



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารมวลชน จากสื่อชนิดหนึ่งไปยังสื่อชนิดใหม่ที่มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ยังผลให้นักวิชาการบางท่านถึงกับกล่าวว่า เมื่อเกิดสื่อชนิดใหม่ขึ้นมาจะทำให้อีกสื่อเก่าเสื่อมความนิยมลง แต่ทว่าหากกล่าวนี้ได้ถูกกาลเวลาพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า "ไม่เป็นจริงเสมอไป" ดังจะเห็นได้จากสื่อสิ่งพิมพ์ที่นับกันว่าเป็นสื่อมวลชนชนิดแรก ก็ยังปรากฏให้เห็นกันอยู่ทั่วไป

การที่สื่อสิ่งพิมพ์สามารถคงความนิยมในหมู่มวลชนได้นั้น สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากการที่สื่อสิ่งพิมพ์มีการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย และความต้องการของประชาชน โดยการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากกรณีของนิตยสาร 2 ฉบับ คือ นิตยสารลุค (LOOK) และนิตยสารไลฟ์ (LIFE) นิตยสารทั้งสองฉบับดังกล่าวเป็นนิตยสารทั่วไปที่เสนอเนื้อหาข่าวสารแบบเจาะลึกมากกว่าฉบับอื่นๆ จึงทำให้มียอดขายสูงอย่างทวีคูณ เมื่อสังคมได้พัฒนาขึ้น สื่อมวลชนก็ยิ่งเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะกลุ่มได้กว้างขวางยิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ดี นิตยสารลุคและไลฟ์ก็เริ่มประสบกับปัญหาทางการจัดจำหน่าย ทางออกของนิตยสารลุคและไลฟ์ก็คือการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของคนให้แตกต่างจากนิตยสารฉบับอื่น โดยการเสนอเรื่องราวในแง่มุมที่แปลกออกไป รวมทั้งการลดขนาดของนิตยสารให้เล็กลง เพื่อลดต้นทุนทางการผลิต จึงทำให้นิตยสารทั้งสองฉบับยืนหยัดต่อไปได้ (Wells 1971 : 27-34)

สำหรับสิ่งพิมพ์บางชนิด การที่จะดำรงอยู่ได้ก็ต้องอาศัยการอิงกับสื่อชนิดอื่น โดยการทําหน้าที่ให้การสนับสนุนสื่ออื่น ดังเช่น เมื่อมีการสร้างภาพยนตร์จากขอลลิวูด ซึ่งถือกันว่าเป็นศูนย์กลางในการผลิตภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกา ก็ได้เกิดนิตยสารชื่อว่า โฟโตเพลย์ (PHOTOPLAY) ขึ้น ซึ่งเป็นนิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ และเป็นนิตยสารประเภทแฟน (FAN) ที่มุ่งให้สาระความรู้ และเกร็ดต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องที่อยู่สนใจงานวงการภาพยนตร์ (Compaine 1980 : 98-103) หรือ เมื่อเกิดสื่อชนิดใหม่อย่างโทรทัศน์ ก็ได้เกิดสิ่งพิมพ์ที่สนับสนุนโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากสื่อชนิดใหม่อย่างโทรทัศน์ นับเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากมวลชนเป็นอย่างมาก ในบ้านเราก็เช่นกัน ตั้งแต่มีการโทรทัศน์ในปี พ.ศ. 2498 จำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ในขณะนั้นมีประมาณ 200-300 เครื่องเท่านั้น และมีรศมีการออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ 32 จังหวัด จำนวนประชากรที่อยู่ในรศมีการออกอากาศในขณะนั้นมีจำนวน 12 ล้านคน การที่จำนวนเครื่องรับในครั้งแรกมีจำนวนต่ำมาก เนื่องจากเครื่องรับในขณะนั้นมีราคาแพง และประชาชนยังไม่เห็นความสำคัญของโทรทัศน์ ปีต่อมาจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเป็น 2,000 เครื่อง (เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์ และปนัดดา ธนสถิตย์ 2526 : 141-142) เพียงชั่วระยะเวลาไม่กี่ปีให้หลังโทรทัศน์ ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ทำให้สามารถผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ได้คราวละมาก ๆ โทรทัศน์จึงมีราคาถูกลง คนทั่วไปก็สามารถซื้อหามาเพื่อให้ความบันเทิงแก่ตนเองได้ ดังจะเห็นได้จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2511-2512 และปี 2517 จำนวนเครื่องรับโทรทัศน์เพิ่มจาก 231,375 เครื่อง เป็น 714,551 เครื่อง การเพิ่มขึ้นนี้คิดเป็น 208.8% หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2517 : 14) พ.ศ. 2527 มีจำนวน 3,379,230 เครื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2527 : 27)

การที่จำนวนเครื่องรับโทรทัศน์เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมากเพียงชั่วระยะเวลากว่า 30 ปี เพิ่มจากจำนวนร้อยเป็นจำนวนล้าน ทั้งนี้ เนื่องมาจากสถานีโทรทัศน์มีการขยายเครือข่ายการถ่ายทอดไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ประกอบกับมีการพัฒนาไฟฟ้าในชนบท ทำให้ประชาชนสามารถรับชมได้อย่างสะดวก สำหรับบางพื้นที่เอกชนได้มีการจัดทำโทรทัศน์ความสายส่งรายการบันเทิงไปถึงครัวเรือนต่างๆ และมีเอกชนบางรายได้จัดตั้งงานเครื่องรับ เพื่อรับสัญญาณจากดาวเทียมแล้วถ่ายทอดรายการโทรทัศน์ไปตามสาย นอกจากนั้นราคาเครื่องรับโทรทัศน์ในช่วงหลายปีที่

ผ่านมามีราคาถูกลงมาก ประชาชนที่มีเครื่องรับขาว-ดำ ก็มีกำลังทรัพย์ที่จะซื้อโทรทัศน์สีไปใช้ควบคู่กันด้วย เหล่านี้นับ เป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้โทรทัศน์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2526 : 12-13)

นอกจากนี้ ทางด้านรายการโทรทัศน์ในช่วงแรกๆ ยังมีปริมาณน้อย ทั้งนี้เนื่องจากสถานีโทรทัศน์มีเพียง 1-2 สถานีเท่านั้น แต่มาในยุคปัจจุบัน จำนวนรายการมีมากมายจนนับไม่ถ้วน เพราะสื่อโทรทัศน์มีการขยายตัวในส่วนของสถานี รวมทั้งมีการเพิ่มเวลาการออกอากาศ ก่อให้เกิดกลุ่มผู้ชมจำนวนมาก ผลที่ตามมาก็คือ เกิดนิตยสารและสิ่งพิมพ์บันเทิงที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะวงการโทรทัศน์ วางจำหน่ายบนแผงหนังสือในบ้านเราหลายฉบับด้วยกัน

นิตยสารบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์โดยตรงนั้นฉบับแรก เป็นนิตยสารรายเดือน ใช้นามว่า "ไทยโทรทัศน์" หรือพิมพ์ชื่อหน้าปกว่า "ไทยโทรทัศน์ T.V. MIRROR" นิตยสารฉบับนี้เริ่มตีพิมพ์เมื่อปี 2497 ดำเนินงานโดยสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม โดยมีลักษณะรูปเล่มขนาดแปดหน้ายก หน้าปกเป็นรูปคาราคังในช่วงเวลานั้นๆ จำนวนหน้าไม่แน่นอนอยู่ระหว่าง 136-168 หน้า ราคาฉบับละ 4 บาท ภายหลังจึงมีการปรับปรุงราคาเป็น 5 บาท เนื้อหาภายในฉบับเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ วิทยุ วิทยาการก้าวหน้าต่างๆ แฟชั่น ท่านนายโชคชะดา ตารางรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เป็นต้น การที่นิตยสารไทยโทรทัศน์รายเดือนสามารถดำเนินงานอยู่รอด และเป็นที่สนใจของผู้อ่านที่ชมชอบรายการโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นนิตยสารที่เผยแพร่รายการของทางสถานี ทำให้ผู้อ่านทราบว่าวันเวลาใดมีรายการอะไรบ้างเสนอโดยที่เจ้าของนิตยสารไม่มุ่งเน้นที่จะขายนิตยสาร แต่ผลิตนิตยสารขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมรายการของทางสถานีเป็นสำคัญ ซึ่งมียอดพิมพ์คราวละสองหมื่นฉบับ ในแนวความคิดจัดทำนิตยสารเพื่อเผยแพร่รายการของทางสถานีเช่นเดียวกันนี้ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกในขณะนั้นเป็นช่อง 7 (ขาว-ดำ) ปัจจุบันคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จึงได้ดำริที่จะออกนิตยสารของตนเองในปี 2502 โดยให้ชื่อว่า "แฟนสัมพันธ์" ด้วยลักษณะรูปเล่มเช่นเดียวกับไทยโทรทัศน์รายเดือน ราคาฉบับละ 3.50 บาท จำนวน 88-96 หน้า สำหรับจำนวนพิมพ์นิตยสารแฟนสัมพันธ์ในแต่ละครั้งมีจำนวนหนึ่งหมื่นฉบับ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วได้แจกจ่ายให้ประชาชนอ่านฟรีมากกว่าที่จะวางจำหน่ายตามแผงหนังสือ (พลตรีถาวร ช่วยประสิทธิ์, สัมภาษณ์) ทั้งนี้เพื่อต้องการให้ประชาชนได้ติดตามความเคลื่อนไหวรายการของทางสถานี และเป็นการประชาสัมพันธ์รายการ

ของทางสถานี เช่นเดียวกับนิตยสารของทางช่อง 4 บางขุนพรหม นิตยสารทั้งสองฉบับนี้ตีพิมพ์สู่สายตาประชาชนมานานนับ 20 ปี ก็เลิกผลิต เนื่องจากไม่สามารถทางงบประมาณมาสนับสนุนรายจ่ายส่วนนี้ได้

หลังจากที่นิตยสาร "แพนสัมพันธ์" และ "ไทยโทรทัศน์รายเดือน" ได้ปิดตัวเองลงไปแล้ว นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ได้เผยโฉมออกมาใหม่ ในลักษณะรูปเล่มใหม่ฉบับกระเป๋าคอ โดยมิตสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นเจ้าของ ฉบับปฐมฤกษ์แจกจ่ายสู่สายตาประชาชนเมื่อปี พ.ศ.2514 จำนวนพิมพ์ 10,000 ฉบับ หน้า 32 หน้า เนื้อหาของนิตยสารฉบับนี้เน้นความเคลื่อนไหวของทางสถานีช่อง 3 ความเคลื่อนไหวของดาราไทย ดาราต่างประเทศ เบื้องหลังกล้อง เกร็ดความรู้ เทคนิคต่างๆ ปัญหาและการแก้ไข เกี่ยวกับการรับส่งภาพ สำหรับวัตถุประสงค์ในการผลิตนิตยสารฉบับนี้ก็เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสาร รายการต่างๆ ให้ผู้ชมได้ทราบล่วงหน้าโดยตรง โดยไม่ต้องอาศัยสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ยังเป็นกระบอกเสียงสื่อกลางที่ทางสถานีจะสามารถทราบถึงความต้องการและความนิยมของผู้ชมทางบ้านได้ นิตยสารของไทยทีวีสีช่อง 3 ดำเนินการมาได้ประมาณ 2 ปี ก็เป็นอันต้องเลิกตีพิมพ์ ต่อมาในปี 2518 ทางช่อง 3 จึงได้กลับมาจัดทำนิตยสารของทางสถานีอีกครั้งหนึ่ง เพื่อแจกจ่ายแก่ผู้ชมทางบ้านและมีการบอกรับเป็นสมาชิก จำนวนพิมพ์ครั้งละ 320,000 ฉบับ โดยตีพิมพ์สามภาษาด้วยกัน คือ ฉบับภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และฉบับภาษาจีน (อินไซด์ทีวี 1,1 : หน้าพิเศษ 8)

สำหรับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ได้มีการจัดทำนิตยสารของทางสถานี เช่นเดียวกับของช่อง 3 ทั้งนี้เพื่อเสนอรายละเอียด และความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสถานี โดยเริ่มจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้จัดทำนิตยสารของทางสถานีเมื่อเดือนเมษายน 2522 จำนวนพิมพ์ 32,000 ฉบับ มีความหนา 56 หน้า (ขาว-ดำ) และเลิกผลิตเมื่อเดือนกรกฎาคม 2528 ส่วนทางด้านสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้มีการจัดพิมพ์นิตยสารของตนเองเช่นกัน ฉบับปฐมฤกษ์เดือนกันยายน 2523 จัดทำโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสถานี โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 104 หน้า ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้จัดทำนิตยสาร "ระฆัง" ซึ่งเนื้อหาและลักษณะ เช่นเดียวกับนิตยสารของสถานีอื่นๆ ที่กล่าวมาแล้ว มีความหนา 52 หน้า จำนวนพิมพ์ครั้งละ 10,000 เล่ม เริ่มฉบับแรกเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2522 และสิ้นสุดการตีพิมพ์เมื่อเดือนมีนาคม 2526 จากนั้นจึงเริ่มมีการตีพิมพ์นิตยสารระฆังฉบับใหม่ เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2526

จำนวนหน้าทั้งสิ้น 68 หน้า จำนวนพิมพ์ 10,000 ฉบับ ดำเนินมาชั่วระยะเวลาหนึ่งก็หยุดขงกลาง
 อีก ทั้งนี้เนื่องจากขาดผู้อุปถัมภ์ทางด้านเงินทุน เช่นเดียวกับฉบับอื่นๆ (อินไซด์ทีวี 1,1 : หน้า
 พิเศษ 9)

จากสภาวะทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิตนิตยสารของสถานีช่องต่างๆ ทำให้
 สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์โดยตรงขาดหายไป แม้จะมีนิตยสารบางฉบับที่เสนอความ
 เคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ควบคู่ไปกับวงการภาพยนตร์ แต่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์
 ยังมีปริมาณน้อยมาก เมื่อเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตของสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นจึงมีกลุ่มบุคคลต่าง
 หันมาสนใจผลิตนิตยสาร เพื่อป้อนตลาดกลุ่มผู้อ่านที่ติดตามรายการโทรทัศน์ นิตยสารในช่วงนี้อาจ
 เช่น "หนังสือทีวี" (2526) ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเบื้องหลังการสร้าง การถ่ายทำ
 ละครโทรทัศน์ ที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนั้น ยอดพิมพ์จำนวน 15,000 ฉบับ ราคาฉบับละ 8 บาท
 ออกวางจำหน่ายเพียงไม่กี่ฉบับก็มีอันต้องเลิกกันไป เนื่องจากราคาค่อนข้างสูง ยอดพิมพ์ต่ำ
 และโรงพิมพ์ที่ทำให้การสนับสนุนประสบกับปัญหาการขาดทุน นอกจากนี้ ในระยะเวลาไล่เลี่ยกันได้มี
 นิตยสารออกมาอีกฉบับหนึ่ง ภายใต้ชื่อว่า "ทีวีเพื่อคุณ" ออกวางจำหน่ายในปี พ.ศ. 2530 จัดทำ
 ออกมาในรูปแบบของการ์ตูน เพื่อต้องการให้เกิดความแปลกใหม่และแหวกแนวทางอันซ้ำซากจำเจ
 เนื้อหานิตยสารเป็นการลงเรื่องย่อของภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ แต่เสนอออกมาในรูปแบบของการ์ตูน
 ราคาฉบับละ 8 บาท ผลิตออกวางจำหน่ายได้เพียง 2-3 ฉบับ ก็ต้องวางมือ เนื่องจากผิดกลุ่ม
 เป้าหมายของนิตยสาร กล่าวคือ เนื้อหาของนิตยสารนั้นต้องการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ แต่
 การนำเสนอเป็นการ์ตูน จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายคลาดเคลื่อนไป ผู้ที่ซื้อนิตยสารอ่านกลับกลายเป็น
 เด็กซึ่งไม่มีอำนาจในการซื้อ ส่วนกลุ่มเป้าหมายผู้ใหญ่ไม่ซื้อนิตยสารฉบับดังกล่าว เพราะเห็นว่า
 เป็นการ์ตูนเหมาะสำหรับเด็กมากกว่า (เทพสิทธิ์ โนนพิชาติ, สัมภาษณ์) อย่างไรก็ตาม การ
 เสนอข่าวคราวทางด้านโทรทัศน์ก็เชื่อว่าขาดหายไป ยังคงมีการรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับวง
 การโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอในหน้าบันเทิงของหนังสือพิมพ์ทั่วไป

แม้จะมีการเสนอข่าวบันเทิงของวงการโทรทัศน์ในหน้าหนังสือพิมพ์ทุกวัน ทว่าการ
 รายงานข่าวนั้นยังไม่ละเอียดเพียงพอ การรายงานข่าวนั้น เติงในหน้าหนังสือพิมพ์เมื่อเปรียบเทียบกับ
 เนื้อหาอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ นับว่ายังอยู่ในปริมาณไม่มากนัก ดังจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบ
 ประเภทเนื้อหาของหนังสือพิมพ์จำนวน 3 ฉบับ คือ ไทยรัฐ สยามรัฐ และ เติลโหม่ ปรากฏว่า

มีเนื้อหาประเภทบันเทิง คิดเป็นร้อยละของประเภทเนื้อหาทั้งหมด เรียงลำดับดังนี้ คือ 8.11, 2.17 และ 9.07 (UNESCO 2521 : 27) ขณะที่เนื้อหาทางด้านวงการบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ยังมีปริมาณน้อย เมื่อเทียบกับการขยายตัวของวงการโทรทัศน์ ทั้งในด้านการขยายเครือข่ายรัศมีการออกอากาศที่สามารถครอบคลุมทุกส่วนของประเทศ การขยายเวลาออกอากาศจากเดิมที่ออกอากาศเฉพาะช่วงเย็น ได้มีการเพิ่มเวลาในช่วงวันหยุด และเพิ่มเวลาในภาคบ่ายในวันปกติด้วย รวมตลอดจนความหลากหลายของรายการ และเกิดนักแสดงหน้าใหม่ปรากฏบนจอแก้วมากมาย ทำให้ผู้ชมอยากดูอยากเห็นความเป็นไปของวงการโทรทัศน์มากขึ้น ไม่เพียงแต่ต้องการทราบเกี่ยวกับตัวดารา และเนื้อหารายการเท่านั้น ผู้ชมยังอยากทราบถึงเบื้องหลังรายการต่างๆ นั้นว่ามีความยุ่งยากในการผลิตอย่างไร ใครเป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จนั้นๆ

จากการสำรวจทัศนคติของประชากรกรุงเทพมหานครต่อหนังสือพิมพ์ไทย และร่างพระราชบัญญัติการพิมพ์ (ฉบับใหม่) ผลการสำรวจคนหนึ่งพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความนิยมข่าวบันเทิงมากเป็นอันดับ 4 รองจากข่าวหน้า 1 ข่าวเศรษฐกิจและข่าวกีฬา (สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ 34, 16 : 21) ดังนั้น เมื่อความต้องการของประชาชนอยู่ในอัตราสูง และการตอบสนองความต้องการของประชาชน ในเรื่องข่าวสารทางด้านบันเทิงในหน้าหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับต่ำ การเกิดช่องว่างทางด้านสารสนเทศเช่นนี้ ยังผลให้บุคคลกลุ่มหนึ่งเล็งเห็นความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ และได้ตอบสนองความต้องการนั้น ด้วยการเสนอสิ่งพิมพ์บันเทิงที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์โดยตรง ด้วยลีลาที่ฉีกแนวไปจากเดิม โดยการจัดทำรูปเล่มใหม่ให้มีลักษณะเหมือนหนังสือพิมพ์ เน้นการให้สีสัน การทาดหัวข่าวที่เร้าความสนใจ ซึ่งคณะผู้จัดทำตระหนักดีว่า หากยังคงลักษณะรูปแบบของนิตยสารไว้ ภาพพจน์เดิมที่เคยเสื่อมความนิยมจะเกิดขึ้นอีก ทำให้ผลงานการสร้างสรรค์ของคนไม่อาจยืนหยัดในตลาดหนังสือได้ ด้วยเหตุนี้สิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ จึงปรากฏโฉมด้วยรูปเล่มใหม่โดยใช้ชื่อว่า "อินไซด์ทีวี"

"เกิดจากความคิดง่าย ๆ ว่า คนดูทีวีจะเห็นแต่ในจอสีเหลี่ยมเป็นส่วนใหญ่ แต่เขาเหล่านั้นไม่รู้เบื้องหน้าเบื้องหลังของรายการทีวีปัจจุบันเป็นอย่างไร ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จเป็นใคร เขาทำอะไรกันบ้าง ประกอบกับหนังสือในแนวนี้ยังไม่เคยมีมาก่อน ผมจึงคิดอยากจะหาสิ่งเหล่านี้มาตอบสนองให้กับผู้ที่มีความสนใจ... ช่วงนั้นผมเห็นว่า หนังสือแจกฟรีของ

สถานีโทรทัศน์ ได้ล้มหายตายจากไปทีละเล่มสองเล่ม ทั้งๆ ที่หนังสือในแนวนี้ น่าจะอยู่ได้ เพราะ เป็นคู่มือในการรับชมโทรทัศน์คล้ายกับทีวีไกด์ของฝรั่ง ผมจึงคิดอยากทำหนังสือในแนวนี้ แต่ใส่ความคิดของเราเข้าไป จึงปรึกษาเพื่อนๆ ก็ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี และตกลงกันว่าจะใช้ชื่อ "อินไซด์ทีวี" (ธเรศวร สุชีวะ, สัมภาษณ์)

จากจุดนี้เองที่ทำให้ "ธเรศวร สุชีวะ" หรือเจ้าของนามปากกา "โพลิน สีน้าเงิน" กลายมาเป็นบรรณาธิการอำนวยการหนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี

เนื้อหาของหนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ รวมทั้งดารา นักร้อง นักแสดง บุคคลเหล่านี้เป็นที่สนใจของประชาชน อันตรงกับแนวคิดเรื่องปรากฏการณ์ของการเป็นดารา (PHENOMENA OF STARS) ของฟรานเชสโก อัลเบอร์นี (FRANCESCO ALBERONI) ที่กล่าวไว้ว่า ในทุกๆ สังคมมีบุคคลที่เป็นที่สนใจของบุคคลอื่น ซึ่งนอกเหนือไปจากพวกที่เป็นกลุ่มชนชั้นปกครอง พระ นักบวชแล้ว ก็ยังมีปัจเจกชนที่พิเศษกลุ่มหนึ่งที่ได้รับการขนานนามว่า "ดารา" (STARS) เป็นกลุ่มที่ได้รับความสนใจจากสาธารณชนโดยทั่วไป แม้ว่าการกระทำของพวก เขาจะไม่มีผลต่อความเป็นอยู่ของสมาชิกในสังคม แต่พวกดาราก็มีอิทธิพลทางจิตใจต่อสาธารณชนเป็นอย่างมาก โดยส่วนใหญ่แล้วคนทั่วไปจะรู้จักดาราเหล่านั้นเป็นอย่างดี แต่ดารามักจะไม่รู้จักว่าสาธารณชนเหล่านั้นเป็นใคร (McQuail 1979 : 75-98) และหากมองในแง่คุณค่าของข่าวที่อินไซด์ทีวีนำเสนอแล้ว จะพบว่าข่าวในอินไซด์ทีวีมีคุณค่าของข่าวในเรื่องความเด่น (PROMINENCE) ของบุคคลสูง ดังนั้น อินไซด์ทีวีจึงสามารถตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของประชาชนในแง่นี้ได้ดี

หลังจากที่อินไซด์ทีวีได้บุกเบิกตลาดสิ่งพิมพ์บันเทิงจนเป็นที่นิยมของประชาชน สิ่งพิมพ์ในแนวเดียวกันที่ออกตามมาก็คือ "ทีวีบันเทิง" นำทีมโดย "สรนันท์ ร. เอกวัฒน์" นักข่าววงการบันเทิง "รุ่นลายคราม" โดยมีค่ายสยามสปอร์ตเป็นผู้ให้การสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง (ผู้จัดการ 4, 85 : 26) แต่สิ่งพิมพ์บันเทิงฉบับนี้มีอายุไม่ยืนยาวนัก เนื่องจากประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ และเกิดปัญหาภายในกลุ่มผู้ร่วมงาน ดังนั้น สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ จึงแยกตัวออกจากค่ายทีวีบันเทิง แล้วหันมาจัดกลุ่มผู้ร่วมงานใหม่ พร้อมกับเปิดตัว "บนทางทีวี"

ในระหว่างที่สิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์แข่งขันกัน ในตลาดหนังสืออย่างเข้มข้น ได้เกิดสิ่งพิมพ์บันเทิงอีกฉบับหนึ่ง ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ชื่อว่า "ทีวีนิวส์" โดยมี "กาญจน์ ตระกูลธรรม" ผู้คร่ำหวอดทางด้านวงการบันเทิง เป็นหัวหน้ากองบรรณาธิการ ทำให้ การแข่งขันของสิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ในบ้านเราคึกคักขึ้น เป็นการประสานสื่อระหว่าง โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ด้านสาระบันเทิง นับ เป็นปรากฏการณ์ที่น่าจับตามอง เป็นอย่างยิ่ง

แม้ว่าจะมีสิ่งพิมพ์บันเทิงเกิดขึ้นมามากมายหลายฉบับ แต่ทว่าอินไซด์ทีวีได้วางตำแหน่ง ตัวเองอยู่ในอันดับหนึ่งมาโดยตลอดในสิ่งพิมพ์ประเภทเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากการสำรวจความ นิยมในหนังสือพิมพ์ประจำปี 2531 ของบริษัท ดีมาร์ จำกัด พบว่า การสำรวจหนังสือพิมพ์บันเทิง ปรากฏว่า ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หนังสือพิมพ์ "อินไซด์ทีวี" มียอดผู้อ่านประมาณ 439,000 คน โดยแบ่งกลุ่มอายุผู้อ่าน 12-39 ปี รวม 399,000 คน และอายุ 40 ปีขึ้นไปรวม 39,000 คน หนังสือพิมพ์ "ทีวีบันเทิง" ประมาณยอดผู้อ่านรวม 96,000 คน กลุ่มอายุ 12-39 ปี รวม 77,000 คน และกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป รวม 19,000 คน (ฐานเศรษฐกิจ 7-12 พ.ย. 31 : 53)

จะเห็นได้ว่า "อินไซด์ทีวี" เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทบันเทิงที่ได้รับความนิยมสูงสุด ผู้วิจัย จึงเห็นสมควรที่จะทำการศึกษาและวิเคราะห์สิ่งพิมพ์บันเทิงอินไซด์ทีวี เนื่องจากอินไซด์ทีวี เป็นผู้บุกเบิกวงการสิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ที่เคยชอบเขาให้กลับ เป็นที่นิยมของประชาชน อีกทั้ง ยังเป็นสิ่งพิมพ์บันเทิงที่ประชาชนให้ความนิยมสูงสุด จึงถือได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งพิมพ์ประเภท เดียวกันได้ ทั้งนี้เพื่อคู่มือถึงบทบาทหน้าที่ของอินไซด์ทีวีในแง่ที่เป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ คอบสนองความต้องการของประชาชนในเรื่องของความต้องการข่าวสาร รวมทั้งสาระความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาถึงพัฒนาการของสิ่งพิมพ์บันเทิงที่ สนับสนุนโทรทัศน์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาสื่อมวลชนอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงพัฒนาการของสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์
2. เพื่อทราบถึงบทบาทหน้าที่ของสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์
3. เพื่อทราบถึงบทบาทหน้าที่ในการคัดเลือกข่าวสารของบรรณาธิการสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์ รวมทั้งกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทนี้
4. เพื่อทราบถึง เนื้อหาของสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์

ปัญหาวิจัย

1. พัฒนาการของสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์ เป็นอย่างไร
2. สิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์กระทำบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง
3. เนื้อหาของสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์ เป็นอย่างไร
4. บรรณาธิการ ซึ่งเป็น เสมือนผู้เฝ้าประตู (GATEKEEPER) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวสารอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาดังบทบาทหน้าที่ รวมทั้งกระบวนการในการผลิตสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์ โดยการเลือกอินไซด์ทีวีเป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ด้วยการสัมภาษณ์ คุณธเรศวร์ สุชีวะ ซึ่งเป็นบรรณาธิการอำนวยการของหนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ที่เคยทำสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์ เพื่อต้องการทราบถึงพัฒนาการของสิ่งพิมพ์ในแนวนี้

2. การวิจัยนี้ต้องการศึกษาดังเนื้อหาของสิ่งพิมพ์บน เติ้งที่สนับสนุนโทรทัศน์ (อินไซด์ทีวี) ตั้งแต่ฉบับแรกเดือนกุมภาพันธ์ 2529 จนถึงฉบับเดือนธันวาคม 2531 รวมระยะเวลาในการศึกษา 3 ปี จำนวนทั้งสิ้น 149 ฉบับ