

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากคำพูดหรือข้อความที่ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวางว่า “โลกไร้พรมแดน” ในช่วงกว่ทศวรรษที่ผ่านมา สังคมโลกได้พิสูจน์แล้วว่าถ้อยคำหรือข้อความดังกล่าวนี้ ไม่ได้เป็นการปรุงแต่งถ้อยคำให้สวยงามหรือบังเอิญเกิดขึ้นแต่อย่างใด แต่ตรงกันข้ามกลับบอกถึงความหมายที่แจ่มชัดว่าถึงแม้โลกจะถูกแบ่งออกเป็นทวีปที่ห่างไกลกัน และประกอบด้วยมนุษย์หลากหลายเชื้อชาติพันธุ์ แต่แท้ที่จริงแล้ว โลกไม่ได้ถูกแบ่งแยกออกให้ห่างไกลกัน ไม่ว่าจะด้วยระยะทางของการติดต่อเชื่อมโยง หรือความแตกต่างระหว่างเชื้อชาติพันธุ์ เพราะทุกอย่างล้วนอยู่ใกล้กัน มีความผูกพันต่อกัน ไม่มีพรมแดนระหว่างแผ่นดิน ฝืนน้ำ และเชื้อชาติพันธุ์มาขวางกั้น และยิ่งนับวันโลกยิ่งจะถูกย่อส่วนให้เล็กลงไปทุกขณะด้วยอิทธิพลของเครื่องมือสื่อสารที่ถูกพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

โดยเฉพาะ สื่อโทรทัศน์ ที่แพร่หลายอย่างมากในช่วงทศวรรษ 1970 (Popularization) จนกระทั่งได้ชื่อว่า เป็นยุควัฒนธรรมโทรทัศน์ (Television Culture) ถือว่านี่คืออีกเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน จนก้าวเข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งในการที่จะย่อโลกให้เล็กลง ทำให้โลกนี้ไร้พรมแดน ดังกล่าว

สื่อโทรทัศน์ นำข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกเข้าไปสู่ทุกครัวเรือน และทุกมุมโลกไม่ว่าข่าวสารนั้นจะเกี่ยวข้องกับ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และความบันเทิงหลากหลายรูปแบบรวมทั้งหลากหลายรายการที่ผู้ผลิตสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้โลกนี้แคบลงเท่านั้น แต่ข่าวสารและรายการต่าง ๆ ที่สื่อโทรทัศน์ส่งถึงผู้รับสาร ยังก่อให้เกิดผลทางพาณิชย์ตามมา โดยทั้งเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการ ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ผลิตสินค้า ที่สนับสนุนรายการ (Sponsor) ต่างเป็นฝ่ายรับผลประโยชน์ไปอย่างมากมาย

สำหรับประเทศไทย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า รายการข่าว มีการแข่งขันอย่างสูง สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งต่างทุ่มเทสรรพกำลังบุคลากรและงบประมาณอย่างไม่ยอมน้อยหน้า เพื่อเข้าสู่พื้นที่ของผู้รับข่าวสารให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และช่วงชิงพื้นที่นั้นให้มั่นคงพอที่จะยึดเป็นฐานที่มั่น ส่งผลให้ผู้รับข่าวสารมีความต้องการเสพข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ช่องนั้น ๆ มากที่สุด ซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปในทางสื่อโทรทัศน์ว่าเป็นการสร้าง เรตติ้ง (Rating) ให้ดีและ

อยู่ในระดับสูงตลอดไป หากรายการข่าวมีผู้รับข่าวสารเป็นจำนวนมาก เรตติ้งสูง ก็จะไปสู่ผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจประกอบการสถานีโทรทัศน์ต่อไป

ปรากฏการณ์ของรายการข่าวที่มาพร้อมกับการเกิดขึ้นมาสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เมื่อปี พ.ศ. 2539 นับว่าเป็นการพลิกโฉมหน้าการนำเสนอข่าวอย่างสิ้นเชิง รายการข่าวไม่ได้เป็นเพียงการบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และทำไม เท่านั้น แต่รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เต็มไปด้วยสีสันของการนำเสนอข่าว เจาะลึกลงไปในเรื่องละเอียดถึงเบื้องหน้า เบื้องหลัง จับประเด็นและมีมุมมองที่แตกต่างอย่างน่าติดตาม บางข่าวที่เคยดูน่าเบื่อ และเป็นข่าวธรรมดาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง หรือบางประเด็นข่าวที่ถูกมองข้าม ก็ถูกนำมาเสนอให้กลายเป็นข่าวที่น่าสนใจ และได้อารมณ์ร่วมตามไปด้วย ซึ่งในที่สุดผลจากปรากฏการณ์นี้เอง ที่ทำให้รายการข่าวบนจอโทรทัศน์ไม่ใช่เรื่องน่าเบื่ออีกต่อไป สถานีโทรทัศน์บางแห่ง จากที่ไม่เคยให้ความสำคัญกับรายการข่าวมาก่อน ก็กลับมาให้ความสนใจและนำเสนอรายการข่าวอย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น

เมื่อสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งลงพื้นที่แข่งขันในรายการข่าวอย่างจริงจัง ผลประโยชน์ของผู้รับข่าวสารก็เพิ่มมากขึ้น เมื่อมีทางเลือกในการรับข่าวสารมากกว่าช่วงเวลาที่ผ่านมา การนำเสนอรายการข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ แม้จะเกาะติดกับสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เป็นหลัก แต่เมื่อมีการแข่งขันสูง รายการข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์จึงต้องเพิ่มการนำเสนอประเด็นข่าวอื่นเข้ามาเสริม เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจที่เกาะติดอยู่กับเฉพาะประเด็นข่าวทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยการนำเสนอข่าวเกี่ยวความบันเทิง ทั้งในเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และที่สำคัญคือข่าวบันเทิง ที่เกี่ยวกับวงการภาพยนตร์ ละคร นักร้อง และนักแสดง เข้ามาสร้างสีสันให้รายการข่าวมีความหลากหลาย และน่าสนใจมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ประกอบกับสภาพสังคมที่เต็มไปด้วยสิ่งแวดลอมรอบด้าน อันส่งผลให้คนในสังคมตกอยู่ในสภาพการแข่งขันจนนำไปสู่ความตึงเครียดในชีวิต สื่อโทรทัศน์ที่ปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมเข้ามาของรายการข่าวบันเทิง จึงเสมือนสื่อสัญลักษณ์อย่างหนึ่ง ที่มีอิทธิพลมากพอที่จะช่วยคลี่คลายความตึงเครียดนั้นให้บรรเทาลงไป และส่งผลให้สื่อโทรทัศน์ได้ค้นพบว่า รายการข่าวบันเทิงกลายเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลสูงและมีแนวโน้มว่า อิทธิพลนี้จะคงสภาพอยู่ในสังคมผู้รับสารอย่างยาวนาน สอดรับในทางสากล ของนักทฤษฎีกลุ่ม Cultivation Theory ซึ่งได้ข้อสรุปว่า¹ บรรดา รายการบันเทิง มีอิทธิพลในระยะยาวสูงมาก ส่งผลต่อการสร้างโลกเชิงสัญลักษณ์แวดลอมตัวบุคคล มากพอที่จะทำให้นุคคลหรือผู้รับสารเชื่อว่า สังคมสิ่งแวดล้อมในโลกนี้ เป็นอย่างไร

¹ กาญจนา แก้วเทพ, “เฟ่งพินิจและครุ่นคิดจากความบันเทิงในสื่อ,” ใน สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ (กรุงเทพมหานคร: ออล อีบีที พีเร้นท์, 2545), น. 26-27.

สื่อโทรทัศน์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการอบรมบ่มเพาะคนในสังคมได้มากกว่าสถาบัน ซึ่งทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะหลัก ไม่ว่าจะมาจากบิดามารดา โรงเรียน หรือศาสนา และด้วยข้อสรุปจากนักทฤษฎีกลุ่มนี้เอง ที่ทำให้สังคมไม่อาจมองข้ามความสำคัญของรายการข่าวบันเทิงอีกต่อไป

ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของรายการข่าวบันเทิงร่วมสมัยก็คือ² การสร้างสรรค์และผลิตรายการบันเทิงในลักษณะอุตสาหกรรมความบันเทิง (Entertainment Industry) ที่หมายถึงอุตสาหกรรมของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะ เป็น ภาพยนตร์ ละคร เพลง ดนตรี รายการวิทยุและโทรทัศน์ โดยมีเป้าหมายชัดเจนที่มุ่งสร้างความบันเทิงต่อผู้รับสารโดยเฉพาะ ด้วยวิธีการผลิตที่เป็นไปตามสายพานการผลิตตามกระบวนการของโรงงานอุตสาหกรรม และเป็นไปตามกระบวนการของระบบทุนนิยม ที่เน้นการลงทุนและเก็งกำไรในการผลิตเป็นสำคัญ

แต่ในขณะเดียวกัน นักวิชาการกลุ่มหนึ่งก็จับตามองการก้าวเข้ามาของรายการข่าวบันเทิงด้วยมุมมองที่ตรงกันข้ามว่า รายการข่าวบันเทิง เป็นเพียงเครื่องมือชั้นดีของชนชั้นผู้ปกครองที่จะใช้หม่อมมาครอบงำอุดมการณ์ของผู้รับสาร เป็นยาพิษที่เคลือบน้ำตาล ที่ส่งผลต่อการบ่อนทำลายความคิดและจิตสำนึกของผู้รับสารโดยตรง

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ยังอยู่ในทฤษฎีบรรทัดฐานเดิม ที่เคยจำแนกบทบาทหน้าที่ออกไป ก็ไม่ปรากฏอย่างชัดเจนมาก่อนว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อที่ให้ความบันเทิงจะอยู่ในแนวคิดของทฤษฎีบรรทัดฐาน โดยเฉพาะแนวคิดของ แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ซึ่งได้จำแนกบทบาทหน้าที่สำคัญ 3 ประการของสื่อมวลชนไว้ ดังนี้³

1. สอดส่องระวังเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง การแสวงหา และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายใน และภายนอกสังคม หน้าที่ในด้านนี้ก็คือ การรายงานข่าว หรือการแจ้งข่าวสาร

2. ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์ และเสนอแนะว่าควรจะทำอย่างไรกับสิ่ง ๆ นั้น หน้าที่นี้เรียกว่า การชักจูงใจ หรือบทบาทบรรณาธิการ

²เรื่องเดียวกัน, น. 15-16.

³Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," The Communication of Ideas Lyman Brysin ed., 1948, pp. 37-51 อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, "หน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม," ใน หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529), น. 133-134.

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง หมายความว่า การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไป

จากแนวคิดในบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนดังกล่าว ทำให้ภาพของสื่อมวลชนด้านความบันเทิง ขาดความชัดเจนพอที่จะเชื่อได้ว่าทำหน้าที่และมีบทบาทของสื่ออย่างที่ควรจะเป็น นอกจากนั้น ยังไม่อยู่ในความสนใจของเหล่านักวิชาการด้านสื่อในระยะแรก แต่เมื่อโลกได้ถูกย่อส่วนให้เล็กลง ด้วยวัฒนธรรมโทรทัศน์ (Television Culture) ส่งผลให้ไม่เพียงแต่ผู้รับสารทั่วโลกเท่านั้น ที่ได้รับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะพัฒนาการด้านข่าวบันเทิงที่ผู้รับสารหันมาให้ความสนใจมากขึ้น แต่ยังส่งผลให้นักวิชาการบางกลุ่ม เริ่มให้ความสนใจที่จะศึกษามิติด้านความบันเทิงที่มีอยู่ในสื่อมวลชน โดยเฉพาะงานเขียนของ W. Stephenson จากหนังสือชื่อ Play Theory of Mass Communication⁴ ที่ประกาศแนวคิดตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิมอย่างสิ้นเชิง โดย Stephenson เสนอแนวคิดว่า หน้าที่หลักของสื่อ มิใช่เพียงแต่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องให้ความบันเทิง สนุกสนานมากกว่า เนื่องจากในสภาพความเป็นจริงในสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม ที่มีความกดดันและเครียดในชีวิต ผู้คนในสังคมจึงต้องแสวงหาสิ่งที่จะมาช่วยผ่อนคลาย ด้วยการรับสารที่มีความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการชมภาพยนตร์ ชมละคร ฟังดนตรี ฟังเพลง โดยเฉพาะการผ่อนคลายที่หาได้จากการรับสารจากสื่อโทรทัศน์

นอกจากนั้น วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm) และ ชาลส์ อาร์ไรท์ (Charles R. Wright) ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน เข้ามาคือ⁵

หน้าที่ในการให้ความบันเทิง หมายความว่า การเผยแพร่การแสดง ดนตรี และศิลปะเพื่อความจรรโลงใจแก่สื่อมวลชน

ส่วนบทสรุปของนักวิชาการจาก สำนักแพรงค์เพิร์ตที่ระบุว่า รายการบันเทิงมอมเมา และครอบงำความคิดของผู้รับสาร เสมือนยาพิษเคลือบน้ำตาล ที่ทำลายความคิดและจิตสำนึกของผู้รับสารนั้น H.M. Enzensberger (1974) เจ้าของหนังสือ The Consciousness Industry

⁴กาญจนา แก้วเทพ, “เฟื่องพินิจและครุ่นคิดจามความบันเทิงในสื่อ,” สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความรู้สึกระ, น. 19.

⁵Wright, Mass Communication: A Sociological Perspective (Mcgraw-Hill College, 1986), p. 9 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, “หน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม,” หลักนิเทศศาสตร์, น. 133-134.

กล่าวว่า⁶ เป็นทัศนคติที่ผิดพลาด และมีคำอธิบายที่ง่ายและหยาบเกินไป เพราะผู้รับสารไม่ได้ถูกรอบงำจากรายการบันเทิง แต่การที่ผู้รับสารยอมรับและชื่นชอบรายการบันเทิง ก็เพราะกลยุทธ์ที่นำเสนอรายการดังกล่าวนั้น สามารถตอบสนองความต้องการที่จริงบางอย่างของผู้รับสาร แต่ความต้องการบางอย่างนี้ แม้จะอยู่ในแนวทางของความบันเทิงที่ระบบทุนนิยมนำมาให้ ฝ่ายที่โจมตีก็กลับไม่มีการแสวงหาข้อเท็จจริงและลงลึกไปในรายละเอียด เพื่อหาคำตอบให้ได้ว่า ความต้องการบางอย่างนี้ แท้ที่จริงแล้วคืออะไร และรายการบันเทิงให้อะไรในความต้องการที่แท้จริงนั้น ซึ่งก็รวมถึง การใช้สื่อให้เป็นประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Research) ในแนวทางในแนวทางที่แตกต่างจากที่โจมตี

บทสรุปที่ยังเป็นคำถามดังกล่าวเกิดขึ้นมากกว่าทศวรรษ โดยคำตอบที่มาพร้อมกับปรากฏการณ์ข่าวบันเทิง และรายการบันเทิง ปรากฏในวัฒนธรรมโทรทัศน์ในปัจจุบัน ยิ่งนับวัน คำตอบที่ปรากฏชัดจากพฤติกรรมกรรมการรับสารก็ยิ่งชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซับซ้อน และมีรายละเอียดที่น่าศึกษามากยิ่งขึ้น โดยคำตอบนั้นไม่ได้มาจากผลกระทบของสื่อ (Media Effect) ที่มีต่อผู้รับสารเท่านั้น และผู้รับสารไม่ได้อยู่ใต้อิทธิพลของสื่อบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่ผู้รับสารยังสามารถเป็นผู้กำหนดได้ว่า มีความต้องการอะไร จากสื่อใด ประเภทใด และนำสิ่งที่ได้รับไปสนองความต้องการบางอย่างดังกล่าวได้อย่างไร

ปรากฏการณ์ข่าวบันเทิง หรือรายการข่าวบันเทิง ที่นำเสนอทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ในระยะแรก แม้ว่าจะยังคงมีลักษณะการนำเสนอที่ยึดมั่นอยู่กับวิธีการนำเสนอข่าวในบรรทัดฐานเดิม กล่าวคือรายการบันเทิง ข่าวบันเทิง มักปรากฏอยู่ท้ายรายการข่าวหลัก โดยเฉพาะรายการข่าวภาคกลางวัน ที่มักจะจบท้ายด้วยข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง แต่เมื่อนำเสนอจนผู้รับสารเคยชินแล้ว ข่าวบันเทิงก็สามารถดึงดูดผู้รับข่าวสารให้ความสนใจ และติดตามในระดับที่น่าพอใจ จนส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการละครเป็นประจำอยู่แล้ว หันมาชิงความได้เปรียบด้านประเด็นข่าวบันเทิงมากยิ่งขึ้น จากความต้องการผ่อนคลายความเครียดในชีวิตโดยการเลือกรับสารที่มาพร้อมกับรายการข่าวบันเทิง ประกอบกับอารมณ์ร่วมของผู้ชมละครและสนใจติดตามอย่างยิ่งในความเคลื่อนไหวของละคร ตลอดจนเบื้องหน้าเบื้องหลังของนักแสดงในละครเรื่องนั้น ๆ ทำให้ข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ที่ผลิตละครเผยแพร่แข่งขันกันอย่างไม่มีการยอมใคร กลายเป็นข่าวบันเทิงที่ผู้รับข่าวสารทางด้านบันเทิงให้ความสนใจติดตามเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มสูงขึ้นโดยตลอด

⁶ กาญจนา แก้วเทพ, “เฟื่องพินิจและครุ่นคิดจามความบันเทิงในสื่อ,” สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, น. 27.

จากความสนใจของผู้รับข่าวสารทางด้านข่าวบันเทิง ที่ผูกติดกับละครแต่ละเรื่องที่ได้รับสารติดตาม ตลอดจนความสนใจในชีวิตและงานของนักแสดงแต่ละคน ทั้งที่ออกมาในทางลบ และทางบวกที่ปรากฏในสังคม ต่างเป็นตัวแรงตัวหนึ่ง ที่ทำให้ข่าวบันเทิงไม่จำเป็นที่จะต้องถูกจำกัดพื้นที่อยู่ท้ายรายการข่าวหลักอีกต่อไป เมื่อข่าวบันเทิง ยกกระดานในพัฒนาการของตนเองเพิ่มขึ้น จนพัฒนาไปสู่ความเป็นรายการข่าวบันเทิงล้วน ๆ แยกตัวออกไปเป็นอิสระจากข่าวหลักทางการเมือง เศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งก็ได้รับการตอบรับจากผู้รับข่าวสารในระดับที่น่าพอใจ

ปรากฏการณ์แห่งความพึงพอใจที่ผู้รับสารมีต่อรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ที่อยู่ในระดับเรตติ้งสูง เป็นปรากฏการณ์ที่น่าทำการศึกษสำหรับรายการข่าวบันเทิงที่แยกตัวออกมาจากรายการข่าวหลัก ถึงแม้ว่าเมื่อมองโดยภาพรวมแล้ว รายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย จะเป็นเพียงรายการข่าวบันเทิงรายการหนึ่งเท่านั้น แต่เมื่อรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ได้รับการตอบรับจากผู้รับสารมาโดยตลอด ประกอบกับผลงานทางด้านรางวัลที่รายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ได้รับ เมื่อปี พ.ศ.2551 ในรางวัลพิธีกรยอดเยี่ยม (สุดสัปดาห์ Young & Smart Vote 2008) ประเภทกลุ่มพิธีกรรายการดาวกระจาย รางวัลพิธีกรยอดเยี่ยม (สุดสัปดาห์ Young & Smart Vote 2007) ประเภทกลุ่มพิธีกรรายการดาวกระจาย พ.ศ. 2550 และรางวัลรายการข่าวบันเทิงยอดเยี่ยมประจำปี 2549 (Star Entertainment Awards 2006) พ.ศ. 2549 รางวัลต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นับเป็นอีกหนึ่งเครื่องยืนยันว่า รายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ไม่ได้เป็นเพียงรายการข่าวบันเทิงที่ทำหน้าที่เพียงแค่อ่านข่าว ความเคลื่อนไหวของสังคมบันเทิงทั่ว ๆ ไปที่นิยมขายข่าวบันเทิงประเภทซุบซิบดาราเท่านั้น แต่รายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย มีมิติของการนำเสนอที่น่าสนใจ และมีแรงดึงดูดให้ผู้รับสารพึงพอใจ โดยถ้าหากรายการ ดาวกระจาย เปรียบเป็นรูปภาพ ก็เป็นรูปภาพที่น่าสนใจ มีแบบฉบับของตัวเอง มีแรงดึงดูดให้เกิดความสนใจ และมีองค์ประกอบภาพอย่างพอเหมาะ ซึ่งในที่สุดจึงนำศึกษาในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำกรณีศึกษานี้ไปสู่สังคมแวดล้อม ให้บังเกิดประโยชน์ทั้งทางด้านผู้รับสาร และผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงโดยทั่วไป

รายการ “ดาวกระจาย” เป็นรายการประเภท วาไรตี้บันเทิง เชิงข่าวเจาะลึก ที่นำเสนอผ่านทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี ทุกคืนวัน จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 20.15 – 20.30 เป็นระยะเวลา 4 ปี โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อ วันที่ 1 เมษายน 2547 ภายใต้การผลิตของ บริษัท โพลีพลัสเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ถือได้ว่า เป็นหนึ่งในพัฒนาการของข่าวบันเทิง ที่แม้ว่าจะนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี ที่ไม่ผลิตละคร ไม่มีนักแสดงในสังกัด แต่รายการ “ดาวกระจาย” กลับสามารถก้าวขึ้นมาอยู่แถวหน้าของรายการข่าวบันเทิงที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ อย่างต่อเนื่อง ด้วยรูปแบบรายการข่าวบันเทิง ที่มีสีสันของความเป็นวาไรตี้ มากกว่า

ข่าวบันเทิงทั่ว ๆ ไป นอกจากจะนำเสนอข่าวสาร UPDATE ข่าว HOT ของวงการบันเทิงแบบทันใจแล้ว ยังแถมด้วย scoop คว้าไรตีสุนัข ๆ ของเหล่าคนดัง สตาร์โหวต ความยอดเยี่ยมของวงการบันเทิงไทย ที่คุณสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และที่สำคัญ ไม่จำกัดช่อง ไม่จำกัดค่าย โดยมีพิธีกรหลักของรายการ คือ นาเดีย นิมิตรวานิช และ โสภิตสุดา อิทธิเมธากุล มาสลับกันดำเนินรายการ ในระหว่างออกอากาศในวันจันทร์ถึงศุกร์ นอกจากนั้น ในวันหยุด เสาร์อาทิตย์ รายการดาวกระจาย ยังออกอากาศต่อเนื่อง โดยใช้ชื่อรายการว่า ดาวกระจายสุดสัปดาห์ ที่จะมีการ์ตูนใหม่ อาทิ พิมพลอย ปัจฉัยโย เรณูภา พิจอมบุตร และ อากรศรี ตัณมานะศิริ สลับกันมาดำเนินรายการ ซึ่งตลอดระยะเวลา 4 ปีของการนำเสนอรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย นอกจากจะตอบสนองความต้องการของผู้รับสารทางด้านความบันเทิงมาโดยตลอด รายการ ดาวกระจาย ยังคงไว้ซึ่งความพยายามในการที่จะพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเพื่อให้ทันสมัย หลากหลาย ดึงดูดใจผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ สอดรับกับพฤติกรรมการรับสารทางด้านข่าวบันเทิงอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ชม แต่เป็นที่ทราบกันดีว่า รายการข่าวที่น่าสนใจนั้น จะต้องมีความทันต่อเหตุการณ์ เรียกว่ารายการใดนำเสนอข่าวนั้น ๆ ได้ก่อนก็จะเป็นผู้ได้เปรียบ นอกจากนั้น รายการข่าวยังต้องมีการเจาะลึก และต้องมีรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจดึงดูดผู้ชมได้ จึงเป็นเรื่องที่แต่ละรายการจำเป็นต้องมีการแข่งขันกัน เพื่อให้รายการได้รับความนิยมสูงสุด ซึ่งรายการที่เป็นคู่แข่งกันโดยตรงของรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ในปัจจุบัน ได้แก่ รายการ ไนน์เอ็นเตอร์เทน ทางโมเดิร์นไนน์ทีวี รายการโต๊ะข่าวบันเทิง รายการสี่สັນบันเทิง(สด) ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 รายการเที่ยงบันเทิง ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการ True Inside ทางทรูช่อง 21 ส่วนรายการที่ออกอากาศในเวลาเดียวกันกับรายการดาวกระจาย ได้แก่ รายการ ทีวีพูลไลฟ์ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และรายการสี่สັນบันเทิง ทางสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3

จากจำนวนรายการที่มีมากขึ้น และในสภาวะการแข่งขันทางด้านการตลาดที่สูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตแต่ละรายการต่างพยายามพัฒนาและพลิกแพลงกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอ เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างทางด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ โดยกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นำเสนอเป็นไปตามกระบวนการผลิตในเชิงกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมบันเทิง ที่แบ่งแยกขั้นตอนต่าง ๆ ออกไปสู่บุคลากรที่อยู่ในสายพานการผลิตอย่างครบถ้วน ตามระบบการผลิตทางทุนนิยมที่ยังคงไว้ในทางการลงทุนและการเก็งกำไร โดยอาศัยพื้นฐานจากพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อรายการ ดาวกระจาย นั่นเอง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าลักษณะทางประชากรกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาย และหญิง อายุระหว่าง 15 – 35 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ของรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย มีพฤติกรรมมารับชมรายการมากน้อยเพียงใด รวมทั้ง

ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวบันเทิง “ดาวกระจาย” อันจะเป็นเสมือนกระจกที่สะท้อนภาพของคำตอบให้แจ่มชัดยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้รับสาร ที่มงานผลิตรายการ นักแสดง และสถานีโทรทัศน์ ที่สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลในการปรับปรุง และพัฒนารูปแบบการผลิตรายการข่าวบันเทิง ให้มีความน่าสนใจ มีคุณภาพ และนำไปสู่ผลประโยชน์สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนให้มากที่สุด ด้วยบทบาทและอิทธิพลที่มีต่อผู้รับสารของข่าวบันเทิงที่นับวันจะเพิ่มอิทธิพลในระยะยาว อีกด้านหนึ่งของผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เท่ากับให้ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์ที่มาพร้อมกับข่าวบันเทิง อันมีผลต่อการสร้างโลกเชิงสัญลักษณ์ที่แวดล้อมสภาพสังคม มีผลต่อการกำหนดทิศทางของผู้รับสารและผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง ทั้งยังจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะศึกษาแนวทางในการผลิตรายการข่าวบันเทิงต่อไปอีกด้วย

ปัญหาคำถามวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ของกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างไร
3. กลุ่มตัวอย่างได้รับความพึงพอใจในการรับชมรายการรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่รับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมของกลุ่มตัวอย่าง จากการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จากการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจายแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจายแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง “ดาวกระจาย” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้คือ

1. การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration Questionnaire)
2. การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นชายและหญิงอายุระหว่าง 15 - 35 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่รับชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี
3. การวิจัยครั้งนี้จะใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. 2551

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของผู้ชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับชม หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ และลักษณะการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง “ดาวกระจาย” ในแต่ละครั้ง

ผู้ชมรายการ หมายถึง ประชาชนที่รับชมรายการข่าวบันเทิง “ดาวกระจาย” ในเขต กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของผู้ชมในการรับชมรายการข่าวบันเทิง “ดาวกระจาย” ในด้านต่าง ๆ เช่น

- ความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ หมายถึง มีสิ่งดึงดูดใจจากเรื่องราวที่ถูกนำเสนอ สิ่งดึงดูดใจนี้ กลายเป็นความพึงพอใจ ในเนื้อหาของรายการที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด

- ความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ หมายถึง ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของรายการมานำเสนอ โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่มีสีสัน ไม่ว่าจะเป็นการบอกเล่าเนื้อหาของรายการด้วยภาพ ด้วยคำบรรยาย ด้วยการนำเสนอผ่านพิธีกร ด้วยเทคนิคการตัดต่อภาพและนำกราฟิกมาใช้ให้ดูหือหวาน่าสนใจ

- ความพึงพอใจด้านพิธีกรดำเนินรายการ หมายถึง ความพึงพอใจในตัวพิธีกรดำเนินรายการ ไม่ว่าจะวิธีในการนำเสนอรายการของพิธีกร ความเป็นกันเองและความเป็นธรรมชาติ เครื่องแต่งกาย ความสดใสสวยงามของรูปร่างหน้าตา ตลอดจนจังหวะการพูดของพิธีกรที่ลื่นไหลเป็นธรรมชาติ ก็ล้วนสร้างความพึงพอใจด้านพิธีกรดำเนินรายการด้วยเช่นกัน

รายการข่าวบันเทิง หมายถึง การรายงานหรือนำเสนอเรื่องราวเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์งานด้านความบันเทิง ในวงการบันเทิง ทุกรูปแบบ ทั้งในวงการภาพยนตร์ โทรทัศน์ ละครเพลง ดนตรี ศิลปะ วาไรตี้โชว์ ฯลฯ รวมทั้งความเคลื่อนไหวของศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง ตามข้อเท็จจริงให้ประชาชนผู้ชมได้รับรู้⁷

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง บุคคลที่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่รับชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย

⁷พินทุ์สุดา ยุทธบรรดล, “กระบวนการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น. 8.

2. ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง หลังจากชมรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย
3. ใช้เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนหรือกำหนดนโยบายการผลิต ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมรายการ
4. ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการผลิตรายการข่าวบันเทิงให้มีเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับสาร