

กลยุทธ์การสร้างความมั่นคงในรายการสนทนายันเทิงทางโทรทัศน์



นางสาวปานทิพย์ แสงสว่าง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN : 974-17-4938-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

121599701

ENTERTAINMENT STRATEGIES
IN TELEVISION ENTERTAINMENT TALK PROGRAMME

Miss Parntip Saengsawang

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-4938-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การสร้างความบันเทิงในรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์

โดย

นางสาวปานทิพย์ แสงสว่าง

สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน


อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต


..... คณะบดีคณะนิเทศศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปันดดา ชนสธิติย์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย)

ปานทิพย์ แสงสว่าง : กลยุทธ์การสร้างควมบันเทิงในรายการสนทนาบันเทิงทาง
โทรทัศน์ ENTERTAINMENT STRATEGIES IN TELEVISION ENTERTAINMENT TALK
PROGRAMME อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 212 หน้า. ISBN 974-
17-4938-4

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจลักษณะของกลยุทธ์ในการสร้างควมบันเทิง
ในรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์ รวมถึงศึกษาวิธีการสร้างกลยุทธ์ และเพื่อตรวจสอบทัศนะ
ของผู้รับสารที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างควมบันเทิง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการ
วิเคราะห์เนื้อหาจากเทปบันทึกรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์ 5 รายการ คือ รายการ
สมาคมชมดาว รายการหลังคาเดียวกัน รายการเจาะใจ รายการสัญญามหาชน รายการไอทีวี
ทอล์ค ตั้งแต่ช่วงเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2545 และศึกษาจากมุมมองผู้ผลิต โดยอาศัยการ
สัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ผลิตแต่ละรายการ รวมทั้งใช้วิธีศึกษาจากบุคคลที่เข้าร่วมในการสนทนา
กลุ่ม โดยมีกรอบที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการคัดเลือกประเด็น
เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของสื่อมวลชน แนวคิดเรื่องการสร้างควมบันเทิง แนวคิดเรื่องการ
สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ แนวคิดเรื่องการสร้างควมมีชื่อเสียง ทฤษฎีการเล่น ความสนุกสนานของ
สื่อมวลชน และทฤษฎีผู้รับสาร

ผลการวิจัยพบว่า รายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์มีจุดร่วมของกลยุทธ์การสร้างควม
บันเทิงในรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์ที่เหมือนกัน คือมีพิธีกร แขกรับเชิญ บรรยากาศ
และเทคนิคในการนำเสนอ แต่ทว่า แต่ละรายการก็มีวิธีการสร้างกลยุทธ์แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ
แนวคิดหลักและเนื้อหาของแต่ละรายการ รายการสนทนาบันเทิงที่มีเนื้อหาหนักไปทางบันเทิง จะ
มีวิธีการสร้างควมบันเทิงจากตัวบุคคล ด้วยการเชิญผู้ร่วมรายการที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดี
ในวงสังคม (celebrity) และการใช้พิธีกรที่มีชื่อเสียง ตลอดจนมีการสร้างบรรยากาศและสร้าง
เทคนิคในการนำเสนอที่หลากหลายมากกว่ารายการสนทนาบันเทิงอื่นๆที่นำเสนอเนื้อหาหนักไปทาง
สาระ ส่วนผลการศึกษาเกี่ยวกับทัศนะของผู้รับสารพบว่าผู้ชมได้รับความบันเทิง จากเนื้อหาหรือ
ประเด็นในการสนทนากับแขกรับเชิญรองลงมาก็คือ พิธีกร เทคนิคในการนำเสนอ และบรรยากาศใน
การนำเสนอ

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
สาขาวิชาการศึกษาสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่อนิสิิต.....ปานทิพย์ แสงสว่าง.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4385244228 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: TELEVISION ENTERTAINMENT TALK PROGRAMME

PARNTIP SAENGSAWANG : ENTERTAINMENT STRATEGIES IN TELEVISION

ENTERTAINMENT TALK PROGRAMME .THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. KANJANA

KAEWTHEP, Ph. D., 212 pp. ISBN 974-17-5063-3.

The objects of the study were to survey the kind of strategies to create entertainment in talk show program on television including studying the method to create strategies to examine the attitudes of recipients toward the strategies of entertainment creation. This study is qualitative research analyzing the content from recorded tape of five talk shows on television;

Samakom Shom Dao (Star Cheering Association), Langkha Deaw Dan (The same roof), Jor Jai (Unveil a real life), Sanya Mahachon (Public Promise), and ITV talk show, since August to October 2002. The study examined the perspective from manufacturer's dimension with in-depth interview for each program producer including applying the method of studying from attended person in talking groups. The framework of analysis were the perspective of factor that effect on content selection and the method to present of the media, the perspective about entertainment creation, perspective of television interview, perspective of prestigious creation, playing theory, media enjoying and receiver message theory.

The result of the research found that talk shows on television have common point of strategies to create entertainment; master of the show, guest, atmosphere, and technique to present. Each show, however, has different method to create the strategy. It depends on main idea and the detail of each program. The program that its content emphasizes on entertainment would have the method to create the entertainment of each individual by inviting prestigious and celebrity person. In addition, the program producer hires prestigious master of the show simultaneously creating good atmosphere and creates more variety techniques than talk show that underline the substance. In case of examining the result of recipient's attitude, the research found that the recipients had got the entertainment from detail or issues in the conversation, and guest, followed by master of the show, presented techniques and the atmosphere of the present.

Department MASS COMMUNICATION

Student's signature..... 

Field of study MASS COMMUNICATION.....

Advisor's signature..... 

Academic year 2003

Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

คงจะไม่มีวันนี้หากขาดซึ่งความกรุณาและความช่วยเหลือจาก รศ.ดร. กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ "ครู" ผู้เป็นแบบอย่างในการสอนให้รู้จักคิดและเรียนรู้ คอยให้คำปรึกษา และผลักดันให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จเสร็จสิ้นด้วยดี ผศ.ดร.กิตติ กันภัย ที่จุดประกายให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อีกทั้งยังคอยส่งเสริมให้ผู้วิจัยออกไปแสวงหาความรู้ งานวิจัยชิ้นนี้ถือเป็นแค่จุดเริ่มต้นของการแสวงหาความรู้ ซึ่งผู้วิจัยสัญญาว่าจะไม่หยุดการหาความรู้เพียงเท่านั้น และ ผศ.ปนัดดา ธนสถิตย์ ที่กรุณาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ตลอดจนจนอาจารย์ประจำภาควิชาสื่อสารมวลชนทุกท่าน ที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ในด้านสื่อสารมวลชนให้แก่ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลทุกท่าน เริ่มตั้งแต่คุณอภิษฎา พัฒนวงศ์, คุณทรงยศ นพวรรณสกุล, คุณวีรณา โอฟารักษ์ธรรม, คุณสัญญา คุณากร, คุณปริญญา ปลิวอิสสระ และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทุกท่าน ที่ยอมสละเวลาอันมีค่ามาให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณร้อยเอกนายแพทย์ยงยุทธ มัยลาภ และขอบคุณเพื่อนร่วมงานจากบริษัท ดี.เอ็ม. อินเทอร์เน็ตคอมมิวนิเคชั่น จำกัด รวมทั้งเพื่อนๆ RB ที่เป็นห่วงและคอยถามไถ่อยู่เสมอ ขอขอบคุณเพื่อนๆ MC 10 และพี่ๆ น้องๆ MC ที่มีน้ำใจเอื้ออาทรและคอยช่วยเหลือในยามยากลำบาก ดีใจที่ได้เป็นเพื่อนกับทุกคนค่ะ

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณป้า และญาติพี่น้องทุกคนที่เป็นกำลังใจให้มาโดยตลอด และสำคัญที่สุดคือ คุณแม่ ผู้ซึ่งเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของลูก

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณทุกปัญหาที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ทำให้เราได้เรียนรู้ เติบโตและแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำการวิจัย.....	16
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	16
ขอบเขตของการวิจัย.....	16
นิยามศัพท์.....	17
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการคัดเลือกประเด็นเนื้อหา และวิธีการนำเสนอของสื่อมวลชน.....	19
แนวคิดเรื่องการสร้างความบันเทิง.....	22
แนวคิดเรื่องการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิง.....	32
แนวคิดเรื่องการสร้างควมมีชื่อเสียง.....	36
ทฤษฎีการเล่น ความสนุกสนานของสื่อมวลชน.....	37
ทฤษฎีผู้รับสาร.....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	52
แหล่งข้อมูล.....	52
ประชากร.....	52
กลุ่มตัวอย่าง.....	54
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
การนำเสนอข้อมูล.....	63
4. กลยุทธ์และวิธีการสร้างความบันเทิงในรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์.....	64
4.1 รายการสมาคมชมดาว.....	64
4.2 รายการหลังคาเดียวกัน.....	88
4.3 รายการเจาะใจ.....	106
4.4 รายการสัญญามหาชน.....	124
4.5 รายการไอทีวีทอล์ค.....	144
5. ความบันเทิงของรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์ในทัศนะของผู้ชม.....	169
5.1 สิ่ง que ผู้ชมได้รับจากรายการสนทนาบันเทิง.....	169
5.2 สาเหตุที่ทำให้ผู้ชมได้รับความบันเทิง.....	172

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	180
รายการอ้างอิง.....	204
ภาคผนวก.....	207
แบบสอบถาม.....	208
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	212

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 พัฒนาการการสื่อสารและคุณลักษณะของการสื่อสารแต่ละประเภท.....	4
ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างรายการสนทนาบันทึง.....	54
ตารางที่ 3 เนื้อหาในรายการสมาคมชมดาว.....	81
ตารางที่ 4 เนื้อหาในรายการหลังคาเดียวกัน.....	100
ตารางที่ 5 เนื้อหาในรายการเจาะใจ.....	119
ตารางที่ 6 เนื้อหาในรายการสัญญามหาชน.....	135
ตารางที่ 7 เนื้อหาในรายการไอทีวีทอล์ค.....	151
ตารางที่ 8 สรุปกลยุทธ์การสร้างความบันเทิง.....	162

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 การจัดฉากหลักของรายการสมาคมชมดาว.....	70
ภาพที่ 2 การจัดฉากประกอบ.....	70
ภาพที่ 3 การใช้แสงสีเพื่อสร้างบรรยากาศ.....	71
ภาพที่ 4 การใช้หมอกควัน.....	72
ภาพที่ 5 การนำบุคคลมาสร้างความประหลาดใจ.....	76
ภาพที่ 6 การนำความสนุกสนานของรายการอื่นมาผสม.....	77
ภาพที่ 7 การใช้เทคนิคในการตัดต่อและใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก.....	78
ภาพที่ 8 การจัดฉากของรายการหลังคาเดียวกัน.....	94
ภาพที่ 9 ฉากสำหรับเล่นเกม.....	94
ภาพที่ 10 การทำ VTR คำถามซ่อนของ.....	97
ภาพที่ 11 การใช้กราฟิกต่างๆ.....	98
ภาพที่ 12 ฉากของรายการเจาะใจ.....	112
ภาพที่ 13 การจัดวางแผนป้ายโฆษณา.....	113
ภาพที่ 14 การนำอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมาเสนอในรายการ.....	116
ภาพที่ 15 ฉากในรายการสัญญามหาชน.....	130
ภาพที่ 16 ผู้ชมในห้องส่ง.....	131
ภาพที่ 17 ช่วงโชว์ในรายการสัญญามหาชน.....	132
ภาพที่ 18 ช่วงรวมมิตรมหาชน.....	133
ภาพที่ 19 ช่วงทอล์คในสตูดิโอ.....	133
ภาพที่ 20 ช่วง Outdoor.....	134
ภาพที่ 21 ช่วงสัญญามหาโชค.....	134
ภาพที่ 22 ฉากจากสถานที่จริง.....	148
ภาพที่ 23 มุมกล้องในรายการไอทีวีทอล์ค.....	149
ภาพที่ 24 การตั้งชื่อตอน.....	149