

การเล่าเรื่องข้ามสื่อในรายการเกษตร
กรณีศึกษาเปรียบเทียบรายการเมืองไทยใหญ่อุดมและเกษตรก้าวไกลกับ สวก.

TRANSMEDIA STORYTELLING IN AGRICULTURAL PROGRAMS: A COMPARATIVE
CASE STUDY OF MUANG THAI YAI U-DOM AND KASET KAO KLAI PROGRAMS
WITH SOR VOR KOR PROGRAM

กันยิกา ชอว์

Kanyika Shaw

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: January 21, 2022 / Revised: March 17, 2022 / Accepted: March 22, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง “การเล่าเรื่องข้ามสื่อในรายการเกษตร กรณีศึกษาเปรียบเทียบรายการเมืองไทยใหญ่อุดมและเกษตรก้าวไกลกับ สวก.” เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย 2 เรื่อง ได้แก่ การออกแบบจุดสัมผัสผู้ชมรายการเมืองไทยใหญ่อุดม และการเปิดรับและความคิดเห็นต่อรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. ซึ่งใช้แบบสอบถามการสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่มในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด รูปแบบ วิธีการเล่าเรื่อง ความพึงพอใจ และความคาดหวังต่อรายการเกษตร เพื่อศึกษารูปแบบรายการเกษตรตั้งแต่ขั้นตอนก่อนผลิต การผลิต และหลังการผลิต ที่ตอบสนองความต้องการผู้ชม ในบทความนี้นำเสนอผลการศึกษาเฉพาะส่วนที่นำแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) ของ Henry Jenkins มาเป็นกรอบวิเคราะห์

การศึกษานี้ทำให้เห็นว่ารายการเกษตรที่มีแนวโน้มว่าจะมีพื้นที่ออกอากาศน้อยลงในปัจจุบัน จำเป็นต้องมีการออกแบบการเล่าเรื่องโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ พิจารณาจากผลการศึกษา กล่าวคือ ทั้ง 2 รายการ มีการใช้หลักการเล่าเรื่องทั้งแบบเป็นเส้นตรงและไม่เป็นเส้นตรง ขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหา หากเนื้อหาเข้าใจง่ายจะเล่าแบบเส้นตรง หากเนื้อหาเข้าใจยาก หรือเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้รับสารควรรู้ หรือมีขั้นตอนที่เกี่ยวข้องซับซ้อนจะมีการเล่าแบบไม่เป็นเส้นตรง ตัดสลับไปมา เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้นและน่าสนใจ

ส่วนหลักการเล่าเรื่อง 7 ประการของ Jenkins พบว่า รายการเกษตรทั้งสองรายการใช้หลักการเล่าเรื่องดังนี้ 1) พลังการแพร่กระจายในเชิงกว้างและเชิงลึก 2) ความต่อเนื่องและความหลากหลาย หรือการขยายและการดัดแปลงได้ 3) การฝังลึกประสบการณ์และการตัดตอนส่วนหนึ่งของประสบการณ์ไปใช้ 4) การสร้างโลกแฟนตาซี 5) อัตวิสัย หรือการเล่าเรื่องจากมุมมองของตัวละครแต่ละตัว 6) ผู้รับสารมีส่วนในการสร้างโลกร่วมกัน

รายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. มีความคล้ายคลึงกับรายการเมืองไทยใหญ่อุดมในแง่ของการเน้นการเล่าเรื่องให้จบในแต่ละตอน ไม่ว่าจะใช้การเล่าแบบเส้นตรงหรือตัดสลับไปมา เพราะเนื้อหาหลักมีความเฉพาะเจาะจง เข้าใจยากหากไม่อธิบายให้จบกระบวนการ จึงไม่มีลักษณะการผลิตเป็นซีรีส์

ส่วนการใช้สื่อออนไลน์ จะพบว่าทั้ง 2 รายการมีการใช้สื่อออนไลน์ทั้งเพื่อการกระจายเนื้อหา การเล่าเรื่องเชิงลึก การเล่าเรื่องหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งเพื่อให้เกิดชุมชน เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน และระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร และเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้เกิดประเด็นในการนำเสนอต่อไปในอนาคต รวมทั้งยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการประเมินผลของรายการ

คำสำคัญ: การเล่าเรื่องข้ามสื่อ รายการเกษตร เสนรี เจนกินส์

Abstract

This article, Transmedia Storytelling in Agricultural Programs: A Comparative Case Study of Muang Thai Yai U-Dom and Kaset Kao Klai Programs with Sor Vor Kor Program, is a part of two research studies, i.e. The Designing of Audience Touching Point of Muang Thai Yai U-dom Program, and The Media Exposure and Public Opinion towards Kaset Kao Klai Program and Sor Vor Kor Program. The questionnaires, in-depth interviews or focus group discussion were used to collect research data concerning the concepts, formats, story-telling techniques, satisfaction and expectation of the viewers on the agricultural programs in order to study the agricultural program models from the pre-production, production and post-production steps of the programs responsive to the needs of the audience. This article presents only the results in which the “7 Principles for Transmedia Storytelling by Henry Jenkins” was used as an analysis tool.

The study points out that the agricultural television programs nowadays, which are under the trend of earning lesser air-time, need to bring in different story-telling techniques. According to the study, it is found that both programs used both linear and non-linear storytelling techniques depending on the nature of contents. The linear technique was used to tell easy-to-understand stories, while the non-linear technique in the shifting format was used for long or complicated or high impact contents in order to make the stories more interesting and easier to understand.

As for the 7 principles of storytelling by Henry Jenkins, it is found the both programs applied 6 following principles: (1) spread ability and drill ability; (2) continuity and multiplicity; (3) immersion and extractability; (4) fantasy world creation; (5) subjectivity or storytelling from the perspective of each person in the drama; and (6) performance or the audience participating in creating the common world.

Both the Kaset Kao Klai and Sor Vor Kor programs have similarity with the Mueang Thai Yai U-dom program in storytelling in that they told each story from the beginning to the end of each part with the use of either the linear technique or the non-linear technique. They did not plan for storytelling in series. This is because the nature of agricultural content is highly specific and difficult to understand if not being explained to the completion of the full process. Thus no principle of storytelling in series was employed.

As for the use of online media, it is found that both programs provided online channels to spread information, in-depth content telling, multi-style storytelling, as well as to create community, participation, interaction both among community members and between senders and receivers. Moreover, the online platforms can be used as reflection tools for further story and program evaluation.

Keywords: Transmedia Storytelling, Agricultural Program, Henry Jenkins

บทนำ

การเกษตรมีความสำคัญต่อประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทย ทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการจำหน่ายแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาด้านการเกษตรทั้งด้านพันธุกรรม การผลิต รวมถึงการนำผลผลิตและเศษวัสดุที่เหลือจากผลผลิตมาแปรรูป หรือนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรมีมูลค่ามากขึ้น ซึ่งการจะพัฒนานั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายส่วน จากตัวเกษตรกร นักวิชาการ นักวิจัย รวมไปถึงสื่อมวลชน โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชนชาวไทย เนื่องจากโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดข่าวสารไปสู่ผู้ชมได้ทั้งภาพและเสียง ช่วยสร้างแนวคิด ความเข้าใจ และทัศนคติของผู้ชมได้เป็นอย่างดี โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีทักษะทางการอ่านเขียน ถ้าเสนอรายการที่ตรงต่อความสนใจของผู้ชมแล้วย่อมมีผลทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจน เกิดอารมณ์รู้สึกคล้อยตามทั้งเห็นจริงมากกว่าสื่อประเภทอื่น อย่างไรก็ตามท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของระบบการออกอากาศทางโทรทัศน์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศนำไปสู่การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (New media) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในกลุ่มผู้บริโภคสื่อทุกกลุ่ม และขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกพื้นที่ของประเทศ อันเนื่องมาจากเนื้อหาสาร (Content) ที่น่าสนใจและหลากหลายกว่าสื่อดั้งเดิม

อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้รับข่าวสาร ทั้งยังสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้คนในยุคปัจจุบัน เมื่อพฤติกรรมการเสพสื่อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร สื่อโทรทัศน์ต้องมีการปรับตัวไม่น้อยทีเดียว รวมทั้งมีการขยายช่องทางการนำเสนอไปเชื่อมโยงกับช่องทางสื่อใหม่ เช่น การขยายแพลตฟอร์ม (Platform) ไปสู่ยูทิวบ์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ เพื่อรองรับประชากรไทยที่มีสมาร์ตโฟนถึงร้อยละ 98.8 โดยเฟซบุ๊กยังคงเป็นอันดับ 1 ของโซเชียลแพลตฟอร์มที่มีจำนวนผู้ใช้งานเยอะที่สุด ทั้งนี้ประเทศไทยมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก อยู่ที่ 47 ล้านบัญชี (Everyday Marketing, 2021)

งานวิจัยหลายเรื่องเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของคนในปัจจุบัน (Saiseesod, 2021; Limsringam et al., 2021) จะพบว่า คนส่วนใหญ่จึงติดตามข่าวสารในแต่ละวันผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ตนเองสะดวก การรายงานข่าวสู่ประชาชนของสื่อมวลชน จึงเกิดการพัฒนาให้เข้ากับรูปแบบความต้องการและความพอใจในการใช้สื่อของแต่ละบุคคลมากขึ้น นอกจากนี้ในแต่ละสื่อยังมีการรายงานข่าวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวรูปแบบใหม่สู่สายตาประชาชน เช่น จัดรายการข่าวการเล่าข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดียในทุก ๆ แพลตฟอร์ม ทั้งยังมีกราฟิกประกอบเพื่อให้ประชาชนได้เข้าใจในเนื้อหาข่าวสารมากขึ้น อีกนัยหนึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ประกอบกับการแข่งขันด้านข่าว

ทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการออกแบบนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาตอบสนองความต้องการของผู้รับฟังข่าวสาร รวมถึงพัฒนาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนใหม่มีความทันสมัยอยู่เสมออีกด้วย โดยเฉพาะวิธีการนำเสนอข่าวสาร หรือ “การเล่าเรื่อง (storytelling)”

รายการเล่าข่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของรายการข่าวที่มีผู้ดำเนินรายการในลักษณะผู้เล่าขานนำเนื้อหาข่าวจากแหล่งข่าวหรือจากหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ มา รวบรวมพูดคุยกันระหว่างพิธีกรและผู้ชมทางบ้าน โดยใช้วิธีการเล่าเรื่องหรือบรรยายเหตุการณ์ มีลักษณะการผสมผสานระหว่างการรายงานเหตุการณ์กับการเล่าเรื่อง พิธีกรอย่างน้อย 2 คน จะมีบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวที่แตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงรายการ มีการสร้างฉากรายการให้น่าสนใจ ทันสมัย เน้นวิธีการสัมภาษณ์แหล่งข่าวแบบสด ๆ สร้างความใกล้ชิดระหว่างพิธีกรกับผู้ชม (Grabe et al., 2003)

รายการโทรทัศน์ทางการเกษตรเป็นรายการอีกประเภทหนึ่งที่อยู่คู่โทรทัศน์มาอย่างยาวนาน อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับจำนวนรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นแล้วนั้นก็พบว่า รายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมีจำนวนน้อยลงไปเรื่อย ๆ ทั้งด้านจำนวนรายการและเวลาออกอากาศ (Media Monitor, 2009; Suwannarat, 2012) เมื่อเกิดที่วิดิทัศน์ผู้ผลิตรายการจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอรายการที่แตกต่างจากเดิม ซึ่งเดิมรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรจะนำเสนอในรูปแบบสารคดีที่แฝงโฆษณาสินค้าทางการเกษตร หรือนำเสนอเป็นข่าวสั้น ๆ แต่ในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ได้เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเป็นรายการสารคดีที่จั่วไรต์โดยมีข่าวสั้น สกู๊ป คลิปจากเกษตรกร พูดคุยกับผู้ชม มีการผสมผสานเนื้อหา (content) หลากรูปแบบ ทั้งข่าว กราฟิก คลิป รวมถึงวิธีการเล่าเรื่องตลอดรายการก็เปลี่ยนไป

วัตถุประสงค์

ในบทความวิจัยนี้ ได้นำผลการวิจัยรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. ระหว่างปี 2561-2562 และผลการวิจัยรายการเมืองไทยใหญ่อุดม ระหว่างปี 2563-2564 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อศึกษารูปแบบรายการเกษตรตั้งแต่ขั้นตอนก่อนผลิต การผลิต และหลังการผลิต ที่ตอบสนองความต้องการผู้ชม ซึ่งในบทความนี้ นำเสนอผลการศึกษาเฉพาะส่วนที่นำแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) ของ Jenkins (2009) มาเป็นกรอบวิเคราะห์นำเสนอเฉพาะวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องข้ามสื่อของรายการเมืองไทยใหญ่อุดมและรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก.

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึกและวิเคราะห์เนื้อหาการบนพื้นฐานแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) ของ Jenkins (2009) ดังรายละเอียด ดังนี้

รูปแบบการเล่าเรื่อง

รูปแบบการเล่าเรื่องแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (Parawasin & Srisarakam, 2012 อ้างถึงใน Press Council of Thailand, 2012)

1. การเล่าเรื่องแบบเส้นตรง (Linear storytelling) คือ รูปแบบการเล่าเรื่องแบบเรียงลำดับตั้งแต่ต้นจนจบ หากเนื้อเรื่องมีความยาว จะมีการแบ่งเนื้อหาเป็นตอนสั้น ๆ หรือ Episode ที่ 1 ไปจนสุดท้าย ผู้รับสารต้องฟังหรือชมตั้งแต่ต้นจนจบจึงจะเข้าใจเนื้อหาทั้งหมด
2. การเล่าเรื่องแบบไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear storytelling) คือ รูปแบบการเล่าเรื่องแบบสลับไปมา ไม่เรียงต่อกันตั้งแต่ต้นจนจบ และในการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ในแต่ละตอนหรือแต่ละช่องทาง

การเผยแพร่จะมีเนื้อหาไม่เหมือนกัน แต่ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอได้ เพราะในแต่ละเรื่องเล่ามีความเป็นเอกภาพภายใต้แก่นของเรื่องที่ผู้ผลิตกำหนดไว้แล้ว

ในการเล่าเรื่องข้ามสื่อมีหลักการสำคัญอีกประการหนึ่งคือ เนื้อหาที่นำมาทำการเล่าเรื่องข้ามสื่อจะต้องเป็นเนื้อหาที่ใกล้ชิด ที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกเชื่อมโยงกับประสบการณ์หรือการใช้ชีวิตของตนเอง ทำให้ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมในเนื้อหาที่ผู้ผลิตสร้างขึ้น หากเนื้อหาเป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องออกแบบเนื้อหาและวิธีการเล่าเรื่องที่ทำให้ผู้รับสารตระหนักถึงความจำเป็นในการเปิดรับสารดังกล่าว

หลักการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

Jenkins (2009) กล่าวถึงหลักการของการเล่าเรื่องข้ามสื่อมี 7 ประการ ได้แก่

1. Spreadability และ Drillability

Jenkins (2009) นิยาม 2 คำนี้ในลักษณะความแตกต่างของระดับการมีปฏิสัมพันธ์ Spreadability คือ ความสามารถในการแพร่กระจายได้อย่างกว้างขวางในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถแบ่งปัน บอกต่อ และหาหรือเนื้อหาจากผู้ที่น่าสนใจเนื้อหาสารดังกล่าวได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมสื่อ เนื้อหาสาร ผู้รับสาร และรูปแบบธุรกิจของผู้รับสารจะอยู่ในระดับผิวเผิน (superficial level) แสดงออกโดยการทวิต รีทวิต แสดงความเห็น ส่วน Drillability คือ การที่ผู้รับสารมีความต้องการในการเข้าถึงรายละเอียดของเนื้อหาสื่อ นั้น ๆ ด้วยตัวเอง (personal) เนื้อหานั้น ๆ อาจไม่ได้เผยแพร่หรือกระจายไปสู่คนหมู่มาก (may not stretch to social sphere) ทั้งนี้สื่อที่ใช้การเล่าเรื่องข้ามสื่อที่ชัดเจนจะต้องเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารเจาะลึกเข้าถึงรายละเอียดของเนื้อหา มากกว่าจากช่องทางเผยแพร่ประเภทอื่น ๆ

อีกนัยหนึ่ง หมายถึง พลังการแพร่กระจายในเชิงกว้างและเชิงลึก

2. Continuity และ Multiplicity

Jenkins ให้ความสำคัญกับ Continuity ในฐานะตัวควบคุมการเล่าเรื่องที่ต้องมีความต่อเนื่องเชื่อมโยงในมิติของเรื่องเล่า อาจปรากฏในรูปแบบของเส้นเรื่อง (Storyline) ตัวละคร (Characters) ที่ต้องมีรูปแบบ (Consistent) ไม่ว่าจะปรากฏในเนื้อหา (Content) หรือตอน (Episode) หรือช่องทาง (Iteration) ของผลิตภัณฑ์ (Franchise)

ส่วน Multiplicity คือ ความหลากหลายที่มีอยู่ในเรื่องราวหรือตัวละครรูปแบบอื่น ตัวละครหรือเรื่องราวมีพัฒนาการ เปลี่ยนแปลงหลายทิศทาง ผู้รับสารสามารถเลือกที่จะรับชมแบบใด เหมือนกับคำถามปลายเปิด (Open-Ended) ที่ค่อย ๆ ชักนำประสบการณ์ผู้รับสารไปสู่โลกที่กว้างขึ้น (The Larger Story-World) ซึ่งผู้รับสารจะเกิดปฏิสัมพันธ์เชิงลึกกับเรื่องนั้น ๆ

อีกนัยหนึ่ง หมายถึง ความต่อเนื่องและความหลากหลาย หรือการขยายและการดัดแปลงได้นั่นเอง

3. Immersion และ Extractability

Jenkins อธิบายว่าทั้งสองคำนี้มีความเชื่อมโยงกัน เป็นปฏิสัมพันธ์ในการรับรู้ระหว่างประสบการณ์ของผู้รับสารกับเรื่องราวที่รับรู้จากสื่อ ส่วนที่แตกต่างกันคือ Immersion จะเป็นการเล่าเรื่องที่ให้ผู้รับสารเข้าใจและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราว เช่น การไปดูภาพยนตร์ การอ่านนวนิยาย การไปเล่นในสวนสนุก การไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ผู้รับสารจะเข้าใจเรื่องราวผ่านสื่อ (Transmedia Fiction) ไม่ได้ประสบกับเรื่องนั้น ๆ ด้วยตนเอง (Not Our Everyday Experience)

ส่วน Extractability จะเน้นที่เมื่อผู้รับสารเข้าใจเรื่องที่รับรู้จากสื่อแล้ว (Immersion) ยังสามารถนำส่วนของเรื่องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ซึ่งส่วนของเรื่องที่ผู้รับสารนำไปด้วย อาจปรากฏในรูปแบบใหม่ เพราะได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของผู้รับสารแล้ว (in The Space of

Their Everyday Life) เช่น เมื่อไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ผู้รับสารอาจซื้อเครื่องแต่งกายมาด้วย (Extract the Piece) แล้วนำมาแต่งตัวคอสเพลย์ (Cosplay) ในโอกาสต่าง ๆ

อีกนัยหนึ่ง หมายถึง การฝึกประสบการณ์ และการตัดตอนส่วนหนึ่งของประสบการณ์ไปใช้นั่นเอง

4. Worldbuilding คือ การสร้างมิติเรื่องเล่าที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้น ประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ เช่น ตัวละคร สถานที่ มีหลายเหตุการณ์ มีความซับซ้อน กว้างขวาง สามารถขยายความสู่เรื่องราวใหม่ ๆ ในอนาคตได้ ปัจจัยนี้เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างรายได้ เพราะผู้สร้างสามารถเข้าถึงผู้รับสารที่หลากหลายผ่านหลายช่องทาง หลากผลิตภัณฑ์ Jenkins กล่าวว่า หลักการ World Building เชื่อมโยงกับหลักการ Immersion และ Extractability เพราะทั้งหมดเป็นเรื่องของการให้ผู้รับสารมีประสบการณ์โดยตรงกับโลกที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ หากนิยามตามมุมมองของการสร้างภาพยนตร์ จึงเป็นการสร้างประตูด้วยกลวิธีการเล่าเรื่องและสร้างความสนใจให้ผู้รับสารก้าวสู่โลกของผู้ส่งสาร แล้วขยายเป็นเรื่องราวใหม่ ๆ ได้

5. Seriality เป็นการเล่าเรื่องแต่ละตอนผู้ส่งสารจะค่อย ๆ เปิดเผยเรื่องราวส่วนหนึ่ง (Chunk of Information) แล้วเมื่อผู้รับสารติดตามจนจบทุกตอน จะเข้าใจเรื่องราวทั้งหมด เมื่อนำหลักการนี้มาใช้ในการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ผู้ส่งสารอาจให้การเล่าเรื่องให้สื่อที่ต่างกัน (Different Platforms) เพื่อเปิดเผยเรื่องราวแต่ละส่วน โดยที่ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเปิดรับเรียงตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อเนื้อเรื่องจบแล้ว ผู้ส่งสารยังสามารถสร้างเนื้อเรื่องมาใหม่ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดในเนื้อเรื่องหลักได้อีกด้วย ดังเช่น ภาพยนตร์เรื่อง Battlestar Galactica ผู้สร้างก็สร้างตอนใหม่ ๆ แทรกเข้าไปในเส้นเวลาของเรื่องเดิม เพื่ออธิบายรายละเอียดที่เกิดขึ้นในจักรวาลต่าง ๆ ด้วย

6. Subjectivity คือ การเล่าเรื่องข้ามสื่อผ่านมุมมองใหม่ เช่น ตัวละครรอง หรือบุคคลที่สาม โดย

การนำเสนอในมุมมองนี้จะเปิดโอกาสให้ตัวละคร/เรื่องที่ได้รับ ความสนใจมีโอกาสเล่ามุมมองของตน (opportunity for “voices” that normally not heard) หลักการนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาใหม่ ๆ เสนอแนะทิศทางของเรื่องตาม ที่คิดว่าตัวละครนั้น ๆ ควรจะตอบสนองต่อเหตุการณ์หลักอย่างไร อีกนัยหนึ่งจึงเป็นเรื่องอัตวิสัย หรือการเล่าเรื่องจากมุมมองของตัวละครแต่ละตัว

7. Performance คือ การเล่าเรื่องข้ามสื่อที่สนับสนุนให้ผู้รับสารที่มีส่วนร่วมในการออกแบบ การเล่าเรื่องข้ามสื่อ Jenkins กล่าวว่า เมื่อผู้รับสารมีประสบการณ์เรื่องหนึ่งเรื่องใดร่วมกัน มักจับตัวเป็นชุมชน (community) ซึ่ง Jenkins เรียกว่า cultural attractors และในชุมชนนี้ ผู้ส่งสารในการเล่าเรื่องข้ามสื่อจะต้องสร้างโอกาสหรือสร้าง cultural activators (Jenkins, 2008) ให้ชุมชนมีโอกาสในการปฏิสัมพันธ์กันเองหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร ผู้รับสารมีส่วนในการสร้างโลกร่วมกัน (own creative contributions)

วิธีการวิจัย

การศึกษารายการเมืองไทยใหญ่อุดมและรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายของรายการและประชาชนทั่วไป จำนวนรายการละ 200 ชุด เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีต่อรายการ จากนั้นใช้การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม ด้วยคำถามปลายเปิด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตรายการ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มประชาชน โดยผู้เข้าร่วมจะได้ชมรายการที่ผู้ผลิตรายการเลือกให้ประเมินจำนวน 8 ตอน พร้อมกันและให้ความเห็น เกี่ยวกับแนวคิด รูปแบบ วิธีการเล่าเรื่อง ความพึงพอใจ และความคาดหวังต่อรายการตั้งแต่ขั้นตอนก่อนผลิต การผลิต และหลังการผลิต

ส่วนการศึกษาเปรียบเทียบการเล่าเรื่องของทั้ง 2 รายการในบทความนี้ นำแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) ของ Henry Jenkins มาเป็นกรอบวิเคราะห์ โดยศึกษาเนื้อหารายการละ 8 ตอนที่ใช้ในการวิจัยรายการเมืองไทยใหญ่อุดมและรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก.

การนำรายการเมืองไทยใหญ่อุดมและรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. มาใช้เป็นตัวอย่างเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเล่าเรื่อง เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยมีเงื่อนไขคือ 1) เป็นรายการในลักษณะเล่าข่าวหรือสารคดีเชิงข่าว 2) มีการออกอากาศทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ 3) มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปต่อยอดเชิงพาณิชย์

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์การเล่าเรื่องของรายการเมืองไทยใหญ่อุดมและรายการเกษตรก้าวไกล มีผลดังนี้

1. การเล่าเรื่อง

พบว่า รายการเมืองไทยใหญ่อุดม มีการเล่าเรื่องทั้งแบบเส้นตรงและแบบไม่เป็นเส้นตรง คือ การเล่าเรื่องแบบเป็นเส้นตรงกรณีที่ต้องการนำเสนอข่าวสารที่มีความเป็นทางการ และต้องการลำดับเหตุการณ์ให้ผู้ชมเข้าใจถึงความเป็นมา ในขณะที่การเล่าเรื่องแบบไม่เป็นเส้นตรงจะใช้ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่ไม่เป็นทางการเพื่อเล่าข่าวที่น่าสนใจ เช่น เรื่องจักจั่น จะเล่าเรื่องแบบตัดสลับไปมา เปิดเรื่องด้วยการเล่าเรื่องจักจั่น เล่าปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรหันมาทำอาชีพนี้ มีการทำความเข้าใจก่อนที่จะมาเป็นเกษตรกร มีการแทรก Insert ภาพประกอบการเล่าข่าว เล่าจบเป็นตอน

ในขณะที่รายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. ในแต่ละตอน จะใช้การเล่าเรื่องทั้ง 2 แบบผสมกัน โดยวิธีการเปิดตอนด้วยการเล่าเป็นเส้นตรง บอกถึงประเด็นที่จะเล่า ปัญหาอุปสรรคและการแก้ไข จากนั้นจะเป็นการเล่าแบบสลับไปมาเกี่ยวกับรายละเอียดที่เปิดประเด็นไว้ โดยนักวิจัยเป็นผู้เล่าเรื่องสลับกับ

เกษตรกร เนื้อหาอาจเป็นสิ่งที่นักวิจัยทดลอง สลับไปหาเกษตรกรที่นำการทดลองไปทำสำเร็จ สลับกลับไปที่ปัญหาของเกษตรกร สลับไปที่ปัญหาในแง่การวิจัย อย่างไรก็ตามทั้ง 2 รายการไม่ได้กำหนดว่า แต่ละตอนจะมีการเล่าเรื่องแบบใดขึ้นอยู่กับข้อมูล หากเป็นเรื่องสำคัญส่งผลกระทบต่อทุกคน เป็นปัญหาที่สังคมเผชิญอยู่ก็จะเล่าแบบเส้นตรง ตั้งแต่ที่มา สาเหตุ ผลกระทบ สถานการณ์ปัจจุบัน เพราะต้องการให้ผู้รับสารทราบเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ เข้าใจเหตุและผลของเรื่อง รวมถึงผลกระทบที่ผู้รับสารอาจได้รับด้วย

2. Spreadability และ Drillability

พบว่า ทั้งสองรายการมีการใช้สื่อหลายช่องทาง (platforms) เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายของเนื้อหารายการเมืองไทยใหญ่อุดม มีช่องทางโทรทัศน์และเฟสบุ๊ก โดยแบ่งรายการเป็นช่วง ๆ ในช่วงแรกจะเป็นการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ไม่มีการเจาะข้อมูลเชิงลึก จากนั้นจึงมีช่วงที่เชิญเกษตรกรหรือผู้เชี่ยวชาญมาออกมารายการ เนื้อหาจะลึกขึ้นโดยเฉพาะประเด็นประโยชน์ที่ได้ ซึ่งทำให้ผู้รับสารแสวงหาข้อมูลจากช่องทางอื่นมากขึ้น รวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กับรายการเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มหรือขอให้รายการเจาะลึกในประเด็นต่าง ๆ เพิ่มเติม ในขณะที่รายการเกษตรก้าวไกล จะใช้ไลน์ในการนำเสนอประเด็นกว้าง ๆ ด้วยภาพกราฟิกมีข้อความสั้น ๆ ประกอบเพื่อให้ทราบจุดเน้นของแต่ละตอนคืออะไร (spreadability) จากนั้นใช้เฟสบุ๊กโทรทัศน์ รวมถึงเว็บไซต์ในการให้ข้อมูลเชิงลึก

3. Continuity และ Multiplicity

พบว่า ทั้งสองรายการมีการเล่าเรื่องตามหลัก continuity โดยเฉพาะการเน้นเส้นเรื่องในทุก ๆ ตอน ทั้งสองรายการมีความแตกต่างเล็กน้อยในหลักการนี้ กล่าวคือ รายการเมืองไทยใหญ่อุดม จะแบ่งเนื้อหาเป็นช่วง เส้นเรื่องจะเดินเชื่อมโยงกัน เมื่อมีการพักช่วงผู้รับสารสามารถส่งข้อความแสดงความคิดเห็นหรือซักถามได้ เชื่อมโยงเนื้อหาในช่วงต่อ ๆ ไป ส่วนรายการเกษตรก้าวไกล จะเน้นเส้นเรื่องที่เหมือนกันในทุกตอนที่ผลิตคือ นักวิจัยนำเสนอผลการวิจัย ต่อด้วยการนำ

ผลไปทดลองใช้กับเกษตรกร ต่อด้วยเกษตรกรเล่าเรื่อง และจบด้วยปัญหาการวิจัยหากต้องนำผลเข้าสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม

ส่วนหลัก multiplicity พบว่า ทั้งสองรายการมีลักษณะคล้ายกัน เนื่องจากเน้นเรื่องการพัฒนาด้านการเกษตรเช่นเดียวกัน จึงมีการเล่าเรื่องที่มีความหลากหลายในเรื่องราวหรือตัวละคร เกษตรกรหรือเรื่องราวมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงหลายทิศทาง ผู้รับสารสามารถเลือกว่าจะรับชมแบบใด เช่น จะรับชมเพื่อรู้ความเคลื่อนไหว จะรับชมเพื่อนำเทคนิคไปใช้ จะรับชมเพื่อซื้อสินค้าเหมือนกับคำถามปลายเปิด (open-ended) ที่ค่อย ๆ ชักนำประสบการณ์ผู้รับสารไปสู่โลกที่กว้างขึ้น (the larger story-world) ซึ่งผู้รับสารจะเกิดปฏิสัมพันธ์เชิงลึกกับเรื่องนั้น ๆ

4. Immersion และ Extractability

พบว่า ทั้งสองรายการมีการเล่าเรื่องที่ให้ตัวละครหลักคือ เกษตรกรเป็นผู้เล่าเรื่องด้วย มีการถ่ายทำในสถานที่จริง เห็นการทำงานจริง หรือรายการเกษตรก้าวไกล ก็มีการให้นักวิจัยเล่าเรื่องทั้งในห้องปฏิบัติการ หรือในแหล่งเกษตรกรรม มีการใช้คำพูดที่ทำให้รู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ผู้รับสารเสมือนอยู่ในเหตุการณ์ด้วย เมื่อผู้รับสาร immerse กับเนื้อหาแล้วยังสามารถร่วมสนุกกับของรางวัล ข้อผลิตภัณฑ์ที่สนใจสามารถนำมาทดลองใช้กับไร่นาของตนได้ เป็นการนำส่วนหนึ่งส่วนใดของเนื้อหามา (extract) แล้วประยุกต์ใช้กับงานของตนเอง (everyday experience)

5. Worldbuilding

พบว่า จากการที่ทั้งสองรายการมีการเล่าเรื่องให้ผู้รับสารเหมือนมีประสบการณ์ตรง และนำเอาส่วนหนึ่งส่วนใดไปใช้ต่อ เช่น รายการเมืองไทยใหญ่อุดม ผู้รับสารสามารถนำเทคนิควิธีการ หรือผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดได้ ในขณะที่รายการเกษตรก้าวไกล ผู้รับสารอาจนำเอาผลวิจัยที่สำเร็จ ไปผลิตเชิงอุตสาหกรรม เช่น การสกัดสารจากข้าว ก็สามารถนำไปต่อยอดในการปลูกข้าวพันธุ์ดังกล่าวเพื่อส่งต่อภาคอุตสาหกรรม หรือนำสารสกัดไปผลิตเป็นครีม

ลดริ้วรอยสำหรับผิวหน้าได้ ซึ่งผู้รับสารจะมีการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ หรือจากแหล่งเดียวกัน แต่ต่างช่องทาง หลักการนี้เชื่อมโยงกับที่ Jenkins อธิบายว่าหลักการ world building เชื่อมโยงกับหลักการ Immersion และ Extractability เพราะทั้งหมดเป็นเรื่องของการให้ผู้รับสารมีประสบการณ์โดยตรงกับโลกที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ

6. Seriality

หลักการของ Jenkins กล่าวว่า seriality เป็นการเล่าเรื่องแต่ละตอนผู้ส่งสารจะค่อย ๆ เปิดเผยเรื่องราวส่วนหนึ่ง (chunk of information) แล้วเมื่อผู้รับสารติดตามจนจบทุกตอน จะเข้าใจเรื่องราวทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองรายการเน้นการเล่าเรื่องที่จบในแต่ละครั้งของการออกอากาศ เนื้อหาที่เผยแพร่ในช่องทางอื่น ๆ ก็เน้นเล่าเรื่องราวให้จบในแต่ละตอน ไม่มีการเชื่อมโยงไปสู่การออกอากาศครั้งต่อไป ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่า หากผู้ส่งสารเล่าเรื่องไม่จบในแต่ละตอน ผู้รับสารจะไม่เข้าใจเนื้อหาหรือไม่อยากติดตามชมเนื้อหาที่เหลือในตอนต่อไป การสัมภาษณ์ผู้ชมรายการพบว่า ต้องการให้รายการเล่าเรื่องให้ชัดเจน มีการโยงประเด็นที่มีตั้งแต่สาเหตุ วิธีการดำเนินการ การแก้ปัญหา และช่องทางติดต่อเพิ่มเติมเป็นเรื่อง ๆ ไป

7. Subjectivity

พบว่า ผู้ร่วมรายการ หรือเกษตรกรในสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งเป็นเหมือนตัวละครรอง ก็กลายเป็นตัวละครหลักในการเล่าเรื่องในรายการได้ เช่น รายการเมืองไทยใหญ่อุดม ปรากฏว่าผู้ชมต้องการทราบเรื่องราวของเกษตรกรท่านหนึ่ง ซึ่งในช่วงรายการขณะนั้นเพียงแต่เอ่ยชื่อ ไม่ได้นำเรื่องราวมาเล่า รายการจึงให้เกษตรกรท่านนี้มาร่วมรายการ เพื่อเล่าเรื่องประสบการณ์ของตนเอง ในรายการเกษตรก้าวไกล ก็เช่นกัน เมื่อมีการนำเสนอเรื่องสารสกัดจากข้าว รายการก็เปิดโอกาสให้สารสกัดตัวนี้เป็นตัวละครหลักในการเล่าเรื่องครีมีลดริ้วรอยในตอนอื่น ๆ ต่อไป

8. Performance

พบว่า ทั้งสองรายการมีการสร้างชุมชน (community) โดยเฉพาะบนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งชุมชนเหล่านี้มีหลายชุมชน สมาชิกในชุมชนหนึ่ง อาจเป็นสมาชิกในอีกชุมชนหนึ่ง ขึ้นกับความสนใจของแต่ละบุคคล การเล่าเรื่องข้ามสื่อของทั้งสองรายการ สร้างโอกาสหรือสร้าง cultural activators ให้ชุมชน มีโอกาสในการปฏิสัมพันธ์กันเองหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร เช่น การใส่เกมตอบคำถามชิงรางวัล การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังแหล่งสารอื่น ๆ (link) ทำให้ผู้รับสารได้ยินชื่อเกษตรกรท่านอื่น ผลิตภัณฑ์อื่น รายการเกษตรอื่น ส่งผลให้ผู้รับสารมีส่วนในการสร้างโลกร่วมกัน (own creative contributions) เช่น สร้างประเด็นให้ผู้ส่งสารนำไปเล่าเรื่อง สร้างเป็นชุมชนที่มีกายภาพ มีการพบปะกัน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันผ่าน SMS เฟสบุ๊ก ไลน์ การอบรม การร่วมธุรกิจ

อภิปรายและสรุปผล

รายการเมืองไทยใหญ่อุดมและเกษตรก้าวไกล กับ สวก. เป็นรายการเกี่ยวกับการเกษตรที่มีการออกอากาศทางโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ โดยรายการเมืองไทยใหญ่อุดมออกอากาศทาง ททบ5 และเฟซบุ๊ก ปัจจุบันสามารถชมรายการย้อนหลังทาง ยูทิวบ์ด้วย ส่วนรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. มีการออกอากาศทางโทรทัศน์ ททบ5 ต่อมาเป็นไทยรัฐทีวี แต่ปัจจุบันไม่มีการออกอากาศผ่านช่องทางโทรทัศน์ ส่วนสื่อออนไลน์ที่ใช้มีเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์

การนำเสนอเนื้อหาของรายการนั้น รายการเมืองไทยใหญ่อุดมแบ่งรายการโทรทัศน์เป็น 6 ช่วง นำเสนอแบบเส้นตรงสำหรับข่าว ความเคลื่อนไหวในวงการเกษตร รวมถึงข้อมูลที่เข้าใจง่าย เช่น ราคาพืชผล ส่วนเรื่องที่ซับซ้อน เข้าใจยาก หรือเรื่องยาว มีขั้นตอนเกี่ยวข้องมาก จะนำเสนอแบบไม่เป็นเส้นตรง ส่วนมากมักเป็นเรื่องเกษตรกรตัวอย่าง วิทยาการใหม่ ๆ ในการเกษตรที่ทำแล้วใช้ได้จริง มีการต่อยอดสู่ธุรกิจ

อื่น ๆ เช่น ร้านกล้วยเตี๋ยที่มีการทำเกษตรของตนเอง เอาพืชผลมาใช้ทำอาหาร รวมถึงพัฒนาการทำปุ๋ยเพื่อใช้ในแปลงพืชผัก และมีผลผลิตมาขายในรายการ ก็จะมีการเล่าเรื่องสลับไปมาคล้ายละครหรือภาพยนตร์ ส่วนรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. จะเน้นเรื่องงานวิจัยทางการเกษตรว่ามีอะไรบ้าง ผลการวิจัยเป็นเช่นไร เกษตรกรนำไปใช้ได้อย่างไร รวมถึงแนวทางการนำผลไปผลิตในระดับอุตสาหกรรม เช่น การทดลองเรื่องข้าวและสารสกัด ที่นอกจากเกษตรกรจะได้กรรมวิธีในการดูแลข้าว การเลือกพันธุ์ข้าว นักธุรกิจยังอาจนำสารสกัดจากข้าวไปผลิตเป็นครีมทาหน้าลดริ้วรอยอีกด้วย ในการเล่าเรื่องข้ามสื่อ รายการเมืองไทยใหญ่อุดม จะเล่าเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบในรายการโทรทัศน์ ดังนั้นจึงไม่มีลักษณะของซีรีส์ แต่จะมีการวางคลิปสั้น ๆ เป็นเรื่อง ๆ ในเฟซบุ๊ก ทำให้เกิดชุมชนที่เชื่อมโยงผ่าน SMS การแชร์ การแสดงความเห็น (spreadability) รายการมีการสร้าง cultural activators ผ่านเกม ของรางวัล โยนชื่อเกษตรกร ผลิตภัณฑ์ รายการเกษตรอื่น ๆ ที่เป็นตัวละครรอง (subjectivity) ในรายการโทรทัศน์ ลงในเฟซบุ๊ก ทำให้ผู้รับสารร่วมสร้างโลกร่วมกันกับรายการ (performance) นำสู่การขุดคุ้ยเนื้อหาเชิงลึก (drillability) และนำมาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ต่อไป (continuity and multiplicity)

ส่วนรายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. จะใช้การวางกราฟิกภาพและแคปชั่นประโยคสั้น ๆ เกี่ยวกับประเด็นหลักที่จะเล่าในแต่ละตอน เช่น ภาพกล้องจุลทรรศน์ที่ส่องเห็นไส้เดือนหลายพันธุ์ และแคปชั่นไส้เดือนฝอย กำจัดแมลงศัตรูด้วยวิธีธรรมชาติ ซึ่งเนื้อหาจะเป็นคลิปสั้นเผยแพร่ทางโทรทัศน์และเฟซบุ๊ก ซึ่งในโทรทัศน์คลิปจะมีความยาวนานกว่าในเฟซบุ๊ก และในเฟซบุ๊กจะสามารถกดเพื่ออ่านบทความที่เขียนในลักษณะ blog ได้ ส่วนในเว็บไซต์ก็จะเป็นการนำเสนอเชิงวิชาการ และเชื่อมโยงผู้รับสารไปสู่การเข้าเป็นชุมชน เช่น ร่วมเป็นสถานที่ทดลอง นำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ขอคำปรึกษาเพื่อนำผลไปผลิตในอุตสาหกรรม รวมถึงการขอรับทุนต่าง ๆ ซึ่งผู้รับสารจะขยายไปสู่

นักวิชาการ นักวิจัยด้วย นอกเหนือจากเกษตรกรและนักธุรกิจ นับว่าเป็นการสร้างตามหลักการ Spreadability และ Drillability ทำผู้รับสารสนใจสืบค้นหรือสอบถามเนื้อหา นั้น ผ่านการติดต่อตามช่องทางต่างๆ ที่รายการให้ได้ จึงเกิด immersion และ drillability บางองค์ความรู้เกิดการต่อยอดเป็นอุตสาหกรรม เช่น การนำความรู้เรื่อง สารสกัดจากข้าวไปใช้ทำครีมทาผิว ร้อย เข้ากับหลักการ Extractability

รายการเกษตรก้าวไกลกับ สวก. มีความคล้ายคลึงกับรายการเมืองไทยใหญ่อุดมในแง่ของการเน้นการเล่าเรื่องให้จบในแต่ละตอน ไม่ว่าจะใช้การเล่าแบบเส้นตรงหรือตัดสลับไปมา เพราะเนื้อหาหลักมีความเฉพาะเจาะจง เข้าใจยากหากไม่อธิบายให้จบกระบวนการ จึงไม่มีลักษณะการผลิตเป็นซีรีส์ แต่สามารถโยงไปสู่เนื้อหาที่ซับซ้อนทั้งแนวราบหรืออุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น เล่าเรื่องเกษตรกรหลาย ๆ คน หลาย ๆ พืชพรรณ ทั้งแนวตั้งหรือหลายอุตสาหกรรม เช่น การปลูกพืชผัก สูการเลี้ยงปลา สูการทำร้านอาหาร สูการผลิตปุ๋ย สูการนำสารสกัดไปทำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิตามิน เป็นต้น โดยตัวละครหลัก และตัวละครรอง สามารถกลายเป็นตัวละครหลักในเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ ถือว่าเป็นการใช้ subjectivity สร้างให้เกิด multiplicity

การศึกษาการเล่าเรื่องข้ามสื่อของรายการเกษตรทั้ง 2 รายการ คือ เมืองไทยใหญ่อุดมและเกษตรก้าวไกลกับ สวก. ทำให้เห็นว่ารายการเกษตรที่มีแนวโน้มว่าจะมีพื้นที่ออกอากาศน้อยลงในปัจจุบัน แม้ว่าประเทศไทยมีอุตสาหกรรมเกษตรเป็นหลักที่สำคัญ จะทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถวางแผนการนำเสนอเนื้อหาการเกษตรที่แตกต่างไปจากอดีต มีการใช้หลักการเล่าเรื่องแบบต่าง ๆ เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และตรงกับลักษณะของเนื้อหา กล่าวคือ เนื้อหาที่เข้าใจง่าย สามารถเล่าเป็นเส้นตรง ส่วนเนื้อหาที่เข้าใจยาก มีกรรมวิธีซับซ้อน หากเล่าเป็นเส้นตรง ก็ไม่น่าสนใจ จึงเล่าสลับไปมา และสามารถโยงเนื้อหาทั้งแนวราบและแนวตั้ง ทำให้เกิดความ

น่าสนใจ ผู้รับสารมีการแชร์และค้นคว้าสอบถามเพิ่มเติม เกิดเป็นชุมชน เริ่มสร้างประเด็นที่ชุมชนสนใจ ต่อยอดเป็นเนื้อหาใหม่ ๆ ให้ผู้ผลิตสามารถนำไปวางแผนการผลิตได้ อย่างไรก็ตามทั้ง 2 รายการเป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้ พัฒนาการเกษตรเป็นหลัก เนื้อหาหลักจึงเป็นข้อมูลทางวิชาการ มีความยากและมีขั้นตอนซับซ้อน จึงจำเป็นต้องเล่าแต่ละเรื่องให้จบในตอนเดียว ส่วนการใช้สื่อออนไลน์ จะพบว่าทั้ง 2 รายการมีการใช้สื่อออนไลน์ทั้งเพื่อการกระจายเนื้อหา การเล่าเรื่องเชิงลึก การเล่าเรื่องหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งเพื่อให้เกิดชุมชน เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน และระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร และเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้เกิดประเด็นในการนำเสนอต่อไปในอนาคต รวมทั้งยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการประเมินผลของรายการว่าตรงกับความต้องการของผู้รับสารหรือไม่ อย่างไร

ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้จะเห็นว่า การจัดทำรายการเกษตรในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องมีการวางแผนการเล่าเรื่อง การใช้ช่องทางเผยแพร่ รวมถึงการดึงผู้รับสารให้มีส่วนร่วมกับการรายการในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่

1. ใช้การเล่าเรื่องแบบเส้นตรง สำหรับเนื้อหาที่เข้าใจง่าย หรือต้องการส่งสารถึงผู้รับสารโดยตรง เนื่องจากสารนั้นมีความสำคัญมาก
2. ใช้การเล่าเรื่องแบบไม่เป็นเส้นตรง หรือสลับไปมา สำหรับเนื้อหาที่เข้าใจยาก หรือมีขั้นตอนยาว หากเล่าเป็นเส้นตรงจะน่าเบื่อ
3. การเล่าเรื่องสลับไปมา แต่ละตอนต้องเล่าจบในตอน แต่สามารถโยงไปสู่เนื้อหาที่ซับซ้อนทั้งแนวราบหรืออุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น เล่าเรื่องเกษตรกรหลาย ๆ คน หลาย ๆ พืชพรรณ หรือแนวตั้งหรือหลายอุตสาหกรรมได้
4. ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางเพิ่มเติม เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการสื่อสารกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดชุมชน

5. มีการตั้งประเด็นพูดคุยในชุมชน เพื่อให้ ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการสร้างโลกร่วมกัน
 6. ดึงเจ้าของเรื่องมาพูดคุยในรายการใน
- ลักษณะบอกต่อวิธีการ บอกต่อประโยชน์ หรือขายสินค้า เพื่อนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ หรือตัดตอน ประสพการณ์ไปใช้ประโยชน์ได้

References

- Agricultural Research and Development Agency (2018-2019). *Television Clips during 2018-2019*. <http://www.arda.or.th/>
- Chaikhwang, P. (2021, September 4). Interviewed by C. Kosaikanon [Telephone]. Durian Garden Owner Suratthani, Bangkok.
- Changsanor, C. (2021, September 4). Interviewed by C. Kosaikanon [Telephone]. Muangthai Yaiudom Producer (TV5), Bangkok.
- Everyday Marketing. (2021). *Report on Thailand digital stat 2021 from we are social*. <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>
- Grabe, M. E., Lang, A., & Zhao, X. (2003). News content and form: Implications for memory and audience evaluations. *Communication Research*, 30(4), 387-413.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Georgetown University Press.
- Jenkins, H. (2009). *The revenge of origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling*. Henry Jenkins. http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Kosaikanon, C. (2022). *Product touchpoint of “Muangthai Yaiudom” agriculture news programme* [Master’s thesis]. Panyapiwat Institute of Management.
- Limsringam, P., Sasithanakornkaew, S., & Apisupachok, W. (2021). Perception of corona virus 19 through social media and attitude and behavior of virus protection in Bangkok. *Maha Chulanakornras Journal*, 8(9), 18-33.
- Media Monitor. (2009). *Television agricultural programs: Reflection for the importance of agriculture in Thailand*. <http://oknation.nationtv.tv/blog/teammediamonitor/2009/04/07/entry-1>
- Pongpanas, A. (2021, September 4). Interviewed by C. Kosaikanon [Telephone]. Private sector employee, Bangkok.
- Press Council of Thailand. (2012). *Press council of Thailand in convergence era*. Press Council of Thailand.
- Reansoy, U. (2021, September 4). Interviewed by C. Kosaikanon [Telephone]. Tankhun Organic Farm, Bangkok.

- Saiseesod, S. (2021). COVID-19 perception and awareness of students in Udonthani Province during COVID-19 pandemic. *Valaya Alongkorn Review (Humanity and Sociology)*, 11(1), 13-25.
- Sakulwacharaanan, R. (2021, September 4). Interviewed by C. Kosaikanon [Telephone]. Muangthai Yaiudom MC (TV5), Bangkok.
- Shaw, K. (2017). *Media exposure and public opinion towards Kasedkaoklai kub Sor Vor Kor*. Bangkok Yell.
- Shaw, K. (2018). *Media exposure and public opinion towards Kasedkaoklai kub Sor Vor Kor*. Bangkok Yell.
- Suwannarat, S. (2010). *Factors affecting production and distribution of agricultural television program in Thailand* [Master's thesis]. Kasertsart University.
- TV5HD Online (2021). *Muangthai Yaiudom program*. <https://www.youtube.com/watch?v=qFSEkHosknM> and TV5HD1



Name and Surname: Kanyika Shaw

Highest Education: Communication Studies, Ph.D. from University of Leicester, U.K.

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Convergence Journalism