋ขายกาแฟ เป็นต้น การเสนอร้านค้าสินค้าต่างๆเช่น ร้านขายของชำของเจ้เป้า ร้านขายผลไม้ ร้านดอกไม้ ร้านหนังสือ ร้านกาแฟ เป็นต้น นอกจากนี้การนำเสนอให้เห็นถึงองค์ประกอบของตลาดแล้ว ยังนำเสนอลักษณะของตลาดในการประกอบสร้างความหมายของรายการคือ มีเรื่องราวเหตุการณ์ที่แสดงให้เห็น เรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดในตลาด และลักษณะความสัมพันธ์ของผู้คน เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าด้วยกันเอง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า รวมถึงระหว่างเจ้าของตลาดกับพ่อค้าแม่ค้า เป็นต้น

ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าเนื้อหารายการในช่วงสถานการณ์จำลองในตลาดมีการเลือกประเด็นหรือมุมมองในการนำเสนอเรื่องราวที่พบได้จริงในตลาด เช่น การเล่นหวย ตั้งวงเล่นไพ่ การตั้งวงดูละคร กิจกรรมต่างๆของคนในตลาด การเก็บค่าเช่าแผง การทวงหนี้ การทะเลาะเบาะแว้ง ซึ่งมุมมองที่รายการนำเสนอยังพบว่ามีข้อเสนอแนวทางการแก้ปัญหาสอดแทรกไว้ในเนื้อหาด้วยเช่นเมื่อมีเหตุการณ์เล่นหวยเช่นการพนัน พิธีกรซึ่งมีบทบาทเป็นเจ้าของตลาดจะตักเตือนว่าถ้าอยากรวยต้องทำมาหากินดีที่สุดเป็นต้น การเสนอเนื้อหาประกอบกับการใช้กลยุทธ์ในการสร้างความบันเทิงสนุกสนานจากเหตุการณ์ในช่วงสถานการณ์จำลองนี้ ยังทำให้ง่ายต่อการรับชมและทำให้ได้เห็นมุมมองที่รายการเลือกนำเสนอซึ่งอาจเป็นแง่มุมที่ไม่ดีของตลาดดั่งที่ยกตัวอย่างให้กลายเป็นมุมมองที่ตลกขบขันและสามารถสะท้อนถึงเรื่องราวที่เกิดในตลาดจริงๆได้

– ช่วงชมตลาด

การนำเสนอเนื้อหาในช่วงชมตลาดมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่ตลาด โดยการทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการนำเสนอเนื้อหาทั้งในส่วนของผู้ค้า ผู้ซื้อ สินค้า บรรยากาศและสถานที่ ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาของตลาดที่มีหลากหลาย ายประเภท เช่นตลาดบก ตลาดน้ำ ตลาด

สินค้าเฉพาะอย่าง ตลาดย่านการค้าเป็นต้น โดยการนำเสนอผ่านคำนิยามที่ปรากฏคือเรื่องความแปลกมีเอกลักษณ์ ความพิเศษ ความน่าเชื่อถือและความเป็นที่นิยม นำเสนอเนื้อหาผ่านการบรรยายของรายการและการบอกเล่าสอบถามของพิธีกรนอกสถานที่ทำให้ผู้ชมได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดที่นำเสนอ จากการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของร้านค้า และสินค้าในแต่ละตลาดนั้น รายการไม่ได้นำเสนอทุกร้านที่มีในตลาด แต่เป็นการเลือกนำเสนอเป็นบางร้านซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าผู้ค้าหรือสินค้าที่ถูกนำเสนอจะมีลักษณะที่แปลกมีเอกลักษณ์ โดดเด่นหรือ มีความพิเศษกว่าร้านทั่วไปในตลาดเดียวกัน หรือถ้าเป็นเนื้อหาส่วนบรรยากาศในตลาดและสถานที่ส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นสถานที่หรือตลาดที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในวงกว้างอยู่แล้ว หรือส่วนใหญ่พบว่าเป็นตลาดที่อยู่ไม่ไกลจากเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล หรือถ้าเป็นตามต่างจังหวัดก็จะ เป็นลักษณะของตลาดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนั้นๆอยู่แล้ว เช่น ตลาดกิมหยง จ . สงขลา เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามีการนำเสนอเนื้อหาของตลาดนั้นในทางที่ดี ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจ เช่นตลาดนี้มีความโดดเด่นพิเศษอย่างไร หรือลักษณะสถานที่ของตลาดที่มีความน่าสนใจแตกต่างกันไป จึงเห็นได้ว่าเนื้อหารายการในช่วง “ชมตลาด” มีบทบาทการให้สถานภาพที่ดีแก่ตลาด โดยสร้างความน่าสนใจผ่านการเสนอเนื้อหาทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากติดตามไปเที่ยวชมยังตลาดที่รายการนำเสนอ

2) บทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาดผ่านวิธีการนำเสนอรายการ

พบองค์ประกอบของรายการซึ่งมีบทบาทในการให้สถานแก่ร้านค้าและสินค้านั้น

(1) พิธีกร (host)

บทบาทของพิธีกรประจำช่วงในการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ยังตลาดต่างๆ ซึ่งคณะนิจ จักรสมิทธานนท์ มีหน้าที่ในการดำเนินรายการหลักในการให้ข้อมูล อธิบายเนื้อหา รวมถึงการสนทนาสอบถามความคิดเห็นผู้คนในตลาดทั้งบรรดาพ่อค้าแม่ค้า ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า คณะนิจ จักรสมิทธานนท์ เป็นพิธีกรที่เป็นคนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชน และเป็นเสมือนตัวแทนของวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ ที่มาท่องเที่ยวเยี่ยมชมตลาด ลักษณะท่าทางการแสดงออก และวิธีการดำเนินรายการที่เป็นธรรมชาติ สร้างความรู้สึกสดใส สนุกสนาน ทำให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกที่ดีกับการท่องเที่ยวตลาด โดยเมื่อเห็นว่าพิธีกรที่เป็นวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ มาท่องเที่ยวตลาดและนำเสนอมุมมองในการไปตลาดที่มีมากกว่าการจับจ่ายซื้อของ ให้กลายเป็นสถานที่ที่น่าสนใจ มีเรื่องวัฒนธรรม ของแต่ละท้องถิ่นแฝงอยู่ในแต่ละตลาดแต่ละท้องที่ พิธีกรจึงถือว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อตลาด รวมถึงบทบาทในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้ชมหันมา

ท่องเที่ยวตลาดที่รายการนำเสนอ ผู้ชมจึงเกิดความเชื่อมั่นในตลาดถือเป็นการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่ตลาด

(2) บรรยากาศในรายการ (atmosphere)

องค์ประกอบหนึ่งของรูปแบบวิธีการนำเสนอที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่ตลาดผ่านองค์ประกอบดังนี้

— ฉาก

ฉากหลักในรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งเป็นฉากที่จำลองสถานที่จากสถานที่จริง (pseudo-events) คือตลาดที่ประกอบด้วยร้านค้าประเภทต่างๆ เช่น แผงขายกะปิ แผงของชำ แผงขายผักผลไม้ เป็นต้น รวมถึงร้านค้าอื่นๆ เช่น ร้านดอกไม้ ร้านกาแฟ ร้านหนังสือ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ารายการได้ประกอบสร้างลักษณะของตลาดโดยได้รื้อถอนความหมาย (deconstruction) ของตลาดที่ไม่สวยงามให้ดูดี มีมูลค่ามากขึ้น เนื่องจากลักษณะของตลาดสดในความคิดของคนทั่วไป มักนึกถึงสถานที่ที่แออัด ไม่ค่อยสะอาด หรือไม่ได้เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงามเท่าใดนัก และประกอบด้วยร้านค้าที่หลากหลายทั้งของสด เช่น ร้านขายเนื้อ ขายปลา ขายผัก ของแห้ง เช่น ร้านขายของชำ ร้านที่มีอาหาร เครื่องปรุงที่มีกลิ่นแรง เช่น ร้านขายน้ำพริก ขายพริกแกง ร้านอาหารกับข้าว ต่างๆ การใช้กลยุทธ์โดยใช้วิธีการสื่อความหมายแบบ Metonymy คือเป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายที่หยิบเอาส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์มาแทนความหมายของส่วนรวม (กาญจนา แก้วเทพ ,2547) ซึ่งเป็นการเลือกที่จะหยิบยกเพียงบางส่วนของร้านมานำเสนอ เห็นได้จากฉากตลาดสดในรายการ มีลักษณะที่สวยงาม ประกอบด้วยร้านค้า คือร้านผักผลไม้ ร้านของชำ ร้านดอกไม้ ร้านหนังสือ ร้านกาแฟ ร้านขายน้ำพริก ร้านขายรถจักรยานยนต์ ประกอบกับโทรทัศน์ที่ไม่สามารถรับกลิ่นได้ ร้านขายกะปิพริกแกงของเจ้เป้าจึงไม่เป็นที่ปัญหาในการเลือกมานำเสนอในฉาก ซึ่งเป็นการเลือกจัดองค์ประกอบตลาดด้วยร้านค้าที่มีความสวยงามเป็นระเบียบและมีความสะอาดสะอ้าน และทำให้ตลาดสดดูดีขึ้น จึงถือได้ว่าฉากมีบทบาทสำคัญในการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่ตลาดได้

— แสง/สี

การสร้างบรรยากาศของรายการมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชมได้อย่างชัดเจน การเลือกสร้างบรรยากาศด้วยการใช้แสง และสีสดของรายการตลาดสดสนามเป้าที่มีความ

สดใสสว่างไสว ปลอดภัย โปร่ง รวมถึงการใช้สีสันทันผ่านการตกแต่งฉากร้านค้าต่างๆในตลาด และการแต่งกายของพิธีกรในรายการ ที่เน้นสีสันทันสดใส ซึ่งพบว่ารายการได้เลือกนำมาบางสีและแสงเท่านั้น เช่นการแต่งกายด้วยโทนสี แดง เขียว เหลือง ช่วยเสริมสร้างให้บรรยากาศของตลาดในรายการที่น่าเสนอมีความสว่างสดใส ซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีขึ้นกับตลาดว่าเป็นสถานที่ที่มีชีวิตชีวา สดใส การใช้แสงและสีในรายการตลาดสดสนามเป้าจึงมีบทบาทในการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่ตลาดเช่นกัน

— เสียง

การใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศในรายการที่พบ 2 รูปแบบคือเสียงดนตรีประกอบรายการ และเสียงผู้ชมในห้องส่ง ซึ่งเสียงดนตรีประกอบรายการที่เป็นเสียงเพลงที่รายการนำมาใช้ในการบอกเล่าเรื่องราวหรือเสริมอารมณ์ความรู้สึกในเนื้อหาการนำเสนอ ทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมมากขึ้น โดยพบว่ารายการได้เลือกนำเสนอบทเพลงในท่อนที่ตรงและเหมาะสมกับเนื้อหาและอารมณ์ เช่นบทเพลงที่สนุกสนานส่วนใหญ่พบว่า เป็นเพลงลูกทุ่ง หรือบทเพลงที่เป็นจังหวะช้าที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับเรื่องราวของบุคคลหรือเจ้าของอาชีพนั้น รวมถึงการใช้เสียงของผู้ชมในห้องส่งประกอบรายการ เช่นเสียงปรบมือ เสียงหัวเราะ เสียงโห่ฮา ผู้วิจัยเห็นว่าถือเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างบรรยากาศที่มีความคึกคักไม่เงียบจนเกินไป และมีส่วนในการสร้างอารมณ์ให้กับผู้ชมรายการทางโทรทัศน์มากขึ้นจากรูปแบบเสียงต่างๆที่ใช้ในการประกอบรายการ ทำให้ภาพของตลาดที่น่าเสนอผ่านบรรยากาศของรายการมีความสนุกสนานคึกคัก มีชีวิตชีวา

— อุปกรณ์ประกอบฉาก

ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้อุปกรณ์ประกอบฉาก เช่นสินค้าที่นำมาแสดงเป็นตัวอย่าง จากตลาดที่รายการนำเสนอในช่วงชมตลาด มีบทบาทในการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่ตลาด โดยผ่านบทบาทของพิธีกรในการกล่าวถึง ชื่นชม หรือทดลองชิม ทำให้ผู้ชมได้เห็นชัดเจนมากขึ้นถึงความน่าสนใจของสินค้าในตลาดนั้นๆ เมื่อผู้ชมได้รับชมภาพของสินค้าที่รายการนำเสนอ นอกจากจะเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าแล้ว ยังก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตลาดนั้นๆ ว่ามีการจำหน่ายสินค้าที่ดี มีคุณภาพน่าสนใจพอที่รายการจะหยิบยกนำมาเสนอได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าอุปกรณ์ประกอบฉากจึงถือว่ามีส่วนในการสร้างสถานภาพที่ดีแก่ตลาดได้เช่นกัน

(3) สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (style: form of presentation)

รูปแบบในการนำเสนอรายการที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่ตลาดมีดังนี้

— รูปแบบสถานการณ์จำลองเหตุการณ์ในตลาด

รูปแบบการนำเสนอด้วยสถานการณ์จำลองเหตุการณ์ในตลาด เป็นละครสั้นๆ ผ่านตัวแสดงที่เป็นพิธีกรและตัวแสดงประกอบที่เป็นบรรดาพ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดสนามเป้า ซึ่งเป็นเหตุการณ์จำลองที่สะท้อนความคิด ลักษณะวิถีชีวิตของผู้คนในตลาดจริงๆ ที่เราสามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป เช่นการทะเลาะโต้เถียงกัน กิจกรรมที่บรรดาพ่อค้าแม่ค้าทำเช่น การเล่นหวย ตั้งวงดูละคร การตั้งวงสนทนากัน เป็นต้น รวมถึงลักษณะนิสัยของพ่อค้าแม่ค้า เช่นแม่ค้าชี้โวยวาย หรือแม่ค้าชี้เหนียว เป็นต้น แต่จากการนำเสนอของรายการในการสร้างสถานการณ์จำลองนี้เป็นการเลือกก่อนตัดแปลงความหมายใหม่ของคนในตลาด จากการนำเสนอในแง่มุมที่ทำให้สถานการณ์ในตลาดที่เกิดขึ้นต่างๆ เป็นเรื่องของความสนุกสนาน เป็นเรื่องตลกและเป็นสีสัน ซึ่งความคิดเดิมของผู้คนทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะนิสัยแม่ค้าอาจมีความคิดในเชิงลบ เช่นแม่ค้าปากตลาด โวยวายส่งเสียงดัง แต่การนำเสนอของรายการผ่านการตัดแปลงความหมายของตลาด ทำให้ผู้ชมมีทัศนคติหรือความรู้สึกกับตลาด และแม่ค้าในแง่มุมใหม่ที่ดีขึ้น เช่นมองว่าแม่ค้าโวยวายส่งเสียงดังเป็นเรื่องตลกสนุกสนานตามธรรมชาติของแม่ค้า เป็นต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่ารูปแบบการนำเสนอรายการในช่วงเปิดตลาดมีบทบาทในการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่คำว่า “ตลาด” และ “พ่อค้าแม่ค้า” ได้อย่างชัดเจน

— การถ่ายทำนอกสถานที่

รูปแบบการนำเสนอรายการช่วงชมตลาดนำเสนอการท่องเที่ยวชมตลาดประเภทต่างๆทั่วประเทศ โดยมีการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ของพิธีกรในรายการคือ คะเนิงนิจ จักรสมิถานนท์ ที่เป็นผู้ดำเนินรายการในช่วงนี้ และอธิบายรายละเอียดเนื้อหาให้พิธีกรในห้องส่งเพิ่มเติม ซึ่งจากรูปแบบรายการที่ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่และการดำเนินรายการของพิธีกร ผู้วิจัยเห็นว่ามีความบทบาทในการให้สถานภาพแก่ตลาดที่นำเสนออย่างชัดเจน เนื่องจากตามหลักของการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีการคัดเลือกมุมมองในการนำเสนอภาพผู้ชม ประกอบกับการเลือกนำเสนอร้านค้า สินค้าที่น่าสนใจ หรือมีความโดดเด่นของตลาดนั้นๆ ทำให้เห็นภาพตลาดที่ปรากฏในรายการ เป็นตลาดที่สวยงามน่าไปเที่ยวชม รวมถึงรูปแบบการดำเนินรายการของพิธีกรที่จะเข้าไปสอบถามข้อมูลสินค้า หรือเรื่องราวของผู้ค้าด้วยตนเองเป็นการแสดงออกให้ถึงความเห็นเป็นของตนเอง ประกอบกับบุคลิกลักษณะของพิธีกรที่มีความเป็นวัยรุ่นจึงเหมือนเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ในการ

กลับมาเที่ยวตลาดทำให้สถานภาพของตลาดดีขึ้น เนื่องจากผู้ชมได้เห็นว่าการตลาดไม่ได้เป็นแค่สถานที่จับจ่ายสินค้าสำหรับผู้ใหญ่หรือคนแก่เท่านั้น แต่วัยรุ่นคนรุ่นใหม่สามารถไปเที่ยวชมและพบความแปลกใหม่และความน่าสนใจของผู้คนและสินค้าต่างๆในตลาดได้เช่นกัน

รวมถึงการนำเสนอให้เห็นถึงความหลากหลายและความแตกต่างกันของตลาดประเภทต่างๆ ลักษณะสินค้าในตลาดที่มีจุดเด่นในแต่ละท้องที่ และได้สัมผัสถึงบรรยากาศจริงของความสัมพันธ์ของผู้คนและสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตลาด เช่นการพูดคุยการสนทนาระหว่างผู้ซื้อและผู้ค้า ซึ่งไม่สามารถพบได้ในตลาดในห้างสรรพสินค้า (supermarket) ซึ่งมีลักษณะสินค้าและการขายที่เหมือนกันหมด จึงถือเป็นจุดที่รายการดึงมาเพื่อนำเสนอ สร้างความน่าสนใจให้กับตลาดและยังเป็นการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่ตลาดได้

จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยสรุปได้ว่ารายการตลาดสดสนามเป้ามีบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการที่นำเสนอผ่านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการ ซึ่งรายการได้มีกลยุทธ์ในการให้สถานภาพซึ่งผู้วิจัยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. โดยการที่สื่อนำเสนอเรื่องราวต่อสาธารณชน

เนื่องจากในยุคปัจจุบันผู้ชมได้รับข้อมูลและเรียนรู้สิ่งต่างๆผ่านสื่อมวลชน โอกาสที่จะได้เข้าไปสัมผัสหรือมีประสบการณ์ต่อสิ่งต่างๆโดยตรงนั้นเป็นไปได้ยาก การรับรู้ภาพหรือเรื่องราวจากสื่อจึงมีส่วนสำคัญต่อการเรียนรู้ทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องราวต่างๆตามมุมมองที่สื่อได้นำเสนอ ประกอบกับศักยภาพของสื่อที่สามารถแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารได้ไว กว้างในเวลาอันรวดเร็ว รวมถึงศักยภาพในการคัดเลือกสิ่งที่จะนำเสนอต่อสังคม สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้สื่อมวลชนมีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลหรือเรื่องราวจากการนำเสนอต่อสาธารณชน โดยนำเสนอการที่บุคคลหรือสถาบันต่างๆได้ปรากฏในสื่อมวลชน ได้ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นของสาธารณชนต่อความคิด บุคคลหรือสถาบันนั้นๆ (Simonson, 1999) เนื่องจากการได้ปรากฏในสื่อถือเป็นการแนะนำบุคคลหรือสถาบันนั้นๆให้เป็นที่รู้จักแก่สังคม จึงเห็นได้ว่าเมื่อรายการได้นำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้าผู้ชม ผู้ชมจึงเกิดความรู้สึกเชื่อถือ อดในตัวบุคคลหรือร้านค้าที่ได้ออกรายการ เมื่อได้ออกโทรทัศน์แล้วผู้ชมถือว่าเป็นบุคคลหรือเรื่องราวนั้นมีความสำคัญเพียงพอที่ได้ถูกคัดเลือกมาเพื่อนำเสนอในรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเรื่องราวหรือบุคคลที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักหรือมีชื่อเสียงมาก่อน เมื่อรายการ ตลาดสดสนามเป้าได้นำเสนอเรื่องราวของบุคคลร้านค้า สินค้า อาชีพและตลาดต่อสาธารณชนแล้ว สถานภาพของเรื่องราวที่ถูกนำเสนอจึงมีความ

เปลี่ยนแปลง โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแง่มุมในการนำเสนอของรายการว่าจะนำเสนอในแง่ที่ทำให้เกิดทัศนคติอย่างไรต่อผู้ชมรายการ

2. โดยการแสดงความคิดเห็นของรายการ

เมื่อเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบันถูกนำเสนอผ่านสื่อ ทำให้สาธารณชนได้รู้จักในวงกว้าง คุณสมบัติในการแสดงความคิดเห็นของสื่อเป็นกระบวนการในลำดับต่อมา เนื่องจากศักยภาพของสื่อที่สามารถคัดเลือกสิ่งที่ต้องการนำเสนอ รวมถึงการประกอบสร้างความหมายเพื่อนำเสนอตามมุมมองของสื่อเอง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการที่ผู้ชมให้ความเชื่อถือต่อการนำเสนอของสื่อเนื่องมาจากผู้ชมขาดโอกาสในการได้สัมผัสหรือเรียนรู้เรื่องราวจากประสบการณ์โดยตรงด้วยตนเอง การได้เรียนรู้สิ่งต่างๆผ่านการนำเสนอของสื่อซึ่งประกอบด้วยการแสดงความคิดเห็นของสื่อจึงมีผลทำให้เกิดความคิด ทัศนคติ รวมถึงความน่าเชื่อถือต่อผู้ชมรายการ ผู้วิจัยเห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป้านำเสนอเรื่องราวของบุคคล ร้านค้า หรือตลาดในทัศนคติที่เป็นเชิงบวกผ่านกลยุทธ์ดังนี้

(1) การคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาที่จะนำเสนอ (message selection design)

เช่นการคัดเลือกแง่มุมที่รายการต้องการเน้นในการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบัน เพื่อเป็นการเสริมจุดเด่นหรือพลิกจุดด้อยหรือข้อเสียให้กลายเป็นเรื่องราวที่สามารถสนใจหรือเป็นบทเรียนแก่ผู้ชมได้ เช่นเรื่องราวของบุคคลเจ้าของอาชีพที่รายการนำเสนอ เช่นอาจเคยเป็นคนไม่ดีหรือผ่านประสบการณ์ที่ผิดพลาดมาในชีวิต แต่รายการได้ออกแบบการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวดังกล่าวให้เป็นข้อคิด อุทาหรณ์แก่ผู้ชมได้ รวมถึงการคัดเลือกเนื้อหาในการนำเสนอผ่านค่านิยมในเรื่องความแปลก แตกต่าง ความพิเศษ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความน่าเชื่อถือหรือความเป็นที่นิยมของตัวบุคคลหรือสถาบันที่นำเสนอในรายการเป็นต้น

(2) นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวผ่านการประเมินและตัดสินคุณค่าโดยรายการ (value and judgement) โดยการที่รายการตลาดสดสนามเป้านำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนให้เห็นว่ารายการได้ประเมินคุณค่าของบุคคลหรือสถาบันที่ปรากฏในรายการ ผ่านการเสนอทัศนคติที่ดีต่อ บุคคล ร้านค้า หรือตลาดที่รายการนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ผ่านการชื่นชม ยกย่อง ชมเชยบุคคล หรือผ่านการแสดงความรู้สึกชื่นชอบในร้านค้า สินค้า รวมถึงตลาดที่ปรากฏในรายการ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นทัศนคติในด้านที่ดี จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างสถานภาพความให้กับตัวบุคคลหรือสถาบันที่ปรากฏในรายการ

(3) การประกอบสร้างความหมายของรายการ ตัวอย่างเช่นในการรื้อถอนความหมาย (deconstruction) คำว่าตลาดใหม่โดยการเพิ่มมูลค่า และเลือกหยิบเอาที่รายการต้องการนำเสนอในการถ่ายทอดความหมาย ดังที่ปรากฏในการสร้างบรรยากาศของตลาดในรายการ ที่รื้อถอนความหมายของตลาดที่เป็นสถานที่ที่ไม่สะอาด ไม่เป็นระเบียบ รวมถึงความหมายของตลาดที่สื่อถึงพื้นที่ของชนชั้นล่าง เช่นบรรดาผู้คนที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มีภาพลักษณ์ไม่ดีในความคิดของคนทั่วไป เช่น แม่ค้าปากตลาด โดยรายการได้ประกอบสร้างความหมายใหม่ของตลาด ผ่านการสร้างตลาดจำลองที่รายการได้เลือกการสื่อความหมายของตลาดใหม่ผ่านองค์ประกอบของบรรยากาศในรายการ เช่น ฉากที่เป็นร้านค้าที่สวยงาม สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย และการใช้แสงและสีที่สร้างความสว่างสดใสให้กับตลาดจำลองในรายการ รวมถึงการสร้างตัวละครในตลาดที่เป็นบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ก่อให้เกิดเรื่องราวต่างๆในตลาด โดยรายการได้นำเสนอแง่มุมรื้อถอนความหมายของบรรดาพ่อค้าแม่ค้าในตลาด จากที่เป็นพื้นที่ของคนชั้นล่างที่อาจเกิดเหตุการณ์เช่นการโต้เถียงทะเลาะเบาะแว้ง ส่งเสียงดังของผู้คนในตลาด รายการได้นำเสนอให้เป็นแง่มุมของความครึกครื้น สามารถเรียกเสียงหัวเราะจากเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆให้กลายเป็นความสนุกสนาน มีสีสันในตลาดได้ ทำให้ภาพลักษณ์ของบรรดาผู้คนในตลาดมีสถานภาพที่ดีขึ้นได้เป็นต้น

เมื่อผู้ชมได้รับชมรายการจึงเกิดความพึงใจในทัศนคติที่รายการนำเสนอเกี่ยวกับบุคคลหรือสถาบันนั้นๆ ซึ่งเมื่อรายการนำเสนอทัศนคติที่ดี ผู้ชมย่อมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบุคคล สถาบันหรือเรื่องราวที่รายการนำเสนอ จึงถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลหรือสถาบันที่รายการนำเสนอ

(3) โดยการนำเสนอร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (celebrity)

รูปแบบการนำเสนอรายการที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ถือเป็นอีกกระบวนการหนึ่งในการให้สถานภาพที่ดีแก่บุคคล ร้านค้า อาชีพ และตลาดที่รายการตลาดสดสนามเป้านำเสนอ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ปรากฏในรายการ คือ พิธีกร ซึ่งเป็นนักแสดงหรือดาราที่ประชาชนรู้จักโดยทั่วไป โดยทำหน้าที่ดำเนินรายการตามรูปแบบรายการในช่วงต่างๆ เช่นการเป็นเสมือนตัวแทนของผู้ชมรายการในการสอบถามข้อมูลจากบุคคลเจ้าของอาชีพหรืออาชีพรับเชิญหรือทดลองสินค้าเพื่อให้ผู้ชมเห็นถึงคุณลักษณะของสินค้าที่นำเสนอในรายการ รวมถึงการเป็นตัวแทนนำผู้ชมไปเที่ยวชม ไปสัมผัสกับสถานที่จริง เช่นในช่วงชมตลาดเป็นต้น นอกจากนี้รูปแบบการนำเสนอรายการในช่วงมือใหม่หัดขาย ที่มีแขกรับเชิญที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่นศิลปิน ดารา

นักร้อง ที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป โดยรับบทบาทเป็นตัวแทนผู้ชมในการเข้าไปเรียนรู้สัมผัส กระบวนการขั้นตอนการผลิตสินค้าอาหาร รวมถึงเป็นตัวแทนเรียนรู้เรื่องราวของตัวบุคคลเจ้าของ อาชีพ เนื่องจากผู้ชมไม่มีโอกาสที่จะเข้าไปสัมผัสกับของจริง การนำเสนอเรื่องราวผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงมีสถานภาพเป็นที่ยอมรับในสังคม นอกจากจะสร้างความน่าสนใจในการรับชมแล้ว ยังถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลหรือสถาบันที่นำเสนอได้ เนื่องจากบุคคลที่มีชื่อเสียงจะมีสถานภาพหรือความน่าเชื่อถือในสังคมในระดับหนึ่ง เมื่อนำเสนอเรื่องราวร่วมกับบุคคลที่มีสถานภาพเท่ากับเป็นการถ่ายเทสถานภาพของบุคคลที่มีชื่อเสียงให้กับเรื่องราวที่บุคคลนั้นนำเสนอได้

(4) นำเสนอโดยการมีพยานรับรอง (testimonial)

จากการวิเคราะห์บทบาทการให้ สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า พบกลยุทธ์การนำเสนอเรื่องราวโดยมีพยานรับรอง (testimonial) ปรากฏในทุกช่วงของรายการ จากการนำเสนอคำสัมภาษณ์ความคิดเห็น ความรู้สึกของผู้ซื้อที่มารับประทานหรือใช้บริการร้านค้า รวมถึงผู้คนที่อยู่ในละแวกใกล้เคียง หรือคนที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลที่นำเสนอ ในช่วงคนดีศรีตลาด สังเกตได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลที่ปรากฏจะเป็นทัศนคติความคิดเห็นในเชิงบวก เช่น การชื่นชม สนับสนุน รับรอง ซึ่งการนำเสนอความคิดเห็นของบุคคลต่างๆที่กล่าวมานั้น เป็นเสมือนพยานในการรับรองยืนยันเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับตัวบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอได้เช่นกัน จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่รายการตลาดสดสนามเป้าใช้ในการให้สถานภาพที่ปรากฏในรายการ

นอกจากกลยุทธ์ในการให้สถานภาพของรายการที่กล่าวมาแล้วนั้น รูปแบบและวิธีการนำเสนอของรายการตลาดสดสนามเป้า จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยเห็นว่ารายการมีใช้ บรรยากาศของความสนุกสนาน คึกคัก สดใส เป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ โดยนำเสนอผ่านการดำเนินรายการของพิธีกร และรูปแบบการนำเสนอรวมถึงบรรยากาศ ซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสนุกสนาน เป็นกันเอง เป็นส่วนที่ทำให้รายการสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลาย และได้รับความสนใจในการติดตามชมรายการทำให้รายการสามารถคงอยู่ได้

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่าเมื่อผู้ชมรับชมรายการจนเกิดความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือของรายการ ในการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบันต่างจนเกิดการติดตามไปรับประทาน อาหารหรือซื้อสินค้าร้านที่รายการนำเสนอ เนื่องมาจากผู้ชมมีความเชื่อถือ ในการนำเสนอของรายการ ว่าบุคคลหรือเรื่องราวที่รายการได้หยิบยกมาสามารถเชื่อถือได้ จึงเรียกได้ว่าตัวรายการ

เองมีสถานภาพที่น่าเชื่อถือเช่นกัน เนื่องจาก “ผู้ที่ให้การรับรอง คือการรับรองสถานภาพของผู้
นั่นเอง” (Lazarsfeld และ Merton, 1948) ดังนั้นก่อนที่รายการจะให้ สถานภาพแก่บุคคลหรือ
สถาบันใดได้ รายการต้องมีสถานภาพที่น่าเชื่อถือก่อน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสถานภาพของรายการ
สะท้อนผ่านกระบวนการผลิตรายการ ในการคัดเลือกตรวจสอบเรื่องราวหรือบุคคลที่จะนำมาเสนอ
ว่าดีจริงหรือไม่ ซึ่งจะนำเสนอการวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้าต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

กระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า และผลกระทบจากบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการ

ในบทนี้เป็นการนำเสนอขั้นตอนกระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่ารายการที่จะให้สถานภาพแก่บุคคลหรือสถาบันได้ ตัวรายการเองต้องมีสถานภาพที่ดีหรือเป็นที่น่าเชื่อถือก่อน ซึ่งการศึกษากระบวนการผลิตรายการจะช่วยให้กระบวนการในการรักษาสถานภาพของตัวรายการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนตรวจสอบแหล่งข้อมูลเพื่อความถูกต้องในการนำเสนอ เนื่องจากหากเกิดความผิดพลาดเช่น นำเสนอเรื่องราวบุคคลหรือร้านค้าที่ไม่ดีจริง ไม่มีคุณภาพ ผู้ชมรายการจะเสียความเชื่อถือในตัวรายการ ทำให้ไม่สามารถด่าลงบทบาทในการให้สถานภาพได้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษากระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้าตามแนวคิดเกี่ยวกับการผลิต รายการโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

5.1 กระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า

5.1.1 ขั้นวางแผนผลิตรายการ (planning)

5.1.2 ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production)

5.1.3 ขั้นตอนดำเนินการผลิต (production)

5.1.4 ขั้นหลังการผลิต (post production)

ประเด็นต่อมาที่ผู้วิจัยจะนำเสนอในบทนี้ คือเรื่องผลกระทบจากการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบจากการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า ที่มีต่อตัวบุคคลที่ได้รับสถานภาพ และผู้ชมรายการว่ามีผลกระทบที่สะท้อนผ่านการแสดงความคิดเห็นต่อบุคคลหรือสถาบันที่รายการให้การรับรองในลักษณะใดบ้าง โดยได้แบ่งประเด็นในการนำเสนอคือ

5.2 ผลกระทบจากการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสด สนามเป้า

5.2.1 ผลกระทบต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการตลาดสด สนามเป้า

5.2.2 ผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสด สนามเป้า

5.1 กระบวนการผลิตรายการตลาดสด สนามเป้า

เนื่องจากกระบวนการผลิตรายการถือเป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญในการให้สถานภาพ แก่บุคคลและสถาบันของรายการตลาดสด สนามเป้า รวมถึงยังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการรักษา สถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการ จากกระบวนการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนการ คัดเลือกข้อมูลเพื่อนำเสนอในรายการ ดังนั้นการศึกษากระบวนการผลิตรายการจะช่วยให้เข้าใจ หลักเกณฑ์ วิธีการ ตรวจสอบแหล่งข้อมูลเพื่อความถูกต้องในการนำเสนอ เพราะหากเกิดความ ผิดพลาดเช่น นำเสนอเรื่องราวบุคคลหรือร้านค้าที่ไม่ดีจริง ไม่มีคุณภาพ ผู้ชมรายการจะเสียความ เชื่อถือในตัวรายการ ทำให้สถานภาพของรายการถูกลดลง เมื่อเป็นเช่นนั้นรายการจะไม่สามารถมี บทบาทในการให้สถานภาพ แก่บุคคลหรือสถาบันได้อีก จึงเห็นได้ว่ากระบวนการผลิตรายการมี ความสำคัญอย่างไรในการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการ

เพื่อให้เห็นถึงลักษณะที่มาในการสร้างสถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวรายการ ซึ่ง สะท้อนผ่านกระบวนการผลิตรายการว่ามีลักษณะอย่างไร ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต รายการพบว่าการทำงานของรายการตลาดสด สนามเป้า มีโครงสร้างในการทำงานโดยแบ่ง หน้าที่ดังนี้

— ผู้ควบคุมรายการ (producer)

มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลการผลิตรายการทั้งหมด และตัดสินใจในการคัดเลือก เนื้อหา เรื่องราวที่จะนำเสนอในรายการ

— ผู้ประสานงานผู้ควบคุมรายการ (co-producer)

มีหน้าที่ในการช่วยผู้ควบคุมรายการ ติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆของรายการ

— ผู้สร้างสรรค์รายการ (creative)

ในฝ่ายผู้สร้างสรรค์รายการของตลาดสดสนามเป้ามี 3 คน รับผิดชอบในการหาข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล เพื่อนำเสนอผู้ควบคุมรายการ เขียนบทเนื้อหาประสานงานถ่ายทำนอกสถานที่

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษากระบวนการผลิตรายการออกเป็น 4 ขั้นตอน ตามแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังนี้

5.1.1 ขั้นวางแผนผลิตรายการ (planning)

การประชุมวางแผนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า เป็นขั้นตอนการนำข้อมูลของทีมงานฝ่ายผู้สร้างสรรค์รายการที่รับผิดชอบในการหาข้อมูลเพื่อนำเสนอในรายการช่วงต่างๆ เพื่อนำเสนอแก่ผู้ควบคุมรายการพิจารณา โดยฝ่ายผู้สร้างสรรค์รายการมีขั้นตอนในการค้นหาข้อมูลเพื่อนำเสนอดังนี้

1) ค้นหาข้อมูล

การค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำเสนอในรายการเป็นหน้าที่ของผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) ซึ่งจะรับผิดชอบในการหาค้นหาข้อมูลร้านค้า บุคคล หรือตลาดที่จะนำเสนอเป็นเนื้อหาในช่วงต่างๆของรายการ โดยแบ่งการรับผิดชอบตามช่วงของรายการ ซึ่งมีกระบวนการในการค้นหาข้อมูลดังนี้

(1) การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล

จากการสัมภาษณ์ คุณสุกัญญา แซ่ฟู ผู้สร้างสรรค์รายการ ตลาดสดสนามเป้า ซึ่งรับผิดชอบการหาข้อมูลในช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด และคนดีศรีตลาด มีการค้นหาข้อมูลเรื่องของบุคคล ร้านค้า เพื่อนำเสนอในรายการจากแหล่งข้อมูล ดังต่อไปนี้

- จากการออกสำรวจด้วยตัวเอง
- หนังสือทุกประเภทเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารประเภทต่างๆ
- อินเทอร์เน็ต
- สื่อโทรทัศน์ เช่น จากการดูข่าว หรือรายการอื่นๆ
- ผู้ชมรายการแนะนำ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าแหล่งข้อมูลของรายการมีที่มาจาก 2 ลักษณะคือ

(ก) ลักษณะเชิงรุก

คือการเสาะแสวงหาด้วยตัวผู้หาข้อมูลเอง ในการเข้าถึงร้านค้า หรือบุคคลต่างๆ เช่นจากการพบด้วยตัวเอง ค้นหาจากสื่อต่างๆ เช่นสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ โดยคุณ สุกัญญา แซ่ฟู เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์รายการ ซึ่งมีหน้าที่ในการค้นหาข้อมูลนำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด และคนดีศรีตลาด ได้กล่าวถึงลักษณะของแหล่งข้อมูลว่าส่วนใหญ่จะมาจากการค้นหาในสื่อสิ่งพิมพ์ คือหนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ เป็นแหล่งสำคัญ

“วิธีการเช่น อ่านหนังสือทุกเล่มบนแผง รถ พระ เลี้ยงหมา ปลา SME อ่านทุกอย่าง มันต้องมี ต้องหาเรื่องให้ได้ สมัยก่อนเช่น เจอว่าประเทศจีนมีสเปาพิช มาจุดประเด็นประเทศไทยมีไหมนะ อะไรยังไงต้องคิดแปลกแหวกไป” (สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

(ข) ลักษณะเชิงรับ

คือการได้รับข้อมูลจากผู้ชมรายการ หรือบุคคลต่างๆที่เสนอหรือแนะนำร้านค้า บุคคล หรือ ตลาด ผ่านการโทรศัพท์ เขียนจดหมาย หรือ อีเมลล์ให้ข้อมูลแก่ผู้ผลิตรายการ เป็นต้น

จากการสอบถามผู้สร้างสรรค์รายการพบว่า ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลหลักคือแหล่งข้อมูลที่มาจกเชิงรุก คือการค้นหาจากหนังสือ การออกสำรวจด้วยตน โดยให้เหตุผลในเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลในเชิงรุก มีค ความน่าเชื่อถือมากกว่าแหล่งข้อมูลเชิงรับโดยได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“อย่างร้านที่เค้าโทรมาบอกแนะนำที่รายการ บางทีเค้าโทรไปหลายรายการ ตัวพี่เองไม่อยากจะเชื่อของคนที่ยากออกสื่อ เราคิดว่าถ้าของดีจริงไม่ต้องออกสื่อหรือโฆษณามาก”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

(2) เกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูล

นอกจากแหล่งข้อมูลที่ฝ่ายสร้างสรรค์รายการใช้ในการค้นหาเรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้า ตลาดๆต่างๆที่จะนำเสนอในรายการแล้ว ผู้สร้างสรรค์รายการต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่องราวที่รายการจะนำเสนอ มีลักษณะหลักเกณฑ์ที่แตกต่างไปในแต่ละเนื้อหาของช่วงรายการ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

— ช่วงมือใหม่หัดขาย

เกณฑ์ในการเลือกร้านที่จะนำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขาย จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์รายการผู้รับผิดชอบการนำเสนอเนื้อหาในช่วงนี้ สามารถสรุปหลักเกณฑ์ในการพิจารณาได้ดังนี้

1) เรื่องราวมีความแปลก แตกต่าง

เกณฑ์ในเรื่องความแปลกแตกต่างพิจารณาในส่วน ตัวเจ้าของร้านมีเอกลักษณ์อะไรที่โดดเด่นหรือแปลกกว่าเจ้าของร้านอื่นๆ ตัวสินค้าอาหารมีความแปลกใหม่หรือแตกต่างจากร้านอื่นๆที่ขายอาหารประเภทเดียวกันหรือไม่อย่างไร รวมถึงวิธีการรูปแบบในการขายจุดขายที่แปลกใหม่แตกต่างเป็นต้น

“แปลกที่ของอาหาร อย่างอาหารแปลกข้าวห่อกบหมาก คนขายแต่ก่อนเป็นดีเจ เป็นนักมวย” (สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

2) มีประเด็นเรื่องราวของตัวบุคคลที่น่าสนใจ

นอกจากประเด็นเรื่องความแปลกแตกต่างแล้ว ประเด็นที่เป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกร้านค้าเพื่อนำเสนอคือเรื่องราวของบุคคลเจ้าของร้าน ที่ต้องมีความน่าสนใจ โดยมีจุดที่รายการสามารถนำไปต่อยอดเพื่อนำเสนอเนื้อหาส่วนเรื่องราวชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าได้

“คนที่เราเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่เราเลือกต้องแตกต่างจากคนอื่นไม่ธรรมดา อย่างเช่น เคสที่เคยมาออกรายการ เช่นลุงชายของแล้วก็สอนดนตรีด้วย บางทีก็สะดุดที่คน สะดุดการแต่งตัวคนแปลก แต่งเป็นคาราบาวอย่างนี้” (สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

3) ร้านอาหารมีรสชาติอร่อย

นอกจากเกณฑ์พิจารณาร้านค้าทั้งเรื่องของความแปลกหรือตัวบุคคลเจ้าของร้าน เกณฑ์เรื่องรสชาติความอร่อยของสินค้าอาหารร้านที่รายการจะคัดเลือกเพื่อนำเสนอ ถือเป็นเกณฑ์สำคัญที่รายการใช้พิจารณา เช่นกัน ประกอบกับประเด็นเนื้อหาเรื่องราวของตัวบุคคลเจ้าของร้าน ตัวสินค้าอาหารต้องมีรสชาติที่เป็นที่ยอมรับเช่นกัน

“บางที่แปลกแต่ไม่อร่อย กวดยเดี่ยวลาวแปลกมากแต่ไม่อร่อย มันไม่อร่อยก็ไม่เอาเลย ถ้ารู้ว่าไม่ได้ก็ไม่เอา ขนาดฟักินอะไรก็ได้ยังไม่อร่อย ต้องตัดไปเดี่ยวคนดูค่า”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

4) ร้านค้าไม่จำเป็นต้องเป็นที่รู้จัก

เนื่องจากแนวคิดหลักในการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า ที่ต้องการนำเสนอเรื่องราวเนื้อหาที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร การคัดเลือกข้อมูลเพื่อนำเสนอเนื้อหาในรายการจึงไม่ได้เน้นว่าต้องเป็นร้านค้าที่เป็นที่รู้จัก หรือเป็นร้านมีชื่อเสียงมาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูล โดยเจ้าหน้าที่สร้างสรรค์รายการได้ให้ความเห็นว่า

“ไม่อยากจะซ้ำออกรายการเยอะ ถ้าเป็นร้านที่เคยออกแล้วก็ ต้องหาประเด็นมุมมองใหม่เสนอ หรือถ้าอย่างร้านที่ค่อยมี คนรู้จักก็มีเช่น ร้าน โมกซ์ทำซอสแล้วเอาซอสมาทำอาหาร ร้านมี 5 โต๊ะ พี่รู้สึกว่าเขาตั้งใจทำงาน คนไม่ค่อยรู้ จัก บางร้านก็แมสบางร้านก็ไม่แมส เขาขายได้มีเรื่องราว อยู่ที่เรายกขึ้นมา”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

จากหลักเกณฑ์ในข้อนี้ทำให้ได้เห็นถึงการแสดงบทบาทการให้สถานภาพของรายการได้อย่างชัดเจน เนื่องจากการเลือกหยิบนำเสนอร้านค้าหรือ บุคคลที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักหรือมีชื่อเสียงมานำเสนอ ถือเป็นกรให้สถานภาพการรับรองแก่บุคคลหรือร้านค้าเหล่านั้นได้อย่างชัดเจนที่สุด เนื่องจากร้านค้าที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักหรือไม่เคยถูกนำเสนอมาก่อนถือว่าย่างไม่มีสถานภาพแต่รายการได้คัดเลือกบุคคลหรือร้านค้าเหล่านั้น เนื่องจากเห็นถึงคุณสมบัติตามที่รายการต้องการ เช่น สินค้าอาหารมีรสชาติดี หรือบุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ แปลกแตกต่าง บุคคลที่มีประวัติเรื่องราวในชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของบุคคลเจ้าร้านนั้นๆ เป็นต้น เมื่อร้านค้าหรือ

บุคคลที่ไม่มีสถานภาพแต่ได้รับเลือก นำเสนอผ่านรายการ จึงกลายเป็นที่รู้จักและ ทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อถือเชื่อมั่นในตัวบุคคลหรือร้านนั้น จากการรับรองของรายการผ่านการนำเสนอเรื่องราวความสามารถ มากกว่าการเน้นนำเสนอร้านค้าหรือบุคคลที่มีสถานภาพหรือที่เป็น ที่รู้จักอยู่แล้ว

— ช่วงแหวกตลาด

เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอในช่วงแหวกตลาด เจ้าหน้าที่ที่สร้างสรรค์รายการมีหลักในการพิจารณาคือ ความแปลก แตกต่างมีเอกลักษณ์เป็นหลักสำคัญในการคัดเลือก ไม่ว่าจะเป็น บุคคล ร้านค้า สินค้า อาชีพ วิธีการประกอบอาชีพที่จะนำเสนอในช่วงนี้

“...ต้องแปลก เห็นแล้วมันมีหรือ สามช่วงนี้แหวกตลาดยากมาก กที่สุด มือใหม่อยู่ที่การคุย แต่แหวกหายากมีคนบอกก็มีบางทีก็ไม่แปลกเลย อย่างบอกว่าไปร้านนี้สิเค้าเย็บผ้า ถามว่าแปลกตรงไหน บอกว่าเย็บดี แล้วไงมันไม่แปลก ถือว่าหายากแต่ก็พอก็หาได้”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

— ช่วงคนดีศรีตลาด

เกณฑ์ในการเลือกบุคคลที่รายการจะนำเสนอและยกย่องให้เป็นคนดีศรีตลาด นั้น ผู้สร้างสรรค์รายการในช่วงนี้ได้กล่าวถึงเกณฑ์ที่ในการเลือกบุคคลที่จะนำเสนอคือทำดี ทำประโยชน์มากน้อยแค่ไหน ซึ่งอาจจะไม่ต้องเป็นความดีที่ยิ่งใหญ่มาก แต่สามารถสร้างแรงบันดาลใจได้ โดยได้กล่าวถึงการคัดเลือกบุคคลในช่วงคนดีศรีตลาดดังนี้

“พอเราอ่านเจอ มีใจทึ่งว่าถ้าเป็นเราจะทำอย่างนั้นไหม อย่างเช่นคุณคุณลุงสามล้อที่โบกรถหน้าโรงเรียน ถ้าเป็นเราแก่ขนาดนั้นเราจะไปไหม มันสะท้อนให้เห็น ว่าแก่ก็แก่ เงินก็ไม่ค่อยพอ แต่ยังเลือกที่จะทำดีเลย อะไอย่างนี้จะสอนคนได้มากกว่ามันกระตือรือร้น แต่ถ้ามีเคสคนดีทำสิ่งดีเหมือนกันเลย แต่ระหว่างคนจนกับคนรวยก็เลือกคนจน มันจะได้อารมณ์มากกว่า”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

— ช่วงชมตลาด

การคัดเลือกตลาดเพื่อนำเสนอในช่วงชมตลาด มีเกณฑ์ในการเลือกตลาดที่นำเสนอคือความหลากหลาย ทั้งประเภทของตลาด เช่นตลาดบก ตลาดน้ำ ตลาดสินค้าเฉพาะ อย่าง ดังนั้นการหาตลาดเพื่อนำเสนอจึงเน้นการหาตลาดหลากหลายประเภทและมีความน่าสนใจ เป็นเกณฑ์ในขั้นแรก ซึ่งผู้ควบคุมรายการได้กล่าวถึงเกณฑ์การเลือกนำเสนอตลาดของรายการว่า

“แรกๆเราจะไปหากันเอง ข้อมูลต่างๆจากเน็ต หนังสือ จากคำบอกเล่า ปากต่อปาก เราก็ไปเซอร์เวย์ เราก็ไปดูก่อนว่าเป็นยังไงจริงไหม หลังจากนั้นดูอยากให้ตลาดตนเองเป็นที่รู้จัก หรือคนไปเดินโทรมาบอกเราก็มี แล้วเราก็ไปดูว่าเสน่ห์ของตลาดแต่ละที่มันอยู่ตรงไหน”

(วิวัฒน์ อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

ส่วนการเลือกนำเสนอตลาดในแต่ละสัปดาห์ของเดือนนั้นจะต้องมีความหลากหลายของประเภทตลาดและสถานที่ตั้งของตลาด โดยไม่ได้มีข้อจำกัดในเรื่องความห่างไกลของสถานที่คือมีการนำเสนอสลับกันไปทั้งตลาดในกรุงเทพฯ และตลาดต่างจังหวัด โดยผู้สร้างสรรค์รายการได้ให้เหตุผลดังนี้

“กระจายไปทั่วๆ ไกลๆเราก็ไป สงขลาแม่ฮ่องสอน ถ้าเราออกต่างจังหวัดมากเราก็เอากทมไปแซม หรือออกไปตลาดต่างจังหวัดบ้านนอกมากไป เราก็เอากทม แลกๆหุหุไฮโซ มาเบรกเพื่อความหลากหลาย”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

(3) ประชุมเสนอข้อมูล

เมื่อผู้สร้างสรรค์รายการได้ค้นหาจากแหล่งข้อมูลตามเนื้อหาช่วงรายการในแต่ละช่วง พบเรื่องราวของบุคคล ร้านค้า หรือตลาดที่น่าสนใจตามเกณฑ์ที่ผู้สร้างสรรค์รายการตั้งไว้ จึงนำเรื่องราวนำเสนอแก่ผู้ควบคุมรายการ เรื่องราวที่เลือกมาอาจจะมีมานำเสนอในหลายๆเรื่อง ผู้ควบคุมรายการจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือก โดยผู้สร้างสรรค์รายการได้กล่าวถึงแนวคิดของผู้ควบคุมรายการในการเลือกเรื่องราวเพื่อดำเนินการผลิต จะคำนึงถึงเรื่องที่สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมด้วย คือสามารถให้แง่คิดหรือนำไปต่อยอดได้ในแง่ของเนื้อหาสาระของรายการ ผู้ควบคุมรายการ

ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตเพื่อนำเสนอในรายการคือความหลากหลายของเนื้อหา และประเด็นที่น่าสนใจ

“ที่มองว่าเกณฑ์แต่ละสัปดาห์ต้องหลากหลายเพราะเป็นรายการวาไรตี้ เพราะฉะนั้นต้องมีเรื่องนั้นผสมกับเรื่องนี้ อีกสัปดาห์เป็นอีกเรื่อง ความหลากหลายต้องเป็นหลักใหญ่ การเลือกประเด็นนำเสนออยู่ที่น้องมาบอกว่าจับประเด็นอะไรได้ ครีเอทีฟไป คุยมาแล้วก็มาคุยกันว่าไปคุยมาได้อะไร พ่อค้าแม่ค้าเค้าเด่นตรงไหน เรื่องของเค้าบอกอะไรคนดูได้ บางคนก็อยากให้ออกไปแนวตลกมา สะเทือนอารมณ์ บางทีก็สนุกสนาน วัยรุ่น ไปเลือกก็แล้วแต่ความหลากหลายของแต่ละเดือน”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

โดยเมื่อสรุปคัดเลือกเรื่องราวที่น่าสนใจมาในแต่ละช่วงรายการเรียบร้อยแล้ว เรื่องที่ผ่านการพิจารณาจะได้อัปไว้เพื่อดำเนินการผลิตต่อไป

5.1.2 ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production)

ขั้นตอนก่อนการผลิตรายการเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดเนื้อหารายการที่จะนำเสนอในแต่ละตอน ซึ่งผู้ผลิตรายการมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

- 1) ตรวจสอบข้อมูล
- 2) กำหนดแขกรับเชิญ
- 3) เขียนบทรายการ
- 4) ประชุมรายงานผล และจัดเตรียมก่อนการผลิต

1) กระบวนการ สำรวจ ตรวจสอบข้อมูล

เมื่อเจ้าหน้าที่สร้างสรรค์รายการได้ข้อมูลเบื้องต้นของร้านค้าหรือบุคคลที่มีความน่าสนใจตามเกณฑ์การคัดเลือกนำเสนอเนื้อหาในขั้นแรกแล้ว ทีมงานฝ่ายสร้างสรรค์รายการจะมีกระบวนการในการไปสำรวจ หรือตรวจสอบข้อมูลในช่วงที่ตนรับผิดชอบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลที่นำมาเบื้องต้นหรือไม่ โดยถือเป็นกระบวนการสำคัญในการรักษาสถานภาพของตัวรายการซึ่งมีรูปแบบในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าหรือบุคคลที่คัดเลือกมา โดยผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะการตรวจสอบข้อมูลตามช่วงการนำเสนอรายการดังต่อไปนี้

— ช่วงมือใหม่หัดขาย

ผู้สร้างสรรครายการที่รับผิดชอบช่วงนี้ มีลักษณะการตรวจสอบข้อมูลและหาประเด็นในการนำเสนอ โดยการไปสำรวจด้วยตนเอง ผู้สร้างสรรครายการได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการตรวจสอบข้อมูลดังนี้

“คุยทางโทรศัพท์ได้ประเด็นเบื้องต้นคือเค้ามีเรื่อง บางคนคุยแล้วไม่มีเรื่อง หรือประเด็นมีแต่อาหาร เวลาเรามีประชุมก็ไม่มีเรื่อง เรื่องอ่อน ถ้าคุยได้มีเรื่องก็เอาเรื่องมา พอไปที่ร้านก็เริ่มจากการเข้าไปพูดคุยบอกมาว่ามาจากตลาดสดสนามเป้านะ แล้วก็สอบถามชวนคุย เริ่มจากก่อนมาขายของพี่ทำอะไรมาก่อนคะ เป็นคำถามปลายเปิด โยัยขายตั้งแต่รุ่นพ่อรุ่นแม่ พี่ก็ต้องเปลี่ยนประเด็นมาเป็นเรื่องรุ่นพ่อรุ่นแม่ อ้าวแล้วตอนนั้นพี่ทำอะไร เคยสนใจไหม ก่อนนั้นทำไรแบบนี้...”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

การเดินทางไปสำรวจด้วยตัวเจ้าหน้าที่สร้างสรรครายการเองเป็นวิธีการการตรวจสอบข้อมูลเพื่อให้ได้เห็นทั้งสถานที่จริง ได้พบและพูดคุยกับตัวเจ้าของร้านหรือเจ้าของเรื่องราวด้วยตัวเอง โดยในขั้นแรกจะมีการตรวจสอบข้อมูลโดยการพูดคุยทางโทรศัพท์ก่อน และมาสำรวจที่ร้านหรือสถานที่จริงเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งการสำรวจผ่านการพูดคุยกับตัวเจ้าของร้าน หรือตัวบุคคลจะพิจารณาจากเรื่องราวความน่าสนใจ เช่นนำเสนอประเด็นเนื้อหารายการช่วงมือใหม่หัดขาย มีประเด็นที่ผู้สร้างสรรครายการพิจารณาดังนี้

- (1) ตัวบุคคลเจ้าของร้าน
- (2) เรื่องราวชีวิตของเจ้าของร้าน
- (3) ลักษณะวิถีชีวิตของเจ้าของร้าน

(1) ตัวบุคคลเจ้าของร้าน

พิจารณาว่าตัวเจ้าของร้านมีความน่าสนใจหรือพิเศษโดดเด่นหรือไม่อย่างไร โดยมีจุดที่ทำให้รู้สึกสะดุดตาเช่น ภาพลักษณ์ภายนอกการแต่งกาย อุปนิสัย ลักษณะท่าทาง ความสามารถพิเศษต่างๆ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ร้านหมูพะไล่ (ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2552) ที่แม่ค้าขายหมูพะไล่ชอบการสักตามร่างกายและแต่งตัวสไตล์รีกจนได้ฉายาว่าแม่ค้าเฮฟวี เป็นต้น

(2) เรื่องราวของชีวิตของเจ้าของร้าน

เรื่องราวชีวิตของเจ้าของร้านเป็นประเด็นเนื้อหาสำคัญหนึ่งของการนำเสนอ ช่วงมือใหม่หัดขาย อุปสรรคความยากลำบาก ความเป็นมาในการมาประกอบอาชีพนี้ รวมถึง เรื่องราวชีวิตส่วนตัว ประวัติความเป็นมา เรื่องราวในชีวิตต่างๆที่ผ่านมาของเจ้าของร้าน อย่างเช่น เคยเป็นนักเลง เป็นคนเกเรมาก่อนแต่สามารถกลับใจได้ หรือประสบการณ์ชีวิตที่เป็นหนี้จากการพนัน โดยเห็นได้ว่าเรื่องราวของบุคคลเจ้าของร้านนั้น สามารถเป็นอุทาหรณ์หรือข้อคิดที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ชมรายการได้ ซึ่งผู้สร้างสรรครายการให้ความสำคัญในการพิจารณาประเด็น จากการสอบถามพูดคุยเพื่อค้นหาจุดที่สามารถสร้างความน่าสนใจในการนำเสนอในรายการได้

(3) ลักษณะวิถีชีวิตของเจ้าของร้าน

นอกจากเรื่องราวชีวิตส่วนตัว ความเป็นมาของเจ้าของร้านแล้ว ความน่าสนใจในรูปแบบการดำเนินชีวิต วิถีชีวิต (life style) ของเจ้าของก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้สร้างสรรครายการในช่วงมือใหม่หัดขายให้ความสำคัญเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกร้านค้าที่นำเสนอ ตัวอย่างเช่น ตัวเจ้าของร้านมีลักษณะวิถีชีวิตที่สามารถเป็นแบบอย่างหรือตัวอย่างแก่ผู้ชมได้ เช่นเจ้าของร้านที่ชอบทำบุญ เมื่อค้าขายได้เงินมาก็นำไปทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้สัตว์ที่เบียดเบียนชีวิตเอามาทำอาหาร (ร้านแก้วกุ่มเฒ่า ออกอากาศ 20 กันยายน 2552) แม่ค้าที่อารมณ์ดีชอบร้องเพลง ใช้ชีวิตแบบสนุก นานไม่เครียด (ร้านอาหารตามสั่งเจ้าไอเดีย ออกอากาศ 14 มิถุนายน 2552) เป็นต้น

การพูดคุยสอบถามกับตัวบุคคลเจ้าของร้าน ผู้ประกอบอาชีพ หรือบุคคลที่จะนำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขาย นอกจากจะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลแล้วยังเป็นการค้นหาประเด็นเกี่ยวกับเรื่องราวของตัวบุคคลเพื่อนำเสนอในเนื้อหาของรายการ ซึ่งเรื่องราวของตัวบุคคลเจ้าของร้านที่นำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขายถือว่าเป็นเนื้อหาหลักในการนำเสนอเนื้อหาของช่วงรายการ การได้พูดคุยสอบถามกับตัวเจ้าของร้านโดยตรงทำให้ผู้สร้างสรรครายการสามารถค้นหาประเด็นหรือเรื่องราวที่น่าสนใจได้

นอกจากนี้การได้มาสำรวจด้วยตนเอง ผู้สร้างสรรครายการยังได้ตรวจสอบรสชาติอาหารของร้านที่ต้องการนำเสนอว่ามีรสชาติเป็นอย่างไร เนื่องจากร้านค้าหรือสินค้าที่รายการตลาดสดนามเป้านำเสนอส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหารหรือสินค้าอาหาร การนำเสนอเรื่องราวของร้านค้าอาหารหรือสินค้าอาหาร ผู้ชมจึงคาดหวังในเรื่องรสชาติของอาหารที่รายการนำเสนอ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าผู้ชมมีความคาดหวัง เนื่องจากเชื่อถือว่าร้านอาหารที่ได้ออกสื่อ นั้นต้องมีความพิเศษหรือมีรสชาติที่อร่อย เนื่องจากทางรายการตลาดสดสนามเป้าได้รับประกันโดยการเลือกร้านนั้นมาเสนอแก่ผู้ชม โดยฝ่ายสร้างสรรค์รายการได้กล่าวถึงทำให้ความสำคัญในเรื่องของรสชาติอาหารที่รายการนำเสนอว่า

“ บางที่แปลกแต่ไม่อร่อย อย่างมีร้านหนึ่ง ก๋วยเตี๋ยวลาวแปลกมากแต่ไม่อร่อยเลย ของถ้ามันไม่อร่อยก็ไม่เอาเลย ขนาดพีกันอะไรก็ได้ยังไม่อร่อย ก็ต้องตัดไปเดี๋ยวคนดูด่า”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

กระบวนการตรวจสอบข้อมูลของฝ่ายสร้างสรรค์รายการอีกขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญคือการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าหรือเรื่องราวบุคคลที่รายการจะนำเสนอ จากการสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการหรือมาใช้บริการที่ร้าน โดยสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นความรู้สึกของผู้บริโภคว่าร้านนี้ดีจริงหรือไม่อย่างไร วิธีการตรวจสอบนี้ทำให้ได้เห็นว่าร้านหรือบุคคลที่รายการจะนำเสนอ นั้นได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆในเรื่องคุณภาพทั้งเรื่องรสชาติหรือบริการมากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการนำเสนอเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่นักชื้อหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอได้

– ช่วงแหวกตลาด

การตรวจสอบข้อมูลเพื่อนำเสนอช่วงแหวกตลาด โดยวิธีการสำรวจด้วยตนเอง มีลักษณะคล้ายกับการตรวจสอบข้อมูลของช่วงมือใหม่หัดขาย โดยไปสำรวจในสถานที่จริงของบุคคลที่ประกอบอาชีพที่ต้องการนำเสนอ สอบถามเรื่องราวรายละเอียดการทำงานต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้สร้างสรรค์รายการได้สำรวจและตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาว่าตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ รวมถึงเป็นการเตรียมการสำหรับการถ่ายทำต่อไปเช่นกัน โดยการตรวจสอบข้อมูลของเรื่องที่น่าสนใจในช่วงแหวกตลาดจะมีลักษณะคล้ายกับช่วงมือใหม่หัดขาย โดยถ้าเป็นอาชีพที่เกี่ยวกับร้านอาหารหรือมีสินค้าอาหาร ผู้สร้างสรรค์รายการต้องตรวจสอบในเรื่องของรสชาติอาหารด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังตรวจสอบข้อมูลโดยการสอบถามความคิดเห็นของบุคคลในพื้นที่หรือลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจหรือคุณภาพของเรื่องที่รายการนำเสนอ

— ช่วงคนดีศรีตลาด

การตรวจสอบข้อมูลในช่วงคนดีศรีตลาด ผู้สร้างสรรค์รายการกระบวนการตรวจสอบข้อมูลโดยการไปพูดคุยกับตัวบุคคลที่ได้ข้อมูลมา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องรวมถึงการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำเสนอในรายการ นอกจากนี้กระบวนการตรวจสอบข้อมูลของฝ่ายสร้างสรรค์รายการอีกขั้นตอนหนึ่งคือการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลนั้นๆ จากความคิดเห็นของบุคคลและวงใกล้เคียงหรือบุคคลที่ได้รับผลจากการทำประโยชน์ทำความดีของคนดีศรีตลาด โดยผู้วิจัยเห็นว่าทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับตัวบุคคลมากขึ้น เนื่องจากคนในพื้นที่ย่อมรู้รายละเอียดหรือข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคลเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสอบถามความคิดเห็นของบุคคลอื่นๆ นอกจากจะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้ว ยังสามารถใช้ความคิดเห็นของบุคคลอื่นๆ สร้างความน่าเชื่อถือหรือน่ายกย่องแก่บุคคลที่เป็นคนดีศรีตลาดได้

— ช่วงชมตลาด

การตรวจสอบข้อมูลในช่วงชมตลาด หลังจากผู้สร้างสรรค์รายการที่รับผิดชอบการนำเสนอเนื้อหาในในช่วงนี้ได้คัดเลือกตลาดที่สนใจต้องการนำเสนอแล้ว จึงทำการออกไปสำรวจตรวจสอบด้วยตนเองที่ตลาด นอกจากจะเป็นการสำรวจสถานที่จริงเพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาแล้ว ยังเป็นการได้สำรวจสถานที่เพื่อการถ่ายทำ การสำรวจด้วยตนเองนี้ผู้สร้างสรรค์รายการจะได้เห็นสภาพความเป็นจริงของตลาดและคัดเลือกเรื่องราวหรือมุมมองในการนำเสนอตลาด เช่น การคัดเลือกร้านเพื่อเป็นเหมือนตัวแทนของในตลาดนั้นที่จะนำเสนอ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ดังนี้

- 1) เป็นร้านที่ขายดีได้รับความนิยมในตลาด
- 2) เป็นร้านที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่นในวิธีการขายหรือสินค้า
- 3) เป็นร้านที่เก่าแก่ เป็นตำนานเสมือนเป็นตัวแทนของตลาดนั้น

นอกจากการไปสำรวจตลาดจะทำให้ได้เห็นถึงลักษณะสภาพของตลาดแล้วผู้สร้างสรรค์รายการยังสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมได้โดยการสอบถาม พูดคุยกับบุคคลในท้องถิ่นนั้น เกี่ยวกับความน่าสนใจหรือเกร็ดความรู้เกี่ยวกับตลาดแห่งนั้นเพิ่มเติมได้

2) กำหนดแขกรับเชิญ

หลังจากกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอในช่วงมือใหม่หัดขายได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการคัดเลือกแขกรับเชิญผู้ร่วมรายการในช่วงมือใหม่หัดขาย ซึ่งตามรูปแบบการนำเสนอรายการในช่วงนี้เป็นกรนำเสนอเรื่องราวของร้านค้าร่วมกับศิลปิน ดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง โดยเกณฑ์ในการเลือกแขกรับเชิญที่ผู้ผลิตรายการตลาดสดสนามเป้าใช้พิจารณาคือ ประเด็นดังนี้

— แขกรับเชิญมีประเด็นเชื่อมโยงสัมพันธ์กับเนื้อหาของร้านที่นำเสนอ

ประเด็นการเชื่อมโยงเรื่องราวของร้านค้าที่รายการคัดเลือกไว้เพื่อรอการนำเสนอในรายการ กับการเลือกแขกรับเชิญที่มีเรื่องราวเข้ากับเนื้อหาประเด็นของร้านค้าหรือเจ้าของร้าน เช่น มีเรื่องของร้านขายข้าวยาซึ่งเป็นอาหารของภาคใต้ ผู้ผลิตรายการจะนึกถึงการเชื่อมโยงเนื้อหาที่น่าสนใจโดยการเชิญผู้ร่วมรายการที่เป็นคนภาคเหนือมาเรียนรู้การทำข้าวยาของภาคใต้ เป็นต้น

“การเลือกแขกรับเชิญให้สัมพันธ์กับร้านค้า จริงๆแล้วมันอยู่บนพื้นฐานนั้นเลย พอออกไปหาร้านมาได้เราก็จะมาคุยกันว่าประเด็นของร้านนั้นคืออะไร สมมติพีจิก (เนาวรัตน์ ยุกตนันท์) ที่เห็น เราก็จะมีบ้านอยู่เป็นผู้สูงอายุที่ยังว่าเรื่องสนุกสนานรื่นรมย์กับชีวิต เราก็มองว่าถ้าเอาดารามา ก็แววนี้ ก็จะเข้ากับอารมณ์บ้านอยู่ ฟีลใกล้เคียงกัน พีจิกก็สนุกสนานแม้ว่าอายุเยอะเราก็นางเลือก คนนี้ๆประมาณนี้ ต้องแมชท์กัน”

(วิทวัส อรุณเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552)

— แขกรับเชิญที่มีผลงานหรือเป็นที่สนใจของผู้ชมในขณะนั้น

นอกจากประเด็นเรื่องความเชื่อมโยงแขกรับเชิญกับร้านค้าที่รายการใช้เป็นหลักในการเลือกแขกรับเชิญแล้ว กระแสความนิยมรวมถึงผลงานของตัวศิลปินดารา หรือคนที่มีชื่อเสียงในช่วงเวลานั้นถือเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่รายการใช้เป็นหลักในการเลือกแขกรับเชิญ ตัวอย่างเช่น แขกรับเชิญ ปกรณ์ ลัม เป็นแขกรับเชิญได้รับความนิยมและอยู่ในความสนใจของสังคม รายการได้ติดต่อเพื่อเชิญมาร่วมรายการและรอตารางเวลาของแขกรับเชิญ โดยเลือกร้านค้าที่นำเสนอจากเรื่องประเด็นที่ผ่านการคัดเลือกเก็บไว้รอการผลิต ให้เหมาะสมและเชื่อมโยงกับแขกรับเชิญ (ตอน หมูพะไลเฮฟวี ออกอากาศ 28 มิถุนายน 2555) หรือแขกรับเชิญที่มีผลงานในขณะนั้น โดยเมื่อแขกรับเชิญได้มาปรากฏในรายการเป็นเหมือนการประชาสัมพันธ์ผลงานของแขกรับเชิญด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น แขกรับเชิญที่มีผลงานภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์หรือ ศิลปินนักร้อง

ที่มีผลงานเพลงในเวลานั้น เป็นต้น โดยเมื่อได้แขกรับเชิญมาแล้วก็ทำการเลือกร้านค้าเพื่อให้สอดคล้องกับแขกรับเชิญ เพื่อประสานงานผลิตรายการต่อไป

3) เขียนบทรายการโทรทัศน์

หลังจากคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลที่ต้องการนำเสนอแล้ว ผู้สร้างสรรครายการมีหน้าที่ในการนำข้อมูลและประเด็นที่ได้มาทั้งจากการค้นหาและจากการออกไปสำรวจตรวจสอบด้วยตนเองแล้ว นำมาเขียนบทรายการโทรทัศน์ (script) ซึ่งเป็นการนำเสนอเนื้อหาตามแนวคิดของแต่ละช่วงรายการ ซึ่งผู้สร้างสรรครายการจะเขียนบทโทรทัศน์ตามช่วงที่ตนรับผิดชอบ โดยผู้สร้างสรรครายการที่รับผิดชอบช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด และคนดีศรีตลาดได้กล่าวถึงลักษณะการเขียนบทโทรทัศน์เพื่อนำเสนอเนื้อหาในช่วงที่รับผิดชอบดังนี้

“จะเกริ่นเรื่องก่อนอันดับแรกให้น่าสนใจ แล้วต่อมาก็ เล่ารายละเอียดของร้านของ ว่าเป็นอย่างไร พิเศษตรงไหน แล้วก็เล่าเรื่องราวของชีวิตพ่อค้าแม่ค้า แล้วเราก็เอาเรื่องของดาราคที่เป็นแขกรับเชิญมาผนวกเข้าไปด้วย”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

ตัวอย่างบทรายการโทรทัศน์ที่เกริ่นบรรยายเรื่องราวของร้านค้าในช่วงมือใหม่หัดขาย ตอนร้านอาหารมังสวิรัตโลกร้อน (ออกอากาศ 26 กรกฎาคม 2552)

“ใครจะคิดคะว่าการกินอาหารมังสวิรัตแค่มือสองมือ จะสามารถช่วยลดโลกร้อนได้ แต่ที่หนูเจ้าของร้านเค้าเชื่ออย่างนั้นคะ เค้าบอกว่าพอเรากินเนื้อสัตว์น้อยลงก็จะทำให้การ เลี้ยงสัตว์น้อยลงตาม น้ำ ไฟฟ้าหรือแม้กระทั่งน้ำมันจะถูกใช้น้อยลงช่วยโลกร้อนได้คะ ที่ร้านเค้าถึงติดป้ายนี้ไว้ใจคะ (ลดเนื้อสัตว์ รักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อดาวเคราะห์ของเรา) ที่ร้านเค้าจุนโลกนอกจากจะมีข้าวแกงแล้ว เค้าก็จะมีก๋วยเตี๋ยวอาหารตามสั่งอีกด้วยคะ ทั้งเมนูพิเศษอย่างเช่นปอเปี๊ยะทอด หรือหมูสะเต๊ะก็มีนะคะ และวันนี้พี่โหน่ง (แขกรับเชิญ) ก็จะมีเป็นอีกหนึ่งแรงที่ช่วยกันจุนโลกใบนี้ของเรา โดยการเข้าไปช่วยกันทำอาหารมังสวิรัต เริ่มต้นที่เมนูผัดเผ็ดปลาตุก...”

นอกจากการคำนึงถึงการร้อยเรียงเนื้อหาเพื่อนำเสนอให้ครบถ้วนแล้ว ในส่วนของการจัดวางเนื้อหาเพื่อนำเสนอเช่น ช่วงมือใหม่หัดขายมีการนำเสนอ 2 ช่วงรายการ ต้องคำนึงถึงการจัดแบ่งการเสนอเนื้อหาให้คงความน่าสนใจไว้ได้ทั้ง 2 ช่วง ถือเป็นสิ่งผู้สร้างสรรค์รายการต้องคำนึงถึงในการเขียนบทโทรทัศน์เช่นกัน

4) ประชุมรายงานผลและจัดเตรียมก่อนการผลิต

หลังจากการเขียนบทโทรทัศน์เพื่อนำเสนอเนื้อหาในแต่ละช่วงของรายการแล้วผู้สร้างสรรค์รายการจะนำเอาบทมานำเสนอแก่ผู้ควบคุมรายการเพื่อตรวจสอบและสรุปเรื่องราวที่จะนำเสนอ โดยผู้ควบคุมรายการจะนำเอาเนื้อหาในแต่ละช่วงมาร้อยเรียงเพื่อเขียนบทในช่วงเปิดรายการ คือสถานการณ์จำลองในตลาด และเขียนบทพิธีกร เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาเรื่องราวที่จะนำเสนอในรายการในแต่ละช่วง ซึ่งหลังจากนั้นผู้สร้างสรรค์รายการจะดำเนินการในการติดต่อประสานงานกับเจ้าของร้าน หรือผู้ประกอบการอาชีพ และบุคคลที่รายการจะถ่ายทำเพื่อนำเสนอ ฝ่ายผู้ประสานงานผู้ควบคุมรายการทำการติดต่อแขกรับเชิญ และทีมงานฝ่ายผลิตเช่น ช่างกล้อง แสง และทีมงานฝ่ายศิลป์ เพื่อดำเนินการถ่ายทำรายการต่อไป

5.1.3 ขั้นตอนการผลิต (production)

เมื่อผ่านขั้นตอนต่างๆก่อนการผลิตเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายสร้างสรรค์รายการมีหน้าที่ในการดำเนินการผลิตตามที่เตรียมการไว้ ซึ่งมีกระบวนการในขั้นตอนการผลิตดังนี้

- 1) ถ่ายทำรายการนอกสถานที่
- 2) ถ่ายทำรายการในห้องส่ง

1) ถ่ายทำรายการนอกสถานที่

จากรูปแบบการนำเสนอรายการที่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่แล้วจึงนำภาพและเรื่องราวไปนำเสนอในห้องส่งเพื่อร้อยเป็นรายการทุกช่วง ดังนั้นขั้นตอนแรกในการดำเนินการผลิตรายการจึงเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งผู้สร้างสรรค์รายการจะมีหน้าที่ในการควบคุมการดำเนินการถ่ายทำนอกสถานที่ตามช่วงที่รับผิดชอบ โดยขั้นตอนในการถ่ายทำนอกสถานที่ที่สามารถแบ่งได้เป็นขั้นตอนดังนี้

- (1) เตรียมสถานที่ถ่ายทำ
- (2) ชี้แจงรายละเอียดในการถ่ายทำกับแขกรับเชิญ (ช่วงมือใหม่หัดขาย)
- (3) ดำเนินการถ่ายทำ
- (4) ตัดต่อรายการส่วนที่ถ่ายทำนอกสถานที่

(1) เตรียมสถานที่ถ่ายทำ

เมื่อทีมงานจะมาดำเนินการถ่ายทำรายการผู้สร้างสรรค์รายการจะมาถึงสถานที่จริงก่อนการถ่ายทำ เพื่อจัดเตรียมและเลือกมุมมองในการนำเสนอภาพ รวมถึงเพื่อพูดคุยประสานงานกับเจ้าของร้าน หรือบุคคลที่จะถ่าย ถ้าเป็นการถ่ายทำช่วงที่มีการนำเสนอวิธีการขั้นตอนการทำอาหาร เช่น ในช่วงมือใหม่หัดขาย และช่วงแหวกตลาด ต้องมีการจัดเตรียมวัตถุดิบ เครื่องปรุงในการทำอาหารตามรายการอาหารที่รายการต้องการนำเสนอ

(2) ชี้แจงรายละเอียดในการถ่ายทำกับพิธีกรและแขกรับเชิญ

การถ่ายทำนอกสถานที่ในช่วงมือใหม่หัดขายที่มี ศิลปิน ดารา หรือนักร้องมาเป็นแขกรับเชิญ เมื่อแขกรับเชิญเดินทางมาถึงสถานที่ถ่ายทำ ผู้สร้างสรรค์รายการจะชี้แจงรายละเอียดในการถ่ายทำ เช่นการบอกเล่าความเป็นมาเรื่องราวของร้านค้า หรือเจ้าของร้านที่รายการจะนำเสนอ เพื่อให้แขกรับเชิญได้รับทราบข้อมูลคร่าวๆเกี่ยวกับร้านค้าที่ต้องมาเรียนรู้การทำงาน หรือในช่วงชมตลาดที่มีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการมาร่วมถ่ายทำนอกสถานที่ ผู้สร้างสรรค์รายการจะชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับตลาดและเนื้อหาต่างๆที่พิธีกรต้องนำเสนอ เพื่อดำเนินการถ่ายทำตามแผนการต่อไป

(3) ดำเนินการถ่ายทำ

เมื่อทีมงานพร้อมแขกรับเชิญ ผู้ร่วมรายการคือเจ้าของร้านหรือบุคคลที่รายการจะนำเสนอพร้อม จึงดำเนินการถ่ายทำ โดยดำเนินการถ่ายทำตามบทโทรทัศน์เพื่อให้ได้ภาพที่สัมพันธ์กับเนื้อหา ลักษณะการถ่ายทำเน้นความเป็นธรรมชาติของบุคคลที่นำเสนอเช่น ช่วงมือใหม่หัดขายแขกรับเชิญเรียนรู้การทำงานการทำอาหารจากเจ้าของร้าน โดยต้องทำตามขั้นตอนที่เจ้าของร้านทำ ซึ่งเป็นการถ่ายทำโดยไม่มีบทเป็นลักษณะรายการตามสถานการณ์จริง (reality) โดยไม่มีการซักซ้อมก่อน ซึ่งเช่นเดียวกับการถ่ายทำในช่วงอื่นๆ เช่น แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด ที่เน้นการนำเสนอภาพที่เป็นธรรมชาติของบุคคลหรือบรรยากาศสถานที่นั้นๆ

(4) ตัดต่อรายการส่วนที่ถ่ายทำนอกสถานที่

หลังการถ่ายทำรายการนอกสถานที่เพื่อนำเสนอในช่วงต่างๆ ผู้สร้างสรรค์รายการจะนำภาพที่ได้มาทำการลำดับตัดต่อและใส่เสียงบรรยายเนื้อหาตามบทโทรทัศน์ มาตัดต่อได้เป็นเทปรายการในช่วงต่างๆแล้วจึงนำมาตรวจสอบและรอดำเนินการผลิตในขั้นตอนต่อไป

2) ถ่ายทำรายการในห้องส่ง

เมื่อดำเนินการถ่ายทำรายการนอกสถานที่ได้เป็นเทปรายการนำเสนอเนื้อหาในช่วงต่างๆแล้วนั้น ขั้นตอนต่อมาในการดำเนินการผลิตรายการคือการถ่ายบันทึกเทปรายการในห้องส่ง โดยมีขั้นตอนในการผลิตดังนี้

(1) ประชุมนัดหมายการถ่ายทำ

ขั้นตอนในการประชุมมอบหมายงานทำความเข้าใจการดำเนินการผลิต โดยเรียกประชุมทุกฝ่าย เช่น ทีมกล้อง ผู้ควบคุมเสียง ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ เพื่อแจกจ่ายงานและประสานงานจัดเตรียมการถ่ายทำ โดยฝ่ายฉากจะเข้ามาติดตั้งฉากในห้องส่งล่วงหน้าหนึ่งวัน และในวันถ่ายทำจริงฝ่ายสร้างสรรค์รายการต้องเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉากที่จะนำมาใช้ในช่วงต่างๆของรายการ เช่น อุปกรณ์การทำอาหาร หรือ อาหารจากช่วงที่นำเสนอ เพื่อนำมาแสดงเป็นตัวอย่าง ในการนำเสนอเป็นต้น รวมถึงการเตรียมคิวหรือบทเพื่อควบคุมการดำเนินรายการของพิธีกร หลังจากนั้นผู้ควบคุมรายการจะชี้แจงรายละเอียดของบทรายการโทรทัศน์แก่พิธีกรผู้ดำเนินรายการ และทำความเข้าใจลำดับการถ่ายทำเป็นต้น ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์รายการมีหน้าที่ในการชี้แจงรายละเอียดและแจ้งลำดับการถ่ายทำแก่แขกรับเชิญในช่วงมีใหม่หัดขาย เพื่อเตรียมดำเนินการถ่ายทำต่อไป

(2) ดำเนินการถ่ายทำ

เมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการผลิตพร้อม จึงดำเนินการถ่ายทำ โดยมีเจ้าหน้าที่ประสานงานให้คิวกับผู้ชมรายการในห้องส่งในการส่งเสียงตามสัญญาณ ลักษณะของการถ่ายทำรายการตลาดสดสนามเป่าในห้องส่งมีลักษณะเหมือนรายการสด คือดำเนินการถ่ายทำไปตามช่วงการนำเสนอของรายการ ดังนี้

— ช่วงเปิดรายการ/ มือใหม่หัดขาย

มีสถานการณ์จำลองในตลาดเป็นละครสั้นๆ ที่พิธีกรร่วมแสดงในสถานการณ์จำลองนั้นเพื่อเปิดรายการและแนะนำแขกรับเชิญ ในช่วงมือใหม่หัดขาย และพิธีกรพูดคุยกับแขกรับเชิญหลังจากนั้นนำเข้าสู่การเสนอช่วงมือใหม่หัดขายที่ได้ไปถ่ายทำมา ซึ่งในการถ่ายทำในห้องส่งจะเปิดเทปรายการที่แขกรับเชิญได้ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ เมื่อเทปจบจะตัดเข้าสู่การพูดคุยของพิธีกรและแขกรับเชิญเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับเนื้อหาที่ได้นำเสนอ และเมื่อจบช่วงที่หนึ่งของมือใหม่หัดขาย ทีมงานจะทำการจัดฉากตามบทโทรทัศน์ หรือเข้ามาเตรียม อุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อเข้าสู่ช่วงที่ 2 ของช่วงมือใหม่หัดขาย โดยจะทำการถ่ายทำต่อเนื่องทันทีเมื่อทุกฝ่ายพร้อม โดยพิธีกรดำเนินรายการและสนทนากับแขกรับเชิญเพื่อนำเสนอเข้าสู่การเสนอเนื้อหาต่อจากช่วงที่ 1 โดยการนำเสนอเทปรายการที่ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ เมื่อตัดเข้าสู่ การดำเนินรายการในห้องส่ง พิธีกรสนทนากับแขกรับเชิญ หรือบุคคลเจ้าของร้านที่ถูกนำเสนอที่มาร่วมชมการถ่ายทำในห้องส่ง เมื่อจบการถ่ายทำในช่วงมือใหม่หัดขายทีมงานจะเข้ามาเตรียมอุปกรณ์ในการดำเนินการถ่ายทำในช่วงต่อไปทันที



ภาพที่ 5.1 การถ่ายทำรายการช่วงมือใหม่หัดขาย

— ช่วงแหวกตลาด / คนดีศรีตลาด

หลังจากถ่ายทำช่วงมือใหม่หัดขายเสร็จ ทีมงานจะเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉากสำหรับการถ่ายทำช่วงแหวกตลาด หรือช่วงคนดีศรีตลาดต่อทันที โดยเมื่ออุปกรณ์และทีมงานพร้อมจะเริ่มถ่ายทำต่อ โดยเข้าช่วงรายการด้วยสถานการณ์จำลองเรื่องราวในตลาดเพื่อเชื่อมเข้าสู่เนื้อหาของช่วงรายการ โดยในห้องส่งจะเปิดเทปรายการเพื่อนำเสนอเนื้อหาจนจบการนำเสนอ แล้วพิธีกรจึงดำเนินรายการเพื่อปิดช่วงรายการและเกริ่นนำเข้าสู่ช่วงต่อไปของรายการ

— ช่วงชมตลาด

เมื่อทีมงานเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉากในชั วงชมตลาดเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการถ่ายทำต่อ โดยการแสดงสถานการณ์จำลองเพื่อเข้าสู่เนื้อหาในช่วงชมตลาด และเปิดเทปนำเสนอเนื้อหาช่วงชมตลาดที่ได้ถ่ายทำนอกสถานที่ เมื่อจบการนำเสนอพิธีกรดำเนินรายการตามบทโทรทัศน์และกล่าวปิดรายการ เป็นการเสร็จขั้นตอนการบันทึกเทปรายการ



ภาพที่ 5.2 บรรยากาศการถ่ายทำรายการในห้องส่ง

จากที่นำเสนอเห็นได้ว่ารายการตลาดสดสนามเป้ามีลักษณะการถ่ายทำรายการที่คล้ายกับรายการสด คือการดำเนินรายการดำเนินไปตามลำดับไม่มีการตัดสลับเพื่อถ่ายเจาะเฉพาะช่วงการถ่ายทำเป็นการถ่ายยาวตามช่วงการนำเสนอ เนื่องจากผู้ดำเนินรายการและทีมงานมีการทำความเข้าใจและซักซ้อมลำดับการถ่ายทำก่อนการถ่ายทำจริง ดังนั้นการถ่ายทำจึงใช้เวลาในการ

ถ่ายทำในแต่ละเทป ประมาณ 1 ชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง การบันทึกเทปรายการหนึ่งครั้งจะถ่ายทำรายการ 2 ตอนเพื่อนำออกอากาศ 2 สัปดาห์

5.1.4 ขั้นหลังการผลิต (post production)

— ตัดต่อลำดับภาพ

หลังการดำเนินการผลิตรายการเสร็จสิ้น ผู้ควบคุมรายการจะนำเทปรายการมาลำดับตัดต่อร้อยเป็นรายการทั้งหมด โดยนำภาพจากการถ่ายทำในห้องส่งลำดับกับภาพที่ถ่ายทำนอกสถานที่ที่ได้ตัดต่อไว้แล้ว ลำดับเรื่องราวตามรูปแบบในการนำเสนอ มีการใส่เทคนิคภาพพิเศษและ เสียงประกอบ ใส่ไตเติลรายการและผู้สนับสนุนรายการ

— ตรวจสอบเทปรายการและออกอากาศ

เมื่อได้เทปรายการที่ทำการตัดต่อลำดับภาพ เรียบร้อยทุกกระบวนการแล้ว ผู้ควบคุมรายการจะตรวจสอบเทปรายการอีกครั้งเพื่อตรวจความเรียบร้อยและความถูกต้อง ก่อนนำเทปรายการส่งให้ทางสถานี เพื่อตรวจสอบรายการก่อนการดำเนินการออกอากาศต่อไป

จากการวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการที่ได้นำเสนอมาทำให้เห็นถึงขั้นตอนในการดำเนินการของผู้ผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต จนถึงขั้นตอนหลังการผลิตทำให้ได้เห็นภาพรวมของการผลิตรายการ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

(1) ขั้นตอนที่ผู้วิจัยมีเห็นว่ามีความสำคัญในการสร้างสถานภาพแก่รายการคือขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ และขั้นตอนก่อนการผลิต ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอในรายการ รวมถึงขั้นตอนในการตรวจสอบข้อมูล โดยผู้วิจัยเห็นว่าฝ่ายสร้างสรรค์รายการที่มีหน้าที่รับผิดชอบ การหาข้อมูล ให้มีความสำคัญกับการตรวจสอบข้อมูลโดยการสำรวจด้วยตนเอง รวมถึงการสอบถามบุคคลอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องมากที่สุด เนื่องจากหากรายการนำเสนอข้อมูลโดยขาดการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของตัวรายการทันที โดยผู้สร้างสรรค์รายการได้กล่าวถึงปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือของรายการ ที่สะท้อนผ่านการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมดังนี้

“บางทีพลาดก็มี เซอร์เวย์อร่อย แต่พอไปขายจริงไม่อร่อย มีคนต่อว่าเยอะแยะเราต้องทำใจว่าลิ้นคนเราไม่เหมือนกัน เราเป็นสื่อก็ต้องเสนอ จนบางคนรู้ว่ารายการ เราไม่นำเสนอความอร่อย นำเสนอเรื่องไปอีกอย่าง จริงของเขาก็ถูก แต่มันไม่ใช่ไม่อร่อยเลย ก็ปานกลางพอกินได้”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

กระบวนการผลิตรายการจึงมีผลต่อการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการต่อผู้ชม จากการตรวจสอบและคัดเลือกเรื่องราวของบุคคลร้านค้าและตลาดต่างๆที่รายการนำเสนอ ซึ่งผู้ชมรายการคาดหวังจากการนำเสนอว่าร้านค้า หรือบุคคลที่รายการโทรทัศน์นำเสนอต้องดีจริง มีคุณภาพจริง หากการนำเสนอข้อมูลที่มีผิดพลาด นำเสนอร้านค้าหรือบุคคลที่ไม่ดีจริง ย่อมส่งผลกระทบต่อ สถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวรายการที่มีต่อผู้ชม กระบวนการผลิตรายการจึงมีความสำคัญในรักษาสถานภาพของรายการ ให้คงความน่าเชื่อถือไว้ได้จากการคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลก่อนการนำเสนอให้ถูกต้องที่สุด

4. จากการศึกษากระบวนการผลิตรายการสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ผลิตรายการมีวิธีการในการดำเนินการเพื่อรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการโดยใช้มาตรการการป้องกันไว้ก่อน (preventive) ซึ่งพบได้ขั้นตอนดำเนินการถ่ายทำ จากการที่ผู้ผลิตรายการจะกล่าวเตือนกับบุคคลเจ้าของร้านค้า เกี่ยวกับการรักษามาตรฐานของร้านในเรื่องรสชาติ ปริมาณ ราคา และการบริการ ว่าหลังจากการออกอากาศแล้วควรรักษามาตรฐานให้คงเดิม ซึ่งผู้สร้างสรรค์รายการได้กล่าวถึงมาตรการในการรักษามาตรฐานของร้านค้าที่นำเสนอในรายการดังนี้

“พี่จะบอกทุกร้านแหละตอนที่จะไปถ่ายทำออกรายการ จะบอกเค้าว่าถ้าออกทีวีแล้วต้องดูมาตรฐานด้วย เรื่องที่พี่กังวลคือ 1 ราคา กลัวเค้าขึ้นราคา 2 คุณภาพอาหาร บางทีคนมากันเยอะ เค้าต้องรีบทำมันคุมไม่ได้ 3 บริการ เหมือนกันถ้าคนมาเยอะเค้าก็คาดหวัง อธิบายเค้าว่ามันขึ้นอยู่กับตัวเค้าถ้ามันเสียมันก็เสียที่ตัวเค้ามากที่สุด เพราะคนเค้ามากินแล้วไม่ดี มันก็จะเป็นแค่ดูคนเดียว เราจะเสียโอกาส จะบอกทุกร้านแหละว่าพอออกอากาศแล้วเตรียมของเตรียมคนให้ดี แต่บางทีเค้าก็ไม่เชื่อว่าคนจะมากันเยอะ”

(สุกัญญา แซ่ฟู, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

ผู้วิจัยเห็นว่าเนื่องจากรายการมีข้อจำกัดในเรื่องของบุคลากรในการผลิตรายการที่มีจำนวนน้อย คือมีเพียง 5 คน ดังนั้นการจะรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการโดยการกลับไปตรวจสอบคุณภาพของร้านค้าที่เคยถูกนำเสนอในรายการจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ลำบาก รายการจึงใช้มาตรการในการชี้แจงแก่ร้านค้าก่อนการถ่ายทำรายการเพื่อให้ร้านค้าที่รายการนำเสนอคำนึงถึงการรักษามาตรฐานและคุณภาพของร้านค้าหลังการออกอากาศ เพราะถ้าหากเกิดความผิดพลาดเนื่องจากคุณภาพหรือมาตรฐานของร้านค้าไม่ได้ดีเหมือนที่รายการนำเสนอ จะส่งผลให้ผู้ชมรายการที่ติดตามไปบริโภคเกิดความผิดหวัง ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อสถานภาพความน่าเชื่อถือที่ผู้ชมมีต่อรายการได้

ดังตัวอย่างจากงานวิจัยของ พิมพวัล พานิชรุทติวงศ์ (2544) ศึกษาเรื่องการสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเชลล์ชวนชิม โดยศึกษากระบวนการในการสื่อความหมายผ่านสื่อต่างๆของ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ในการรับรองคุณภาพของร้านค้าที่ได้รับป้ายเชลล์ชวนชิม โดยในกรณีนี้ตัวของ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จะเป็นผู้คัดเลือกร้านค้าด้วยตัวเอง ซึ่งท่านได้ใช้มาตรการในการกลับไปตรวจสอบร้านค้าที่ได้รับป้ายว่ายังคงรักษามาตรฐานความอร่อยไว้ได้อยู่หรือไม่ ถ้าหากเกิดความผิดพลาดร้านค้าไม่สามารถรักษามาตรฐานไว้ได้ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จะตำหนิร้านค้านั้นผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นเหมือนการลดสถานภาพของร้านนั้น รวมถึงเพื่อเป็นการป้องกันรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวเองและต่อป้ายสัญลักษณ์รับรองความอร่อยด้วย ซึ่งเห็นได้ว่ารายการตลาดสดสนามเป้าไม่ได้มีมาตรการในการตาม ไปตรวจสอบการรักษาคุณภาพของร้านค้าที่รายการเคยนำเสนอ ดังนั้นขั้นตอนในการผลิตรายการในการคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอจึงถือเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวเองรายการ

5.2 ผลกระทบจากการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า

จากการวิเคราะห์รายการตลาดสดสนามเป้า ดังที่ผู้วิจัยพบว่ามีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการผ่านการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของรายการ เนื่องจากศักยภาพในการให้สถานภาพแก่บุคคลหรือกลุ่มคนของสื่อมวลชน จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีผลกระทบของสื่อในระดับกลาง ใน การศึกษาเรื่องผลกระทบจากการให้สถานภาพจะให้เห็นผลกระทบที่เกิดขึ้น และทำให้เข้าใจถึงบทบาทรวมถึงศักยภาพการให้สถานภาพของสื่อได้ชัดเจน โดยผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาผลกระทบออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

5.2.1 ผลกระทบต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกลำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า

5.2.2 ผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า

5.2.1 ผลกระทบต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกลำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า

การศึกษาผลกระทบที่มีต่อบุคคลหรือร้านค้าที่ถูกลำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้าว่ามีลักษณะอย่างไร โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ร้านค้าที่เคยถูกลำเสนอในรายการ ช่วงมือใหม่หัดขาย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นช่วงที่มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่ บุคคล ร้านค้าหรือสินค้า และอาชีพอย่างชัดเจน โดยได้เลือกร้านค้าเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ร้าน โดยใช้เกณฑ์ความหลากหลายของชนิดประเภทอาหารเช่น ร้านอาหารตามสั่ง ร้านอาหารว่าง ร้านขนมหวาน และรูปแบบร้านที่รายการนำเสนอ เช่น ร้านแบบรถเข็น หรือร้านแบบที่มีที่ตั้งประจำ ซึ่งประกอบด้วยร้าน ดังนี้

1. ร้านข้าวเหนียวหมูแจ๋อ้อย	ออกอากาศ	26 ตุลาคม	2550
2. ร้านขายขนม ลำเพ็ง	ออกอากาศ	1 มิถุนายน	2551
3. ร้านขนมถึงทอง วังหลัง	ออกอากาศ	10 สิงหาคม	2551
4. ร้านอาหารพี่อ้อ เมนูร้อยอย่าง	ออกอากาศ	19 ตุลาคม	2551
5. ร้านก๋วยเตี๋ยวไก่พิสดาร	ออกอากาศ	31 พฤษภาคม	2552
6. ร้านเฮียเล็กก๋วยจั๊บหมู 3 อย่าง	ออกอากาศ	21 มิถุนายน	2552
7. ร้านหมูพะโล้ จตุจักร	ออกอากาศ	28 มิถุนายน	2552
8. ร้าน ช.ศรแก้วข้าวเหนียวหมูหลากสี	ออกอากาศ	6 กันยายน	2552
9. ร้านอาหารเจ ป่าทวี	ออกอากาศ	18 ตุลาคม	2552
10. ร้านโมกซ์ ซอสอาหาร	ออกอากาศ	25 ตุลาคม	2552

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นในการศึกษาผลกระทบจากการให้สถานภาพของรายการเพื่อการวิเคราะห์ จากคำถามในการสัมภาษณ์เจ้าของร้าน ในประเด็นต่างๆดังนี้

- 1) ความเชื่อถือในตัวรายการตลาดสดสนามเป้าของเจ้าของร้าน
- 2) ผลกระทบหลังจากการถูกลำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า
- 3) การรักษาสถานภาพ (มาตรฐานของร้าน)

โดยสามารถสรุปเป็นคำตอบของเจ้าของร้านกลุ่มตัวอย่างได้เป็นตารางดังต่อไปนี้

ร้านอาหาร ที่ถูกรับเสนอในรายการ	ความเชื่อถือ ในตัวรายการ		ผลกระทบ หลังออกรายการ		การรักษาสภาพ หลังออกรายการ	
	เชื่อถือ	ไม่เชื่อถือ	ดี	ไม่ดี	มากขึ้น	ตามปกติ
ร้านข้าวเหนียวหมูแจ๊ซอ้อย	✓		✓		✓	
ร้านขนมถั่งทง	✓		✓		✓	
ร้านอาหารตามสั่งพี่อ้อ	✓		✓			✓
ร้านขนมหวานสำเพ็ง	✓		✓		✓	
ร้านก๋วยเตี๋ยวไก่พิสดาร	✓		✓		✓	
ร้านหมูพะไล้จตุจักร	✓		✓			✓
ร้านก๋วยจั๊บน้ำร้อน 3 อย่าง	✓		✓			✓
ร้านข้าวเหนียวหมูหลากสี	✓		✓		✓	
ร้านอาหารเจ ป่าทวี	✓		✓		✓	
ร้านโมกซ์ ซอสอาหาร	✓		✓			✓
รวม	10	0	10	0	6	4

ตารางที่ 5.1 ตารางผลกระทบต่อร้านค้าที่ถูกรับเสนอในรายการ

(1) ความเชื่อถือในตัวรายการตลาดสดสนามเป้าของเจ้าของร้านอาหาร

เนื่องจากรายการตลาดสดสนามเป่ามีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบรายการที่เกี่ยวกับการให้สภาพแก่บุคคลหรือร้านค้า จากการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้าเพื่อนำเสนอแก่สาธารณชน ซึ่งนอกจากจะเป็นเสมือนการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแล้ว รายการตลาดสดสนามเป่ายังมีบทบาทในการให้สภาพที่ดีแก่บุคคลหรือร้านค้าที่ออกรายการ โดยการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบวิธีการนำเสนอรายการ จึงเป็นที่น่าศึกษาว่าตัวรายการตลาดสดสนามเป่ามีสภาพที่สะท้อนผ่านความเชื่อมั่นหรือเชื่อถือในตัวรายการมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะความเชื่อถือในตัวรายการตลาดสด สนามเป้าในทัศนะของคนที่เป่าเป็นเจ้าของร้านที่รายการนำเสนอ ว่ามีความเชื่อมั่นในรายการที่จะมาให้การรับรองตนเองหรือร้านหรือไม่อย่างไร

โดยรวมแล้วร้านค้าที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความชื่นชม และเชื่อมั่นในรายการตลาดสดสนามเป้า โดยสามารถสรุปเหตุผลตามลำดับที่พบได้มากกว่าข้อมูลดังนี้

- 1.) รายการเป็นที่รู้จัก มีผู้รับชมรายการเยอะ
- 2.) รายการดำเนินมาเป็นระยะเวลาานาน
- 3.) เชื่อถือในตัวพิธีกร
- 4.) เคยติดตามไปร้านอาหารที่รายการนำเสนอแล้วมีคุณภาพจริง
- 5.) รายการมีระยะเวลาในการออกอากาศนาน
- 6.) นำเสนอแง่มุมต่างๆที่เป็นประโยชน์นำมาปรับใช้ได้
- 7.) เชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิตรายการเป็นบริษัทใหญ่นำเชื่อถือ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ทำให้งถึงความเชื่อมั่นที่บุคคลเจ้าของร้านค้ามีต่อตัวรายการตลาดสดสนามเป้าสะท้อนให้เห็นถึงสถานภาพของรายการที่มีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยเห็นว่าตัวบุคคลเจ้าของร้านค้ามีความเชื่อมั่นในรายการว่าเมื่อได้ออกรายการจะทำให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักมาก โดยเจ้าของร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป้ามียุขชมเยอะรายการเป็นที่รู้จักกว้างขวาง เนื่องจากออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม คือกลางวันอาทิตย์ ประกอบกับความน่าเชื่อถือในตัวรายการเนื่องจากดำเนินการออกอากาศมาเป็นเวลานานหลายปีแล้ว

นอกจากนี้เจ้าของร้านค้าที่ ออกรายการยังมีความรู้สึกว่าได้ถูกนำเสนอในรายการแล้วสามารถทำให้ร้านค้าเองมีสถานภาพที่ดีขึ้น ได้ โดยเห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป่ามีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างจากรายการอื่น ในแง่มุมการนำเสนอเนื้อหา ที่มีการสอดแทรกเรื่องราวชีวิตพ่อค้าแม่ค้า และรูปแบบรายการที่มีความน่าสนใจ ทำให้ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือเมื่อถูกนำเสนอในรายการ

1) ผลกระทบหลังจากการถูกนำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า

ผลกระทบของบุคคลและร้านค้าหลังจากถูกนำเสนอในรายการ โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นเรื่องผลกระทบเป็น 2 ประเด็นดังนี้

(1) ผลกระทบต่อร้านค้าและสินค้า

จากการสรุปผลกระทบต่อตัวร้านค้าและสินค้าหลังจากถูกนำเสนอในรายการพบว่าได้รับผลกระทบต่อตัวร้านค้าและสินค้าในด้านที่ดีพิจารณาจากเหตุผลดังนี้

- จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น
- ยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- มีคนรู้จักร้านค้ามากขึ้น
- มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น

— จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

จากการสัมภาษณ์ 10 ร้านพบว่าทุกร้านหลังจากที่รายการออกอากาศนำเสนอเรื่องราวของร้านค้านั้นจะมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน เป็นกระแสทันทีหลังจากรายการออกอากาศ และค่อยๆลดจำนวนลงหลังจากผ่านช่วงเวลาที่เป็นกระแสความหลังออกอากาศ เช่น

“เยอะมากเหมือนก๋อมีอบ ออกอากาศปั๊บคนดูเสร็จก็ออกมาเดี๋ยวนั้นเลย เพราะร้านเราเปิด 3ทุ่ม วันต่อมาก็เยอะมาก คนขายหน้าร้าน 9 คน ทำบัตรคิว จัดคนต่อแถวคิว จัดคนต่อแถว ถ่ายให้ทีมงานดูว่าคนมาเยอะขนาดไหนขอบคุณ เนี่ยรายการคุณเรตตั้งดีนะ”

(เจ้าของร้าน ช. ศรีแก้ว ข้าวเหนียวมูนหลากสี, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

“ดีมากขายดีเป็น 100 เปอร์เซ็น ลูกค้ามาเย็นรอกันต้องแจกบัตรคิวเลย”

(เจ้าของร้านก๋วยจั๊บน้ำร้อน 3 อย่าง, สัมภาษณ์ 7 มีนาคม 2553)

“ตอนออกตลาดสด กระชูดเลย พันเปอร์เซ็นต์ พรวด มาเลยแน่นมากกก มาเย็นเป็นลมมาดีกันหน้าร้านแล้วก็มีเรื่อยๆหลังจากออกรายการ”

(เจ้าของร้าน ขนมหวานลำเพ็ง, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 25

— ยอดขายที่เพิ่มขึ้น

นอกจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังพบว่าทุกร้านมียอดขายที่เพิ่มขึ้น สะท้อนจากการเพิ่มปริมาณการผลิตอาหารจากเดิม เช่น

“ขายดีมากกว่าเดิมไม่รู้กี่สิบเท่า เดิมทั้งซอย มากันตั้งแต่ตีห้า บ้านเราอยู่ข้างในทำกันตรงนั้นไปซื้อกันถึงข้างในมาจากอยุธยาก็ต้องทำให้ ต้องทำเพิ่มจากเดิมเยอะมาก”

(เจ้าของร้านข้าวเหนียวหมูเจ็๋อ้อย, สัมภาษณ์ 7 มีนาคม 2553)

“ขายดีทำไม่ทันหมด ทำเพิ่มขึ้นมาเท่าตัวถ้ามีร้านคงเยอะบางที่เค้าหาไม่เจอ บางที่พี่มา
ซ้ำ เค้าโทรมาก็หมดไปแล้ว เค้าก็คุยว่าดูรายการมา”

(เจ้าของร้านก๋วยเตี๋ยวไก่พิสดาร, สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2553)

— มีคนรู้จักร้านค้าเพิ่มขึ้น

จากการออกรายการทำให้ร้านค้าส่วนใหญ่มีคนรู้จักมากขึ้น เมื่อเห็นว่าเป็นร้านที่เคยออกรายการตลาดสดสนามเป้า รวมถึงลูกค้าที่มารับประทานที่หลากหลายพื้นที่ เช่นต่างท้องที่หรือต่างจังหวัด

“ลูกค้าเพิ่มขึ้นช่วงแรกดีมากแน่นมาก มากจริงๆ แต่หลังจากนั้นก็ยังมีคนเวียนมา แม้จะ
ช้าแต่ก็ยังดีมีคนใหม่ๆมาคนที่ไม่รู้จักมาจากหลายที่ วกกว้างขึ้น หลากหลายขึ้นแต่ไม่ได้หนาแน่น
เหมือนช่วงออกรายการแรกๆบางคนมาถึงสั่งซอสโดยที่ยังไม่ต้องชิม เค้าเชื่อเลยจากที่เห็นรายการ”

(เจ้าของร้านโมกซ์ ซอสอาหาร, สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2553)

“จากตลาดสดก็ ทำให้ได้ลูกค้าประจำรอบนอกที่ไม่ใช่คนแถวๆนี้ คนเค้าก็ได้รู้จักร้านเรา
เพิ่ม เพราะร้านเราก็อยู่ในซอยคนก็ยังมา ทุกวันนี้ก็ยังมากินอยู่ “

(เจ้าของร้านอาหารฟู้้อ, สัมภาษณ์ , 10 มีนาคม 2553)

— มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น

นอกจากลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหลังจากออกรายการ ยังพบว่าร้านค้าได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้น
จากกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่เดิม โดยอาจมีกลุ่มลูกค้าใหม่ๆที่ไม่เคยมาที่ร้าน ตัวอย่างเช่น

“ดีมาก ลูกค้าใหม่ๆก็มี พวกวัยรุ่นที่ดูรายการก็มา หรืออย่างคนที่ชอบโดม (แซกรับ
เชิญ) ก็มากขึ้น”

(เจ้าของร้านหมูพะไล้ จตุจักร, สัมภาษณ์ 7 มีนาคม 2553)

“มีแฟนมากขึ้นคือเป็นแฟนประจำร้าน ตั้งแต่ออกมาเป็นแฟนพันธุ์แท้ฐานลูกค้ามากขึ้น มีวัยรุ่นมาด้วยบอกว่าดูรายการมา”

(เจ้าของร้าน ช. ศรแก้ว ข้าวเหนียวมูนหลากสี, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553



ภาพที่ 5.3 ร้านค้าที่ออกรายการ

(2) ผลกระทบต่อตัวบุคคลเจ้าของร้าน

นอกจากผลกระทบต่อร้านค้าและสินค้าแล้ว หลังจากการถูกนำเสนอในรายการตัวบุคคลเจ้าของร้านยังได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- มีสถานภาพที่ดีขึ้น
- เป็นที่รู้จักมากขึ้น

จากการถูกนำเสนอในรายการโทรทัศน์ทำให้บุคคลเจ้าของร้านที่ออกรายการเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของรายการที่มีเรื่องราวของตัวเจ้าของร้านนำเสนอด้วยนอกเหนือจากการนำเสนอเรื่องราวของร้านค้าหรือสินค้าอาหาร ทำให้เจ้าของร้านเป็นที่จดจำของผู้ที่ได้รับชมรายการ ตัวอย่างเช่น

“เราดูดีขึ้นมีมาขอถ่ายรูปด้วยเหมือนเราเป็นดารา เข้ามาถามหาถ้าได้อยู่ลูกค้าจะแน่นทุกวัน มาถาม มาชวนคุย ทำไมขายดี ทำอะไรยังไง เข้ามาพูดคุยเรื่องราวของพี่ด้วย มี สวยดีเนอะ

กตัญญูกับแม่ดี ชอบพี่มากเลย มีคนโทรมาคุยก็มีต่างประเทศก็มี โทรมาจากที่ดูรายการ ถามเรื่องชีวิตก็มี พี่ก็แนะนำไป”

(เจ้าของร้าน ขนมหวานสำเพ็ง ,สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

“คนรู้จักเรามีชื่อเสียงขึ้นเพราะเค้าไปคอนเสิร์ตมีคนทักว่าวันนี้ไม่ขายของเหวอ เพราะว่าเค้าจำเราได้ ว่าเคยออกรายการ”

(เจ้าของร้านอาหารเจป่าทิว, สัมภาษณ์ , 9 มีนาคม 2553)

— มีสถานภาพที่ดีขึ้น

นอกจากการออกรายการทำให้เจ้าของร้านค้าเป็นที่รู้จักหรือจดจำได้จากผู้ชมรายการแล้ว ยังทำให้สถานภาพของตัวบุคคลนั้นดีขึ้น เช่นมีความน่าเชื่อถือ หรือได้รับการชื่นชมยกย่องจากการถูกนำเสนอเรื่องราวชีวิตต่างๆในรายการ ตัวอย่างเช่น

“คนมองร้านพี่ดีขึ้น มีเกรดขึ้น คือจากเราเป็นร้านธรรมดาออกทีวีก็มาเว็บไปเว็บ แต่พอออกรายการนี้ คนจำนวนมาก เช่นมา ร้อยคน ห้าสิบคนต้องกินร้านเรา กับตัวพี่เอง ก็ดีขึ้น คนให้เกียรติขึ้น คนเข้ามาคุยน้องคนนี้จบนอกเหว อ เคยอยู่อเมริกาเหวอ จากที่บางคนมองเราเป็นลูกจ้างธรรมดา เค้าไม่ได้มองเราว่าเป็นเจ้าของร้าน ปกติไม่มีใครรู้ว่าเราเป็นไง คือแบบว่าดีขึ้น ไม่นั่งจะมองว่าเป็นเด็กในร้านธรรมดา”

(เจ้าของร้าน ช. ศรีแก้ว ข้าวเหนียวมูนหลากสี, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

“มีการเปิดสอนตั้งใจตั้งแต่ออกนิตยสาร เรียนผิดเรียนถูกเอง ก็อยากจะช่วยถ้าใครต้องการอาชีพจะสอนให้โดยไม่คิดตังค์ หลังออกรายการมีคนมาเรียนไปทำขายประสบความสำเร็จ ตอนออกอากาศพี่บอกว่าสอนให้ทำยังไงสอนทุกอย่างบอกเค้าหมด ต้องบอกว่ารักษาคุณภาพมาตรฐานไว้ มีคนมาเชิญไปสอนที่ต่างจังหวัดด้วย”

(เจ้าของร้าน ขนมหวานสำเพ็ง, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

“พอได้ออกรายการไป ตอนพี่ไปทำเรื่องกู้เงินที่ธนาคาร เค้กก็ให้ผ่านเพราะเค้ายกขาว่าเค้า เห็นเราออกรายการแล้ว เห็นว่าเป็นผู้ชีวิต ต่อสู้ เลยอนุมัติ มันก็ทำให้เราดีขึ้นมาก”

(เจ้าของร้านขนมดังทอง วังหลัง, สัมภาษณ์ 7 มีนาคม 2553)

ผลกระทบของร้านค้าต่างๆหลังจากถูกนำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า โดยสรุปจากการสัมภาษณ์ร้านค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเห็นว่าส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบในด้านที่ดีขึ้น ทั้งผลกระทบต่อร้านค้า และสินค้า รวมถึงผลกระทบต่อตัวเจ้าของร้าน ซึ่งบางร้านที่สัมภาษณ์เคยออกสื่ออื่นมาบ้างแล้ว เช่นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือรายการโทรทัศน์อื่นๆ แต่ทุกร้านต่างกล่าวถึงความแตกต่างของผลกระทบที่ได้รับจากรายการตลาดสดสนามเป้า ว่าได้รับผลกระทบที่มากกว่าและชัดเจนที่สุดเทียบกับเมื่อถูกนำเสนอในรายการอื่น หรือในสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะด้านจำนวนลูกค้าและการเป็นที่รู้จักจดจำของผู้ชม ผู้วิจัยจึงเห็นว่ารายการมีบทบาทในการทำให้บุคคลหรือร้านค้าที่ถูกนำเสนอเป็นที่รู้จัก และมีบทบาททำให้บุคคลหรือร้านค้ามีสถานภาพที่ดีขึ้นได้

2) การรักษาสถานภาพ (มาตรฐานของร้าน)

การนำเสนอร้านค้าในรายการตลาดสดสนามเป้า นอกจากจะทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นแล้ว ยังทำให้ผู้ชมรายการเชื่อมั่นว่าเป็นร้านที่ดี มีคุณภาพ ผ่านการนำเสนอที่แสดงให้เห็นถึงความมีคุณภาพของสินค้าอาหาร หรือรสชาติที่อร่อยน่ารับประทาน ดังนั้นหลังการออกอากาศผู้ชมรายการจึงติดตามไปยังร้านค้าที่รายการนำเสนอ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าร้านค้าเหล่านั้นได้คำนึงถึงการรักษามาตรฐานของร้าน ทั้งในเรื่อง รสชาติ ปริมาณ ราคา และการบริการ มากน้อยเพียงใด เมื่อมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากออกรายการ ทำให้ร้านค้าต้องรับมือกับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การผลิตที่ต้องเพิ่มขึ้น รวมถึงการบริการที่ต้องทั่วถึงและรวดเร็ว หากเกิดความผิดพลาดในเรื่องของรสชาติ หรือการบริการที่ทำให้ลูกค้าผิดหวังจนเกิดความไม่พอใจหรือทัศนคติที่ไม่ได้ต่อร้าน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการตลาดสดสนามเป้าได้ ดังนั้นการพยายามรักษาสถานภาพของร้านหลังจากที่ได้ออกรายการ จึงมีผลต่อการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวรายการเช่นกัน

จากการสรุปโดยใช้คำถามเกี่ยวกับการออกรายการตลาดสดแล้วมีส่วนมากน้อยเพียงใด ในการที่ต้องรักษามาตรฐานของร้าน เนื่องจากคำนึงถึงผลกระทบต่อ ความน่าเชื่อถือของรายการ ตลาดสดสนามเป้า จากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าโดยสามารถสรุปได้ 2 แนวทางดังนี้

(1) เพิ่มความระมัดระวังและมาตรการในการรักษาคุณภาพของร้านมากขึ้น

ร้านค้าที่ออกรายการไปแล้วจะมีการเพิ่มมาตรการการรักษาคุณภาพของร้านค้า ตนไว้ เช่นคุณภาพเรื่องรสชาติ ราคา ปริมาณ การบริการ เพื่อให้ลูกค้าที่มาที่ร้านได้รับความพึงพอใจ เหมือนที่รายการได้นำเสนอไว้ถึงควมมีคุณภาพและความน่าสนใจของร้านค้าหรือบุคคลที่นำเสนอ เพื่อให้ไม่ให้เกิดชื่อเสียงถึงรายการตลาดสดสนามเป้า ตัวอย่างดังนี้

“เราจะออกสื่อเหมือนเป็นดาบสองคม ถ้าอร่อยก็ปากต่อปาก แต่ถ้าเจออะไรผิดพลาดเช่น แฉงสาบ เค้ก็ปากต่อปากเหมือนกัน เราก็พยายามคุมเช่น ขนมจีนเส้นมันแข็งเราก็เปลี่ยน เพราะเห็นว่าเค้มาตั้งใจมากินของอร่อย ถ้าไม่เหมือนที่หวัง เนี่ยหรือ ออกโทรทัศน์ไม่ได้เรื่องเลยเค้ว่าเรา เราแก้ไข แต่ถ้าเค้ว่ารายการเราไม่รู้จักบอกยังง เพราะบางที่ไม่ใช่ชื่อเสียงเราคนเดียวมันเหมือนเราเอาชื่อเสียงของรายการ ของทางช่องมาด้วย เพราะเค้ด่าเรา มันจะทอดไปอีกลูกโซ่ รายการนี้อะไรเอ้าร้านอะไรมาออกกะหลั้ว ไม่ดูแล้วทำให้ เรตติ้งไม่ดีด้วย เพราะเค้ทำให้ร้านเรามีชื่อเสียงขึ้นมา”

(เจ้าของร้านอาหารเจป่าทิว, สัมภาษณ์ , 9 มีนาคม 2553)

“ต้องทำให้เข้มข้นกว่าเก่า ดูแลให้มันสะอาด ปริมาณเยอะหน่อย ในเมื่อเราออกรายการก็ ทำให้ดีไม่อยากให้รายการเค้เสีย เราอยู่วงการนี้ต้องทำให้ดี มาเมื่อไหร่รสชาติต้องเหมือนเดิม”

(เจ้าของร้านก๋วยเตี๋ยวไก่พิสดาร, สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2553)

“เราจะให้ลูกค้ารอดตลอด คือต้องถามว่ารอดได้ไหมบอกว่าพีเราเปิดทุกวันนะคะ ที่รอนาน เพราะเราขายดีมาก ร้านเราพอนั่งข้าวเหนียวต้องรอให้เย็นก่อนถึงตัก เค้จะโวยว่าออกมาแล้วทำไม่ตัก ถ้าตักไปไม่ใช่สูตรเราแล้วถ้ากินแล้วบอกว่าอ้าวเนี่ยหรือที่ออกรายการตลาดสด คำนึงมาก

เพราะเราเคยมีประสบการณ์ เคยออกรายการอื่น ด้วยความที่เห็นลูกค้ามาเยอะ เราก็ตัดเลยลูกค้า โทรมาบอกว่าข้าวเหนียวแข็ง เราก็ไม่ได้และ เราต้องรักษามาตรฐาน”

(เจ้าของร้าน ช. ศรีแก้ว ข้าวเหนียวมูนหลากสี, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

(2) ทำเหมือนเดิมตามปกติ รักษามาตรฐานเดิมของร้านไว้

ร้านค้าที่ยังคงรักษามาตรฐานดั้งเดิม ทำเหมือนตามปกติที่เคยทำ มา หมายความว่ามาถึงร้านค้าที่ไม่ได้เพิ่มมาตรฐานให้เข้มงวดกว่าเดิม หรือไม่ได้คำนึงถึงว่าเมื่อออกรายการโทรทัศน์แล้ว จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานอย่างไร คือยังคงทำตามมาตรฐานเดิมของตนเองที่ทำมาตั้งแต่ก่อนดำเนินเสนอในรายการ ทั้งรสชาติ คุณภาพและการบริการ ตัวอย่างเช่น

“ปกติอยู่แล้วทำไปตามปกติไม่ต้องเพิ่มอะไรมากมาย ก่อนออกรายการก็ใส่ใจอยู่แล้วทำมาตลอดแม้ไม่ได้ออกรายการก็ทำอยู่แล้วเพราะว่ามีความตั้งใจ เรื่องซอสก่อนหน้านั้นคนซื้อเฉพาะคนที่เคยซื้อ มีคนรู้มากขึ้น ทำโน่นทำนี่เพิ่มขึ้นมา”

(เจ้าของร้านโมกซ์ ซอสอาหาร, สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2553)

“ทำปกติ ว่ายังไงก็ทำอย่างนั้นไป ทำทันทีทัน พี่ชายถูกและดี อยู่แล้ว พี่ทำอาหารมา เห็นบางร้านได้เซล์ชวนชิมไปกินไม่เห็นอร่อยเลย ร้อยคนชอบคนเดียวก็สำเร็จแล้ว เราต้องยึดมาตรฐานชั้น รสชั้นเป็นแบบนี้”

(เจ้าของร้านอาหารฟู้้อ, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

“ทำตามปกติเลยที่เราเคยทำ รสชาติ คุณภาพ พี่เป็นคนที่ไม่คำนึงถึงเรื่องนี้อยู่แล้วถือคติเรื่องความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าอยู่แล้ว จะไม่ขึ้นราคา ถ้าลูกค้ามาแล้วต้องมาอีก”

(เจ้าของร้านก๋วยจั๊บน้ำหนุ 3 อย่าง, สัมภาษณ์ 7 มีนาคม 2553)



ภาพที่ 5.4 ร้านค้าที่ออกรายการ

จากการสัมภาษณ์สอบถามร้านค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้านที่เคยออกรายการตลาดสดสนามเป้า สามารถสรุปประเด็นเรื่องผลกระทบจากการถูกนำเสนอในรายการได้คือตัวบุคคลเจ้าของร้านส่วนใหญ่มีความเชื่อถือและเชื่อมั่นในตัวรายการตลาดสดสนามเป้า โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลในเรื่องความมีชื่อเสียงของรายการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ในส่วนของผลกระทบที่รายการได้รับหลังจากถูกนำเสนอในรายการแล้วนั้นพบว่า ผลกระทบ ต่อตัวร้านค้าและสินค้าพบมากโดยเห็นได้อย่างชัดเจนจากจำนวนลูกค้าที่ติดตามมารับประทานจากการนำเสนอของรายการ และยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นหลายเท่าตัว ซึ่งในกรณีร้านค้าที่เคยปรากฏในสื่อมาก่อนจะเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับผลกระทบหลังถูกนำเสนอในสื่ออื่นๆหรือรายการอื่นๆ ว่าผลกระทบของรายการตลาดสดสนามเป่ามีมากที่สุด ทั้งจำนวนลูกค้าและยอดขายและความเป็นที่รู้จักของร้านมากขึ้นในวงกว้าง

นอกจากผลกระทบที่มีต่อร้านค้าและสินค้าที่สะท้อนผ่านจำนวนลูกค้าและยอดการขายแล้ว ผลกระทบที่มีต่อตัวบุคคลเจ้าของร้านที่รายการนำเสนอเรื่องราวชีวิตในเนื้อหารายการ พบว่าผลกระทบต่อตัวบุคคลเจ้าของเป็นแง่ที่ดีมาก เนื่องจากมีคนรู้จักและจดจำได้ นอกนั้นยังมีผู้ชมรายการโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยสอบถามถึงเรื่องราวที่รายการได้นำเสนอและให้กำลังใจ รวมถึงการเข้ามาทักทายพูดคุยและชื่นชมในตัวบุคคลเจ้าของร้านตามเนื้อหาที่รายการนำเสนอไปด้วย

ผู้วิจัยจึงเห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป่ามีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ โดยทำให้บุคคลและร้านค้าเป็นที่รู้จัก และสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้ชมรายการเกี่ยวกับบุคคล และร้านค้าที่รายการได้เสนอ จึงทำให้ผู้ชมรายการไม่เพียงแต่จะให้ความสนใจในเรื่องของสินค้าอาหารเท่านั้นแต่ยังมีความสนใจในเรื่องราวชีวิตของบุคคลเจ้าของร้าน ทำให้สถานภาพของบุคคล และร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการมีสถานภาพที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจาก

จึงเป็นที่น่าสนใจว่านอกจากการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้าจะมีผลกระทบต่อบุคคลและร้านค้าที่รายการนำเสนอแล้ว ผลกระทบต่อผู้ชมที่รับชมเนื้อหาและการนำเสนอของรายการจะมีลักษณะอย่างไร โดยผู้วิจัยจะนำเสนอต่อไป

5.2.2 ผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า

ในประเด็นผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ชมรายการที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการตลาดสดสนามเป้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยทำการค้นหาและสรุปลักษณะความคิดเห็นที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นหรือความเชื่อถือในบุคคลและร้านค้าที่รายการตลาดสดสนามเป้าได้นำเสนอ ซึ่งพบความคิดเห็นที่แบ่งเป็นลักษณะดังนี้

- 1) ผลกระทบในลักษณะสามารถโน้มน้าวผู้ชมให้ติดตามไปยังร้านค้า หรือตลาดที่รายการแนะนำ
 - สอบถามที่ตั้งเพื่อแสดงความต้องการติดตามไปยังร้านที่รายการนำเสนอ
 - แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านค้าหรือสินค้าหลังจากที่ติดตามยังร้านที่รายการนำเสนอแล้ว
- 2) ผลกระทบของผู้ชมต่อความเชื่อถือในสถานภาพของบุคคลที่รายการนำเสนอ
 - เชื่อถือในบุคคลที่รายการนำเสนอ
- 3) ผลกระทบของผู้ชมต่อความเชื่อถือในสถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า
 - ความเชื่อถือในตัวรายการ

ผู้วิจัยทำการจำแนกแสดงตัวอย่างความคิดเห็นของผู้ชมรายการผ่านการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตได้ดังนี้

1) ผลกระทบในลักษณะสามารถโน้มน้าวผู้ชมให้ติดตามไปยังร้านค้า หรือ ตลาดที่รายการแนะนำ

— สอบถามที่ตั้งเพื่อแสดงความต้องการติดตามไปยังร้านที่รายการนำเสนอ

พบจากการแสดงความคิดเห็นในลักษณะที่สอบถามที่ตั้งของร้านเพื่อการติดตามไปยังร้านค้าหรือตลาดที่ออกรายการตัวอย่างเช่น

ใครรู้จักร้านซาลาเปาที่ออกรายการตลาดสดสนามเป่าบ้างคะ

ดูรายการตลาดสดสนามเป่าที่ออก อากาศเมื่อวันอาทิตย์ที่ผ่านมา เห็นมีร้านขาย ซาลาเปาตุ๋กตาอยู่แถวศาลาแดง แต่เมื่อเข้าเดินไปไม่เห็นเลยอะคะ เลยอยากจะถามว่า ร้าน ตั้งอยู่ตรงไหน มีอะไรให้สังเกตได้บ้างคะ จะได้ไปซื้อถูกคะ

(pantip, 2550: ออนไลน์)

ร้านเมตตาหมูทอด ที่ออกตลาดสดสนามเป่า อยู่ไหนครับ และอร่อยจริงไหม..

ร้านเมตตาหมูทอด ที่ออกตลาดสดสนามเป่า อยู่ไหนครับ และอร่อยจริงไหม ... แต่ดูท่าทาง น่าอร่อยมาก เพราะทำเยอะขนาดนั้น ทั้งหมู ข้าวเหนียว ดูเป็นอุตสาหกรรมย่อยๆเลย ถ้าไม่อร่อยคงไม่ทำเยอะขนาดนี้ั้งครับ ใครเคยกินคอนเฟิร์มหน่อยครับ และขอพิกัดด้วย...

(pantip, 2551: ออนไลน์)

ใครรู้จักร้านข้าวเหนียวหน้าหมู ซอยสายลมบ้าง

คือว่าเมื่ออาทิตย์ก่อนเราดู รายการตลาดสดสนามเป่า เขาไปถ่ายทำร้านข้าวเหนียวหน้า หมูทอดที่ซอยสายลม เราจดเบอร์โทรไม่ทันใครมีเบอร์หรือรู้ทางช่วยบอกหน่อยว่าไปยังไง (ว่าแต่ ซอย สายลมอยู่ไหนยังไม่รู้จักเลย)

(pantip, 2550: ออนไลน์)

ร้านข้าวมันไก่ที่ออกตลาดสดสนาม เป้าวันนี้

เพื่อนๆ มีใครรู้บ้างคะ ว่าร้านข้าวมันไก่ที่ออกรายการตลาดสดสนามเป้าวันนี้ ชื่อร้านอะไร อยู่ที่ไหนคะอยากไปทานจัง

(pantip, 2550: ออนไลน์)

ร้านข้าวที่ตัวเมืองชลที่เคยออกรายการตลาดสดสนามเป้านี้ชื่อ ร้านอะไรครับและขอวิธีไปด้วยครับ

คือเพื่อนเคยบอกว่ามีร้านข้าว เหนียวอร่อยที่ตัวเมืองชล เคยออกรายการตลาดสดสนามเป้า ไปนานแล้วเคยลองไปหาหลายครั้งแล้วแต่ไม่เจอซักที เลยอยากขอรบกวนเพื่อน ๆ ในนี้ช่วยแนะนำชื่อร้านกับเส้นทางด้วยครับ ขอขอบคุณครับ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

ตามหาบะหมี่งาดำที่ออกรายการตลาด สดสนามเป้าคะ

ไม่ทราบว่าจะมีใครในห้องทราบ บ้างไหมคะว่า บะหมี่งาดำที่ออกรายการตลาดสดสนามเป้า ทางช่อง 5 เมื่อวันอาทิตย์ที่ผ่านมาอยู่แถวไหน??? รบกวนขอพิกัด และเบอร์ติดต่อคะ

(pantip, 2551: ออนไลน์)

ร้านโรตี่ นครปฐม

ร้านโรตี่ที่ออกรายการ ตลาดสดสนามเป้ามันอยู่ตรงไหนครับ ช่วยหน่อยครับ
ขอบคุณครับ

(pantip, 2551: ออนไลน์)

นอกจากนี้ยังรวมถึงการแสดงความคิดเห็นเพื่อสอบถามที่ตั้งหรือเส้นทาง การไปตลาดหรือสถานที่ที่รายการนำเสนอ ดังตัวอย่างเช่น

ตามหาชอย Little Japan

เมื่อหลายอาทิตย์ก่อน ดูรายการ "ตลาดสดสนามเป้า" พาไปเที่ยวชอย Little Japan ไม่ทราบว่ามีเพื่อนๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ในนี้มีใครพอจะบอกพิกัดได้บ้างไหมคะ ทราบแต่เพียงว่าอยู่ในกรุงเทพฯ นี่แหละค่ะ

(pantip, 2550: ออนไลน์)

ตลาดตลิ่งชันในรายการ ตลาดสดสนามเป้า

พอดีว่าเมื่อคืนได้ดูรายการตลาดสด สนามเป้า เขาพาไปเที่ยวตลาดตลิ่งชัน เห็นบรรยากาศแล้วชอบมากเลยคะ แต่เปิดมาดูกลาง ๆ รายการแล้ว เลยไม่รู้ว่าจะเดินทางไปอย่างไร แล้วตลาดนั้นอยู่ที่ไหน (จำชื่อตลาดน้ำแห่งนั้นไม่ได้คะ) อยากไปเที่ยวคะ ช่วยแนะนำวิธีการเดินทางให้หน่อยคะ

(pantip,2552: ออนไลน์)

ตลาดนัดม.เกษตร ขายกันวันไหนคะ

วันก่อนดูรายการตลาดสดสนามเป้า คำพาไปเที่ยวตลาดนัดขายอาหารสารพัดที่มี เกษตรไม่ทราบว่าคำขายกันวัน ไหนบ้างคะ แล้วก็ขายอยู่ตรงไหน ตลาดวายก็โมง แล้วมีที่จอดรถหรือเปล่านั้น ใครรู้ตอบหนูหน่อยนะ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

— แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านค้าหรือสินค้าหลังจากที่ติดตามยังร้านที่รายการนำเสนอ

นอกจากความคิดเห็นของผู้ชมรายการที่สอบถามเกี่ยวกับร้านค้าและสินค้าอาหารที่ออก รายการเพื่อการติดตามไปรับประทานแล้ว ยังมีประเด็นที่ผู้ชมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและบริการของร้านค้าที่รายการนำเสนอหลังจากได้ไปรับประทานมาแล้ว ซึ่งพบความคิดเห็นทั้งใน

ลักษณะเชิงบวก คือชื่นชมรสชาติและบริการ และพบความคิดเห็นในเชิงลบต่อรสชาติ และการบริการของร้านที่รายการนำเสนอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) ทัศนะในเชิงบวก

พบการแสดงความคิดเห็นในด้านที่ชื่นชมหรือสอบถามเกี่ยวกับบุคคลหรือร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการด้วยความสนใจ ตัวอย่างเช่น

ขอคอนเฟิร์มความอร่อยค่ะ ลูกขึ้นร้านป้าทิพย์เนี่ยอร่อยจริงๆไม่ใส่แป้งเลย ของเค้าดีจริงๆ เรากินมาตั้งกะเด็กๆเลย ตอนอยู่ออฟฟิศเก่ามีงาน TGIF ทุกเดือน เราก็สั่งมาที่ออฟฟิศครั้งละ 500-600 ไม่หมดเกลี้ยงไม่เหลือทุกครั้ง คนติดใจทั้งออฟฟิศเลยละ มีทั้งลูกขึ้นหมู เนื้อ (บางทีก็มีลูกขึ้นเบ็ดด้วยนะ) ทุกวันนี้ย้ายมาอยู่บ้านสามี ทุกครั้งที่กลับบ้านตัวเอง ยังต้องแวะซื้อทุกครั้ง สามีก็ติดใจ ช่วยป้าทิพย์อุดหนุนกันเยอะๆนะคะ

(pantip, 2551: ออนไลน์)

ร้านเมตตาหมูทอด ที่ออกตลาดสดสนามเป้า อยู่ไหนครับ และอร่อยจริงไหม ... แต่ดูท่าทาง น่าอร่อยมาก เพราะทำเยอะขนาดนั้น ทั้งหมู ข้าวเหนียว ดูเป็นอุตสาหกรรมย่อยๆเลย ถ้าไม่อร่อยคงไม่ทำเยอะขนาดนี้มังครับ ใครเคยกินคอนเฟิร์มหน่อยครับ และขอพิกัดด้วย

(pantip, 2551: ออนไลน์)

อร่อยจริงๆค่ะ ข้าวเหนียวก็นุ่มมากเลย เคยเอามาแช่ตู้เย็น แล้วเอามาอุ่นอะค่ะ ก็ยังนุ่มเหมือนซื้อมาใหม่ๆเลยหมู อร่อย เห็นแล้วอยากกินอีกแระ แต่ย้ายบ้านแล้ว ไม่ค่อยได้ไปซื้อเลย

(pantip, 2551: ออนไลน์)

(2) ทัศนคติเชิงลบ

นอกจากนี้ยังพบความคิดเห็นที่แสดงให้เห็นถึงความไม่เชื่อมั่นในสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการผ่านการแสดงทัศนคติเชิงลบต่อรายการ อันเนื่องมาจากร้านค้าที่รายการนำเสนอมีความผิดพลาดหรือข้อบกพร่อง ตัวอย่างเช่น

ร้านตีโกชนา เปิดอย่างสุทธแต่คหนึ่งกร็อบกรอบ

ไม่มีความอร่อยเลยแพงก็แพงเปิดตัวละ440บาทเปิดจานใหญ่จานละ360แพงไม่ละหมู กรอบจานละ 230แพงมากเลยแล้วขอบอกเลยว่าไม่มีความอร่อยเลยครับพี่น้องทุกท่าน ขนมหีบ 10ลูก60บาท แล้วเปิดไม่มีความอร่อยเลยแล้วแพงมากด้วยพอลองไปชิมแล้วเสียความรู้สึกอย่าง แรงมากเลยครับ ถ้าไม่ได้ออกตลาดสดสนามเป้านะผมขอบอกได้เลยว่าเจ๋งแน่ๆ เพราะแพงกินไปครับ ถ้าเจ้าขอร้านได้อ่านแล้วลองไปพิจารณาดูด้วยนะครับว่าท่านขายแพงมากเลยแล้ว ไม่อร่อยด้วยขายของในสถานการณ์เศรษฐกิจแบบนี้ด้วยนะบอกได้เลยว่าร้านตีโกชนา เปิดอย่างกรอบไม่มีความอร่อยเลยแพงมาก ไปกินที่เดียวเลิกเลยเสียความรู้สึกอย่างมากเลยที่ตลาดสดสนามเป้าเอามาออก ทิวี่ไม่มีความอร่อยเลย ผมว่าร้านเปิดที่ไปได้ออกที่วิวี่ร้านอื่นอร่อยกว่าอีกครับ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

ทำไม รายการทีวี ชอบเอาร้านแบบนี้มาออกทีวีนะ บริการไม่ได้ดีจริง อร่อยจริงหรือไม่ก็ไม่รู้ น่าจะมีการไปสอบถาม หรือสำรวจความคิดเห็นก่อนว่าดีจริงหรือเปล่า ไม่ใช่มาออกทีวี คนก็อยากไปกินทั้งนั้นแหละ (รวมทั้งเราด้วย) แต่ไปจริงๆ แล้วก็แค่นั้น

(pantip, 2552: ออนไลน์)

เรื่องของเราเกิดจากดูรายการ "ตลาดสดสนามเป้า" เช่นกันคะ เพราะว่าเป็นแฟนประจำรายการเรียกว่าดูทุกสัปดาห์ และหลายสัปดาห์ก็จะมาถ่ายแถวๆบ้านเรา ละเวลาลดพรวด 71 โชคชัย 4 และวันนั้นทางรายการก็ได้มาถ่ายร้านอาหารสไตล์พื้นบ้านแบบพอเพียง จากวันที่ชมรายการเรายังไม่รีบไปเพราะคิดว่าคนจะต้องเยอะ(ทั้งที่ชอยเข้า ร้านอยู่ตรงข้ามชอยบ้านเราเลย) ตอนที่รายการออกอากาศทางร้านก็ทำทางอัยาศัยดีมีคุณลุงดำเนินรายการไปกับ ดาราที่ร่วม

รายการ เรียกว่าดูอบอุ่นเลยแหละ เพราะว่าร้านเป็นบรรยากาศแบบเหมือนนั่งทานข้าวที่บ้าน หลังจากนั้น ประมาณเกือบเดือนเราจึงได้มีโอกาสไปทาน.... เราก็เลยรีบๆส่งไปส่งๆเอา และเราสั่ง เม็ดมะม่วงหิมพานต์มาทานเล่นด้วยอาหารอร่อยคะ อร่อยทุกอย่าง ที่นี้เพื่อนบอกว่าสั่งเม็ดมะม่วง มาอีกสิ..อร่อยดี เราก็เลยส่งไปกับลุงแก่ๆ (น่าจะเป็นลูกจ้างส่วนคนที่รับออเดอร์คนแรกน่าจะเป็น ลูกชายเจ้าของร้าน)พอจานเม็ด มะม่วงมา มีเม็ดมะม่วงอยู่นิดเดียวที่เหลือเป็นถั่วลิสง เพื่อนเรา เลยบอกว่าเห้ย!ทำไมปนถั่วมา.. ไม่อยากกินถั่วอะ.. เราก็เลยเรียกลุงมาถาม เราก็ถามดีๆนะถาม ว่าลุงคะนี่หนูสั่งเม็ดมะม่วงอะคะ ผิดโตะหรือป่าว..(เพราะมองไปมีเม็ดมะม่วงแค่ไม่เกิน 10 เม็ด นอกนั้นถั่วหมดเลย..) ลุงเค้าก็งะๆอะไรๆ เราก็เลยถามว่า เปลี่ยนให้ได้มั๊ย .แล้ว คุณพีที่รับออเดอร์ คนแรกก็เดินเข้ามา บอกว่าเม็ดมะม่วงหมด เลยเอาถั่วมาทอดรวมด้วย จะเอามั๊ย ! ถ้าไม่เอาก็เอา มา!ง มาก.. ตกใจด้วย วันนั้นไปกินแต่ผู้หญิงเลยกลัวๆบอกไม่เป็นไรคะ เดี่ยวเอาอันนี้หละ ...แล้ว ก็ทานกันไปเรื่อยๆ เช็คบิลเรื่อยๆ เดินออกจากร้านเรื่อยๆแต่ย้ำว่า อาหารอร่อยคะ ราคาไม่แพง และหลังจากวันนั้นเราก็ยังไปร้านเค้าอีก เพราะอร่อยและใกล้บ้านด้วย แต่ก็ยังไม่เคยเจอคุณลุงที่ ออกรายการเลย ไปเจอแต่คุณพีจอมโหดคนนั้น เราก็ปรับพฤติกรรมตัวเอง แบบไปถึงอยากทานไร ก็คิดไว้แล้วสั่งแล้วทานแล้วเช็คบิล รอบเดียวจบ! ที่ มาโพสต์ยาวยี้ดนี้ก็แค่ระบายอะคะ.. เพราะว่า บางที่เราเจอเหตุการณ์แบบนี้ก็ทำให้เราเซ็ง เพราะเวลาที่เราดูในรายการทีวีแล้วตั้งใจหรือดั้นด้นไป ทาน..ไม่ว่าใคร..ทุก คนก็คงไม่ได้เตรียมใจที่จะไปเจอพฤติกรรมเหล่านี้ใช่มั๊ยคะ..

(pantip, 2552: ออนไลน์)

ตลาดสดสนามเป้าก็เป็นรายการที่ดีรายการหนึ่ง ทำให้คนที่เป็นผู้ชมติดตามไปชิมก็น่าจะ เลือกร้านอาหารที่ไม่ใช่แค่ อร่อยหรือมีชื่ออย่างเดียว ควรจะมีมิตรไมตรีต่อลูกค้าทำให้ลูกค้า ประทับ ใจด้วย.....

(pantip, 2552: ออนไลน์)

ข่าวเหนียวหมูเจ๊อ้อย คนสู้ชีวิต ชาตินี้ ลากันที

ขอลอกตัวก่อนเลยนะครับ ว่าไม่ได้ตั้งใจจะมาดิสเครดิตใครทั้งสิ้น ไม่มีการจ้างมา เป็น เรื่องจริงล้วนๆ ที่เจอมากับเพื่อนๆ ที่ทำงาน(ผมทำงานใกล้ๆชอยนั้น แหละครับ) ผมเถื่อนว่านำเรื่องนี้ มาเล่าสู่กันฟัง จะเชื่อหรือไม่ก็ใช้วิจารณญาณพิจารณาเอานะครับ ข่าวเหนียวหมู เจ๊อ้อย คนสู้ชีวิต

ช.ข้างพหลโยธินเพลส ถ้าได้ดูรายการตลาดสดสนามเป้า วันอาทิตย์ที่ 21 ค.ค. 2550 จะมีเป็นรายการของร้านข้าวเหนียวหมูแจ๊ซอ้อย ที่ขายอยู่ข้างพหลโยธินเพลสโดยมี อีฟ AF มาร่วมรายการ แถมช่วยขายด้วย ด้วยความที่ดูรายการ แล้วอยากลอง .ทั้งๆที่เมื่อก่อนเดินผ่านไป ผ่านมายังไม่ค่อยสังเกตเลยว่ามีร้านนี้อยู่วันจันทร์ บ๊ีบ ผมลงไปซื้อบ๊ีบ ไอ้เห คนเป็นล้านเลยครับ จากที่ปกติไม่ค่อยมีคนผมก็ไม่ได้คิดอะไร ต่อแถวรอซื้อ แล้วก็ได้ออกมาตามระเบียบ ตามความ คิดผม รสชาติโอเค ไม่เลวร้ายแต่ไม่ขนาดต้องกินทุกวัน อาจเพราะผมลึนจรเข้มั่ง ผมเลยไม่ได้ร้อนที่จะซื้อมากินอีก เนื่องจากไม่อยากต่อคิวรอแต่ เพื่อนที่ทำงานผมลึครับเค้าตัดสินใจ วันนี้เลยลงไปซื้อมากิน นี่คือคนที่ 1 เจอเค้าซื้อสั่ง แม่ค้าบอกบอก "อย่าซื้อ จำไม่ได้ แล้วก็ต้องสั่งเหมือนกันด้วยทั้ง 2 ห่อด้วย" คือถ้าไม่สั่งเหมือนกันเค้าไม่ทำให้ "เตรียมเงินให้พอดี ด้วย ไม่มีทอน" แล้วนี่คือตอนที่เพื่อนไปรอซื้อ แล้วได้ยินว่ามีคน สั่งทุกอย่าง ไม่เอาหมูฝอยแม่ค้าว่าก็ "สั่งแบบนี้ได้จ้ะ" แล้วก็ตักหมูฝอยให้เฉย ..มีคนสั่ง 60 ห่อ จะเอาไว้กินพรุ่งนี้แม่ ค้าบอก "ไม่ทำ ไม่ขาย เดี่ยวไม่อร่อยเสียซื้อร้าน (อันนี้ผมพอเข้าใจครับ)"แต่ ดูคำพูดคุณเธอจะอารมณ์เสียจ้ะ ...แถมเมื่อกี้ผมไปร่วมแจมกินนะครับเจอผมมา 2 เส้น โอ้ววว นี่คือที่คนที่ 2 เจอครับไม่ใช่ เรื่องคำพูดครับแต่เป็นเรื่อง "ราคา"เพื่อนคนที่ 1 นั้นละลงไปซื้อตอน 11 โมง ได้มาราคาห่อละ 20เพื่อนคนที่ 2 ลงไปซื้อตอนเที่ยงนิดๆ ได้มาราคาห่อละ 30โดยแม่ค้าให้เหตุผลว่า ..ข้าวเหนียวจะหมดทำไม ดังแล้วเป็นอย่างนี้เนี่ยะ ไม่เข้าใจเลย ทั้งๆ ที่เมื่อก่อนร้านนี้ไม่ได้มีคนกินเยอะแยะมากมายอะไรเลยขนาดผมอยู่แถวนี้ มา 4 เดือนแล้วยังไม่เคยสังเกตว่ามีร้านอยู่... เฮ่ ลาทิชาตินี้ ข้าวเหนียวหมูแจ๊ซอ้อย

(pantip, 2550: ออนไลน์)

เราว่าน่าจะจริงๆร้านแจ๊ซอ้อยก็คงไม่ได้อร่อยมากควรค่า แก่การรอคิว40-50คนหรือก ก็คงจะอร่อยในระดับนึง แต่พอออกรายการ คนก็แหกกันไปซื้อชะขนาดนั้น เราว่าอาจเป็นเพราะขายดีมากจนเหนื่อย หงุดหงิดก็ได้มั้งคะ แต่ก็อย่างว่าแหละ เราเห็นบุคคลิกแจ๊ซอ้อยในรายการแล้วก็ไม่แปลกใจที่เพื่อนๆจะเจอแบบที่เล่ามา

(pantip, 2550: ออนไลน์)

ตลาดสดสนามเป้าเนี่ย ก็ซื้อมากไม่ได้ล่ะครับ เคยไปมากก็ไม่อร่อยตามที่รายการแนะนำ ข้อมูลดีผมว่าได้มาจากชาวกันครวยังแน่นอนกว่าอีก

(pantip, 2550: ออนไลน์)

ร้านก๋วยเตี๋ยวกวู่ที่ออกรายการตลาดสดสนามเป้าเมื่ออาทิตย์ก่อน เราไม่รู้หรือไม่ได้ดูแต่พอดู แล้วก็พามาเพราะอยากกิน คนเยอะมาก จอดรถกันถึงหน้าปากซอยร้านเหมือนไม่เคยเจอ คนเยอะมาก่อนเพราะนั่งรับมือไม่ไหว ลวกไม่ทัน ทำไม่ทัน ไต่ไม่พอและที่สำคัญคือ ไม่ค่อยสะอาดเท่าไรเรากินกันคนละชามแล้วก็จากไปด้วยความไม่ค่อยประทับใจเท่าไร รสชาติก็ธรรมดาอะ เราทำกินเองที่บ้านแล้วเอาปุมาใส่ก็ได้แต่ถูกมาก ราคาแถบนี้อยู่ที่ 10-20 บาทเท่านั้น ก๋วยเตี๋ยวกวู่ราคา 20 บาทเอง

(digitalinstinct,2550: ออนไลน์)

การแสดงความคิดเห็นที่น่าเสนอเป็นตัวอย่งเห็นได้ว่า ผู้ชมรายการตลาดสดสนามเปามีการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมเนื่องจากการรับชมรายการแล้วเกิดการติดตามไปรับประทานยังร้านค้าอาหารที่รายการนำเสนอ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเนื้อหาและรูปแบบรายการตลาดสดสนามเปามีสถานภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือในทัศนะของผู้ชมรายการ จึงสามารถโน้มน้าวให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกที่สนใจ และยอมรับจนต้องการติดตามไปบริโภคร้านที่รายการนำเสนอ

1) ผลกระทบของผู้ชมต่อความเชื่อถือในสถานภาพของบุคคลที่รายการ

นำเสนอ

— เชื่อถือในบุคคลที่รายการนำเสนอ

ผลกระทบต่อผู้ชมรายการที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวบุคคลเจ้าของร้านที่รายการนำเสนอเนื้อหาเรื่องชีวิต ซึ่งสามารถพบในการแสดงความคิดเห็น ชื่นชม ยกย่องตัวบุคคลที่รายการนำเสนอ ดังตัวอย่างเช่น

ดูแล้วอยากช่วยเค้า เจ้ทิพย์ลูกชิ้นศิริราช

พอดีวันนี้เห็นรายการทางช่อง 5 นะ เห็นเจ้คนนี้แกู้ชีวิตไม่ย่อท้อดี จากคนเคยรวยขายลูกชิ้นส่งร้านก๋วยเตี๋ยวกวู่กรุง กลายเป็นต้องมาเปิดแผงเล็กๆขายลูกชิ้นปิ้งเองที่แถวศิริราช จากเคยมีลูกน้องเยอะแยะ ก็ต้องมาทำกันเองสองคนสามมีภรรยา ล่าสุดสามมีแกก็ล้มป่วย ดูแล้วน่ากินมากเลยอะ ว่างๆเราว่าจะแวะไปช่วยอุดหนุนแก แต่ขอเอามาแปะให้เพื่อนๆใครอยู่ใกล้ ไปสะดวกช่วยไปอุดหนุนแกหน่อยนะ มีทั้งลูกชิ้นหมู เนื้อ ไก่เลย

เมื่อคืนได้ดูรายการเหมือนกันคะ รู้สึกชื่นชนที่เค้าเอาสูตรมาเปิดเผยให้คนดู รู้สึกดีที่เค้าไม่หวง อยากรแบ่งปัน ไม่เหมือนกับเจ้าหมูบั้ง (ตลาด อดท.) ที่ออกเทปเมื่อประมาณสองสามสัปดาห์ก่อน ดูแล้วเสียอารมณ์มากๆคะ ประมาณหวงสูตรสุดๆ ขนาดวิธีการเสียบหมูยังหวงเลย อยากรไปอุดหนุนเจ้าเค้าคะ แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้ไปแถวๆนั้นเลย ตอนดูยังนึกเลยคะว่าเฮียกับเจ้าใจดีจึงขอให้ผลบุญนี้ส่งผลให้เฮียเค้าหายป่วยไวๆ แล้วก็ขอให้ขายดิบขายดีนะคะ

เห็นเพื่อนๆ พี่ๆ เอาจักรยานขึ้นรถกระบะมาขี่เที่ยวที่เมืองกาญจน์บ่อย ถ้าคิดจะหาที่กินข้าวตอนขามาแล้ว ผมขอแนะนำร้านนี้ครับ ... เป็น ร้านข้าวแกงธงฟ้า ปลาไร้สับไฮโซ ที่เพิ่งจะออกโทรทัศน์ไปเมื่อไม่นานมานี้เอง ในรายการตลาดสดสนามเป้า ผมเองคนบ้านโป่งแท้ๆ ยังไม่รู้จักร้านนี้มาก่อนเลย ถึงแม้จะขี่รถผ่านบ่อยๆ แต่พอรู้ประวัติของเจ้าเจ้าของร้าน ผมก็ซึ่งในการรู้พระคุณของแม่ ที่สู้ชีวิต กลับมาคุยเรื่องของอาหารดีกว่า ร้านนี้มีของกินให้เลือกหลายแบบ โดยจะเน้น ปลาไร้ปรุงให้สุก มีเลือกหลายรูปแบบอาหาร นกผัดเผ็ด กบ ปลาไหล ... ดูออกจะแนวอาหารปานะครับ แต่ก็ที่อาหารทั่วไปให้เลือกกินกัน ต้มเลือดหมู กับข้าวสารพัดชนิด และก๋วยเตี๋ยว โดยมีฉลากปิดอย่างชัดเจนว่า "ร้านนี้ใช้หม้อก๋วยเตี่ยวปลอดสารตะกั่ว"

(thaimtb, 2552: ออนไลน์)

เมื่อคืนใครได้ดู รายการตลาดสดสนามเป้าบ้างคะ...เป็นเทปที่คุณนิโคล เทริโอไปเรียนทำขนมถึงแตกกับ "พี่เยาว์"เจ้าของร้านดังทองที่ตลาดท่าเสา ศิริราช ดูแล้วก็บ่นน้ำตาแตกอีกแล้ว ที่ประทับใจไม่ใช่คุณนิกก็ แต่เป็นสองสามีภรรยา พี่เยาว์กับพี่กึ่งเจ้าของร้านต่างหากคะ

พี่เยาว์เล่าว่า ชีวิตของทั้งคู่ลำบากมากกว่าจะฝ่าฟันมาถึงวันนี้ ตอนแต่งงานกันพี่เยาว์ให้สัญญากับพี่กึ่งว่าจะเลี้ยงดูไม่ให้ลำบาก แต่ก็รักษาสัญญาไม่ได้ หลังแต่งงานก็ต้องพาพี่กึ่งซึ่งกำลังท้องอ่อนๆไปรับจ้างเก็บฝ้ายบนภูเขา ได้ค่าแรงเพียงวันละ 20 บาท ญาติทางฝ่ายพี่กึ่งถึงกับสั่งให้เลิกและจะพาไปทำแท้งเพราะทนเห็นพี่กึ่ง ลำบากไม่ไหว แต่ด้วยความรักในตัวพี่เยาว์พี่กึ่งจึงยอมและบอกว่าในเมื่อแต่งงานแล้วก็จะ อยู่ด้วยกัน พี่เยาว์เล่าไปร้องไห้ไปว่ามีอยู่ครั้งหนึ่งพี่กึ่งแพ้ท้องอยากกินลอดช่อง สิงคโปร์ซึ่งขณะนั้นราคาถ้วยละ 2 บาท แต่พี่เยาว์ก็ไม่มีเงินซื้อให้ภรรยา กินทำให้รู้สึกเสียใจมากและฝังลึกเป็นปมในใจเรื่อยมา ขณะถ่ายทำรายการจึงทำเซอร์ไพรส์ภรรยา ด้วยการแอบซื้อลอดช่องถ้วยเบ่อเริ่มมา เตรียมไว้ พอพี่กึ่งเห็นเท่านั้นล่ะ ร้องไห้กันทั้งในจอนอกจอไปเลยคะ สุด ทำพี่เยาว์บอกกับพี่ กึ่งว่า "จากนี้ไปจะไม่ให้ลำบากอีกแล้ว อยู่ด้วยกันตลอดไปนะ"

ไม่มีอะไรมาพรากเราสองคนจากกันได้นอกจากความตาย...พี่รักกุงนะ"ขนม ถึงทองช่างหอมหวาน ...เหมือนความรักของพี่เยาว์และพี่กุงคะ

(mitsumadhumultiply,2551: ออนไลน์)

ได้ดู ตลาดสดสนามเป่าละยัง ช่วงคนดีศรีตลาด ...ป่ารักแห่งห้องแมว

เมื่อก็ได้ดู ป่ารักคนดีศรีตลาดแห่งห้องแมวแล้ว ประทับใจมาก ๆ มีพี่ ๆ เพื่อน ๆ ห้องแมวหลายคน น่ารักมาก ๆ แม่เป็ด พี่กุงคะ พี่เจ๊ียบ และพี่ ๆ เพื่อน ๆ อีกหลาย ๆ ท่าน ทุกท่านทำเพื่อแมวเหมือนตัวน้อย ตัวใหญ่ ทำให้แมวจรได้มีโอกาสได้บ้านอีกมากมายหลายตัว ออกอากาศไปวันนี้ หวังว่าคงมีคนเข้าใจโครงการรักษ์แมวบ้นน้ำใจให้แมวจรขึ้นมากกว่าเดิม ว่าในโลกนี้ยังมีคนทำเพื่อสิ่งมีชีวิตตัวน้อย ๆ เหล่านี้ด้วยใจจริง

(pantip, 2551: ออนไลน์)

คืนวันอาทิตย์ที่ผ่านมา ได้ "ข้อคิด คำคม" ไว้เป็นแนวทางสำหรับการใช้ชีวิตจากบุคคล 2 ท่าน ผ่านรายการโทรทัศน์ 2 รายการ รายการแรก คือ "ตลาดสดสนามเป่า" ออกอากาศทางช่อง 5 เวลาประมาณ 20.30 น. ช่วง "คน ดีศรีตลาด" นำเสนอเรื่องราวของ "ป่าจาย" ที่บ้านป่าจายปลูกต้นไม้ไว้หลากหลายพันธุ์เขียวครีมน้ เต็มไปหมดทั้งไม้ดอก ไม้ผล คุณป่าก็เลยคิดวิธีแจกจ่ายเมล็ดพันธุ์ให้กับคนที่ต้องการผ่านเว็บไซต์พันธุ์ทิพย์ พอมีคนเข้ามาขอ คุณป่าก็จะจัดส่งให้ทางไปรษณีย์ คนที่ขอก็จัดส่งวัสดุอุปกรณ์ เช่น ถูพลาสติกใส่เมล็ดพันธุ์ ของจดหมาย แสตมป์ กลับมาให้ป่าจาย แล้วพอเมล็ดพันธุ์ที่ได้รับไปงอกงามเจริญเติบโตออกดอก ออกผล พวกเขาก็จะถ่ายรูปส่งกลับมาให้ป่าจายดู จนกลายเป็น "เครือข่าย เมล็ดพันธุ์" ที่แพร่ขยายเติบโตอย่างงดงาม ... ป่าจายบอกถึงเหตุผลที่ทำให้เกิดความคิดเรื่องการแจกเมล็ดพันธุ์ไม่ให้กับคน อื่นๆ เพราะว่าครั้งหนึ่งป่าเคยเป็น "ผู้รับ" มาก่อน ป่าจายบอกว่า ความรู้สึกตอนที่ ได้รับนั้นดีใจมาก แต่ความรู้สึกตอนที่ เป็น "ผู้ให้" สุขใจมากยิ่งขึ้น ป่าจายบอกว่า อยากให้ทุกคนที่ได้รับเมล็ดพันธุ์ไปเมื่อปลูกจนมันเจริญเติบโตงอกงามดีแล้ว ก็อยากให้แจกจ่ายเมล็ดพันธุ์ให้กับคนอื่นต่อๆ ไป เหมือนอย่างที่ทำ ป่าจายทำ เพราะเท่ากับได้มีส่วนช่วยเพิ่มพืชพรรณและพื้นที่สีเขียวให้มีมากยิ่งขึ้น

(gotoknow, 2551: ออนไลน์)

ได้รู้จักคุณป้าจากในรายการทีวีเช่นกันคะรู้สึกชื่นชมคุณป้ามาก นอกจากจะเป็นผู้นำในการปลูกต้นไม้ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีแล้วยังได้เผื่อแผ่ให้ กับทุกคนได้ร่วมกันปลูกในประเทศไทยกลับกลายมาเป็นสีเขียวอีกครั้ง นิ่ง..... ที่บ้านหนูมีพื้นที่ไม่มากเท่าไรแต่ทั้งแม่และ หนูชอบปลูกต้นไม้อยากให้คุณป้าช่วยแนะนำหน่อยคะอะไรก็ได้ ขอขอบคุณ คุณป้าอย่างสูงนะคะ

(gotoknow, 2551: ออนไลน์)

เมื่อวันก่อนได้ดู รายการตลาดสดสนามเป้าเลยเข้ามาห้องกันครัวเพื่อหากระ ทุ๋นี้ และ กระทุ๋นี้ก็เป็นกระทุ๋แนะนำเสียด้วยสิครับพอดีมีโอกาสได้ ชมรายการพร้อมๆ กับคุณแม่ คุณแม่เอ่ยว่า ทุกคนเป็นคนดีมากๆ และมีจิตใจดีมากๆ ที่มาแบ่งปันความรู้ครับ เพราะทางรายการบอกว่าบางคนก็นำเอาความรู้ตรงนี้ไปทำเป็นอาชีพ ผมเองก็ประทับใจและรู้สึกยินดีที่สังคมไทยมีกลุ่มนี้ อยู่ ต้องขอขอบคุณพี่เสื่อดำคนที่อ้วนๆ เท่ๆ ที่เป็นต้นคิดครับ รู้สึกอิมเมจไปด้วยเลยครับ ท่ามกลางคนบ้าที่อยากต่อยตีกันเรื่องการเมือง มีข่าวนี้ออกมาก็เหมือนกับมีแหล่งน้ำในทะเลทรายเลยครับ แล้วก็ไม่ ู้จะบังเอิญหรือเปล่า เร็วๆ นี้ที่ต่างประเทศก็มีคนทำคล้ายๆ กันและเป็นข่าวใหญ่ในเน็ต เรียกว่า Open Source Restaurant คือร้านอาหารที่มีสูตรอาหารให้ด้วย แนวคิดคล้ายๆ กัน แต่เท่าที่ผมดูแล้วของพี่เสื่อดำนี่เจ๋งกว่าครับ เพราะ community นี้ contribute กันสุดๆ ถึงกับปริ้นสูตรมาแจกอีกต่างหาก ถึงของนอกจะดีสู้ไม่ได้แต่ขออนุญาตเอาลิงค์มาแปะไว้เผื่อได้ไอเดียเพิ่มเติมครับ สุด ท้าย ถึงแม้จะไม่ได้เล่นห้องกันครัวเลยก็เถอะ แต่ก็รู้สึกเหมือนใกล้ตัวเนื่องจากผมเล่น pantip บ่อยเหมือนกัน ก็รู้สึกดีใจไปด้วยครับ ขอให้โครงการนี้อยู่นานๆ

(pantip, 2552: ออนไลน์)

2) ผลกระทบของผู้ชมต่อความเชื่อถือในสถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า

– ความเชื่อถือในตัวรายการ

นอกจากความคิดเห็นของผู้ชมรายการที่แสดงความยกย่อง ชื่นชมในตัวบุคคลหรือเจ้าของร้านที่ออกรายการแล้ว ยังมีความคิดเห็นของผู้ชมที่แสดงความชื่นชมในรูปแบบ และเนื้อหาการนำเสนอของรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสถานภาพที่ดีของรายการในทัศนะของผู้ชม ดังตัวอย่างที่พบต่อไปนี้

ชื่อตอน : ตลาดสดสนามเป้า

เกริ่นเรื่อง : รายการน่ารักที่อยากให้คุณ

วันนี้ดูรายการตลาดสดสนามเป้า เราชอบมากเลยรายการนี้ คือ คอนเซ็ปต์รายการเขาดีมาก เขาพาเราไปดูสถานที่ที่ออกแนวชาวบ้าน พาเราไปสัมผัสวิถีชีวิตเรียบง่ายแทรกแนวคิดแบบชีวิตพอเพียงที่คนไทยน่าจะดำเนินชีวิตตามได้โดยไม่ต้องฟังเพื่อเห่อเหิมไปตามกระแสบริโภคนิยม แล้วหันกลับมามองของไทยๆเดิมๆที่เราไม่มีอยู่ไหนเลย แคะนี้ก็น่าเป็นสิ่งที่เรามีชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข

พิธีกรรายการก็น่ารักมากนะ เราชอบจังดูลงตัวดี ไม่ว่าจะพื้หนูเหม่ม พื้หนูเหมียว หรือน้องหนูรถเมล์ คุณกันได้อารมณ์ดี ... มีสาระทีเดียว ยิ่งเวลาการออกตลาดเนี่ยรถเมล์ เขาดูธรรมชาติดี.....ไม่ตัดจริตจนเกินเหตุอย่างที่พิธีกรสาวๆคนอื่นเขาทำกัน วันนี้เขาพาไปดู คุณลุงคนหนึ่ง มีร้านกาแฟเล็กๆน่ารัก สมนึก โกปี้ (โกปี้ เป็น คำโบราณหมายถึง Coffee) ร้านแกอยู่เชียงใหม่ ประมาณว่าเคยอยู่กรุงเทพฯตงงาน แล้วก็เลยย้ายไปอยู่เชียงใหม่ เมื่อก่อนแกปั่น จักรยานขายกาแฟโบราณ แต่งตัว แต่งรถให้ดูโบราณหมด กระจบอง แก้ว กระจดิก อะไรก็ใช้ของโบราณ ดูดี มากเห็นแล้วนึกถึงร้านกาแฟปากซอยสมัยเราเด็กๆชอบใจจริงๆ ถ้าไปเชียงใหม่แวะไปได้อยู่แถวถนนสารภีคิดว่าน่าจะหาไม่ยากนะ

ตลาดโบราณที่เขา พาไปวันนี้ คือ ตลาดลาดชะโดผักให้อยุธยาชอ บมากมีบ้านโบราณริมน้ำคือ บ้านห้องแถวที่คนรุ่นพ่อรุ่นแม่เราเขาไว้ค้าขายนะ ดิใจที่ตลาดแบบนี้ยังมีชีวิตอยู่ เมื่อก่อนมีแพจอดเต็มลำน้ำ เพราะเป็นจุดแวะก่อนที่จะล่องลงมาที่บางกอก นึกถึงว่ามีแพจอดพักจอดซื้อของ เต็มไปหมดนี่มันคงจะคึกคักดีนะ นึกถึงสมัยเด็กๆ เราอยู่ใกล้แม่น้ำแม่กลองเหมือนกัน แล้วก็จะมีเรือแพของชาวบ้านเขาจอดอยู่เต็มริมน้ำไปหมด นานไปเรือแพพวกนั้นก็ค่อยๆ หายไป จนกระทั่งเรือแพเรือนสุดท้ายหายไปจากลำน้ำ เราเสียดายมากนะที่ไม่ได้เห็นภาพเหล่านั้นอีกแล้ว ที่นี้เป็นแหล่งโลกทัศน์ที่ละครแนวพีเรียดมาถ่ายทำมากทีเดียวนำไปเที่ยวดูซักทีหนึ่งไม่ไกลจากกรุงเทพฯเท่าไรด้วย เห็นแบบนี้ แล้วอยากไปใช้ชีวิตแบบชาวบ้าน ชายของอยู่ไปวันๆ มีกินมีเก็บ มีเพื่อนที่จริงใจ อยู่ในชุมชนที่อบอุ่น ต้อง มีสักวัน...ต้องมีสักวัน...ไม่ไกลเกินฝัน

(dek-d, 2551: ออนไลน์)

ตลาดสด...สนามเป้า...ชายของใครว่าหมู

นาน มาแล้ว ไม่ชอบดูทีวี เพราะไม่รู้จะดูอะไร ไม่มีอะไรให้ดู ไม่เห็นสนุก ชักรายการ หารายการโปรดไม่เจอ...ล้นแปดเหตุผลที่รู้สึกว่าการทำดีทำชั่ว สุดท้ายความจำเป็นบางอย่าง ทำให้ต้องเริ่มดูทีวี จากหนึ่งเป็นสอง เป็นสาม เป็นสี่รายการ และก็เริ่มติดบางรายการ และก็รู้สึกว่าการบางรายการมันช่างน่าพูดถึง เลือกรายการตลาดสด ...สนาม เป้า ก่อนเลยละกัน ออกอากาศทางช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา...ก็โมงพะ เดียวไปดูไทยก่อน อ้อ 20.15 น. พิธีกรประกอบไปด้วยคุณหมอลักษณ์ พันธง / พี่หมูหม่อม สุริวิภา / เหมียว ปวันรัตน์ในรายการก็จะมีแซ่กซ์เบญ มาเล่าที่เรื่องส่วนตัวของเค้า แล้วก็ให้คุณดารารับเชิญเนี่ยไปลองใช้ชีวิต พ่อค้าแม่ค้า แล้วแต่เค้าจะเลือกว่าประเภทไหน อย่างที่เราได้ดูที่ผ่านมา ก็มีตอนขายผลไม้ (จำไม่ได้ว่าใครเป็นแซ่กซ์เบญ และตอนล่าสุดที่ดู คือตอนที่ กอล์ฟ เบญจพล มาเป็นพ่อค้าขายน้ำที่เจเจ ขายไปบ่นไป เวลาคนมาซื้อบ่นว่า ไม่อร่อย รอนาน ก็บอกให้ไปซื้อร้านอื่น เจ้าของร้านบอก..แบบนี้ เจ็งแน่ ๆ เค้า ให้ลองทำทุกอย่าง ทั้งชงน้ำ ตักน้ำแข็ง เดินไปส่งน้ำตามร้านต่าง ๆ ดินะ ดูแล้วก็รู้สึกว่า ทำอะไรมันก็มีเทคนิค มี Strategy ได้ทั้งนั้น แม้แต่ขายผลไม้รถเข็น หรือขายน้ำเจเจ อี กอย่างที่คนจะค้าจะขาย ต้องมีคือ servicemind เราว่ารายการนี้ช่างมีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ ไม่ยัดเยียด ได้ทั้ง idea และ ความบันเทิงจากการเห็นดาราหันผลไม้เบี้ยว หรือชงกาแฟไม่อร่อยแล้วโดนคนซื้อด่า เบรคอื่น ๆ เค้าก็พาไปชมตลาดตามทีต่าง ๆ หรือบางทีก็เอาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาแนะนำ เช่นปาท้องโกโก้ได้ที่นครปฐม

(blogging, 2549: ออนไลน์)

ผลกระทบทำให้ผู้ชมยอมรับเชื่อมั่นในสถานภาพของบุคคลที่รายการนำเสนอ ซึ่งสะท้อนจากการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่ได้ รับชมรายการ เนื่องจากเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ รายการที่มีการถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตของบุคคลเจ้าของร้าน เมื่อผู้ชมได้รับชมทำให้เกิดความรู้สึกหรือทัศนคติเกี่ยวกับบุคคลที่รายการนำเสนอ จึงถือได้ว่ารายการมีส่วนในการสร้างทัศนคติให้เกิดการยอมรับในตัวบุคคลรวมถึงให้ยอมรับในความน่าเชื่อถือของรายการตลาดสดสนามเป้าเองเช่นกัน

เมื่อสรุปจากการวิเคราะห์ผลกระทบจากการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

(1) ความคิดเห็นของผู้ชมรายการที่สะท้อนผ่านการแสดงความคิดเห็นต่อบุคคลหรือร้านค้าที่รายการตลาดสดสนามเป้านำเสนอ มีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของตัวรายการเกี่ยวโยงสัมพันธ์กัน โดยเมื่อรายการนำเรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้านำเสนอแก่ผู้ชม รายการต้องคัดเลือกและตรวจสอบว่าร้านค้านั้นมีคุณภาพในระดับหนึ่ง หรือมีความน่าสนใจเพียงพอที่จะนำเรื่องราวไปนำเสนอในรายการ และเมื่อร้านค้าหรือบุคคลถูกนำเสนอในรายการแล้วจะถือว่าได้รับสถานภาพจากการออกรายการตลาดสดสนามเป้า เนื่องจากผู้ชมรายการมีความเชื่อมั่น เชื่อถือในรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งเมื่อร้านค้าหรือบุคคลนั้นไม่เป็นไปอย่างที่รายการได้นำเสนอ หรือมีข้อผิดพลาดที่ทำให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอ จะทำให้ตัวรายการตลาดสดสนามเป้าเองถูกลดสถานภาพความน่าเชื่อถือในตัวรายการ ส่วนผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าในปัจจุบันนี้ผู้ชมรายการตลาดสดสนามเปื่อยังมีความเชื่อถือในตัวรายการตลาดสดสนามเป้าอยู่ สืบเนื่องจากการผลกระทบของร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการที่มีผู้ชมติดตามไปบริโภคยังร้านเป็นจำนวนมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมยังคงมีความเชื่อถือรายการอยู่เป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้ผู้ชมบางส่วนจะมีความเห็นที่ แสดงความไม่พอใจหลังจากการติดตามไปรับประทานร้านที่รายการนำเสนอ และตำหนิตัวรายการในการคัดเลือกร้าน แต่ยังคงพบว่ามีจำนวนน้อย และพบว่าผู้ชมรายการมีความเข้าใจว่ารายการตลาดสดสนามเป่าเน้นการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือร้านค้าที่น่าสนใจเรื่องความแปลก ความแตกต่าง หรือ มีเอกลักษณ์เป็นประเด็นในการนำเสนอ มากกว่าการมุ่งเน้นประเด็นการนำเสนอเพื่อรับรองความอร่อย จึงทำให้รายการยังสามารถดำรงสถานภาพความน่าเชื่อถือต่อผู้ชมรายการไว้ได้

(2) การถูกนำเสนอในสื่อจึงไม่เพียงแต่จะเป็นการให้สถานภาพเท่านั้น แต่ยังสามารถลดสถานภาพ หรือชื่อเสียงของบุคคลและสถาบันต่างๆได้ เช่นกัน ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนจากผลกระทบที่ต่อผู้ชมรายการ เมื่อผู้ชมที่เชื่อมั่นในรายการติดตามไปรับประทานยังร้านที่รายการนำเสนอ แต่พบว่าร้านที่นำเสนอไม่ได้อร่อย หรือมีคุณภาพอย่างที่รายการนำเสนอไว้ เมื่อผู้ชมเกิดความผิดหวังในตัวร้านค้าหรือบุคคลที่รายการเคยให้การรับรองไว้ และเมื่อได้แสดงความคิดเห็นในพื้นที่สาธารณะทำให้คนอื่นได้รับรู้ความคิดเห็น วงความคิดจึงขยายออกไปทำให้ร้านค้าหรือบุคคลนั้นเสียชื่อเสียง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายการ ทำให้ผู้ชมเห็นว่ารายการนำเสนอข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง เกิดความสงสัยในตัวรายการว่ามีหลักเกณฑ์อะไรในการคัดเลือกบุคคลหรือร้านค้ามาออกรายการ

สถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการจึงลดลง จึงเห็นได้ว่าเป็นลักษณะของความเชื่อมโยงถ่ายเท
สถานภาพระหว่างรายการกับร้านค้าหรือบุคคลที่รายการนำเสนอ

(3) ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างสูง เนื่องจากศักยภาพในการ
แพร่กระจายเรื่องราวได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง การนำเสนอรายการที่มีลักษณะเหมือนการแนะนำ
แบบปากต่อปาก แต่ผู้รับสารในวงกว้างและมีจำนวนมากทำให้เกิดการติดตามไปบริโภคยังร้านค้า
ที่รายการนำเสนอ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ร้านค้าที่เคย ยอดกรรายการในกรณีที่เป็นร้านค้าที่เคยถูก
นำเสนอผ่านสื่ออื่นๆมาก่อนเช่น สื่อสิ่งพิมพ์หรือรายการโทรทัศน์อื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบผลกระทบ
หลังถูกนำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้าพบว่ามีความแตกต่างอย่างชัดเจน ในแง่ของจำนวน
ลูกค้าและยอดการขาย และการเป็นที่จดจำได้ของผู้ชมรายการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์
สามารถแพร่ขยายไปสู่ผู้ชมได้ในวงกว้าง และยังสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมมีความเชื่อถือ เชื่อมั่นในตัว
รายการตลาดสดสนามเป้า จนสามารถโน้มน้าวผู้ชมให้ติดตามไปบริโภคยังร้านค้าที่รายการ
นำเสนอได้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องบทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า เพื่อศึกษาทำความเข้าใจในประเด็นการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของสื่อมวลชน รวมถึงผลกระทบที่มีต่อบุคคลและร้านค้าที่ถูกนำเสนอในรายการ โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องการให้สถานภาพของสื่อ (status conferral) มาเป็นกรอบในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิเคราะห์บทบาทและกระบวนการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า โดยจะนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ ศึกษาพัฒนาการรายการ เนื้อหาและรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการตลาดสดสนามเป้า และบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการ โดยได้ข้อสรุปดังนี้

1.1. พัฒนาการรายการ

สรุปภาพรวมพัฒนาการในแต่ละองค์ประกอบของรายการตลาดสดสนามเป้าคือ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 2 ยุค คือยุคแรกเริ่มออกอากาศในปี พ .ศ. 2548 จนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 จนถึงยุคหลังคือช่วงการออกอากาศตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ .ศ. 2550 จนถึงปัจจุบัน (ตุลาคม 2552) พบว่ามีพัฒนาการในองค์ประกอบด้านต่างๆของรายการ ทั้งส่วนของเนื้อหาที่ได้ปรับเปลี่ยนการนำเสนอจากเรื่องราวของอาชีพมาเป็นเรื่องราวของชีวิตผู้ประกอบการอาชีพมากขึ้น เห็นได้จากช่วงมือใหม่หัดขายและคนดีศรีตลาด และใช้กลยุทธ์ในเรื่องของความแปลกและแตกต่างของตัวบุคคลหรือสินค้าเพื่อสร้างความน่าสนใจ

ส่วนวิธีการนำเสนอ รายการตลาดสดสนามเป้าได้มีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบคือ พิธีกรหลัก จากเดิมคือ ลักษณะน์ เรขานิเทศ สุริวิภา กุลตั้งวัฒนา และปวันรัตน์ นาคสุริยะ มาเป็นพิธีกรหลัก คือ สุริวิภา กุลตั้งวัฒนา ปวันรัตน์ นาคสุริยะ และคะนี่ งามใจ จักรสมิทธานนท์ ซึ่งปรับมาจากพิธีกรประจำช่วง “ชมตลาด ” มาเป็นพิธีกรหลักของรายการแทน

ลักษณะ เรขานิเทศตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2550 ส่วนของแขกรับเชิญได้มีการเพิ่มความน่าสนใจในประเด็นที่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องราวของร้านค้า หรือผู้ประกอบการอาชีพที่แขกรับเชิญต้องไปเรียนรู้การทำงานในช่วง “มือใหม่หัดขาย” มากขึ้น องค์ประกอบต่อมาคือ บรรยากาศของรายการ ทั้ง ฉาก แสง สี และเสียง ตั้งแต่ยุคแรกจนของการออกอากาศยังไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน มีเพียงการปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้ทันสมัย หรือ การเพิ่มเติมร้านค้าซึ่งเป็นสินค้าที่สนับสนุนรายการเป็นต้น ประการสุดท้ายคือที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนคือรูปแบบการนำเสนอที่ปรับเปลี่ยนช่วงของรายการจากช่วง “ขึ้นเขียง” มาเป็น ช่วง “มือใหม่หัดขาย” รวมถึงรูปแบบการนำเสนอที่จำลองสถานการณ์เหตุการณ์ต่างๆในตลาดโดยมีตัวละครเป็นพ่อค้าแม่ค้า เพื่อเปิดรายการและนำเข้าสู่ช่วงต่างๆของรายการเป็นสีสันความคึกคักเสริมบรรยากาศของตลาดที่ยังคงดำเนินมาจนถึงรูปแบบรายการในปัจจุบัน

1.2 เนื้อหาและรูปแบบรายการตลาดสดสนามเป้าในยุคปัจจุบัน

ศึกษาจากรายการตลาดสดสนามเป้า จำนวน 20 ตอน ที่ออกอากาศตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2552 ถึง เดือนตุลาคม 2552 พบว่าเนื้อหาหลักของรายการตลาดสดสนามเป้า ผ่าน 4 ช่วงหลักของรายการสามารถสรุปลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏในรายการ โดยจำแนกผ่านองค์ประกอบของตลาดดังนี้

1) ผู้ค้า

เสนอเนื้อหาข้อมูลในส่วนของผู้ประกอบการอาชีพ เช่นลักษณะการทำงาน ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ข้อคิดคุณธรรมประจำตน ความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งปรากฏในช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และ ชมตลาด

2) ผู้ซื้อ

เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ข้อมูลของกลุ่มลูกค้าผู้ซื้อสินค้าในตลาดหรือร้านค้าต่างๆ รวมถึงความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อ ผู้ค้า 1 สินค้า สถานที่บรรยากาศในตลาด เป็นต้น ปรากฏในช่วงมือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด

3) สินค้า

นำเสนอข้อมูลลักษณะความแตกต่าง เอกลักษณะที่โดดเด่นของสินค้าที่ได้รับเลือกเพื่อนำมาเสนอในรายการ ว่ามีลักษณะแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันอย่างไร เป็น ต้น ปรากฏในช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด

4) บรรยากาศในตลาด/สถานที่

นำเสนอเนื้อหาข้อมูลของสถานที่ของตลาด หรือร้านค้า เช่นสถานที่ตั้ง วันและเวลาเปิดและปิด ลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยปรากฏในช่วง มือใหม่หัดขาย แหวกตลาด คนดีศรีตลาด และชมตลาด

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอที่ปรากฏเห็นได้ชัดนอกจากจะมีความสอดคล้องกับแนวคิดหลักของรายการเรื่อง “ตลาด” แล้ว ยังต้องสอดคล้องกับรูปแบบของรายการซึ่งเป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิงที่ต้องมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอ นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาผ่านช่วงต่างๆของรายการตลาดสดสนามเป้า

ส่วนองค์ประกอบของรูปแบบการนำเสนอ มีความชัดเจนของประเด็นในการนำเสนอ ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ผลิตได้ใช้กลยุทธ์การนำเสนอรายการที่เน้นเรื่องความง่ายในการรับชม รายการประกอบด้วยสาระและบันเทิง ส่วนของสาระอยู่ที่การนำเสนอเนื้อหารายการที่นำเสนอสาระความรู้ที่แปลกใหม่รวมถึง ประโยชน์และข้อคิดที่ได้จากบุคคลหรือเรื่องราวที่นำเสนอ ผสานกับความบันเทิงผ่านรูปแบบการนำเสนอรายการ โดยใช้กลยุทธ์การสร้าง ความ สนุกสนาน สร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ชม ผ่านองค์ประกอบในการนำเสนอ คือพิธีกร แขกรับเชิญ รวมถึงบรรยากาศฉาก แสง สี เสียง และอุปกรณ์ประกอบฉากในการสร้างความสดใสมีชีวิตชีวา และรูปแบบรายการเช่นสถานการณ์จำลองในตลาดที่สร้างความตลกขบขันจากเรื่องราวในตลาด เป็น ต้น

1.3 บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันในรายการตลาดสดสนามเป้า

ผู้วิจัยเห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป้ามีบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคล และสถาบันของรายการที่นำเสนอผ่านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการ ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกบทบาทของการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้าเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- (1) บทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคล
- (2) บทบาทการให้สถานภาพแก่ร้านค้า และสินค้า
- (3) บทบาทการให้สถานภาพแก่อาชีพ
- (4) บทบาทการให้สถานภาพแก่ตลาด

ผู้วิจัยสามารถสรุป บทบาทการให้สถานภาพ ของรายการตลาดสดสนามเป้าผ่านกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

(1) โดยการที่สื่อนำเสนอเรื่องราวต่อสาธารณชน

ยุคปัจจุบันผู้ชมได้รับข้อมูลและเรียนรู้สิ่งต่างๆผ่านสื่อมวลชน โอกาสที่จะได้เข้าไปสัมผัสหรือมีประสบการณ์ต่อสิ่งต่างๆโดยตรงนั้นเป็นไปได้ยาก สื่อจึงมีส่วนสำคัญต่อการเรียนรู้ ทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องราวต่างๆตามมุมมองที่สื่อนำเสนอ ดังนั้นการที่บุคคลหรือสถาบันต่างๆได้ปรากฏในสื่อมวลชน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นของสาธารณชนต่อความคิด บุคคลหรือสถาบันนั้นๆ (Simonson, 1999) เมื่อได้ออกโทรทัศน์แล้วผู้ชมถือว่าบุคคลหรือเรื่องราวนั้นมีความสำคัญเพียงพอที่ได้ถูกคัดเลือกมาเพื่อนำเสนอในรายการ ดังนั้นเมื่อรายการตลาดสดสนามเป้าได้นำเสนอเรื่องราวของบุคคล ร้านค้า สินค้า อาชีพและตลาดต่อสาธารณชนแล้ว สถานภาพของเรื่องราวที่ถูกนำเสนอจึงมีความเปลี่ยนแปลง

(2) โดยการแสดงความคิดเห็นของรายการ

เมื่อเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบันถูกนำเสนอผ่านสื่อ ทำให้สาธารณชนได้รู้จักในวงกว้าง คุณสมบัติในการแสดงความคิดเห็นของสื่อเป็นกระบวนการในลำดับต่อมา การนำเสนอของสื่อซึ่งประกอบด้วยการแสดงความคิดเห็นของสื่อจึงมีผลทำให้เกิดความคิด ทัศนคติ รวมถึงความน่าเชื่อถือต่อผู้ชมรายการ ผู้วิจัยเห็นว่ารายการตลาดสดสนามเป้านำเสนอเรื่องราวของบุคคล ร้านค้า หรือตลาดผ่านกลยุทธ์ดังนี้

— การคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาที่จะนำเสนอ (message selection design) เช่นการคัดเลือกแง่มุมที่รายการต้องการเน้นในการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบัน

— นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวผ่านการ ประเมินและตัดสินคุณค่าโดยรายการ (value and judgement) เช่นเสนอทัศนคติที่ดีต่อ บุค คล ร้านค้า หรือตลาดที่รายการนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ผ่านการชื่นชม ยกย่อง ชมเชยบุคคล หรือ ผ่านการแสดงความรู้สึกชื่นชอบในร้านค้า สินค้า รวมถึงตลาดที่ปรากฏในรายการ

— การประกอบสร้างความหมายของรายการ ตัวอย่างเช่นในการรื้อถอน ความหมาย (deconstruction) คำว่าตลาดใหม่โดยการเพิ่มมูลค่า และเลือกหยิบเอาที่รายการ ต้องการนำเสนอในการ ถ่ายทอดความหมาย ทำให้ ผู้ชมเกิดความพึงใจในทัศนคติที่รายการ นำเสนอเกี่ยวกับบุคคลหรือสถาบันนั้นๆ เมื่อรายการนำเสนอทัศนคติที่ดี ผู้ชมย่อมเกิดความรู้สึกที่ ดีต่อบุคคล สถาบัน หรือเรื่องราวที่รายการนำเสนอ

(3) โดยการนำเสนอร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (celebrity)

บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ปรากฏในรายการ คือ พิธีกร ซึ่งเป็นนักแสดงหรือดารา ที่ ประชาชนรู้จักโดยทั่วไป และรูปแบบการนำเสนอรายการในช่วงมือใหม่หัดขาย ที่มีแขกรับเชิญที่ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่นศิลปิน ดารา นักร้องที่มีชื่อเสียง เมื่อนำเสนอเรื่องราวร่วมกับบุคคลที่ มี ชื่อเสียงแล้ว นอกจากจะสร้างความน่าสนใจในการรับชมแล้ว ยังถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทใน การให้สถานภาพแก่บุคคลหรือสถาบันที่นำเสนอได้ เนื่องจากเมื่อนำเสนอเรื่องราวร่วมกับบุคคลที่ มีสถานภาพที่ดีเป็นที่ยอมรับ เท่ากับเป็นการถ่ายเทสถานภาพของบุคคลที่มีชื่อเสียงให้กับเรื่องราว ที่บุคคลนั้นนำเสนอได้

(4) นำเสนอโดยการมีพยานรับรอง (testimonial)

การนำเสนอเรื่องราวโดยมีพยานรับรอง จากการนำเสนอคำสัมภาษณ์ความ คิดเห็น ความรู้สึกของผู้ซื้อที่มารับประทานหรือใช้บริการร้านค้า นำเสนอความคิดเห็นของบุคคล ต่างๆที่กล่าวมานั้นเป็นเสมือนพยานในการรับรองยืนยันเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับตัวบุคคลหรือ ร้านค้าที่รายการนำเสนอได้ ดังเช่นกัน จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่รายการตลาดสดสนามเป้า ใช้ในการให้ สถานภาพที่ปรากฏในรายการ

วัตถุประสงค์ข้อ 2 ของการวิจัยคือ การวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการ เพื่อให้การรับรองบุคคลและสถาบันที่นำเสนอในรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งกระบวนการผลิตรายการดังนี้

2. กระบวนการผลิตรายการตลาดสดสนามเป้า

- 1) ขั้นวางแผนผลิตรายการ (planning)
- 2) ขั้นต่อนก่อนการผลิต (pre-production)
- 3) ขั้นดำเนินการผลิต (production)
- 4) ขั้นหลังการผลิต (post production)

ภาพรวมขั้นตอนการผลิตรายการสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

(1) ขั้นตอนที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญในการสร้างสถานภาพแก่รายการคือ ขั้นตอนการวางแผนก่อนการผลิตรายการ และขั้นตอนก่อนการผลิต ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอในรายการ รวมถึงขั้นตอนในการตรวจสอบข้อมูลเนื่องจากหากรายการนำเสนอข้อมูลโดยขาดการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของตัวรายการทันที ดังนั้นกระบวนการผลิตรายการจึงมีผลต่อการรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการต่อผู้ชม

(2) การศึกษาระบวนการผลิตรายการสามารถวิเคราะห์ ได้ว่าผู้ผลิตรายการใช้มาตรการการป้องกันไว้ก่อน (preventive) ในการรักษาสถานภาพของรายการ ผู้วิจัยเห็นว่าเนื่องจากรายการมีข้อจำกัดในเรื่องของบุคลากรในการผลิตรายการที่มีจำนวนน้อย ดังนั้นการจะรักษาสถานภาพความน่าเชื่อถือของรายการโดยการกลับไปตรวจสอบคุณภาพของร้านค้าที่เคยถูกนำเสนอในรายการจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ลำบาก รายการจึงใช้มาตรการในการชี้แจงแก่ร้านค้าก่อนการถ่ายทำรายการเพื่อให้ร้านค้าที่รายการนำเสนอคำนึงถึงการรักษามาตรฐานและคุณภาพของร้านค้าหลังการออกอากาศ เพื่อรักษาสถานภาพของร้านค้าที่จะส่งผลกระทบต่อสถานภาพของตัวรายการเช่นกัน

(3) จากการวิเคราะห์ขั้นตอนการผลิตรายการผู้วิจัยเห็นว่าผู้ผลิตรายการต้องการสื่อ ความหมายจากเนื้อหาที่นำเสนอมากกว่าเรื่องความอร่อยของสินค้าอาหาร ซึ่งเห็นได้จากเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูลของรายการที่ไม่ได้มีแค่เกณฑ์ในเรื่องรสชาติความอร่อยของอาหารเท่านั้น แต่มีเกณฑ์การคัดเลือกด้านอื่นๆ เช่น เกณฑ์เรื่องความแปลกแหวกแนว แตกต่าง ของตัวบุคคลหรือ

สินค้า รวมถึงเรื่องราวชีวิตของบุคคลที่รายการนำเสนอ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจนคือร้านค้า สินค้าอาหารและตลาดที่ถูกนำเสนอในรายการจะมีผู้ชมติดตามไปบริเวณเป็นจำนวนมาก จึงแสดงให้เห็นว่าผู้ชมรายการให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องราวของรสชาติมากกว่าเรื่องราวที่นำเสนอด้านชีวิตหรือด้านอื่นๆที่ผู้ผลิตรายการได้นำเสนอ

และวัตถุประสงค์ข้อสุดท้าย วิเคราะห์ผลของการให้การรับรองบุคคลและร้านค้าที่รายการนำเสนอ รวมถึงผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกร้านค้าที่เคยออกรายการ 10 ร้าน เพื่อศึกษาผลกระทบจากการให้สถานภาพของรายการ

ผลกระทบจากบทบาทการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันของรายการ

1) สรุปภาพรวมผลกระทบต่อร้านค้าและสินค้าอาหารที่รายการนำเสนอ ที่ชัดเจนมากที่สุดคือจากจำนวนลูกค้าที่รับชมมาจากรายการ และยอดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อเทียบผลหลังถูกนำเสนอในสื่ออื่นๆ ในกรณีที่ร้านค้านั้นเคยออกสื่ออื่น ๆ มาก่อน พบว่าผลกระทบของรายการตลาดสดสนามเป้ามียิ่งมากที่สุด ทั้งจำนวนลูกค้าและยอดขาย และความเป็นที่รู้จักของร้านมากขึ้นในวงกว้าง ส่วนผลกระทบที่มีต่อตัวบุคคลเจ้าของร้านที่รายการนำเสนอเรื่องราวชีวิตในเนื้อหารายการ พบว่าผลกระทบต่อตัวบุคคลเจ้าของเป็นแง่ที่ดีมาก มีคนรู้จักและจดจำได้ รวมถึงมีผู้ชมรายการโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยสอบถามถึงเรื่องราวที่ รายการได้นำเสนอ และการเข้ามาทักทายพูดคุยชื่นชมในตัวบุคคลเจ้าของร้านตามเนื้อหาที่รายการนำเสนอ

2) ในส่วนของผลกระทบต่อผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่งผู้วิจัยศึกษาการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการตลาดสดสนามเป้าของผู้ชมรายการ ที่แสดงความคิดเห็นผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถสรุปผลกระทบของผู้ชมรายการดังนี้

- (1) ผลกระทบในลักษณะสามารถโน้มน้าวผู้ชมให้ติดตามไปยังร้านค้า หรือตลาดที่รายการแนะนำ ผ่านการแสดงความคิดเห็นเช่น
- สอบถามที่ตั้งเพื่อแสดงความต้องการติดตามไปยังร้านที่รายการนำเสนอ
 - แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านค้าหรือสินค้าหลังจากที่ติดตามยังร้านที่รายการนำเสนอแล้ว ซึ่งมีทั้งทัศนคติด้านบวกและลบ

- (2) ผลกระทบทำให้ผู้ชมยอมรับเชื่อมั่นในสถานภาพของบุคคลที่รายการนำเสนอ
- เชื่อถือในบุคคลที่รายการนำเสนอ
- (3) ผลกระทบของผู้ชมต่อความเชื่อถือในสถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า
- ความเชื่อถือในตัวรายการ

สรุปพบการแสดงความคิดเห็นในลักษณะสามารถโน้มน้าวผู้ชมให้ติดตามไปร้านที่รายการนำเสนอมากที่สุด ซึ่งเป็นสะท้อนให้เห็นผลกระทบที่ทำให้ผู้ชมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

อภิปรายผลการวิจัย

1. “ตลาดสดสนามเป้า” รายการขวัญใจชาวบ้านกับบทบาทและกระบวนการให้สถานภาพของสื่อ (Status Conferral)

รายการ “ตลาดสดสนามเป้า” นำเสนอรายการตามแนวคิดเรื่อง “ตลาด” ซึ่งความคิดเห็นของคนทั่วไปตลาด มีความหมายมากกว่าสถานที่ซื้อขายสินค้า จากทัศนคติของคนในสังคมเกี่ยวกับตลาดที่มีความหมายสื่อถึงระดับของชนชั้นได้เช่นกัน ดังเช่นตลาดสดกับตลาดในห้างสรรพสินค้า (supermarket) ย่อมถึงสื่อความหมายโดยนัยที่แตกต่างในเรื่องพื้นที่ของชนชั้น โดยเมื่อก้าวถึงตลาดสดในทัศนะของคนโดยทั่วไปจะนึกถึงความสกปรก ความเลอะเทอะ เฉอะแฉะ ความจุกจุกวุ่นวายของบรรดาพ่อค้าแม่ค้า หรือโดยนัยคือพื้นที่ความสัมพันธ์ของคนชนชั้นล่าง ในขณะที่ตลาดในห้างสรรพสินค้า (supermarket) มีความหมายถึงพื้นที่ของคนชนชั้นกลางถึงชนชั้นสูง เมื่อรายการตลาดสดสนามเป้านำเอาเรื่องตลาดสดมาเป็นแนวคิดหลักในการนำเสนอ ดังนั้นเนื้อหาและรูปแบบของรายการจึงต้องมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องตลาดดังกล่าว

การนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของรายการตลาดสดสนามเป้าจึงนำเสนอเรื่องราวขององค์ประกอบในตลาดคือ 1. ผู้ค้า เช่น บรรดาพ่อค้าแม่ค้า การประกอบอาชีพ เรื่องราวชีวิตบุคคลเจ้าของร้าน 2. ผู้ซื้อ 3. สินค้า 4. บรรยากาศและสถานที่ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือกลุ่มคนระดับ ชนชั้นกลางถึงชนชั้นล่าง ดังตัวอย่างเรื่องราวอาชีพหรือบุคคลที่เนื้อหาการนำเสนอ เช่น อาชีพค้าขาย หมอคู รับจ้างทั่วไป คนขับสามล้อ ร้านเสริมสวย ซึ่งจัดเป็นอาชีพที่พบเห็นได้ทั่วไปไม่ใช่ อาชีพที่สูงส่ง หรือกล่าวได้ว่าเป็นอาชีพที่ไม่ได้มีสถานภาพที่ดี รวมถึงการนำเสนอเรื่องราวของตัวบุคคล ซึ่งพบว่าเป็นคนธรรมดาทั่วไปไม่ได้เป็น

บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักในสังคม จึงอาจกล่าวได้ว่ารายการตลาดสดสนามเป้าเป็นตัวแทนของกลุ่มคนชนชั้นกลางถึงชนชั้นล่าง ซึ่งสามารถสะท้อนเรื่องราวของกลุ่มคนในระดับดังกล่าวผ่านการนำเสนอเนื้อหาของรายการผ่านการเลือกมุมมองนำเสนอที่อาจจะสร้างเสียงหัวเราะ หรือเรียกน้ำตาจากผู้ชมรายการ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอซึ่งใช้กลยุทธ์ความบันเทิงคือ สร้างความสนุกสนาน คึกคัก ผ่านองค์ประกอบของรายการคือพิธีกร แขกรับเชิญ บรรยายกาศรายการ และสไตล์การนำเสนอรายการ เช่น รูปแบบสถานการณ์จำลองในตลาดที่สามารถเรียกเสียงหัวเราะ หรือความขบขันจากผู้ชมรวมถึงยังสะท้อนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือสามารถพบเจอได้ในตลาด การถ่ายทำนอกสถานที่เพื่อให้เห็นภาพจริงทำให้ง่ายต่อการ รับชมและทำความเข้าใจ การผสมผสานสาระและความบันเทิงทำให้รายการได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมที่หลากหลายในสังคม จึงถือได้ว่าเป็นรายการขวัญใจชาวบ้าน ซึ่งสะท้อนบทบาทของตัวรายการที่น่าสนใจคือบทบาทการให้สถานภาพของสื่อ

สื่อมวลชนมีศักยภาพในการให้ชื่อเสียงและเพิ่มอำนาจแก่บุคคลและสถาบัน โดยการให้ความชอบธรรมแก่สถานภาพของบุคคลหรือกลุ่มคนเหล่านั้น การยอมรับโดยสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ นิตยสาร หรือสารคดีข่าว พิสูจน์ให้เห็นว่าบุคคลหรือกลุ่มคนเหล่านั้นมีความสำคัญเพียงพอที่จะได้รับการคัดเลือกออกมาจากมวลชนที่มากมาย (Lazarsfeld and Merton, 1948) จากคำกล่าวนี้สามารถสะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงศักยภาพของสื่อในเรื่องการให้สถานภาพหรือการรับรองบุคคลหรือสถาบัน ซึ่งบทบาทดังกล่าวปรากฏอย่างชัดเจนผ่านการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของ “รายการตลาดสดสนาม เป้า” โดยที่รายการสามารถมีศักยภาพเป็นประเด็นตราประทับรับรองความมีคุณภาพ ความน่าเชื่อถือของบุคคลหรือสถาบันต่างๆที่ถูกนำเสนอในรายการ ทำให้ผู้รับชมเกิดการยอมรับเชื่อถือ

การดำเนินบทบาทการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป้า เห็นได้อย่างชัดเจนจากการนำเรื่องราวของบุคคล ร้านค้า หรือตลาดมานำเสนอในรายการ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้ร้านค้าหรือบุคคลมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแล้วเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญเพียงพอที่จะได้รับการคัดเลือกออกมาเพื่อนำเสนอ โดยพบว่ารายการตลาดสดสนามเป้าใช้รูปแบบของค่านิยมที่มีความสำคัญในกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณชนได้ ซึ่งเป็นแนวคิดของ (Simonson, 1999) ซึ่งมีค่านิยมดังนี้

- 1 ความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (singularity)
- 2 ความพิเศษ (specialness)
- 3 ความน่าเชื่อถือ (credibility)
- 4 ความเป็นที่นิยม (popularity)

ค่านิยมดังกล่าวปรากฏอยู่ในเนื้อหาการนำเสนอของรายการในช่วงต่างๆ เช่น ค่านิยมเรื่องความแปลกมีเอกลักษณ์ และค่านิยมเรื่องความพิเศษ ที่นำเสนอผ่านการคัดเลือกบุคคลหรือร้านที่มีคุณสมบัติดังกล่าวเพื่อนำเสนอในช่วง มือใหม่หัดขาย และช่วงแหวกตลาดของรายการ ทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของบุคคลหรือสถาบันที่ได้ออกรายการผ่านค่านิยมดังกล่าว

นอกจากนี้ยังพบว่ารายการตลาดสดสนามเป้ามีกระบวนการในสร้างทัศนคติ และค่านิยมซึ่งเป็นการช่วยรับรองให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันผ่านรูปแบบการนำเสนอรายการ โดยมีแนวทางคือ

- 1) โดยการที่สื่อนำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบันนั้นๆ ต่อสังคม

จากคำกล่าวที่ว่า “แค่ได้ออกโทรทัศน์ ก็เป็นการรับรองที่เพียงพอแล้ว” สามารถใช้อธิบายแนวทางนี้ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากในปัจจุบันโอกาสที่ผู้ชมจะรับรู้หรือสัมผัสกับเรื่องราวจากประสบการณ์โดยตรงเป็นไปได้ยาก ผู้ชมจึงรับรู้และเรียนรู้สิ่งต่างๆ ผ่านการนำเสนอของสื่อ ด้วยศักยภาพของสื่อที่สามารถแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารได้ในวงกว้างในระยะเวลาอันรวดเร็ว ประกอบกับศักยภาพของสื่อในการคัดเลือกเรื่องราวหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอได้ จึงเป็นเหตุผลการถูกหยิบยกมานำเสนอในพื้นที่ของสื่อ นั้น สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ชมถึงสถานภาพที่ดีในระดับหนึ่ง ซึ่งการนำเสนอเรื่องราวต่อสังคมนอกจากจะทำให้เป็นที่รู้จักจดจำได้แล้ว ยังสามารถสร้างสถานภาพที่ดีบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอได้เช่นกัน ซึ่งสังเกตได้ว่ารายการตลาดสดสนามเป้าสามารถนำเอาคุณลักษณะของสื่อในการนำเสนอเรื่องราวต่อสังคมในรูปแบบคล้ายการสื่อสารแบบปากต่อปาก คือการเล่าเรื่องผ่านพิธีกร หรือแขกรับเชิญเหมือนการบอกเล่าแนะนำเป็นการรับรองของบุคคลหรือร้านค้าที่นำเสนอในรายการว่าดีมีคุณภาพ ซึ่งผู้ชมรายการที่มีจำนวนมากได้รับรู้และก่อให้เกิดทัศนคติตามที่รายการนำเสนอได้

2) โดยคุณสมบัติพิเศษในการแสดงความคิดเห็นของสื่อ

จากคุณสมบัติพิเศษในการแสดงความคิดเห็นของสื่อที่สามารถเลือกมุมมอง หรือคัดเลือก การนำเสนอแง่มุมต่างๆแก่สังคม โดยผู้วิจัยพบว่ารายการตลาดสดสนามเป๋ามีกลยุทธ์ในการแสดง ความคิดเห็นผ่านการนำเสนอรายการ ดังนี้

- การคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาที่จะนำเสนอ (message selection design)
- นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวผ่านการประเมินและตัดสินคุณค่าโดยรายการ (value and judgement)
- การประกอบสร้างความหมายของรายการ ตัวอย่างเช่นในการรื้อถอนความหมาย (deconstruction)

การใช้กลยุทธ์ของรายการเป็นถ่ายทอดการแสดงทัศนะของรายการสู่ผู้ชม ซึ่งการนำเสนอ ทัศนะ ในด้านที่ดีของบุคคลหรือร้านค้าที่ออกรายการ ทำให้ผู้ชมรับรู้ทัศนคติตามที่รายการ ถ่ายทอดผ่านกลยุทธ์ต่างๆ เมื่อรายการนำเสนอในด้านบวกหรือด้านที่ดีย่อมเป็นประหนึ่งการ รับรองถึงความดี ความน่าเชื่อถือบุคคลและสถาบันที่รายการให้สถานภาพ ซึ่งถือเป็นกระบวนการ หนึ่งที่ทำให้ “ตลาด” มีสถานภาพที่ดีขึ้นในทัศนะของผู้ชม ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติพิเศษที่สื่อสามารถ เลือกมุมมองในการนำเสนอได้

3) โดยการนำเสนอร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

การนำเสนอเรื่องราวร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียง (celebrity) เป็นที่รู้จักในสังคมทั่วไป ถือเป็นอีกกระบวนการหนึ่งในการให้ สถานภาพ เนื่องจากผู้ที่ให้การรับรอง ก็คือการรับรอง สถานภาพของผู้นั่นเอง เมื่อคนที่มีชื่อเสียงนำเสนอเรื่องราวของคนทั่วไป ถือเป็นกาแบ่งเอา สถานภาพความน่าเชื่อถือมาสู่บุคคลหรือเรื่องราวที่ถูกนำเสนอร่วมด้วย โดยพบกระบวนการนี้ใน รูปแบบรายการช่วงมือใหม่หัดขาย ซึ่งนำเอา คนที่มีชื่อเสียงมาเรียนรู้การทำงานกับบุคคลหรือ ร้านค้าที่รายการต้องการนำเสนอ เป็นการช่วยสร้างสถานภาพที่ดีให้กับผู้ถูกนำเสนอในรายการได้ รวมถึงตัวพิธีกรผู้ดำเนินรายการเองที่มีสถานภาพที่ดีเป็นที่รู้จักของสังคม เมื่อนำเสนอเรื่องราวทำ ให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้ชมรายการได้เช่นกัน

4) นำเสนอโดยการมีพยานรับรอง

กลยุทธ์การนำเสนอเรื่องราวโดยมีพยานรับรอง (testimonial) เป็นหนึ่งกลยุทธ์ที่รายการใช้ในการยืนยันรับรองถึงควมมีคุณภาพหรือความน่าเชื่อถือของบุคคลหรือเรื่องราวที่รายการนำเสนอ ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของผู้ชมรายการที่ได้เห็นคำสัมภาษณ์ความรู้สึกหรือ ความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องหรืออยู่ในเหตุการณ์ เป็นการช่วยยืนยันสร้างความชอบธรรมและความน่าเชื่อถือของตัวบุคคลหรือเรื่องราวนั้นๆได้

ผู้วิจัยจึงสามารถอธิบายได้ว่ารายการตลาดสดสนามเป่ามีบทบาทในการให้สถานภาพ ซึ่งจะยิ่งปรากฏบทบาทชัดเจนเมื่อได้นำเสนอเรื่องราวของบุคคลหรือสถาบันที่มีสถานภาพที่ไม่ดี หรือไม่มีสถานภาพ ดังเช่นเรื่องราวของบุคคลที่รายการนำเสนอซึ่งไม่ได้เป็นที่รู้จักหรือมีชื่อเสียงในสังคมมาก่อน การเลือกนำเสนอเรื่องราวของบุคคลเหล่านั้นเป็นการแสดงให้เห็นว่าบุคคลเหล่านั้นมีความสามารถเพียงพอ เป็นการเปลี่ยนคนธรรมดาให้กลายเป็นคนมีสถานภาพ มีชื่อเสียงได้ รวมถึงการให้สถานภาพที่ดีขึ้นแก่สถาบันคือตลาดจากรูปแบบและวิธีการนำเสนอของรายการด้วย ศักยภาพของความเป็นสื่อที่สามารถชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและควมมีคุณค่าของบุคคลและสถาบันที่รายการนำเสนอ ประกอบกับสถานภาพที่ดีน่าเชื่อถือของรายการตลาดสดสนามเป่า ที่ทำให้บุคคลและสถาบันที่ถูกนำเสนอในรายการเป็นที่เชื่อถือและยอมรับจากผู้ชมรายการ

2. การรักษาสถานภาพของตัวรายการ

การแสดงความคิดเห็นในการรับรองของสื่อได้ถ่ายทอดชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของตัวสื่อเองแก่บุคคลและสถาบันที่ได้ให้การรับรอง เปรียบเสมือนระฆังยิ่งโบใหญ่ ยิ่งได้ยินเสียงดังกังวานไกล เช่นกันกับผู้ให้สถานภาพ เมื่อมีสถานภาพที่ดีย่อมส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในผู้ที่ถูกรับรองได้ดีเช่นกัน ดังนั้นการรักษาสถานภาพของผู้ให้สถานภาพย่อมเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้ผู้ให้สถานภาพจะยังคงความน่าเชื่อถือไว้ได้

ผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการที่จะช่วยรักษาสถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป่าให้คงความน่าเชื่อถือไว้ได้คือกระบวนการผลิตรายการ โดยพบว่าขั้นตอนก่อนการผลิตในส่วนการคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลถือเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากหากเกิดการผิดพลาดในการนำเสนอข้อมูลเรื่องราวของบุคคล หรือร้านค้าที่ไม่ได้ดี จริง เมื่อผู้ชมได้ติดตามไป

อุดหนุนหรือใช้บริการยังร้านค้าที่ไม่ได้คุณภาพอย่างที่รายการนำเสนอ จะทำให้ผู้ชมเกิดความไม่เชื่อมั่นในรายการในการให้การรับรองของรายการ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อตัวรายการ

ดังตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อความหมายเพื่อรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหารจากป้ายเซลล์ชวนชิมของพิมพ์ดี พานิชรุทติวงศ์ (2544) ที่ศึกษาเรื่องการกระบวนการสื่อความหมาย เพื่อให้การรับรองความอร่อยของร้านอาหารโดย ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ซึ่งพบว่าท่านเป็นคนที่คัดเลือกร้านที่จะได้รับป้ายการรับรองเซลล์ชวนชิมเอง เมื่อมีข้อผิดพลาดต่างๆท่านเองจะเป็นผู้ที่รับผิดชอบ โดยการที่ท่านจะกลับไปรับประทานอาหารร้านที่เคยได้รับการรับรองเพื่อตรวจสอบการรักษาคุณภาพความอร่อยของร้านถ้าหากมีความเปลี่ยนแปลงเช่นรสชาติไม่เหมือนเดิม ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จะตำหนิร้านนั้นผ่านสื่อต่างๆที่ เพื่อเป็นการลดสถานการณ์ร้านค้านั้น รวมถึงยังเป็นกระบวนการเพื่อรักษาสถานการณ์ความน่าเชื่อถือของผู้ที่ให้การรับรองไว้

เนื่องจากรายการตลาดสดสนามเป้าไม่ได้มีมาตรการในการไปตรวจตราหรือควบคุมคุณภาพของบุคคลหรือร้านค้าหลังจากการนำเสนอในรายการ ดังนั้นมาตรการที่รายการสามารถทำได้เพื่อรักษาสถานการณ์ความน่าเชื่อถือของรายการคือ การรักษามาตรฐานกระบวนการผลิตของรายการเอง ในการคัดเลือก ตรวจสอบข้อมูลอย่างดีที่สุดก่อนการนำเสนอ เช่นการตรวจสอบด้วยตนเอง การสอบถามลูกค้าหรือบุคคลที่อยู่ในพื้นที่เพื่อให้เกิดความผิดพลาดในการนำเสนอ ข้อมูลน้อยที่สุด รวมถึงมาตรการในการป้องกันก่อนการนำเสนอ โดยผู้ผลิตรายการจะใช้วิธีการชี้แจงทำความเข้าใจกับบุคคลเจ้าของร้านในประเด็นการรักษาคุณภาพผ่านการรักษามาตรฐานคุณภาพของร้านหลังออกรายการให้ดี เนื่องจากรายการมีข้อจำกัดในเรื่องบุคลากรในการผลิตรายการ ดังนั้นการจะกลับไปตรวจสอบร้านค้าที่เคยนำเสนอในรายการว่ายังรักษามาตรฐานคุณภาพได้หรือไม่จึงเป็นไปได้ยาก รายการตลาดสดสนามเป้าจึงทำได้เพียงรักษามาตรฐานการคัดเลือกและการตรวจสอบข้อมูลก่อนการนำเสนอและการชี้แจงแก่บุคคลหรือร้านค้าก่อนการนำเสนอ เพื่อเป็นการรักษาสถานการณ์ความน่าเชื่อถือของรายการเนื่องจากการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้ามีบทบาทสำคัญในการให้สถานการณ์ดังนั้น รายการไม่ควรจะเสียสถานการณ์ความน่าเชื่อถือไป

3. ผลกระทบจากการให้สถานภาพ

แนวคิดเรื่องการให้สถานภาพของสื่อจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีผลกระทบของสื่อในระดับกลาง (Moderated effects) แต่จากการศึกษาพบว่าจากการให้สถานภาพของรายการตลาดสดสนามเป่ามีผลกระทบอย่างชัดเจนและรวดเร็ว ซึ่งสะท้อนจากการสัมภาษณ์สอบถามร้านค้าที่เคยออกรายการ พบว่าผลกระทบที่ชัดเจนที่สุดหลังออกรายการคือมีลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น รวมถึงตัวเจ้าของร้านเองได้รับความสนใจเป็นที่รู้จักและจดจำได้จากผู้ชมรายการ ตัวอย่างเช่น

“เยอะมากเหมือนก่อนมีอบ ออกอากาศปุ๊บคนดูเสร็จก็ออกมาเดี๋ยวนั้นเลย เพราะร้านเรา ปิด 3ทุ่ม วันต่อมาก็เยอะมาก คนขายหน้าร้าน 9 คน ทำบัตริควิ จัดคนต่อแถวคิว จัดคนต่อแถว ถ่ายให้ทีมงานดูว่าคนมาเยอะขนาดไหนขอบคุณ เนี่ยรายการคุณเรตติ้งดีนะ”

(เจ้าของร้าน ช. ศรีแก้ว ข้าวเหนียวมูนหลากสี, สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553)

จากการบทสัมภาษณ์ที่ยกมานั้นเห็นได้ว่าร้านค้าที่ออกรายการได้รับผลกระทบจากการให้สถานภาพของรายการอย่างรวดเร็วและชัดเจน รวมถึงผลกระทบต่อผู้ชมรายการจากการค้นหาการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการตลาดสดสนามเป่าพบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่จะเป็นการสอบถามถึงข้อมูลร้านค้าหรือบุคคลที่ออกรายการ เช่น ที่ตั้งร้าน เส้นทางการเดินทางไป หรือสอบถามเกี่ยวกับสินค้าอาหารที่รายการนำเสนอ จึงเห็นได้ ว่าผู้ชมรายการมีรับรู้ข้อมูลจากที่รายการนำเสนอ และเกิดทัศนคติตามที่รายการมีส่วนโน้มน้าว และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งสะท้อนผ่านการเดินทางมารับประทานอาหารยังร้านที่ออกรายการ หรือแสดงความต้องการในการติดตามไปรับประทานหรือใช้บริการยังร้านที่รายการนำเสนอ

ถึงแม้ว่าในทฤษฎีบทบาทการให้สถานภาพจะเป็นผลกระทบในระดับกลาง แต่ผลกระทบที่ปรากฏแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนในระดับที่มีอิทธิพลมาก (Magic bullet theory) มีพลังและผลปรากฏเหมือนการโฆษณาสินค้าและร้านค้า โดยในทางทฤษฎีผลกระทบของสื่อมวลชนในระดับกลางผลกระทบจะเกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนในกลุ่มผู้รับสารที่มีความเชื่อมั่นในสื่อมวลชน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่าเนื่องจากลักษณะของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมรายการนั้นสังเกตได้ว่าการติดตามไปรับประทานหรือท่องเที่ยวยังร้านค้าหรือตลาดที่ถูกนำเสนอในรายการเป็นพฤติกรรมที่กระทำไม่ได้ไม่ยาก

การวิเคราะห์ขั้นตอนการผลิตรายการส่งผลให้ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ผลิตรายการมีความต้องการสื่อความหมายจากเนื้อหาที่นำเสนอมากกว่าเรื่องความอร่อยของสินค้าอาหาร ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนจากเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูลของรายการที่ไม่ได้มีแค่เกณฑ์ในเรื่องรสชาติความอร่อยของอาหารเท่านั้น แต่มีเกณฑ์การคัดเลือกด้านอื่นๆประกอบเช่น เกณฑ์เรื่องความแปลกแหวกแนวแตกต่าง ของตัวบุคคลหรือสินค้า รวมถึงความน่าสนใจในประเด็นเรื่องราวชีวิตของบุคคลที่รายการต้องการนำเสนอ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจนคือร้านค้า สินค้าอาหาร และตลาดที่ถูกนำเสนอในรายการจะมีผู้ชมติดตามไปบริโภคเป็นจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมรายการให้ความสนใจตอบรับประเด็นในเรื่องของรสชาติความอร่อยของสินค้าอาหารอย่างชัดเจน จึงแสดงให้เห็นว่าผู้ชมรายการให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องราวของรสชาติมากกว่าเรื่องราวที่นำเสนอด้านชีวิตหรือด้านอื่นๆที่ผู้ผลิตรายการได้นำเสนอ ซึ่งผลกระทบดังกล่าวสามารถสะท้อนความเชื่อมั่นในตัวรายการตลาดสดสนามเป้าอย่างสูง ของผู้ชมรายการ โดยเมื่อรายการนำเสนอเรื่องราวสินค้าร้านค้าหรือตลาดออกไป สามารถสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ชมได้ว่าเป็นร้านค้าหรือตลาดที่ดีมีคุณภาพแน่นอน นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยให้ความเชื่อถือและเชื่อมั่นในการเสนอข้อมูลของสื่อมวลชนอย่างชัดเจน

นอกจากบทบาทของรายการในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันที่รายการนำเสนอ จากการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ชมรายการยังพบว่า การถูกนำเสนอในสื่อเพื่อการรับรอนั้นไม่เพียงแต่จะเป็นการให้สถานภาพเท่านั้น แต่พบว่ายังมีผลกระทบในการลดหรือทำลายสถานภาพของบุคคลหรือสถาบันที่รายการนำเสนอ รวมถึงสถานภาพของตัวเองเช่นกัน โดยสะท้อนจากการแสดงความคิดเห็นในทัศนะเชิงลบของผู้ชมรายการ เนื่องจากผู้ชมรายการที่ประสบกับร้านค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือคุณภาพตามที่รายการได้รับรองไว้ ได้แสดงความคิดเห็นในการตำหนิ ต่อว่าร้านค้ารวมถึงตัวรายการตลาดสดสนามเป้าที่นำเสนอเรื่องราวที่ไม่ได้ดีจริง โดยพบในการแสดงความเห็นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะ การแสดงความคิดเห็นย่อมแพร่กระจายไปในวงกว้าง ทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลหรือร้านค้าที่รายการนำเสนอ นำมาสู่การถูกลดสถานภาพของบุคคลและสถาบันรวมถึงสถานภาพความน่าเชื่อถือของตัวเองรายการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการให้สถานภาพของสื่อว่าเมื่อสื่อสามารถให้สถานภาพได้ ก็ย่อมสามารถลดหรือทำลายสถานภาพหรือชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของบุคคลหรือสถาบันได้เช่นกัน

4. บทบาทการให้สถานภาพของรายการวาไรตี้ (variety)

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการให้สถานภาพของสื่อที่ผ่านมามีตัวอย่างเช่น บทบาทของข่าวโทรทัศน์ที่มีต่อการให้สถานภาพ (อรพวรรณ ชุ่มโชคชัยกุล , 2534) พบว่ารายการข่าวโทรทัศน์มีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานองค์กรต่างๆ โดยพบข่าวประเภทต่างๆ ให้สถานภาพที่แตกต่างกัน และพบว่ารายการข่าวมีบทบาทสามารถเพิ่ม ลด หรือคงสถานภาพ จากเนื้อหาข่าวที่นำเสนอได้ จากงานวิจัยจึงเห็นได้ว่ารายการประเภทข่าวโทรทัศน์มีบทบาทในการให้สถานภาพได้

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาเกี่ยวกับการให้สถานภาพแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอในรายการทอล์คโชว์ (Priest, 1996) โดยจากการศึกษาพบว่าหลังการออกรายการผู้ร่วมรายการเป็นที่รู้จักและจดจำจากผู้ชมรายการได้ รวมถึงได้รับผลกระทบในแง่ดีเช่น ผู้ชมรายการเดินเข้ามาทักทายพูดคุย และได้รับจดหมายให้กำลังใจ ผู้ออกรายการกลายเป็นตัวแทนหรือผู้นำความคิดของคนในกลุ่มตนเองได้ และกลายเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้พบว่ารายการโทรทัศน์ประเภทข่าว และทอล์คโชว์มีบทบาทในการให้สถานภาพ ซึ่งสอดคล้องกับรายการตลาดสดสนามเป้า ซึ่ง เป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิง ซึ่งรายการปกิณกะบันเทิงมาจากการคำว่า "Variety" ในภาษาอังกฤษหมายถึงรายการบันเทิงประเภทเบ็ดเตล็ดต่างๆ ในประเทศอังกฤษเรียกรายการประเภทนี้ว่า Light Entertainment (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539)

แนวคิดในการจัดประเภทรายการโทรทัศน์ของ Garry Whannel (1992) ได้แบ่งลักษณะของรายการโทรทัศน์ออกเป็น 3 ประเภทคือ

- 4.1 รายการโทรทัศน์ประเภทข่าว (Journalism)
- 4.2 รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง (Light Entertainment)
- 4.3 รายการโทรทัศน์ประเภทละคร (Drama)

จากรายการที่มีการศึกษาบทบาทในการให้สถานภาพที่ผู้วิจัยพบคือ รายการข่าวซึ่งอยู่ในประเภทรายการข่าว โดยรายการประเภทนี้สะท้อนแนวคิด ถึงความเป็นกลาง จริงจังหนักแน่น จึงเป็นประเภทรายการที่มีความน่าเชื่อถืออย่างสูง ซึ่งมีความแตกต่างจากรายการประเภทบันเทิงคือรายการวาไรตี้ (Variety) อยู่ในประเภทรายการโทรทัศน์บันเทิง (Light Entertainment) ที่จัดว่าเป็นรายการบันเทิงเต็มตัว ที่เน้นการนำเสนอแบบมีชีวิตชีวา สร้างความตื่นเต้นเร้าใจด้วยเรื่องราว

ลักษณะของบุคคลและดารา ซึ่งสามารถแจ่มแจ้งกลยุทธ์ที่รายการประเภทบันเทิงสามารถนำมาใช้ในกระบวนการให้สถานภาพได้ โดยมีความแตกต่างจากกลยุทธ์การให้สถานภาพของรายการข่าวดังต่อไปนี้

- 1) การคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาที่จะนำเสนอ (message selection design)
- 2) นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวผ่านการประเมินและตัดสินคุณค่าโดยรายการ (value and judgement)
- 3) การสร้างเหตุการณ์จำลอง เช่นการสร้างสถานการณ์จำลองในตลาด รวมถึงการจำลองบรรยากาศสถานที่ตลาดผ่านองค์ประกอบฉาก แสง และสี
- 4) การประกอบสร้างความหมายของรายการ เช่นการถอดถอนความหมาย (deconstruction)
- 5) การสร้างบรรยากาศรายการที่มีความเป็นกันเองสนุกสนาน ผ่านการดำเนินรายการของพิธีกร
- 6) การใช้การนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวในลักษณะที่เป็นเหมือนละคร (drama) เพื่อสร้างและก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมหรือคล้อยตาม

จากกลยุทธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ารายการประเภทบันเทิงวาไรตี้ตัวอย่างเช่นรายการตลาดสดสนามเป่ามีบทบาทในการให้สถานภาพแก่บุคคลและสถาบันโดยนำเสนอผ่านกลยุทธ์ที่มีความแตกต่างจากรูปแบบของรายการข่าว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่จำเป็นต้องเป็นรายการประเภทที่ต้องมีความจริงจังหนักแน่น อย่างเช่นรายการประเภทข่าวเท่านั้นที่สามารถให้สถานภาพได้ แต่รายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอประเภทบันเทิง ซึ่งไม่ได้มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าเชื่อถือหรือเป็นทางการ แต่สามารถมีบทบาทในการให้สถานภาพในฐานะสื่อได้เช่นกัน

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การค้นหาเทปรายการในยุคแรกเพื่อนำมาศึกษาพัฒนาการรายการหาได้ยาก
2. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการให้สถานภาพของสื่อมวลชนมีน้อย
3. กลุ่มตัวอย่างผลกระทบของผู้ชมรายการจากการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตยังไม่หลากหลายเท่าที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทการให้สถานภาพของสื่อในรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ในประเด็นบทบาท กระบวนการและผลกระทบในการให้สถานภาพ เพื่อเปรียบเทียบกับประเภทรายการปกิณกะบันเทิง
2. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบของผู้ชมรายการตลาดสดสนามเป้าในเชิง การรับรู้ การเปลี่ยนทัศนคติ และการเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบจากบทบาทการให้สถานภาพของสื่อมวลชน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. วิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร: ไฮเฮอร์เพรส, 2547.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
ศาลาแดง, 2545.

กุลนารถ นาราธิพิพรรณ. เจ้าของร้านเจ๊เปิ้ลขนมหวานสำเพ็ง. สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553.

จันทนา เพชรพรหม. การนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยในรายการ “คุณพระช่วย” วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2545.

จ่านง ทวีผดุง. เจ้าของร้านอาหารโมกซ์. สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2553.

ชยพล สุทธิโยธิน . ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

ชาลิสมา มากแผ่นทอง. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่ง
แสงตะวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชนคณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ธงชัย ใจสมบุญ. เจ้าของร้านอาหารเจ๊ปาทวิ. สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2553.

ธานินทร์ เหลืองบารมี. เจ้าของร้านก๋วยจั๊บน้ำเย็นเล็ก. สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2553.

นิภาภรณ์ นาคประเสริฐ. เจ้าของร้านข้าวเหนียวหมูแจ๊ซอ้อย. สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2553.

บงกช อักษรดี. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ “เรารักศิลป์วัฒนธรรมไทย” ทางสื่อ
โทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชนคณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

พิกุล ศรีแก้ว. เจ้าของร้านข้าวเหนียวมูนช. ศรีแก้ว. สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553.

พิมพ์วัล พานิชรุทติวงศ์. การสื่อความหมายเพื่อการรับรองคุณภาพความอร่อยของอาหาร

จากป้ายเซลล์ชวนชิม วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

แม็คเคเวล, เดนนิส. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. แปลโดย ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ

กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2531.

รมิดา รัสเซลล์. เรื่องบทบาทของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการ

ประกอบอาหาร ของผู้ชมที่รับผิดชอบในการประกอบอาหาร วิทยานิพนธ์ปริญญา
โท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,
2545.

รอด ศาลาดิน. เจ้าของร้านขนมถังทอง.สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2553.

จิวิวัส อรุณเลิศวิทยา. ผู้ควบคุมรายการตลาดสดสนามเป้า. สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552

วรารภรณ์ ชื่อประดิษฐ์กุล. การนำเสนอประเด็นของสมรักษ์ คำสิงห์ในสื่อมวลชน วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2540.

ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน. กลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบรายการปกิณกะบันเทิง (พ.ศ.

2532-2535) วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. บรรณาธิการ ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์

มานุษยวิทยาสิรินธร, 2549.

สุกัญญา แซ่ฟู่. ผู้สร้างสรรค์รายการตลาดสดสนามเป้า. สัมภาษณ์, 22 ตุลาคม 2552.

สุวนันท์ กองแก้ว. เจ้าของร้านก๋วยเตี๋ยวไก่พิศดาร. สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2553.

โสภณ สุขุมาลพันธ์. เจ้าของร้านหมูพะไล้จตุจักร. สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2553.

อรนุช อิศวกุล. เจ้าของร้านอาหารฟู้้อ. สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2553.

อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล. บทบาทของข่าวโทรทัศน์ที่มีต่อการให้สถานภาพ วิทยานิพนธ์

ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2534.

ภาษาอังกฤษ

Boorstin J. Daniel. From hero to celebrity: The human pseudo-event. In The image, pp. 45-76. New York: Atheneum, 1978.

Lazarsfeld P.F. & Merton R. Mass Communication, popular taste and organized social action. In Wilbur Schramm (Ed.) Mass Communication, pp.492-512. Illinois: Board of Trustee of the University of Illinois, 1960

Murphy D. Robert. Mass communication and Human Interaction. Boston: Houghton Mufflin, 1977.

Priest J. Patricia. Gilt by association: Talk show participants' televisually enhanced status and self-esteem. In D. Grodin and T.R. Lindloff (Ed.) Constructing the self in a mediated world, pp.68-83. London: Sage, 1996.

Simonson Peter. Mediated Sources of Public Confidence: Lazarsfeld and Merton Revisited. Journal of Communication 54 (1999):109-122.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

พรพิสุทธิ์ ศรีธรรานนท์ เกิดเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2528 จบการศึกษาจากระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสุนทรารีวิทยา จังหวัดนครราชสีมา จากนั้น จึงเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีที่คณะอักษรศาสตร์ เอกประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จนสำเร็จเมื่อปี 2549 จากนั้นจึงทำงานอยู่ 1 ปี ก่อนเข้าศึกษาในระดับปริญญาโทที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จนสำเร็จการศึกษาในปี 2552



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย