

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์และการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์” ผู้วิจัยได้เลือกกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นตัวนำทางในการศึกษา เป็นแม่แบบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา รวมทั้งเป็นแนวทางในการนำเสนอผลของการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทางสังคมได้ดียิ่งขึ้น และช่วยให้ผู้วิจัยเห็นภาพปรากฏการณ์ที่ต่อเนื่องอย่างชัดเจนโดยสามารถเชื่อมโยงปรากฏการณ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทำให้สามารถเสนอสิ่งที่ศึกษาได้อย่างมีความหมายและถูกต้องตามข้อเท็จจริง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเน้นถึงการวิเคราะห์และเนื้อหา รวมถึงวิธีการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน รวมทั้งศึกษาถึงการสร้างความหมายในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ ตลอดจนปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานในการวิเคราะห์ดังนี้

- แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (Television Production)
- แนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการโทรทัศน์
- แนวคิดในการสร้าง ความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Semiology)
- แบบจำลององค์การสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม

แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (Television Production) เป็นการศึกษาพื้นฐานในการทำความเข้าใจถึงเรื่องขั้นตอนต่าง ๆ ในการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นวางแผนการผลิต (Planning) ขั้นก่อนการผลิตรายการ (Pre- Production) ขั้นดำเนินการผลิต (Production) จนกระทั่งขั้นหลังการผลิต (Post- Production) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์การนำเสนอรายการทำอาหารทางโทรทัศน์และศึกษาว่าในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการผลิตรายการมีลักษณะเป็นอย่างไร ซึ่งกระบวนการผลิตมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอรายการโทรทัศน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการโทรทัศน์มาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วย

รายการโทรทัศน์ถือว่าเป็นงานศิลปะแขนงหนึ่ง ที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ประยุกต์เข้าด้วยกัน แต่ละครายการจะมีรายละเอียดของวิธีการผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะ ของรายการและการดำเนินงานของทีมงาน อย่างไรก็ตามรายการส่วนใหญ่จะมีพื้นฐานการผลิต ใกล้เคียงกัน คือมีลักษณะเป็นกระบวนการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ ด้วยกัน คือ (Wurtzel, 1985)

- ขั้นวางแผนการผลิต (Planning)
- ขั้นก่อนการผลิตรายการ (Pre- Production)
- ขั้นดำเนินการผลิต (Production)
- ขั้นหลังการผลิต (Post- Production)

ในขั้นแรกของการผลิตคือ ขั้นวางแผนการผลิต (Planning) บริษัทผู้ดำเนินการ ผลิตจะเริ่มวางแผนหาแนวทางและกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการผลิต เพื่อให้ผู้ชมสนใจ ติดตามรับชมรายการของตนมากที่สุด โดยบริษัทผู้ผลิตมักจะพิจารณาจากนโยบายของสถานี การแข่งขันทางการตลาด ทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มผู้ชม

เมื่อบริษัทผู้ผลิตได้พิจารณาถึงปัจจัยดังกล่าวทั้ง 3 ประการแล้ว จึงกำหนด นโยบาย วัตถุประสงค์ การนำเสนอและแนวทางในการผลิตรายการ ตลอดจนกำหนดงบประมาณ ในการผลิต จากนั้นจึงมอบให้ฝ่ายผลิตเป็นผู้ดำเนินการประชุมทีมงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อวางแผนผลิตรายการขึ้นมา รวมทั้งกำหนดค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ สำหรับรายการทำอาหารทาง โทรทัศน์ในปัจจุบัน เริ่มมีการศึกษาจากเทปรายการทำอาหารของต่างประเทศ เพื่อนำมาดัดแปลง และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม หลังจากออกแบบสร้างสรรครายการเรียบร้อยแล้ว จึงมอบให้ผู้เขียน บทรับหน้าที่ไปเขียนบทโทรทัศน์ตามความคิดที่ได้ประชุมกันไว้ จากนั้นจึงมีการคัดเลือกผู้ร่วม รายการ ซึ่งผู้ร่วมรายการหรือแขกรับเชิญของรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มจากวงการบันเทิง ซึ่งเป็นที่สนใจของผู้ชมโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นดารานัก ร้อง นายแบบ นางแบบ ดาราตลก นอกจากนั้นยังมีกลุ่มผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องต่าง ๆ เช่น แพทย์ นักโภชนาการ พ่อค้า แม่ค้า เกษตรกร ฯลฯ ส่วนกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มแฟนรายการหรือผู้ชม จากที่บ้าน ซึ่งทางทีมงานต้องคัดเลือกแขกรับเชิญให้ตรงกับเนื้อหาและจุดประสงค์ของทาง รายการของรายการ หลังจากนั้นทางทีมงานจะต้องติดต่อกับพิธีกรเพื่อนัดวันและเวลาในการ ถ่ายทำรายการต่อไป

สำหรับพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการนำเสนอรายการ ควรจะมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- เป็นผู้ที่มีบุคลิกดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- มีไหวพริบ ฉลาดหลักแหลมแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- มีความรู้ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์
- ใช้ภาษาพูดได้ดี มีการพูดที่เป็นจังหวะจะโคน พูดไม่เร็วเกินไป ไม่ช้าเกินไป น้ำเสียงชัดเจนหนักแน่นและสุภาพ
- มีใบหน้าที่ยิ้มแย้มเป็นกันเอง
- รู้จักขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม
- การแต่งกายสุภาพและรู้จักกาลเทศะ
- เป็นผู้ที่มีสัมมาคารวะ

ขั้นก่อนการผลิตรายการ (Pre-Production) เป็นขั้นตอนของการเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ เริ่มจากการค้นคว้าข้อมูลและการออกไปสำรวจ (Survey) สถานที่ถ่ายทำ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการเขียนบทโทรทัศน์ นอกจากนี้ทีมงานยังต้องทำเรื่องขออนุญาตใช้สถานที่และนัดวัน-เวลาในการถ่ายทำ เพื่อกำหนดตารางการทำงานที่แน่นอนอีกครั้ง ส่วนการถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) จะต้องมีการเตรียมสถานที่ ด้วยการจัดฉากและอุปกรณ์ การจัดไฟ เสียง รวมถึงการเตรียมเครื่องแต่งกาย ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบในการผลิตรายการและถือได้ว่าเป็นวิธีการนำเสนอที่สำคัญประการหนึ่งของทางรายการอีกด้วย ซึ่งรายละเอียดขององค์ประกอบในการผลิตรายการมีดังต่อไปนี้

ในการผลิตรายการมีสิ่งที่สำคัญสำหรับการนำเสนอรายการ เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชมได้เป็นอย่างมาก คือ องค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้

- 1) ฉาก
- 2) ภาพ
- 3) แสง
- 4) เสียง

**การจัดฉาก** สำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอ นั้น ฉากเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะทำให้ผู้ชมทราบถึงวัตถุประสงค์ บรรยากาศและอารมณ์ของรายการนั้น การจัดฉากมีองค์ประกอบที่สำคัญในการพิจารณาคือ รูปแบบของฉาก (Style) (ธนิต ภูศิริ, 2531) ฉากสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบคือ

- แบบธรรมดาหรือแบบพื้นฐาน (Neutral)
- แบบเหมือนจริง (Realistic)
- แบบแอบสแตรกท์ (Abstract)

แบบธรรมดาหรือแบบพื้นฐาน (Neutral) เป็นการทำให้ผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมรายการยืนหรือนั่งอยู่หน้าฉากที่เป็นสีพื้นธรรมดา ในกรณีที่ฉากหลังเป็นพื้นสีดำ จะเรียกว่า คามิโอ (Cameo) มีวิธีการจัดโดยใช้การจัดแสงไม่ให้ไปกระทบฉากหลังเลย ในกรณีที่ฉากหลังเป็นสีขาวหรือสีอื่น เช่นสีฟ้า สีเหลือง สีเขียว เราเรียกฉากแบบนี้ว่า ลิมโบ (Limbo) การจัดฉากแบบคามิโอและลิมโบนี้ เป็นการจัดฉากที่ทำให้ดูเหมือนว่าด้านหลังของผู้ดำเนินรายการเป็นความว่างเปล่าไม่มีที่สิ้นสุด จุดเด่นของฉากลักษณะนี้คือ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้อยู่กับผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมรายการได้ดีที่สุด

แบบเหมือนจริง (Realistic) การจัดฉากแบบนี้เพื่อให้ดูสมจริงสมจังมากที่สุด ฉากแบบนี้มักมีการใช้ของจริงมาจัดฉากหรือใช้วัสดุทำแล้วเหมือนของจริงมากที่สุดมาจัดฉาก รวมทั้งการจัดสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ให้เหมือนจริงด้วย เช่นห้องครัว มีอุปกรณ์เครื่องครัวเครื่องใช้ต่าง ๆ เหมือนห้องครัวในบ้านจริง ๆ หรือห้องนั่งเล่น มีบรรยากาศแบบสบาย ๆ ซึ่งการจัดฉากแบบเหมือนจริงนี้จะต้องใช้เงินทุนในการสร้างฉากค่อนข้างสูง

แบบแอบสแตรกท์ (Abstract) การจัดฉากแบบนี้แบ่งได้เป็น 2 แบบคือ แบบเพื่อฝันวิจิตรพิสดาร (Fantasy) เป็นการจัดฉากแบบไม่เหมือนของจริง ไม่ต้องคำนึงถึงความ เป็นจริง เน้นความแปลกใหม่ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและสะดุดตา สำหรับอีกแบบคือ แบบเหมือนจริง (Abstract) การจัดฉากประเภทนี้จะไม่สนใจในเรื่องของรายละเอียดเท่าใดนัก ส่วนใหญ่ฉากที่สร้างขึ้นมานำมาใช้เป็นชิ้น ๆ ไม่ได้ประกอบกันขึ้นมาให้เหมือนกับของจริง เช่นฉากห้องครัว มีการนำเอาเตา กระทะ มาใช้ในการประกอบฉากเท่านั้น แต่ไม่ได้สร้างหรือเลียนแบบให้เหมือนห้องครัวจริง ๆ ขึ้นมา

นอกจากฉากแล้ว อุปกรณ์เครื่องครัวและของใช้ในรายการและประกอบฉากเป็นสิ่งที่สำคัญ รายการทำอาหารทางโทรทัศน์จำเป็นต้องจัดเตรียมส่วนผสมของอาหาร เครื่องปรุง เครื่องครัวและของใช้ต่าง ๆ ผู้ที่รับผิดชอบจึงต้องมีการเตรียมการในส่วนนี้ไว้ให้พร้อมที่จะใช้ในรายการ โดยต้องประสานงานกับผู้ดำเนินรายการและผู้กำกับล่วงหน้า เพื่อไปดำเนินการจัดหา มาตามวัตถุประสงค์ของรายการ

เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของผู้ปรากฏตัวทางโทรทัศน์เป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งของการสร้างความรู้สึกและทัศนคติแก่ผู้ชม โดยเฉพาะผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นหลักของรายการ จึงต้องแต่งกายให้เหมาะสมกับแนวคิด (Concept) ของรายการ ผู้รับผิดชอบ ด้านนี้จึงควรจะมีการจัดเตรียมเลือกเสื้อผ้าหรือติดต่อประสานงานกับผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการทุกคน เพื่อช่วยแนะนำในการเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะสมในกรณีที่ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการต้องเตรียมเสื้อผ้ามาเอง

**การจัดแสง** การถ่ายทำรายการในสตูดิโอ (Studio) นั้น สิ่งที่สำคัญมากและจะขาดเสียไม่ได้คือเรื่องแสง ในขั้นตอนของการเตรียมงานก่อนถ่ายทำนี้ ผู้กำกับรายการจะต้องประสานงานกับทางฝ่ายจัดแสงของห้องส่งในเรื่องการกำหนดแนวคิดและวัตถุประสงค์ของรายการให้ทราบ เพื่อที่จะให้จัดแสงให้สอดคล้องกับบรรยากาศ การจัดแสงในสตูดิโอ (Studio) มีจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้คือ (Millerson, 1975)

- 1) เพื่อให้มีแสงที่พอเพียงและเหมาะสมในการถ่ายทำ ตามที่กล้องโทรทัศน์จำเป็นต้องใช้
- 2) การใช้แสงเพื่อลบเงา เพราะเมื่อแสงมากระทบกับตัวคนหรือวัตถุย่อมทำให้เกิดเงา ดังนั้นจึงต้องมีการจัดแสงเพิ่มขึ้นมาอีกเพื่อลบเงาออก
- 3) การจัดแสงเพื่อบ่งบอกเวลาและสถานที่ แสงสามารถบอกให้ผู้ชมรู้ว่าฉากนั้นเป็นเวลากลางวันหรือกลางคืน และในบางครั้งแสงยังสามารถบ่งบอกสถานที่ได้ด้วย เช่น การจัดแสงสีให้วูบวาบทำให้ผู้ชมนึกถึงสถานที่เด่นจำ
- 4) การจัดแสงเพื่อสร้างบรรยากาศและอารมณ์ เป็นการจัดแสงเพื่อเน้นการสร้างอารมณ์ของผู้ชมให้คล้ายตามบรรยากาศของฉากหรือเหตุการณ์นั้น ๆ

- 5) การจัดแสงเพื่อเน้นความสนใจของผู้ชมเฉพาะจุด เป็นการจัดแสงโดยใช้ไฟที่มีกำลังส่องสว่างสูง ส่องไปที่บุคคลหรือวัตถุที่เราต้องการจะเน้นความสำคัญหรือสร้างจุดสนใจแก่ผู้ชมมากกว่าส่วนอื่น ๆ ในฉาก

**ขั้นตอนการผลิต (Production)** เป็นการนำเอาสิ่งที่เตรียมไว้ล่วงหน้าแล้วทั้งหมดนั้นมาดำเนินการผลิตหรือถ่ายทำรายการ ซึ่งส่วนมากแล้วรายการทำอาหารทางโทรทัศน์มักจะถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) เป็นส่วนใหญ่แต่อาจจะมีบางช่วงของรายการที่ออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ เช่น การไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ การออกไปชิมอาหารตามร้าน ฯลฯ สำหรับการถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) นั้น ผู้กำกับจะมีหน้าที่สำคัญในการจัดการให้การผลิตรายการนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์และแนวทางที่ได้กำหนดเอาไว้ โดยควบคุมทีมงานฝ่ายต่าง ๆ เช่น กล้อง แสง เสียงให้ดำเนินไปตามจุดมุ่งหมาย นอกจากนี้ผู้ร่วมรายการก็มีส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศโดยปกติทางทีมงานมักจะคัดเลือกผู้ร่วมรายการที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง ที่พอจะมีความรู้ทางด้านการทำอาหารบ้าง เพื่อมาร่วมสาธิตการทำอาหารกับผู้ดำเนินรายการ เป็นการสร้างบรรยากาศของรายการให้น่าสนใจและสนุกสนานมากยิ่งขึ้น ในการถ่ายทำรายการมีการบันทึกเทปไว้หลายช่วงหลายตอนหรือหลายครั้งในฉากเดียวกัน ดังนั้นเทปที่ได้ในขั้นนี้จึงยังไม่สมบูรณ์ที่จะไปออกอากาศ จำเป็นต้องไปผ่านขั้นตอนของการตัดต่อและการผสมเสียงต่อไป

**ขั้นหลังการผลิต (Post-production)** เป็นขั้นตอนที่นำเอาเทปบันทึกรายการมาคัดเลือกช่วงรายการที่ต้องการและตัดช่วงรายการที่ไม่ต้องการทิ้งไป โดยใช้เทคนิคการตัดต่อ จากนั้นจัดลำดับของการนำเสนอรายการให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ ในการตัดต่อเทปนั้นจะมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัย มีการใช้เทคนิคการตัดต่อในแบบต่าง ๆ เช่น การใช้ภาพซ้อน ภาพหมุน ภาพวิ่ง หรือใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ เพื่อให้การนำเสนอรายการมีความฉับไว มีความกระชับ รวดเร็ว และทำให้ผู้ชมตื่นตาตื่นใจ เมื่อเรียบร้อยแล้วจึงนำไปซ้อนตัวอักษรหรือภาพ กราฟฟิกต่าง ๆ เช่น ไตเติล (Title) รายการ ชื่อผู้ดำเนินรายการ รายชื่อของทีมงานผู้ผลิตรายการและข้อความอื่น ๆ เมื่อตัดต่อภาพเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงนำรายการไปผสมเสียง ซึ่งเสียงในรายการโทรทัศน์แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ เสียงที่เกิดขึ้นในขณะที่ถ่ายทำ เช่น เสียงพิธีกร เสียงบรรยากาศโดยรอบ เสียงผู้ชมในห้องส่ง ส่วนเสียงอีกประเภทคือ เสียงที่เกิดจากเทคนิคในห้องตัดต่อ เช่น เสียงดนตรีประกอบ เสียงประกอบพิเศษ (Special Sound Effects) หลังจากผ่านขั้นตอนการตัดต่อนี้แล้ว จะได้รายการที่สมบูรณ์พร้อมที่จะออกอากาศได้ แต่ก่อนที่จะส่งออกอากาศ ทางทีมงานผู้ผลิตรายการมักจะตรวจสอบความเรียบร้อยของรายการอีกครั้ง ถ้ายังไม่เป็นที่พอใจก็อาจจะมีการแก้ไขปรับปรุงในบางส่วน เสร็จแล้วจึงนำส่งสถานีฯ เพื่อออกอากาศต่อไป

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยมีข้อสันนิษฐานประการหนึ่งก็คือ เนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ มีความเกี่ยวพันและสอดคล้องกับการสร้างความหมายของผู้ผลิตรายการ ดังนั้นนอกจากผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการนำเสนอในรายการโทรทัศน์และแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (Television Production) มาใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายถึงการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการว่า มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการอย่างไร ผู้วิจัยยังได้ใช้แนวคิดการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Semiology) มาประกอบการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ด้วย ซึ่งแนวคิดในการสร้างความหมายด้วยกรอบและวิธีการในเชิงสัญลักษณ์มีเนื้อหาดังนี้

Ferdinand de Saussure นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส ผู้วางรากฐานวิชาสัญลักษณ์วิทยาได้อธิบายความหมายของสัญลักษณ์ว่า เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยอายตนะ (ประสาทสัมผัสทั้ง 5) และเป็นเครื่องหมายของคนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้ร่วมกัน เรียกว่าเป็นระบบสัญลักษณ์ (Signs) เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในตัวบท 3 ประเด็นหลักคือ

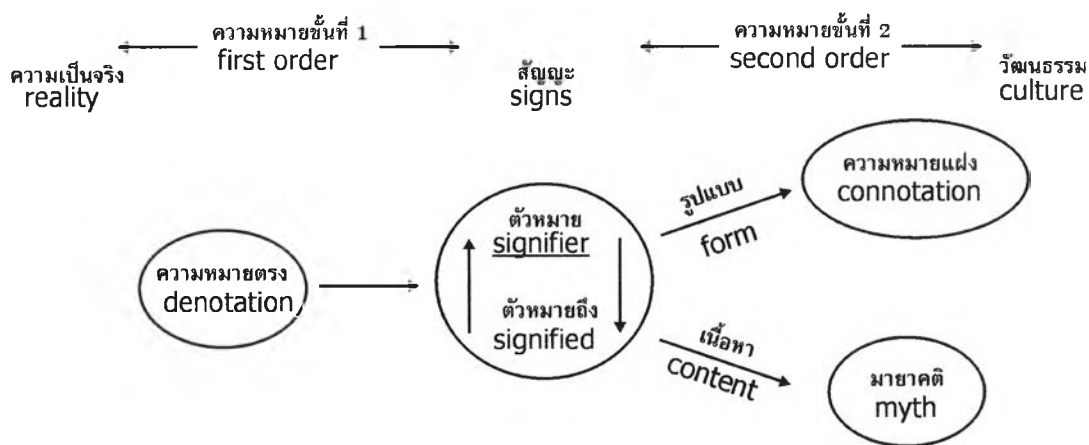
- 1) ลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสาร
- 2) วิธีการที่ทำให้เกิดความหมาย
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นองค์รวม ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงการที่ตัวบทของสื่อมวลชนถูก "อ่าน" หรือ "ถอดรหัส" ได้อย่างไร

Saussure แบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 2 องค์ประกอบคือ ตัวหมาย (Signifier) คือ ภาพกับเสียง ส่วนตัวหมายถึง (Signified) คือแนวคิด (Concept) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของความหมายของคำกับความเป็นจริงทางภาวะวิสัย ซึ่งเรียกว่า "กระบวนการสร้างความหมาย" (Signification) เช่น เมื่อเราเขียนคำว่า "อาหาร" โดยมุ่งที่จะให้ความหมายถึงตัวอาหารจริง ๆ ตัวอักษรคำว่า "อาหาร" ถือว่าเป็นตัวหมาย (Signifier) ส่วนอาหารจริง ๆ เป็นตัวหมายถึง (Signified) เหล่านี้เป็นกระบวนการให้ความหมายที่ถูกสร้างขึ้น

การศึกษาในเชิงสัญลักษณ์วิทยาให้ความสำคัญกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออกมาอย่างไร โดยนำเอาตัวบทมาวิเคราะห์ เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ทางสัญลักษณ์วิทยานั้นเราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหา เพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของ

ตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย (ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ,2531)

Roland Barthes ศิษย์คนหนึ่งของ Saussure ได้ศึกษาถึงเรื่องของกระบวนการสร้างความหมาย (Signification) โดยใช้แนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่อยู่ในการติดต่อสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับขั้นตอนของกระบวนการสร้างความหมาย 2 ระดับ ระดับแรกเป็นการตีความที่เนื่องมาจากประสบการณ์ของแต่ละคน คือการตีความหมายโดยตรง ส่วนในระดับที่สอง เป็นการตีความหมายที่ถูกใส่ความหมายในระดับของสังคมหรือมีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องคือ การตีความโดยนัยแฝง



แผนภาพที่ 1 กระบวนการสร้างความหมาย 2 ระดับ

**ความหมายตรงหรือความหมายโดยอรรถ (Denotative meaning)** ถูกสร้างขึ้นมาอย่างภววิสัย (objective) เป็นความหมายที่เข้าใจร่วมกันตามตัวอักษรโดยเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และเป็นความหมายในระดับแรก เหมือนกับที่ Saussure ได้ศึกษาไว้ เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงในสัญญะนั้นและความสัมพันธ์ของสัญญะกับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดเจนของสัญญะหรือความสัมพันธ์ระหว่างสัญญลักษณ์กับตัวอ้างอิง เช่น ภาพรูปถนนก็แสดงความหมายว่า เป็นถนนสายนั้นหรือคำว่า "Street" ก็คือความหมายของคำว่าถนนในชนบทที่มีอาคารบ้านเรือนเรียงรายอยู่สองฟาก จากความหมายดังกล่าวนี้แสดงว่าเป็นการตีความหมายตรง



**การตีความหมายโดยนัยแฝงหรือความหมายโดยนัย** (Connotative meaning) เป็นความหมายในระดับที่ 2 ที่ Barthes อธิบายว่าเกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งอาจจะเป็นอัตวิสัยในระดับบุคคลเช่น อารมณ์ ความคิด ความรู้สึกหรือประสบการณ์ หรือเป็นอัตวิสัยในระดับสังคมเช่น ค่านิยม เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะแทนความรู้สึกนึกคิดของผู้สร้างสัญลักษณ์นั้น ความหมายแฝงนี้จะเกิดขึ้นจากการกำหนดรูปแบบของตัวหมายและถูกควบคุมความหมายโดยการเปลี่ยนตัวหมายหรือสัญลักษณ์ แต่ยังคงมีตัวหมายถึงเอาไว้ซึ่งเป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้รับสารและค่านิยมในวัฒนธรรมของเขา

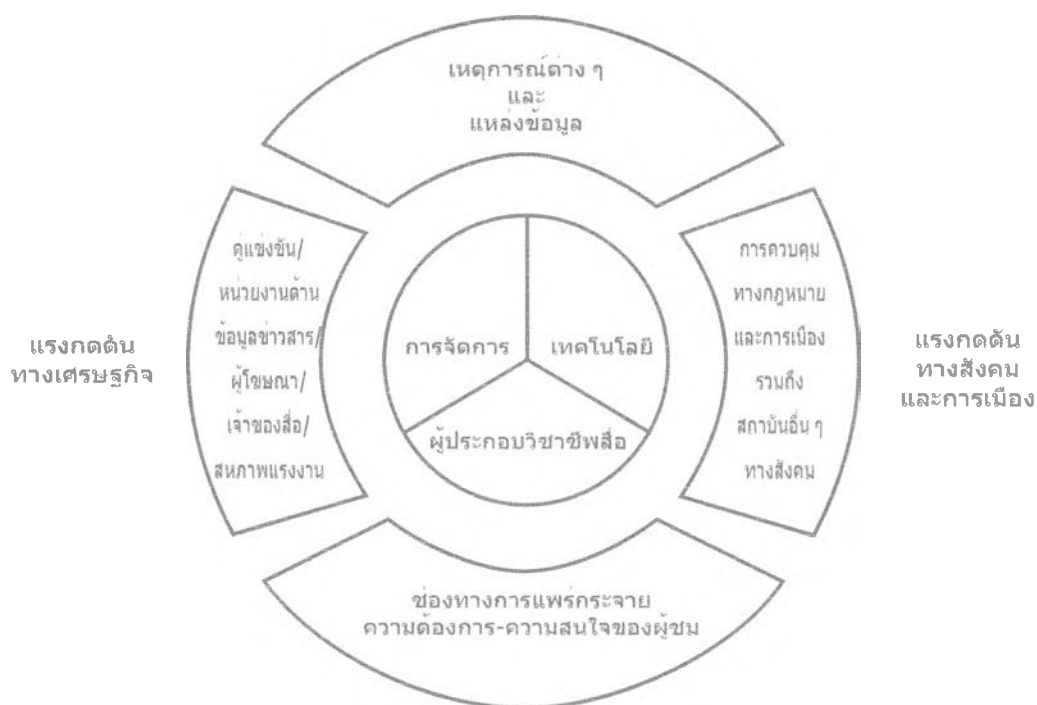
Barthes ได้ยกตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความหมายโดยตรงและความหมายแฝงในกรณีการถ่ายภาพว่า กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนฟิล์ม นั่นคือการตีความหมายตรง แต่ถ้าเราใช้ฟิล์มสีถ่ายภาพถนนในขณะที่มีแสงแดดอ่อน ๆ ใช้เลนส์กระจก (Filter) ปรับให้ภาพนุ่มขึ้น ทำให้มองเห็นภาพของถนนสายนั้นเต็มไปด้วยความอบอุ่น สะท้อนสังคมที่มีมนุษยธรรม เหมาะสำหรับเด็ก ๆ ที่จะวิ่งเล่น หรือถ้าหากเราใช้ฟิล์มขาว-ดำถ่ายภาพถนนสายนั้น โดยใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ดูแข็งกระด้าง จะทำให้ภาพของถนนสายนั้นเป็นที่ที่ไม่น่าอยู่ มีแต่ความเยือกเย็นไม่เป็นมิตร เป็นความรู้สึกที่เกิดจากการใช้เทคนิคการถ่ายภาพ ซึ่งทั้ง 2 ภาพนี้เป็นการตีความหมายแฝงจากภาพถนนสายเดียวกัน ความคิดฝันของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคการถ่ายทำ โดยใช้เทคนิคของแสงสีและอุปกรณ์พิเศษเข้ามาช่วย ทำให้ความรู้สึกนึกคิดของคนเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น จนเกิดการตีความหมายแฝง โดยเน้นถึงเรื่องความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อภาพนั้น

จากแนวคิดในการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ดังกล่าวมานี้ สามารถนำมาใช้ในการสร้างความหมายจากเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการในรายการทำอาหารโทรทัศน์ได้ เพราะไม่ว่าจะเป็นการพูด การแต่งกายหรือลักษณะท่าทางของพิธีกร รวมถึงการองค์ประกอบในการผลิตรายการ ซึ่งประกอบไปด้วย ฉาก ภาพ การใช้แสงสี เสียง ดนตรีและเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ทุกสิ่งที่สามารถรับรู้หรือตีความหมายได้จากสิ่งที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ย่อมเป็นการสร้างความหมายให้กับคนดูได้ทั้งสิ้น

กว่ารายการทำอาหารทางโทรทัศน์จะนำเสนอต่อสายตาผู้ชม จะต้องผ่านกระบวนการผลิตมาหลายขั้นตอน และยังคงต้องผ่านกระบวนการทางความคิดที่รอบครอบ โดยมีเงื่อนไขและข้อตกลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยภาวะความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสื่อมวลชนที่อยู่ในฐานะ

ผู้ผลิตกับสถาบันต่าง ๆ ในสังคม อันส่งผลต่อการนำเสนอรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ด้วย ในฐานะที่รายการทำอาหารทางโทรทัศน์ ถือได้ว่าเป็นองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่อยู่ในระบบ สังคมนั่นเอง

ดังนั้นการวิเคราะห์การนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ เพื่อที่จะตอบคำถามที่ว่า ปัจจัยภายในและภายนอกมีอิทธิพลต่อการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์อย่างไร ผู้วิจัยจึงใช้แบบจำลอง “องค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม” (The Media Organization in a Field Social Forces) ของ Denis McQuail มาเป็นกรอบแนวคิด สำหรับการวิเคราะห์ดังนี้



**แผนภาพที่ 2 องค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม**

หากพิจารณาจาก แบบจำลององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม จึงพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ แบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวองค์กรผู้ผลิตรายการ ซึ่งสามารถควบคุมได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรเป็นสำคัญ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การจัดการ (Management) เทคโนโลยี (Technology) และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ (Media Professional)

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่มีที่มาจากแหล่งอื่น ๆ อันมีความเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลโดยตรงหรือโดยอ้อมกับกระบวนการนำเสนอรายการ ดังนั้นปัจจัยประเภทนี้ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ยากต่อการควบคุมหรือกำหนดให้เป็นไปตามประสงค์ขององค์กร ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ เหตุการณ์ต่าง ๆ และแหล่งข้อมูล ช่องทางแพร่กระจาย (สถานี) แรงกดดันทางสังคมและการเมือง แรงกดดันทางเศรษฐกิจ เช่น คู่แข่ง ผู้สนับสนุนรายการ เจ้าของสื่อ หน่วยงานด้านข้อมูลข่าวสารและสภาพแรงงาน

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยอาศัยแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (Television Production) แนวคิดเรื่องการนำเสนอในรายการโทรทัศน์ และแบบจำลององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม โดยมีข้อสันนิษฐานประการหนึ่งว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ ซึ่ง McQuail กล่าวไว้ว่า "องค์กรสื่อสารมวลชนตกอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายนอกและภายใน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร" ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องอาศัยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทีมงานผู้ผลิตและพิธีกรรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ประกอบแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ข้างต้น เพื่ออธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอในรายการ รวมทั้งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์อย่างไรบ้าง

จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้ทบทวนและรวบรวมมานำเสนอทั้งหมดนี้ ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นภาพโดยรวมอย่างชัดเจนและเมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์รายการทำอาหารทางโทรทัศน์ทั้ง 3 รายการมาเปรียบเทียบในภาพรวม แล้วนำมาเสนอในบทที่ 7 จะทำให้สามารถนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า เนื้อหาและวิธีการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์มีความเกี่ยวพันและสอดคล้องกับวิธีการสร้างความหมายของรายการ รวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกมีอิทธิพลต่อการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์ ซึ่งจะกล่าวไว้ในบทที่ 8