

## บทที่ 5

### กระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่น ในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์

เมื่อนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์วิทยา มาใช้ศึกษาพบว่า กระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์ มีลำดับขั้นตอนการเข้ารหัส คือ ในระดับแรกเป็นการเข้ารหัสทางสังคม เพื่อให้ผู้ชมรับรู้และเข้าใจ “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” ที่ถ่ายทอดผ่านตัวบทของแต่ละรายการ ในระดับที่สองเป็นการเข้ารหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์เพื่อถ่ายทอดตัวแทน “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” ในระดับต่อมาเป็นผลจากการรับรู้และการตีความวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ได้รับการเข้ารหัสทางสังคมและรหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์แล้ว ซึ่งนำไปสู่ความสามารถถอดรหัสทางอุดมการณ์ที่รวมตัวอยู่ในกระบวนการสร้างความหมายในทั้งสองระดับข้างต้น โดยสามารถประมวลผลการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในตัวบทรายการต่าง ๆ ตามลำดับขั้นตอนการเข้ารหัสในระดับต่าง ๆ ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 การสร้างความหมายด้วยการเข้ารหัสทางสังคม

สืบเนื่องจากผลการศึกษาลักษณะรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงที่พบว่ารายการต่าง ๆ พยายามตอบสนองความต้องการหลัก ๆ ของวัยรุ่น ได้แก่ ความต้องการแบบอย่างเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ ความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยกย่องและการยอมรับจากสังคม โดยใช้บุคคลที่วัยรุ่นต้องการยึดเป็นแบบอย่าง (Teenage Idol) มาเป็นผู้นำเสนอวัฒนธรรมวัยรุ่นทางด้านต่าง ๆ นั้น แสดงให้เห็นว่าในระดับการสร้าง “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” การเข้ารหัสทางสังคมเพื่อให้วัยรุ่นรับรู้และเข้าใจว่าสิ่งที่ต้องการนำเสนอในรายการเป็น “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” นั้น คือการสร้าง ความหมายให้ผู้ที่เป็นสื่อในการถ่ายทอดตัวบทเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการว่าเป็นแบบอย่าง ที่กลุ่มสังคมวัยรุ่นสามารถยึดถือได้ เพราะมีคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่น ได้อย่างครบถ้วน แล้วนำมาเป็นตัวแทนทางแนวคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่น ซึ่งหากนำเสนอทางสื่อโทรทัศน์แล้วจะนำไปสู่การยอมรับเป็นแบบแผนปฏิบัติของวัยรุ่นในวงกว้าง และกลายเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นไปในที่สุด

จากการศึกษาตัวบทของรายการปกิณกะบันเทิงพบว่า การสร้างแบบอย่างของวัยรุ่นโดยการเข้าห้สทางสังคมให้สามารถสื่อความหมายของ “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” นั้น มีองค์ประกอบหลัก ๆ ที่สังเกตได้ดังนี้

- รูปลักษณะภายนอก ได้แก่ ต้องเป็นผู้ที่อยู่ในวัยรุ่นหรือวัยผู้ใหญ่ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี เป็นผู้ที่มีบุคลิกหน้าตาดี รายการต่าง ๆ นิยมใช้วัยรุ่นที่เป็นลูกครึ่ง โดยเฉพาะลูกครึ่งเชื้อชาติไทยกับตะวันตก
- การแต่งกายและการแต่งหน้า จากการศึกษาคำศัพท์ของรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์แล้วพบว่าวัยรุ่นในรายการมีรูปแบบการแต่งกายและทรงผมในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ วัฒนธรรมทางด้านการแต่งกายของวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงมีลักษณะเป็นการแต่งตัวตามแฟชั่นตะวันตก คือ สวมเสื้อผ้าหลายชิ้น โดยเฉพาะเสื้อที่คลุมทับด้วยแจ็กเก็ต หรือเสื้อกั๊กผสมกับเสื้อฝ้ายมีลักษณะล่อนเลี้ยวเสื้อผ้าในทศวรรษที่ 1960 และ 1970 ซึ่งก็คือยุคฮิปปี้หรือ บุปผาชนตลอดจนแฟชั่นทรงผมของวัยรุ่นหญิงที่นิยมทรงผมเลียนแบบฟังก์ ที่เรียกว่า put-up hair และทำสีผม ส่วนวัยรุ่นชายนิยมใส่เจลให้ผมดูเป็ยกและผมรองทรงค่อนข้างยาวแบบนักดนตรีวง TheBeattle ในอดีต รองเท้าที่นิยมสวมใส่จนเห็นได้ชัดในวัยรุ่นชายคือรองเท้าผ้าใบ หรือ รองเท้าที่มีหัวรองเท้าและสันรองเท้าขนาดใหญ่ การแต่งหน้าของวัยรุ่นนิยมตกแต่งด้วยสีอ่อนเพื่อเน้นความสดใสของวัย
- สิ่งของเครื่องใช้ เครื่องใช้หรือประติษฐกรรมที่รายการเหล่านี้นำเสนอผ่านนักร้อง นักแสดงที่เป็นแบบอย่างของวัยรุ่น ได้แก่ ประติษฐกรรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะเป็น Internet เครื่องทำสติกเกอร์อัตโนมัติ โทรศัพท์มือถือ วิทยุติดตามตัว เกมคอมพิวเตอร์ รวมทั้งประติษฐกรรมที่วัยรุ่นนิยมเก็บสะสม ได้แก่ ใบโฆษณาภาพยนตร์ (handbill) โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์ต่างประเทศ หนังสือการ์ตูนต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ของโคคาโคลา เป็นต้น
- ดนตรี แบบอย่างของวัยรุ่นในหลาย ๆ รายการได้รับการนำเสนอว่าเป็นผู้ที่เสพงานดนตรีจากต่างประเทศเป็นหลัก
- สภาพแวดล้อม สถานที่ที่ทางรายการนำเสนอว่าเป็นสภาพแวดล้อมของวัยรุ่น ได้แก่ ป้ายรถเมล์ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าสำหรับวัยรุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่สยามสแควร์ ร้านอาหารที่มีการตกแต่งในสไตล์ต่างประเทศ สถาบันเทิง สนามกีฬา สถานที่ชมคอนเสิร์ต สวนสนุก ลานสเก็ต สถาบันฝึกฝนความสามารถพิเศษ เป็นต้น



- พฤติกรรมการแสดงออก ต้องเป็นผู้ที่กล้าแสดงออก มีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีกิจกรรมายาทแบบวัยรุ่นตะวันตกมากกว่าแบบไทย เช่น การนั่งกางขา 120 องศา พร้อมกับเขย่าขา ตลอดเวลาในขณะที่ดำเนินรายการของพิธีกรชาย การยกขาพาดพื่นรถโดยสารตามลักษณะดำเนินรายการของพิธีกรหญิง การนอนดำเนินรายการเคียงคู่กันระหว่างพิธีกรหญิง-ชาย เป็นต้น
- การพูดจา ผู้ที่เป็นแบบอย่างให้แก่วัยรุ่นจะต้อง “พูดภาษาเดียวกัน” กับวัยรุ่นในสังคม เช่น การใช้คำสแลง คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ สำนวนแปลกใหม่ การลดคำ เป็นต้น

กล่าวได้ว่าวัยรุ่นที่ถูกสร้างให้เป็นแบบอย่างในรายการปกิณกะบันเทิงได้ถูกเข้ารหัสทางสังคมให้เป็นวัยรุ่นที่มีอัตลักษณ์ที่ทันสมัยจากการบริโภคและมีวัฒนธรรมวัยรุ่นตะวันตกเป็นกรอบอ้างอิง กล่าวคือ เป็นวัยรุ่นที่บริโภคสินค้าทั้งพาณิชย์ศิลป์และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ต้องอาศัยกำลังซื้อสูง และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ติดเทียมกับวัยรุ่นตะวันตก สภาพแวดล้อมของวัยรุ่นก็เกี่ยวเนื่องกับการบริโภค การเที่ยวเตร่ และมีบรรยากาศแบบตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมแสดงออกที่ค่อนข้างจะผิดแผกไปจากขนบธรรมเนียมของไทย โดยนำกิจกรรมายาทแบบวัยรุ่นตะวันตกมาใช้ และพูดจาด้วยสำนวนภาษาศัพท์สแลงของวัยรุ่น ตลอดจนการพูดคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ซึ่งก็มักจะเป็นคำที่ใช้พูดกันจนเป็นที่เข้าใจแพร่หลายแล้ว

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความหมายด้วยการเข้ารหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์

การสร้างความหมายในระดับนี้เป็นการใช้เทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์และรูปแบบการนำเสนอแบบต่าง ๆ มาสร้างตัวแทน “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” ที่ได้รับการเข้ารหัสทางสังคมแล้ว จากการศึกษาวิจัยตัวของรายการพบว่า การเข้ารหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ไม่เป็นไปตามธรรมเนียมปฏิบัติ ทำให้ตัวแทน “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” มีลักษณะเป็นสิ่งที่อยู่นอกกฎเกณฑ์ข้อบังคับ มีลักษณะเป็นความฝันที่ล่องลอยอยู่นือความเป็นจริง มีสีสัน และการตัดต่อที่ฉับไวชวนให้ติดตาม เป็นการกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่แปลกใหม่ เร้าใจของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นการหยิบยืมเอาเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ MTV มาใช้ได้อย่างสอดคล้องกับการเข้ารหัสทางสังคมที่ทำให้ “ความเป็นจริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น” สื่อความหมายว่าเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นที่มีความทันสมัยทัดเทียมกับวัฒนธรรมวัยรุ่นตะวันตก ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถจำแนก

ลักษณะของการเข้ารหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ของรายการปกิณกะบันเทิงต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

เทคนิคทางด้านภาพ การนำเสนอทางด้านภาพในรายการปกิณกะบันเทิงไม่ยึดติดตามรหัสการนำเสนอตามธรรมเนียมปฏิบัติ (conventional representation code) ในการสื่อความหมายของภาพ แต่ก่อนที่จะสรุปว่าเทคนิคการนำเสนอทางด้านภาพของรายการปกิณกะบันเทิงส่วนใหญ่เป็นอย่างไร จะขอยกเอาแนวทางในการปฏิบัติงานของผู้สร้างสรรค์รายการเกี่ยวกับการนำเสนอทางด้านภาพประกอบเพื่อความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้สร้างสรรค์รายการต่าง ๆ ได้รับการเปิดเผยว่าได้นำเทคนิคการนำเสนอจากรายการโทรทัศน์ต่างประเทศและภาพยนตร์ต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่

คุณจิตรกร เลี้ยววัฒนะหิรัณย์ เปิดเผยถึงเทคนิคการถ่ายทำรายการเสาร์ผู้สู่ว่า “ในเรื่องของการถ่ายทำก็จะมีเรื่องของฉาก ก็จะเป็นงานที่ใช้สีโทนร้อน เพราะเป็นจุดดึงดูดใจได้ แต่ถึงจะใช้สีสดก็มีส่วนที่มาช่วยลดความแรงของสีลงด้วย ในด้านของมุมมอง ถ้าเราดูรายการปกิณกะมุมมองจะนิ่ง จะ zoom in - out (การเปลี่ยนขนาดภาพด้วยการดึงภาพให้เข้าใจหรือถอยห่างออกไป) จะช้า pan (การหมุนกล้องไปทางซ้ายหรือขวาในลักษณะการยืนอยู่กับที่แล้วกวาดตา) ก็จะช้า แต่รายการเสาร์ผู้สู่มุมกล้องจะเร็ว zoom เข้า-ออกเร็ว จากกว้างจะเข้าไปแคบจะดึงภาพเร็วเลย หรือบางทีบทพูดยาว วิวกล้องก็จะไม่เป็นแบบกว้างไปแล้วซูมออกมา แต่จะใช้การเปลี่ยนภาพไปหลาย ๆ ขนาดเพื่อให้ดูเร้าใจ วัยรุ่นไม่ชอบอะไรที่นิ่ง ๆ นอกจากนี้ก็ยังมีกรตกแต่งภาพในห้องตัดต่อ เช่น ใส่แสงแบบ stoke ซึ่งก็คือแสงกระพริบถี่ ๆ ดูเหมือนไฟตก ทำให้ภาพดูแปลกเร้าอารมณ์ ภาพไม่ตาย ภาพทุกภาพต้องเอามาตกแต่งด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่น การทำกราฟิกทำให้ภาพดูเหมือนฟิล์มหนังเก่า ๆ เป็นต้น ภาพที่เสนอออกมาจะไม่ดิบ ไม่ใช่การถ่ายอย่างไรก็นำมาออกอย่างนั้น”

คุณชัยรงค์ โกศลโพธิทรัพย์ กล่าวถึงเทคนิคการถ่ายทำรายการมาายาทีวีว่า “รายการวัยรุ่นเน้นความกระชับ ความไว ให้มุมมองและการตัดต่อดูแล้วสนุก ไม่ใช่ลักษณะการถ่ายภาพมาไม่เหมือนสารคดี แต่เป็นแบบหนังฝรั่ง เวลาที่เขาตัดต่อเร็ว มีเสียงกระหึ่มดังขึ้นมา มันก็ทำให้รู้สึกเร้าใจ รายการประเภทนี้จะไม่ถ่ายภาพแช่อยู่นาน ๆ ต้องมีเสียงบ้าง เราต้องการเสนอ



ความแปลกใหม่ทางการตัดต่อ เพราะวัยรุ่นรับที่จะเรียนรู้ในเรื่องของความแปลกใหม่ต่าง ๆ เรา  
ดูงาน โทรทัศน์จาก IBC ดูผลงานกราฟิกของเขา การทำ Super (ตัวอักษรซ้อนบนภาพ) ของเขา  
แล้วเราก็เอามาปรับใช้ดูก็ศึกษาหลาย ๆ อย่าง”

สำหรับเทคนิคในการถ่ายทำรายการอาทิตย์กลับ คุณรุ่งโรจน์ แสงมงคลชัย  
ผู้สร้างสรรค์รายการกล่าวว่า “ภาพต้องสวย มุมกล้องต้องหวือหวา กล้องเคลื่อนไหว เดี่ยวมุมเสย  
เดี่ยวมุมกด เปลี่ยนไปเรื่อย ๆ กวน ๆ เน้นสนุก เน้นมัน เน้นความแปลกใหม่ ทันสมัย ต้องมีสีสัน  
ฉากต้องดูไฮเทค บางทีขณะที่พิธีกรพูดอยู่ภาพก็อาจเปลี่ยนเป็นภาพขาว-ดำ แล้วก็กลับมาเป็นสี  
ปกติ เราต้องการทำให้มันสนุก แทนที่เราจะพูดไปเรื่อย ๆ มันดูไม่มีอะไร น่าเบื่อ...รูปแบบที่  
ออกมาก็เป็นผลจากการดูหนัง ศึกษามิวสิกวิดีโอของเมืองนอก รายการเมืองนอกก็มีอิทธิพลเข้า  
มาด้วย”

ในการถ่ายทำรายการทีนทอล์กและอี ฟอ ทีน คุณภิญโญ ฐัธรรม ผู้ควบคุม  
การผลิตรายการนี้เปิดเผยว่า “มุมกล้องจะแปลก คือจริง ๆ แล้ว reference (แหล่งอ้างอิง) ของเรามา  
จากมิวสิกวิดีโอฝรั่ง เปิดดูหนังสือเรื่ององค์ประกอบภาพ การเคลื่อนไหวของกล้อง มันไม่มีอะไร  
จำกัดเอาแปลก ๆ ไว้ก่อน” ส่วนรายการทีวี่แคมปัส คุณพิไลวรรณ บุญตัน ผู้ควบคุมการผลิตรายการ  
ก็กล่าวในทำนองเดียวกันว่านำมิวสิกวิดีโอต่างประเทศมาเป็นแหล่งอ้างอิง

สำหรับรายการเพื่อนกันวันเสาร์ก็กล่าวว่าได้แนวทางในการถ่ายทำจากต่าง  
ประเทศเช่นกัน “ฝ่ายเทคนิคจะหา reference เกี่ยวกับการถ่ายทำ มุมกล้องจากมิวสิกวิดีโอต่าง  
ประเทศ หรือรายการต่างประเทศ รายการวัยรุ่นจะยึดขาดไม่ได้ ต้องตัดรวดเร็ว กล้องจะนิ่ง ๆ ไม่ได้  
คนที่มาทำรายการก็ดูรายการต่างประเทศเป็นหลัก”

เมื่อพิจารณาจากแนวทางในการนำเสนอเทคนิคทางด้านภาพของผู้ปฏิบัติงาน  
ประกอบกับจากการสังเกตการนำเสนอทางด้านภาพในตัวอย่างรายการสามารถประมวลได้ดังนี้

ขนาดของภาพ ขนาดของภาพในรายการปกิณกะบันเทิงที่นำมาศึกษาพบว่า ไม่มี  
การเรียงลำดับขนาดของภาพเพื่อการเล่าเรื่องอย่างเป็นขั้นเป็นตอนว่าต้องเริ่มด้วยจากภาพระยะไกล  
แล้วค่อยดึงภาพเข้ามาถึงจุดที่ต้องการให้ความสนใจ แต่จะเป็นการเปลี่ยนขนาดภาพไปมาด้วยการ  
ตัดชนภาพขนาดต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่มีรหัสมากำหนดการสื่อความหมายได้แน่นอน

การเคลื่อนไหวของกล้อง ภาพที่ปรากฏในรายการประเภทนี้มีลักษณะเป็นภาพที่ถ่ายด้วยกล้องที่เคลื่อนไหวยรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นลักษณะกวาดภาพไปทางซ้าย-ขวา (pan) ที่ตามปกติจะสื่อความหมายของการกวาดตาหาทางหนีทีไล่ การเคลื่อนกล้องทั้งกล้องไปทางซ้าย-ขวา (truck) ที่ตามปกติจะสื่อความหมายของการเดินสำรวจตรวจตรา รวมไปถึงการดึงภาพเข้า-ออก (zoom in, zoom out) ที่เป็นไปโดยรวดเร็ว แทนที่จะใช้เทคนิคนี้ในการค่อย ๆ เพิ่มความใกล้ชิด ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้สึกสนุกสนาน เข้าใจ มากกว่าจะใช้การเคลื่อนไหวของกล้องเพื่อสื่อความหมายตามรหัสการนำเสนอตามธรรมเนียมปฏิบัติ

การเปลี่ยนภาพ การเปลี่ยนภาพที่นิยมใช้มากที่สุดและใช้ถี่มากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ คือ การตัด (cut) หรือการตัดภาพ 2 ภาพมาต่อกัน ซึ่งนอกจากจะใช้เพื่อแสดงความต่อเนื่องของเหตุการณ์หนึ่ง ๆ หรือเล่าเรื่องของเหตุการณ์มากกว่า 1 เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่างสถานที่กันแล้วนำมาเล่าพร้อม ๆ กัน รายการปกิณกะบันเทิงสำหรับวัยรุ่นก็ยังใช้เพื่อกระตุ้นผู้ชมให้สนใจบทบรรยายหรือภาพเหตุการณ์ที่มีความยาวมากด้วยการตัดภาพไปมุกกล้องต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

การจับภาพ เนื่องจากการเคลื่อนไหวของกล้องและมุกกล้องที่ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ทำให้ภาพของรายการที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ไม่มีกฎเกณฑ์ตามไปด้วย ในบางครั้งศิลปะของพิธีกรอาจจะไปอยู่ที่มุมล่างด้านซ้ายของภาพ หรือจับภาพครึ่งหน้าของพิธีกร กล่าวคือการจับภาพไม่คำนึงถึงสมดุลย์ของช่องว่างของภาพหรือการสื่อความหมายของภาพเหล่านั้น ทั้งนี้จะทำให้เกิดความรู้สึกแปลกใหม่ สนุกสนานไปกับภาพที่มองเห็นได้

มุกกล้อง มุกกล้องที่ใช้มากที่สุดนอกเหนือจากมุกกล้องที่ตั้งตรงกับระดับนัยน์ตาก็คือ มุกเอียง ในขณะที่ตามธรรมเนียมปฏิบัติแล้วการใช้มุกกล้องเอียงหมายถึงการเคลื่อนไหวโดยเฉพาะในที่สูง แต่ในรายการปกิณกะบันเทิงใช้เพื่อความแปลกใหม่และเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์ มุกกล้องอีกประเภทหนึ่งที่ใช้ทำให้ภาพมีการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่งก็คือมุกกดและมุกแง จากการสังเกตในตัวอย่างรายการต่าง ๆ พบว่าใช้มุกแงกับคิวพิธีกรมากกว่าที่จะใช้มุกกด เพราะการใช้มุกแงสื่อความหมายถึงการมีอำนาจ การใช้มุกกล้องเช่นนี้กับพิธีกรทำให้พิธีกรเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือมากกว่าที่จะใช้มุกกดที่สื่อความหมายถึงความต่ำต้อย ความเคราะห์ร้าย และความเศร้าโศก อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งการใช้มุกกด มุกแง ก็ไม่ได้ใช้เพื่อสื่อความหมายใด ๆ แต่ใช้เพื่อสร้างความสนุกสนาน เข้าใจ เพราะมักจะใช้การตัดภาพจากมุกกดไปมุกแง มุกแงไปมุกกดสลับกันไปมาในคิวพิธีกรเพื่อขจัดความน่าเบื่อที่เกิดจากการต้องฟังบทพูดที่มีความยาวมาก ๆ



แสง ในการนำเสนอทางด้านภาพ แสงมีส่วนช่วยในการทำให้ภาพดูแปลกไปจากภาพที่ถ่ายมาตามปกติ โดยเฉพาะการตกแต่งแสงในห้องตัดต่อ ซึ่งมีการทำให้ภาพมีแสงสว่างมากกว่าปกติก็สามารถทำให้ภาพดูเร้าอารมณ์ได้เช่นเดียวกับการใส่แสงกระพริบถี่ ๆ ให้ภาพดูมีมิติเคลื่อนไหวและเร้าใจได้ นอกจากนี้ยังมีการทำให้ภาพมีแสงที่นุ่มนวลขึ้น เพื่อสื่อความหมายถึงความอ่อนหวาน บริสุทธิ์ ที่มักจะใช้กับช่วงที่เกี่ยวกับเคล็ดคลับความงาม หรือการนำเสนอเรื่องราวของวัยรุ่นหญิงที่มีบุคลิกอ่อนหวาน

สีที่ใช้ในรายการเป็นสีโทนร้อน เช่น สีแดง สีชมพูบานเย็น สีส้ม สีเหลือง หรือหากเป็นสีโทนเย็นก็จะเป็นสีสะท้อนแสง เช่น สีเขียว สีฟ้า สีน้ำเงิน โดยนิยมนำสีโทนร้อนและสีโทนเย็นมาวางเข้าคู่กันเพื่อให้เกิดการตัดกันของสี ส่วนที่ใช้สีในการนำเสนอได้แก่ การแต่งกาย ฉาก ตัวอักษรที่ซ้อนลงบนภาพ ตลอดจนการทำสีของภาพให้ออกเป็นโทนสีใดสีหนึ่งทั้งภาพ เช่น โทนขาว-ดำ แดง-ดำ เขียว-แดง เป็นต้น โทนสีที่ใช้ก็จะสลับสับเปลี่ยนกันไปอย่างรวดเร็วจะไม่คงโทนสีใดสีหนึ่งไว้นานนัก

การสื่อความหมายของภาพด้วยรหัสการนำเสนอของรายการวัยรุ่นแม้จะไม่ได้เป็นไปตามธรรมเนียมปฏิบัติที่รายการประเภทอื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้กัน แต่ความไม่ยึดติดกับกฎเกณฑ์ก็สามารถสื่อความหมายได้ในระดับอุดมการณ์เช่นกัน ที่เห็นได้ชัดคืออุดมการณ์เสรีนิยม เทคนิคการนำเสนอทางด้านภาพที่เป็นไปโดยเสรีเพื่อนำไปสู่โลกของความแปลกใหม่เต็มไปด้วยสีสันและพลังของความเคลื่อนไหวทำให้วัยรุ่นพึงพอใจกับความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์ที่รหัสที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติตั้งเอาไว้ อุดมการณ์ที่วัยรุ่นจะได้รับถ่ายทอดจากการนำเสนอทางด้านภาพก็คืออุดมการณ์จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากคำเปิดเผยของผู้สร้างสรรค์รายการถึงแหล่งอ้างอิงที่ใช้เป็นต้นแบบของเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ว่ามาจากรายการและภาพยนตร์ต่างประเทศ

เทคนิคทางด้านเสียงของรายการสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ เสียงของผู้นำเสนอรายการและเสียงเพลงประกอบเนื้อหาของรายการ (backing track)

เสียงของผู้นำเสนอรายการได้แก่ บทพูดของพิธีกรและแขกรับเชิญ จากการศึกษาพบว่ามีการตัดต่อเสียงให้สอดคล้องกับการตัดต่อภาพที่รวดเร็ว ประโยคพูดในประเด็นหนึ่ง ๆ มักถูกตัดออกเป็นประโยคย่อย ๆ ตามการตัดต่อภาพเพื่อเปลี่ยนขนาดของภาพและมุมมอง ดังที่คุณจิตรกร เลียงวัฒนะพิริยะ ฝ่ายสร้างสรรค์รายการเสาร์ยูทู กล่าวไว้ว่า “เราใช้การทอ้งบทเป็นท่อน ๆ เราจะไม่ใช่สคริปต์ที่ลากยาวครั้งเดียวเลย เรียกว่า pop-up ก็คือ การชวยบทพูด (dialogue) โดยที่เปลี่ยนขนาดภาพไปด้วยโดยไม่ต้องกังวลว่าภาพจะโดนกัน เราใช้การต่อเสียงเอง บทพูดประโยคหนึ่งอาจจะให้พิธีกรพูด 3 ครั้งก็ได้ ซึ่งแต่ละครั้งที่พูดก็จะถ่ายออกมาเป็น 3 ขนาดภาพ แล้วเอามาต่อเสียง หรือเราอาจจะให้เขาพูดประโยคสั้น ๆ สำหรับบางรายการลักษณะบทพูดที่ถูกชวยออกเป็นท่อนสั้น ๆ ถูกทำให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ด้วยการใช้คำคล้องจองส่งสัมผัสกัน

รายการประเภทจะใช้เพลงประกอบรายการเป็นเพลงสากลที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาของรายการ เช่น การใช้เพลงร้องที่เป็นเสียงร้องของวัยรุ่นหญิงประกอบช่วงรายการที่เกี่ยวข้องกับความงาม การใช้เพลงภาษากวางตุ้งเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับประเทศฮ่องกง การใช้เพลงภาษาฝรั่งเศสเมื่อนำเที่ยวปารีส หรือใช้เพลงประกอบเป็นเพลงสากลที่สอดคล้องกับลักษณะของภาพ เช่น ภาพที่มีการตัดต่ออย่างรวดเร็ว เช่นภาพการเดินทางแบบเสื่อผ้า ภาพการแข่งขันกีฬา ก็จะใช้เพลงที่มีจังหวะเร้าใจ โดยเฉพาะจังหวะ rock ในช่วงที่ภาพเคลื่อนไหวช้า ๆ (slow motion) ก็จะให้เพลงที่มีจังหวะช้าลง ซึ่งในช่วงรายการหนึ่ง ๆ อาจจะมีเพลงประกอบได้มากกว่า 1 เพลง ซึ่งแต่ละเพลงก็อาจจะมีจังหวะแตกต่างกันไปตามลักษณะของภาพที่เปลี่ยนแปลงความเร็วได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้เพลงประกอบรายการยังทำหน้าที่ส่งเสริมการขายผลงานขององค์กรผู้ผลิตรายการ เช่น การเปิดเพลงประกอบช่วยการนำเสนอเกี่ยวกับอาชีพนักจัดรายการเพลงทางวิทยุของรายการอาทิตย์คลับ ซึ่งคุณรุ่งโรจน์ แสงมงคลชัย ฝ่ายสร้างสรรค์รายการนี้เปิดเผยว่า “เพลงก็มีส่วนในการขายที่แน่นอน อย่างตอนพูดถึงการเป็นดีเจ แล้วเปิดเพลงให้ฟัง ก็เป็นเพลงของบริษัทเรา นั่นคือเราแอบขายเขาไปแล้ว backing track ปล่อยให้พิธีกรพูดนั่นก็คือการขายที่แน่นอนแล้ว เพลงไม่เพราะ แต่ถ้าฟังทุกวันมันก็ต้องคิดหู นั่นคือกลยุทธ์การขาย”

การใช้เทคนิคทางด้านเสียงเป็นไปอย่างสอดคล้องกับการนำเสนอทางด้านภาพ ได้แก่ การชวยประโยคคำพูดตามเทคนิคการตัดต่อที่ต้องการเพิ่มความสนุกสนาน และให้ความรู้สึกว่าเป็นประโยคที่กระชับสั้น ๆ เหมือนโฆษณา ทั้งนี้เมื่อมีการใช้เทคนิคของภาพและเสียง ภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกเหมือนกำลังดูภาพยนตร์โฆษณาที่มีบทพูดสั้น ๆ และมีคำคล้องจองอยู่



ในประ โยคคล้ายคลึงกับบทโฆษณา การตัดภาพอย่างรวดเร็วเพื่อนำเสนอเฉพาะคำพูดและภาพที่คัดสรรมาอย่างดีแล้วเหมือนการรักษาเวลาในการโฆษณา ทำให้รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ส่งเสริมอุดมการณ์บริ โภคนิยมอยู่แล้วได้รับการเสริมสร้างความหมายให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นด้วยเทคนิคการนำเสนอที่เป็นไปอย่างสอดคล้องกลมกลืน

เทคนิคการนำเสนอทางด้านเสียงในด้านเพลงประกอบรายการยังช่วยส่งเสริมอุดมการณ์บริ โภคนิยมที่อำนวยความสะดวกผู้บริโภคผู้ผลิตรายการโดยตรง ได้แก่ การสอดแทรกผลงานเพลงขององค์กรผู้ผลิตรายการเป็นเพลงประกอบรายการ นอกจากนี้การใช้เพลงประกอบรายการเป็นเพลงสากลยังช่วยเสริมสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นที่นำเสนอในรายการให้เป็นวัฒนธรรมในระดับสากล ซึ่งเป็นการสร้างการยอมรับอุดมการณ์จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมอีกทางหนึ่งด้วย

#### เทคนิคการนำเสนอรูปแบบของรายการ

จากการศึกษาตัวบทของรายการปกิณกะบันเทิงที่มุ่งสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นพบว่า รูปแบบของรายการล้วนแต่เป็นรายการประเภทนิตยสารทั้งสิ้น กล่าวคือ เป็นรายการที่ประกอบด้วยช่วงต่าง ๆ ซึ่งแต่ละช่วงก็เปรียบเสมือนคอลัมน์ในนิตยสารวัยรุ่นที่มีหัวเรื่องแตกต่างกันไปภายในนิตยสารฉบับเดียวกัน โดยมีวิธีการนำเสนอในรูปแบบรายการที่หลากหลายตั้งแต่การสัมภาษณ์ การเล่าเรื่อง การสนทนา ละครสั้น รายการเหตุการณ์ การสาธิต เป็นต้น โดยในรายการโทรทัศน์ประเภทนี้จะมีพิธีกรหลักคอยพุดนำเข้าช่วงต่าง ๆ เพื่อประสานให้ช่วงต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาและรูปแบบหลากหลายนั้นสามารถรวมกันเข้าเป็นรายการเดียวอย่างมีเอกภาพ แต่ละช่วงรายการก็จะมีแก่นเรื่อง (theme) หลักที่เป็นแนวทางในการผลิตตัวบทของช่วงรายการนั้น ๆ ในแต่ละครั้งที่ออกอากาศ เช่น ช่วง Sport Report ในรายการเพื่อนกันวันเสาร์ ก็จะนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับกีฬา ไม่ว่าจะเป็น การแข่งขันกีฬา การเชียร์กีฬา การสาธิตการเล่นกีฬา การหัดเล่นกีฬา การชมกีฬาของวัยรุ่น ช่วง Campus People ในรายการทีวี่แคมปัส ก็จะนำเสนอการพูดคุยกับคนในวงการบันเทิงที่สลับสับเปลี่ยนกันมาปรากฏตัวในช่วงดังกล่าว ช่วง Nestle Crunch English for Fun ในรายการอี ฟอ ทิน ก็จะนำเสนอสถานการณ์จำลองที่ทำให้เด็กไทยต้องพูดภาษาอังกฤษ ซึ่งสถานการณ์จำลองนี้ก็จะเปลี่ยนไปทุกสัปดาห์ เป็นต้น ทั้งนี้แม้ว่ารายการหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วยช่วงต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันในด้านรูปแบบและเนื้อหาแต่ละช่วงต่าง ๆ ของรายการก็จะมีจุดมุ่งหมายเดียวกันที่จะช่วยผลักดันให้รายการบรรลุนโยบายและวัตถุประสงค์ที่องค์กรผู้ผลิตวางไว้

### ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความหมายด้วยการเข้ารหัสทางอุดมการณ์

จากการศึกษากระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นใน 2 ระดับข้างต้น พบว่า มีความสอดคล้องกัน คือ การเข้ารหัสทางสังคมเพื่อสร้างแบบอย่างของวัยรุ่นให้มีอัตลักษณ์ที่ทันสมัยจากการบริโภค และการมีวัฒนธรรมวัยรุ่นตะวันตกมาเป็นกรอบอ้างอิง และเมื่อผ่านกระบวนการเข้ารหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ที่นำแบบอย่างมาจากสถานีโทรทัศน์ MTV ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มประยุกต์ใช้แนวคิดและเทคนิคการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาสร้างรายการมิวสิกวิดีโอ ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับวัยรุ่นรหัสทั้งสองระดับจึงสามารถผนึกกำลังกันที่จะผลักดันให้ผู้ชมเกิดการรับรู้และตีความวัฒนธรรมวัยรุ่นตามรหัสทางอุดมการณ์ที่รวมตัวอยู่ในกระบวนการสร้างความหมายของรหัสทั้งสองระดับ ได้แก่ อุดมการณ์ทันสมัยนิยม ซึ่งทำให้วัยรุ่นยอมรับว่าการมีอัตลักษณ์เป็นวัยรุ่นยุคใหม่ต้องมีความทันสมัยตามแบบอย่างของวัยรุ่นที่รายการปกิณกะบันเทิงนำเสนอ นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นวัยรุ่นเกิดการรับรู้อุดมการณ์บริโภคนิยม และอุดมการณ์ตะวันตกนิยมที่เกิดจากขยายความของการมีอัตลักษณ์ที่ทันสมัยว่าจะต้องเกิดจากการบริโภคสินค้าหรือการมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างวัยรุ่นตะวันตก

#### บทวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์

จะเห็นได้ว่าในกระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์ การเข้ารหัสทางสังคม รหัสทางเทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ และรหัสทางอุดมการณ์นั้นเป็นไปอย่างมีเอกภาพ รหัสทางอุดมการณ์ไม่ใช่ผลลัพธ์ที่เป็นจุดสิ้นสุดของการสร้างความหมาย หากแต่กระบวนการสร้างความหมายมีพลวัตในการทำงานเป็นวงจร ซึ่งรหัสในทุกระดับชั้นของการสร้างความหมายต่างก็มีผลกระทบต่อการศึกษาความหมายของกันและกัน ก่อเกิดเป็นความหมายของวัฒนธรรมวัยรุ่นตามอุดมการณ์ใดอุดมการณ์หนึ่งอย่างต่อเนื่อง และหากเป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับการเผยแพร่เป็นเวลานานอย่างรายการปกิณกะบันเทิงที่ได้รับความนิยมมาเป็นเวลานานถึง 3 ปีแล้ว อุดมการณ์นั้นก็อาจจะกลายเป็นแนวคิดหลักของวัฒนธรรมวัยรุ่นและผลักดันให้เกิดการนำมาประพฤติปฏิบัติอย่างเป็นแบบแผนในสังคมไปในที่สุด



จากการศึกษาการใช้เทคนิคการนำเสนอทางโทรทัศน์ของรายการปกิณกะบันเทิงที่พบว่ามีแนวทางมาจาก MTV ซึ่งลักษณะการใช้เทคนิคดังกล่าวมิใช่เป็นเพียงตัวเสริมให้เนื้อหาของวัฒนธรรมวัยรุ่นมีความน่าสนใจ และดึงดูดใจวัยรุ่นได้แต่เพียงผิวเผินเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นให้มีความหมายตามอุดมการณ์ของผู้ผลิตรายการได้อีกด้วยโดยเฉพาะอุดมการณ์บริโภคนิยม ไม่ว่าผู้ผลิตรายการปกิณกะบันเทิงจะตระหนักถึงผลที่ได้รับจากการหยิบยืมเทคนิคดังกล่าวมาใช้หรือไม่ก็ตาม ดังนั้น กล่าวได้ว่าในกระบวนการสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์ได้นำรหัสในการสร้างความหมายในระดับต่าง ๆ จากศูนย์กลางการผลิตวัฒนธรรมวัยรุ่นในระดับโลกเป็นหลัก ทั้งนี้ เนื่องจากสามารถสร้างความหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในทางที่จ้ออันวยประโยชน์ให้แก่ธุรกิจบันเทิงขององค์กรผู้ผลิตรายการที่อาศัยกลยุทธ์ของธุรกิจบันเทิงในระดับโลกมาเป็นแนวทาง



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย