



การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

โดย

นางสาววรางคณา ยินดีฉัตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

โดย

นางสาวรวงคณา ยินดีฉัตร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE ADMINISTRATION OF THE PRODUCTION OF ENTERTAINMENT
NEWS PROGRAMS PRODUCED BY TV STATIONS

BY

MISS WARANGKANA YINDEECHAT



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION ADMINISTRATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวรวงคณา ยินดีฉัตร

เรื่อง

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรจิต สมบัติพานิช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตรระพี ทรัพย์แสนดี)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา รูปแก้ว)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

คณบดี

.....
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปตตะวนิช)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ ผลิตเอง
ชื่อผู้เขียน	นางสาววรางคณา ยินดีฉัตร
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตระพี ทรัพย์แสนดี
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองทั้งในด้านของนโยบาย กลยุทธ์ และปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิง โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) การรวบรวมเอกสาร (documentary analysis) และการสังเกตการณ์ (observation) โดยมุ่งศึกษารายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้แก่ รายการสี่ส้านบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้แก่ รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และคั่นปาก สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ได้แก่ รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์ไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยขอมงบันเทิงในรายการคุยขอมงข่าวเช้า สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ได้แก่ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ได้แก่ ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิง ในช่วงเวลาก่อนเปลี่ยนแปลงเป็นสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (digital TV)

ผลการศึกษาพบว่านโยบายและกลยุทธ์การผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบเอกชน คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบรัฐวิสาหกิจ คือ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบราชการ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบโทรทัศน์สาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในด้านรูปแบบและเนื้อหา รายการอันเนื่องมาจากการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการ

แข่งขันที่แตกต่างกันอันแปลงมาจากกรอบนโยบายหลักขององค์กรว่าต้องการแสวงหาผลกำไรในการประกอบกิจการหรือไม่แสวงหาผลกำไรในการประกอบกิจการ ถึงแม้ว่ารายการข่าวบันเทิงทุกรายการจะไม่มีนโยบายในการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงแบบเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม แต่ก็สามารถบริหารจัดการรายการได้ค่อนข้างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ในกระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงถึงแม้จะมีความคล้ายคลึงกันค่อนข้างมากในแต่ละขั้นตอน นับตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) ที่ทุกรายการจะใช้บุคลากรจำนวนมากจากหลากหลายฝ่ายที่ไม่ใช่แค่กองบรรณาธิการประจำโต๊ะข่าวบันเทิง ทว่าแต่ละรายการจะเลือกใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความโดดเด่นของรายการและความได้เปรียบในการแข่งขัน รายการข่าวบันเทิงจึงมุ่งสร้างความแตกต่างเป็นหลัก การบริหารรายการข่าวบันเทิงจึงมุ่งใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง (differentiation strategy) เป็นสำคัญ แม้กระทั่งในรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ช่องเดียวกันก็ยังเลือกใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness)

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงมีทั้งสิ้น 6 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านนโยบายสถานี 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยด้านบุคลากร 4) ปัจจัยด้านคู่แข่ง 5) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร/ผู้ชม และ 6) ปัจจัยด้านเรตติ้ง โดยเฉพาะปัจจัยด้านเรตติ้งที่แม้สถานีโทรทัศน์ที่ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไรก็ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้

คำสำคัญ: การผลิตรายการข่าวโทรทัศน์, รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง, กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง, กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

Thesis Title	THE ADMINISTRATION OF THE PRODUCTION OF ENTERTAINMENT NEWS PROGRAMS PRODUCED BY TV STATIONS
Author	Miss Warangkana Yindeechat
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Chit-rapee Subsandee, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The research, entitled “The Administration of the Production of Entertainment News Programs Produced by TV Stations” aims to study the administration of entertainment news programs production, which its programs are produced by TV stations, both in terms of the TV channel's policies, strategies and factors that affect the administration of entertainment news production and presentation. The methodology of qualitative research, in-depth interviews, documentary analysis and observation is employed in this research. The research focuses on the study of entertainment news programs which was produced by TV stations, namely Thailand Colour Television Channel 3, which includes programs of Season Banthoeng, Tokhao Banthoeng and Khropkhrua Banthoeng session in Roeng Lao Chao Nee morning news program; Royal Thai Army Channel 7, which includes programs of Senthang Banthoeng, Thiang Banthoeng and Khan Pak; Modern Nine Television, which includes programs of Nine Entertain, Nine Enter Nightlife, Nine Entertain Sudsapda and Khui Khamong Banthoeng session in Khui Khamong morning news program; The National Broadcasting Services of Thailand, which includes art, culture and entertainment news in evening news program; and Thai PBS which includes Thai Banthoeng session in evening news program, and art and entertainment

news. The scope of the study emphasizes on the programs prior to the transition to digital TV.

According to the findings, the policies and strategies of the production and presentation of entertainment news adopted by these television stations are apparently different. In other words, the TV stations which operate as private station are Royal Thai Army Channel 7 and Thailand Colour Television Channel 3. The TV station which operate as state enterprise is Modern Nine Television. The station which operates as civil service is The National Broadcasting Services of Thailand. Lastly, the station which operates as public TV station is Thai PBS. The obvious differences lie in the format, and content of the programs due to the adoption of the strategies to make difference and to gain advantage among competitors, which are derived from the organization's main policy framework of whether to become profit-seeking or non-profit-seeking business. Although written policies of how to produce and present entertainment news are not existing in all entertainment news programs, the programs are managed and administered somewhat effectively and efficiently.

Even though the process of entertainment news production entirely share the close similarity in the stage of pre-production, production and post production, which each stage requires cooperation from both editorial boards of the entertainment news service and personnel from various faction, each program implements differentiation strategy to make distinctiveness of the programs and enhance competitiveness. Entertainment news programs therefore aim mainly at making differences. Accordingly, the administration of entertainment news program aims significantly at differentiation strategy even in different entertainment news programs of the same channel in order to improve competitiveness.

Six factors which influence the production and presentation of entertainment news are 1) station policies 2) economic factors, 3) personnel 4) competitors 5) involvement of the recipients/audiences and 6) rating, which is in particular prioritized by even non-profit-seeking TV stations.

Keywords: TV Program Production, Entertainment News Program Produced by TV Station, Differentiation Strategy, Strategy for Competitive Advantage

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเพราะความร่วมมือ ความเสียสละและกำลังใจจาก บุคคลหลายท่านโดยเฉพาะความเมตตากรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตระพี ทรัพย์แสนดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความรู้ตั้งแต่เข้าศึกษาเมื่อปี 2554 ท่วมเทเวลา ชี้แนะแนวทางการ ทำวิจัย อุดหนุนกับการแก้ไขงานครั้งแล้วครั้งเล่าด้วยความใจเย็น และเตือนสติทุกครั้งที่คุณวิจัยวางมือ จากศึกษาเพราะมีภาระหน้าที่การงาน ตลอดจนเป็นกำลังใจและให้คำแนะนำตั้งแต่เรื่องเรียนจนถึง การใช้ชีวิต รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร. พรจิต สมบัติพานิช ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. พงณา ฐูปแก้ว และ รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข ที่กรุณาช่วยแก้ไข ข้อบกพร่อง ให้ข้อเสนอแนะจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่เสียสละเวลาเพื่อให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์นำข้อมูลอันเป็น ประโยชน์มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณคณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชนที่ทำให้พบเพื่อน ร่วมชั้นเรียน “พีจีบ วรรณศิริ” “แป้ง เหมือนตะวัน” จนกลายมาเป็นเพื่อนสนิท ช่วยเหลือและให้ กำลังใจจนจบการศึกษาพร้อมกัน ขอขอบคุณ “แอม ดวงกมล” เพื่อนที่พร้อมช่วยเหลือทุกเวลาที่ร้องขอ

สุดท้ายขอขอบคุณพ่อและแม่ที่คอยกระตุ้นผู้ทำการศึกษาให้เพียรพยายามเพื่อบรรลุ เป้าหมายทางการศึกษา ทั้งยังอดทนเพื่อจะได้เห็นความสำเร็จของลูกมานานหลายปี และ “พีหนุ่ม ภาณุเบศร์” ที่คอยช่วยเหลือทุกอย่างทั้งร่างกายและสมอง เป็นกำลังใจให้จนถึงวันที่ผู้วิจัยสำเร็จ การศึกษา

นางสาววรางคณา ยินดีฉัตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย	10
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	10
1.5 นิยามศัพท์การวิจัย	11
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารรายการโทรทัศน์	13
2.1.1 การผลิตรายการโทรทัศน์	13
2.1.2 การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์	15
2.1.3 บุคลากรในการผลิตรายการโทรทัศน์	18
2.1.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์	19
2.1.5 การบริหารรายการข่าวโทรทัศน์	23

	(7)
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข้าวบันเทิงโทรทัศน์	26
2.3 ทฤษฎีนายทวารข้าวสารและการกำหนดวาระข้าวสาร	30
2.4 แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์	32
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	40
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	40
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.3 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล	46
3.5 การนำเสนอข้อมูล	46
3.6 กรอบการวิจัย	46
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	47
4.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)	48
4.1.1 นโยบายรายการข้าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง	48
4.1.1.1 นโยบายรายการข้าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	48
(1) รายการสีสันบันเทิง	49
(2) รายการโตะข้าวบันเทิง	49
(3) ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	50
4.1.1.2 นโยบายรายการข้าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	52
(1) รายการเส้นทางบันเทิง	53
(2) รายการเที่ยงบันเทิง	53
(3) รายการคั่นปาก	53
4.1.1.3 นโยบายรายการข้าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	56
(1) รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน	56
(2) คุ้ยโขมงบันเทิงในรายการคุ้ยโขมงบ่าวเข้า	57
4.1.1.4 นโยบายรายการข้าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	58
4.1.1.5 นโยบายรายการข้าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	60

(1) ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	61
(2) รายการข่าวศิลปะ-บันเทิง	62
4.1.2 การวางแผนรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง	65
4.1.2.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	65
(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	65
(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว	66
(3) การวางแผนการผลิตข่าว	67
4.1.2.2 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	68
(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	68
(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว	69
(3) การวางแผนการผลิตข่าว	69
4.1.2.3 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	71
(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	71
(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว	71
(3) การวางแผนการผลิตข่าว	71
4.1.2.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	72
(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	72
(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว	73
(3) การวางแผนการผลิตข่าว	73
4.1.2.5 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	74
(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	74
(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว	74
(3) การวางแผนการผลิตข่าว	74
4.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)	78
4.2.1 รูปแบบรายการ	78
4.2.1.1 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	78
4.2.1.2 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	79
4.2.1.3 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	80
4.2.1.4 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	80
4.2.1.5 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	80

4.2.2	การนำเสนอรายการ	82
4.2.2.1	เวลาการออกอากาศ	82
4.2.2.2	ช่องทางอื่นๆของรายการ	84
4.2.3	เนื้อหารายการ	85
4.2.3.1	เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	85
4.2.3.2	เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	87
4.2.3.3	เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	88
4.2.3.4	เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	88
4.2.3.5	เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	88
4.2.4	พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ/ผู้ประกาศ	90
4.2.4.1	พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	90
4.2.4.2	พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	91
4.2.4.3	พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	91
4.2.4.4	พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	91
4.2.4.5	พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	92
4.3	ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)	93
4.3.1	การเขียนบทข่าว	93
4.3.1.1	สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	93
4.3.1.2	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	94
4.3.1.3	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	94
4.3.1.4	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	95
4.3.1.5	สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	95
4.3.2	การตัดต่อข่าว	97
4.3.2.1	สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	97
4.3.2.2	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	97
4.3.2.3	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	98
4.3.2.4	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	98
4.3.2.5	สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	98
4.4	จริยธรรม จรรยาบรรณการเสนอข่าว	100

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	109
5.1 สรุปผลการวิจัย	109
5.1.1 นโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิง	109
5.1.1.1 นโยบายรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง	109
5.1.1.2 กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง	113
5.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการข่าวบันเทิง	119
5.1.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายสถานี	119
5.1.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	120
5.1.2.3 ปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ	121
5.1.2.4 ปัจจัยด้านคู่แข่ง	122
5.1.2.5 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร/ผู้ชม	122
5.1.2.6 ปัจจัยด้านความนิยม (rating)	123
5.2 การอภิปรายผล	123
5.2.1 การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง	124
5.2.2 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์	124
5.2.3 กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์	126
5.2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์	129
5.3 ข้อเสนอแนะ	135
5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาชีพ	135
5.3.2 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย	136
รายการอ้างอิง	137
ประวัติผู้เขียน	141

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	6
3.1	41
3.2	42
3.3	43
4.1	51
4.2	55
4.3	57
4.4	60
4.5	63
4.6	64
4.7	68
4.8	70
4.9	72
4.10	73
4.11	75
4.12	76
4.13	81
4.14	85
4.15	92
4.16	96
4.17	99
4.18	105
5.1	111
5.2	113
5.3	115

5.4	กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงด้านเนื้อหารายการ	116
5.5	กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงที่สำคัญด้านอื่นๆ	118



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การสื่อสารมวลชน	21
3.1 กรอบการวิจัย	46



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

รายการที่สถานีโทรทัศน์นำมาออกอากาศมาจากหลายแหล่งด้วยกัน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ผลิตรายการเอง การจ้างบริษัทภายนอกผลิตรายการ การแบ่งเช่าเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการแทน การซื้อลิขสิทธิ์รายการจากผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศ และสถานีโทรทัศน์แม่ข่ายหรือบริษัทในเครือเป็นผู้จัดส่งรายการให้ (ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ, 2558, น. 380-383) ซึ่งรายการข่าวมักเป็นรายการที่สถานีโทรทัศน์นิยมเป็นผู้ผลิตเองเพราะสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับองค์กร สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจึงพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตรายการข่าวให้มีความถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อจะตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ได้มากที่สุด

สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งต่างผลิตรายการข่าวมากขึ้นเพื่อจะได้ “ไม่ตกข่าว” จากเดิมมีแค่รายการข่าวภาคค่ำก็กลายมามีข่าวทุกต้นชั่วโมง มีรายการวิเคราะห์ข่าวและเล่าข่าวเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง ซึ่งความสำเร็จของการนำเสนอรายการข่าวมักขึ้นอยู่กับความรวดเร็ว การเจาะลึก ความถูกต้องเที่ยงตรง และความเป็นกลางในการนำเสนอ รวมถึงบุคลากรที่นำเสนอข่าวก็ถือเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จของการรายงานข่าว (กมลรัฐ อินทรทัศน์ และกรรพม บุญทวี, 2558, น. 1-19) โดยการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ข่าวหนัก (hard news) ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ และข่าวเบา (soft news) ได้แก่ ข่าวเหตุการณ์ในสังคมประจำวัน วัฒนธรรม ศิลปะ กิจกรรมตามเทศกาลกีฬา และบันเทิง

ข่าวไม่ใช่เพียงการรายงานเหตุการณ์หรือการสะท้อนเหตุการณ์ปัจจุบันที่สำคัญหรือน่าสนใจที่เกิดขึ้นในแต่ละวันเพื่อให้ผู้รับสารได้ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือความเป็นไปในสังคมเรื่องต่างๆ เท่านั้น ทว่าในเชิงธุรกิจข่าวยังมีสถานะเป็นสินค้า (product/commodity) ที่ถูกซื้อขายเพื่อทำกำไรให้กับองค์กรผู้ผลิตข่าวด้วยโดยการขายเวลาโฆษณาให้เจ้าของสินค้า (กรรณิการุ่งเจริญพงษ์, 2558, น. 428-429) ยังมีผู้ชมติดตามรายการหรือรายการได้รับความนิยมนานเท่าไร รายได้จากการขายเวลาโฆษณาให้กับผู้สนับสนุนรายการก็มากขึ้นเท่านั้นโดยรายการข่าวบันเทิงสามารถขายเวลาโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้าหรือผู้สนับสนุนรายการได้มากเนื่องจากเป็นที่นิยมของผู้ชมที่ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง ศิลปิน ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของสังคม รายการข่าวบันเทิงจึงปรากฏอยู่ในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ มากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งที่เป็นประเภทรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองและแบ่งเช่าเวลาให้บริษัทอื่นผลิต

เส้นทางข่าวบันเทิงโทรทัศน์

จากยุคแรกที่รายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ไม่ได้มีรูปแบบการนำเสนอรายการที่ชัดเจนดังปัจจุบัน หากแต่นำเสนอในลักษณะของข่าวบุคคล ดารา คนในวงการบันเทิงที่เป็นที่สนใจเท่านั้น กระทั่งเกิดความเปลี่ยนแปลงเมื่อ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ผู้บริหารบริษัทแปซิฟิก อินเตอร์คอมมูนิเคชั่น จำกัด ในขณะนั้นได้บุกเบิกการนำเสนอข่าวบันเทิงโทรทัศน์ให้มีรูปแบบเฉพาะ ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2527 บริษัทแปซิฟิกฯ ในฐานะผู้ผลิตข่าวได้ปรับปรุงข่าวภาคค่ำของช่อง 9 อสมท ตามแนวคิดที่ต้องการให้มีความหลากหลายในการนำเสนอข่าวทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ท่องเที่ยว กีฬา พยากรณ์อากาศ รวมถึงข่าวเบา(soft news) ด้วย จึงได้ให้ฝ่ายข่าวผลิตข่าวบันเทิงไว้ในรายการข่าวภาคค่ำโดยนำเสนอต่อจากข่าวกีฬาในรูปแบบที่ไม่มีผู้ดำเนินรายการ มีผู้ประกาศข่าวเป็นผู้อ่านข่าวบันเทิง และต่อมาได้ปรับเปลี่ยนโดยใช้ชื่อช่วงข่าวบันเทิงเป็น “รายงานศิลปะ วัฒนธรรมบันเทิง สังคม” มีรูปแบบการนำเสนอเป็นการบรรยายประกอบภาพข่าว บางวันมีสัมภาษณ์เหมือนกับรายการข่าวทั่วไป ต่อมาในปี พ.ศ. 2531 บริษัทแปซิฟิกฯ ย้ายมาเป็นผู้ผลิตรายการข่าวให้กับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยซื้อข่าวจากสำนักข่าว CNN มานำเสนอเป็นครั้งแรก และผลิตรายการข่าวบันเทิงแบบใหม่ที่มีรูปแบบชัดเจนเหมือนกับข่าวประเภทอื่น โดยมีศศิธร ลิ้มศรีมณีเป็นผู้อ่านข่าว มีความยาว 5 นาที นำเสนอเรื่องราวในแวดวงบันเทิง ภาพยนตร์ ละคร ศิลปะ วัฒนธรรม โขน ลิเก รวมทั้งรายงานความเคลื่อนไหวในแวดวงฮอลลีวูดที่เป็นข่าวบันเทิงของ CNN

ในเวลาต่อมาสถานีโทรทัศน์อื่นๆ ก็ได้เริ่มผลิตรายการข่าวบันเทิงของตนขึ้นมาบ้าง จากยุคแรกที่ข่าวบันเทิงที่ส่วนใหญ่ออกอากาศในช่วงเวลาค่ำทำหน้าที่แค่รายงานข้อมูลข่าวสารในแวดวงบันเทิงเท่านั้นก็ได้เปลี่ยนบทบาทใหม่ โดยในปี พ.ศ. 2533 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ผลิตรายการข่าวบันเทิงอย่างจริงจังมากขึ้นคือ รายการ “ประมวลข่าวบันเทิง” ซึ่งอยู่ในช่วงข่าวภาคค่ำรูปแบบรายการเป็นลักษณะภาพข่าวประกอบคำบรรยายไม่มีผู้ดำเนินรายการ ออกอากาศเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเป็นการรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับละคร ภาพยนตร์ ละครเวที ดนตรี ศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมดารานักแสดงหน้าใหม่โดยเฉพาะจากสถาบันศิลปการแสดงของสถานี และตอบจดหมายผู้ชมทางบ้าน ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 มีการปรับรูปแบบรายการใหม่โดยใช้ชื่อรายการว่า “สี่สันทันเทิง” ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ และ “สี่สันทันหยด” ที่ออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์ ก่อนต่อมาจะยุบรายการเหลือเพียง “สี่สันทันเทิง” ที่ออกอากาศเป็นประจำทุกวัน โดยมุ่งเน้นเรื่องราวในวงการบันเทิงและกิจกรรมของทางสถานีเป็นหลัก

ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในปี พ.ศ. 2536 ทางสถานีได้ขายเวลาให้กับบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด ผลิตรายการข่าวบันเทิงชื่อ “เปิดโลกบันเทิง” รายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับวงการบันเทิงโดยทั่วไป ก่อนจะเลิกรายการเมื่อหมดสัญญาผลิตกับทางสถานี ต่อมาบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ได้เป็นผู้เช่าเวลาเพื่อผลิตรายการข่าวบันเทิงในชื่อว่า “ท่องโลกมาฮา” แต่ก็ผลิตรายการออกอากาศได้เพียงหนึ่งปีเท่านั้นก็ต้องเลิกเนื่องจากประสบปัญหาเศรษฐกิจเพราะไม่

สามารถขายโฆษณาในช่วงข่าวได้ ทำให้ต้องคืนเวลาช่วงข่าวกับทางสถานี จากนั้นฝ่ายข่าวของสถานี ได้ผลิตรายการข่าวบันเทิงขึ้นเองในชื่อ "ท่องโลกบันเทิง" ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศ ส่วนในวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นรายการ "Hollywood Report" นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงฮอลลีวูดทั้งหมด

สำหรับสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในยุคเริ่มแรกข่าวบันเทิงเป็นเพียงแค่ข่าวแทรกในรายการข่าวประจำวัน มีความยาว 2 นาที ต่อมาในปี พ.ศ. 2536 จึงผลิตเป็นรายการ "ข่าวบันเทิง 7 สี" ออกอากาศในช่วงข่าวภาคกลางวัน ที่นอกจากนำเสนอข่าวบันเทิงทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศแล้ว ยังมุ่งนำเสนอกิจกรรมเบื้องหลังกองถ่ายละครของสถานีและกิจกรรมยามว่างหรืองานอดิเรกของดารานักแสดงในสังกัดด้วย ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวข่าวบางส่วนได้ถูกนำไปออกอากาศในช่วงข่าวประจำวันด้วย จึงเกิดปัญหาการนำเสนอข่าวซ้ำซ้อน ก่อนที่ต่อมาในปี พ.ศ. 2538 ได้ถอดรายการ "ข่าวบันเทิง 7 สี" ออกจากผังรายการ และเพิ่มช่วงเวลาใหม่ให้กับรายการข่าวบันเทิงโดยนำเสนอในช่วงข่าวภาคค่ำในชื่อรายการ "เส้นทางบันเทิง" ที่นำเสนอมาถึงปัจจุบัน

นอกจากนั้นยังมีรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ไม่ได้ผลิตเอง แต่ให้บริษัทอื่นเป็นผู้เช่าเวลาเพื่อผลิตรายการข่าวบันเทิง ดังสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท ที่แต่เดิมไม่มีนโยบายการผลิตรายการข่าวบันเทิงเองเนื่องจากมุ่งผลิตข่าวการเมืองและเศรษฐกิจเป็นหลักก็ได้ให้บริษัทควีนเวย์ จำกัด เช่าเวลาผลิตรายการข่าวบันเทิงในชื่อว่า "โชว์ใหม่บายศศิธร" นำเสนอเรื่องราวในแวดวงบันเทิงทั่วไปทั้งด้านดนตรี ศิลปวัฒนธรรม ละครเวที ดาราและบุคคลในวงการบันเทิงโดยไม่ได้นำเสนอข่าวละครและรายการของสถานีเนื่องจากช่อง 9 ไม่ค่อยมีละคร อีกทั้งการเป็นบริษัทเอกชนที่เช่าเวลาผลิตรายการข่าวบันเทิงก็ทำให้ไม่ต้องทำหน้าที่เป็นช่องทางในการส่งเสริมรายการของสถานีแต่อย่างไร รายการโชว์ใหม่บายศศิธรมีอิสระในการนำเสนอข่าวบันเทิง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องหารายได้จากผู้สนับสนุนรายการเอง รายการนี้จึงมีเนื้อหาข่าวบันเทิงในเชิงธุรกิจ มีโฆษณา และบางครั้งข่าวที่นำเสนอคือข่าวของผู้สนับสนุนรายการ ทั้งนี้รายการโชว์ใหม่บายศศิธรนับเป็นต้นแบบรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ไม่ได้เป็นเจ้าของรายการ เป็นธุรกิจข่าวบันเทิงที่ไม่ได้สนับสนุนรายการของสถานี จนเมื่อสถานีปรับผังรายการใหม่ก็ทำให้รายการนี้ถูกถอดออกจากผังรายการในที่สุด

รายการข่าวบันเทิงมีการแข่งขันสูงมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองเนื่องจากต้องลงทุนทรัพยากรด้านต่างๆ ในการผลิตจำนวนมาก แต่ละสถานีจึงพยายามสร้างความแตกต่างทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหารายการ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ หรือผู้ประกาศ เพื่อจะทำให้รายการข่าวบันเทิงของสถานีตนเองไม่เพียงโดดเด่นเหนือรายการของคู่แข่งแต่ยังสามารถสร้างความบันเทิงควบคู่ไปกับความน่าเชื่อถือแก่ผู้ชมด้วยข่าวบันเทิงมีคุณค่าในการสร้างความบันเทิง (entertainment value) ดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้คอยติดตามรับชมเป็นประจำได้เพราะสามารถช่วยให้หลีกเลี่ยงความกดดันในชีวิตประจำวันด้านเศรษฐกิจและการเมือง รวมถึงความตึงเครียดจาก

การรับชมข่าวหนัก โดยข่าวบันเทิงใช้โครงสร้างการเล่าเรื่องแบบเดียวกับข่าวทั่วไปตั้งแต่รูปแบบและองค์ประกอบข่าว เน้นการนำเสนอเรื่องราวที่เข้าใจง่ายผ่านรูปแบบและเนื้อหาที่ตื่นเต้นเร้าใจกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก รวมถึงลีลาและบุคลิกของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ทั้งนี้ถึงแม้เอกลักษณ์ของข่าวบันเทิงจะค่อนข้างแตกต่างจากข่าวประเภทอื่นๆ แต่ก็ยังคงต้องนำเสนอเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นานนักบนพื้นฐานของข้อเท็จจริงเหมือนกับกับข่าวทั่วไป

ดังกล่าวมาข้างต้นแล้วว่าจากเดิมข่าวบันเทิงโทรทัศน์ถูกรวมอยู่ในช่วงข่าวปกติ (news bulletin) มีรูปแบบเป็นข่าวอ่านเหมือนข่าวหลักทั่วไปนำเสนอข่าวเกี่ยวกับดารานักแสดงและกิจกรรมบันเทิงต่างๆ ไม่ได้มีความโดดเด่นเป็นพิเศษและมีจำนวนข่าวน้อยขึ้นในแต่ละวันบางวันแค่ 1-2 ข่าว หรือบางวันไม่มีข่าวออกอากาศเลย ก่อนที่ต่อมาข่าวบันเทิงจะแยกตัวออกมาเป็นรายการข่าวเฉพาะด้านทั้งแบบสถานีโทรทัศน์ผลิตเองและบริษัทอื่นผลิตแล้วเช่าเวลาออกอากาศปัจจุบันข่าวบันเทิงโทรทัศน์มีการแข่งขันสูงมากทั้งจากสื่อโทรทัศน์ด้วยกันเองและแข่งกับสื่ออื่นๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ บันเทิง นิตยสาร ชุบชิบดารา วิทยุคลื่นบันเทิง และสื่อออนไลน์ดังนั้นเมื่อมีเวลาออกอากาศมากขึ้นและมีคู่แข่งมากขึ้นผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงจึงพยายามพัฒนาและปรับปรุงรายการให้มีสีสันน่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้ชมให้มากที่สุด โดยครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้ชมต้องการรู้ทั้งเรื่องของดารานักแสดงที่ชื่นชอบกิจกรรมบันเทิงต่างๆ ในแวดวงภาพยนตร์ ดนตรี ละครเวที แฟชั่น และนิทรรศการรวมถึงศิลปวัฒนธรรมทั้งไทยและต่างประเทศที่ถือเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและจรรโลงจิตใจให้สูงขึ้น

ตลาดการแข่งขันรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์

การผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์โดยยึดหลักการบริหารงานโทรทัศน์สำคัญมาก เพราะจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างรายการข่าวบันเทิงในสถานีเดียวกันและสถานีคู่แข่ง ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งต่างแข่งขันกันพัฒนารายการข่าวบันเทิงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมสูงสุดข่าวบันเทิงได้เปลี่ยนจากการเป็นแค่ข่าวย่อยมาเป็นข่าวหลักและถูกนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายและออกอากาศในช่วงเวลาอดนิยาม (primetime) ก่อนหรือหลังข่าวประจำวันของแต่ละสถานี หรือนำเสนอเป็นข่าวบันเทิงช่วงใดช่วงหนึ่งในรายการข่าวประจำวัน

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนมุ่งแสวงหากำไรได้ขยายเวลารายการข่าวบันเทิงให้ครอบคลุมทั้งวัน จากเดิมในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำมีรายการ “สีสันบันเทิง” ที่แยกออกจากข่าวภาคหลักนำเสนอเนื้อหาส่งเสริมรายการ ละคร และดารานักแสดงในสังกัดโดยเฉพาะ และช่วงเวลากลางวันมีรายการ “โต๊ะข่าวบันเทิง” ที่ได้เวลาออกอากาศ 30 นาที โดยแทรกอยู่ในข่าวเที่ยงวันทันเหตุการณ์ที่เป็นข่าวภาคหลักของสถานี และต่อมาเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2554 ได้นำเสนอข่าวบันเทิงในช่วงเวลาเช้าชื่อ “ครอบครัวบันเทิง” ที่เป็นส่วนหนึ่งของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ โดยมีดารานักแสดง เช่น พรชิตา ณ สงขลา, รินลณี ศรีเพ็ญ, ภัคจิรา วรณสุทธิ์,

โก๊ะตี้ อารามบอย หมุนเวียนกันมาจัดรายการทุกวันจันทร์-ศุกร์ร่วมกับผู้ดำเนินรายการหลักคือ สรยุทธ สุทัศนจินดา และพิชญทัฬห์ จันทร์พุฒ

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนนอกจากจะมีรายการ “เส้นทางบันเทิง” และ “เที่ยงบันเทิง” ที่ออกอากาศในช่วงเวลาค่ำและกลางวันตามลำดับทำหน้าที่นำเสนอความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับละคร เบื้องหลังการถ่ายทำละคร ดารานักแสดง รายการ และกิจกรรมต่างๆ ของสถานีโดยมุ่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและนักแสดงในสังกัดเป็นหลัก ต่อมาสถานีได้เพิ่มรายการข่าวบันเทิง “คั่นปาก” ที่ออกอากาศในช่วงเวลาเช้า นำเสนอข่าวบันเทิงที่เน้นประเด็นเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดงหรือข่าวซุบซิบ(gossip) ที่ถือเป็นมิติใหม่ของรายการข่าวบันเทิงของสถานีที่ไม่เคยผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงแนวนี้มาก่อน

ส่วนสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ที่เป็นโทรทัศน์แบบรัฐวิสาหกิจก็ผลิตรายการข่าวบันเทิงมาอย่างต่อเนื่อง โดยรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนพัฒนามาจากทีมข่าวศิลปวัฒนธรรมของช่อง 9 อสมท ที่ปัจจุบันมีทั้ง “ไนน์เอ็นเตอร์เทน”, “ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์” และ “ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์” ที่นำเสนอเนื้อหาบันเทิงแบบครอบคลุมไม่แบ่งค่าย ไม่มีสังกัด ก่อนต่อมาจะเพิ่ม “คุยโขมงบันเทิง” ในรายการคุยโขมงข่าวเช้า ความยาวประมาณ 10 นาทีสำหรับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบรัฐมี “ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง” ในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีที่ออกอากาศทุกวันและสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบสาธารณะดำเนินกิจการโดยไม่มุ่งแสวงหาผลกำไรมี “ไทยบันเทิง” ในรายการข่าวภาคค่ำ และ “ข่าวศิลปะ-บันเทิง” ที่ทั้งสองรายการมุ่งนำเสนอเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นหลัก

สถานีโทรทัศน์ทั้งประเภทสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์มุ่งแสวงหาผลกำไรสถานีโทรทัศน์แบบรัฐวิสาหกิจมุ่งหารายได้ให้รัฐและผู้มีส่วนได้เสีย สถานีโทรทัศน์แบบรัฐมุ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์รัฐและรัฐบาล หรือสถานีโทรทัศน์แบบสาธารณะมุ่งการบริการสาธารณะ ต่างก็มีรายการข่าวบันเทิง อยู่ในผังรายการด้วยกันทั้งสิ้นโดยรายการข่าวบันเทิงในสถานีโทรทัศน์เหล่านี้มีทั้งแบบที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองและบริษัทผู้ผลิตรายการอื่นผลิตและเช่าเวลาออกอากาศ และมีทั้งรูปแบบรายการที่รวมอยู่ในรายการข่าวประจำวันและแบบแยกออกมาเป็นรายการที่มีบุคลิกเฉพาะตัว ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองและบริษัทอื่นผลิต

รายการ	วัน-เวลาออกอากาศ	ความยาว	ผู้ผลิต
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3			
สี่สัปดาห์บันเทิง	ส.-พท หลังข่าวภาคค่ำ	15 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง
โต๊ะข่าวบันเทิง	จ.-ศ. 11.05-13.30 น.	145 นาที (30 นาที)	สถานีฯ ผลิตเอง
ครอบครัวบันเทิงในรายการ เรื่องเล่าเช้านี้	จ.-ศ. 11.05-13.30 น.	185 นาที (30 นาที)	สถานีฯ ผลิตร่วมกับ บริษัทไรส์ส้ม จำกัด
สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5			
บันเทิง 5 หน้า1	จ.-ศ. 08.00-08.35 น.	35 นาที	บริษัทสามเอมาร์เก็ต ติ้ง จำกัด (เช่าเวลา)
Gossip บันเทิง 5	จ.-ศ. 19.45-19.55 น. ส.-อา.19.45-19.50 น.	10 นาที 5 นาที	บริษัทสามเอมาร์เก็ต ติ้ง จำกัด (เช่าเวลา)
ทีวีพูลไลฟ์	จ.-ศ. 21.40- 21.50 น.	10 นาที	บริษัทไนต์พับลิชซิ่ง จำกัด (เช่าเวลา)
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7			
เส้นทางบันเทิง	จ.-อา.18.35-18.40 น.	5 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง
เที่ยงบันเทิง	จ.-ศ.11.30-13.00 น.	90 นาที (9 นาที)	สถานีฯ ผลิตเอง
ค้นปาก	จ.-ศ.07.30-08.15 น.	45 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์			
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	จ.-ศ. 11.30-12.00 น.	30 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง
ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์	จ.-ศ. 21.30-21.45 น. ส.-อา 19.00-19.15 น.	15 นาที 15 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง
ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์	ส.-อา11.00-11.30 น.	30 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง
คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมบ ข่าวเช้า	จ.-ศ. 05.30-07.25 น.	115 นาที (10 นาที)	สถานีฯ ผลิตเอง

ตารางที่ 1.1

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองและบริษัทอื่นผลิต (ต่อ)

รายการ	วัน-เวลาออกอากาศ	ความยาว	ผู้ผลิต
ดาวกระจาย	จ.-ศ. 20.17-20.35 น.	18 นาที	บริษัทโพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (เช่าเวลา)
สตาร์นิวส์เดชั่น	จ.-ศ. 22.31-22.40 น.	9 นาที	บริษัทโน้ตพับลิชซิ่ง จำกัด (เช่าเวลา)
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย			
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง ในรายการข่าวภาคค่ำ	จ.-ศ. 18.30-20.00 น.	90 นาที (10 นาที)	สถานีฯ ผลิตเอง
	ส.-อา.18.00-20.00 น.	120 นาที (10 นาที)	
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส			
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	จ.-อา.19.00-20.20 น.	80 นาที (5-10 นาที)	สถานีฯ ผลิตเอง
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	จ.-ศ. 10.30-11.00 น.	30 นาที	สถานีฯ ผลิตเอง

จากผังรายการสถานีโทรทัศน์ข้างต้นพบว่าสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งให้ความสำคัญกับรายการข่าวบันเทิง โดยรูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงจะแตกต่างกันตามนโยบายและกลยุทธ์ของสถานีโทรทัศน์ผู้ผลิตและบริษัทเอกชนที่ผลิตและเช่าเวลาออกอากาศ ปัจจุบันรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองใช้กลยุทธ์ต่างๆ มากมายในการดึงดูดความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านรูปแบบ เนื้อหา หรือผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร/ผู้ประกาศ โดยเฉพาะโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ที่ต้องแสวงหาผลกำไรในการประกอบกิจการที่ความนิยมของผู้ชมคือรายได้หลักของสถานี เพราะยังได้รับความนิยม (rating) ยังมีรายได้ค่าโฆษณาที่มาจากตัวแทนบริษัทโฆษณา (agency) หรือเจ้าของสินค้า/บริการ รวมถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจที่จะตามมาจากการที่ผู้ชมจะคอยติดตามผลงานของดารานักแสดงและละครโทรทัศน์ของสถานีต่อไปด้วยรายการข่าวบันเทิงจึงมีความสำคัญต่อสถานีโทรทัศน์ทั้งในฐานะรายได้หลักที่มาจากผู้สนับสนุนรายการ การเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมรายการ ละคร

และดารานักแสดงของสถานีและการตอบสนองความต้องการของผู้ชมในฐานะข่าวสารที่สร้างความเพลิดเพลินผ่อนคลายและสนองความอยากรู้อยากเห็น

กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์

ข่าวบันเทิงนำเสนอเนื้อหาข่าวที่อยู่ในความสนใจของผู้คนแต่เชื่อว่าทุกคนจะเลือกรับความบันเทิงจากการนำเสนอด้วยวิธีการหรือรูปแบบเดียวกันทั้งหมดสถานีโทรทัศน์ที่ผลิตรายการข่าวบันเทิงเองจึงเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างสรรครายการที่แตกต่างกันไปเพื่อจะสามารถดึงดูดผู้ชมให้สนใจติดตามมากยิ่งขึ้นและครอบคลุมกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์หลากหลายยิ่งขึ้น รวมถึงสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จทางการตลาดตามมาด้วย โดยกลยุทธ์การสร้างสรรครายการข่าวบันเทิงมักมุ่งเร้าอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมจนดูเหมือนทุกรายการผลิตข่าวบันเทิงออกมาเหมือนกันไปหมดทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา แม้ว่าจะพยายามสร้างความแตกต่างแล้วจากการใช้รูปแบบการเล่าข่าว แทนการอ่านข่าว การนำเสนอข่าวซุบซิบ(gossip) หรือการทำสื่อบุปเจาะลึกแทนการรายงานข่าวทั่วไป การใช้พิธีกรที่เป็นดารานักแสดงหรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม (celebrity) แทนพิธีกรธรรมดา หรือการผสมความบันเทิง (entertainment) เข้ากับสาระ (education) ในรูปแบบของสารขบขันบันเทิง (infotainment) หรือกระทั่งการบูรณาการหลอมรวมสื่อ (convergence) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เช่น Facebook, Twitter หรือ Instagram ร่วมกับสื่อดั้งเดิม (traditional media) ในการรายงานข่าวบันเทิงเพื่อเข้าถึงผู้รับสารที่รวดเร็วและครอบคลุมทุกช่องทางสื่อสารมากยิ่งขึ้น

ในการผลิตรายการข่าวบันเทิงเพื่อตอบสนองสภาพการณ์แข่งขันที่รุนแรงทั้งด้านรูปแบบเนื้อหาและความรวดเร็ว รวมถึงการเป็นทางเลือกที่แตกต่างจากรายการข่าวบันเทิงของสถานีอื่นๆ ที่มีเนื้อหาและช่วงเวลาออกอากาศใกล้เคียงกันจากการที่ข่าวบันเทิงโดยทั่วไปมักนำเสนอ 3 ประเด็นหลักๆ คือ 1) ชีวิตส่วนตัวของคนในวงการบันเทิง เช่น ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง ทั้งในไทยและต่างประเทศ 2) ผลงานของบุคคลและความเคลื่อนไหวของแวดวงบันเทิงในวงการต่างๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศ และ 3) กิจกรรมความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การผลิตและนำเสนอที่แตกต่างเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ทั้งนี้สถานีโทรทัศน์ที่ผลิตรายการข่าวบันเทิงเองมักใช้กลยุทธ์การสร้างสรรครายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ 3 ประการนี้เป็นอย่างน้อยคือ กลยุทธ์รายการ กลยุทธ์เวลา และกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสนับสนุนของผู้สนับสนุนรายการ(sponsor) โดยทั้งสามกลยุทธ์นี้ต้องส่งเสริมซึ่งกันและกันเพื่อจะประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะด้านรายได้ถ้าหากกลยุทธ์ใดบกพร่องรายการก็อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์จึงเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับการจัดการทักษะความสามารถทางวิชาชีพของบุคลากรและประสิทธิภาพของเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความหลากหลายซึ่งจะต้องทำงานประสานกันอย่างลงตัวเพื่อจะสามารถผลิตข่าวที่มีคุณภาพและตรงต่อความต้องการของผู้ชมเป้าหมายได้

การผลิตรายการข่าวบันเทิงที่มีประสิทธิภาพต้องมีทั้งนโยบายองค์กรโอบอ้อมและทีมงานที่มีความสามารถบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องร่วมวางแผน กำหนดงาน และประสานงานกันใกล้ชิด เพราะการทำงานเป็นทีมทำให้เกิดความแตกต่าง (teamwork makes difference) ด้านคุณภาพของรายการได้นอกเหนือไปจากความสามารถทางวิชาชีพที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลผลิตข่าวบันเทิงตั้งแต่ผู้ช่วยช่างภาพ ช่างภาพ ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ ครีเอทีฟ และโปรดิวเซอร์ต้องมีทักษะความสามารถทางวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สื่อข่าวบันเทิงที่ออกภาคสนามทำข่าวโดยการรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์ แหล่งข่าว เรียบเรียง และตัดต่อลำดับภาพออกมาเป็นข่าวนั้นนอกจากจะต้องมีความไวต่อข่าว (nose for news) สามารถคาดคะเนเหตุการณ์ว่าจะไปในทิศทางใดได้แล้ว ยังต้องมีความรู้ในการรายงานข่าวบันเทิงด้วยทั้งด้านประวัติความเป็นมาของแหล่งข่าว การรู้จักบุคคลสำคัญในวงการบันเทิง การติดตามความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศและวงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิง จนถึงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการหมิ่นประมาท การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นถึงความสำคัญของรายการข่าวบันเทิงในฐานะช่องทาง การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของรายการ ละคร และดารานักแสดง รวมถึงการเป็น แหล่งรายได้สำคัญของสถานี ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้ศึกษาการบริหารเพื่อพัฒนารายการข่าวบันเทิงของ สถานีโทรทัศน์ไว้บ้างแล้ว แต่เป็นการศึกษาเฉพาะรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง เท่านั้นดังนั้นการศึกษานี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ ผลิตเองเพื่อให้เห็นภาพรวมของการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงทั้งด้านนโยบายและกลยุทธ์ ของแต่ละสถานีโทรทัศน์ และที่สำคัญสามารถเปรียบเทียบความเหมือนและ/หรือความต่างในการ บริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงของแต่ละรายการ/สถานีได้อย่างชัดเจน โดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองในช่วงเวลาก่อนเปลี่ยนเป็นโทรทัศน์ ดิจิทัล ได้แก่ รายการสีสันบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และคั่นปากของสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมบข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและ บันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และไทยบันเทิงในรายการข่าว ภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

1.2 ปัญหานำวิจัย

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองมีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

1.1 เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผลิตเอง ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้

1.2 เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผลิตเอง ได้แก่ รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และคั่นปาก

1.3 เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ผลิตเอง ได้แก่ รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า

1.4 เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยผลิตเอง ได้แก่ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ

1.5 เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ผลิตเอง ได้แก่ ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิง

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง ได้แก่ รายการสี่สັນบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และคั่นปากของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในช่วงระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2557 ก่อนการปรับเปลี่ยนระบบโทรทัศน์จากอนาล็อก (analog TV) เป็นโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (digital TV) โดยมีการศึกษาเพิ่มเติมในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2559

1.5 นิยามศัพท์การวิจัย

นโยบายรายการข่าวบันเทิง หมายถึง หลักการที่วางไว้ใช้เป็นแนวทางการบริหารงานข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานต้องนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการตัดสินใจทำแผนและกำหนดวิธีการดำเนินงานผลิตรายการข่าวบันเทิง

กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิง หมายถึง วิธีการหรือแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ของสถานีโทรทัศน์ที่นำมาใช้ในการผลิตรายการข่าวบันเทิงเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของรายการหรือองค์กรโดยมีความยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ตามสถานการณ์ เพื่อจะสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายในการชนะคู่แข่งหรือหลบหลีกอุปสรรคต่างๆ

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิง หมายถึง การนำนโยบายองค์กรมาผลิตรายการข่าวบันเทิง ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กร การบริหารเทคโนโลยี และการบริหารบุคลากร โดยมีการจัดการ การสั่งการ และการควบคุมทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิง หมายถึง ขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตรายการข่าวบันเทิงตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต (post-production) การผลิต (production) และหลังการผลิต (post-production)

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิง หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองแบ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ การจัดการเทคโนโลยี และความสามารถทางวิชาชีพ และปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ แรงกดดันทางการเมืองและสังคม แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง หมายถึง รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- รายการสี่สັນบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
- รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงบข่าวก้าวเข้าสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์
- ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
- ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิงสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ หมายถึง บุคลากรของสถานีโทรทัศน์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การกำหนดนโยบาย และการตัดสินใจในการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงประกอบด้วย บรรณาธิการข่าว โปรดิวเซอร์รายการ หรือผู้สื่อข่าวบันเทิงอาวุโส

ผู้สื่อข่าวบันเทิงโทรทัศน์ หมายถึง เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานของสถานีโทรทัศน์ที่ทำหน้าที่ออกไปทำข่าวในพื้นที่ต่างๆ ที่เป็นแหล่งข่าวบันเทิง ผู้สื่อข่าวทำหน้าที่หาข้อมูล สัมภาษณ์ เขียน ข่าว รายงานข่าว ส่งข่าว ทำสื่อบันทึก และบางครั้งอาจต้องติดต่อข่าว รวมทั้งบันทึกเสียงบรรยายด้วย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองเพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับการวางแผนการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงต่อไป
3. เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง โดยเฉพาะการใช้รายการข่าวบันเทิงเป็นช่องทางการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์รายการ ละคร และ ดารานักแสดงของสถานี
4. เป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารรายการโทรทัศน์
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงโทรทัศน์
3. ทฤษฎีนายทวารข่าวสารและการกำหนดวาระข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารรายการโทรทัศน์

การบริหารรายการโทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effective) สามารถผลิตรายการได้สำเร็จโดยใช้ทรัพยากรในระดับที่ต่ำกว่าเดิมนและผลิตรายการได้ตรงตามเป้าหมาย ภายในขณะเดียวกันก็สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสนองตอบความต้องการของผู้ชม

2.1.1 การผลิตรายการโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์เป็นงานที่ต้องมีการวางแผนอย่างรัดกุมเพราะมีกระบวนการที่ซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับการทำงานของบุคลากรจำนวนมากจากหลากหลายฝ่าย และต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการดำเนินการซึ่งการผลิตรายการโทรทัศน์มีหลักการผลิตตามขั้นตอนของการผลิตที่เรียกว่า 3P คือ ขั้นตอนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นหลังการผลิต (post production) และอาจรวมถึง 1E คือการประเมินผล (evaluation) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สันทัต ทองรินทร์, 2558, น. 2-9-2-11)

1. ขั้นตอนการผลิต (pre-production)

ก่อนการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องมีการเตรียมการผลิตเพื่อให้สามารถควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพภายใต้กรอบของเวลา งบประมาณ และรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ การเตรียมการผลิตรายการโทรทัศน์ประกอบด้วย การวางแผน และการเตรียมการหรือการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์

1) การวางแผนผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและเตรียมการ ประกอบด้วย การกำหนดแนวคิด วัตถุประสงค์รายการ การศึกษา กลุ่มเป้าหมาย การศึกษาค้นคว้าเนื้อหา การจัดทำโครงสร้างการผลิตรายการ การกำหนดบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการผลิตทั้งหมด รวมไปถึงการกำหนดวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ในการถ่ายทำรายการงบประมาณที่ต้องใช้ และการกำหนดตารางเวลาในการผลิตรายการ

2) การเตรียมการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นขั้นตอนการเตรียมการต่อจากที่ได้วางแผนไว้ก่อนที่จะนำไปผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมบุคลากร สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ การประสานงานการผลิต และการเตรียมการประชุมก่อนการผลิตรายการโทรทัศน์

ผู้ที่มีบทบาทในการวางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์นับตั้งแต่การสร้างแนวคิด ริเริ่ม การวางแผนด้านการผลิต ได้แก่ ผู้อำนวยการบริหารการผลิต ผู้อำนวยการผลิต ผู้ผลิตรายการ ผู้จัดการผลิต ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ เป็นต้น

2. ขั้นการผลิต (production)

ขั้นการผลิตรายการเป็นขั้นตอนหลังจากที่ได้มีการวางแผนและเตรียมการผลิตรายการโทรทัศน์แล้ว การผลิตมี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ 1) การผลิตรายการที่ยึดตามโครงสร้างการผลิต ได้แก่ วิธีการผลิตรายการที่เป็นส่วนๆ หรือผลิตทีละส่วน และการผลิตสมบูรณ์แบบตั้งแต่นั้นจนจบ และ 2) การผลิตรายการที่ยึดตามสถานที่ในการผลิตรายการ ได้แก่ การผลิตรายการในสถานที่ และการผลิตรายการนอกสถานที่

3. ขั้นหลังการผลิต (post-production)

การผลิตรายการอาจยังไม่สมบูรณ์ ดังนั้นจึงต้องทำรายการให้สมบูรณ์ โดยมีหลักสำคัญ 2 ประการ คือ การใช้วิธีการตัดต่อที่อาจเป็นวิธีการแบบเส้นตรง และแบบไม่เป็นเส้นตรง รวมถึงการผสมเสียง การทำกราฟิก เพื่อให้รายการมีความต่อเนื่องและสมบูรณ์ทั้งภาพ เสียง และข้อความที่จะนำเสนอ และเป็นการตรวจสอบกระบวนการผลิตเบื้องต้นทั้งกระบวนการว่าเป็นไปตามสายงานหรือกระบวนการผลิตหรือไม่

ส่วนขั้นการประเมินผล (evaluation) นั้นการผลิตรายการโทรทัศน์มีการประเมินผลการผลิตรายการอยู่ตลอดเวลา โดยเริ่มมีการประเมินผลนับตั้งแต่อนก่อนการผลิตหรือนับแต่การวางแผนการผลิตรายการไปจนถึงการผลิตรายการ และการตัดต่อเชื่อมรายการให้สมบูรณ์ในขั้นหลังการผลิตรายการก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ และสุดท้ายคือการประเมินผลหลังการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยในการประเมินผลที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนจะมีวัตถุประสงค์เหมือนกัน คือ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของรายการว่าได้ดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

2.1.2 การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นการคิดออกแบบและวางแผนอย่างเป็นลำดับขั้นตอนเกี่ยวกับการจัดทำรายการโทรทัศน์ทั้งการริเริ่มรายการใหม่และการพัฒนารายการเก่าให้ดียิ่งขึ้น การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ (television programme creation) เป็นการวางแผนเพื่อนำไปสู่การผลิตรายการโทรทัศน์ (television programme production) และการจัดรายการโทรทัศน์ (television programming) ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผนการจัดตารางออกอากาศ การจัดการรายการมาออกอากาศ และการประเมินรายการ โดยการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์มุ่งออกแบบและวางแผนในเรื่องหลักๆ ดังนี้ 1) เวลาออกอากาศ 2) การกำหนดผู้ชมเป้าหมาย 3) การกำหนดประเภทรายการ 4) การกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ 5) การกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการ 6) การกำหนดแผนปฏิบัติการผลิตรายการ และ 7) การเขียนบท

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ทั้ง 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) ต้องดำเนินการอย่างสอดคล้องประสานกันเป็นเอกภาพเพื่อประสิทธิภาพของการทำงาน ในขณะเดียวกันก็ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องในการผลิตรายการโทรทัศน์ในทั้ง 3 ขั้นตอนด้วย ดังนี้ (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2554, น. 2-35)

1. การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นก่อนการผลิต (pre-production) ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นก่อนการผลิตสำคัญสุด เริ่มตั้งแต่การกำหนดกรอบของรายการที่ผู้ผลิตหรือที่สถานีต้องการจะเห็นร่วมกัน การศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของรายการ วิธีการนำเสนอ เวลาในการออกอากาศ กระบวนการทางการตลาดเพื่อการอยู่รอดของรายการ

2. ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นการผลิต (production) เป็นการสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับภาพรวมของกระบวนการผลิตทั้งหมดเพื่อให้รายการน่าสนใจ สามารถจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้รับชมรายการของตนได้ และเมื่อกลุ่มเป้าหมายรับชมรายการแล้วจะทำอย่างไรให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่ต้องการได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถเติมเต็มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย ซึ่งขั้นตอนนี้ต้องใช้เทคนิคการผลิตต่างๆ เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจติดตามมากที่สุด

3. ความคิดสร้างสรรค์ในขั้นหลังการผลิต (post-production) เป็นขั้นตอนของการเรียนรู้ผล และผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงการคิดต่อเพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรค์รูปแบบรายการใหม่ วิธีการนำเสนอใหม่ เนื้อหาใหม่ หรือศิลปกรรมใหม่ ซึ่งผลที่ได้กลับคืนมาสามารถนำมาใช้เป็นฐานการคิดสร้างสรรค์ต่อได้

การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ทั้ง 3 ขั้นตอนมีความสำคัญอย่างมากเพราะนอกจากจะสร้างความแตกต่างให้กับตัวรายการเองแล้ว ยังหมายถึงความอยู่รอดของรายการเองด้วย

ถึงแม้จะเป็นรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์เองก็ตาม โดยการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์มีความสำคัญดังนี้ (ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2554, น. 1-7-1-8)

1) สร้างความน่าสนใจให้กับรายการ (interesting) รายการโทรทัศน์ที่มีการออกแบบสร้างสรรค์อย่างพิถีพิถันจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ด้วยวิธีการต่างๆ

2) สร้างแรงจูงใจในการชมรายการ (motivation) การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่ดีจะสามารถสร้างแรงจูงใจผู้ชมให้ติดตามชมได้ตลอดรายการ

3) สร้างการมีส่วนร่วมกับรายการ (participation) การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่ดีต้องพยายามทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการชมตลอดเวลาทั้งแบบโดยตรงและโดยอ้อม

4) การถ่ายทอดเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (convey message) การสร้างสรรค์ด้านเนื้อหา มุมมอง และวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ จะทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อได้ดียิ่งขึ้น

5) การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างสนุกสนานไม่เบื่อหน่าย (exciting) การออกแบบสร้างสรรค์รายการอย่างดีจะช่วยให้ความรู้ที่มักเป็นสิ่งน่าเบื่อกลายเป็นสิ่งที่ตื่นเต้น น่าสนใจ ลดความเบื่อหน่ายลงได้ โดยทั่วไปคนนิยมใช้สื่อโทรทัศน์ในการแสวงหาความบันเทิงมากกว่าการแสวงหาความรู้

6) ตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชม (audience needs satisfaction) การชมรายการโทรทัศน์เป็นวิถีทางการแสวงหาความพึงพอใจของคนในสังคมแบบหนึ่ง

7) สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับเนื้อหา (added value) การนำข้อมูลไปออกแบบสร้างสรรค์ใหม่จะทำให้ข้อมูลเดิมกลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งในด้านมูลค่าเพิ่มทางวิชาการและเศรษฐกิจ

8) พัฒนาทักษะการรับรู้ของผู้ชมรายการ (audience perception) การได้รับชมรายการที่มีการสร้างสรรค์ที่ดีจะช่วยเสริมสร้างสติปัญญาและพัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ชมรายการ

9) ช่วยให้รายการข่าวสารบริการสาธารณะ (public service) การออกแบบสร้างสรรค์รายการบริการสาธารณะที่ดีจะทำให้รายการได้รับความสนใจจากผู้ชมจนสามารถนำข่าวสารความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตได้มากขึ้น

10) ช่วยให้รายการประสบความสำเร็จด้านการตลาด (marketable) การสร้างสรรค์รายการที่น่าสนใจตรงกับรสนิยมและความต้องการของผู้ชมจะทำให้รายการขายเวลาโฆษณาได้

หลักการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์มีดังนี้ (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2554, น. 1-28-1-29)

1) หลักความสำเร็จด้านการตลาด การผลิตรายการโทรทัศน์ต้องใช้ทรัพยากรการผลิตทั้งด้านบุคลากร อุปกรณ์การผลิต เงินงบประมาณ และเวลา การผลิตรายการต้องคำนึงถึงการบรรลุผลสำเร็จทางเป้าหมายทางการตลาดที่จะต้องสามารถขายโฆษณาหรือหาสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการได้โดยการทำให้รายการเป็นที่นิยมของผู้ชม

2) หลักความต้องการของผู้ชม ผู้ชมสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดสร้างสรรค์รายการ การตอบสนองความต้องการของผู้ชมเป็นเป้าหมายสำคัญสุดประการหนึ่ง

3) หลักวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ต้องมุ่งตอบสนององค์กรทั้งด้านปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์

4) หลักความคุ้มค่าและคุณค่าของรายการ การวิเคราะห์และประเมินรายการว่ามีความคุ้มค่าที่จะผลิตมาเสนอต่อประชาชนหรือไม่ และมีคุณค่าต่อสังคมอย่างไร

5) หลักความถูกต้องตามกฎหมายและคุณธรรมจริยธรรม แม้รายการจะมุ่งความสำเร็จด้านการตลาดโดยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดใจผู้ชมให้รับชมรายการมากที่สุด ทว่าในขณะเดียวกันนั้นก็ต้องยึดหลักความถูกต้องตามหลักกฎหมายและหลักคุณธรรมจริยธรรมด้วย

การสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของรายการโทรทัศน์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ชมและการสร้างอัตราความนิยมของผู้ชม (rating) เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการวางแผนว่าจะผลิตให้ผู้ชมกลุ่มใดชม เพื่อวัตถุประสงค์อะไร รูปแบบรายการเป็นอย่างไร ใช้วิธีการนำเสนออย่างไร พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นใคร และใช้ทรัพยากรการผลิตอะไรบ้างการเลือกใช้เทคนิค วิธีการ และองค์ประกอบอื่นๆ จึงต้องเป็นไปอย่างลงตัวและน่าสนใจเพื่อจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ผู้ผลิตต้องการได้ ในขณะเดียวกันก็ต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายรายการด้วยนอกเหนือไปจากการพิจารณาต้นทุนค่าการผลิต (production cost) ต้นทุนค่าออกอากาศ (air time cost) และต้นทุนด้านการบริหารจัดการ (management cost)

การสร้างสรรค์รายการข่าวโทรทัศน์ให้มีคุณภาพจึงเป็นกระบวนการต่อเนื่องนับตั้งแต่การวางแผนทำข่าว การหาข่าวและทำข่าว การบรรณาธิการข่าว และการนำเสนอข่าว ซึ่งงานสร้างสรรค์รายการข่าวเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่ขั้นก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นการผลิต (production) และขั้นหลังการผลิต (post-production) ซึ่งการวางแผนทำข่าวต้องคิดสร้างสรรค์ว่าจะทำข่าวอะไรที่แตกต่างจากสถานีอื่นหรือดึงดูดความสนใจของผู้ชม การหาข่าวต้องคิดสร้างสรรค์ว่าจะหาแหล่งข่าวที่สำคัญและน่าสนใจที่ใด ใช้มุมมองใดในการทำข่าว และนำเสนออย่างไรให้น่าสนใจ

2.1.3 บุคลากรในการผลิตรายการโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์นอกเหนือจากการวางแผนด้านการผลิตและการวางแผนด้านอุปกรณ์การผลิตรายการที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์เทคนิคมากมาย ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์บันทึกเสียง อุปกรณ์แสง อุปกรณ์ตัดต่อ และอุปกรณ์เทคนิคพิเศษอื่นๆ แล้ว การวางแผนด้านบุคลากรยังสำคัญมากเพราะจะทำให้การผลิตรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บุคลากรในการปฏิบัติงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ สามารถจำแนกได้ดังนี้ (สุมน อยู่สิน และกรรมพุม บุญทวี, 2554, น. 4-31-4-33)

1) บุคลากรบริหารการผลิตรายการ (executive in charge of production) เป็นผู้กำหนดตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ของบุคคลที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการโทรทัศน์ มักเป็น เจ้าของรายการ เจ้าของทุน หรือเจ้าหน้าที่ระดับสูงของบริษัท เป็นผู้กำหนดนโยบาย รูปแบบงบประมาณของการผลิตรายการ และควบคุมการปฏิบัติการตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ บุคลากรบริหารการผลิตรายการ ได้แก่ ผู้อำนวยการบริหารการผลิตรายการ (executive producer) ผู้อำนวยการผลิตรายการ (producer) ผู้กำกับรายการ (director)

2) บุคลากรสร้างสรรค์การผลิตรายการ (creative personal) มักแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของงานโทรทัศน์ แต่โดยทั่วไปคือผู้เขียนบทและผู้กำกับศิลป์

3) บุคลากรด้านเทคนิคการผลิตรายการ (technical staff) เป็นบุคลากรที่มีความชำนาญด้านการใช้อุปกรณ์เทคนิคในการผลิตรายการ ประกอบด้วยผู้กำกับภาพ (switcher) ผู้ควบคุมกล้อง (cameraman) ผู้กำกับแสง (lighting director) เจ้าหน้าที่เสียง (sound recorder) เจ้าหน้าที่เทป (tape recorder) เจ้าหน้าที่ตัดต่อลำดับภาพ (editor) เจ้าหน้าที่ตัดต่อพิเศษ (special effect editor) และเจ้าหน้าที่ห้องเสียง (sound engineer)

4) บุคลากรสนับสนุนด้านฉากและเวที (stage crews) เป็นบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ อุปกรณ์การผลิตรายการ และประสานงานในส่วนต่างๆ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ประสานงานผลิตรายการ (production co-producer) ผู้กำกับเวที (floor and stage manager) และเจ้าหน้าที่ดูแลฉากรายการและอุปกรณ์ประกอบฉาก (props & stalls)

5) บุคลากรสนับสนุนการแสดง เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับความสมบูรณ์แบบของการแสดงบนเวที ได้แก่ ช่างแต่งหน้า ทำผม ผู้ออกแบบเครื่องแต่งกายนักแสดง ผู้ดูแลชุดนักแสดง ผู้ออกแบบการแสดง ผู้ออกแบบเพลง และดนตรีประกอบการแสดง

6) บุคลากรร่วมรายการ หมายถึง พิธีกร นักแสดง ผู้ประกาศ ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ร่วมรายการ ผู้ชมรายการ ที่คัดสรรโดยผู้กำกับรายการ และผ่านกระบวนการต่างๆ ในการคัดเลือกว่ามีความเหมาะสมกับรายการแล้ว

2.1.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่มีการจัดสรรโครงสร้างหน้าที่และแบ่งงานกันทำ การดำเนินงานต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ มากมายเพราะสื่อมวลชนถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมรูปแบบและเนื้อหาของสื่อมวลชนเป็นอิทธิพลจากการกลมกลืนทางสังคมทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กรโดยองค์กรสื่อสารมวลชนมีปฏิริยาโต้ตอบกับกระแสสังคมตลอดเวลา

การบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ประกอบด้วยภารกิจ 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านวิชาชีพสื่อ ซึ่งทั้งสามภารกิจต้องดำเนินไปอย่างมีความสัมพันธ์ซึ่งและกันนั้นไม่ได้เป็นไปได้โดยอิสระ ทว่าการดำเนินกิจการและการจัดรูปแบบองค์กรธุรกิจสื่อสารมวลชนเช่นโทรทัศน์มีปัจจัยหลายประการควบคุม ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจัดองค์กรและเนื้อหาของสื่อมวลชน ดังนี้ (McQuail, 2005, p. 282)

1. ปัจจัยภายในองค์กรที่กระทบต่อการจัดองค์กรและเนื้อหาของสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (management) หมายถึงการบริหารงานและนโยบายการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชน เนื้อหารายการต้องสอดคล้องกับนโยบาย รวมถึงการจัดการกับทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการบริหารงานต้องอาศัยกระบวนการในการบริหารหลายขั้นตอนเพื่อให้งานออกมาประสบความสำเร็จโดยการจัดการทรัพยากรหมายถึงปัจจัยในการบริหารจัดการประกอบด้วยคน (man) บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการผลิต ทีมงานผลิต ผู้เขียนบท ผู้กำกับภาพ ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับศิลป์ พิธีกร บุคคลที่ร่วมรายการในช่วงสนทนาและสัมภาษณ์ เครื่องจักรกล (machine) หรือวัตถุดิบ (material) กล้อง เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการถ่ายทำ เงินทุน (money) งบประมาณที่ใช้ในการผลิต การบริหาร หรือความสามารถในการจัดการ (management) แนวคิด การวางแผน การมอบหมายงาน การดำเนินงานต่างๆ โดยขึ้นอยู่กับนโยบายว่าจะมีการกำหนดให้เป็นอย่างไร ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีความแตกต่างกันไป อาจแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ องค์กรที่ทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ (normative) และองค์กรธุรกิจ (commercial)

1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (technical) หมายถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการ ในการผลิตรายการต้องคำนึงถึงว่าอุปกรณ์การผลิตมีประสิทธิภาพเพียงใดเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่ นับตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการเผยแพร่ออกอากาศ องค์กรที่มีอุปกรณ์ครบ ใช้เทคโนโลยีทันสมัยจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.3 ปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ (media professional) หมายถึงแนวความคิดพื้นฐานความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ของกองบรรณาธิการข่าว ผู้ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาขององค์กรเป็นผู้สร้างสรรค์ คัดเลือกเนื้อหาสาระ ความเป็นมืออาชีพทำให้ได้งานที่มีคุณภาพ ส่วนการมีอุดมการณ์ทางวิชาชีพช่วยเสริมให้บรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

2. ปัจจัยภายนอกองค์กรที่กระทบต่อการจัดองค์กรและเนื้อหาของสื่อมวลชน ได้แก่

2.1 แรงกดดันด้านสังคมและการเมือง (social and political pressures) หมายถึงกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อเนื้อหา กฎหมายสื่อมวลชนใช้ควบคุมการทำงาน องค์กรสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะองค์กรที่บริหารงานโดยรัฐบาล รวมถึงกลุ่มองค์กรต่างๆ ที่รวมตัวกัน เพื่อเรียกร้อง คัดค้าน หรือเสนอแนะให้นำเสนอหรือไม่นำเสนอรายการใดๆ เหตุการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้น ในสังคม

2.2 เหตุการณ์ สารสนเทศ และวัฒนธรรม(events plus constant information and culture supply) หมายถึงเหตุการณ์ ข้อมูลสารสนเทศและวัฒนธรรม

2.3 ช่องทางการเผยแพร่ ความสนใจ/ความต้องการของผู้รับสาร (distribution channels audience interest/demand) หมายถึงความพึงพอใจของผู้รับสารที่ต้องการเลือกรับชม รายการที่ตนเองชื่นชอบ สนใจ หรือมีเนื้อหาดึงดูดน่าสนใจ รายการใดที่มีการผลิตดีตรงตามความต้องการของผู้รับสารก็จะเป็นที่พึงพอใจผู้ผลิตจึงต้องผลิตสิ่งตรงกับความ ต้องการของผู้รับสารให้มากที่สุดเพื่อดึงดูดใจให้ชมรายการซึ่งจะนำมาสู่รายได้ให้แก่องค์กร

2.4 แรงกดดันด้านเศรษฐกิจ (economic pressures) ได้แก่

2.4.1 คู่แข่งขัน (competitors) ในการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตรวจสอบผลงานของคู่แข่งว่านำเสนอในแง่มุมใดเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการ ปรับตัว หลีกเลียง หรือให้ความสำคัญกับประเด็นต่างๆ เพื่อสร้างความนิยมแก่ผู้ชมรายการ (consumer market) เมื่อมีผู้ชมจำนวนมาก ผลพลอยได้ก็คือตลาดโฆษณา (advertising market) องค์กรสื่อสารมวลชนจึงจำเป็นต้องผลิตรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด

2.4.2 สำนักข่าว (news/information agencies) หมายถึงหน่วยงาน ที่ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่องค์กรสื่อสารมวลชนนำมาใช้ในการผลิตงาน เสนอต่อผู้รับสาร ในการผลิตรายการข่าวขององค์กรสื่อสารมวลชนต่างมีการแข่งขันกันเพื่อให้ได้มาซึ่ง ข่าวที่รวดเร็ว เทียบตรง น่าเชื่อถือ ถ้าองค์กรใดสามารถทำหน้าที่ได้เช่นนี้ก็จะได้รับความนิยม

2.4.3 ผู้โฆษณา (advertisers) เอเจนซีโฆษณาเป็นผู้สนับสนุนกิจการ ขององค์กรสื่อสารมวลชนด้านรายได้ เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดำเนินการผลิตเช่นกัน การที่จะ สามารถขายโฆษณาได้นั้นนอกจากจะต้องผลิตรายการที่มีคุณภาพแล้ว ยังต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับเอเจนซีโฆษณาด้วยจึงจะสามารถขายโฆษณาได้ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหารายการต่างๆ ขององค์กร สื่อสารมวลชนจะต้องไม่กระทบหรือนำเสนอแง่ลบต่อผู้โฆษณา

2.4.4 เจ้าของกิจการ (owners) ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการมีอำนาจควบคุมการ ปฏิบัติงานและมีผลกระทบต่อเนื้อหา อาจแบ่งเป็นเจ้าขององค์กรและผู้สนับสนุนด้านการเงินแก่องค์กร

โดยการผลิตและนำเสนอของสื่อมวลชนจะต้องไม่กระทบกระเทือนต่อเจ้าของกิจการ ในทางกลับกัน จะประชาสัมพันธ์และสนับสนุนองค์กรของตนเองหรือองค์กรอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2.4.5 สหภาพแรงงาน (unions) การรวมตัวกันเป็นกลุ่มของพนักงาน องค์กรสื่อมวลชนเพื่อเรียกร้องในสิ่งที่ต้องการ



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรสื่อมวลชน

ที่มา: McQuail (2005, p. 282)

จากแนวคิดของ McQuail (2005) องค์กรสื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งที่จะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยการรักษาดุลยภาพระหว่างความต้องการของส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนที่องค์กรสื่อมวลชนจะได้รับ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กรสื่อมวลชนจะต้องกระทำภายใต้กรอบของระบบความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ อันได้แก่ อุดมการณ์ทางวิชาชีพของสื่อมวลชน ผลตอบแทนที่องค์กรสื่อมวลชนคาดหวัง ความต้องการของผู้รับสาร และบริบททางการเมืองและเศรษฐกิจ การผลิตรายการต่างๆ จึงต้องสอดคล้องกับความต้องการของส่วนต่างๆ เหล่านี้ อันจะทำให้องค์กรสื่อมวลชนประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

สถานีโทรทัศน์เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งซึ่งได้รับผลกระทบจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกต่างๆ โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์มีดังนี้ (กมลรัฐ อินทรทัศน์ และ กรรพุม บุญทวี, 2558, น. 1-23-1-26)

ปัจจัยภายใน

- 1) นโยบายของสถานีโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีนโยบายของตน ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบในการบริหารจัดการสถานีที่มีลักษณะต่างกัน รวมทั้งสัดส่วนของประเภทรายการที่ต่างกันด้วย เช่น สัดส่วนของรายการที่สถานีผลิตเอง หรือสัดส่วนของรายการที่มีบริษัทผู้ผลิตอื่นๆ มา
- 2) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการออกอากาศ เช่น การเปลี่ยนสู่เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่องทำให้การลงทุนเกี่ยวกับการผลิตรายการถูกลง ทำงานได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการเข้าถึงอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ของผู้ประกอบการรายใหม่ในด้านจำนวนและความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย
- 3) ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ การแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นเนื่องจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก รวมถึงอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ เพราะทุกประเภทสื่อล้วนมีรายได้หลักจากการขายโฆษณา

ปัจจัยภายนอก

- 1) การเมืองการปกครอง เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสื่อและการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพในการพูดและการแสดงออกทางความคิดเห็นของนักสื่อสารมวลชนและประชาชน
- 2) กระแสการปฏิรูปสื่อและการเปิดเสรีสื่อ เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลในการบริหารจัดการ และการควบคุมการแพร่ภาพกระจายเสียงของสื่อกระจายเสียงทั้งหมดของประเทศ
- 3) การเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะเทคโนโลยีระบบดิจิทัลสามารถเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ สู่กลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายรูปแบบ
- 4) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เกี่ยวข้องกับการใช้ดาวเทียมร่วมกัน รวมถึงค่าลิขสิทธิ์รายการนำเข้าจากต่างประเทศ
- 5) กระแสการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์
 - 5.1) การแข่งขันเกี่ยวกับช่องทางการเข้าถึง ผู้ชมมีทางเลือกเข้าถึงและบริโภคสื่อได้อย่างหลากหลายขึ้น เช่น การถ่ายทอดรายการโทรทัศน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ

5.2) การแข่งขันเกี่ยวกับด้านการตลาด ความสำคัญอันดับแรกสุดของการผลิตรายการคือผู้สนับสนุนด้านการเงิน คือ รายได้จากการโฆษณา เพราะทุกรายการต้องมีค่าใช้จ่าย ดังนั้นถ้ารายการใดไม่มีโฆษณา หรือไม่ได้รับความนิยม เรตติ้งไม่ดี รายการนั้นก็จะต้องปิดตัวเองลงไป

5.3) การแข่งขันกับสถานีอื่นๆ การเปิดสถานีโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงส่งผลให้ทุกสถานีต้องพัฒนาตนเองในการบริหารจัดการทั้งในส่วนองค์กรและส่วนการผลิตเพื่อให้ได้ทั้งรายการที่มีคุณภาพและรายการที่มีผู้ชมเยอะเรตติ้งดี

6) ลักษณะของกลุ่มผู้ชมปรับเปลี่ยนตลอดเวลา กลุ่มผู้ชมสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความหลากหลายและละเอียดอ่อนมากขึ้นเพราะเกือบทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อ คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงสื่อได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

7) สภาพเงื่อนไขหรือบริบททางสังคมและวัฒนธรรม บริบททางสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ผู้บริหาร ผู้สร้างสรรค์รายการ ผู้สนับสนุนรายการ และผู้นำเข้ารายการประเภทต่างๆ ต้องคำนึงถึง

2.1.5 การบริหารรายการข่าวโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์เกือบทุกแห่งผลิตรายการข่าวประจำวันอย่างน้อยหนึ่งรายการ การผลิตข่าวเป็นกิจกรรมการผลิตที่สำคัญของสถานีอื่นเนื่องมาจากฝ่ายข่าวต้องสามารถตอบสนองการผลิตที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็วจึงมีเวลาเพียงเล็กน้อยในการเตรียมการสำหรับรองรับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นดังนั้นฝ่ายข่าวจึงต้องมีบุคลากร (news production personal) ของตนเอง (Zettl, 2015, p. 10) บุคลากรหลักในการทำงานข่าวโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 กลุ่มงาน คือ กองบรรณาธิการที่ประกอบด้วยบรรณาธิการ ผู้สื่อข่าว ผู้ประกาศข่าว มีหน้าที่ผลิตรายการข่าว และกองผลิตรายการประกอบด้วยบุคลากรด้านเทคนิค เช่น ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับภาพ ผู้กำกับเสียง ซึ่งโดยหลักการแล้วการทำงานของกองบรรณาธิการข่าวจะเป็นอิสระปราศจากการแทรกแซงของฝ่ายบริหารในเนื้อหาข่าวที่นำเสนอ ซึ่งมีบรรณาธิการข่าวทำหน้าที่บริหารและรับผิดชอบการทำข่าวตามนโยบายองค์กร

1. บรรณาธิการข่าว คือ ผู้ที่มีความสำคัญสุดในองค์กรข่าวที่ทราบกระบวนการทำงานข่าวโทรทัศน์ทุกขั้นตอน ทำหน้าที่วางแผนการทำข่าวร่วมกับผู้สื่อข่าว กำหนดทิศทางการทำงานประชุมโต๊ะข่าว และมอบหมายผู้สื่อข่าวแต่ละสายงานไปดำเนินการทำข่าว คัดกรองข่าวสารที่ผู้สื่อข่าวส่งมาในแต่ละวัน และสรุปว่าข่าวใดสำคัญจะถูกนำเสนอ

2. ผู้สื่อข่าว คือ ผู้ทำหน้าที่หาข่าวและส่งข่าวมายังสถานี อยู่ใกล้ชิดกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าว และสัมภาษณ์แหล่งข่าว รวมทั้งรายงานสดจากสถานที่เกิดเหตุการณ์ ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ทำหน้าที่ทั้งหาข่าวและเขียนข่าวส่งมายังสถานีโทรทัศน์

3. ผู้ประกาศข่าว คือ ผู้ทำหน้าที่อ่านข่าวโทรทัศน์จากห้องส่งของสถานี ผู้สื่อข่าวต้องมีน้ำเสียงและบุคลิกภาพดี ที่สำคัญต้องอ่านข่าวได้ชัดเจน ถูกต้อง มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นข่าว สามารถสัมภาษณ์สดกับแหล่งข่าวและนำเสนอการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดได้ทันที รวมถึงสามารถประสานข้อมูลกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้สื่อข่าวที่อยู่ในพื้นที่ที่เป็นข่าวได้ด้วย

4. บุคลากรด้านเทคนิค คือ ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลอุปกรณ์ทางเทคนิค เช่น คอมพิวเตอร์ กราฟิก อุปกรณ์เครื่องส่ง วิทยุกระจายเสียง (outside broadcasting: OB)

การวางแผนทำข่าวโทรทัศน์มี 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, 2557, น. 9-29-9-33)

1. การเตรียมการหาข่าว

ขั้นตอนแรกของการทำข่าวโทรทัศน์เริ่มจากผู้สื่อข่าวต้องเตรียมข้อมูลและวางแผนเพื่อประกอบการทำรายงานข่าวเพื่อความสมบูรณ์ของข่าว ประกอบด้วย

1.1 การจัดทำปฏิทินข่าว เป็นการเตรียมงานทำข่าวล่วงหน้าตามที่คาดหมายไว้เป็นปฏิทินข่าว

1.2 การวางแผนการหาข่าว การทำข่าวที่ดีต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อให้ได้ข่าวครบถ้วนทุกด้าน การวางแผนการหาข่าวช่วยให้นักข่าว บรรณาธิการข่าวสามารถตรวจสอบความถูกต้อง ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำงานข่าวและเสนอข่าวได้ทันเวลา เมื่อมีการวางแผนการหาข่าวอย่างดี ครบถ้วน ถูกต้อง ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้สื่อข่าว ผู้รายงานข่าว ช่างภาพ และผู้ช่วยช่างภาพก็สามารถเสนอข่าวได้เที่ยงตรงตามหมายกำหนดการณ์

2. แหล่งข่าว

แหล่งข่าวคือต้นทางสำคัญที่ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ใช้ในการวางแผน ข้อมูลเนื้อหาเพื่อมาประกอบในการรายงานข่าว แหล่งข่าวสำหรับข่าวโทรทัศน์โดยทั่วไป เช่น สมุดบันทึก แฟ้มข่าวประจำวัน กิจกรรมของราชการ บริการของสำนักข่าว (wire services) หนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ห้องสมุด สื่ออินเทอร์เน็ต ข่าวแจก (media release) การแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (media conference) บริการผ่านดาวเทียม และการติดตามข่าวต่อเนื่อง

3. การเรียบเรียงข่าว

เมื่อผู้สื่อข่าววางแผนการทำข่าวและการดำเนินการหาข่าวแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการรวบรวมและเรียบเรียงข่าว ในขั้นตอนนี้บรรณาธิการข่าวต้องทำหน้าที่รวบรวมเนื้อหาทั้งภาพและเสียง และนำมาจัดเรียบเรียงและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา ความถูกต้องของข้อมูล โดยพิจารณาตามองค์ประกอบคุณค่าของข่าวและประโยชน์ที่ผู้ชมจะได้รับเป็นสำคัญ

เกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าวโทรทัศน์

หลักเกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าวเพื่อผลิตและนำเสนอข่าวโทรทัศน์ (ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558, น. 13-6-13-8)

1. ความถูกต้อง (accuracy) เป็นเรื่องที่มีข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรงแม่นยำเพียงพอจะนำเสนอเป็นข่าว การนำเสนอผิดพลาดจะกระทบต่อความน่าเชื่อถือในรายการข่าวของสถานี
2. ความสดใหม่รวดเร็ว (immediacy) เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ๆ
3. ความทันต่อเหตุการณ์ (recentness) เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ๆ หรือยังอยู่ในความสนใจของประชาชน เป็นเรื่องที่ทันต่อเหตุการณ์ ทันต่อความอยากรู้อยากเห็นของประชาชน
4. ความเกี่ยวข้อง (relevance) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชน
5. ความมีผลกระทบต่อสังคม (impacts) เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง
6. ความใกล้ชิด (proximity) เป็นเรื่องใกล้ตัว ใกล้ทางความรู้สึก
7. ความน่าสนใจ (interesting) เป็นเรื่องที่ประชาชนให้ความสนใจในช่วงเวลานั้น
8. ความโดดเด่น (prominence) เป็นเรื่องที่มีความเด่นในตัวเอง
9. ความเป็นธรรมและความสมดุล (balance and fairness) เป็นเรื่องที่ต้องมีการนำเสนอความคิดเห็นแตกต่างกันสองฝ่ายขึ้นไป ต้องมีข้อมูลทั้งสองฝ่าย และนำเสนอข้อมูลของทั้งสองฝ่ายอย่างเป็นธรรมและสมดุล
10. ความเป็นข่าวที่สนองปฏุนิยม (human interest) เป็นเรื่องที่มีเกี่ยวข้องกับเรื่องความขัดแย้ง เรื่องคนดังหรือคนมีชื่อเสียง (celebrity) เรื่องแปลกประหลาด เรื่องมีเงื่อนงำชวนสงสัย เรื่องความก้าวหน้า เรื่องสะท้อนอารมณ์ และเรื่องทางเพศ

การผลิตรายการข่าวโทรทัศน์จึงต้องคำนึงถึงความจริง ความถูกต้อง แม่นยำ ความเป็นธรรม ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ และมีความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล รวมถึงนำเสนออย่างรวดเร็วโดยถูกต้องตามกฎหมายและคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งจะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่รายการข่าว

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์มาเป็นกรอบการศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองว่ามีกระบวนการสร้างสรรค์อย่างไรแนวทางการบริหารการผลิตในแต่ละขั้นตอนเป็นอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงโทรทัศน์

คุณลักษณะของข่าวบันเทิง

ข่าวบันเทิง (entertainment news) เป็นข่าวเบา (soft news) เพราะมีเนื้อหาด้านความบันเทิงแตกต่างจากข่าวการเมืองและเศรษฐกิจที่เป็นข่าวหนักเน้นสาระความรู้ การรับชมข่าวบันเทิงส่งผลให้ผู้รับสารสนุกสนานหลุดพ้นจากความเบื่อหน่าย ความกดดันในชีวิตประจำวัน และปัญหาที่กำลังรุมเร้า ข่าวบันเทิงเป็นการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิงทั้งดารานักแสดง ศิลปิน นักร้อง นายแบบ นางแบบ ในวงการละคร ภาพยนตร์ ดนตรี รวมถึงศิลปกรรมและวรรณกรรม การนำเสนอรายการข่าวบันเทิงผ่านสื่อโทรทัศน์ต้องสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองทั้งด้านบทภาษา การแต่งกายของผู้ดำเนินรายการ ฉาก และองค์ประกอบอื่นๆ ที่ต้องสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชมรายการให้มากที่สุด

ข่าวบันเทิงนำเสนอ 3 ประเด็นหลัก คือ (รัตนวดี นาควานิช, 2545, น. 232-233)

1. ชีวิตส่วนตัวของคนในวงการบันเทิง เช่น ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง ทั้งในไทยและต่างประเทศ ประเด็นที่เสนอเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวมีดังนี้

1.1 ความรักในแวดวงบันเทิง ซึ่งอาจเป็นคู่รักคู่ร้างในแวดวงบันเทิงด้วยกันหรือบุคคลนอกวงการ อาทิ การประกาศแต่งงานของดารา การคบหาเป็นแฟนกันของดารา การปิ้งกันในกองถ่าย ข่าวฉาวสวาท รักร่วมเพศของคู่ดารา การท้องก่อนแต่งของดารา

1.2 ความสูญเสียของคนวงการบันเทิง อาทิ การเกิดอุบัติเหตุขณะถ่ายทำภาพยนตร์ การเจ็บป่วยต้องเข้าพักรักษาตัวที่โรงพยาบาล การเสียชีวิต

1.3 การมีคดีความเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ อาทิ การฆ่าตัวตายของดารา นักร้อง การเข้าไปพัวพันในคดีต่างๆ การขึ้นโรงพักเพื่อแจ้งความ ดาราขับรถชนคน การฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายของดารากับบริษัทผู้ผลิต ดารานักร้องฟ้องดำเนินคดีกับสื่อมวลชนข้อหาหมิ่นประมาท

1.4 ความสำเร็จ ความยินดี ความคาดหวังในอนาคตของบุคคลในแวดวงบันเทิง อาทิ ดาราได้รับปริญญา การเดินทางไปต่างประเทศ การบวช การได้รับรางวัลเกี่ยวกับการแสดงและรางวัลเกียรติยศต่างๆ

1.5 ความขัดแย้ง อาทิ ดาราทะเลาะกับดารานักคนอื่นโดยมีการลงมือตบตีกัน การออกมาเรียกร้องขอความเห็นใจจากสื่อเกี่ยวกับปัญหาภายในครอบครัว

1.6 ความคิดเห็นของดาราต่อข่าวที่ทันเหตุการณ์ในสังคม อาทิ ช่วงที่มีการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครผู้สื่อข่าวจะสัมภาษณ์ดาราว่ามีทัศนคติอย่างไร อยากได้ผู้ว่ากรุงเทพมหานครที่มีลักษณะอย่างไร

2. ผลงานของบุคคลและความเคลื่อนไหวของแวดวงบันเทิงในวงการต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

2.1 ผลงานและความเคลื่อนไหวของวงการภาพยนตร์ เช่น ข่าวการเปิดกล้องถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องใหม่ ใครเป็นผู้สร้าง ข่าวการเปิดตัวพระเอกนางเอกคนใหม่ เบื้องหลังการถ่ายทำเป็นอย่างไร การเล่นบทนางร้ายแล้วพลิกบทมารับบทนางเอก ข่าวเหตุการณ์ต่างๆ ที่น่าสนใจในกองถ่าย ข่าวการนำภาพยนตร์เรื่องใหม่เข้าฉายตามโรงภาพยนตร์ต่างๆ ข่าวการจัดงานประกวดและมอบรางวัลเกี่ยวกับวงการภาพยนตร์ ข่าวภาพยนตร์ดีเด่นได้รับรางวัล เป็นต้น

2.2 ข่าวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ ทั้งที่เกี่ยวกับผู้บริหารสถานี หรือสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เช่น การเสนอรายการบันเทิงต่างๆ ทั้งเก่าและใหม่ เกมโชว์ รายการเพลง หรือการสร้างละครเรื่องใหม่ การกล่าวถึงผลงานที่กำลังเสนอต่อผู้ชม เป็นต้น

2.3 ข่าวความเคลื่อนไหวในวงการเพลง วิซีดี ดีวีดี หรือเทปเพลง เช่นการบันทึกเพลงชุดใหม่ของนักร้องหรือวงดนตรีที่มีชื่อเสียง ข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับการผลิตเพลงของศิลปินในสังกัดบริษัทต่างๆ ข่าวการจัดคอนเสิร์ตของนักร้องหรือวงดนตรีต่างๆ เป็นต้น

2.4 ข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ภาพเขียน หรือศิลปะประเพณีต่างๆ ข่าวเกี่ยวกับการจัดงานศิลปวัฒนธรรม

3. กิจกรรมความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศ เช่น ข่าวคนบันเทิงร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อการกุศล การจัดนิทรรศการ การร่วมมือกันช่วยเหลือสังคม ข่าวเกี่ยวกับการตรวจผลงานที่สร้างความบันเทิงต่างๆ ของคณะกรรมการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช.) หรือชื่อเดิมว่าคณะกรรมการบริหารกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ข่าวการจัดประชุมหรือสัมมนาเกี่ยวกับวงการบันเทิงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือการกล่าวถึงการทำงานของหน่วยงานสมาคม หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการบันเทิง เป็นต้น

ทั้งนี้ความผิดพลาดหนึ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอในการทำข่าวบันเทิงคือการได้ข้อมูลจากแหล่งข่าวที่ไม่แน่นอนหรือการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ในการรวบรวมข่าวสาร แหล่งข่าวอาจให้ข้อเท็จจริงที่ไม่ถูกต้อง ผู้สื่อข่าวจึงต้องใช้ความชำนาญและประสบการณ์ในการตัดสินข่าว (news judgment) ว่าสิ่งที่ได้รับการบอกเล่านั้นเป็นข้อเท็จจริงที่มีคุณค่าข่าวและควรได้รับความสนใจจากผู้รับสารหรือไม่ เพราะเมื่อมีเหตุการณ์ใหม่ๆ เกิดขึ้น หรือเรื่องราวเด่นเป็นที่น่าสนใจในแวดวงบันเทิง ผู้สื่อข่าวบันเทิงจะต้องรีบติดตามแหล่งข่าวและค้นหาข้อมูลโดยละเอียดเพื่อนำมาเสนอต่อผู้ชมโดยต้องพยายามนำเสนอให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และขึ้นชอบจนอาจขาดการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว

แหล่งข่าวบันเทิง

แหล่งข่าว (news sources) คือที่มาของข่าวสารทุกชนิดทั้งข่าวที่เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติหรือพฤติกรรมทางสังคม แหล่งข่าวนอกจากจะเป็นรากเหง้าของข่าวทั้งหมดแล้ว ยังเป็นตัวกำหนดทิศทางข่าวสารด้วย บ่อยครั้งอาจชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทางที่ดีหรือร้าย โดยเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง ความคิดเห็นของแหล่งข่าวจะถูกรายงานผ่านสื่อมวลชนเพื่อนำเสนอสู่สาธารณชน เนื่องจากที่มาของข่าวจะสามารถทำให้พิสูจน์และตรวจสอบได้ว่าเหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้นจริง มิใช่ผู้สื่อข่าวสร้างขึ้นเอง หรือเป็นการใส่ความคิดเห็นของผู้สื่อข่าวลงไปเอง

แหล่งข่าวแบ่งเป็น 2 แบบด้วยกันตามพฤติกรรมการเปิดเผยตัวของแหล่งข่าว คือ

1. แหล่งข่าวเปิด (open news sources) รายละเอียดของข่าวที่ได้มาโดยเปิดเผยที่มาของข่าวได้อย่างชัดเจนว่าบุคคลหรือหน่วยงานใดๆ เป็นผู้ให้ข่าวนั้น แหล่งข่าวประเภทนี้เป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นไปอย่างเปิดเผย เช่น การปล้นฆ่า การแถลงข่าวของรัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชน การกล่าวสุนทรพจน์ การประชุม การสัมมนา เป็นต้น

2. แหล่งข่าวปิด (confidential news sources) แหล่งข่าวประเภทนี้ผู้ให้เบาะแสข่าว (tipster) ต้องการให้ข่าวโดยมีเงื่อนไขว่าจะไม่เปิดเผยตัว ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของผู้ให้ข่าวหรือครอบครัว เวลานำเสนอข่าวผู้สื่อข่าวไม่อาจเปิดเผยชื่อ นามสกุล และคุณลักษณะ (identification) ของแหล่งข่าวได้ การอ้างอิงแหล่งข่าว (attribution) มักระบุว่า “จากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้” หรือ “จากแหล่งข่าวใกล้ชิด” (informed source) แม้การอ้างอิงแหล่งข่าวปิดจะไม่สามารถระบุได้ชัดเจน แต่แหล่งข่าวปิดเองก็ให้ข่าวที่มีคุณค่าข่าว (news values) แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอข่าวจากเบาะแสของแหล่งข่าวปิดนั้นผู้สื่อข่าวไม่ควรรีบร้อนเสนอ แต่ต้องใช้วิธีสืบเสาะหาข้อเท็จจริง เนื้อหาข้อมูลให้พร้อมก่อนที่จะเรียบเรียงเป็นข่าวเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาด

แหล่งข่าวที่มีคุณค่ามากที่สุดในการนำมาผลิตเป็นรายการข่าวคือแหล่งข่าวแบบปฐมภูมิ (primary source) ซึ่งเป็นแหล่งข่าวขั้นต้น เป็นแหล่งข่าวที่เกิดขึ้นโดยตรง หรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์นั้น ส่วนแหล่งข่าวแบบทุติยภูมิ (secondary source) เป็นแหล่งข่าวขั้นรอง เป็นแหล่งข่าวที่ได้รับข้อมูลมาอีกชั้นหนึ่งแล้วนำมาเสนอต่อโดยทั่วไปแหล่งข่าวที่ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์นิยมนำมาใช้ในการหาข้อมูลเพื่อผลิตรายการข่าวโทรทัศน์มี 5 ประเภท คือ แหล่งข่าวที่เป็นบุคคล เอกสาร ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เหตุการณ์ และสถานที่แต่สำหรับแหล่งข่าวบันเทิงนั้นมีที่นิยมใช้กัน ดังนี้

แหล่งข่าวที่นำมาผลิตและนำเสนอเป็นข่าวบันเทิงมีดังนี้

1. แหล่งข่าวที่ได้รับการส่งมอบให้หรือข่าวแจก (press release) แหล่งข่าวนี้นี้จะได้รับโดยตรงจากหน่วยงานต่างๆ เช่น หน่วยงานรัฐ รัฐบาล เอกชน บริษัทต่างๆ ที่ผลิตรายการละคร ภาพยนตร์ ดนตรี แหล่งข่าวเหล่านี้จะส่งข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการจัดงาน การแถลงข่าว หรือการแสดงของตนมาให้รายการเพื่อจะให้บริษัทบันเทิงทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ประชาสัมพันธ์

ให้ โดยผู้สื่อข่าวไม่ต้องหาข้อมูลเอง และเมื่อหน่วยงานนั้นๆ ส่งข่าวแจกมาแล้ว บางหน่วยงานจะโทรศัพท์มาสอบถามก่อนกำหนดการจริงหนึ่งวันเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทบนเท็งจะส่งทีมงานมาทำข่าวหรือไม่ ซึ่งถ้ามาทำข่าวก็จะมีการตรวจสอบวันเวลาและสถานที่อีกครั้งเพื่อความถูกต้อง

2. แหล่งข่าวประจำ คือ แหล่งข่าวที่ได้เคยมีการไปทำข่าวมาแล้ว เมื่อมีเหตุการณ์หรือความคับหน้าก็จะแจ้งให้ผู้สื่อข่าวทราบ หรือเป็นสถานที่ที่มีการจัดงานเป็นประจำ เช่น โรงละคร โรงภาพยนตร์ ซึ่งจะส่งข้อมูลรายละเอียดมาให้ล่วงหน้าว่ามีการจัดกิจกรรมใดบ้าง และจัดในวันเวลาไหน

3. แหล่งข่าวจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ ทั้งประเภทรายวันและรายสัปดาห์ อันเป็นประเด็นข่าวที่น่าสนใจเพื่อจะติดตามนำข่าวนั้นมานำเสนอต่อไป

4. แหล่งข่าวที่มาจากผู้สื่อข่าวด้วยกัน เป็นการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ในลักษณะแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน อันเนื่องมาจากกระหว่างการออกไปทำข่าวจะมีการพบปะสนทนากันของผู้สื่อข่าวจากหลายสำนักที่ไปทำข่าวด้วยกัน

5. แหล่งข่าวอื่นๆ เช่น จดหมาย บัตรเชิญ ไปสเตอร์ อีเมลล์ และเว็บไซต์

อย่างไรก็ตามไม่สามารถกล่าวได้ว่าเหตุการณ์ที่ถูกพิจารณาว่ามีคุณลักษณะของความเป็นข่าวแล้วจะทำให้ทุกเหตุการณ์เป็นข่าวได้เสมอไป เนื่องมาจากสภาพแวดล้อมของข่าวมีความแตกต่างกัน สำนักงานที่ผู้สื่อข่าวสังกัดต่างกันก็มีกลุ่มเป้าหมายต่างกันอันจะทำให้นโยบายและวิธีการนำเสนอข่าวย่อมแตกต่างกันตามไปด้วยสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานของนักข่าวแต่ละสำนักก็ต่างกันด้วย รวมถึงเหตุการณ์ที่เป็นที่สนใจของผู้ชมก็ต่างกัน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติมดังต่อไปนี้ (วันดี ทองงอก, 2538, น. 10-12)

1. นโยบายของสื่อมวลชนแต่ละประเภท ไม่ใช่เฉพาะความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภทเท่านั้น แม้แต่สื่อที่เหมือนกัน เช่น หนังสือพิมพ์ การจัดลำดับหรือให้ความสำคัญกับข่าวก็มีนโยบายแตกต่างกัน การมีนโยบายที่แตกต่างกันของสื่อมวลชนจะเป็นตัวแสดงจุดยืนของสื่อมวลชนแต่ละประเภท นอกจากนี้การมีนโยบายต่อเรื่องที่เกิดขึ้นที่ต่างกันของสื่อมวลชนจะทำให้เห็นแนวทางการนำเสนอข่าวที่เห็นเจตนาได้ชัดเจนว่าสื่อมวลชนแต่ละประเภท ประเภทไหนหรือสื่อตัวไหนสนับสนุนหรือเป็นแนวร่วมให้กับฝ่ายใดระหว่างสองฝ่ายที่เป็นคู่กรณีในข่าวหนึ่งๆ

2. ภาวะการแข่งขันของสื่อมวลชน การแข่งขันระหว่างกันของสื่อมวลชนแต่ละประเภท หรือแม้แต่ประเภทเดียวกันต่างก็ต้องนำเสนอสิ่งที่จะทำให้ประชาชนเลือกอ่านเลือกชมให้มากที่สุด ดังนั้นการแข่งขันจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าวของสื่อมวลชน เพราะการแข่งขันจะทำให้สื่อแต่ละประเภทต้องแข่งขันกันเพื่อให้ข่าวมีรายละเอียดมากที่สุด น่าเชื่อถือที่สุด อย่างไรก็ตามการแข่งขันของสื่อมวลชนก็ต้องคำนึงถึงความหลากหลายของข่าวที่หน่วยงานของตนต้องนำเสนอด้วยการแข่งขันเฉพาะข่าวเด่นจะทำให้สื่อมวลชนละเลยข่าวอื่นๆ ที่ควรนำเสนอด้วย

3. พื้นที่ของสื่อแต่ละประเภท การรายงานข่าวผ่านสื่อแต่ละประเภทล้วนขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่มีจำกัด การมีพื้นที่ในการรายงานข่าวที่จำกัดทำให้ข่าวที่ตามมาได้ในแต่ละวันอาจมีมากถึง 10-20 ข่าว ต้องถูกตัดลงไปเหลือจำนวนข่าวที่พอดีกับพื้นที่หรือเวลาที่จะนำเสนอในแต่ละวัน

4. ทักษะคติของเจ้าของหรือบรรณาธิการ ทักษะคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมของเจ้าของหรือคนในกองบรรณาธิการต่อข่าวใดๆ คือส่วนหนึ่งที่ใช้สนับสนุนหรือตัดทอนข่าวบางข่าวออกไปหากเห็นว่าข่าวนั้นควรสนับสนุนหรือไม่ควรส่งเสริม อย่างไรก็ตามในภาวะการแข่งขันของสื่อมวลชนในปัจจุบันมีหลายองค์กรเป็นบริษัทมหาชน ทักษะคติของเจ้าของหรือกองบรรณาธิการจะนำเสนอข่าวให้เป็นกลางและมีข้อเท็จจริงมากที่สุด การจะสนับสนุนหรือไม่อย่างชัดเจนเริ่มลดน้อยลงบ้างแล้ว

5. โฆษณา การให้ความสำคัญกับโฆษณาของสื่อมวลชนในปัจจุบันเห็นได้ชัดมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะต้นทุนการผลิตของสื่อทุกชนิดเพิ่มขึ้นเป็นระยะ ทำให้ต้องนำโฆษณามาแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งในสื่อมวลชนบางประเภทให้ความสำคัญกับโฆษณาเป็นหลัก การจะนำเสนอข่าวให้ได้จำนวนมาก ข่าวจึงจำเป็นต้องลดเนื้อที่ให้กับโฆษณา

6. สถานการณ์หรือช่วงเวลาของความเป็นข่าวขณะนั้นคืออีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าว เพราะสถานการณ์หรือช่วงเวลาของความเป็นข่าวขณะนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันหรือกะทันหัน ข่าวที่เป็นที่กำลังสนใจขณะนั้นและข่าวที่เกี่ยวข้องจะได้รับการคัดเลือกมากที่สุด

7. การเปลี่ยนแปลงของลักษณะการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจหรือสังคม เป็นปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกข่าว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมจะเป็นปัจจัยที่กำหนดความสนใจของคนให้เป็นที่ไปตามยุคสมัย

8. การเซ็นเซอร์ของรัฐบาล ในภาวะคับขันทางการเมืองการปกครอง รัฐบาลจะเข้ามาควบคุมการรายงานข่าวของสื่อมวลชนให้เป็นไปตามความต้องการของรัฐบาลเพื่อความมั่นคงของชาติ ลักษณะข่าวในภาวะนี้จะถูกจำกัดการนำเสนอ ข่าวที่ตามใจคนอ่านมีน้อยกว่าข่าวที่ต้องตามใจรัฐบาล

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงมาใช้ศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะของรายการข่าวบันเทิงทั้งในด้านของรูปแบบและเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

2.3 ทฤษฎีนายทวารข่าวสารและการกำหนดวาระข่าวสาร

ในวงการสื่อสารมวลชนนายทวารข่าวสารหมายถึงบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวของสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก เรียบเรียงข่าวสาร เพื่อเสนอให้ประชาชนทราบ โดยกองบรรณาธิการข่าวประกอบด้วยผู้สื่อข่าว หัวหน้าข่าวหรือ

บรรณาธิการ บรรณาธิการข่าวประจำวัน การทำงานของบุคคลในตำแหน่งต่างๆ นั้น นอกจากจะตัดสินใจคัดเลือก เขียนหรือนำเสนอเรื่องราวต่างๆ มาประกอบเป็นรายงานข่าวขึ้นหนึ่งๆ ตามมาตรฐานทางวิชาชีพแล้ว ในการตัดสินใจแต่ละขั้นตอนยังขึ้นอยู่กับภูมิหลังส่วนตัวของแต่ละบุคคลในเรื่องชนชั้นของครอบครัว การเลี้ยงดู การศึกษา และโลกทัศน์ รวมทั้งค่านิยม บรรทัดฐาน และขนบธรรมเนียมขององค์กรสื่อซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รักษาช่องทางการสื่อสารด้วย

บรรณาธิการและผู้สื่อข่าวจึงอยู่ในฐานะควบคุมข่าวสารต่างๆ ที่จะส่งผ่านไปยังมวลชน ซึ่งกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการข่าวประกอบด้วยนายทวารข่าวสารจำนวนมากและมีความหลากหลายในภูมิหลังสถานะเศรษฐกิจและสังคม การศึกษาและความชำนาญ ด้วยเหตุนี้สื่อจึงมิได้ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รักษาช่องทางในแบบเป็นผู้เปิดหรือปิดให้กระแสข่าวสารมีการไหลเข้าออกอย่างง่าย ๆ หากมีการคัดกรองตามค่านิยมและอุดมการณ์ของวิชาชีพ และมีทัศนคติความเชื่อตามภูมิหลังทางชนชั้นของแต่ละบุคคลและกลุ่มประกอบอยู่ด้วยแต่ไม่ว่ากระบวนการผลิตและนำเสนอข่าวจะผ่านบุคคลที่เป็นนายทวารข่าวสารหลายทอดหรือถ่ายทอดผ่านสำนวนภาษาที่แตกต่างกันมากขนาดไหนก็ยังคงต้องยึดมั่นข้อเท็จจริงอยู่เสมอ ทั้งนี้เมื่อแต่ละวันมีข่าวมากมายเข้ามาถึงองค์กรสื่อสารมวลชน บรรณาธิการข่าวต้องทำหน้าที่คัดเลือกกลับกรองข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศและเรียบเรียงให้เหมาะสมกับพื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์หรือเวลารายการโทรทัศน์ก่อนถูกส่งต่อไปยังผู้รับสาร ขณะที่อีกหลายชิ้นจะถูกทิ้งไปเนื่องจากเนื้อหาไม่เหมาะสม เวลาไม่เพียงพอ หรือเพราะฝ่ายการตลาดรับโฆษณาเกินไปหน้าที่ของนายทวารข่าวสารจึงมีทั้งเลือกและปฏิเสธสารที่เข้ามา

นอกจากนี้นายทวารข่าวสารหมายถึงแหล่งข่าว (news source) ได้ด้วย ทั้งแบบแหล่งข่าวผู้ให้ข้อมูลผู้เห็นเหตุการณ์ พยาน ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้อ่านข่าว จนถึงคนขายหรือส่งหนังสือพิมพ์ ถ้าคนใดคนหนึ่งไม่ปฏิบัติหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารต่อกันแล้วผู้รับสารซึ่งเป็นห่วงโซ่สุดท้ายก็ไม่สามารถจะรับรู้ข่าวสารได้แต่อย่างไรก็ตามในห่วงโซ่ของนายทวารข่าวสารนั้นผู้สื่อข่าวคือนายทวารข่าวสารสำคัญคนแรกในกระบวนการคัดเลือกข่าวของสื่อมวลชน เพราะบรรณาธิการหรือหัวหน้ากองบรรณาธิการไม่สามารถตัดสินใจเลือกสรรข่าวเพื่อเผยแพร่ได้เลยหากไม่ได้ข้อมูลรายละเอียดของเหตุการณ์ทั้งหมดจากผู้สื่อข่าวในการหาข่าวจากแหล่งข่าวต่างๆ ดังนั้นนอกจากต้องรู้เทคนิคการสื่อข่าวแล้ว ผู้สื่อข่าวยังต้องสามารถตัดสินใจได้ว่าเหตุการณ์ใดควรได้รับการนำเสนอ

ผู้สื่อข่าวคือด่านแรกของข่าวสารที่จะถูกส่งต่อไปยังผู้รับสาร ขณะที่บรรณาธิการข่าวจะเป็นนายทวารข่าวสารคนต่อไปที่หน้าที่คัดเลือกข่าว(news judgment) เพื่อนำเสนอแก่ผู้รับสารต่อไปผู้สื่อข่าวในฐานะนายทวารข่าวสารคนสำคัญนอกจากจะทำหน้าที่ออกภาคสนามทำข่าวตามนโยบายองค์กรภายใต้การกำกับของบรรณาธิการแล้ว ยังมีอิทธิพลต่อเนื้อหาข่าวด้วยจากการตัดสินใจว่าจะไปหาข่าวจากที่ไหน แหล่งข่าวคือใคร สัมภาษณ์อะไร ข้อเท็จจริงอะไรบ้างที่ควรเขียนลงไปในช่วง และข้อเท็จจริงใดที่ควรตัดทิ้งเพื่อไม่ให้ผู้รับสารรับรู้ โดยเกณฑ์การวินิจฉัยข่าวมีด้วยกัน 3 ขั้นตอน คือ

1) พิจารณาว่าอะไรควรเป็นข่าว และอะไรที่ไม่ใช่ข่าว 2) พิจารณาว่าจำนวนเหตุการณ์ทั้งหมดที่ได้รับนั้น ควรให้ความสำคัญแก่ข่าวใดมากที่สุด และ 3) พิจารณาว่าควรเขียนข่าวในรูปแบบใดจึงจะสามารถ ให้ความสำคัญขอข้อเท็จจริงได้อย่างถูกต้อง (มาลี บุญศิริพันธ์, 2526, น. 3-5)

สำหรับสื่อโทรทัศน์บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกข่าวที่ออกอากาศในแต่ละช่วงเวลา แล้วนำมาลำดับความสำคัญของข่าวที่เลือกมาทั้งหมดเพื่อออกอากาศตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากข่าวโทรทัศน์มีผู้ชมจำนวนมากจึงสามารถกำหนดวาระสังคมได้จากการเลือกว่าช่วงเวลานี้จะนำเสนอข่าวใดหรือไม่นำเสนอข่าวใด การเลือกข่าวของกองบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้ชมสื่อโทรทัศน์เป็นเสมือนตัวกำหนดวาระข่าวสาร (agenda setting) ที่ไปกำหนดการรับรู้ของประชาชนในสังคมว่ามีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นบ้าง และเหตุการณ์ใดเป็นประเด็นสำคัญของสังคม ส่งผลให้สาธารณชนมีความคิดเห็นคล้ายคลึงตามว่าประเด็นนั้นมีความสำคัญตามมา

การกำหนดวาระข่าวสารจึงเป็นบทบาทสำคัญหนึ่งของสื่อมวลชนอันเนื่องมาจากมีข่าวสารเกิดขึ้นมากมายในแต่ละวัน บทบาทสื่อมวลชนนี้ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงความสำคัญของประเด็นข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอ ยิ่งสื่อมวลชนนำเสนอข่าวสารประเด็นนั้นต่อเนื่องและเข้มข้นเท่าไร ประชาชนก็จะยิ่งตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นนั้นมากขึ้นเท่านั้นกระทั่งประเด็นเหล่านั้นกลายเป็นเรื่องสำคัญสำหรับประชาชนไปด้วยเพราะประชาชนเข้าใจว่าสิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอเป็นเรื่องสำคัญเสมอ ทั้งๆ ที่ในข้อเท็จจริงแล้วประเด็นนั้นอาจไม่มีความสำคัญเลยก็ได้ ดังกรณีข่าวบันเทิงที่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวส่วนตัว โดยเฉพาะแง่มุมความรัก ทั้งเริ่มรักหรือเลิกรักของดารานักแสดงที่ตกเป็นข่าว ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนแต่อย่างใดทั้งสิ้น ทว่าเมื่อสื่อมวลชนนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง ผู้ชมก็จะเริ่มคล้ายคลึงตามสื่อมวลชนจนเห็นว่าข่าวนั้นสำคัญตามไปด้วยในที่สุด

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงนำทฤษฎีนิยามวาระข่าวสารและการกำหนดวาระข่าวสารมาใช้ในการศึกษากระบวนการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง รวมถึงศึกษาการกำหนดวาระความบันเทิงทางสังคมจากการนำเสนอข่าวของรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ด้วย

2.4 แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์

การบริหารเชิงกลยุทธ์ (strategic management) เป็นกระบวนการซึ่งผู้บริหารสูงสุดพิจารณาถึงจุดประสงค์ขององค์กร กำหนดวัตถุประสงค์ และวิธีการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ โดยจุดมุ่งหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือการกำหนดหรือปรับปรุงธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้สามารถสร้างกำไรและความเจริญเติบโตที่เป็นเป้าหมายให้กับกิจการ โดยมุ่งที่การตอบสนองความต้องการของตลาดหรือลูกค้า ซึ่งจะต้องทำการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (strategic analysis) โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external analysis) การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งชั้น

และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (internal analysis) ซึ่งทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ (strategic option) จะเป็นรากฐานที่นำไปสู่การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยกลยุทธ์ในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนที่ประสบความสำเร็จทั้งหมดจะใช้ทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์มากกว่าหนึ่งทางเลือก ดังนั้นจึงต้องมีการประสมประสานทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์

การเลือกกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์, 2550, น. 157-157)

1) การเสนอคุณค่า (value proposition) เป็นสิ่งที่ธุรกิจจัดหาให้ผู้ซื้อ รวมถึงผลประโยชน์ตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์/บริการ คุณค่าด้านสังคม อารมณ์ และการแสดงออกส่วนตัว

2) สินทรัพย์และขีดความสามารถ (assets and competencies) สินทรัพย์และขีดความสามารถถือว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ประกอบด้วย เวลา ทรัพยากร และสติปัญญาเพื่อสร้างสรรค์ ซึ่งจะอยู่ยั่งยืนถ้ายากต่อการเลียนแบบ

3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่และโปรแกรม (functional strategies and programs) เป็นสิ่งที่สนับสนุนการเสนอคุณค่า การพัฒนา และเพิ่มพูนสินทรัพย์และขีดความสามารถ กลยุทธ์เหล่านี้และโปรแกรมจะรวมถึงขอบข่ายหน้าที่การผลิต การจัดจำหน่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพ ความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างตราสินค้า และการติดต่อสื่อสาร

การเข้าใจทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์เป็นแนวทางให้ 1) สามารถนำไปใช้ในการประเมินและพัฒนากลยุทธ์ระดับธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ 2) มีความคิดสร้างสรรค์และพิจารณาทางเลือกได้อย่างกว้างขวางเพื่อให้แน่ใจได้ว่าได้พิจารณาทุกทางเลือก และถ้าแน่ใจว่ามีทางเลือกที่ดีแล้วจะทำให้สามารถประสบความสำเร็จได้ และ 3) ทราบถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของทางเลือกเหล่านั้น ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มพูนให้เกิดการพัฒนาโปรแกรมเพื่อสร้างกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

ทั้งนี้ทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ ได้แก่ 1) คุณภาพ (quality) 2) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (product attribute) 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ (product design) 4) ความกว้างของสายการผลิต (product line breadth) 5) ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (corporate social responsibility) 6) ความคุ้นเคยกับตราสินค้า (brand familiarity) 7) ความใกล้ชิดกับลูกค้า (customer intimacy) 8) คุณค่า (value) 9) การมุ่งเฉพาะส่วน 10) นวัตกรรม (innovation) 11) การเป็นระดับโลก (being global) เป็นต้น โดยทางเลือกทางกลยุทธ์เหล่านี้จำเป็นต้องมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งหมดต้องสามารถนำเสนอคุณค่าที่ชัดเจนสู่ลูกค้าได้โดยการสนับสนุนด้วยสินทรัพย์และขีดความสามารถ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่และโปรแกรม

ทางเลือกทางกลยุทธ์ที่มักนำมาใช้ในธุรกิจต่างๆ รวมถึงธุรกิจโทรทัศน์ คือ กลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ดังนี้

กลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

ธุรกิจทั้งหลายมีเป้าหมายคือการได้รับกำไรสูงสุด (maximize profits) โทรศัพท์ที่เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งจึงต้องดำเนินงานเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อจะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถอยู่รอดได้ในสภาพการณ์การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตจากการเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (digital TV)

กลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage strategy) เป็นกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความสามารถในการเพิ่มคุณค่าด้านประสิทธิภาพ ความคิดสร้างสรรค์ และการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งคุณค่างกล่าวข้างต้นต้องเป็นคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (sustainable competitive advantage: SCA) เป็นการสร้างส่วนประกอบของกลยุทธ์ระดับธุรกิจให้มีข้อได้เปรียบคู่แข่งทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้สินทรัพย์และขีดความสามารถเป็นพื้นฐานสำหรับการได้เปรียบอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนนั้น จะต้องสร้างความแตกต่างที่เพียงพอ และมีคุณภาพที่ดีกว่าด้วยสินทรัพย์ (assets) เช่น ตราสินค้า (brands) ความมีชื่อเสียงด้านคุณภาพ (quality reputation) และขีดความสามารถ (competencies) เช่น ความสามารถด้านเทคนิค (the ability in techniques) และความสามารถด้านการควบคุมต้นทุน (the ability to control costs) (meaningful) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจะต้องมีความยั่งยืน (sustainable) โดยความยั่งยืนที่เป็นข้อได้เปรียบนี้จะต้องได้รับการสนับสนุนและเพิ่มพูนตลอดเวลา และจะต้องมีเป้าหมายที่การเคลื่อนไหวให้ทันและก้าวหน้ากว่าคู่แข่ง

การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนเป็นการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแข่งขัน เกณฑ์ของการแข่งขัน การนำเสนอคุณค่า (value proposition) และการคัดเลือกตลาดและคู่แข่ง โดยลักษณะของการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550, น. 152-155)

- 1) มากเพียงพอ (substantial) เป็นข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่งและเป็นที่ต้องการของลูกค้า
- 2) ต้องมีความมั่นคงยั่งยืน (sustainable) ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันต้องสามารถเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และสามารถตอบโต้คู่แข่งได้เป็นอย่างดี และ
- 3) มีสภาพคล่อง (leveraged) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถจูงใจลูกค้า คือ ต้องมีคุณค่าในจิตใจลูกค้า (positioning) โดยต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ และลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะดวกและง่ายต่อการใช้ ต้องสร้างกลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง(differentiation strategy) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งมีคุณค่าสำหรับลูกค้า หรือเป็นวิธีการสร้างความแตกต่างโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ ซึ่งมีผลต่อการเลือกและความพึงพอใจของลูกค้า

การสร้างความแตกต่างโดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (adding value) มีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550, น. 168-177)

1) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า (superior product offering) เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ โดยใช้วิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ การออกแบบ และการสร้างสรรค์นวัตกรรม

2) การสร้างความแตกต่างด้านการบริการ (service differentiation) เป็นการสร้างความแตกต่างด้านการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยเพิ่มบริการเข้าไปในผลิตภัณฑ์

3) การสร้างความแตกต่างด้านบุคลากร (personnel differentiation) เป็นการสร้างความแตกต่างในด้านคุณสมบัติของบุคลากร โดยใช้ระบบการจ้างและการฝึกอบรมพนักงาน

4) การสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (image differentiation) เป็นการสร้างความแตกต่างด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงด้านจิตวิทยา อารมณ์ ภาพลักษณ์ของบริษัท หรือสัญลักษณ์ แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้เหมือนกัน แต่ผู้ซื้อจะรับรู้ถึงความแตกต่างในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้โดยการจุดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำได้ยาก ดังนั้นบริษัทส่วนใหญ่จึงเน้นกลยุทธ์ด้านความแตกต่างในภาพลักษณ์โดยใช้เครื่องมือการโฆษณาเข้ามาช่วย

5) การสร้างความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (distribution channel differentiation) เป็นการใช้องค์ทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เกิดการขายสินค้า ซึ่งช่องทางการใช้มีหลายรูปแบบ โดยมีหลักในการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้ 1) มีความครอบคลุม 2) มีความเชี่ยวชาญ และ 3) มีการดำเนินงานที่แตกต่าง เช่น การขยายสาขาอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในธุรกิจโทรทัศน์ยังสามารถนำกลยุทธ์เหล่านี้มาใช้ได้ด้วย คือ การสร้างความแตกต่างโดยการพัฒนาคุณภาพและการใช้หลักการบริหารคุณภาพโดยรวมซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างโดยใช้กลยุทธ์ด้านคุณภาพอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้บริหารทุกคนและพนักงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันปรับปรุงคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า โดยใช้เครื่องมือต่างๆ แก้ปัญหาอย่างต่อเนื่องเพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้า

รวมถึงการสร้างความแตกต่างโดยการสร้างคุณค่าตราสินค้า (brand equity) ที่หมายถึงการทำให้ตราสินค้าของบริษัทมีความหมายเชิงบวกในสายตาของลูกค้า คุณค่าของตราสินค้า

จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคคุ้นเคยกับตราสินค้า มีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าอย่างมั่นคงและจดจำตราสินค้านั้นได้ด้วยคุณลักษณะที่ไม่ซ้ำกับตราสินค้าอื่น หรือเป็นกลุ่มของสินทรัพย์ที่เชื่อมโยงกับชื่อของตราสินค้า หรือเป็นสัญลักษณ์ซึ่งเพิ่มมูลค่าเข้ามาในสินค้าหรือบริการของบริษัท

คุณค่าตราสินค้าประกอบด้วยสินทรัพย์ที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1) การรู้จักตราสินค้า (brand awareness) เป็นความเข้มแข็งของตราสินค้าที่นำเสนอเข้าสู่จิตใจของผู้บริโภค เป็นภาพลักษณ์ในสมองของผู้บริโภค (perceptual image) ที่มีต่อตราสินค้า

2) คุณภาพที่รับรู้ (perceived quality) เป็นตราสินค้าที่ลูกค้าได้รับรู้ในคุณภาพ ลูกค้าจะเกิดความภักดีในตราสินค้า มีการซื้อซ้ำ ซึ่งการรับรู้ในคุณภาพตราสินค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ

3) ความผูกพันในตราสินค้า (brand association) เป็นความผูกพันที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า ความผูกพันอาจรวมถึงรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียง หรือสัญลักษณ์ที่เฉพาะ

4) ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (brand loyalty) เป็นคุณค่าตราสินค้าที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้ามีความต้องการสินค้าของบริษัท เมื่อซื้อไปแล้วพอใจก็จะทำให้เกิดความภักดีและเกิดการซื้อซ้ำ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีผลกำไรระยะยาว

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ประสบความสำเร็จ (successful differentiation strategies) มี 3 วิธี ดังนี้

1. การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้า (generate customer value) เป็นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างโดยเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งความแตกต่างนั้นจะเกิดขึ้นได้ระหว่างคุณค่าที่เห็นได้ชัดเจนและคุณค่าที่รับรู้จริง

2. การจัดการคุณค่าการรับรู้ (provided perceived value) เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้าเพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีภาพพจน์ที่ดี มีความสำคัญ และอยู่ในความทรงจำของลูกค้า ซึ่งจะทำให้เกิดการรับรู้ในคุณค่าเหล่านั้น

3. การสร้างให้ยากต่อการเลียนแบบ (be difficult to copy) เป็นการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ยากต่อการเลียนแบบ เพราะเมื่อไรก็ตามที่คู่แข่งสามารถเลียนแบบได้ ความแตกต่างนั้นก็หมดไป

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะกลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมาใช้ในการศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองเพื่อจะทราบถึงวิธีการสร้างความพึงพอใจให้ผู้ชมที่เป็นตลาดเป้าหมาย (target market) ของรายการข่าวบันเทิง ภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากรของและสถานี

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” นอกเหนือจากศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษางานวิจัยและการศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

พินทุ์สุดา ยุทธบรรดล (2541) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์” เพื่อศึกษานโยบาย กระบวนการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรูปแบบและเนื้อหาของรายการข่าวบันเทิง และการแสดงออกซึ่งบทบาทหน้าที่ของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ พบว่าสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. เป็นองค์กรธุรกิจที่ดำเนินการโดยร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ มีลักษณะการบริหารจัดการด้านรายการและรายได้ในรูปแบบการผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาเอง จากสัดส่วนของรายการบันเทิงมากถึงร้อยละ 80 ของรายการทั้งหมด จึงมีนโยบายให้ฝ่ายผลิตผลิตรายการข่าวบันเทิงถึง 3 รายการด้วยกัน คือ สีสนับันเทิง ดุหนังฟังเพลง และดวงบันเทิง เพื่อประโยชน์ด้านการส่งเสริมรายการของสถานี การสนับสนุนด้านการตลาดอุตสาหกรรมบันเทิง รวมทั้งสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถานี ผู้บริหาร นักร้อง บุคคลในวงการบันเทิง และดารานักแสดง โดยเฉพาะในสังกัดช่อง 3 ส่วนสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 บริหารจัดการด้านรายการและรายได้แบบเป็นเจ้าของเวลาเองทั้งหมด และให้ใช้เวลาแก่บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ถึงแม้มีสัดส่วนของรายการบันเทิงเพียงร้อยละ 60 ของรายการทั้งหมดแต่มีนโยบายให้ฝ่ายข่าวและฝ่ายรายการประสานงานในการผลิตรายการเส้นทางบันเทิงและอินไซด์บันเทิง เพื่อใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์รายการของทางสถานี และสนับสนุนด้านการตลาดอุตสาหกรรมบันเทิง และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถานี ผู้บริหาร นักร้อง บุคคลในวงการบันเทิง และดารานักแสดง โดยเฉพาะในสังกัดช่อง 7

วิไลพร หวังบุญชัย (2552) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์” เพื่อศึกษาเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ รวมถึงการรับรู้เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ พบว่าเนื้อหารายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ เบื้องหลังละคร ประชาสัมพันธ์รายการของสถานี ศิลปวัฒนธรรมและดนตรี และชีวิตดารา ส่วนวิธีการนำเสนอรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 3 วิธี คือ 1. การใช้พิธีกรเป็นหลักในการดำเนินรายการ แทรกด้วยผู้สื่อข่าว พร้อมด้วยกราฟิกและเสียงประกอบ 2. การใช้สื่อบุ การสัมภาษณ์ รายงานพิเศษ และ 3. ลักษณะการออกอากาศมีทั้งรายการที่รวมอยู่ในรายการข่าวและรายการที่ไม่รวมอยู่ในรายการข่าว ส่วนผู้ชมจะมีการรับรู้เนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์แตกต่างกันอันเนื่องมาจากปัจจัยด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจและการศึกษา ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อ ด้านสถานะสังคมและจิตใจ และด้านความชอบ

ส่วนบุคคล โดยผู้ชมได้รับประโยชน์จากรายการข่าวบันเทิง 3 ด้าน คือ 1) เพื่อความทันสมัยไม่ตกยุค 2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนๆ และสมาชิกในครอบครัว และ 3) เพื่อแก้เหงา

ศิวินารถ หงษ์ประยูร (2550) ศึกษาเรื่อง “ตระกูลรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พ.ศ. 2548” โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตรายการข่าวและการใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้รับสาร พบว่าสามารถจำแนกรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทยที่ออกอากาศในปี พ.ศ.2548 ออกเป็น 4 ตระกูล โดยเป็นตระกูลหลัก 1 ตระกูล คือ ตระกูลรายการข่าวแนวคลาสสิก (classic news genre) ใช้รหัสสร้างความหมายด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องเป็นหลักนำเสนอในรูปแบบข่าวภาคปกติ (news bulletin) โดยการอ่านข่าวเป็นหลัก สร้างความน่าเชื่อถือจากบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ และตระกูลย่อย 3 ตระกูล ได้แก่ ตระกูลย่อยรายการข่าวแนววิเคราะห์ข่าว (news analysis sub-genre) ใช้รูปแบบรายการนิตยสารข่าว (news magazine) โดยเน้นที่การวิเคราะห์ข่าวมากที่สุด ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวโชว์ข่าว (news show sub-genre) เป็นตระกูลย่อยใหม่ใช้รหัสสร้างความหมายด้านสีสันความสบายและความเพลิดเพลินเป็นหลักใช้รูปแบบการสนทนาข่าว พร้อมกับบรรยายภาคสบาย กึ่งทางการแต่สร้างความน่าเชื่อถือจากพิธีกร และตระกูลย่อยรายการข่าวแนวสาระบันเทิง (infotainment news sub-genre) ซึ่งเป็นตระกูลย่อยใหม่ที่แยกตัวออกจากข่าวภาคปกติใช้รหัสสร้างความหมายด้านความสนุกสนานมีภาพรวมของรายการที่ไม่เป็นทางการมากที่สุดรูปแบบการรายงานข่าวและสื่อบันเทิงที่บันเทิงเป็นกันเองและมีสีสันเป็นข่าวเบาทั้งหมด มีพื้นที่โฆษณามากที่สุด และถูกใช้เป็นที่ประชาสัมพันธ์รายการอื่นๆ ความน่าเชื่อถือของรายการมาจากบรรณาธิการและกองบรรณาธิการซึ่งควบคุมการเล่าเรื่องทั้งหมด พิธีกรมีบทบาทเพียงเพิ่มเติมสีสัน เช่น รายการสีสันบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และดาวกระจายทางโมเดิร์นไนน์ทีวี

แนวสาระบันเทิงและตระกูลย่อยรายการแนวโชว์ข่าวจำแนกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. นำเสนอเฉพาะข่าวเบา (soft news) เป็นส่วนใหญ่ เนื้อหาข่าวที่ถูกเลือกมานำเสนอในรายการข่าวบันเทิงเป็นข่าวเบาทั้งหมด และมักจะเป็นรายการที่เสนอข่าวประเภทเดียว จนทำให้ปรากฏมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวเล็กๆ น้อยๆ ที่ไม่ได้มีในรายการข่าวประจำวัน

2. เนื้อหาข่าวบันเทิงเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตดาราดารา สื่อบันเทิงหลังละคร ข่าวศิลปวัฒนธรรมบันเทิง และดนตรี รายการที่มีเวลานำเสนอมากจะมีเนื้อหารายการในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อบันเทิงพิเศษ โดยการสร้างสรรค์เนื้อหาพิเศษต่างๆ เพื่อเพิ่มสีสันให้กับรายการ รวมทั้งบางครั้งยังใช้เป็นพื้นที่ของการโฆษณาแฝงสินค้าหรือบริการต่างๆ ด้วย

3. วิธีการนำเสนอมีผู้ดำเนินรายการเป็นพิธีกร โดยพิธีกรเคลื่อนไหวร่างกายมาก อาจเปลี่ยนตำแหน่งที่นั่งพิธีกรทั้งชายและหญิงใช้สีหน้าท่าทางประกอบการนำเสนอข่าวมาก มักจะแสดงท่าทางสบายๆ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชมและสร้างความสนุกสนาน มีลูกเล่นในการดำเนินรายการทั้งภาพและเสียง การแต่งกายใส่เครื่องประดับ แต่งหน้า ทำผม แบบไม่เป็นทางการ ตามสมัยนิยมและเทศกาลทั้งนี้มีพิธีกรหลัก 1 - 4 คน จะเป็นพิธีกรที่มีภาพลักษณ์ของผู้มีประสบการณ์และมี

ความสามารถในการนำเสนอได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนการรายงานข่าวโดยการลงเสียงจากผู้บรรยายประกอบภาพ และมีการรายงานข่าวของผู้สื่อข่าวภาคสนาม เน้นการใช้เสียงบรรยายจากผู้บรรยาย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหาข่าวที่นำเสนอ

4. การเปลี่ยนหน้าที่จากผู้ประกาศมาเป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ การมีผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าวอื่นๆ เข้ามาทำหน้าที่รายงานข่าว สัมภาษณ์แหล่งข่าวไปพร้อมกัน รายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์จะนำข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวนั้นมานำเสนอโดยการสัมภาษณ์หรือรายงานข่าวให้ผู้ชมได้ทราบข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวโดยตรง และรายงานข่าวด้วยลีลาที่สนุกสนานหรือเร้าใจ

5. รูปแบบการนำเสนอรายการยังนิยมนำเรื่องราวหลุดๆ ขำๆ ของบรรยากาศจากแหล่งข่าวนั้นๆ มาเสนอเพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับช่วงท้ายของรายการด้วย มีการนำเสนอสื่อบันเทิง รายงานพิเศษ การสัมภาษณ์ และคอลัมน์พิเศษ เช่น การวิเคราะห์

6. ภาษาที่ใช้ไม่เป็นทางการ เป็นกันเองกับผู้ชม มักจะเป็นภาษาพูด เข้าใจง่าย

7. มีองค์ประกอบด้านวิธีการนำเสนอทั้งภาพ เสียง กราฟิก โดยใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกสร้างสีสันประกอบการนำเสนอข่าวภาพเปลี่ยนแปลงตามการเคลื่อนไหวของพิธีกร และมีการเคลื่อนที่กล้องแบบแปลกๆ ใช้เพลงหรือเสียงประกอบต่าง ๆ เพื่อสร้างสีสันและช่วยในการเล่าเรื่องส่วนฉากจะสื่อถึงเนื้อหาหลักของรายการและช่วยประชาสัมพันธ์ ทั้งแบบฉากในส่วนของพิธีกรที่อยู่ในสตูดิโอ ฉากรายการ ซึ่งไม่เป็นทางการ ไม่จริงจัง เน้นสีสันสดใส มีความเคลื่อนไหวและทันสมัย และฉากที่เน้นการนำเสนอภาพข่าวที่มีภาพบุคคลในข่าวในฉากที่เป็นสถานที่เกิดเหตุ

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษากระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์เองว่ามีนโยบายการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงไปในทิศทางใด รวมทั้งศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงของแต่ละสถานีโดยเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในกระบวนการผลิตและนำเสนอของรายการสีสันบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และคั่นปากของสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยมงบันเทิงในรายการคุยมงข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเพื่อจะได้ทราบถึงแนวทางการนำนโยบายและกลยุทธ์เหล่านั้นมาใช้ในการผลิตรายการข่าวบันเทิงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (effective & efficiency) ภายใต้ข้อจำกัดและสนับสนุนของปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการผลิตเพื่อจะใช้เป็นแนวทางพัฒนาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเองต่อไป

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive) ข้อมูล ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) การรวบรวมเอกสาร (documentary analysis) และการสังเกตการณ์ (observation) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ และเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลที่น่าสนใจเพิ่มเติมได้ โดยจัดเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (documentary analysis)

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย รายงานข่าว สคริปต์ข่าว หมายข่าวและผังรายการ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์นโยบาย กลยุทธ์ รวมถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง โดยจัดเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

3. การสังเกตการณ์ (observation)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตการณ์การทำงานของทีมข่าวบันเทิงที่ผลิตรายการข่าวบันเทิงเอง

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” ได้กำหนดแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาจากเนื้อหาในเอกสารข่าว และจากสำเนาเทปข่าวของรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ที่กำหนดไว้ในช่วงเวลาก่อนเปลี่ยนเป็นโทรทัศน์ดิจิทัล (digital TV) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีคัดเลือกเฉพาะรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์จากการสำรวจข้อมูลพบว่า มีรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองในช่วงเวลาที่ดำเนินการศึกษา 13 รายการ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

รายการ	วัน-เวลาออกอากาศ	ความยาว
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3		
สี่ส้านบันเทิง	ส.-พท หลังข่าวภาคค่ำ	15 นาที
โต๊ะข่าวบันเทิง	จ.-ศ. 11.05-13.30 น.	145 นาที (30 นาที)
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	จ.-ศ. 11.05-13.30 น.	185 นาที (30 นาที)
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7		
เส้นทางบันเทิง	จ.-อา. 18.35-18.40 น.	5 นาที
เที่ยงบันเทิง	จ.-ศ. 11.30-13.00 น.	90 นาที (9 นาที)
คั่นปาก	จ.-ศ. 07.30-08.15 น.	45 นาที
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์		
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	จ.-ศ. 11.30-12.00 น.	30 นาที
ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์	จ.-ศ. 21.30-21.45 น.	15 นาที
	ส.-อา 19.00-19.15 น.	15 นาที
ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์	ส.-อา 11.00-11.30 น.	30 นาที
คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมบข่าวเช้า	จ.-ศ. 05.30-07.25 น.	115 นาที (10 นาที)
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย		
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการ ข่าวภาคค่ำ	จ.-ศ. 18.30-20.00 น.	90 นาที (10 นาที)
	ส.-อา. 18.00-20.00 น.	120 นาที (10 นาที)
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส		
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	จ.-อา. 19.00-20.20 น.	80 นาที (5-10 นาที)
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	จ.-ศ. 10.30-11.00 น.	30 นาที

2. ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) บุคลากรที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง รวมทั้งสิ้น 18 คน ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิง ได้แก่ โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟบรรณาธิการหรือหัวหน้าแผนกข่าวบันเทิงที่รับผิดชอบในระดับนโยบาย โดยดำเนินการเลือกแบบเจาะจง (purposive

sampling) จากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานเป็นผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงมานานไม่น้อยกว่า 5 ปี รวม 10 คน ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

ผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

รายการ	ชื่อ	ตำแหน่ง
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3		
สีสันบันเทิง	ปรีดาพร วณิชย์กอบจินดา	ผู้จัดการแผนกสีสันบันเทิง-ผลิตรายการ
โต๊ะข่าวบันเทิง	เพชร พรหมช่วย	โปรดิวเซอร์
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	เฉลิมพล พูลสวัสดิ์	โปรดิวเซอร์
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7		
เส้นทางบันเทิงเที่ยงบันเทิง และคั่นปาก (กำกับดูแลภาพรวมทุกรายการ)	สุบัณฑิต สุวรรณนพ	ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการ
เส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิง	วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล	บรรณาธิการ
คั่นปาก	กุลธิดา ลิ้มธนสาร	บรรณาธิการ
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์		
ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ ไลฟ์ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และ คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า	ธิดิพร จุติมานนท์	โปรดิวเซอร์
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย		
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการ ข่าวภาคค่ำ	พรชาติ สาครมณีรัตน์	บรรณาธิการ และหัวหน้า สายข่าวศิลปวัฒนธรรม
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส		
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำและข่าว ศิลปะ-บันเทิง	พรรณี รุ่งสว่าง	บรรณาธิการกลุ่มข่าวชีวิต และสังคม
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำและข่าว ศิลปะ-บันเทิง	อธิป กลิ่นวิจิต	ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว

2.2 กลุ่มผู้สื่อข่าวบันเทิงซึ่งรับผิดชอบในการหาข้อมูล ลงพื้นที่ภาคสนาม และเรียบเรียงข่าว โดยดำเนินการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานข่าวบันเทิงมานานไม่น้อยกว่า 2 ปี จำนวน 8 คนดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3

ผู้สื่อข่าวรายการบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

รายการ	ชื่อ	ตำแหน่ง
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3		
สีลันบันเทิง	จิรนนท์ เหลืองบริบูรณ์	ผู้สื่อข่าว
โต๊ะข่าวบันเทิง	โสภิตา สุขันโธ	ผู้สื่อข่าว
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	ทศพล แพงแก้ว	ผู้สื่อข่าว
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7		
เส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิง	จริญญา ชัยเกษตรสิน	ผู้สื่อข่าว
คั่นปาก	คมกฤษ ลำเจียก	ผู้สื่อข่าว
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์		
ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงบขำเช้า	เขมรัตน์ จันทรแดง	ผู้สื่อข่าว
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย		
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	ภัทรา อินทรกำเหนิด	ผู้สื่อข่าว
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส		
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ ข่าวศิลปะ-บันเทิง	อภิยา ฉายจันทร์ทิพย์	ผู้สื่อข่าว

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บและรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการ ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารข่าว และเทปข่าวโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงในช่วงเวลาก่อนเปลี่ยนเป็นโทรทัศน์ดิจิทัล (digital TV) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง
2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีทั้งสิ้น 18 คน แบ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง 10 คน และกลุ่มผู้สื่อข่าว 8 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ด้วยรูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแน่นอน (semi-structured interview) เพื่อกำหนดกรอบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และเป็นประโยชน์ต่อการตั้งประเด็นคำถามเพิ่มเติมโดยระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ดำเนินการบันทึกเสียงควบคู่กับจดบันทึกด้วย
3. การสังเกตการณ์ในกระบวนการผลิต

3.3 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเองเพื่อเจาะลึกในประเด็นที่ศึกษา แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เป็นแบบมีโครงสร้างแน่นอน (semi-structured interview) ซึ่งกำหนดขึ้นจากกรอบแนวคิด ทฤษฎี และวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีลักษณะปลายเปิดเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นและประสบการณ์จากการปฏิบัติงานและบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิง ดังนี้

1. การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิง
 - 1.1 นโยบายการผลิตรายการข่าวบันเทิงเป็นอย่างไร
 - 1.2 วัตถุประสงค์ของรายการข่าวบันเทิงที่ต้องการบรรลุคืออะไร
 - 1.3 กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงอย่างไร และประกอบด้วยกลยุทธ์ใดบ้าง
 - 1.4 มีกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความเป็นผู้นำ การสร้างความแตกต่าง และความได้เปรียบเชิงการแข่งขันหรือไม่ อย่างไร
 - 1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการข่าวบันเทิงคือใคร
 - 1.6 มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดประเด็นข่าว และพิจารณาคุณค่าข่าวบันเทิงอย่างไร
 - 1.7 วิธีการแสวงหาประเด็นข่าว และการเก็บรวบรวมข้อมูล (แจกแจงคำตอบ)

2. การบริหารการนำเสนอรายการข้าวบัณฑิต

2.1 มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกข้าวบัณฑิตก่อนนำเสนออย่างไร รวมถึงมีกระบวนการคัดเลือกข้าวอย่างไร

2.2 มีนโยบายการนำเสนอเนื้อหารายการข้าวบัณฑิตอย่างไร

2.3 มีกระบวนการอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกข้าวบัณฑิตเพื่อนำเสนอ

2.4 รูปแบบ เวลา และความยาวในการนำเสนอรายการข้าวบัณฑิตเป็นอย่างไร

(ให้อธิบาย)

2.5 รูปแบบและเนื้อหารายการข้าวบัณฑิตของตนเองแตกต่างจากรายการข้าวบัณฑิตของสถานีโทรทัศน์อื่นอย่างไร

2.6 มีการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอรายการข้าวบัณฑิตอย่างไร

2.7 กลุ่มผู้ชมมีความสำคัญต่อการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารอย่างไร

2.8 ปัจจัยภายในอะไรบ้างที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข้าวบัณฑิต เช่น นโยบายสถานีโทรทัศน์ เทคโนโลยีที่เอื้อต่อการทำงาน ความสามารถทางวิชาชีพของกองบรรณาธิการ

2.9 ปัจจัยภายนอกอะไรบ้างที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข้าวบัณฑิต เช่น กฎหมายสื่อสารมวลชน จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน ความสนใจของกลุ่มผู้ชม ข่าวตามกระแส คู่แข่ง ลูกค้า/ผู้สนับสนุนรายการ สภาพเศรษฐกิจ

3. มีการประชุมโต๊ะข่าว และวางแผนประเด็นข่าวก่อนออกทำข่าวหรือไม่อย่างไร

4. หลังจากออกทำข่าวแล้วมีการเปลี่ยนแปลงประเด็นการนำเสนอหรือไม่อย่างไร/ หากมีการเปลี่ยนประเด็นข่าวจะต้องดำเนินการอย่างไร

5. ปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการคัดเลือกประเด็นข่าวที่จะนำเสนอ เช่น ความสามารถทางวิชาชีพ/ประสบการณ์การทำงาน

6. หลักจริยธรรมสื่อมวลชนหรือจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมีผลต่อการนำเสนอข่าวสารหรือไม่ อย่างไร

7. การคิดประเด็นและการนำเสนอข่าวบัณฑิตยึดมั่นหลักจรรยาบรรณสื่อเรื่องใดบ้าง อย่างไร

8. ในกรณีที่การนำเสนอข่าวบัณฑิตส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อบุคคลในองค์กรหรือสถานีโทรทัศน์ของตนเอง มีวิธีจัดการกับข่าวลักษณะดังกล่าวนี้ได้อย่างไร

9. กรณีที่พบประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อสังคม มีนโยบายในการนำเสนออย่างไร

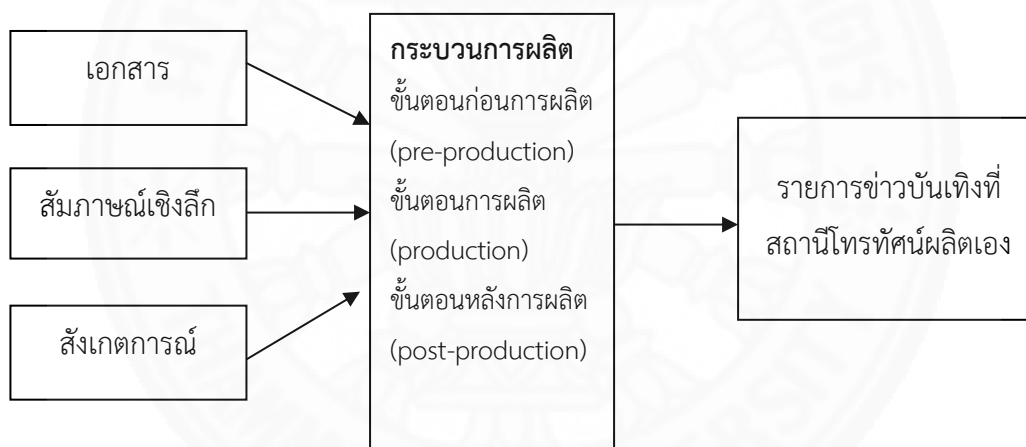
3.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์กระบวนการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง
2. สังเคราะห์การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

3.5 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาเขียนในรูปแบบการพรรณนาและตารางประกอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.6 กรอบการวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” เป็น การศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองทั้งในด้านนโยบาย กลยุทธ์ และปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและนำเสนอรายการ โดยดำเนินการวิเคราะห์รายการข่าวบันเทิงที่ สถานีโทรทัศน์ผลิตเองตามกรอบของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มี 3 ขั้นตอนด้วยกัน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) เพื่อเปรียบเทียบความเหมือน/ความต่างของนโยบาย กลยุทธ์การผลิต และ ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการข่าวบันเทิงของแต่ละสถานี โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ดังนี้

ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ประกอบด้วย

- นโยบายรายการข่าวบันเทิง
- การวางแผนรายการข่าวบันเทิง
- กลุ่มเป้าหมาย
- การวางแผนการกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว
- การวางแผนผลิตข่าว

ขั้นตอนการผลิต (Production) ประกอบด้วย

- รูปแบบรายการ
- เนื้อหารายการ
- การนำเสนอ
- พิธีกร

ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ประกอบด้วย

- การเขียนบทข่าว
- การตัดต่อข่าว
- การประเมินผลรายการ
- จริยธรรมวิชาชีพ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองโดย เรียงลำดับขั้นของการผลิตที่ประกอบด้วยขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต โดยจะนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมการผลิตของทุกสถานีไปพร้อมๆ กันเพื่อแสดงความเหมือน/ แตกต่าง ซึ่งรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง มีดังนี้

- สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีรายการสีสันทันทีทั้ง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้
- สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีรายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปาก
- สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า
- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ
- สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิง รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองมีขั้นตอนการผลิต 3 ขั้นตอนด้วยกัน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) โดยในการวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นของกระบวนการผลิตดังกล่าว

4.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

การผลิตรายการข่าวบันเทิงต้องมีการวางแผนการผลิตอย่างรัดกุมเพราะมีกระบวนการที่ซับซ้อนและอาศัยความร่วมมือของบุคลากรหลายฝ่าย ขั้นตอนก่อนการผลิตจึงเป็นการวางแผนการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นกรอบควบคุมการดำเนินงานการผลิตรายการข่าวบันเทิงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (efficiency & effective) โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 นโยบายรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งให้ความสำคัญกับข่าวบันเทิงโดยบรรจุไว้ในผังรายการทั้งที่รวมกับข่าวภาคหลัก หรือแยกออกเป็นรายการเฉพาะที่ชัดเจน ซึ่งรูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงจะแตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละสถานี

4.1.1.1 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ระบบอนาล็อกภาคพื้นดิน (analogue terrestrial TV) ดำเนินการโดยบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์จำกัด ในกลุ่มบริษัทบีบีซีเวิลด์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้สัญญาร่วมดำเนินกิจการกับ อสมท ประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ในเชิงพาณิชย์ที่มุ่งเน้นผลกำไร การกำหนดนโยบายการผลิตรายการข่าวบันเทิงมุ่งสนับสนุนรายการต่างๆ ของสถานี รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถานีและดารานักแสดงในสังกัด

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 ผลิตเองมีสามรายการคือ สีสันบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ซึ่งทั้งสามรายการสังกัดฝ่ายผลิตรายการโดยในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์รายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเองโดยเรียงลำดับตามเวลาการเกิดขึ้นก่อน-หลังของรายการดังนี้

(1) รายการสีสันบันเทิง

สีสันบันเทิงเป็นรายการที่ผลิตโดยกองบรรณาธิการฝ่ายรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 ออกอากาศต่อเนื่องยาวนานกว่าสองทศวรรษนับแต่เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2535 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเป็นพื้นที่ประชาสัมพันธ์รายการ ละคร และดารานักแสดงในสังกัด รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีดังที่ปรีดาพร วณิชย์กอบจินดา ผู้จัดการแผนกสีสันบันเทิง-ผลิตรายการ กล่าวถึงนโยบายการบริหารการผลิตรายการสีสันบันเทิงดังนี้

นโยบายตั้งแต่เริ่มต้นจะไม่เน้นข่าวส่วนตัว แต่เป็นรายการที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ละครและนักแสดงของช่องนำเสนอละครและรายการของช่อง 95% ที่เหลืออีก 5% เพื่อไว้สำหรับคอนเนกชันผู้บริหาร งานบวช งานแต่ง อีเวนต์ต่างๆ พุดง่ายๆ เป็นเหมือนร้านค้าที่วางสินค้าของเราซึ่งก็คือ ละคร รายการ และนักแสดง จุดขายของเราคือ การส่งเสริมภาพลักษณ์นักแสดงและละคร แม้ไม่เคยมีนโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ทีมข่าวทุกคนซึมซับรับรู้นโยบายนี้จากการปฏิบัติงาน (ปรีดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

(2) รายการโต๊ะข่าวบันเทิง

รายการโต๊ะข่าวบันเทิงเกิดขึ้นจากนโยบายสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 ที่ต้องการให้มีรายการข่าวที่มีความสด ใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ โดยนำรูปแบบรายการข่าวประจำวันมาปรับให้เข้ากับความเป็นบันเทิงเพื่อนำเสนอข่าวบันเทิงทั่วไปที่เป็นกลาง ไม่เลือกค่ายบนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่องสังคมตามสโลแกนการเสนอข่าว “เรื่องจริงของคนบันเทิง” แต่ยังคงพื้นที่ไว้สำหรับเนื้อหาข่าวของสถานีตามนโยบายองค์กรที่ต้องการให้รายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเองทำหน้าที่เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถานี ดังที่ เพชรี พรหมช่วย โปรติวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงกล่าวถึงนโยบายรายการโต๊ะข่าวบันเทิงดังนี้

ดิฉันเคยทำข่าวบันเทิงทั่วไปไม่แยกสังกัด พอมาทำช่อง 3 ก็ต้องรับเอานโยบายของที่นี่ มาบวกเข้ากับแนวคิดของเรา คือ เสริมเนื้อหาข่าวบันเทิงทั่วไปเพื่อเป็นทางเลือกของคนดูเพราะถ้าอยากดูเรื่องของช่องก็มีรายการอยู่แล้ว ดังนั้นเราจึงกำหนดสัดส่วนเนื้อหา 60: 40 ทำข่าวข้างนอก 60 ทำข่าวข้างใน 40 แนวคิดหลักคือ ข่าวบันเทิงน้ำดีที่น่าเสนอ “เรื่องจริงคนบันเทิง” มีความน่าเชื่อถือและคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมถือเป็นนโยบายที่ต้องการทำอะไรให้กับสังคมและคนดู (เพชรี พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

สอดคล้องกับ โสภิตา สุคันโธ ผู้สื่อข่าวของรายการโต๊ะข่าวบันเทิงที่รับรู้ นโยบายรายการนำไปเป็นหลักในการปฏิบัติงานข่าวดังนี้

ข่าวประเด็นที่เกิดขึ้นประจำวันเราก็ทำ เจ็บ ป่วย เสียชีวิต แต่งงาน รับปริญญาเราก็ไป ทำข่าว คือ ทั้งหมดต้องเป็นเรื่องจริงของคนบันเทิงที่เกิดขึ้น ไม่ได้ทำตามกระแสว่า เว็บไซต์นั้นลงอย่างนั้นหรือเต้าข่าวมาแบบนี้ แต่เราจะทำแบบข่าวที่เกิดเรื่องนี้ขึ้นมาจริงๆ นักแสดงแกล้ง นัดพุดคุย ถึงจะทำ (โสภิตา สุคันโธ, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

นโยบายการนำเสนอข่าวของรายการโต๊ะข่าวบันเทิงบนหลักคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับการถ่ายทอดสู่ทีมข่าวเพื่อยึดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยโปรดิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงแสดงทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายข่าวของรายการดังนี้

นโยบายการทำข่าวของโต๊ะข่าวบันเทิงต้องเป็นเรื่องจริง มีจริยธรรมคุณธรรม สิ่งนี้เป็นกรอบการทำงานและนำเสนอเนื้อหาข่าวของรายการ เราจะไม่กระหายข่าวจนลืมนิยามหรือจรรยาบรรณนักข่าว คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเสมือนไบเบิลให้นักข่าวของเราเข้าใจตรงกัน (เพชร พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

(3) ครอบครัwbันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้

ครอบครัwbันเทิงออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2554 จากแนวคิดที่ต้องการให้เพิ่มช่วงข่าวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้โดยนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิงของครอบครัwbันเทิงนอกจากจะมุ่งประชาสัมพันธ์ผลงานละคร รายการ และนักแสดงของสถานีแล้ว ยังนำเสนอประเด็นข่าวที่ผู้คนในสังคมให้ความสนใจ ทั้งความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงทั่วไป และเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดงหรือเป็นประเด็นข่าวซุบซิบ (gossip) ซึ่งแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากรายการข่าวบันเทิงอื่นๆ ที่สถานีผลิตเอง ดังที่ เฉลิมพล พูลสวัสดิ์ โปรดิวเซอร์ครอบครัwbันเทิงกล่าวถึงนโยบายการผลิตข่าวบันเทิงของครอบครัwbันเทิงดังนี้

สมัยก่อนช่อง 3 มีนโยบายชัดเจนว่าไม่เล่นข่าวกอสซิปแต่เมื่อมีช่วงครอบครัwbันเทิงเข้ามาเราหรือร่วมกับทีมงานไร่ส้ม (บริษัทไร่ส้ม จำกัด) คิดว่าน่าจะเสนอข่าวกอสซิปที่เป็นกระแสที่คนสนใจ เป็นการต่อสูระหว่างความคิดเก่ากับความคิดใหม่ก่อนจะหาจุดกึ่งกลางว่าเราจะเล่นในประเด็นที่เหมาะสม (เฉลิมพล พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

ทั้งนี้ถึงแม้ทั้งรายการสี่ส้านบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัwbันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้จะไม่มีนโยบายรายการข่าวบันเทิงที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ทว่าก็สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (effective & efficiency) ดังที่ผู้จัดการแผนกสี่ส้านบันเทิง-ผลิตรายการ ยืนยันว่ารายการข่าวบันเทิงของสถานีสามารถตอบสนองทั้งนโยบายรายการและความต้องการของผู้ชมได้ในขณะเดียวกันอันเนื่องมาจากมีนโยบายองค์กรเป็นแนวทางปฏิบัติ

กว้างๆ ในการกำกับทิศทางการผลิตและนำเสนอรายการ และบ่อยครั้งยังมีคำสั่งเชิงกลยุทธ์หรือข้อแนะนำโดยตรงจากผู้บริหารระดับสูงของสถานีในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วย

“ช่อง 3 แม้เป็นองค์กรใหญ่ แต่ลักษณะการบริหารงานยังคงเป็นแบบเก่าแก่ นโยบายบางอย่างก็เป็นคำสั่งตรงจากผู้บริหารลงมาเลย เป็นการสั่งงานแบบปากเปล่า นโยบายจึงสามารถเปลี่ยนแปลงไปมาได้” (ปริดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

ตารางที่ 4.1

เปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รายการ	นโยบาย
สี่สัปดาห์บันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ ดารานักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี - ไม่นำเสนอข่าวที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบแต่อย่างใดทั้งสิ้น - ไม่มีนโยบายรายการเป็นลายลักษณ์อักษร
โต๊ะข่าวบันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ ดารานักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี - ไม่นำเสนอข่าวซุบซิบ ส่วนข่าวที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวต้องเป็นเรื่องราวที่ดารานักแสดงเป็นผู้แถลงข่าวหรือให้สัมภาษณ์อย่างเป็นทางการเอง - การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงบนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรมตามนโยบายการเสนอข่าว “เรื่องจริงของคนบันเทิง” - ไม่มีนโยบายรายการเป็นลายลักษณ์อักษร
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ ดารานักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี - การนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสวิกฤตทั้งที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวของดารานักแสดง และที่เป็นข่าวซุบซิบ - ไม่มีนโยบายรายการเป็นลายลักษณ์อักษร

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนมุ่งแสวงหารายได้จากการขายโฆษณา รายการ ดำเนินการผลิตละครและมีนักแสดงสังกัดสถานี จะใช้ข่าวบันเทิงเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับละคร นักแสดงและกิจกรรมต่างๆของสถานี เพื่อสร้าง

ความนิยม (rating) ให้กับรายการและละครของสถานี ดังที่รายการข่าวบันเทิงทุกรายการที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3ผลิตเอง ทั้งสี่สัปดาห์บันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิง ต่างมีนโยบายรายการร่วมกันคือ การเป็นพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์รายการ ละคร ดารานักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี ซึ่งถือเป็นภารกิจหลักของกองบรรณาธิการรายการข่าวบันเทิงทุกรายการที่ต้องตอบสนองนโยบายสถานี

ในขณะที่จุดต่างด้านนโยบายของรายการข่าวบันเทิงทั้งสามมีเพียงเล็กน้อยคือ รายการสี่สัปดาห์บันเทิงนำเสนอแต่เนื้อหาเกี่ยวกับรายการ ละคร และดารานักแสดงในสังกัดเท่านั้น ขณะที่รายการโต๊ะข่าวบันเทิงนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงทั่วไปด้วย ถึงจะยังมีข้อจำกัดทางนโยบายที่ไม่สามารถนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผลงานของดารานักแสดงที่สังกัดสถานีคู่แข่งได้เนื่องจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับสถานีโทรทัศน์คู่แข่งซึ่งจะกระทบต่อผลประโยชน์ธุรกิจตามมา ส่วนครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้เป็นรายการข่าวบันเทิงแนวใหม่ของสถานีที่นำเสนอข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip) และเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดง รวมถึงความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงทั่วไป นอกเหนือไปจากการเป็นพื้นที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ละคร และดารานักแสดงของสถานีเหมือนดังสองรายการข้างต้น

4.1.1.2 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนที่ได้รับสัมปทานในการบริหารคลื่นความถี่จากกองทัพบกประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ นโยบายสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มุ่งทำรายการบันเทิงจากการวางตำแหน่ง (positioning) องค์กรเป็นช่องวาไรตี้ที่มีทั้งความบันเทิง สารบันเทิง และข่าว โดยมุ่งพัฒนารายการข่าวและละครให้เป็นอันดับหนึ่งอยู่เสมอรายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเองทั้งรายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปาก ต้องคำนึงถึงความนิยมของรายการ (rating) โดยการมุ่งทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ละครและดารานักแสดงของสถานีเป็นสำคัญอันจะนำมาสู่รายได้หลักของสถานี

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีวัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. รักษาคุณภาพของรายการข่าวบันเทิงให้ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับรายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์รายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เรียงตามลำดับการเกิดขึ้นก่อน-หลังของรายการดังนี้

(1) รายการเส้นทางบันเทิง

รายการเส้นทางบันเทิงเป็นรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ที่ออกอากาศในช่วงเวลาหลักที่มีผู้ชมจำนวนมากและมีค่าโฆษณาสูง (prime time) นโยบายรายการเส้นทางบันเทิงจึงเป็นการใช้ข่าวบันเทิงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนรายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานีซึ่งถือเป็นสินค้า (product) ขององค์กร ตลอดจนส่งเสริมประชาสัมพันธ์ รายการของลูกค้าและพันธมิตรของสถานีด้วย ดังที่วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล บรรณาธิการรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงแสดงทัศนะเกี่ยวกับนโยบายรายการเส้นทางบันเทิงดังนี้

นโยบายรายการเส้นทางบันเทิงมุ่งนำเสนอเรื่องราวเบื้องหน้าเบื้องหลังละครนำเสนอข่าวที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานีและดาราในสังกัด นอกจากนี้ยังมีข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผู้สนับสนุนรายการซื้อเวลากับทางสถานีด้วย ซึ่งกองบรรณาธิการจะเจียนบทข่าวให้เหมาะสมกับรูปแบบของรายการเส้นทางบันเทิงซึ่งแต่ละปีมีรายได้จากผู้สนับสนุนรายการค่อนข้างมาก (วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2557)

(2) รายการเที่ยงบันเทิง

รายการเที่ยงบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีนโยบายรายการเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานของสถานีโดยเฉพาะละครและนักแสดงในสังกัดเช่นเดียวกับรายการเส้นทางบันเทิง แต่เพิ่มการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั่วไปด้วย เช่น การแสดงคอนเสิร์ต การเปิดตัวภาพยนตร์ รวมทั้งเรื่องราวในแวดวงศิลปะและวรรณกรรม

(3) รายการคั่นปาก

รายการคั่นปากนอกจากจะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ละคร รายการ และกิจกรรมต่างๆ ของสถานีตามภารกิจหลักของรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผลิตเองแล้ว นโยบายรายการยังขยายไปสู่การผลิตและนำเสนอเนื้อหารายการที่ครอบคลุมข่าวบันเทิงแบบซุบซิบ (gossip) และเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของคนในวงการบันเทิง รายการคั่นปากมีรูปแบบและเนื้อหาแตกต่างจากรายการข่าวบันเทิงของสถานีที่มาก่อนทั้งเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิง ดังที่ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการแสดงทัศนะเกี่ยวกับนโยบายการผลิตรายการคั่นปากดังนี้

นโยบายข่าวบันเทิงของสถานีทำให้เราแตกเชกเมนต์ออกมาเป็นรายการคั่นปากที่เน้นข่าวกอสซิปเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวดารา เพราะในช่วงเวลานั้น (พ.ศ. 2550-2551) การนำเสนอข่าวในลักษณะเล่าข่าวมีเยอะ แต่สไตล์การเสนอข่าวของช่อง 7 เป็นอีกแบบไม่ใช่เป็นการเล่าข่าว ดังนั้นเราอาจจะมีรายการที่โทนเบาลงเกี่ยวกับดารา และเป็นลักษณะของการพูดคุยกัน คือ เวลาเรานำเสนอรายการเราจะมองผังรวมแล้วคิดว่าอะไรควรอยู่ตรงไหน (สุบัญญัติ สุวรรณพ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2557)

สอดคล้องกับ กุลธิดา ลิ้มธนสาร บรรณาธิการรายการค้นปากที่กล่าวถึง นโยบายการผลิตรายการว่าต้องสอดคล้องกับ นโยบายของสถานีถึงแม้จะนำเสนอข่าวบันเทิงแนว ชุบซิบที่เกี่ยวข้องกับดารานักแสดงของสถานีโทรทัศน์คู่แข่ง

ทีมงานเราถูกควบคุมโดยคณะกรรมการพิจารณารายการช่วงที่ไม่ใช่ไพรม์ไทม์ การผลิต รายการต้องสนับสนุนนโยบาย กิจกรรม ละครหรือนักแสดงในสังกัด แต่ไม่ได้หมายความว่าเนื้อหาจะมีแต่เรื่องของสถานี ไม่เช่นนั้นรายการจะขาดสีสัน เช่น ข่าวพลอย เฌอมาลย์ ดาราช่อง 3 ถ้าเราทำตามนโยบายก่อนมีรายการนี้ก็จะออกข่าวนี้ไม่ได้ แต่เมื่อเราต้อง นำเสนอข่าวตามคอนเซ็ปต์ของรายการค้นปากก็สามารถนำเสนอข่าวกอสซิปที่อยู่ใน กระแสนี้ได้ (กุลธิดา ลิ้มธนสาร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2557)

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ให้ความสำคัญกับการใช้รายการข่าว บันเทิงเป็นช่องทางและเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ละครที่เป็นจุดแข็งขององค์กรเพื่อเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขันทั้งในตลาดข่าวบันเทิงและละครโทรทัศน์ดังที่สุบัตติต สุวรรณนพ ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการที่ทำหน้าที่ดูแลกำกับนโยบายในภาพรวมทั้งของรายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปาก กล่าวถึงความเชื่อมโยงระหว่างรายการข่าวบันเทิงกับละครของสถานีดังนี้

ช่อง 3, 5, 7 มีละครในช่วงไพรม์ไทม์ เราจึงจำเป็นต้องมีช่องทางประชาสัมพันธ์จุดจุดเด่น ละครของเราเพื่อดึงดูดความสนใจคนดู ดังนั้นรายการข่าวบันเทิงของเรานอกจาก จะต้องสนับสนุนรายการละครและนักแสดงของสถานีแล้ว ยังต้องนำเสนอข่าวของ พันธมิตรที่ร่วมธุรกิจกับเรารายการของผู้เช่าเวลา หรือบันเทิงต่างประเทศที่น่าติดตาม ด้วยที่สำคัญรายการข่าวบันเทิงเหล่านี้ต้องทำทุกอย่างเพื่อสถานี และเราต้องทำให้ รายการเหล่านี้แข่งขันได้อย่างสูสีจนกลับมาชนะได้หรือเพลี่ยงพล้ำน้อยที่สุด (สุบัตติต สุวรรณนพ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2557)

ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการยังระบุถึงความสำคัญของการใช้รายการข่าว บันเทิงเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ละครที่เป็นจุดแข็งขององค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในสนามข่าวบันเทิงและสนามละครโทรทัศน์ดังนี้

เนื่องจากสถานีมีรายการภาคบันเทิงอยู่ ฉะนั้นนโยบายหลักของรายการข่าวบันเทิงคือ เพื่อประชาสัมพันธ์และสนับสนุนรายการบันเทิงต่างๆ ที่ออกอากาศในช่อง 7 เป็นหลัก รวมทั้งของพันธมิตร ซึ่งข่าวแต่ละช่วงจะมีความแตกต่างกัน เช่น เส้นทางบันเทิงที่ ออกอากาศในช่วงไพรม์ไทม์ก็จะเน้นไปที่ภารกิจหลักของสถานี เช่น ละคร นักแสดงนำ และข่าวเหตุการณ์สำคัญจริงๆ ที่เกิดขึ้น เนื่องจากเวลามีน้อย ส่วนในรายการเทียง บันเทิงจะเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงโดยทั่วๆ ไป ทั้งวงการภาพยนตร์

วงการเพลง ส่วนรายการคั่นปากเน้นข่าวที่เรียกว่ากอสซิป เรื่องเกี่ยวกับดาราสี (สุภัณฑิลา สุวรรณนพ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2557)

ตารางที่ 4.2

เปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

รายการ	นโยบาย
เส้นทางบันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์เฉพาะรายการ ละคร ดารานักแสดงในสังกัดที่มีความโดดเด่นและเป็นจุดขายของสถานีเพื่อเพิ่มความนิยม (rating) ของรายการ/ละครที่เป็นจุดแข็งของสถานี - การสนับสนุนรายการของลูกค้าและพันธมิตรของสถานี - ไม่นำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของนักแสดงและข่าวซุบซิบ - ไม่มีนโยบายรายการเป็นลายลักษณ์อักษร
เที่ยงบันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ ดารานักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อเพิ่มความนิยม (rating) ของรายการ/ละคร ที่เป็นจุดแข็งของสถานี โดยไม่จำเป็นต้องเป็นดารานักแสดงที่อยู่ในความนิยมอันดับต้นๆ ของช่อง - การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงทั่วไป - ไม่นำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของนักแสดงและข่าวซุบซิบ - ไม่มีนโยบายรายการเป็นลายลักษณ์อักษร
คั่นปาก	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ นักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี - การสนับสนุนรายการของพันธมิตรของสถานี - การนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสวิกฤตเกี่ยวกับเรื่องราวส่วนตัวของคนบันเทิง และข่าวซุบซิบ (gossip) - ไม่มีนโยบายรายการเป็นลายลักษณ์อักษร

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนมุ่งแสวงหารายได้จากการขายโฆษณารายการจะใช้จุดแข็งของสถานีที่มีละครโทรทัศน์และดารานักแสดงในสังกัดมาผลิตเนื้อหารายการเพื่อสร้างความนิยม (rating) ให้กับละครโทรทัศน์และดารานักแสดงของสถานี ดังที่รายการข่าวบันเทิงทุกรายการ

ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้แก่ เส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และคั่นปาก ต่างมีนโยบายรายการร่วมกันคือ การเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์รายการ ละคร นักแสดงในสังกัดและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี อีกทั้งยังต้องสนับสนุนรายการของลูกค้าและพันธมิตรของสถานี

ในขณะที่จุดต่างด้านนโยบายของรายการข่าวบันเทิงทั้งสามมีเพียงเล็กน้อยคือ รายการเส้นทางบันเทิง และเทียงบันเทิง ไม่มีนโยบายการนำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดงหรือข่าวซุบซิบ (gossip) ทว่าเทียงบันเทิงสามารถนำเสนอข่าวในแวดวงบันเทิงทั่วไปได้ด้วย ส่วนรายการคั่นปากซึ่งเป็นรายการข่าวบันเทิงที่เกิดขึ้นใหม่ของสถานีนำเสนอความแตกต่างด้วยการรายงานข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip) เรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดง

4.1.1.3 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เน้นการนำเสนอรายการข่าวและรายการบันเทิงที่มีสาระภายใต้แนวคิด “สังคมอุดมปัญญา” (knowledge-based society) โดยมีการพัฒนาคุณภาพของรายการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการบนพื้นฐาน “ความบันเทิงบนสาระ” (edutainment) โดยมีสำนักข่าวไทยเป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านข่าวทำหน้าที่รับผิดชอบในการผลิต รวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เน้นความเป็นกลาง ถูกต้อง เชื่อถือได้ รวดเร็วทันเหตุการณ์

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ผลิตเองมีด้วยกันสี่รายการ คือ 1) ไนน์เอ็นเตอร์เทน 2) ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ 3) ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ และ 4) คьюโขมงบันเทิงในรายการคьюโขมงบ๋อเข้า โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกการวิเคราะห์รายการข่าวบันเทิงออกเป็นสองรายการหลัก คือ รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนที่รวมเอาไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ และไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์เข้าไว้ด้วยกันอันเนื่องมาจากมีองค์ประกอบของการผลิตและการนำเสนอรายการใกล้เคียงกันมาก และอีกรายการคือ คьюโขมงบันเทิงในรายการคьюโขมงบ๋อเข้าที่มีความแตกต่างด้านองค์ประกอบของรายการค่อนข้างชัดเจน

(1) รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนเป็นรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยกองบรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง สำนักข่าวไทย ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 ตามนโยบายของนายมีชัยวชิญ แสงสุวรรณ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ อสมท ในขณะนั้น ซึ่งต้องการให้มีรายการข่าวบันเทิงที่เป็นกลางและสร้างสรรค์ นำเสนอความเคลื่อนไหวต่างๆ ในวงการบันเทิงโดยไม่แบ่งแยกค่ายหรือสังกัด ปัจจุบันรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนได้แยกออกมาจากสำนักข่าวไทย โดยมีฝ่ายโทรทัศน์เป็นผู้ดูแลและควบคุมการผลิตโดยธิติพร จุติมานนท์ โปรดิวเซอร์รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับนโยบายรายการไว้ดังนี้

จุดเริ่มต้นของรายการมีที่มาสองประการด้วยกัน ประการแรกคือ การวิเคราะห์ช่องทางธุรกิจทางโทรทัศน์ว่ายังมีโอกาสของการแข่งขันอยู่ เนื่องจากว่าเราไม่เคยมีชาวบ้านเทิงเราจะทำชาวบ้านเทิงที่เป็นกลางเสนอเนื้อหาหลากหลายและเป็นความบันเทิงที่ควบคู่สาระ ประการที่สอง อสมท มีสื่ออยู่ในมือเยอะทั้งโทรทัศน์ วิทยุ เราจึงอยากจะทำรายการชาวบ้านเทิงให้เป็นช่องทางในการนำเสนอกิจกรรมของสถานีด้วยนี่คือ ที่มาสองส่วน หนึ่งคือ นโยบายที่เป็นโจทย์เริ่มต้น สองคือ การสนับสนุนภารกิจของ อสมท (อิติพร จุติมานนท์, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2559)

(2) คุยมงบันเทิงในรายการคุยมงข่าวเช้า

ศักยภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจของรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนทำให้สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้รับเวลาจาก อสมท ให้ผลิตรายการเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาเช้าซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สถานียังไม่มีรายการชาวบ้านเทิง รวมถึงเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับรัฐด้วย นโยบายการผลิตและนำเสนอช่วงคุยมงบันเทิงจึงเป็นเช่นเดียวกับรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนที่เน้นการนำเสนอชาวบ้านเทิงแบบไม่แบ่งค่ายแบ่งสังกัด เพียงแต่เพิ่มความแตกต่างด้วยการวิเคราะห์วิจารณ์ชาวบ้านเทิงที่กำลังเป็นกระแสสังคมโดยพิธีกรที่เป็นคนในสนามข่าวตัวจริง

ตารางที่ 4.3

เปรียบเทียบนโยบายรายการชาวบ้านเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

รายการ	นโยบาย
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอชาวบ้านเทิงที่เป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายไม่แบ่งสังกัด - นำเสนอข่าวเรื่องราวส่วนตัวของคนบันเทิง ข่าวกระแสที่ผู้ชมให้ความสนใจ ความเคลื่อนไหววงการบันเทิงไทยและต่างประเทศ รวมถึงข่าวในแวดวงศิลปวัฒนธรรม - การเป็นช่องทางเผยแพร่กิจกรรมของสถานี สนับสนุนภารกิจของอสมท - การยึดแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรเป็นนโยบายการนำเสนอชาวบ้านเทิงของรายการ
คุยมงบันเทิงในรายการคุยมงข่าวเช้า	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอชาวบ้านเทิงที่เป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายแบ่งสังกัด เน้นเรื่องราวประเด็นข่าวที่เป็นกระแสผู้คนสนใจโดยใช้วิธีการเล่าข่าวของพิธีกร - การยึดแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรเป็นนโยบายการนำเสนอชาวบ้านเทิงของรายการ

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์บริหารงานแบบรัฐวิสาหกิจมีรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีสองรายการ คือ รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้าทั้งนี้ถึงแม้ทั้งสองรายการจะมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันจากการที่ไนน์เอ็นเตอร์เทนเป็นรูปแบบการรายงานข่าวขณะที่คุยโขมงบันเทิงเป็นรูปแบบของการเล่าขานนั้นกลับมีนโยบายการผลิตรายการร่วมกันคือมุ่งนำเสนอข่าวบันเทิงที่เป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายและสังกัด เนื้อหาครอบคลุมทั้งแวดวงบันเทิงไทยและต่างประเทศภายใต้แนวคิดสังคมอุดมปัญญา อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมของสถานีและสนับสนุนภารกิจของ อสมท

4.1.1.4 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นสื่อหลักของรัฐบาลภายใต้การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2528 เพื่อให้เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติที่ทำหน้าที่ให้ความรู้ให้การศึกษาเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนนโยบายของรัฐ โครงสร้างการบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเป็นแบบราชการอยู่ภายใต้การกำกับนโยบายโดยสำนักนายกรัฐมนตรี มีอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่กำกับดูแลงานให้เป็นไปตามกรอบนโยบายของสำนักนายกรัฐมนตรี มีอำนาจสั่งการผู้อำนวยการสถานีโดยผ่านรองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ สายการบังคับบัญชาเป็นแบบราชการจากบนลงล่าง คือ จากรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสำนักข่าว ผู้อำนวยการส่วนข่าว จนถึงผู้ปฏิบัติ

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยผลิตรายการข่าวบันเทิงเพียงหนึ่งรายการเท่านั้น คือ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ ซึ่งผลิตโดยกองบรรณาธิการข่าวบันเทิงสังกัดฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำถูกกำหนดรูปแบบและเนื้อหาตามนโยบายของผู้บริหารมากกว่าจะถูกกำหนดด้วยความอยู่รอดทางเศรษฐกิจเหมือนดังสถานีโทรทัศน์ทั่วไป โครงสร้างสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยไม่มีฝ่ายการตลาดอยู่ในโครงสร้างองค์กร มีแต่ฝ่ายนโยบายและแผนเท่านั้น สถานีจึงคำนึงถึงการให้สาระและความรู้แก่ผู้ชมเป็นหลัก ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตลาดหรือผลความนิยมรายการ (rating) เหมือนสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนที่ต้องบริหารงานโดยยึดผลการสำรวจความนิยมรายการหรือข้อมูลการตลาด

พรชาติ สาครมณีรัตน์ บรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง กล่าวถึงนโยบายการผลิตข่าวบันเทิงที่สอดคล้องกับ นโยบายสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยว่า

เริ่มแรกเป็นแค่ข่าวศิลปวัฒนธรรมบันเทิงที่รวมอยู่กับข่าวอื่นๆ เช่นการเมือง สังคมในข่าวภาคหลัก ซึ่งผมเห็นว่าข่าวบันเทิงเมื่อ 10 กว่าปีที่แล้วดูไม่มีน้ำหนัก ประกอบกับมีนโยบายสถานีที่ไม่อยากให้นำเสนอแต่ข่าวซีเรียสจนจบรายการตั้งแต่สมัยอาจารย์สมเกียรติ (ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล) ผมก็เลยขอช่วงเวลาชัดเจนขึ้นมา ตั้งชื่อตามสายโครงการนี้เลย เสนอโป๊พอสอลแนวทาง และรูปแบบเองเลย ถ้าถามว่าเป็นนโยบายสถานีหรือไม่ก็น่าจะไม่ ถือว่าเป็นนโยบายข่าวของเรา ซึ่งผู้ใหญ่ก็โอเค และเราก็ยึดแนวทางนี้มาตลอด (พรชาติ สาครมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

ถึงแม้นโยบายด้านข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจะเกิดจากการเริ่มต้นคิดของบุคลากรที่ไม่ใช่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร แต่ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงก็ยังคงยึดแนวนโยบายของสถานีที่มุ่งให้ความรู้ให้การศึกษาและเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ พร้อมๆ กับตอบสนองวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่ต้องการลดทอนความเข้มข้นของข่าวภาคค่ำที่เป็นเรื่องการเมืองและเศรษฐกิจ โดยบรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงกล่าวเกี่ยวกับนโยบายการผลิตข่าวบันเทิงของสถานีว่า

ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงของเราคือ สารบันเทิงเชิงสร้างสรรค์หรือข่าวบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ เราจะเน้นข่าวที่เป็นข่าวบันเทิงจริงๆ ทั้งคนดูและเจ้าของข่าว คือ คนดูแล้วมีความสุข ไม่ใช่กอสซิป ไม่มีเรื่องส่วนตัวว่าใครเลิกกับใคร ใครจะแต่งงานกับใคร เราทำข่าวที่เป็นความเคลื่อนไหวของความบันเทิง ไม่ใช่ความเคลื่อนไหวของดารา (พรชาติ สาครมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

สอดคล้องกับ ภัทรา อินทรกำแหงนิต ผู้สื่อข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงที่กล่าวเกี่ยวกับนโยบายการทำข่าวบันเทิงที่แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์แห่งอื่นว่า

เอกลักษณ์ที่ชัดเจนและแตกต่างคือ เรามีจุดมุ่งหมายด้านศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงที่ไม่มิกอสซิป นโยบายเราเน้นมากที่สุดคือ การกุศล คอนเสิร์ตการกุศลหรือการช่วยเหลือศิลปิน งานแบบนี้ยังไงเราก็ไป รวมถึงงานใหญ่ๆ เช่น ประกวดมิสไซนิส มิสไทยแลนด์ เวิลด์ เปิดหนังสือ นิทรรศการ การแสดง โขน ลิเก เรื่องที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เพลงลูกกรุงจากที่เราไม่ค่อยรู้จักใครก็เริ่มรู้จักถ้างานไหนมีดาราและมีสาระเราก็จะไป แต่จะนำเสนอเรื่องของกิจกรรมมากกว่า เรื่องส่วนตัวไม่มีเลย (ภัทรา อินทรกำแหงนิต, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2557)

ตารางที่ 4.4

นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

รายการ	นโยบาย
ข่าวศิลปวัฒนธรรม และบันเทิงในรายการ ข่าวภาคค่ำ	<ul style="list-style-type: none"> - การเผยแพร่ความรู้ข่าวสาระบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ มุ่งนำเสนอเนื้อหา ด้านศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง - ไม่นำเสนอข่าวเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของนักแสดง หรือข่าวซุบซิบ - ไม่มีนโยบายที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร

จากตารางที่ 4.4 แสดงนโยบายข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่ทำหน้าที่เป็นสื่อหลักของรัฐที่ไม่ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้สนับสนุนรายการเพื่อหารายได้ ดังเช่นสถานีโทรทัศน์เอกชนนั้นส่งผลให้รูปแบบและเนื้อหาของรายการมุ่งเน้นไปที่การรายงานข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง โดยไม่นำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดง หรือข่าวซุบซิบ (gossip) แต่อย่างใดทั้งสิ้น

4.1.1.5 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสก่อตั้งเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 โดยพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ในฐานะองค์การสื่อสาธารณะที่ไม่แสวงหาผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทยเพื่อดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ ซึ่งความเป็นอิสระและความเป็นสาธารณะของไทยพีบีเอสได้รับการรองรับภายใต้พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย โดยมีคณะกรรมการนโยบายที่ผ่านการสรรหาโดยกระบวนการที่เป็นอิสระและโปร่งใสเป็นผู้กำหนดนโยบายและควบคุมการดำเนินงานของผู้อำนวยการและคณะกรรมการบริหารองค์การฯ โครงสร้างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสไม่เพียงประกอบด้วยคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหารสถานีเหมือนสถานีโทรทัศน์ทั่วไปเท่านั้น ทว่ายังมีสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการซึ่งมีสมาชิกจำนวน 50 คน จากตัวแทนของประชาชนในภูมิภาคและกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลายเพื่อรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำจากประชาชนในวงกว้างต่อการผลิตรายการขององค์การด้วย

วิสัยทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสคือ การมุ่งเป็นสถาบันสื่อสาธารณะที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม มีภารกิจสำคัญในการให้บริการด้านข่าวสาร ความรู้ สารประโยชน์ สาระบันเทิงที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน บนพื้นฐานข้อบังคับด้านจริยธรรม

และกรอบจรรยาบรรณขององค์กรเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ โดยสถานีนีมีรายได้จากภาษีสรรพสามิตที่เก็บจากสุราและยาสูบ

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสผลิตเองมีสองรายการ คือ ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และรายการข่าวศิลปะ-บันเทิง ทั้งสองรายการต่างมุ่งสร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม

(1) ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ

ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำมีกลไกกำกับดูแลมาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอน โดยคำนึงถึงจริยธรรมองค์กร จริยธรรมวิชาชีพ และแนวทางปฏิบัติที่คณะกรรมการนโยบายกำหนดไว้ในการผลิตรายการให้มีคุณค่า คุณภาพ มาตรฐาน มีจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อจะเป็นรายการที่มีความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ทั่วไป ในขณะเดียวกันก็ได้รับความยอมรับและเชื่อถือจากผู้ชมด้วย ดังที่พรณี รุ่งสว่าง บรรณาธิการกลุ่มข่าวชีวิตและสังคมกล่าวถึงนโยบายไทยบันเทิงที่สอดคล้องกับ นโยบายของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสโดยเฉพาะด้านจริยธรรมวิชาชีพว่า

นโยบายของสถานีด้านบันเทิงคือ การทำข่าวให้เป็นสาระบันเทิง ไทยพีบีเอสค่อนข้างให้พื้นที่กับงานศิลปบันเทิง งานชุมชน งานศิลปวัฒนธรรมจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของนโยบายของเราคือ จรรยาวิชาชีพที่นักข่าวที่ดีพึงจะเป็นเรามีจรรยาบรรณเป็นคู่มือองค์กรในการปฏิบัติตัว ถ้าผิดจากตรงนี้คือ ผิดจรรยาบรรณคือ คู่มือการทำข่าวดีๆ ของนักข่าวดีๆ เรามีคู่มือไว้เตือนนักข่าวของเราว่าให้รู้ผิด รู้ชอบ รู้ถูกในสิ่งที่ทำ เพราะฉะนั้นจรรยาหรือนโยบายของไทยพีบีเอสคือ การทำข่าวดีๆ ให้เกิดขึ้น เป็นเจตนาดีต่อคนดู และต้องระวังเรื่องการโฆษณาและโปรโมตสินค้าด้วย เราต้องมีจรรยาบรรณเรื่องนี้มาก (พรณี รุ่งสว่าง, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2557)

นอกจากนั้นบรรณาธิการกลุ่มข่าวชีวิตและสังคมยังย้ำว่าความแตกต่างด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสกับสถานีอื่นๆ โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ที่ประกอบกิจการแบบเอกชนคือ การหารายได้จากโฆษณาซึ่งมีนโยบายชัดเจนว่าห้ามโฆษณาสินค้า/บริการ การผลิตและนำเสนอข่าวของไทยบันเทิงจึงต้องปฏิบัติตามจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการ พ.ศ. 2552 นี้อย่างเคร่งครัด

นโยบายข่าวบันเทิงของช่องอื่นคือ การทำข่าวของสถานี แต่การทำข่าวของเราพีอาร์ก็ส่งไม่ได้ ผู้บริหารก็เข้าใจว่าถ้ามีงานก็ให้ทีมข่าวตัดสินใจว่าจะไปไหม ไม่ใช่วางแผนของช่องต้องไปทั้งหมด เรามีอำนาจในการตัดสินใจสูง แต่ก็ไม่ใช่ตามใจตัวเอง ดูความเหมาะสมมากกว่า ไทยพีบีเอสไม่มีสปอนเซอร์ ไม่ต้องตามไปทำข่าวลูกค้า ดังนั้นที่วิสาหกรรมการเป็นช่องเดียวที่ไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่คำนึงถึงประโยชน์ของสาธารณะซึ่งก็คือ ประโยชน์ของคนดูเป็นหลัก ขณะที่ช่องอื่นขาดอิสระ

เพราะต้องคำนึงถึงธุรกิจ แต่เชื่อว่าเราจะทำอะไรได้อย่างอิสระเพราะเราก็มีสภาผู้ชมมีบอร์ดบริหาร (พรรณณี รุ่งสว่าง, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2557)

สอดคล้องกับ อธิป กลิ่นวิจิต ผู้ช่วยบรรณาธิการไทยบันเทิงที่อธิบายถึงนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิงของรายการว่ามุ่งนำเสนอเนื้อหาหาศิลปินวัฒนธรรมที่สะท้อนสถานการณ์ทางสังคมและมีผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง ซึ่งผู้ชมจะได้รับทั้งความบันเทิงและสาระความรู้หลังจากชมรายการ

นโยบายข่าวบันเทิงของไทยพีบีเอสคือ การเน้นข่าวศิลปินวัฒนธรรม เช่น ศิลปะร่วมสมัย งานวัฒนธรรม ขณะที่บันเทิงก็ต้องสะท้อนถึงเรื่องราวของสังคม เป็นบันเทิงที่เป็นประเด็นทางสังคม เช่น ดารากับการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารกับแฟนคลับ หรือบันเทิงที่มีผลกระทบทางสังคม เช่น พ.ร.บ.ภาพยนตร์ กสทช. ทวีติจิตัล ซึ่งการทำสื่อบันเทิงแบบนี้ฟรีทีวีช่องอื่นๆ ไม่ค่อยทำกัน (อธิป กลิ่นวิจิต, สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2557)

(2) รายการข่าวศิลปะ-บันเทิง

รายการข่าวศิลปะ-บันเทิงมีนโยบายการนำเสนอข่าวศิลปะวัฒนธรรมและบันเทิงในรูปแบบการเล่าข่าวเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาข่าวได้ง่ายขึ้น โทนของเนื้อหาข่าวเบากว่ารายการไทยบันเทิงเนื่องจากเป็นการเก็บตกเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยของสื่อบันเทิงที่ออกอากาศในรายการไทยบันเทิงโดยมีพิธีกรช่วยเล่าเรื่องราวต่างๆ ให้เข้าใจง่ายขึ้น อันเนื่องมาจากมีเวลารายการมากกว่า

แรกทีเดียวต้องการให้รายการศิลปะ-บันเทิงเป็นรายการเก็บตก เพราะจะเน้นการปล่อยข่าวหนักข่าวที่มีคุณภาพในช่วงข่าวค่ำที่มีเวลาน้อย แต่เมื่อไปงานหนึ่งๆ มันมีข่าวหลากหลายแง่มุม แง่มุมที่เหลือก็เอามาเสนอในข่าวศิลปะ-บันเทิง โดยใช้การเล่าแบบสบายๆ มุมเล็กมุมน้อย (อภิยา ฉายจันทร์ทิพย์, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2557)

ตารางที่ 4.5

เปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

รายการ	นโยบาย
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอข่าวสาระบันเทิงเชิงลึกซึ่งสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคม รวมถึงการเปิดพื้นที่ให้กับข่าวศิลปวัฒนธรรม ชุมชน และศิลปินนักร้องเก่า - การผลิตข่าวบนพื้นฐานข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์กร - ไม่นำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดงหรือข่าวซุบซิบ
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอข่าวสาระบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบเป็นกันเองโดยใช้รูปแบบการเล่าข่าว ซึ่งเป็นการเก็บตกเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่ไม่ได้ออกอากาศในไทยบันเทิงเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา - การผลิตข่าวบนพื้นฐานข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์กร - การนำเสนอข่าวบันเทิงที่ครอบคลุมแวดวงศิลปวัฒนธรรม ไม่นำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดงหรือข่าวซุบซิบ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบสาธารณะดำเนินกิจการโดยไม่มุ่งแสวงหาผลกำไร มีการผลิตรายการข่าวบันเทิงเองสองรายการ คือ ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิง ซึ่งทั้งสองรายการมุ่งนำเสนอเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นหลักโดยกระบวนการผลิตยึดพื้นฐานข้อบังคับทางจริยธรรมขององค์กรเป็นสำคัญจึงทำให้การนำเสนอหลีกเลี่ยงเรื่องราวส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) หากไม่มีผลกระทบต่อสังคมเหมือนดังสถานีโทรทัศน์อื่นๆ ที่มักจะนำเสนอข่าวซุบซิบเพื่อเรียกความนิยมของรายการ (rating) เนื่องจากจากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสไม่ต้องแข่งขันด้านรายได้ เพราะมีงบประมาณแผ่นดินสนับสนุน การนำเสนอเนื้อหารายการจึงสามารถกำหนดขึ้นเองจากกองบรรณาธิการโดยไม่ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านผู้สนับสนุนรายการแต่อย่างใด

จากการวิจัยพบว่า รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองทุกรายการต้องตอบสนองนโยบายขององค์กรเป็นหลักซึ่งแปรผันไปตามความมุ่งหมายของการประกอบกิจการจากการเป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชน แบบรัฐวิสาหกิจ แบบราชการ หรือแบบสาธารณะ เนื่องจากรายการข่าวบันเทิงทุกรายการต้องนำนโยบายขององค์กรมาปรับเป็นแนวทางการบริหารการผลิตรายการ ดังนั้นความแตกต่างสำคัญสำหรับรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองในระดับของสถานีคือ นโยบายขององค์กรที่ส่งผลโดยตรงต่อการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิง และในระดับ

ภายในสถานีนี้อีกคือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้มีเนื้อหารายการข่าวบันเทิงครอบคลุมกลุ่มผู้ชมทุกระดับ ดังตารางที่ 4.6 ที่แสดงถึงการเปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงภายในสถานี และต่างสถานี

ตารางที่ 4.6

เปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

รายการ	นโยบาย
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สีสันบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ ดารานักแสดงในสังกัด และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานี
โต๊ะข่าวบันเทิง	- การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงบนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรมตามนโยบายการเสนอข่าว “เรื่องจริงของคนบันเทิง”
ครอบครัวบันเทิง ในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	- การนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวของดารานักแสดง และที่เป็นข่าวซุบซิบ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์เฉพาะรายการ ละคร ดารานักแสดงในสังกัด ที่มีความโดดเด่นและเป็นจุดขายของสถานี เพื่อเพิ่มความนิยม (rating) ของรายการ/ละครที่เป็นจุดแข็งของสถานี
เที่ยงบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์ละคร รายการ ดารานักแสดงในสังกัด โดยไม่จำเป็นต้องเป็นดารานักแสดงที่อยู่ในความนิยมอันดับต้นๆ ของช่อง และนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงทั่วไป
คั่นปาก	- การนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับเรื่องราวส่วนตัวของคนบันเทิง และข่าวซุบซิบ (gossip)
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	- การนำเสนอข่าวบันเทิงที่เป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายไม่แบ่งสังกัดในรูปแบบการรายงานข่าวโดยพิธีกรประจำรายการ
คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า	- การนำเสนอข่าวบันเทิงที่เป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายแบ่งสังกัด เน้นเรื่องราวประเด็นข่าวที่เป็นกระแสผู้คนสนใจโดยใช้วิธีการเล่าข่าวของพิธีกร

ตารางที่ 4.6

เปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง (ต่อ)

รายการ	นโยบาย
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	- การเผยแพร่ข่าวสารบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ มุ่งนำเสนอเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	- การนำเสนอข่าวสารบันเทิงเชิงลึกสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคม รวมถึงการเปิดพื้นที่ให้กับข่าวศิลปวัฒนธรรม ชุมชน และศิลปินนักร้องเก่า
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- การนำเสนอข่าวสารบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบเป็นกันเองโดยใช้รูปแบบการเล่าข่าว ซึ่งเป็นการเก็บตกเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่ไม่ได้ออกอากาศในไทยบันเทิงเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา

4.1.2 การวางแผนรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

4.1.2.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

รายการสี่สັນบันเทิงและโต๊ะข่าวบันเทิงมีกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นแฟนละครของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ขณะที่ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้นอกจากกลุ่มเป้าหมายจะเป็นแฟนละครของสถานีแล้ว ยังรวมถึงกลุ่มคนดูทั่วไปด้วยเนื่องจากครอบครัวบันเทิงนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมข่าวบันเทิงทั่วไปและข่าวเกี่ยวกับเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) โดยผู้จัดการแผนกสี่สັນบันเทิง-ผลิตรายการ ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เป็นแฟนละครของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

“สิ่งสำคัญที่สุดคือ ตอบสนองความต้องการคนดูที่อยากเห็นผลงานดาราที่ชื่นชอบการเสนอข่าวแต่ละวันจะขึ้นด้วยดาราแม่เหล็กเป็นจุดขาย ทุกวันต้องมีดาราต่างๆ ที่คนดูชื่นชอบ” (ปริดาพร วนิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

สอดคล้องกับ โปรดิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงที่ต้องเสนอเนื้อหาข่าวให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมละครที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มคนวัยทำงานที่มีพฤติกรรมมารับชมข่าวตอนกลางวันที่ยื่นชอบข่าวเบื้องหลังละครมากกว่าข่าวซุบซิบจนรายการต้องเพิ่มเนื้อหาข่าว

เบื้องหลังละครมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของคนดูโดยทำข่าวและสื่ूपลัศครหลายๆ เรื่อง พร้อมกันทั้งที่กำลังออกอากาศและกำลังถ่ายทำ

(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว

การผลิตรายการสี่สัปดาห์เริ่มต้นจากบรรณาธิการข่าวบันเทิงคัดเลือกหมายข่าวประจำวันโดยการหารือร่วมกับทีมงานแบบไม่เป็นทางการ โดยหมายข่าวส่วนใหญ่ได้รับจากแหล่งข่าวประจำที่เป็นกองถ่ายละครที่ผลิตละครให้กับสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จากนั้นจะจัดลำดับหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอว่าแต่ละวันต้องใช้กี่ข่าว ข่าวใดควรมานำเสนอก่อนข่าวใดควรมาหลังกหากมีข่าวมากเกินไปเวลาที่จะออกอากาศก็ต้องตัดสินใจว่าจะคงข่าวใดไว้ และเก็บข่าวใดเพื่อนำเสนอในวันถัดไป ซึ่งในขั้นตอนนี้จะรวมถึงการกำหนดประเด็นข่าวที่จะนำเสนอด้วย

เช่นเดียวกับรายการโต๊ะข่าวบันเทิงที่กระบวนการผลิตเริ่มต้นจากโปรดิวเซอร์รายการและบรรณาธิการข่าวหารือร่วมกันเพื่อคัดเลือกหมายข่าวแบบไม่เป็นทางการซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้สื่อข่าวอาจมีส่วนร่วมในการเสนอหมายข่าวได้ โดยหมายข่าวส่วนใหญ่ของรายการโต๊ะข่าวบันเทิงมีที่มาจาก 3 แหล่งด้วยกันคือ 1. แหล่งข่าวประจำ คือ แหล่งข่าวที่รายการโต๊ะข่าวบันเทิงไปทำข่าวอย่างสม่ำเสมอ เช่นกองถ่ายละครของสถานี 2. แหล่งข่าวแจกที่หน่วยงานหรือบริษัทต่างๆ จัดกิจกรรมเกี่ยวกับวงการบันเทิง เช่น แถลงข่าวการจัดคอนเสิร์ต การเปิดตัวภาพยนตร์ การเปิดตัวอัลบั้มเพลงใหม่ เป็นต้น และ 3. แหล่งข่าวบุคคล เช่น นักแสดงในสังกัด หรือผู้จัดการนักแสดง จากนั้นโปรดิวเซอร์รายการจะจัดเรียงลำดับข่าวที่จะนำเสนอในแต่ละช่วงรายการว่าข่าวใดควรมานำเสนอก่อน-หลังเพื่อให้สอดคล้องกับ รูปแบบของรายการที่ช่วงแรกกำหนดให้เป็นพื้นที่นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิง ในกรณีที่มีการรายงานสดเข้ามาในรายการโปรดิวเซอร์รายการจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะใช้อุปกรณ์ใดรายงานสดจากสถานที่เกิดเหตุ เช่น การรายงานทางโทรศัพท์ หรืออินเตอร์เน็ตความเร็วสูงรายงานภาพและเสียง หรือรถถ่ายทอดสด และตัดสินใจช่วงเวลาที่จะให้เข้ารายการสดในช่วงใดของรายการ

สำหรับครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้มีการวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวจากหมายข่าวในแต่ละวัน โดยหมายข่าวส่วนใหญ่ที่รายการใช้เป็นแหล่งข่าว ได้แก่ 1. แหล่งข่าวแจกที่หน่วยงานต่างๆ ส่งเข้ามายังกองบรรณาธิการ เช่น การจัดอีเวนต์ที่มีดารานักแสดงเข้าร่วมงาน 2. แหล่งข่าวประจำที่รายการไปทำข่าวอย่างสม่ำเสมอ 3. แหล่งข่าวบุคคล เช่น นักแสดงผู้จัดการนักแสดง และ 4. แหล่งข่าวจากโซเชียลมีเดียที่ผู้สื่อข่าวใช้เป็นแหล่งข้อมูลติดตามไปทำข่าว โดยโปรดิวเซอร์รายการสามารถวางแผนหัวข้อข่าวที่จะได้ในแต่ละวันจากหมายข่าวที่ส่งผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูล ส่วนการกำหนดประเด็นข่าวจะระบุได้ชัดเจนอีกครั้งหลังจากผู้สื่อข่าวออกไปเก็บข้อมูลจากภาคสนามมาแล้ว ซึ่งหัวข้อข่าวอาจจะได้ตามที่มอบหมายผู้สื่อข่าวไป หรืออาจจะเพิ่ม-ลด แล้วแต่สถานการณ์ในสนามข่าว

(3) การวางแผนการผลิตข่าว

การวางแผนการผลิตข่าวของรายการสี่สັນบันเทิงเป็นกระบวนการต่อเนื่องโดยเมื่อบรรณาธิการข่าวรายการสี่สັນบันเทิงกำหนดหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอในแต่ละวันแล้ว บรรณาธิการข่าวจะกำหนดว่าจะมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวไปติดตามทำข่าว ณ ที่ใดตามหมายข่าวที่คัดเลือกแล้ว ซึ่งบรรณาธิการข่าวอาจจะกำหนดประเด็นข่าว และเป็นหน้าที่ของผู้สื่อข่าวที่ต้องวางแผนการไปทำข่าวโดยศึกษาจากหมายข่าวที่ได้รับว่าจะต้องไปเก็บข้อมูลอะไรบ้าง และวางแผนการสัมภาษณ์ล่วงหน้าว่าใครคือ แหล่งข่าวที่จะต้องไปสัมภาษณ์ มีความสำคัญหรือบทบาทอย่างไร เช่น การเตรียมงานของผู้กำกับละครสำหรับฉากสำคัญในเรื่อง ผู้เขียนบทละคร/บทโทรทัศน์ นักแสดงที่พลิกบทบาทการแสดง เป็นต้น

รายการโต๊ะข่าวบันเทิงและครอบครัวบันเทิงมีขั้นตอนการวางแผนการผลิตข่าวไม่ต่างจากรายการสี่สັນบันเทิงมากนัก โดยหลังจากกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าวแล้ว บรรณาธิการข่าวหรือโปรดิวเซอร์รายการจะมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูล หรืออาจจะกำหนดให้ผู้สื่อข่าวทำข่าวในรูปแบบอื่นๆ เข้ามาด้วยเนื่องจากรูปแบบรายการและระยะเวลาการออกอากาศมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการรายงานข่าวในรูปแบบอื่นๆ เช่น สก๊อปข่าว การรายงานสด และเป็นการตัดสินใจของผู้สื่อข่าวที่อยู่ในสนามข่าวว่าควรจะทำเป็นสก๊อป หรือสัมภาษณ์ใครเพิ่มเติมและรายงานเข้ามายังกองบรรณาธิการ

การวางแผนรายการข่าวบันเทิงในขั้นตอนก่อนการผลิต ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ประกอบด้วยรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7

แสดงการวางแผนรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ขั้นตอนก่อนการผลิต	รายการ
การกำหนด กลุ่มเป้าหมาย	<p>สีสันบันเทิง: แฟนละครของสถานี</p> <p>โต๊ะข่าวบันเทิง: แฟนละครกลุ่มแม่บ้านและผู้หญิงวัยทำงานที่มีพฤติกรรม การรับชมข่าวตอนกลางวัน</p> <p>ครอบครัวบันเทิง: แฟนละครของสถานี และผู้ชมทั่วไป</p>
การวางแผนกำหนด หัวข้อข่าวและประเด็น ข่าว: การประชุมโต๊ะ ข่าว	<p>สีสันบันเทิง: ประชุมโต๊ะข่าวแบบไม่เป็นทางการ</p> <p>โต๊ะข่าวบันเทิง: ประชุมโต๊ะข่าวแบบไม่เป็นทางการโดยการพูดคุยหารือ ระหว่างกัน</p> <p>ครอบครัวบันเทิง: การประชุมร่วมกันระหว่างทีมงานครอบครัวบันเทิงกับ ทีมงานของบริษัทไร่ส้มฯ ในช่วงเย็นของทุกวัน</p>
การวางแผนกำหนด หัวข้อข่าวและประเด็น ข่าว: การคัดเลือกหมาย ข่าว	<p>สีสันบันเทิง: หมายข่าวเกี่ยวกับละคร รายการและกิจกรรมของสถานี เท่านั้น</p> <p>โต๊ะข่าวบันเทิง: หมายข่าวเกี่ยวกับละคร รายการสถานี และหมายเชิญ</p> <p>ครอบครัวบันเทิง: หมายเชิญที่มีดารานักแสดงที่กำลังเป็นประเด็นข่าวและ อยู่ในกระแสความสนใจของสังคม</p>
การวางแผนผลิตข่าว	<p>สีสันบันเทิง: บรรณาธิการมอบหมายนักข่าวไปทำข่าวยังกองถ่ายละคร</p> <p>โต๊ะข่าวบันเทิง: โปรดิวเซอร์มอบหมายให้นักข่าวไปแสวงหาข้อมูลตาม หมายเชิญและกองถ่ายละคร/รายการของสถานี</p> <p>ครอบครัวบันเทิง: โปรดิวเซอร์มอบหมายให้นักข่าวไปแสวงหาข่าวจาก หมายข่าวเชิญซึ่งส่วนใหญ่ประเด็นข่าวได้จากงานอีเวนต์ที่มีดารานักแสดง ไปร่วมงาน</p>

4.1.2.2 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

รายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงมีกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นแฟนละครของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เช่นเดียวกับกับรายการคั่นปากที่นอกจากกลุ่มเป้าหมายจะเป็นแฟนละครของสถานีแล้ว ยังเป็นกลุ่มคนดูทั่วไปด้วยเนื่องจากรายการคั่นปากนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมข่าวบันเทิงทั่วไปและเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) ของดารานักแสดง

ศิลปินนักร้อง โดยวันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล บรรณาธิการข่าวเส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิง ระบุถึงกลุ่มเป้าหมายรายการของสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 ไว้ดังนี้ “ดาราช่อง 7 ค่อนข้างตลาดครองใจคนส่วนใหญ่ เพราะฉะนั้นที่คนดูรอดูเส้นทางบันเทิงก็เพราะเขารอดูว่าวันนี้ดาราทที่เขาชื่นชอบจะมีข่าวไหม ข่าวของเส้นทางบันเทิงอยู่ในกลุ่มข่าวชาวบ้าน ไม่ว่าจะเป็นละคร กิจกรรม ต้องทำให้คนดูเข้าใจรับได้ง่าย” (วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2557

(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว

การผลิตรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงเริ่มต้นจากบรรณาธิการข่าวบันเทิงคัดเลือกหมายข่าวประจำวันจาก 1. แหล่งข่าวประจำ เช่น กองถ่ายที่ผลิตละครให้กับสถานี 2. แหล่งข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ และ 3. แหล่งของบุคคลที่ส่วนใหญ่เป็นนักแสดงในสังกัด พร้อมกำหนดประเด็นข่าวที่จะนำเสนอต่อผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการเพื่อขออนุมัติการทำข่าวและออกอากาศข่าวประจำวัน จากนั้นจะจัดลำดับหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอว่าข่าวใดควรนำเสนอก่อน-หลัง หากมีข่าวเกินเวลาที่ออกอากาศก็ต้องตัดสินใจว่าจะคงข่าวใดไว้ และเก็บข่าวใดเพื่อนำเสนอในวันถัดไป

สำหรับรายการคั่นปากจะวางแผนการกำหนดหัวข้อข่าวจากหมายข่าวในแต่ละวันที่ส่งผู้สื่อข่าวออกไปเก็บข้อมูล โดยหมายข่าวส่วนใหญ่ที่รายการใช้เป็นแหล่งข่าว ได้แก่ 1. แหล่งข่าวแจกที่หน่วยงานต่างๆ ส่งเข้ามายังกองบรรณาธิการ เช่น งานอีเวนต์ของสินค้า/บริการที่มีดารานักแสดงเข้าร่วมงาน 2. แหล่งข่าวประจำที่รายการไปทำข่าวอย่างสม่ำเสมอ 3. แหล่งข่าวบุคคล เช่น นักแสดง ผู้จัดการนักแสดง และ 4. แหล่งข่าวจากโซเชียลมีเดียซึ่งผู้สื่อข่าวใช้เป็นแหล่งข้อมูลติดตามไปทำข่าว โดยบรรณาธิการข่าวสามารถกำหนดหัวข้อข่าวที่จะได้ในแต่ละวันจากหมายข่าวที่ส่งผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูล ส่วนการกำหนดประเด็นข่าวจะระบุได้ชัดเจนอีกครั้งหลังจากผู้สื่อข่าวออกไปเก็บข้อมูลจากภาคสนามมาแล้ว

(3) การวางแผนการผลิตข่าว

การวางแผนการผลิตข่าวของรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอข่าวแล้ว โดยบรรณาธิการข่าวจะมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาและรวบรวมข้อมูลจากสนามข่าว ซึ่งอาจจะกำหนดประเด็นข่าวที่ต้องการมอบหมายให้ผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวจะต้องวางแผนการทำข่าวโดยศึกษาจากหมายข่าวที่ได้รับว่าจะต้องไปเก็บข้อมูลอะไรบ้าง วางแผนการสัมภาษณ์ล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์แหล่งข่าวคนใดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น การสัมภาษณ์ผู้กำกับละครเกี่ยวกับการกำกับและตีความละครฉากสำคัญการสัมภาษณ์นักแสดงเกี่ยวกับอุปสรรคการถ่ายทำฉากสำคัญของละคร เป็นต้น

รายการคั่นปากมีขั้นตอนการวางแผนการผลิตข่าวไม่ต่างจากรายการอื่นๆ ของสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 โดยหลังจากกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าวแล้ว

บรรณาธิการจะมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูล โดยบรรณาธิการอาจจะกำหนดให้ผู้สื่อข่าวทำข่าวในรูปแบบอื่นๆ เข้ามาด้วยเช่น สกู๊ปข่าว เนื่องจากรายการมีรูปแบบและระยะเวลาการออกอากาศที่เพียงพอ ทั้งนี้จะเป็นการตัดสินใจของผู้สื่อข่าวที่อยู่ในสนามข่าวว่าจะทำเป็นสกู๊ปหรือต่อยอดประเด็นข่าวที่มากกว่าได้รับมอบหมายมาจากบรรณาธิการ

ตารางที่ 4.8

แสดงการวางแผนรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

ขั้นตอนก่อนการผลิต	รายการ
การกำหนด กลุ่มเป้าหมาย	เส้นทางบันเทิง: แพลนละครของสถานีซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาวบ้าน
	เที่ยงบันเทิง: แพลนละครของสถานี ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน
	คั่นปาก: แพลนละครของสถานี และผู้ชมทั่วไป
การวางแผนกำหนด หัวข้อข่าวและประเด็น ข่าว: การประชุมโต๊ะ ข่าว	เส้นทางบันเทิง: ไม่มีการประชุมโต๊ะข่าว บรรณาธิการข่าวเป็นผู้กำหนด แผนงานข่าวและจึงมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวไปแสวงหาข่าว
	เที่ยงบันเทิง: ไม่มีการประชุมโต๊ะข่าวอย่างเป็นทางการจะเป็นกิจจะลักษณะ ส่วนใหญ่ บรรณาธิการเป็นผู้วางแผนข่าวทั้งหมด
	คั่นปาก: หากหรือร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการก่อนการออกหมายข่าว
การวางแผนกำหนด หัวข้อข่าวและประเด็น ข่าว: การคัดเลือกหมาย ข่าว	เส้นทางบันเทิง: หมายข่าวเกี่ยวกับละคร รายการ และกิจกรรมของสถานี
	เที่ยงบันเทิง: หมายข่าวเกี่ยวกับละคร รายการสถานี และหมายเชิญทำ ข่าวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหววงการบันเทิงด้านอื่นๆ
	คั่นปาก: หมายเชิญที่มีดารานักแสดงที่กำลังเป็นประเด็นข่าวและอยู่ใน กระแสความสนใจของสังคม
การวางแผนผลิตข่าว	เส้นทางบันเทิง: บรรณาธิการมอบหมายนักข่าวไปทำข่าวยังกองถ่ายละคร
	เที่ยงบันเทิง: บรรณาธิการมอบหมายให้นักข่าวไปแสวงหาข้อมูลตามหมาย เชิญและกองถ่ายละคร/รายการของสถานี
	คั่นปาก: บรรณาธิการมอบหมายให้นักข่าวไปแสวงหาข่าวจากหมายข่าว เชิญซึ่งส่วนใหญ่ประเด็นข่าวได้จากงานอีเวนต์ที่มีดารานักแสดงไปร่วมงาน

4.2.1.3 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนและคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า กำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายรายการเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้หญิงวัยทำงาน เนื่องจากรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และคุยโขมงบันเทิงนอกจากจะนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมทั้งข่าวบันเทิงทั่วไปและเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) แล้วยังสอดแทรกสาระบันเทิงและแง่คิดเพื่อให้ผู้ชมได้ขบคิดต่อผ่านสื่อบันเทิงที่สอดแทรกเรื่องราวรอบด้านเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางสังคมซึ่งรายการข่าวบันเทิงอื่นๆ มักจะไม่ค่อยนำเสนอกัน เช่น การทำข่าวเลิกราหย่าร้างของคู่รักดารานางแบบสื่อบันเทิงที่ให้แง่คิดมุมมองรอบด้านว่าทำไมคู่รักคนบันเทิงถึงแยกทางกันอย่างง่ายดาย หรือนำกรณีศึกษาคู่รักที่ครองรักกันอย่างยั่งยืนว่ามีหลักในการใช้ชีวิตคู่อย่างไร

(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว

การผลิตรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนและคุยโขมงบันเทิงเริ่มต้นจากการประชุมโต๊ะข่าวทุกวันในช่วงเช้าระหว่างบรรณาธิการข่าวกับผู้สื่อข่าว โดยจะพิจารณาประเด็นข่าวบันเทิง ข่าวหน้าหนึ่งหนังสือพิมพ์ รวมถึงประเด็นข่าวที่ผู้สื่อข่าวได้มาจากการทำข่าวช่วงค่ำของเมื่อวานประกอบกับข่าวดังตอนเช้าที่ต่อเนื่องจนถึงเวลาประชุมข่าว เพื่อให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูลระหว่างวันจากแหล่งข่าวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ รวมทั้งกองบรรณาธิการจะติดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันและพิจารณาหมายข่าวที่ส่งเข้ามาจากหน่วยงานต่างๆ ด้วย

กองบรรณาธิการไนน์เอ็นเตอร์เทนได้รับหมายข่าวประจำวันจาก

1. แหล่งข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ ที่แจ้งกำหนดการจัดกิจกรรมบันเทิงเข้ายังกองบรรณาธิการ
 2. แหล่งข่าวจากตัวบุคคล
 3. แหล่งข่าวจากโซเชียลมีเดีย
 - และ 4. แหล่งข่าวหนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- โดยจะมีการกำหนดประเด็นข่าวที่จะนำเสนอและออกอากาศข่าวประจำวัน จากนั้นบรรณาธิการจะจัดลำดับหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอว่าข่าวใดควรนำเสนอก่อน-หลัง หากมีข่าวเกินเวลาที่ออกอากาศก็ต้องตัดสินใจว่าจะคงข่าวใดไว้ และเก็บข่าวใดเพื่อนำเสนอในช่วงถัดไป

(3) การวางแผนการผลิตข่าว

การวางแผนการผลิตข่าวของรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนและคุยโขมงบันเทิงเกิดขึ้นหลังจากกำหนดหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอข่าวแล้ว โดยบรรณาธิการข่าวจะให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข่าวตามหมายข่าวที่คัดเลือกไว้แล้ว ซึ่งผู้สื่อข่าวต้องหาข้อมูลและคิดประเด็นข่าวจากหมายข่าวที่ได้รับจากที่ประชุม และร่วมกันหาหรือประเด็นข่าวเพื่อให้ได้แง่มุมข่าวที่แตกต่างจากรายการข่าวของสถานีอื่นๆ

การวางแผนรายการข่าวบันเทิงในขั้นตอนก่อนการผลิตของสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ประกอบด้วยรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

แสดงการวางแผนรายการข่าวบนเท็งของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

ขั้นตอนก่อนการผลิต	รายการ
การกำหนด กลุ่มเป้าหมาย	ไนน์เอ็นเตอร์เทน: ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้หญิงวัยทำงาน
	คุยโขมงบันเทิง: ผู้ชมรายการทั่วไป และแฟนประจำรายการข่าวบนเท็งทีมข่าวไนน์เอ็นเตอร์เทน
การวางแผนกำหนด หัวข้อข่าวและประเด็น	ไนน์เอ็นเตอร์เทน: ทีมงานประชุมข่าวร่วมกันทุกเช้าของทุกวันเพื่อกำหนดหัวข้อข่าวและมอบหมายผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูล
	ข่าว: การประชุม โต๊ะข่าว
การวางแผนกำหนด หัวข้อข่าวและประเด็น	ไนน์เอ็นเตอร์เทน: ติดตามกระแสข่าวที่ผู้คนสนใจเพื่อติดต่อแหล่งข่าวขอไปสัมภาษณ์ และหมายเชิญที่มีดารานักแสดงที่กำลังเป็นประเด็นข่าวและอยู่ในกระแสความสนใจของสังคม
	ข่าว: การคัดเลือกหมาย ข่าว
การวางแผนผลิตข่าว	ไนน์เอ็นเตอร์เทน: ประเด็นข่าวที่จะนำเสนอเป็นไปตามที่ประชุมข่าว และอาจเปลี่ยนแปลงเมื่อนักข่าวได้ข่าวที่สดใหม่กว่า
	คุยโขมงบันเทิง: โปรดิวเซอร์รายการเลือกข่าวที่จะนำเสนอจากถึงข่าวที่ผู้สื่อข่าวออกไปรวบรวมข้อมูลจากสนามข่าวแต่ละแห่ง

4.1.2.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำกำหนดกลุ่มเป้าหมายรายการคือ ประชาชนทั่วไป เนื่องจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์ของรัฐมีเป้าหมายการนำเสนอข่าวที่ให้สาระและความรู้แก่ผู้ชมเป็นหลัก ดังนั้นจึงมีวัตถุประสงค์การนำเสนอรายการเพื่อประชาชนทุกกลุ่มทุกวัย เนื่องจากไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตลาดหรือความนิยมของผู้ชมดังเช่นสถานีโทรทัศน์เอกชน

(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว

การผลิตข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงทางบรรณาธิการข่าวจะคัดเลือกหมายข่าวประจำวันจาก 1. แหล่งข่าวประจำที่ผู้สื่อข่าวไปทำข่าวอยู่เสมอที่จะส่งหมายข่าวเพื่อให้ไปทำข่าว 2. แหล่งข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ โดยบรรณาธิการข่าวจะมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูลจากนั้นจะจัดลำดับหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอในแต่ละวันและตัดสินใจว่าจะตัดข่าวใดในกรณีที่ข่าวเกินเวลาออกอากาศเพื่อเก็บไว้นำเสนอในวันถัดไป

(3) การวางแผนการผลิตข่าว

การวางแผนการผลิตข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง บรรณาธิการข่าวจะมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาและรวบรวมข้อมูลจากสนามข่าว ซึ่งบรรณาธิการอาจจะกำหนดประเด็นข่าวที่ต้องการให้กับผู้สื่อข่าว และเป็นหน้าที่ที่ผู้สื่อข่าวจะต้องวางแผนการไปทำข่าวโดยศึกษาจากหมายข่าวที่ได้รับว่าจะต้องไปเก็บข้อมูลอะไรบ้าง วางแผนการสัมภาษณ์ล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์แหล่งข่าวคนใดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนรอบด้าน

การวางแผนรายการข่าวบันเทิงในขั้นต้นก่อนการผลิตของสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.10

แสดงการวางแผนรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ขั้นก่อนตอนการผลิต	รายการ
การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง: ผู้ชมทุกเพศทุกวัยที่สนใจข่าวบันเทิงและศิลปวัฒนธรรม
การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว: การประชุมโต๊ะข่าว	ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง: บรรณาธิการและผู้สื่อข่าวหารือร่วมกันและผู้สื่อข่าววางแผนสัปดาห์ประจำวันของตนเองเสนอต่อที่ประชุม
การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว: การคัดเลือกหมายข่าว	ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง: เลือกหมายข่าวที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมเป็นหลัก และหมายข่าวเชิงุที่เกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวของวงการศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงเป็นหลัก
การวางแผนผลิตข่าว	ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง: บรรณาธิการข่าวกำหนดทิศทางข่าวและผู้สื่อข่าวทำหน้าที่แสวงหาข้อมูลตามที่ได้รับมอบหมาย

4.1.2.5 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

รายการข่าวไทยบันเทิง และข่าวศิลปะ-บันเทิง กำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายรายการเป็นประชาชนทั่วไปเนื่องจากทั้งสองรายการบริหารการผลิตรายการภายใต้กรอบนโยบายของสถานีเพื่อสาธารณะ อีกทั้งเนื้อหาข่าวไม่ได้เน้นเรื่องราวของวงการบันเทิงหรือคนมีชื่อเสียงเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเรื่องนอกสื่อกระแสหลัก เช่น ภาพยนตร์-เพลงอินดี้ เพลงลูกทุ่งและเพลงลูกกรุงที่ให้ความรู้ แง่คิด และจรรโลงใจแก่ผู้ชมรายการ

(2) การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว

การผลิตไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และรายการศิลปะ-บันเทิง เริ่มต้นจากการประชุมโต๊ะข่าวระหว่างบรรณาธิการข่าวกับผู้สื่อข่าว การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวส่วนหนึ่งบรรณาธิการจะมอบหมายประเด็นให้ผู้สื่อข่าวที่มีความสนใจด้านนั้นไปรวบรวมข้อมูลจากสนามข่าว และอีกส่วนหนึ่งผู้สื่อข่าวสามารถนำเสนอประเด็นที่ตนมีความถนัดต่อที่ประชุมเพื่อร่วมกันหามุมมองให้ข้อเสนอแนะจนได้ประเด็นข่าวที่จะนำเสนอ รวมทั้งกองบรรณาธิการจะติดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันและพิจารณาหมายข่าวที่ส่งเข้ามาจากหน่วยงานต่างๆ ด้วย

กองบรรณาธิการจะพิจารณาหมายข่าวจากหลายแหล่งที่ส่งเข้ามายังกองบรรณาธิการทั้งจาก 1. แหล่งข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ ที่จัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม 2. แหล่งข่าวประจำที่ผู้สื่อข่าวไปทำข่าวสม่ำเสมอ 3. แหล่งข่าวจากตัวบุคคลที่มีสายสัมพันธ์กับผู้สื่อข่าว 4. แหล่งข่าวจากโซเชียลมีเดีย และ 5. แหล่งข่าวหนังสือพิมพ์ นิตยสาร พร้อมกำหนดประเด็นข่าวที่จะนำเสนอและออกอากาศข่าวประจำวัน จากนั้นบรรณาธิการจะจัดลำดับหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอว่าข่าวใดควรนำเสนอก่อน-หลัง สำหรับสื่อกับข่าวประจำวันกองบรรณาธิการสามารถวางแผนไว้ล่วงหน้าได้

(3) การวางแผนการผลิตข่าว

การวางแผนการผลิตข่าวเกิดขึ้นโดยบรรณาธิการข่าวมอบหมายให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข่าวตามหมายข่าวที่คัดเลือกไว้แล้ว ผู้สื่อข่าวต้องหาข้อมูลและคิดประเด็นข่าวจากหมายข่าวที่ได้รับเสนอต่อที่ประชุม และร่วมกันหารือประเด็นข่าวเพื่อให้ได้แง่มุมข่าวที่ลึก รอบด้าน ถูกต้องมีมาตรฐานบนพื้นฐานข้อบังคับด้านจริยธรรม นอกจากนั้นผู้สื่อข่าวอาจจะต้องตัดสินใจเองว่าในเรื่องนั้นควรทำเป็นสื่อกับข่าวหรือรายงานข่าว โดยหาข้อมูลเพิ่มเติม สัมภาษณ์แหล่งข่าว นอกเหนือจากที่ได้รับมอบหมายประเด็นมาจากบรรณาธิการและกลับมารายงานต่อกองบรรณาธิการอีกครั้ง

ตารางที่ 4.11

แสดงการวางแผนรายการข้าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ขั้นตอนก่อนการผลิต	รายการ
การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	ไทยบันเทิง: ผู้ชมรายการที่สนใจข้าวเชิงลึกด้านศิลปวัฒนธรรม และคนในชุมชนที่สนใจข้าวบันเทิงนอกระแส
	ศิลปะ-บันเทิง: ผู้ชมที่ต้องการเข้าใจข้อมูลเชิงลึกด้านศิลปวัฒนธรรม ผ่านการนำเสนอด้วยการเล่าด้วยภาษาเข้าใจง่ายผ่านพิธีกรรายการ
การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว: การประชุมโต๊ะข่าว	ไทยบันเทิง: ทีมบรรณาธิการหารือร่วมกันอย่างเป็นทางการเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมกันคิดประเด็นข่าว
	ศิลปะ-บันเทิง: ทีมบรรณาธิการหารือร่วมกันอย่างเป็นทางการเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมกันคิดประเด็นข่าว
การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว: การคัดเลือกหมายข่าว	ไทยบันเทิง: กำหนดประเด็นขึ้นเองหลังจากหารือร่วมกันในการประชุมโต๊ะข่าว
	ศิลปะ-บันเทิง: กำหนดประเด็นขึ้นเองหลังจากหารือร่วมกันในการประชุมโต๊ะข่าว
การวางแผนผลิตข่าว	ไทยบันเทิง: ทีมงานติดต่อแหล่งข่าวเพื่อนัดสัมภาษณ์หลังจากที่ประชุมกำหนดข่าวแต่ละชิ้นให้ออกอากาศตามวัน/ช่วงเวลารายการ
	ศิลปะ-บันเทิง: บรรณาธิการ และผู้สื่อข่าวคัดเลือกประเด็นข่าวและเนื้อหาที่จะใช้ในรายการศิลปะ-บันเทิงซึ่งมีที่มาเดียวกันกับรายการไทยบันเทิง

การผลิตรายการข้าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ รัฐวิสาหกิจ ราชการ หรือแบบบริการสาธารณะต่างก็มีกระบวนการในขั้นตอนก่อนการผลิตเหมือนกัน คือ การวางแผนกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย การกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าวที่ประกอบด้วยกระบวนการย่อยคือ การประชุมโต๊ะข่าวและการคัดเลือกหมายข่าว ก่อนจะไปสู่การวางแผนการผลิตซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรหลายตำแหน่งหน้าที่ในกองบรรณาธิการข่าวโดยเฉพาะผู้สื่อข่าวที่ทำหน้าที่ออกไปแสวงหาข่าวตามที่ได้รับมอบหมายจากมติที่ประชุมข่าว โดยแต่ละรายการ/สถานี ได้กำหนดแผนงานในขั้นตอนก่อนการผลิตต่างกันตามนโยบายและวัตถุประสงค์การผลิตรายการ แม้แต่ในสถานีเดียวกันก็อาจจะมีวิธีการบริหารงานข้าวบันเทิงแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบการวางแผนรายการข้าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

ตารางที่ 4.12

เปรียบเทียบการวางแผนรายการข่าวบนเท็งที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

สถานีโทรทัศน์	การวางแผนรายการ
กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย	
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	<ul style="list-style-type: none"> - แผนละครของสถานี - แผนละครของสถานีกลุ่มชาวบ้านเพื่อสร้างความนิยมกับละครและนักแสดง (rating) - ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้หญิงวัยทำงาน - ผู้ชมทุกเพศทุกวัยที่สนใจข่าวบันเทิงและศิลปวัฒนธรรม - ผู้ชมรายการที่สนใจข่าวเชิงลึกด้านศิลปวัฒนธรรม และคนในชุมชนที่สนใจข่าวบันเทิงนอกกระแส
การวางแผนกำหนดหัวข้อข่าวและประเด็นข่าว	
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	<p><u>ประชุมโต๊ะข่าวประจำวัน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ประชุมโต๊ะข่าวแบบไม่เป็นทางการ ยกเว้นครอบครัวบ้านเท็งที่ประชุมโต๊ะข่าวเป็นทางการกับทีมงานบริษัทไร้สัมในทุกเย็น - การหารือร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการ หรือไม่มีการประชุมโต๊ะข่าวโดยเฉพาะรายการเส้นทางบันเทิง เส้นทางบันเทิงซึ่งมีบรรณาธิการเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นข่าว - ทีมงานประชุมข่าวร่วมกันทุกเช้า-บ่ายของทุกวันเพื่อกำหนดหัวข้อข่าวและมอบหมายผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูล และอาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อมีข่าวด่วน - บรรณาธิการและผู้สื่อข่าวหารือร่วมกัน ผู้สื่อข่าววางแผนสัปดาห์ประจำสัปดาห์ของตนเองเสนอต่อที่ประชุม - ทีมบรรณาธิการหารือร่วมกันอย่างเป็นทางการเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมกันคิดประเด็นข่าวประจำวัน และรายสัปดาห์
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	<p><u>การคัดเลือกหมายข่าว</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ทุกรายการให้ความสำคัญกับหมายข่าวละครของสถานี ส่วนรายการโต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบ้านเท็งพิจารณาหมายเชิญอื่นๆ ด้วย

ตารางที่ 4.12

เปรียบเทียบการวางแผนรายการข่าวบนเท็งที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง (ต่อ)

สถานีโทรทัศน์	การวางแผนรายการ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	- ทุกรายการให้ความสำคัญกับหมายข่าวละคร/รายการของสถานี ส่วนรายการคั่นปากจะพิจารณาหมายเชิญที่มีดารานักแสดงที่กำลังเป็นประเด็นข่าวและอยู่ในกระแสความสนใจของสังคมร่วมด้วย
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	- ตรวจสอบกระแสข่าวที่ผู้คนสนใจเพื่อไปสัมภาษณ์ และเลือกหมายเชิญที่มีดารานักแสดงที่กำลังเป็นประเด็นข่าวและอยู่ในกระแสความสนใจของสังคม
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	- พิจารณาหมายข่าวเชิญที่เกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวของวงการศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงเป็นหลัก
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	- กำหนดประเด็นขึ้นเองหลังจากหารือร่วมกันในการประชุมโต๊ะข่าว
การวางแผนการผลิตข่าว	
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	- โปรดิวเซอร์รายการ/บรรณาธิการ มอบหมายให้นักข่าวไปแสวงหาข้อมูลจากกองละคร และหมายข่าวเชิญที่มีดารานักแสดงไปร่วมงาน
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	- บรรณาธิการกำหนดหัวข้อข่าวของแต่ละวัน และส่งนักข่าวไปเก็บข้อมูลที่ภาคสนาม
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	- มอบหมายข่าวให้ผู้สื่อข่าวเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นตามมติที่ประชุมโต๊ะข่าวประจำวัน และหมายข่าวที่ผู้สื่อข่าวเสนอขึ้นเอง
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	- ผู้สื่อข่าวไปทำหน้าที่สัมภาษณ์ รวบรวมข้อมูลเพื่อนำเสนอตามที่ได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการ
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	- ทีมงานติดต่อแหล่งข่าวเพื่อนัดสัมภาษณ์หลังจากที่ประชุม กำหนดข่าวแต่ละชิ้นให้ออกอากาศตามวัน/ช่วงเวลารายการ

4.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

ขั้นตอนการผลิตรายการข่าวบันเทิงเป็นขั้นตอนหลังจากที่ได้มีการวางแผนและเตรียมการผลิตข่าวในขั้นตอนก่อนการผลิตไว้แล้วก่อนหน้าว่าการผลิตรายการข่าวบันเทิงจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบใดบ้าง เช่น รูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ช่วงเวลา พิธีกร บุคลากร ในขั้นตอนนี้ต้องมีการวางแผนการผลิต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง เพื่อเลือกกลยุทธ์การผลิตรายการให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์จนสามารถครองใจผู้ชมรายการ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษิตตามขั้นตอนการผลิตดังนี้

4.2.1 รูปแบบรายการ

4.2.1.1 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รายการสี่สັນบันเทิงนำเสนอในรูปแบบรายการบันเทิงเทป โดยมีพิธีกรดำเนินรายการนำเข้าสู่เนื้อหาข่าวซึ่งมีทั้งการสัมภาษณ์ดารานักแสดง การรายงานเบื้องหลังกองถ่ายในรูปแบบรายงานข่าวหรือสื่อบรรยายการสี่สັນบันเทิงไม่ได้มุ่งนำเสนอข่าวที่เน้นความสดจึงทำให้มีเวลาผลิตรายการอย่างพิถีพิถัน และสามารถเพิ่มสีสันในการนำเสนอรายการได้ทั้งด้านภาพและเสียงโดยใช้กราฟิกและการตัดต่อลำดับภาพ การใช้เสียงพิเศษ (sound effect: SFX) รวมถึงการใช้เสียงผู้บรรยาย (voice over: VO) สูง-ต่ำเชิงหยอกล้อ และใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการเพื่อสร้างความใกล้ชิดเป็นกันเองกับผู้ชมรายการ นอกจากนี้รายการสี่สັນบันเทิงยังมีการจัดวางข่าวออกอากาศเพื่อเหลื่อมเวลาการออกอากาศของละครที่ไม่จำเป็นต้องเสนอข่าวให้ตรงกับวันที่ละครออกอากาศจริงเสมอไป โดยกลยุทธ์การจัดวางข่าวออกอากาศให้เหลื่อมวันกับการออกอากาศจริงของละครซึ่งเป็นคำสั่งโดยตรงของผู้บริหารระดับสูงขององค์กรได้ช่วยดึงดูดใจให้ผู้ชมติดตามชมละครทุกเรื่องของสถานี อันเนื่องมาจากผู้ชมที่ไม่ได้รอชมละครเรื่องนั้นจะหันมาติดตามรอชมละครเรื่องนั้นๆ จากการนำเสนอข่าวของรายการสี่สັນบันเทิงแบบเหลื่อมวันออกอากาศของละคร ดังที่ผู้จัดการแผนกสี่สັນบันเทิง-ผลิตรายการอธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดวางข่าวดังนี้

แผนละครของละครแต่ละเรื่องจะรอชมละครที่ตนเองสนใจตามวันที่ละครออกอากาศจริงอยู่แล้วการวางข่าวตรงกับวันที่ละครออกอากาศจะเป็นการเสียโอกาสแต่เราควรจะไปใส่วันอื่นทำให้แผนละครได้เห็นวาระละครอีกเรื่องก็น่าดู ทำให้เขาตามมาดูละครอีกเรื่อง การวางข่าวแบบนี้ได้ประโยชน์มากกว่า กลยุทธ์นี้เป็นมุมมองที่ผู้บริหารระดับสูงให้นโยบายมา ซึ่งเมื่อนำมาใช้จริงแล้วประสบความสำเร็จ (ปริดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

กลยุทธ์การจัดวางข่าวออกอากาศแบบเหลื่อมเวลาละครของรายการ สีสันบันเทิงดังกล่าวมาข้างต้นนอกจากจะสร้างความนิยมละครอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้ชมจากละคร เรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งได้แล้ว ยังสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์คู่แข่งได้ด้วย จากการสร้างแรงจูงใจให้มีการรับชมละครอย่างต่อเนื่องแม้ช่วงแรกอาจไม่ได้ต้องการรับชมละครเรื่อง นี้ๆ ก็ตาม

สำหรับรายการโต๊ะข่าวบันเทิงนำเสนอในรูปแบบรายการสด (live) โดย ผสมผสานระหว่างการรายงานข่าวกับการสัมภาษณ์แหล่งข่าวและสื่อบุคคล โดยแบ่งรายการออกเป็น สามช่วง ได้แก่ ช่วงที่หนึ่งนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงไทยและต่างประเทศ ช่วงที่ สองเป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญที่มีประเด็นข่าวน่าสนใจในช่วงเวลานั้น หรือประชาสัมพันธ์ละคร และกิจกรรมต่างๆ ของสถานี และช่วงที่สามเป็นสื่อบุคคลเบื้องหลังกองถ่ายละคร หรือกิจกรรมต่างๆ ของ ดารานักแสดง เพื่อจะช่วยให้ผู้ชมจดจำรายการได้โดยง่าย ดังที่โปรดิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงให้ ข้อมูลรูปแบบรายการดังนี้

เราพยายามทำให้คนดูจดจำว่าช่วงแรกของเราเป็นข่าว ช่วงที่สองเป็นละคร ถ้าอยากฟัง ข่าวให้ดูครึ่งแรกของเรา ถ้ามีอะไรที่ด่วน สด เร็ว เมื่อได้รับการตรวจสอบแล้วว่าจริง เรา ก็จะออกข่าวทันทีในช่วงที่สองหรือช่วงสุดท้ายของรายการ ซึ่งเราก็จะบอกคนดูว่าให้รอดูจะมีข่าวนี้กำลังอยู่ระหว่างการส่งเข้ามา (เพชร พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้เป็นรูปแบบรายการสดประเภท สนทนาข่าว (news talk) หรือ “เล่าข่าว” โดยการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินรายการ 2-3 คน และสนทนา กับผู้ชมอย่างเป็นกันเอง ใช้ภาษาถิ่นทางการเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจง่าย ภายในขณะเดียวกันก็สามารถ รายงานข่าวสารได้ทันต่อเหตุการณ์เพราะเป็นรายการสด และหลังจากได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ชม และผู้สนับสนุนรายการ (sponsor) รายการก็ได้ขยายเวลาของครอบครัวบันเทิงมากขึ้นโดยเปิดพื้นที่ ให้กับการประชาสัมพันธ์ผลงานของบุคคลในวงการบันเทิงด้านต่างๆ นอกเหนือไปจากการ ประชาสัมพันธ์ละครและดารานักแสดงของสถานีที่จะมาสัมภาษณ์สดในรายการอยู่แล้ว ดังที่โปรดิวเซอร์ ครอบครัวบันเทิงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบรายการดังนี้ “จุดขายของรายการคือ การเล่าข่าว ที่เราเป็นต้นตำรับของการเล่าข่าวทั้งหมดในประเทศไทยเป็นสไตล์รายการเรื่องเล่าเช้านี้เป็นการเล่าแบบ บ้านๆ ที่ผู้ชมเข้าถึง สนุกและเพลิดเพลิน” (เฉลิมพล พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

4.2.1.2 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

รายการเส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิง เป็นรูปแบบรายการบันทึกเทป ในสตูดิโอ มีพิธีกรเปิดรายการและนำเข้าสู่ข่าว หรือสื่อบุคคล การนำเสนอข่าวเป็นการรายงานข่าว แบบเรียบง่ายไม่หวือหวาหรือมีลูกเล่นมากนักเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลา ส่วนรายการคั่นปากเป็น รูปแบบรายการสดประเภทสนทนาข่าวโดยพิธีกรที่มีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง แบ่งการนำเสนอ

รายการเป็นสามช่วง โดยรายการช่วงที่หนึ่งและช่วงที่สองเน้นการรายงานข่าวประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม และเรื่องราวส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบดารา (gossip) ส่วนช่วงที่สามซึ่งเป็นช่วงสุดท้ายของรายการจะเป็นพื้นที่สำหรับนำเสนอผลงาน และความสามารถของนักร้องนักแสดงโดยจะให้ความสำคัญกับดารานักแสดงในสังกัดเป็นอันดับแรก และพิจารณาจากชื่อเสียงความน่าสนใจของดารานักแสดงนอกสังกัดเป็นอันดับรองลงไป

4.2.1.3 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ทั้งไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์ และไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์ มีรูปแบบเป็นรายการสดทุกช่วงเวลา (live) ยกเว้นบางช่วงที่เป็นวันหยุดพิเศษ เช่นวันหยุดนักขัตฤกษ์จะทำการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้าเพื่อรายงานความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั้งบันเทิงไทยและบันเทิงต่างประเทศ รวมถึงข่าวสารในแวดวงศิลปวัฒนธรรม โดยจัดให้มีพื้นที่สำหรับสัปดาห์พิเศษของแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและสร้างเอกลักษณ์ของรายการ ส่วนคีย์โฮมข่าวยุติในรายการคีย์โฮมข่าวเช้าเป็นรายการสดเช่นเดียวกัน แต่มีรูปแบบรายการเป็นแบบสนทนาข่าวบันเทิง นำเสนอประเด็นข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจของผู้ชม โดยมีพิธีกรสองคนทำหน้าที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมและวิเคราะห์วิจารณ์ข่าว

4.2.1.4 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

รายการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงเป็นรายการบันทึกเทปมีผู้ประกาศข่าวประจำรายการเป็นผู้รายงานข่าวแบบกึ่งทางการ โดยแต่ละวันมีผู้สื่อข่าวเข้ามาร่วมรายงานข่าวประจำในช่วงของตนเองด้วย

4.2.1.5 รูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำเป็นรายการสด มีรูปแบบเป็นการรายงานโดยผู้ประกาศข่าวหลักของรายการนำเสนอข่าวและสื่อบันเทิงประจำวัน โดยสื่อบันเทิงเป็นการแบ่งงานกันทำในแต่ละเรื่องแต่ละประเด็น ส่วนข่าวศิลปะ-บันเทิงเป็นรายการสดเช่นเดียวกันโดยใช้รูปแบบรายการสนทนาข่าวโดยผู้ดำเนินรายการสองคนในการอธิบายขยายความเนื้อหาที่เป็นสาระหนักให้ถ่ายทอดความเข้าใจของผู้ชม โดยผู้ช่วยบรรณาธิการรายการข่าวศิลปะ-บันเทิง และไทยบันเทิง ได้ให้ทัศนะรูปแบบรายการข่าวศิลปะ-บันเทิงไว้ดังนี้

ข่าวศิลปะ-บันเทิงเป็นเซกชั่นที่เกิดขึ้นมาตามความต้องการของข่าวเช้าที่ต้องการปรับรูปแบบให้มีทอล์กและนำเสนอด้วยการเล่าข่าวที่เบาขึ้น เหมือนพูดคุยกันจากตอนเริ่มต้นเป็นแค่ข่าวอ่าน และค่อยๆปรับรูปแบบมาเป็นการเล่าเรื่องจากพื้นที่ หรือการทำสื่อบันเทิง ซึ่งก็อาจจะแข็งเกินไปและไม่ทันต่อเหตุการณ์ จึงนำมาสู่การเล่าข่าว (อธิป กลิ่นวิจิต, สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2557)

ตารางที่ 4.13

เปรียบเทียบรูปแบบรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

รายการ	รูปแบบรายการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สี่ส้านบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	<ul style="list-style-type: none"> - รายการบันเทิงเทป สก๊อปข่าวเบื้องหลังกองละครโทนข่าวสนุกมีสี่ส้าน ด้วยการลงเสียงและตัดต่อ - รายการสดในสตูดิโอรูปแบบรายงานข่าว สัมภาษณ์สดแขกรับเชิญในรายการและสก๊อปข่าวเบื้องหลังกองละคร - รายการสดรูปแบบสนทนาข่าว ค่อยๆว่าอย่างเป็นกันเองโดยพิธีกรในวงการบันเทิง สัมภาษณ์สดแขกรับเชิญในรายการ รวมถึงมีการแสดงดนตรีสดจากศิลปินนักร้องด้วย
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง เที่ยงบันเทิง คั่นปาก	<ul style="list-style-type: none"> - บันเทิงเทปในสตูดิโอโดยพิธีกรนำเข้าข่าวละคร/นักแสดงของสถานี ไม่มีลูกเล่นมากนักเนื่องจากเวลาจำกัด - รายการบันเทิงเทป โดยพิธีกรนำเข้าข่าว - รายการสดประเภทสนทนาข่าวสนุกสนานโดยใช้ทักษะของพิธีที่มีความสามารถในการดำเนินรายการ และสัมภาษณ์สดแขกรับเชิญในรายการและนำเสนอสก๊อปข่าวละคร
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า	<ul style="list-style-type: none"> - รายการสดประเภทรายงานความเคลื่อนไหววงการบันเทิง สั้น กระชับทันต่อเหตุการณ์ - รายการสดประเภทสนทนาข่าว วิจารณ์ข่าวบันเทิงและประเด็นข่าว ผู้คนให้ความสนใจ
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> - รายการบันเทิงเทป รายงานความเคลื่อนไหวแวดวงศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงโดยผู้ประกาศข่าวรายงาน ร่วมด้วยนักข่าว รายงานสก๊อปประจำช่วงของตนเอง
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ ข่าวศิลปะ-บันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> รายการสด ประเภทการรายงานข่าวและสก๊อปข่าวเชิงลึก รายการสด ประเภทสนทนาข่าวศิลปะ วัฒนธรรมและบันเทิงไทยและต่างประเทศ

4.2.2 การนำเสนอรายการ

4.2.2.1 เวลาการออกอากาศ

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองที่เป็นหน่วยในการศึกษาครั้ง
นี้ ประกอบด้วยรายการข่าวบันเทิง 13 รายการจากสถานีโทรทัศน์ห้าสถานี ดังนี้

รายการ	วัน-เวลาออกอากาศ	ความยาว	ช่วงเวลา
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3			
สี่สัปดาห์บันเทิง	ส.-พฤ หลังข่าวภาคค่ำ	15 นาที	Prime time
โต๊ะข่าวบันเทิง	จ.-ศ. 11.05-13.30 น.	145 นาที (30 นาที)	Non- primetime
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	จ.-ศ. 11.05-13.30 น.	185 นาที (30 นาที)	Non primetime
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7			
เส้นทางบันเทิง	จ.-อา. 18.35-18.40 น.	5 นาที	Prime time
เที่ยงบันเทิง	จ.-ศ. 11.30-13.00 น.	90 นาที (9 นาที)	Non primetime
ค้นปาก	จ.-ศ. 07.30-08.15 น.	45 นาที	Non primetime
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์			
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	จ.-ศ. 11.30-12.00 น.	30 นาที	Non primetime
ไนน์เอ็นเตอร์เทนไนท์ไลฟ์	จ.-ศ. 21.30-21.45 น.	15 นาที	primetime
	ส.-อา 19.00-19.15 น.	15 นาที	
ไนน์เอ็นเตอร์เทนสุดสัปดาห์	ส.-อา 11.00-11.30 น.	30 นาที	Non primetime
คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า	จ.-ศ. 05.30-07.25 น.	115 นาที (10 นาที)	Non primetime
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย			
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	จ.-ศ. 18.30-20.00 น.	90 นาที (10 นาที)	Prime time
	ส.-อา. 18.00-20.00 น.	120 นาที (10 นาที)	
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส			
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	จ.-อา. 19.00-20.20 น.	80 นาที (5-10 นาที)	Prime time
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	จ.-ศ. 10.30-11.00 น.	30 นาที	Non primetime

รายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการสี่สັນ บันเทิง ออกอากาศในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ความยาวรายการ 15 นาที มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ ข่าวความเคลื่อนไหวของละคร นักแสดงของสถานีให้ผู้ชมได้รับทราบ ในขณะที่รายการโต๊ะข่าวบันเทิง ออกอากาศในช่วงกลางวันด้วยความยาวรายการ 30 นาที และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่า เข้านี้มีความยาวรายการ 30 นาทีเช่นกัน

จากการบรรจุรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในผังรายการของสถานีตามช่วงเวลาดังกล่าวจะเห็นว่า สถานีฯ นำเสนอข่าวบันเทิงครอบคลุมช่วงเวลาทั้งเช้า กลางวัน ค่าเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์รายการ ละครและนักแสดงของสถานี ส่วนช่วงเวลาในการ ออกอากาศจะเห็นว่ารายการสี่สັນบันเทิง จัดอยู่ในช่วงเวลายอดนิยม (prime time) ของสถานีหลังข่าว ภาคค่ำ ต่อเนื่องก่อนเข้ารายละคร แม้จะมีความยาวการออกอากาศเพียง 15 นาที แต่ก็ เป็นรายการที่มี นโยบายสนับสนุนละครของช่องโดยเฉพาะ และได้รับความนิยม (rating) จากกลุ่มผู้ชมละครของ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สูงมากและประสบความสำเร็จด้านรายได้ดังที่ผู้จัดการแผนกสี่สัน บันเทิง-ผลิตรายการให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า “สี่สັນบันเทิงมีเวลาออกอากาศแค่นี้ก็ทำเงินที่ก็จริงแต่มูลค่าการ โฆษณา เป็นรองแค่ละครเท่านั้นเอง “เรื่องเล่าเข้านี้” ก็ไม่ได้เท่าเรา ค่าโฆษณาเราแพงเป็นอันดับสอง รองจากละคร” (ปริดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

ในขณะที่รายการโต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่อง เล่าเข้านี้ แม้จะไม่อยู่ในช่วงเวลายอดนิยม แต่สถานีก็ให้ระยะเวลาออกอากาศมากถึง 30 นาทีและ สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุมวงการบันเทิงด้านอื่นๆ มากกว่า

เช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 รายการเส้นทางบันเทิงที่มีความยาวเพียง 5 นาทีแต่จัดอยู่ในช่วงเวลายอดนิยม เนื้อหาที่ออกอากาศจึงต้องเกี่ยวกับจุดแข็งจุด ขายหลักของสถานีนั่นคือ ละคร และนักแสดงที่ได้รับความนิยมสูง หรือภารกิจหลักของสถานีเท่านั้น ดังที่ วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล บรรณาธิการรายการเส้นทางบันเทิงกล่าวว่า

เส้นทางบันเทิงเน้นละครช่อง บทบาทของตัวละครหลัก ฉากสำคัญที่ต้องขายคนดู รวมทั้งกิจกรรมที่เป็นภาพลักษณ์ของช่อง และข่าวเก็บตกที่เป็นสี่สັນของละครหรือนักแสดงไว้ท้ายสุดของรายการ และเคยมีการวัดเรตติ้งพบว่า ดีกว่าช่วงข่าวภาคหลัก ด้วยซ้ำ (วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2559)

ส่วนรายการคั่นปาก แม้จะไม่ได้จัดอยู่ในช่วงเวลายอดนิยม แต่รายการก็ได้พื้นที่ในการออกอากาศถึง 45 นาที ซึ่งสามารถแบ่งช่วงเวลายาวรายการได้ถึง 3 ช่วงและมีขอบเขต เนื้อหาที่ครอบคลุมวงการบันเทิงหลายด้าน

ในขณะที่ไนน์เอ็นเตอร์เทน นำเสนอรายการข่าวบันเทิงครอบคลุมทุก ช่วงเวลาตั้งแต่ เช้า กลางวัน ค่า เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างรายการข่าวบันเทิงที่

ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ด้วยกัน และสื่ออื่น ๆ ที่เกิดขึ้นมากมายเช่น สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ ข่าวบันเทิง เป็นต้น

ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ของรัฐที่ไม่ได้มุ่งการแข่งขันดังเช่นสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ มีการนำเสนอข่าวบันเทิงคือ รายการข่าวศิลปวัฒนธรรม และบันเทิงความยาว 9 นาที เพียงหนึ่งช่วงเวลาในข่าวภาคค่ำเท่านั้น ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่เป็นสถานีเพื่อสาธารณะไม่มุ่งเน้นการแข่งขันเช่นกัน แต่ให้ความสำคัญกับข่าวศิลปะบันเทิงไม่น้อยไปกว่าสถานีเชิงพาณิชย์ โดยจัดให้มีรายการข่าวบันเทิงถึง 2 รายการ ระยะเวลา 10 และ 30 นาที เพียงแต่เนื้อหาเป็นบันเทิงเชิงสาระ ศิลปวัฒนธรรม ความเคลื่อนไหววงการบันเทิงไทยและต่างประเทศ มากกว่าที่จะเป็นความเคลื่อนไหวของดารานักแสดง

4.2.2.2 ช่องทางอื่นๆของรายการ

การนำเสนอรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไม่เพียงออกอากาศในช่องทางการออกอากาศของสถานีเท่านั้น แต่หลายรายการยังนำเนื้อหารายการข่าวที่ออกอากาศแล้ว ไปยังช่องทางอื่นๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายรายการมากขึ้น และผู้ชมก็สามารถเข้าถึงรายการได้ในทุกช่องทางเช่นเดียวกัน ซึ่งพบการใช้กลยุทธ์การหลอมรวมสื่อมากในรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ดังที่ธิติพร จุติมานนท์ ให้ข้อคิดเห็นเรื่องนี้ไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ในการปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันของเราคือ การเข้าถึงทุกช่องทางที่ผู้ชมเข้าถึง อยู่หน้าคอมพิวเตอร์ต้องเจอเรา บนสมาร์ตโฟนเจอเรา เปิดทีวีเจอเรา ฟังวิทยุเจอเรา บนพีทีเอสเจอเรา ยุทธศาสตร์นี้คือ การสร้างภาพลักษณ์ข่าวบันเทิงที่คนไทยต้องนึกถึง ทุกแพลตฟอร์มต้องเข้าถึงคน หรือทุกคนต้องเข้าถึงแพลตฟอร์มของเรา เป็น การคอนเวอร์จันท์ทุกอย่าง (ธิติพร จุติมานนท์, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2559)

ตารางที่ 4.14

แสดงช่องทางการนำเสนอรายการข่าวบันเทิงในช่องทางอื่น

สถานี/รายการ	ช่องทางการนำเสนออื่นๆ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 - สีสันบันเทิง - โต๊ะข่าวบันเทิง - ครอบครัวบันเทิง	เว็บไซต์ครอบครัวข่าว เฟซบุ๊กโต๊ะข่าวบันเทิง Application เรื่องเล่าเช้านี้/ยูทูปเรื่องเช้านี้/เฟซบุ๊ก
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 - เส้นทางบันเทิง - เทียงบันเทิง - คั่นปาก	เว็บไซต์ bugaboo.tv เว็บไซต์ ch7.com เว็บไซต์ bugaboo.tv เว็บไซต์ ch7.com เว็บไซต์ bugaboo.tv เว็บไซต์ ch7.com
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ - ไนน์เอ็นเตอร์เทน - คุ้ยขอมงบันเทิง	เว็บไซต์ nineentertain/เฟซบุ๊ก nineentertain/ ยูทูป NineEntertain Official/วิทยุ /เว็บไซต์ MCOT/คลื่นวิทยุ MET 107
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย - ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง	เฟซบุ๊ก ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง NBT
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส - ไทยบันเทิง - ศิลปะ-บันเทิง	เฟซบุ๊ก ไทยบันเทิง ThaiPBS

4.2.3 เนื้อหารายการ

4.2.3.1 เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รายการสีสันบันเทิงมุ่งผลิตข่าวบันเทิงเพื่อตอบสนองนโยบายสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่ต้องการใช้ข่าวบันเทิงเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์รายการ ละคร และดารา นักแสดงของสถานี นอกจากนี้สีสันบันเทิงยังวางตำแหน่งรายการ (positioning) ที่มุ่งนำเสนอเฉพาะเนื้อหาข่าวเชิงบวกที่สร้างความเพลิดเพลินกับผู้ชมตรงตามแนวคิดชื่อรายการ “สีสันบันเทิง” ที่นำเสนอแต่เรื่องรื่นเริงสดใสเพื่อผู้ชมจะได้รับความเพลิดเพลินโดยใช้ภาษาที่มีสีสัน และปราศจากการเจาะข่าวชีวิตส่วนตัวของดารา นักแสดง และข่าวเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทุกกรณีที่ทำให้เวลาผู้สื่อข่าวเข้ากองถ่ายละครจะได้รับการตอบรับที่ดีและความไว้วางใจจากดารานักแสดงที่เป็น

แหล่งข่าว (news sources) และที่สำคัญรายการสี่สัปดาห์ซึ่งสามารถนำจุดแข็งขององค์กรที่มีละครและดารา นักแสดงในสังกัดมาผลิตรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพจนมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ซึ่งผู้ชมไม่สามารถหาชมได้ในรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ เช่น เบื้องหลังการถ่ายทำละคร และดาราหลุดบท เป็นต้น ดังที่ผู้จัดการแผนกสี่สัปดาห์-ผลิตรายการให้ความเห็นเกี่ยวเนื้อหาข่าวของรายการสี่สัปดาห์ไว้ดังนี้ “เราไม่ทำข่าวเจาะเรื่องของตัวบุคคล เมื่อไม่ยุ่งเรื่องส่วนตัวของดารา เวลาเราเข้ากองถ่ายจึงได้ภาพที่สื่อออกมาแล้วสนิทกับดารามากกว่ารายการอื่นๆ เขากล้าเล่นกับเรา เพราะรู้ว่าเราปกป้องเขาแน่นอน ไม่นำเสนอเสียหาย” (ปริดาพร วนิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

รายการโตะข่าวบันเทิงแม้จะมีนโยบายการบริหารงานข่าวบันเทิงไม่แตกต่างจากรายการสี่สัปดาห์มากนัก แต่ก็สร้างความแตกต่างด้านเนื้อหาตามแนวคิดของโปรดิวเซอร์รายการที่ต้องการให้มีการนำเสนอเนื้อหาข่าวความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั่วไปบนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่นำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip) ตามสไตล์แกนรายการ “เรื่องจริงของคนบันเทิง” แต่เลือกสร้างความแตกต่างด้านเนื้อหาโดยการทำสื่อบข่าวก่อนที่หาชมไม่ได้ในสถานีอื่นๆ ดังที่โสภิตา สุคันธ ผู้สื่อข่าวรายการโตะข่าวบันเทิงสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านเนื้อหาข่าวรายการดังนี้

คอนเทนต์ของรายการต้องทำให้คนดูรู้สึกว่ถ้าอยากดูเรื่องนี้ต้องดูที่นี่ที่เดียว ไม่สามารถดูที่อื่นได้ เช่น กว่าจะไปละครเรื่องนี้ดารานักแสดงเหนื่อยมากแค่ไหน การขึ้นสลิงครั้งแรกต้องเตรียมตัวอย่างไร คนเขียนบทโทรทัศน์ต้องค้นคว้าข้อมูลเยอะแค่ไหน หรือการเจาะลึกดารานักแสดงที่เป็นกระแสถ้าอยากรู้จักดารานักแสดงมากขึ้นต้องติดตามโตะข่าวบันเทิงเท่านั้น ซึ่งเราอาจทำเป็นเอ็กคลูซีฟทอล์กหรือทำสื่อบพิเศษเจาะลึกที่มีความยาวกว่าปกติ (โสภิตา สุคันธ, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

สำหรับครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้มีนโยบายการผลิตข่าวบันเทิงที่ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการประชาสัมพันธ์ละครและดารา นักแสดงในสังกัดที่สามารถใช้ภาพข่าวร่วมกับรายการสี่สัปดาห์และโตะข่าวบันเทิงเพื่อสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุน (cost advantage) จากการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน (share resources) ด้านภาพข่าวเท่านั้นครอบครัวบันเทิงยังนำเสนอเนื้อหาครอบคลุมถึงเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) ด้วย แต่กระนั้นก็ไม่ใช่ว่าซุบซิบทุกข่าวที่ครอบครัวบันเทิงจะนำเสนอ โดยเฉพาะข่าวซุบซิบที่มีผลกระทบต่อตัวดารานักแสดง รวมถึงภาพลักษณ์ของต้นสังกัด อันเนื่องมาจากทีมข่าวครอบครัวบันเทิงมีกรอบจรรยาบรรณวิชาชีพบันเทิงและโตะข่าวบันเทิงที่ต้องปฏิบัติตามนอกจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับดารานักแสดงในสังกัดที่ถือเป็น “ครอบครัวเดียวกัน”

แม้คอนเทนต์เราเป็นข่าวกอสซิป แต่ก็มีการบรรยายบริบทวิชาชีพกำกับ ถ้าเป็นข่าวซุบซิบ ดาราช่องเราก็จะคุยกันก่อน เป็นการถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน ซึ่งเรื่องนี้มาก่อนจรรยาบรรณ เสียอีก ถ้าไม่ใช่ดาราช่อง แต่เป็นข่าวที่ไม่มีประโยชน์ต่อสังคม ข่าวที่สร้างกระแสเอง หรือข่าวที่ฝ่ายหนึ่งพูดให้ร้ายอีกฝ่ายโดยเราตามหาฝ่ายที่เสียหายมาชี้แจงไม่ได้เราก็จะไม่นำเสนอ เราไม่ส่งเสริมสังคมในทางที่ไม่ดีจากการเห็นภาพดาราทำพฤติกรรมที่ไม่สมควร (เฉลิมพล พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

4.2.3.2 เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีทองที่พบช่อง 7

รายการเส้นทางบันเทิงนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีและดารานักแสดงในสังกัด ตลอดจนส่งเสริมประชาสัมพันธ์รายการของลูกค้าและพันธมิตรของสถานี ด้วยปัจจัยด้านเวลาในการออกอากาศช่วงเวลาหลักของสถานี (prime time) ทำให้รายการเส้นทางบันเทิงให้น้ำหนักกับเนื้อหาข่าวของดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงของสถานีเป็นอันดับแรก เช่น พระเอก-นางเอกของช่อง บทบาทนำของตัวละครหลัก หรือฉากสำคัญที่ทุ่มทุนมหาศาลในละครเรื่องนั้นๆ

รายการเที่ยงบันเทิงนำเสนอเนื้อหารายการไม่ต่างจากเส้นทางบันเทิงมากนักเนื่องจากต้องสนองตอบนโยบายทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีเช่นเดียวกัน แต่ด้วยรายการเที่ยงออกอากาศในช่วงเวลาที่ไม่ใช่เวลาหลัก (non-prime time) และมีระยะเวลาออกอากาศมากกว่าเส้นทางบันเทิงจึงทำให้สามารถนำเสนอเนื้อหาความเคลื่อนไหววงการบันเทิงด้านอื่นๆ ได้ด้วย เช่น การจัดคอนเสิร์ต การเปิดตัวภาพยนตร์ใหม่ นิทรรศการศิลปะ กิจกรรมการกุศลของคนบันเทิง อีกทั้งยังสามารถนำเสนอด้วยรูปแบบและเนื้อหาที่ผ่อนคลายกว่ารายการเส้นทางบันเทิง เช่น เบื้องหลังการหลุดคิวของนักแสดง กิจกรรมยามว่างของนักแสดงที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงนักแสดงระดับพระเอก-นางเอกเท่านั้น

รายการคั่นปากนอกจากจะมีเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์ละคร รายการและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีและดารานักแสดงแล้ว ยังนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมข่าวบันเทิงแบบซุบซิบ (gossip) เรื่องราวส่วนตัวทั้งที่เป็นดารานักแสดงในสังกัดและต่างสังกัด รายการคั่นปากนำเสนอข่าวดาราต่างสังกัดที่เป็นคู่แข่งได้ในกรณีที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวไม่ใช่ผลงาน ดังที่สุภัณฑิต สุวรรณนพ ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องนี้ดังนี้

ถ้ามีข่าวเกี่ยวกับดาราช่องอื่นเราก็เสนอ ไม่ได้ปิดกั้นอะไร เราก็ออกข่าวอ้อม อธิชาติ ที่เป็นดาราช่อง 3 เรื่องชีวิตของเขากับนัท มีเรีย ก็นำเสนอได้ แต่เรื่องงานเขาอยู่คนละช่อง นั่นอาจจะเป็นจุดเด่นอีกอันหนึ่งของรายการคั่นปากคือ ช่วงที่เป็นกลาง เราก็ต้องเปิดโอกาสให้มันเป็นกลาง (สุภัณฑิต สุวรรณนพ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2557)

4.2.3.3 เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนมุ่งนำเสนอข่าวบันเทิงที่มีเนื้อหาหลากหลาย ไม่จำกัดค่าย ไม่จำกัดสังกัด รอบด้าน เป็นกลางและเป็นความบันเทิงที่ควบคู่สาระ (edutainment) เน้นความแตกต่างและรวดเร็วดังสโลแกน “ดูก่อนรู้ก่อนที่นี้ที่เดียว” รายการได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาการนำเสนอให้เข้มข้นทันเหตุการณ์เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำข่าวบันเทิงเรื่อยมา ดังที่อิติพร จุติมานนท์ โพรดิวเซอร์รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนสะท้อนมุมมองด้านเนื้อหารายการว่า

ภายในทีมงานเราคุยกันว่าข่าวจะมีสองแบบคือ ข่าวที่คนอยากรู้ และข่าวที่คนควรรู้ อยากรู้คือ เรื่องชาวบ้าน ทะเลาะกัน เลิกกัน ศิลปินของฉันทออกอัลบั้มหรือยัง หนังสือเรื่องนี้จะเข้าฉายเมื่อไหร่ ส่วนข่าวที่คุณควรรู้ เช่น การมาถึงของ พ.ร.บ.ภาพยนตร์การจัดตั้ง บริษัทเพลงสากลในเมืองไทย หรือการจัดเรตภาพยนตร์ประสบความสำเร็จแค่ไหน (อิติพร จุติมานนท์, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2559)

คุยโฆษกข่าวยุติบทในรายการคุยโฆษกข่าวเข้านำเสนอเนื้อหาข่าวที่เป็นประเด็นข่าวที่สังคมให้ความสนใจ แม้ระยะเวลารายการจะน้อย แต่สามารถให้เวลาในการนำเสนอข่าวแต่ละข่าวได้มากกว่าไนน์เอ็นเตอร์เทน นอกจากนี้ผู้ชมจะได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากการเล่าข่าวของผู้ดำเนินรายการด้วย

4.2.3.4 เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำใช้การนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อตอบสนองเป้าหมายขององค์กรที่ต้องการให้ข่าวบันเทิงเป็นพื้นที่ของการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมโดยบรรณาธิการและหัวหน้าสายข่าวศิลปวัฒนธรรมกล่าวถึงเนื้อหารายการว่า

เราทำเป็นช่องแรกๆ เพราะข่าวบันเทิงในอดีตจะเป็นข่าวโปรโมตช่องและรายการของช่องเป็นหลัก ไม่มีบันเทิงแบบกว้างๆ ช่วงแรกหนังสือพิมพ์เขียนชมว่าเราเป็นข่าวบันเทิงแท้ๆ เรายังเป็นช่องแรกๆ ที่ไปทำข่าวกรมศิลป์ แต่ก่อนมีแต่คนแก่ๆ ไปดู ไม่มีสื่อไปทำเลย หลังๆ ก็มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมด้วย เราถือเป็นรุ่นบุกเบิก (พรชาติ สาครมนิรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

4.2.3.5 เนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงที่มุ่งเน้นเรื่องศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนสถานการณ์สังคมและมีผลกระทบในวงกว้าง ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงดังเช่นสถานีโทรทัศน์อื่นๆ ดังที่พรรณิ รุ่งสว่าง บรรณาธิการกลุ่มข่าวชีวิตและสังคมกล่าวเกี่ยวกับเนื้อหารายการดังนี้

บันเทิงของเราหมายถึงความรู้สึกรื่นรมย์ของการได้เสพงาน ไม่ว่าจะเป็งานดนตรีหรืองานศิลปะ ไม่จำเป็นต้องเป็นดาราที่มีชื่อเสียง เราค่อนข้างเปิดพื้นที่ให้กับศิลปินที่ถูกกลืม เพลงเก่า หนังสือนิยาย เป็นพื้นที่ให้คนเล็กคนน้อยที่ไม่ได้ดังตลาดทุนใหญ่ๆ บันเทิงในมุมของไทยพีบีเอสคือ การที่คนดูเสพแล้วได้ยกระดับ หรือการใช้ดาราเป็นสื่อเพื่อนำเสนอสิ่งอื่นต่อไป เป็นการทำให้คนดูได้ติดต่อ (พรรณิ รุ่งสว่าง, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2557)

ข่าวศิลปะ-บันเทิง มีเนื้อหารายการไม่ต่างจากไทยบันเทิงเพราะมีการใช้ทรัพยากรข้อมูลร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด แตกต่างกันแค่รูปแบบการนำเสนอรายการ โดยรายการข่าวศิลปะ-บันเทิงมีระยะเวลาออกอากาศรายการมากกว่าจึงสามารถนำเกร็ดความรู้และประเด็นเล็กประเด็นน้อยที่ไม่สามารถออกอากาศในรายการไทยบันเทิงได้ทั้งหมดเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลามานำเสนอในรายการข่าวศิลปะ-บันเทิงในรูปแบบของการเล่าข่าว

ตารางที่ 4.15

เปรียบเทียบเนื้อหาข่าวยุทธการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

รายการ	เนื้อหาข่าวยุทธการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สี่ส้านบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง ครอบครัวบันเทิงใน รายการเรื่องเล่าเช้านี้	<ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์ละคร/รายการ ข่าวเชิงบวกของนักแสดงในสังกัด - รายงานความเคลื่อนไหวละคร กิจกรรมของสถานีและวงการบันเทิงทั่วไปตามสโลแกน “เรื่องจริงคนบันเทิง” บนหลักจริยธรรมวิชาชีพ - เรื่องราวส่วนตัวนักแสดง ข่าวซุบซิบบันเทิง
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง เที่ยงบันเทิง คั่นปาก	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานความเคลื่อนไหวละคร นักแสดงและพันธมิตรธุรกิจ - รายงานความเคลื่อนไหวละคร นักแสดงในสังกัด และข่าวบันเทิงทั่วไป - เรื่องราวชีวิตส่วนตัวนักแสดง คนดัง ข่าวซุบซิบบันเทิง
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน คุยโขมข่าวยุทธการใน รายการคุยโขมข่าวยุทธการ	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหววงการบันเทิงด้วยความเป็นกลางไม่แบ่งค่ายไม่แบ่งสังกัด ทำสื่อบุเชิงลึกให้มุมมองที่แตกต่าง - รายงานความเคลื่อนไหววงการบันเทิง เรื่องราวส่วนตัวข่าวซุบซิบบันเทิง

ตารางที่ 4.14

เปรียบเทียบเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง (ต่อ)

รายการ	เนื้อหารายการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง	- เนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรม และความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงตามสโลแกนการนำเสนอข่าวบันเทิงเชิงสร้างสรรค์
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	- นำเสนอข่าวบันเทิงหลากหลายมิติข้อมูลเชิงลึกและเปิดพื้นที่สำหรับคนชายขอบในแวดวงบันเทิงและศิลปวัฒนธรรม
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- เนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรม และความเคลื่อนไหววงการบันเทิง

4.2.4 พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ/ผู้ประกาศ

การผลิตรายการข่าวบันเทิงให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายมีปัจจัยหลายประการที่เกื้อหนุนการทำงานทั้งขั้นตอนก่อนการผลิต ระหว่างผลิตและหลังการผลิต โดยปัจจัยด้านพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ และผู้ประกาศมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวไม่น้อยไปกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ เนื่องจากเป็นผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารเนื้อหารายการที่ทีมงานเบื้องหลังร่วมกันวางแผนการผลิตมาตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นเพื่อนำเสนอเนื้อหาไปสู่ผู้ชม

4.2.4.1 พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รายการสี่สັນบันเทิงสามารถสร้างเอกลักษณ์ของรายการโดยการใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงในสังกัดมาสร้างความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมจนเกิดฐานผู้ชมรายการที่เหนียวแน่นจากการที่ผู้ชมจะคอยติดตามชมผลงานการทำหน้าที่เป็นพิธีกรรายการของดารานักแสดงเหล่านั้น

รายการสี่สັນบันเทิงออกอากาศในช่วงไพรม์ไทม์ ใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นพิธีกรและเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์สถานี ในยุคหนึ่งหยาดทิพย์ ราชपाल เริ่มเป็นนางเอกดาวรุ่ง เราต้องการให้คนจดจำเห็นหน้าบ่อยๆ ก็ใช้ตรงนี้เป็นเวทีสร้างคน ทำหน้าที่พิธีกรชั่วคราวก่อนละครออกอากาศ (ปริดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

ในขณะที่รายการโต๊ะข่าวบันเทิงใช้พิธีกรที่เป็นผู้มีประสบการณ์ด้านข่าวบันเทิง รวมถึงพัฒนานักข่าวบันเทิงประจำกองบรรณาธิการที่มีความสามารถให้ขึ้นมาทำหน้าที่ดำเนินรายการ ส่วนครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ได้นำดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงทั้งในและนอกสังกัดมาทำหน้าที่เล่าข่าวเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมให้รู้สึกใกล้ชิดกับรายการมากยิ่งขึ้น

4.2.4.2 พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

รายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงนำเสนอเนื้อหาข่าวความเคลื่อนไหวของละครและนักแสดงในสังกัด อีกทั้งยังประชาสัมพันธ์รายการของพันธมิตร แม้จะมีรูปแบบการนำเสนอที่เรียบง่ายเพราะมีเวลาจำกัด แต่ก็ใช้ดารานักแสดงในสังกัดทำหน้าที่พิธีกรเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม และยังเป็นเวทีให้ดารานักแสดงหน้าใหม่ที่กำลังจะมีผลงานละครสร้างความใกล้ชิดคุ้นเคยกับผู้ชมด้วยอีกทางหนึ่ง

“เป็นอีกหนึ่งช่องทางให้ดารานักแสดงในสังกัดได้แสดงความสามารถด้านการเป็นพิธีกรอย่างน้อยคนดูก็จะได้เห็นดารานักแสดงหน้าใหม่ผลัดกันมาอ่าน โดยอีกสักพักก็จะได้เห็นละครที่พวกเขาเล่นแล้ว” (วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2557)

รายการค้นปากใช้พิธีกรที่เป็นดารานักแสดง พิธีกร และดีเจ ที่มีชื่อเสียงถึง 9 คนหมุนเวียนกันทำหน้าที่พิธีกรดำเนินรายการ ซึ่งแต่ละคนมีทักษะความสามารถด้านพิธีกรจนเป็นที่จดจำและสร้างความนิยมจากผู้ชมได้

“จุดขายของเราเป็นพิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นตัวพ่อตัวแม่ของวงการ คนที่มีคาแรกเตอร์แบบนี้อยู่กับเราเกือบทั้งหมด ลองไปดูรายการที่นำเสนอข่าวประเภทกอสซิป ไม่มีรายการไหนที่ใช้พิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นจุดขายที่ชัดเจนพอพูดชื่อรายการค้นปากก็จะนึกถึงตัวพิธีกรด้วย” (กุลธิดา ลิ้มธนสาร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2557)

4.2.4.3 พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมบข่าวเข้านำเสนอข่าวด้วยความเป็นกลางไม่แบ่งค่ายและสังกัด และไม่มีศิลปินดารานักแสดงในสังกัด การนำเสนอรายการจึงไม่ได้เน้นนักแสดงที่มีชื่อเสียงเหล่านั้นมาดึงดูดความสนใจจากผู้ชม แต่จะใช้บุคคลทั่วไปที่มีคุณสมบัติและความสามารถในการทำหน้าที่พิธีกรข่าวบันเทิง หรืออาจจะใช้บุคลากรในกองบรรณาธิการที่เติบโตจากการเป็นผู้สื่อข่าวสั่งสมประสบการณ์และความรอบรู้ในแวดวงบันเทิงมาทำหน้าที่พิธีกร

4.2.4.4 พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำมุ่งให้สาระความรู้แก่ผู้ชมเป็นหลักจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตลาดหรือความนิยมของผู้ชมดังเช่นสถานีโทรทัศน์เอกชน อีกทั้งข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงเป็นส่วนหนึ่งในรายการข่าวภาคหลักของสถานีที่ไม่ได้แยกออกมาเป็นรายการบันเทิงโดยเฉพาะ รูปแบบรายการจึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับข่าวประเภทอื่นๆ ผู้ดำเนินรายการจึงใช้บุคลากรที่ผ่านการคัดเลือกว่ามีความสามารถและความรู้เกี่ยวกับข่าวบันเทิง

4.2.4.5 พิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิง เป็นรายการข่าวบันเทิงที่ใช้บุคลากรในกองบรรณาธิการ นักข่าว ที่มีประสบการณ์และคลุกคลีกับแหล่งข่าวในสนามข่าว มีความเชี่ยวชาญและรู้สึกเฝ้าหาด้านศิลปวัฒนธรรมมาทำหน้าที่พิธีกรรายการ

ตารางที่ 4.15

เปรียบเทียบพิธีกรรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

สถานี/รายการ	พิธีกรรายการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สีสันบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง ครอบครัวบันเทิงใน รายการเรื่องเล่าเช้านี้	- ใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงในสังกัดดำเนินรายการ - พิธีกรบุคคลธรรมดา ไม่ใช่ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง - ใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงจัดรายการร่วมกับ พิธีกรที่มีชื่อเสียงข่าวภาคหลัก
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง เที่ยงบันเทิง คันปาก	- ใช้นักแสดงในสังกัดทำหน้าที่พิธีกร - ใช้นักแสดงในสังกัดทำหน้าที่พิธีกร - ใช้นักแสดงทั้งในสังกัด และนอกสังกัดที่มีชื่อเสียงดำเนินรายการ
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน คุยโขมงบันเทิงใน รายการคุยโขมงข่าวเช้า	- พิธีกรบุคคลธรรมดา ไม่ใช่ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง - พิธีกรเป็นบุคลากรในกองบรรณาธิการข่าว
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและ บันเทิงในรายการข่าว ภาคค่ำ	- พิธีกรบุคคลธรรมดา
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการ ข่าวภาคค่ำ ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- พิธีกรเป็นบุคลากรในกองบรรณาธิการข่าว - พิธีกรเป็นบุคลากรในกองบรรณาธิการข่าว

4.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

4.3.1 การเขียนบทข่าว

4.3.1.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

การเขียนข่าวของรายการสี่สັນบันเทิงค่อนข้างมีสีสัน ใช้ภาษาเข้าใจง่าย ใกล้ชิดเป็นกันเองกับผู้ชมและให้รายละเอียดเกี่ยวกับเบื้องหลังการถ่ายทำละครเป็นหลัก การเขียนข่าวเช่นนี้จึงไม่มีข้อกังวลเรื่องจริยธรรมการเขียนข่าวเพราะไม่มีเนื้อหาที่กล่าวถึงเรื่องราวส่วนตัวของนักแสดง ส่วนรายการโต๊ะข่าวบันเทิงนั้นโครงสร้างบทข่าวจะประกอบด้วยบทนำข่าวและรายละเอียดข่าว ภาษาที่ใช้เป็นแบบกึ่งทางการเพื่อสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชม โดยเพชร พรหมช่วย โปรดิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงกล่าวถึงหลักการเขียนข่าวของรายการไว้ว่า “โต๊ะข่าวบันเทิงให้อิสระแก่นักข่าวในการเขียนข่าว แต่ก็มีกรตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและภาษาที่ใช้ ติลาการเขียนข่าวต้องน่าสนใจและต้องชัดเจนว่าต้องการนำเสนอประเด็นอะไร” (เพชร พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

สอดคล้องกับ โสภิตา สุคันโธ ผู้สื่อข่าวโต๊ะข่าวบันเทิงที่มองว่าการเขียนข่าวต้องดึงดูดความสนใจผู้ชมทุกระดับให้รับรู้ได้เหมือนกันโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย “การเขียนข่าวไม่ใช่คำยาก ไม่สวิงสวาย เป็นคำที่คนดูไม่ว่าอยู่ในระดับไหนก็เข้าใจถ้ามีคำทับศัพท์ก็จะพยายามเปลี่ยนทุกคำเป็นคำพูดที่ทุกคนเข้าใจ” (โสภิตา สุคันโธ, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

ถึงแม้ว่าข่าวบันเทิงจะเป็นข่าวที่มุ่งด้านอารมณ์ความรู้สึก แต่ถึงอย่างไรก็ต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและนำเสนอด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ต่างจากข่าวประเภทอื่นที่มีกรอบจริยธรรมวิชาชีพกำกับการทำงาน โดยโปรดิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงกล่าวถึงจริยธรรมการเขียนข่าวดังนี้

การมีกรอบคุณธรรมและจริยธรรม ทำให้การเขียนข่าวของเราชัดเจนกว่าจะนำเสนอและไม่นำเสนออะไร เราตัดเนื้อหาส่วนที่ไม่ต้องการออก เลือกเอาเฉพาะเนื้อหาที่ต้องการให้คนดูเห็น เราไม่ได้หลอกคนดู แต่สิ่งที่เราให้ดูนั้นน่าสนใจ คนดูก็มีความสุขและได้ข้คิด นักข่าวก็มีความสุขดาราที่เป็นข่าวก็มีความสุขที่เราให้เกียรติไม่ไปยุ่งเรื่องส่วนตัว (เพชร พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

ส่วนการเขียนบทข่าวของครอบครัวบันเทิงนั้นใช้สคริปต์ข่าวเป็นแบบกึ่งทางการ ใช้ภาษาเข้าใจง่ายเนื่องจากพิธีกรต้องนำไปถ่ายทอดให้ผู้ชมด้วยการเล่าข่าว ดังที่โปรดิวเซอร์ครอบครัวบันเทิงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเขียนข่าวดังนี้ “ครอบครัวบันเทิงเป็นการเล่าข่าวบันเทิงด้วยสคริปต์กึ่งทางการ เป็นการเล่าเรื่องที่สอดแทรกเนื้อหาประเด็นเข้าไป ภาษาและคำพูดที่ใช้

สื่อสารกับคนดูจึงเป็นการเล่าเรื่องให้ฟังจากความเข้าใจ” (เฉลิมพล พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

4.3.1.2 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สคริปต์ข่าวของรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงมีโครงสร้างการเขียนข่าวที่ประกอบด้วยบทนำและเนื้อหาข่าว ภาษาที่ใช้เป็นแบบกึ่งทางการ โดยกองบรรณาธิการให้ความสำคัญกับการใช้ภาษา ยึดหลักไวยากรณ์ภาษาไทยที่ขึ้นต้นด้วย ประธาน กริยา กรรม หลีกเลียงคำทับศัพท์ และรูปประโยคแบบภาษาต่างประเทศซึ่งถือเป็นการอนุรักษ์ภาษาไทยรูปแบบหนึ่ง

เส้นทางบันเทิงไม่เป็นเชิงทางการ เราระมัดระวังการใช้ภาษาไทยอย่างมาก จะหลีกเลียงคำทับศัพท์ คำแสลงที่ใช้กันแบบชั่วครั้งชั่วคราว โครงสร้างการเขียนข่าวของเรายึด 5W+1H ประธาน กริยา กรรม พยายามเรียงให้ถูก ซึ่งหลังๆ เราจะเห็นเด็กรุ่นใหม่ๆ เอาคำขยายขึ้นก่อนค่อยมาเป็นประธาน (วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2557)

ในขณะที่การเขียนบทข่าวของรายการคั่นปากใช้ภาษากึ่งทางการ และไม่ยึดโครงสร้างการเขียนบทข่าวแบบตายตัว เพื่อให้ง่ายต่อการที่พิธีกรจะนำไปเล่าข่าวด้วยความเข้าใจอย่างไรก็ตามการนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงแนวซุบซิบส่งผลให้ทีมข่าวต้องมีความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำเสนอเนื้อหาซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักเป็นข้อกล่าวหาของดาราสาวที่ตกเป็นข่าวเพราะรายการคั่นปากเคยถูกฟ้องร้องจากบุคคลที่มีชื่อเสียงมาแล้วจากการนำเสนอข่าวโดยกุลธิดา ลิ้มธนสาร บรรณาธิการรายการคั่นปาก ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้องของบทข่าวไว้ดังนี้

การเล่าข่าวซุบซิบเรารู้ว่าต้องมีข้อกล่าวหา ก่อนแล้วดาราคอนนั้นๆ จึงมาแก้ข้อกล่าวหาตัวข้อกล่าวหาเป็นสิ่งที่เราต้องดูแลเป็นพิเศษว่าเขาถูกกล่าวหาอย่างนั้นจริงหรือไม่ วิธีเช็คก็คือ เช็คจากฟุตเทจว่ามีการถามแบบนี้จริงหรือเปล่า มีบางครั้งเหมือนกันที่ตัวดาราสาวหรือคนที่ตกเป็นข่าวตอบว่ากลับว่าไม่ใช่ข่าวดัดแล้ว ซึ่งนักข่าวของเราต้องไม่เอามาเขียนตรงนี้เป็นสิ่งที่เราต้องตรวจสอบ (กุลธิดา ลิ้มธนสาร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2557)

4.3.1.3 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

บทข่าวของรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนและคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมบข่าวเข้าใช้ภาษากึ่งทางการที่เข้าใจง่ายนอกจากนั้นกองบรรณาธิการยังให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลมากกว่าความรวดเร็วโดยเฉพาะเมื่อเป็นข่าวแนวซุบซิบที่แหล่งข่าว (news source) มักไม่ปรากฏชื่ตัวมาจากใคร

ยุทธศาสตร์ของเราให้ความสำคัญกับคอนเทนต์ เร็วที่อื่นไม่เป็นไร แต่ต้องชัวร์ที่ไนน์เอ็นเตอร์เทน ข่าวของเราต้องมีความน่าเชื่อถือ ถ้าเป็นข่าวลือก็ต้องมาคอนเฟิร์มว่าจริงหรือไม่จริงที่เรา นี่คือ ภาพลักษณ์ของไนน์เอ็นเตอร์เทนที่ทำกันมา 10-15 ปี เป็นมาตรฐานที่ต้อง

รักษาไว้ ถ้าเสนอข่าวเร็วได้ก็ดี แต่ความถูกต้องต้องมาก่อน การรีเช็คข้อมูล การตรวจเช็คชื่อตารา การขึ้นซีจี สิ่งนี้เราต้องปลูกฝังนักข่าว ถ้าปล่อยเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ที่ผิดออกไปก็จะเป็นการปลูกฝังความไม่น่าเชื่อถือออกไป (อิติพร จุติมานนท์, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2559)

4.3.1.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำมีโครงสร้างบทข่าวที่ประกอบด้วยความนำและเนื้อหาข่าว ใช้ภาษากึ่งทางการในการเขียนข่าว มีสีสันแต่ไม่ถึงกับหวือหวาเหมือนดังข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์อื่นๆ การเขียนข่าวที่ยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้ชมนำมาสู่ความเข้มงวดในการเขียนข่าวบันเทิงที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงดังที่บรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงระบุความสำคัญของการเขียนข่าวไว้ดังนี้

การทำข่าวบันเทิงต้องทำให้มีสีสันและน่าสนใจ แต่ที่สำคัญต้องอยู่บนพื้นฐานความจริง เพราะข่าวบันเทิงก็คือ ข่าว ข้อมูลต้องเป็นจริงและถูกต้อง ย้ำกับนักข่าวเสมอว่าต้องทำข่าวให้น่าสนใจที่สุด แต่ขณะเดียวกันก็ต้องถูกต้องและเป็นความจริง ข่าวเราจะไม่มีการแบบว่าอาจจะ น่าจะ ต้องมีแหล่งข่าวเสมอ และคุณภาพของข่าวที่ออกมาจะต้องถูกต้องเรื่องของภาษา ข้อมูลและการติดต่อที่ค่อนข้างละเอียด (พรชาติ สาครมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

4.3.1.5 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

การผลิตไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีกลไกกำกับมาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอน การเขียนข่าวจึงต้องคำนึงถึงจริยธรรมองค์กรและจริยธรรมวิชาชีพอย่างเคร่งครัดเพื่อจะสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่ถูกต้องเที่ยงตรง ตลอดจนมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวด้วย บทข่าวรายการข่าวบันเทิงทั้งสองรายการใช้ภาษากึ่งทางการ แต่มีชั้นเชิงในการเล่าเรื่องและเลือกใช้คำที่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย

ตารางที่ 4.16

เปรียบเทียบรูปแบบ/เทคนิคการเขียนข่าวของสถานีโทรทัศน์

รายการ	รูปแบบ/เทคนิคการเขียนข่าว
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สีสันบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง ครอบครัวบันเทิงใน รายการเรื่องเล่าเช้านี้	- สคริปต์ข่าวมีสีสัน ภาษาเป็นกันเองสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชม - การเขียนสคริปต์ข่าวโดยมีจริยธรรมกำกับอย่างเคร่งครัด - สคริปต์กึ่งทางการเพื่อให้พิธีกรนำไปเล่าข่าวด้วยความเข้าใจ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง เที่ยงบันเทิง ค้นปาก	- ยึดหลัก 5W+1H และหลักภาษาไทยใช้ภาษา กึ่งทางการ มีสีสัน - ยึดหลัก 5W+1H และหลักภาษาไทยใช้ภาษา กึ่งทางการ มีสีสัน - ใช้ภาษา กึ่งทางการ มีสีสัน โครงสร้างการเขียนข่าวไม่ตายตัว
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน คุยโขมงบันเทิงใน รายการคุยโขมงข่าวเช้า	- ใช้ภาษา กึ่งทางการ เข้าใจง่าย มีสีสันและความถูกต้องของข้อมูล - ใช้ภาษา กึ่งทางการ เข้าใจง่าย มีสีสันและความถูกต้องของข้อมูล
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและ บันเทิงในรายการข่าว ภาคค่ำ	- ใช้ภาษา กึ่งทางการ เข้าใจง่าย มีสีสันแต่ไม่หวือหวามากนัก บนพื้นฐาน ความรับผิดชอบต่อสังคม
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการ ข่าวภาคค่ำ ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- ให้ข้อมูลเชิงลึก บทข่าวและการเล่าเรื่องมีชั้นเชิงด้านการใช้ภาษา และ ถูกต้องตามจรรยาบรรณการเสนอข่าว - ให้ข้อมูลเชิงลึก บทข่าวและการเล่าเรื่องมีชั้นเชิงด้านการใช้ภาษา และ ถูกต้องตามจรรยาบรรณการเสนอข่าว

4.3.2 การตัดต่อข่าว

4.3.2.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รายการสี่สັນบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ มีการบริหารรายการข่าวบันเทิงเพื่อสนองตอบนโยบายในการเป็นพื้นที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของละคร และดารานักแสดงในสังกัด ดังนั้นทุกกระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงจึงมีการขอความรับผิดชอบและจริยธรรมองค์กรเป็นมาตรฐานการผลิตข่าวรวมถึงกระบวนการตัดต่อที่เจ้าหน้าที่ในกองบรรณาธิการจะต้องมีความระมัดระวังเรื่องการใช้อุปกรณ์ที่ไม่เหมาะสม เสี่ยงสัมภาษณ์ต้องกลั่นกรองเพื่อให้นักแสดงมีภาพลักษณ์ที่ดีโดยเป็นหน้าที่ที่ทีมงานต้องใส่ใจรายละเอียดและรับผิดชอบต่อส่วนรวมกัน ดังที่โปรดิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิงกล่าวถึงการให้ความสำคัญในกระบวนการตัดต่อภาพเพื่อการพัฒนาข่าวบันเทิงที่มีคุณธรรมจริยธรรม ดังนี้ “นโยบายช่องให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคม เช่นการถ่ายทำเบื้องหลังละครฉากตบตีกันนั้นเราก็ต้องระมัดระวังอย่างมาก เราจะออกแค่ข้อเท็จจริงเท่านั้น ไม่มีการฉายภาพซ้ำๆ” (เพชร พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

สอดคล้องกับผู้สื่อข่าวโต๊ะข่าวบันเทิงที่มองว่าการนำเสนอข่าวบันเทิงต้องอยู่บนความรับผิดชอบต่อสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ใช้เทคนิคการตัดต่อลำดับภาพ (editing) ลดความแรงของคำสัมภาษณ์ถ้าจำเป็นต้องนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสสนใจของสาธารณชน

เราจะไม่ไปทำข่าวที่เป็นเรื่องส่วนตัวมากเกินไป และไม่มีประโยชน์ต่อสังคมแม้จะเป็นความขัดแย้งของดาราด้วยกันเราก็จะไม่ไปขยายความต่อ ถ้าจะทำข่าวก็ต้องดาราคนนั้นแถลงข่าวเอง ถ้าไม่ได้แถลงข่าวเราก็เลี่ยงนำเสนอ แต่ถ้าข่าวนั้นเป็นเรื่องของดาราช่องเราก็จะถามไปยังผู้บริหารสถานีว่าจะเล่นข่าวนี้นี้ไหม สิ่งที่รายการทำคือ ให้เขารู้สึกเป็น “ครอบครัวเดียวกับเรา” แต่ไม่ใช่ว่ามีปัญหาเราจะทำให้ดำเป็นขาวขาวเป็นดำ เราทำหน้าที่ของเรา ส่วนถ้าไม่ใช่ดาราช่องก็จะดูประโยชน์ที่สังคมจะได้รับถ้าเล่นหรือไม่เล่นข่าวนั้น (โสภิตา สุคันโธ, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

4.3.2.2 สถานีโทรทัศน์สีกิ่งกษัตริย์พงษ์ 7

รายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปาก ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการทั้งสามรายการจะเข้ามามีบทบาทในการตัดต่อข่าวด้วยตนเอง โดยผู้สื่อข่าวต้องมีความรู้เรื่องกฎหมายสื่อสารมวลชนเป็นพื้นฐานว่าภาพข่าวลักษณะใดออกอากาศไม่ได้ เช่น เครื่องหมายการค้าสินค้าเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ ภาพวาบหวาม เป็นต้น โดยเฉพาะรายการค้นปากที่นำเสนอเรื่องราวส่วนตัว ข่าวดาว ขาวความขัดแย้ง นั้นผู้สื่อข่าวจะต้องให้ความสำคัญกับความถูกต้องของการนำเสนอข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip) นี้อย่างยิ่ง โดยต้องระมัดระวังเกี่ยวกับการใช้ภาพและเสียงในการนำเสนอ ซึ่งสามารถทำได้ค่อนข้างมีประสิทธิภาพเนื่องจากเป็นผู้ตัดต่อเองจึงกรองเนื้อหาไม่ให้แรงเกินไปได้

ข่าวกอสชิปต้องระมัดระวังการใช้ถ้อยคำและการปล่อยเสียงสัมภาษณ์เพราะหมิ่นเหม่ พาดพิงบุคคลที่สาม ต้องให้เกียรติคนที่ตกเป็นข่าวและเปิดช่องทางให้เขาออกมาตอบ เราไม่จำเป็นต้องนำเสนอความจริงในบางเรื่องที่สังคมไม่ควรรู้แล้วเขาก็ไม่ควรต้องมายืนตอบในเรื่องนี้ นี่ถือเป็นจรรยาบรรณและวิจรรยาณในการทำงาน อีกทั้งเรายังใช้เทคนิคการตัดต่อเข้าช่วยเพื่อลดความแรงของข่าวได้ด้วย” (คมกฤษ ลำเจียก, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2557)

4.3.2.3 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

การตัดต่อเนื้อหาข่าวของรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และคุยโขมงบันเทิง ในรายการคุยโขมงข่าวเช้า นั้นผู้สื่อข่าวจะต้องอธิบายให้ฝ่ายตัดต่อเข้าใจเนื้อหาและประเด็นข่าว รวมถึงหาภาพประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้ข่าวสมบูรณ์ขึ้นด้วย โดยในขั้นตอนนี้จะมีการโปรดิวเซอร์ฝ่ายตัดต่อเป็นผู้ควบคุมการเลือกภาพ ลงเสียง ตัดต่อภาพทั้งหมด ซึ่งการคัดเลือกภาพจะต้องอยู่ภายใต้หลักจริยธรรมสื่อมวลชนและจรรยาบรรณสื่อว่าภาพใดนำเสนอได้หรือไม่ได้ โดยผู้สื่อข่าวและโปรดิวเซอร์รายการจะต้องตรวจสอบภาพรวมก่อนการนำออกอากาศ

4.3.2.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ขั้นตอนของการตัดต่อข่าว ผู้สื่อข่าวรายการศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง จะเข้ามาช่วยให้คำแนะนำกับเจ้าหน้าที่ตัดต่อเพื่อให้ภาพและบทข่าวตรงกัน เช่น การพูดถึงแหล่งข่าว คนใดต้องเลือกภาพมาให้ถูกต้อง และในขั้นตอนนี้ทั้งผู้สื่อข่าวและเจ้าหน้าที่ตัดต่อต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายสารสื่อสารมวลชนและจรรยาบรรณสื่อมวลชน ไม่นำเสนอภาพที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของสังคม รวมถึงการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกกรณี เช่น ข่าวการประกวดนางงามที่จะหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพการประกวดชุดว่ายน้ำ หรือหากเลี่ยงไม่ได้จะต้องเลือกภาพมุมกว้างที่สุดที่ไม่เจาะจงให้เห็นสัดส่วนของผู้เข้าประกวดชัดเจนเกินไป โดยหลังจากตัดต่อข่าวเสร็จแล้วบรรณาธิการข่าวจะต้องตรวจสอบภาพข่าวอีกครั้งก่อนที่จะนำออกอากาศ “เราพยายามมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคนดูให้สูงที่สุด เช่น งานเดินแบบชุดชั้นในเราไม่ทำ ชุดว่ายน้ำถ้าดูโป๊เราก็ไม่ออก บางทีอาจไปทำแต่ไม่ออก ถ้าเรารู้สึกว่าโป๊เราก็จะไม่ทำตั้งแต่ต้น” (พรชาติ สาครมณีรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

4.3.2.5 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ทั้งไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวศิลปะ-บันเทิงนั้นผู้สื่อข่าวจะต้องอธิบายให้ฝ่ายตัดต่อเข้าใจเนื้อหาและประเด็นข่าว รวมถึงหาภาพประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้ข่าวสมบูรณ์ขึ้นด้วย ในขั้นตอนการคัดเลือกภาพข่าวจะต้องอยู่ภายใต้หลักจรรยาบรรณ โดยผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการจะต้องตรวจสอบภาพก่อนการนำออกอากาศ

ตารางที่ 4.17

เปรียบเทียบแนวทาง/เทคนิคการติดต่อชาวบ้านเชิงที่แตกต่างกันของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง

รายการ	แนวทาง/เทคนิคการติดต่อ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สีลันบันเทิง	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ
โต๊ะข่าวบันเทิง	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่า เข้านี้	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง	- ผู้สื่อข่าวเป็นผู้ติดต่อเอง
เที่ยงบันเทิง	- ผู้สื่อข่าวเป็นผู้ติดต่อเอง
คั่นปาก	- ผู้สื่อข่าวเป็นผู้ติดต่อเอง
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ
คุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมง ข่าวเช้า	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงใน รายการข่าวภาคค่ำ	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ โดยผู้สื่อข่าวต้องเข้าไปกำกับการติดต่ออย่างใกล้ชิด
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำ	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- ฝ่ายเทคนิคเป็นผู้ติดต่อ

4.4 จริยธรรม จรรยาบรรณการเสนอข่าว

การนำเสนอข่าวบันเทิงเป็นการจุดประเด็นสังคมและกำหนดวาระสังคมไม่ต่างจากการนำเสนอข่าวประเภทอื่นเพราะข่าวบันเทิงมีองค์ประกอบข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง และมีวิธีการเล่าเรื่องที่เร้าอารมณ์ความรู้สึก รวมทั้งยังมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงทั้งในแง่ของชีวิตส่วนตัว ครอบครัวและผลงาน การรายงานข่าวจึงมักเกิดปัญหาหมิ่นเหม่ต่อการรุกรานละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การหมิ่นประมาท อันเนื่องจากสาเหตุความผิดพลาดของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวที่แข่งขันนำเสนอข่าวด้วยความรวดเร็ว รีบสรุปจากกระแสข่าวลือโดยไม่ได้สัมภาษณ์บุคคลที่ตกเป็นข่าว

การวิจัยเรื่องการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง จึงนำกรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนมาใช้ในการศึกษา รายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

รายการสีสันบันเทิง มุ่งนำเสนอเนื้อหาข่าวเชิงบวกส่งเสริมภาพลักษณ์ของละครและนักแสดงในสังกัด รายการจึงละเว้นการนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของนักแสดงที่จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในทุกกรณี โดยรายการสีสันบันเทิงใช้กรอบจริยธรรมในการกำหนดการนำเสนอข่าวบันเทิงตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต ซึ่งปรากฏชัดเจนในการกำหนดนโยบายรายการ ดังที่โปรดิวเซอร์รายการสีสันบันเทิงให้ทัศนะไว้ว่า

เนื้อหาข่าวบันเทิงที่มุ่งประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ละคร รายการ และดารานักแสดงในสังกัด ทำให้รายการสีสันบันเทิงแทบไม่ได้ปรับกลยุทธ์ด้านเนื้อหารายการในรอบเกือบสามสิบปีที่ผ่านมา เพราะนโยบายข่าวไม่ได้ละเมิดสิทธิส่วนตัว แต่อย่างใด ในกรณีที่มีความผิดพลาดเกิดขึ้นในรายการก็จะใช้วิธีการโทรศัพท์ประสานงานโดยตรงเพื่อแก้ไข ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความผิดพลาดทางเทคนิคไม่ใช่เนื้อหา (ปรีดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

เช่นเดียวกับรายการโต๊ะข่าวบันเทิงที่มีนโยบายภายใต้องค์กรเดียวกันกับสีสันบันเทิง และกำหนดนโยบายรายการเป็นข่าวบันเทิงที่อยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ถ่ายทอดสู่ผู้สื่อข่าวที่รับรู้ร่วมกันว่าจะไม่นำเสนอข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip)

เราจะไม่กระหายข่าวจนลืมนายาทหรือจรรยาบรรณนักข่าว คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเสมือนใบเบิ้ลให้นักข่าวของเราเข้าใจและทำตรงกัน การมีกรอบคุณธรรมและจริยธรรมชัดทำให้การเขียนข่าวของเราชัดมากกว่าจะนำเสนอและไม่นำเสนออะไร (เพชรี พรหมช่วย, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2559)

ส่วนครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ แม้จะเป็นรายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอประเด็นข่าวซุบซิบดารา แต่ก็มีการรอบในการคัดเลือกข่าวของรายการ โดยอาศัยจรรยาบรรณวิชาชีพทำให้รายการยังคงสามารถนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถืออยู่ได้ แม้ในยุคที่ผู้รับสาร (receiver) กลายมาเป็นผู้ส่งสาร (sender) จากการสร้างเนื้อหาขึ้นมาเอง (user generated content: UCG) ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (social media network) จนกลายมาเป็นข่าวบันเทิงที่เป็นกระแสสังคมซึ่งสื่อมวลชนส่วนมากนำมาเสนอต่อ ซึ่งถึงแม้ครอบครัวบันเทิงนำเสนอข่าวนั้นเช่นกัน แต่มีการตรวจสอบก่อนและตามสัมภาษณ์แหล่งข่าวตามมาด้วย

เรามีกรอบการคัดเลือกข่าวชัดเจน คือ ไม่เล่นคลิปหน้าคล้าย เพราะถ้าเล่นไปจะทำให้คนดูเข้าใจผิดว่าดาราคอนนั้นทำจริง อีกอย่างคือ เราไม่เล่นข่าวที่ไม่มีที่มาที่ไป การแข่งขันทำข่าวบันเทิงทำให้สื่อส่วนใหญ่เน้นประเด็นแรงๆ ที่คิดว่าขายได้ ไม่สนใจว่าข่าวนั้นจะมีมูลความจริงหรือไม่ หรือไม่ก็ถามดารานักแสดงไปก่อนโดยไม่พิจารณาว่าจะจะเป็นจริงได้หรือไม่เพื่อให้เป็นประเด็น พอได้สัมภาษณ์ดารามาแรงๆ แล้วมาเติมด้วยพิธีกรที่ทำให้แรงทำให้สนุกขึ้น ข่าวก็แซ่บขึ้นขายได้ แต่รายการก็อาจขาดความน่าเชื่อถือ ครอบครัวบันเทิงจึงไม่ทำข่าวที่มีเนื้อหาแรงเกินไป ไม่ทำร้ายดารา (ทศพล แพงแก้ว, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2559)

ส่วนขั้นตอนการผลิต กองบรรณาธิการรายการสี่สັນบันเทิงใช้จริยธรรมองค์การในการควบคุมการทำงาน ร่วมด้วยการสร้างความคุ้นเคยไว้วางใจของแหล่งข่าวดารานักแสดงซึ่งพัฒนามาจากความสัมพันธ์ใกล้ชิดเชิงพึ่งพากันแบบ “ครอบครัวเดียวกัน” ระหว่างผู้สื่อข่าว ช่างภาพกับดารานักแสดงในสังกัด ดังนั้นเมื่อทีมข่าวออกไปทำข่าวภาคสนาม ช่างภาพและผู้สื่อข่าวจึงจะไม่นำเรื่องส่วนตัวที่พบเห็นในกองถ่ายออกมานำเสนอสู่สาธารณะ จึงทำให้ทีมข่าวรายการสี่สັນบันเทิงได้รับความร่วมมือจากดารานักแสดงด้วยดีเสมอมาเพราะพึ่งพากันแบบน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า ดังที่โปรดิวเซอร์รายการสี่สັນบันเทิงกล่าวว่า

เมื่อทีมช่างภาพหรือนักข่าวของเราเข้ากองถ่าย ถึงแม้เราจะพบว่า มีคนรู้ใจมาพบปะดารานักแสดงในกองถ่าย เราก็จะรักษามารยาทเพราะนั่นคือ เรื่องส่วนตัวเราจะไม่บันทึกภาพมาเสนอเป็นข่าวอย่างแน่นอน ดังนั้นจะไม่มีข่าวหลุดออกไปภายนอกจากทีมงานของเราแน่นอน ซึ่งทำให้เราได้รับความไว้วางใจและความร่วมมืออย่างดีจากนักแสดงเสมอมา (ปรีดาพร วณิชย์กอบจินดา, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2559)

รวมถึงการเขียนบทข่าวของรายการสี่สັນบันเทิงเกี่ยวข้องกับผลงานบทบาทของนักแสดงเป็นหลัก จึงไม่มีข้อกังวลเรื่องจริยธรรมด้านการเสนอข่าวเพราะจะไม่ปรากฏเนื้อหาข่าวที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของดารานักแสดง แต่ถึงอย่างไรก็ตามผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวจะต้องมีการตรวจสอบเนื้อหาก่อนนำออกอากาศทุกครั้ง

ในขณะที่ขั้นตอนหลังการผลิต โดยเฉพาะในกระบวนการตัดต่อภาพข่าว ผู้สื่อข่าวและเจ้าหน้าที่ตัดต่อจะช่วยกันควบคุมการตัดต่อ รมั้ดระวังการนำเสนอภาพจากการถ่ายทำที่รุนแรง หวาดเสียว ล่อแหลมโดยยึดหลักจรรยาบรรณทางวิชาชีพในการนำเสนอข่าว

รายการเส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 คือ รายการข่าวบันเทิงที่ช่วยประชาสัมพันธ์ละครและนักแสดงของสถานีซึ่งถือเป็นสินค้าขององค์กร ทั้งยังต้องสนับสนุนรายการของพันธมิตร เนื้อหารายการจึงมุ่งไปที่การนำเสนอข่าวเชิงบวกและไม่นำเสนอข่าวเรื่องราวซุบซิบบันเทิง ข่าวฉาวของนักแสดง ยกเว้นกรณีที่เป็นข่าวสำคัญและแหล่งข่าวออกมาแถลงข่าวอย่างเป็นทางการด้วยตัวเอง ดังที่โปรดิวเซอร์รายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิง กล่าวถึงจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของทั้งสองรายการไว้ดังนี้

ข่าวฉาวดารา หลายๆ ช่องจะเอามาเล่ากันเป็นที่สนุกสนาน แต่ของเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงจะรายงานข่าวในกรณีที่เป็นข่าวใหญ่ และมีมูลเหตุที่ชี้ชัดแน่นอน ถ้าเล็กกันก็ต้องแถลงหย่ากันเป็นทางการ เพราะไม่เช่นนั้นเท่ากับว่าซุบซิบกันมาว่าเล็กกันก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนดูคิดว่าวงการบันเทิงเน่า ไม่ดี (วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2557)

ในขณะที่รายการคั่นปากซึ่งเป็นรายการข่าวบันเทิงที่มีเนื้อหาและรูปแบบรายการแตกต่างจากรายการเส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิง โดยสามารถนำเสนอข่าวซุบซิบเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของนักแสดงได้ พบว่า ในขั้นตอนก่อนการผลิตกองบรรณาธิการใช้กลไกด้านจรรยาบรรณวิชาชีพไม่ได้มากนัก เนื่องจากยังขาดการตรวจสอบที่มาของข่าว เพราะการคัดเลือกหมายข่าวให้ผู้สื่อข่าวออกไปแสวงหาข้อมูลนั้น จะมุ่งที่ตัวดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมีประเด็นข่าวหรือไม่และให้ผู้สื่อข่าวตัดสินใจด้วยตัวเองเมื่อลงสนามข่าวที่จะเลือกสัมภาษณ์หรือไม่สัมภาษณ์แหล่งข่าวนั้นๆเอง เมื่อนักข่าวกลับเข้ามายังกองบรรณาธิการแล้ว จึงจะนำเสนอประเด็นข่าวที่ได้มา และบรรณาธิการข่าวจึงจะตรวจสอบเทปข่าวสัมภาษณ์ และตัดสินใจอีกครั้งว่าจะนำเสนอประเด็นใดที่ไม่ล่อแหลมต่อการหมิ่นประมาท รวมทั้งตรวจสอบบทข่าวก่อนการออกอากาศด้วย ดังที่บรรณาธิการรายการคั่นปาก กล่าวถึงหลักจริยธรรม จรรยาบรรณการเสนอข่าวของรายการคั่นปากดังนี้

เราต้องดูว่าบทข่าวที่นักข่าวเขียนมา ตรงกับข้อกล่าวหาจริงหรือไม่ วิธีเช็คก็คือ เช็คจากฟุตเทจการสัมภาษณ์ว่ามีการถามแหล่งข่าวแบบนี้จริงหรือเปล่า มีบางครั้งเหมือนกันที่ตัวดารารหรือคนที่ตกเป็นข่าวตอบว่ากลับว่าไม่ใช่ นักข่าวของเราต้องไม่เอามาเขียน ตรงนี้เป็นสิ่งที่เราต้องตรวจสอบ (กุลธิดา ลิ้มธนาสาร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2557)

สอดคล้องกับ มุมมองของผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการที่ว่าความถูกต้องของการนำเสนอข่าวคือ หัวใจสำคัญของข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ เพราะความผิดพลาดจากการนำเสนอข่าวไม่เพียงส่งผลกระทบต่อตัวดารานักแสดงที่ตกเป็นข่าวเท่านั้น แต่ทว่ายังสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์

ของสถานีด้วยจากการนำเสนอข่าวที่ขาดความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลให้ในเวลาต่อมารายการค้นปากลดเนื้อหาข่าวซุบซิบลงและแทนที่ด้วยการนำเสนอสื่อบุคคลเชิงลึกเกี่ยวกับเบื้องหลังละครเนื่องจากรายการมีเวลาออกอากาศมากที่สุดของสถานี เป็นการปรับกลยุทธ์ด้านเนื้อหารายการเพื่อหนีคู่แข่งชั้นที่นำเสนอข่าวซุบซิบเหมือนๆ กัน อันรวมถึงการรักษาภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility)

การตกข่าวกอสซิปดารานำไม่ได้ทำให้รายการแย่งค้นปากเป็นรายการน้ำดีได้ เล่าเรื่องดีๆ ได้ ไม่จำเป็นต้องเล่นแค่ข่าวกอสซิป เพราะข่าวฉาวมาเร็ว พิสูจน์ไม่ได้ว่าเป็นเรื่องจริงเราก็ไม่เล่นเพราะเราไม่ทำร้ายใคร เราไม่จำเป็นต้องออกข่าวเป็นช่องแรก ในทางกลับกันเราสร้างสรรค์เนื้อหาดีๆ เบื้องลึกของละครที่ค้นปากนำเสนอได้มากกว่าเพราะมีเวลามากกว่า คนก็จะรอดูค้นปากถึงแม้ว่าจะไปชนกับรายการอื่นก็ตาม เพราะลำพังข่าวช่องเราอย่างเดียวยังได้อยู่แล้ว เรียกเรตติ้งได้อยู่แล้ว จุดขายช่อง 7 ที่ละครได้รับความนิยมสูงสุดจึงมีแง่มุมให้เล่นเยอะเยอะ ซึ่งค้นปากทำให้ลึกและแตกต่างได้ (สุภัณฑิลา สุวรรณพ, สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2557)

ในขณะที่รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และคุยโขมงบันเทิง ของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ให้ความสำคัญกับความถูกต้องข้อมูลมากกว่าความเร็วในการนำเสนอ โดยเฉพาะเมื่อเป็นข่าวซุบซิบที่ตรวจสอบแหล่งข่าวไม่ได้ว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด ดังที่อิทธิพร จุติมานนท์ โพรดิวเซอร์รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนให้ความเห็นว่า “เราให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ เร็วที่อื่นไม่เป็นไร แต่ต้องชัวร์ที่ไนน์เอ็นเตอร์เทน ถ้าเป็นข่าวลือก็ต้องมาคอนเฟิร์มว่าจริงหรือไม่จริงที่เรา นี่คือ ภาพลักษณ์ของไนน์เอ็นเตอร์เทนที่ทำกันมา 10-15 ปี เป็นมาตรฐานที่ต้องรักษาไว้” (อิทธิพร จุติมานนท์, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2559)

ในขณะที่ผู้สื่อข่าวไนน์เอ็นเตอร์เทนยังขยายความการแสวงหาข้อมูลเพื่อตรวจเช็คแหล่งข่าวซึ่งเป็นการทำหน้าที่ของผู้สื่อข่าวไว้ว่า “ถึงแม้จะทำข่าวกอสซิปก็ไม่ใช่แค่การสัมภาษณ์คนเดียว แต่ต้องทำให้ครบทุกมุมพอมือขาก็ต้องตามตัวสัมภาษณ์เลย ในกรณีความขัดแย้งก็ต้องให้พื้นที่สองฝั่งได้ชี้แจง กอสซิปจึงต้องเป็นประเด็นจริงๆ ไม่ใช่ประเด็นสร้างข่าวขึ้นมา” (เขมรัตน์ จันทร์แดง, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2559)

ส่วนขั้นตอนหลังการผลิตรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนให้ความสำคัญกับการใส่เครดิตชื่อนามสกุล ตำแหน่งแหล่งข่าวต้องถูกต้อง เพราะการนำเสนอข่าวไม่เพียงผ่านหน้าจอโทรทัศน์เท่านั้นยังมีสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่ต้องใช้ข่าวขึ้นเดียวกันไปนำเสนอด้วย ถ้าหากเกิดความผิดพลาดที่ต้นทางในส่วนอื่นๆ ก็จะผิดไปด้วยทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ “การตรวจเช็คชื่อดารานำ การขึ้นชื่อสิ่งนี้เราต้องปลุกฝั่งนักข่าว ถ้าปล่อยเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ที่ผิดออกไปก็จะเป็นการปลุกฝั่งความไม่น่าเชื่อถือออกไป” (อิทธิพร จุติมานนท์, สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2559)

ในขณะที่ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ก็ยึดกรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณการนำเสนอภาพและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงอย่างเข้มข้น แม้เนื้อหารายการจะไม่ได้มุ่งแข่งขันประเด็นข่าวที่เป็นกระแสก็ตาม แต่บรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมจะตรวจสอบการปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนการผลิต นอกจากนั้นการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงในรายการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงยังยึดมั่นกับการรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) อย่างมากด้วย

เราพยายามมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคนดูให้สูงที่สุด ตามทฤษฎีเลย เช่น งานเดินแบบชุดชั้นในเราไม่ทำ ชุดว่ายน้ำถ้าดูโป๊เราก็ไม่ออก บางทีอาจไปทำแต่ไม่ออก ถ้าเรารู้สึกว่าโป๊เราก็จะไม่ทำตั้งแต่ต้น เรายอมตกข่าว ส่วนผู้ประกาศก็ไม่แต่งตัวโป๊ ไม่ใส่เกะออกสายเดี่ยวเด็ดขาด นี่คือ ความรับผิดชอบต่อ (พรชาติ สาครณิรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

การรับผิดชอบต่อสังคมและผู้ชมยังนำมาสู่ความเข้มงวดในการเขียนข่าวบันเทิงที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ดังที่บรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงกล่าวว่า

การทำข่าวบันเทิงต้องทำให้มีสีสันและน่าสนใจ แต่ที่สำคัญต้องอยู่บนพื้นฐานความจริง เพราะข่าวบันเทิงก็คือ ข่าว ข้อมูลต้องเป็นจริงและถูกต้อง ย้ำกับนักข่าวเสมอว่าต้องทำข่าวให้น่าสนใจที่สุด แต่ขณะเดียวกันก็ต้องถูกต้องและเป็นความจริง ไม่เมก ไม่ใส่สี เราแค่ทำให้มันน่าสนใจมากขึ้น ข่าวเราจะไม่มีข่าวแบบว่าอาจจะ น่าจะ ต้องมีแหล่งข่าวเสมอ และคุณภาพของข่าวที่ออกมาจะต้องถูกต้องเรื่องของภาษา ข้อมูล และการตัดต่อที่ค่อนข้างละเอียด (พรชาติ สาครณิรัตน์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2557)

ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีกลไกกำกับดูแลมาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอน มีกรอบของจริยธรรมองค์กร จริยธรรมวิชาชีพ และแนวทางปฏิบัติที่คณะกรรมการกำกับนโยบายสถานีกำหนดไว้ทุกขั้นตอน การนำเสนอข่าวไทยบันเทิง และศิลปะ-บันเทิง จึงมีหลักมาตรฐานวิชาชีพกำกับดังที่พรณี รุ่งสว่าง บรรณาธิการกลุ่มข่าวชีวิตและสังคมกล่าวไว้ดังนี้

นโยบายของเราคือ จรรยาวิชาชีพที่นักข่าวที่ดีพึงจะเป็น เรามีจรรยาบรรณเป็นคู่มือองค์กรในการปฏิบัติตัว ถ้าผิดจากตรงนั้นคือ ผิด จรรยาบรรณคือ คู่มือการทำข่าวดีๆ ของนักข่าวดีๆ มีคู่มือไว้เตือนนักข่าวของเราว่าให้รู้ผิด รู้ชอบ รู้ถูกในสิ่งที่ทำ เพราะฉะนั้นจรรยาหรือนโยบายของไทยพีบีเอสคือ การทำข่าวดีๆ ให้เกิดขึ้น เป็นเจตนาดีต่อคนดู และต้องระวังเรื่องการโฆษณาและโปรโมทสินค้าด้วย เราต้องมีจรรยาบรรณเรื่องนี้มาก (พรณี รุ่งสว่าง, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2557)

ความแตกต่างด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสกับสถานีอื่นๆ โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ที่ประกอบกิจการแบบเอกชนคือ การหารายได้จากโฆษณาซึ่งมีนโยบายชัดเจนว่าห้าม

โฆษณาสินค้า/บริการ การผลิตและนำเสนอข่าวของไทยบันเทิงจึงต้องปฏิบัติตามจริยธรรมของวิชาชีพ
เกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการ พ.ศ. 2552 นี้อย่างเคร่งครัด

นโยบายข่าวบันเทิงของช่องอื่นคือ การทำข่าวของสถานี แต่การทำข่าวของเราพีอาร์ก็
สั่งไม่ได้ ผู้บริหารก็เข้าใจว่าถ้ามีงานก็ให้ทีมข่าวตัดสินใจว่าจะไปไหม ไม่ใช่ว่างานของ
ช่องต้องไปทั้งหมด เรามีอำนาจในการตัดสินใจสูง แต่ก็ไม่ใช่ตามใจตัวเอง ดูความเหมาะสม
มากกว่า ไทยพีบีเอสไม่มีสปอนเซอร์ ไม่ต้องตามไปทำข่าวลูกค้า ดังนั้นทีวีสาธารณะเป็น
ช่องเดียวที่ไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่คำนึงถึงประโยชน์ของ
สาธารณะซึ่งก็คือ ประโยชน์ของคนดูเป็นหลัก ขณะที่ช่องอื่นขาดอิสระเพราะต้อง
คำนึงถึงธุรกิจ แต่เชื่อว่าเราจะทำอะไรได้อย่างอิสระเพราะเรามีสภาผู้ชมมีบอร์ดบริหาร
(พรรณี รุ่งสว่าง, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2557)

ตารางที่ 4.18

แสดงการเปรียบเทียบการใช้หลักจรรยาบรรณ/จริยธรรมรายการข่าวบันเทิง ในขั้นตอนการผลิต
รายการของสถานีโทรทัศน์

สถานี	จรรยาบรรณ/จริยธรรมรายการข่าวบันเทิง		
	ขั้นตอนก่อนการผลิต	ขั้นตอนการผลิต	ขั้นตอนหลังการผลิต
ช่อง 3 สี่สีบันเทิง	นโยบายไม่ละเมิดสิทธิ ส่วนตัว	นโยบายไม่ละเมิดสิทธิ ส่วนตัว	ควบคุมการติดต่อภาพ ที่รุนแรงล่อแหลม
โต๊ะข่าวบันเทิง	เสนอข่าวบนพื้นฐาน คุณธรรม จริยธรรม รับผิดชอบสังคม ตรวจสอบแหล่งข่าว	ตรวจสอบความถูกต้อง ของบทข่าว	ตรวจสอบภาพและบท ข่าว
ครอบครัวบันเทิง	ตรวจสอบที่มาและ สัมภาษณ์แหล่งข่าวไม่ นำเสนอเพื่อลด ข้อผิดพลาด	ตรวจสอบความถูกต้อง ของเนื้อหา	ตรวจสอบภาพ ล่อแหลมและการ โฆษณาสินค้า

ตารางที่ 4.18

แสดงการเปรียบเทียบการใช้หลักจรรยาบรรณ/จริยธรรมรายการข่าวบันเทิง ในขั้นตอนการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ (ต่อ)

สถานี	จรรยาบรรณ/จริยธรรมรายการข่าวบันเทิง		
	ขั้นตอนก่อนการผลิต	ขั้นตอนการผลิต	ขั้นตอนหลังการผลิต
ช่อง 7			
เส้นทางบันเทิง	ไม่นำเสนอข่าวรูก้ำลีสิทธิ์ส่วนตัว	ตรวจสอบความถูกต้องของบทข่าว	ตรวจสอบภาพข่าว
เที่ยงบันเทิง	ไม่นำเสนอข่าวรูก้ำลีสิทธิ์ส่วนตัว	ตรวจสอบความถูกต้องของบทข่าว	ตรวจสอบภาพข่าว
คั่นปาก	-	ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ตรวจสอบเช็คเทปข่าว	ตัดต่อเพื่อลดความรุนแรงของคำพูดจากแหล่งข่าว
ช่อง 9			
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	ตรวจสอบที่มาของแหล่งข่าว	สัมภาษณ์แหล่งข่าวรอบด้าน ตรวจสอบเช็คความถูกต้องของบทข่าว	ควบคุมการตัดต่อคำพูด ภาพรุนแรง ล่อแหลม การโฆษณาสินค้าแอลกอฮอล์
คุยโขมข่าวก้าวเข้า	ตรวจสอบที่มาของแหล่งข่าว	สัมภาษณ์แหล่งข่าวรอบด้าน ตรวจสอบเช็คความถูกต้องของบทข่าว	ควบคุมการตัดต่อคำพูด ภาพรุนแรง ล่อแหลม การโฆษณาสินค้าแอลกอฮอล์
ช่อง 11			
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง	ไม่นำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของแหล่งข่าว	ตรวจสอบเช็คความถูกต้องของ บทข่าว	ตัดต่อ รมณ์ดระวังภาพ วาบทวิวิทที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของสังคม

ตารางที่ 4.18

แสดงการเปรียบเทียบการใช้หลักจรรยาบรรณ/จริยธรรมรายการข่าวบันเทิง ในขั้นตอนการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ (ต่อ)

สถานี	จรรยาบรรณ/จริยธรรมรายการข่าวบันเทิง		
	ขั้นตอนก่อนการผลิต	ขั้นตอนการผลิต	ขั้นตอนหลังการผลิต
ช่อง TPBS ไทยบันเทิง	คู่มือจริยธรรม สื่อสารมวลชน	ตรวจสอบที่มาของ แหล่งข่าวและความ ถูกต้องของบทข่าว	ตรวจสอบความถูกต้อง ของชื่อ ตำแหน่ง แหล่งข่าว
ศิลปะ-บันเทิง	คู่มือจริยธรรม สื่อสารมวลชน	ตรวจสอบที่มาของ แหล่งข่าวและความ ถูกต้องของบทข่าว	ตรวจสอบความถูกต้อง ของชื่อ ตำแหน่ง แหล่งข่าว

ทุกขั้นตอนในการผลิตรายการข่าวบันเทิงของทุกสถานี ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre- production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) มีการให้ความสำคัญกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ถึงจะผลิตข่าวบันเทิงเพื่อตอบสนองนโยบายขององค์กรในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและดารานักแสดงในสังกัดเป็นหลัก แต่ก็มีการครอบครับบันเทิง และคั่นปาก ที่นำเสนอข่าวบันเทิงแนวซุบซิบด้วยเช่นเดียวกัน โดยในการเสนอข่าวแนวนี้ของทั้งสองรายการจะมีการตรวจสอบแหล่งข่าวเพื่อป้องกันผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้นกับรายการจากถูกฟ้องร้องโดยบุคคลที่ตกเป็นข่าว รวมถึงปกป้องภาพลักษณ์ขององค์กรที่ต้องเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม บางกรณีที่มีข่าวที่ไม่สามารถยืนยันแหล่งข่าวอ้างอิงได้ ครอบครัวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะเลือกไม่นำเสนอข่าวนั้นแม้จะถูกมองว่าตกข่าวก็ตาม ในขณะที่รายการคั่นปาก สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จะให้น้ำหนักกับกระบวนการตรวจสอบแหล่งข่าวไม่มากนัก นอกจากนั้นบางกรณียังมีความผิดพลาดจากการนำเสนอเนื้อหาข่าว ควบคู่กับการนำเสนออย่างมีสีสันเกินไปของพิธีกรทำให้รายการถูกฟ้องร้องหมิ่นประมาทโดยบุคคลที่ตกเป็นข่าว

ในขณะที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่บริหารงานแบบรัฐวิสาหกิจถึงแม้จะนำเสนอข่าวบันเทิงที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบแต่ก็ต้องตรวจสอบแหล่งข่าวหลายทาง หรือในกรณีความขัดแย้งก็ต้องเปิดพื้นที่ให้ทั้งสองฝ่ายได้โอกาสชี้แจง

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่บริหารงานแบบราชการ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่บริหารงานแบบสาธารณะ จากการที่มีนโยบายไม่นำเสนอข่าวบันเทิงที่เป็นเรื่องราวส่วนตัว หรือข่าวซุบซิบ ซึ่งไม่สามารถอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวได้

กล่าวโดยสรุปสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบเอกชน และรัฐวิสาหกิจที่ต้องแสวงหารายได้เข้าองค์กรจากการสร้างความนิยมรายการ (rating) ให้ได้มากที่สุดนั้นมักจะนำเสนอข่าวบันเทิง เรื่องราวส่วนตัวของคนในวงการบันเทิงจนอาจจะละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและละเลยหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชนไป ไม่เหมือนกันสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบราชการและบริหารงานแบบสาธารณะที่จะให้น้ำหนักกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชนอย่างมากในการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงเพื่อไม่ให้ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและยังคงความน่าเชื่อถือ



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองทั้งในด้านของนโยบาย กลยุทธ์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งศึกษาการบริหารงานรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ในช่วงเวลาก่อนเปลี่ยนแปลงเป็นโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (digital TV) ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ทั้งฝ่ายผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงนโยบาย และผู้สื่อข่าวและการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 นโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิง

จากข้อมูลที่มาจากการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า นโยบายรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองขึ้นกับลักษณะของการประกอบกิจการเป็นสำคัญว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ สถานีโทรทัศน์แบบรัฐวิสาหกิจ สถานีโทรทัศน์แบบราชการ หรือสถานีโทรทัศน์แบบสาธารณะ

5.1.1.1 นโยบายรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

นโยบายการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และระบบการบริหารงาน โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 บริหารงานแบบเอกชน สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์บริหารงานแบบรัฐวิสาหกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยบริหารงานแบบราชการ และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสบริหารงานแบบโทรทัศน์สาธารณะ

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนมีนโยบายด้านข่าวบันเทิงไม่แตกต่างกันมากนักอันเนื่องมาจากมุ่งการบริหารงานเพื่อสร้างผลกำไรเป็นหลักและดึงดูดผู้ชมสูงสุดเหมือนกันโดยวัดจากความนิยม (rating) ซึ่งแม้ทั้งสองสถานีไม่มีนโยบายด้านข่าวบันเทิงที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่การบริหารงานข่าวบันเทิงของกองบรรณาธิการโดยการตีความนโยบายองค์กรออกมาเป็นแนวทางการปฏิบัติของทีมงานในการผลิตและนำเสนอรายการก็สามารถนำพารายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเองทั้งรายการสีสันบันเทิง

โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และรายการเส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปากทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของรายการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถานี ผู้บริหาร และดารานักแสดงในสังกัด ที่ถือเป็นโจทย์สำคัญทางนโยบายที่รายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเองทุกรายการต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกๆ

การบริหารงานข่าวบันเทิงทั้งของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความชัดเจนด้านเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงทั้งของสองสถานีค่อนข้างมีความรัดกุมในทุกขั้นตอนการปฏิบัติตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต (pre-production) การผลิต (production) จนถึงหลังการผลิต (post-production) ที่ผู้บริหารรายการสามารถตรวจสอบความถูกต้องของการทำงานของบุคลากรระดับปฏิบัติการได้ ทว่าในขณะเดียวกันกระบวนการทำงานก็ไม่ได้แข็งตายตัว สามารถยืดหยุ่น (flexible) ได้ตามสถานการณ์การแข่งขัน การขยายตัวทางธุรกิจ หรือสถานการณ์ปัญหาที่พบเผชิญ โดยยังคงเป็นไปตามกรอบนโยบายขององค์กรอยู่ รวมถึงรองรับกับการถูกลดหรือเพิ่มเวลารายการตลอดเวลาถ้ามีคำสั่งทางนโยบายลงมาอันเนื่องมาจากสถานีมีรายการพิเศษหรือออกรายการใหม่บรรจุผังรายการ

ส่วนสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ที่มีระบบการบริหารงานแบบรัฐวิสาหกิจ มีโครงสร้างและแผนการบริหารงานข่าวบันเทิงที่มีความชัดเจน อิสระ คล่องตัว และรวดเร็วในการตัดสินใจจนสามารถแข่งขันกับสถานีคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะผู้บริหารระดับสูงขององค์กรให้ความสำคัญกับข่าวบันเทิงอย่างมากจึงอนุมัติงบประมาณ บุคลากร และเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยเพื่อรองรับการแข่งขัน การขยายตัวทางธุรกิจ หรือสถานการณ์ปัญหาที่พบ

สำหรับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่มีระบบการบริหารงานแบบราชการถึงจะมีโครงสร้างและแผนการบริหารงานข่าวบันเทิงที่ชัดเจน ทว่าเมื่ออยู่ภายใต้สถานการณ์ของการแข่งขันตามธรรมชาติของสื่อมวลชนที่ต้องการความรวดเร็วคล่องตัวในการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นการอนุมัติงบประมาณ บุคลากร และเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยอย่างเร่งด่วนในการปฏิบัติงาน หรือการตัดสินใจในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันก็กลับติดขัดขั้นตอนและข้อจำกัดของทางราชการทั้งเรื่องของนโยบาย งบประมาณ และเอกสาร รวมถึงสายการบังคับบัญชา กว่าจะได้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ก้าวหน้ามีเทคโนโลยีทันสมัยหรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถก็ใช้เวลานาน ต่างจากสถานีโทรทัศน์ที่มีการบริหารแบบเอกชนที่ตัดสินใจได้รวดเร็วในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและทำกำไร ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีระบบการบริหารงานแบบสาธารณะมีแผนงานการบริหารข่าวบันเทิงที่ชัดเจนจนสามารถผลิตรายการข่าวบันเทิงได้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ต้องการสร้างรายการข่าวที่เป็นต้นแบบ สร้างสรรค์ และได้รับการยอมรับจากคนดู

ตารางที่ 5.1

นโยบายรายการข่าวบันเทิง

รายการ	นโยบาย
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สี่ส้านบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจกรรม รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
โต๊ะข่าวบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์กิจกรรม รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี - การรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับผลงานและบุคคลในแวดวงบันเทิงตามสโลแกนรายการ “เรื่องจริงคนบันเทิง” - ไม่นำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip)
ครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้	- การประชาสัมพันธ์กิจกรรม รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานี - การรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับผลงานและบุคคลในแวดวงบันเทิง รวมทั้งเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) ที่อยู่ในกระแสความสนใจของผู้ชม
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจกรรม รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานีเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดี
เที่ยงบันเทิง	- การประชาสัมพันธ์กิจกรรม รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานี - การรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับผลงานและบุคคลในแวดวงบันเทิง - ไม่นำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip)
คั่นปาก	- การประชาสัมพันธ์กิจกรรม รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานี - การนำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) ของดารานักแสดงทั้งของสถานีและสถานีคู่แข่ง

ตารางที่ 5.1

นโยบายรายการข่าวบันเทิง (ต่อ)

รายการ	นโยบาย
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	- การนำเสนอข่าวบันเทิงแบบไร้ค่ายไร้สังกัด เป็นกลาง ครบถ้วน
คุยโขมงบันเทิงในรายการ คุยโขมงข่าวเช้า	- การนำเสนอข่าวบันเทิงแบบไร้ค่ายไร้สังกัด เป็นกลาง ครบถ้วน
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและ บันเทิง	- การนำเสนอข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงเชิงสร้างสรรค์
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ไทยบันเทิงในรายการข่าว ภาคค่ำ	- การนำเสนอข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงและการเปิดพื้นที่ให้ศิลปิน ต่างๆ ไม่ได้จำกัดเฉพาะดารานักแสดง - ไม่นำเสนอข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip) กรณีที่นำเสนอต้องเชื่อม ร้อยข่าวซุบซิบเข้ากับปรากฏการณ์สังคม
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- การนำเสนอข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง และการเปิดพื้นที่ให้ ศิลปินต่างๆ ไม่ได้จำกัดเฉพาะดารานักแสดง

นโยบายรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองจะถูกกำหนดมาจากวิสัยทัศน์ (vision) พันธกิจ (mission) วัตถุประสงค์ (objective) และค่านิยมหลัก (core value) ขององค์กร ส่งผลให้ข่าวบันเทิงของแต่ละสถานีมีความแตกต่างกันอย่างสำคัญ

ตารางที่ 5.2

เปรียบเทียบนโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์

ช่อง 3	ช่อง 7	ช่องโมเดิร์นไนน์	ช่อง NBT	ช่องไทยพีบีเอส
- ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม รายการ ละคร ดารา นักแสดงของสถานี เพื่อสร้างเสริม ภาพลักษณ์ที่ดี	- ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม รายการ ละคร ดารา นักแสดงของสถานี และพันธมิตร รวมถึงส่งเสริม ภาพลักษณ์ที่ดี	- การนำเสนอข่าว บันเทิงด้วยความ เป็นกลาง ไม่แบ่ง ค่าย ไม่แบ่งสังกัด และสนับสนุน กิจกรรม รายการ ของหน่วยงานใน อสมท	- การนำเสนอข่าว ศิลปวัฒนธรรม และบันเทิงเชิง สร้างสรรค์ โดยไม่ นำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip)	- การนำเสนอข่าว ศิลปวัฒนธรรม และบันเทิง และ เปิดพื้นที่ให้แก่ ศิลปิน โดยไม่จำกัด เฉพาะดารา นักแสดง
- รายงานความ เคลื่อนไหวของ วงการบันเทิง และ เรื่องราวชีวิต ส่วนตัวของดารา นักแสดงที่อยู่ใน กระแสความสนใจ ของผู้ชม เฉพาะ ช่วงครอบครัว บันเทิง ในรายการ เรื่องเล่าเช้านี้	- รายงานความ เคลื่อนไหวของ วงการบันเทิง และ เรื่องราวชีวิต ส่วนตัวของ นักแสดง เฉพาะ รายการคั่นปาก			

5.1.1.2 กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นสถานีโทรทัศน์เอกชนที่การบริหารงานมุ่งสร้างผลกำไรและดึงดูดผู้ชมสูงสุดเหมือนกัน กลยุทธ์ทั้งหมดที่สถานีทั้งสองเลือกใช้เป็นไปเพื่อสร้างความนิยม (rating) ของผู้ชมต่อรายการข่าวบันเทิง โดยกลยุทธ์ที่ทั้งสองสถานีเลือกใช้เหมือนกันคือ กลยุทธ์ด้านรูปแบบและเนื้อหารายการ

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์พัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การผลิตและการนำเสนอรายการข่าวบันเทิงอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความนิยม (rating) ให้กับข่าวบันเทิงของตนเองอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนมีพัฒนาการมากเมื่อเทียบกับรายการข่าวบันเทิงของสถานีอื่น การเลือกใช้กลยุทธ์ด้านรูปแบบและเนื้อหารายการที่นำเสนอข่าวบันเทิงแบบไร้ค่ายไร้สังกัด ภายใต้สโลแกน “ดูก่อนรู้ก่อน ที่นี้ที่เดียว” ดึงดูดความสนใจได้ทั้งจากผู้ชม ผู้สนับสนุนรายการ และบริษัทลูกค้าผู้ลงโฆษณา ประกอบกับสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ยังใช้กลยุทธ์การสร้าง ความภักดีต่อ

ตราสินค้า (brand loyalty) “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” ในการรักษาและขยายฐานผู้ชมรายการอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมการจัดทัวร์ การจัดกิจกรรมพบปะแฟนคลับ (meet&greet) และการมอบรางวัลไนน์เอ็นเตอร์เทนอวอร์ดที่เป็นการสร้างสายสัมพันธ์กับดารานักแสดงที่เป็นแหล่งข่าว (news source) ด้วย โดยกิจกรรมทั้งหมดที่รายการไนน์เอ็นเตอร์เทนและคุโยมงบันเทิงในรายการคุโยมงบันเทิงเข้าจัดทำนั้นนอกจากจะมุ่งสร้างความตระหนักรู้ในตราสินค้า (brand awareness) การสร้างความภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) และการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (brand image) แล้ว ยังเป็นการหารายได้จากการประกอบกิจกรรมเหล่านั้นด้วย ถึงแม้รายได้ไม่เทียบเท่ากับเม็ดเงินโฆษณาจากการขายเวลาที่ตามที

สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่เน้นกระบวนการกำหนดนโยบายและแผนงานที่ใช้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของผู้รับสารผ่านการร่วมสนุกแจกของรางวัลเป็นการดึงดูดความสนใจและกระตุ้นความนิยมของผู้ชม พร้อมๆ กับนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงแบบสาระบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการรายงานข่าวด้านศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง ที่ไม่มีการนำเสนอข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip) เลย

ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีระบบการบริหารงานแบบโทรทัศน์สาธารณะที่มีความเป็นอิสระจากรัฐบาลและทุนธุรกิจเพราะมีงบประมาณจากภาษีสรรพสามิตสนับสนุนในการดำเนินการมีแผนการบริหารข่าวบันเทิงที่ชัดเจนเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยแต่กลับมีความคล่องตัวรวดเร็วในการตัดสินใจบริหารงานเพื่อการแข่งขันมากกว่า โดยกลยุทธ์สำคัญของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสคือ การสร้างความแตกต่างด้านเนื้อหาที่มีสื่อบันเทิงเชิงลึกที่จัดทำโดยทีมข่าวที่มีความสามารถทางวิชาชีพสูง รู้ลึก รู้จริง และทำงานตามความถนัดและความสนใจเฉพาะด้านตามนโยบายของรายการที่ใช้คนให้เหมาะสมกับงานที่มีเส้นทางการเติบโตทางอาชีพที่ชัดเจนจากการก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน

ทั้งนี้สถานีโทรทัศน์เลือกใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและความนิยมจากผู้ชม ตลอดจนตอบสนองนโยบายขององค์กรด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถานีโดยมีกลยุทธ์บางด้านที่ทุกรายการข่าวบันเทิงมีเหมือนกัน เช่น กลยุทธ์ด้านรูปแบบและเนื้อหารายการ เช่น กลยุทธ์การนำเสนอรายการข่าวถ่ายทอดสด (live program) หรือไม่ก็นำเสนอเป็นข่าวด่วน (news flash) เมื่อมีเหตุการณ์ในแวดวงบันเทิงที่เป็นกระแสสนใจมากของสาธารณชน และมีบางกลยุทธ์ที่มีในบางรายการขณะที่รายการอื่นไม่มี เช่น กลยุทธ์การออกอากาศเหลือมเวลา และกลยุทธ์การสร้างภักดีต่อตราสินค้า (brand loyalty) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.3

กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงด้านรูปแบบรายการ

รายการ	กลยุทธ์ด้านรูปแบบรายการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สีสันบันเทิง	- รายการบันเทิงเทป นำเสนอในรูปแบบการรายงานข่าวลงเสียง ใช้เทคนิคการตัดต่อภาพคอมพิวเตอร์กราฟิกและเสียงเอฟเฟกต์ (sound effect) สร้างสีสันในการเสนอข่าว
โต๊ะข่าวบันเทิง	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการรายงานข่าว การสัมภาษณ์ และสื่อบันเทิงพิเศษ
เรื่องเล่าเข้านี้ช่วงครอบครัวบันเทิง	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการเล่าข่าว และเพิ่มการสัมภาษณ์และการแสดงโชว์ของแหล่งข่าวในรายการ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง	- รายการบันเทิงเทป นำเสนอในรูปแบบการอ่านข่าว เน้นการประชาสัมพันธ์ละคร เบื้องหลังกองละคร และนักแสดงของสถานีเท่านั้น
เที่ยงบันเทิง	- รายการบันเทิงเทป นำเสนอในรูปแบบการอ่านข่าว เน้นเบื้องหลังกองละครและความเคลื่อนไหววงการบันเทิงไทยและต่างประเทศ
คั่นปาก	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการเล่าข่าวบันเทิงแนวซุบซิบโดยพิธีกรที่เป็นดารานักแสดงมีชื่อเสียง
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการรายงานข่าว
คุยโขมงข่าวเช้าช่วงคุยโขมงบันเทิง	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการเล่าข่าวโดยพิธีกรที่มีชื่อเสียงทั้งที่เป็นดารานักแสดงและผู้สื่อข่าว
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง	- รายการบันเทิงเทป นำเสนอในรูปแบบการอ่านข่าว
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ข่าวภาคค่ำและข่าวภาคเที่ยงช่วงไทยบันเทิง	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการรายงานข่าวเน้นความบันเทิงควบคู่กับสาระ
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	- รายการสด นำเสนอในรูปแบบการเล่าข่าว

การผลิตและนำเสนอเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงเพื่อมุ่งประชาสัมพันธ์และสนับสนุนรายการต่างๆ ของสถานี ทั้งกิจกรรม รายการ ละคร ดารานักแสดง และบุคลากรของสถานี

2. การผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงเพื่อรายงานความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั่วไป ไม่จำกัดเฉพาะรายการ ละคร และดารานักแสดงในสังกัดซึ่งแบ่งย่อยได้เป็น 2 แบบด้วยกัน คือ

2.1 การผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงแบบซุบซิบ (gossip) เช่น ชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดง โดยเฉพาะเรื่องราวความรัก

2.2 การผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงที่ไม่มีข่าวซุบซิบ เช่น ความเคลื่อนไหววงการภาพยนตร์ วงการเพลงของทั้งไทยและต่างประเทศ

ตารางที่ 5.4

กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงด้านเนื้อหารายการ

รายการ	กลยุทธ์ด้านเนื้อหารายการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สี่สันทันเทิง	เนื้อหารายการมุ่งประชาสัมพันธ์ละครและดารานักแสดงของสถานี มีการทำสื่อบุคคลเบื้องหลังกองถ่ายเน้นข่าวเชิงบวกที่มีสีสันสนุกสนานไม่นำเสนอข่าวเชิงลบและเรื่องส่วนตัวซุบซิบ (gossip)
โต๊ะข่าวบันเทิง	เนื้อหารายการมุ่งประชาสัมพันธ์ละครและดารานักแสดงของสถานี มีการทำสื่อบุคคลเบื้องหลังกองถ่าย และรายงานเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงโดยไม่นำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip) ตามสโลแกนรายการ “เรื่องจริงของคนบันเทิง”
เรื่องเล่าเช้านี้ช่วงครอบครัวบันเทิง	เนื้อหารายการมีทั้งข่าวซุบซิบดารา และข่าวประชาสัมพันธ์รายการ ละคร และดารานักแสดงของสถานี
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	
เส้นทางบันเทิง	เนื้อหารายการมุ่งประชาสัมพันธ์ละครและดารานักแสดงของสถานี มีการทำสื่อบุคคลเบื้องหลังกองถ่าย โดยไม่นำเสนอข่าวที่เป็นเรื่องส่วนตัวซุบซิบ (gossip)
เที่ยงบันเทิง	เนื้อหารายการมุ่งสร้างความบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ โดยไม่นำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip)
คั่นปาก	เนื้อหาการเน้นข่าวซุบซิบ (GOSSIP) เรื่องราวชีวิตส่วนตัวของดารานักแสดงและประชาสัมพันธ์ละคร รายการ นักแสดงของสถานี

ตารางที่ 5.4

กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงด้านเนื้อหารายการ (ต่อ)

รายการ	กลยุทธ์ด้านเนื้อหารายการ
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	
ไนน์เอ็นเตอร์เทน	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหารายการมุ่งนำเสนอข่าวบันเทิงด้วยความเป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายไม่แบ่งสังกัด ครอบคลุมแวดวงบันเทิง และประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวและสนับสนุนกิจกรรมรายการของสถานี - เน้นการทำสื่อบันเทิงที่ให้ประเด็นแตกต่าง ไม่มุ่งนำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip) เรื่องราวชีวิตส่วนตัวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ถ้านำเสนอข่าวซุบซิบก็ต้องเสนอในมุมที่แตกต่าง - การสร้างความแตกต่างด้านเนื้อหารายการด้วยการคิดต่าง ผลิตเนื้อหาที่คู่แข่งไม่ทำ โดยคงมาตรฐานของความเป็นข่าวบันเทิงที่มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ - การนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงที่คนไทยต้องนึกถึงและสามารถเข้าถึงผู้ชมทุกช่องทางารรับชม (platform) โดยการบูรณาการสื่อทุกแขนงเพื่อสร้างความภักดีต่อตราสินค้า (brand loyalty) “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” และสร้างภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) ของ “โมเดิร์นไนน์”
คุยโขมงข่าวเช้าช่วง คุยโขมงบันเทิง	<p>เนื้อหาข่าวมุ่งนำเสนอข่าวบันเทิงด้วยความเป็นกลาง ไม่แบ่งค่ายไม่แบ่งสังกัด</p> <p>เน้นการรายงานเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของบุคคลในแวดวงบันเทิงแบบซุบซิบ (gossip)</p>
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	
ข่าวศิลปวัฒนธรรม และบันเทิง	เนื้อหาข่าวมุ่งนำเสนอข่าวบันเทิงเชิงสร้างสรรค์สร้างความแตกต่างด้านเนื้อหา รายการด้วยการทำข่าวเชิงลึก
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	
ข่าวภาคค่ำและข่าว ภาคเที่ยงช่วงไทย บันเทิง	เนื้อหาข่าวมุ่งนำเสนอข่าวบันเทิงเชิงลึก และเปิดพื้นที่ให้กับคนเล็กคนน้อยใน แวดวงบันเทิงและศิลปวัฒนธรรม
ข่าวศิลปะ-บันเทิง	เนื้อหาข่าวมุ่งนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงเชิงลึก และเปิดพื้นที่ให้กับเนื้อหาข่าว ศิลปวัฒนธรรม และความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง โดยผู้สื่อข่าวที่มีความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้านทั้งศิลปะ ภาพยนตร์ และดนตรี

นอกจากกลยุทธ์ด้านรูปแบบและเนื้อหารายการที่มีความแตกต่างกันแล้ว การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ผลิตเองยังเลือกใช้กลยุทธ์อย่างหลากหลายเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและความนิยมจากผู้ชม ตลอดจนตอบสนองนโยบายขององค์กร ดังสรุปต่อไปนี้

ตารางที่ 5.5

กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงที่สำคัญด้านอื่นๆ

ชื่อรายการ	ประเภทกลยุทธ์
รายการ/สถานี	กลยุทธ์ด้านพิธีกร
สี่สັນบันเทิง/สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	- การใช้ดารานักแสดงของสถานีและบุคคลที่มีชื่อเสียงมาดำเนินรายการ โดยใช้สีหน้าแววตา น้ำเสียง อัจฉริยะประกอบ การนำเสนอข่าว
เรื่องเล่าเช้านี้ช่วงครอบครัวบันเทิง/สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	- การใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นพิธีกรดำเนินรายการประจำช่วง โดยมีการแต่งกายพิเศษเพื่อเพิ่มสีสันกับการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ
ค้นปาก/สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	- การใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นพิธีกรดำเนินรายการทั้งดารานักแสดงในสังกัดและดารานักแสดงอิสระไม่มีสังกัด
คุยโขมงข่าวเช้าช่วงคุยโขมงบันเทิง/สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	- การใช้บุคลากรในแวดวงข่าวบันเทิงเป็นพิธีกรดำเนินรายการ
รายการ/สถานี	กลยุทธ์ด้านการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า
ไนน์เอ็นเตอร์เทน/สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	- การสร้างความภักดีต่อตราสินค้า “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” ผ่านการจัดกิจกรรมทัวร์ไนน์เอ็นเตอร์เทน meet&greet การประกาศรางวัลไนน์เอ็นเตอร์เทนอวอร์ด เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ชมรายการ
คุยโขมงข่าวเช้าช่วงคุยโขมงบันเทิง/สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	- การสร้างความภักดีต่อตราสินค้า “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” ผ่านการจัดกิจกรรมทัวร์ไนน์เอ็นเตอร์เทน meet&greet การประกาศรางวัลไนน์เอ็นเตอร์เทนอวอร์ด เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ชมรายการ
รายการ/สถานี	กลยุทธ์การออกอากาศเหลือเวลา
สี่สັນบันเทิง/สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	- การนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงของละครที่ไม่ได้ออกอากาศในวันนั้นเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชมรายการที่กำลังรอชมละครที่กำลังจะออกอากาศในวันนั้นติดตามชมละครอีกเรื่องที่จะออกอากาศในวันถัดไป

5.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการข่าวบันเทิง

ในระดับภาพรวมแล้วการทำงานของสื่อโทรทัศน์ถูกกำหนดจากปัจจัยหลักหลายด้านด้วยกัน คือ 1) ปัจจัยภายในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ 2) ปัจจัยทางการเมือง 3) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยทางเทคโนโลยี และ 5) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (สมสุข หินวิมาน, 2557, น. 1-2) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองจำแนกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ 2) เทคโนโลยี และ 3) ความสามารถทางวิชาชีพ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1) คู่แข่งขัน สำนักข่าว นักโฆษณา เจ้าของ สหภาพแรงงาน 2) เหตุการณ์ต่างๆ ข้อมูลข่าวสาร และวัฒนธรรม 3) การควบคุมทางกฎหมายและการเมือง สถาบันทางสังคมอื่นๆ และ 4) ช่องทางการเผยแพร่ ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร

รายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองดำเนินงานท่ามกลางแรงกดดันจากปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยภายใน (internal factor) และปัจจัยภายนอก (external factor) ซึ่งส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง จึงถูกควบคุมในระดับต่างๆ ทั้งในด้านที่เป็นอุปสรรคและส่งเสริม การผลิตรายการข่าวบันเทิงไม่ได้เป็นเอกเทศจากปัจจัยต่างๆ และไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระได้ แต่ต้องดำเนินการผลิตรายการท่ามกลางแรงกดดันต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลต่อรูปแบบและเนื้อหา รายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านนโยบายสถานี
2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
3. ปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ
4. ปัจจัยด้านคู่แข่ง
5. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร/ผู้ชม
6. ปัจจัยด้านเรตติ้ง

5.1.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายสถานี

นโยบายองค์กรมีอิทธิพลอย่างมากต่อการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหารายการ จากการศึกษาพบว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่เป็นสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนที่เน้นเป้าหมายการทำธุรกิจมีนโยบายด้านข่าวบันเทิงไม่แตกต่างกันมากนักเนื่องจากเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่แสวงหาผลกำไรเหมือนกัน นโยบายข่าวบันเทิงทั้งของสองสถานีจึงกำหนดแนวทาง เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่

ชัดเจนว่านอกจากจะต้องการเรตติ้งสูงสุดแล้ว ยังต้องสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถานี ผู้บริหารและดารานักแสดงในสังกัดด้วยโดยขณะเดียวกันนโยบายก็ต้องรัดกุมและยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์การแข่งขัน การขยายตัวทางธุรกิจ หรือปัญหาที่พบเผชิญ

จุดร่วมสำคัญทางนโยบายของสองสถานีโทรทัศน์เอกชนนี้คือ การส่งเสริมประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ของสถานีตนเอง ทั้งเกมโชว์ วาไรตี้โชว์ ทอล์กโชว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งละคร โดยใช้ดารานักแสดงในสังกัดมาเป็นจุดขายดึงดูดผู้ชมฝ่ายผลิตของทั้งสองสถานีจะรับภารกิจหน้าที่นี้เพราะเข้าถึงข้อมูลความเคลื่อนไหวของดารานักแสดงในสังกัดเป็นอย่างดีที่สำคัญรูปแบบและเนื้อหาของข่าวบันเทิงยังขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่เป็นผู้ออกนโยบายด้วย เมื่อผู้บริหารสั่งการให้ไปทำข่าว ทางรายการก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ตามสายการบังคับบัญชา

ทั้งนี้ถึงแม้สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มุ่งสร้างกำไรสูงสุดจากการดำเนินธุรกิจเหมือนกันจนส่งผลให้การนำเสนอข่าวบันเทิงมีความคล้ายคลึงกันอย่างมากจากการใช้ดารานักแสดงหรือกระทั่งพิธีกรที่มีชื่อเสียงในสังกัดมาเป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้ชมเหมือนกัน แต่ทว่าความแตกต่างด้านการจัดการตามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในของแต่ละสถานี โดยเฉพาะปัจจัยด้านนโยบายก็ทำให้การผลิตและการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการข่าวบันเทิงมีความแตกต่างกันในรายละเอียด ดังการรายงานข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เกี่ยวกับการทำกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในโครงการ 7 สีปันรักให้โลกของดาราในสังกัดอันสะท้อนถึงพันธกิจการเป็นบริษัทที่รับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility: CSR) ที่มีความเข้มข้นกว่าข่าวบันเทิงเกี่ยวกับการทำกิจกรรม CSR ของดารานักแสดงในสังกัดสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อันเนื่องมาจากนโยบายหลักของช่อง 3 ไม่ได้ให้น้ำหนักกับประเด็นนี้เท่ากับช่อง 7

ส่วนสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีนโยบายข่าวบันเทิงที่เปิดกว้างทุกค่ายทุกสังกัด สามารถนำเสนอข่าวดารานักแสดง ศิลปิน นักร้อง ได้แบบไม่จำกัด สำหรับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจะมีนโยบายข่าวบันเทิงเหมือนกันคือ ไม่นำเสนอข่าวบันเทิงแบบซุบซิบ (gossip) แต่มุ่งนำเสนอข่าวเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมเป็นหลัก

5.1.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจคือ หนึ่งปัจจัยสำคัญสุด ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจถือเป็นหัวใจสำคัญสูงสุดหรือปรัชญาที่ยึดมั่นขององค์การสื่อสารมวลชนที่บริหารจัดการในรูปแบบองค์กรธุรกิจเอกชน คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่ทั้งสองสถานีจะบริหารข่าวบันเทิงเพื่อตอบสนองทางธุรกิจเป็นสำคัญ โดยการนำดารานักแสดงในสังกัดมาเป็นกลยุทธ์ดึงดูดผู้ชม ควบคู่กับส่งเสริมประชาสัมพันธ์รายการบันเทิงที่ออกอากาศทางสถานีตนเอง เนื่องจากรายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงจะได้รับความนิยมจากผู้ชม สามารถ

สร้างฐานผู้ชมจนลูกค้าสนใจซื้อเวลาลงโฆษณา ซึ่งรายได้จากโฆษณาก็เป็นรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ ถ้าไม่ได้รับความนิยมนอกจากคนดูหรือไม่มีโฆษณาเข้ารายการก็จะถูกถอดออกจากผังรายการในที่สุดเพราะไม่สามารถสร้างรายได้ให้แก่องค์กรที่ต้องแสวงหาผลกำไรให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ที่เป็นเจ้าของธุรกิจและผู้ถือหุ้น และที่สำคัญเพื่อความอยู่รอดขององค์กรเองด้วย ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายรายการจึงมีความสอดคล้องหรือสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าซึ่งมีผลต่อการจัดสนใจซื้อเวลาเพื่อลงโฆษณา โดยมีเรตติ้งเป็นดัชนีชี้วัดสำคัญที่เอเยนซีโฆษณาและบริษัทสินค้าให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อเวลาโฆษณา

นอกจากนี้สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ยังให้ความสำคัญกับความต้องการและสนองต่อความต้องการของผู้ชมสูงสุดด้วย เพราะความนิยมของคนดูสามารถเปลี่ยนเป็นรายได้จากการขายโฆษณา การบริหารงานโดยเฉพาะด้านเนื้อหาการนำเสนอข่าวบันเทิงในสถานีโทรทัศน์ทั้งสามแห่งจึงยึดผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของสถานีตนเองเป็นหลักโดยปัจจุบันทั้งสามสถานีต่างมีความมั่นคงทางธุรกิจเพราะมีผู้สนับสนุนจำนวนมาก หากก็ไม่ได้มีอิทธิพลต่อนโยบายหรือกระบวนการทำงานมากนักเพราะแต่ละช่องต่างมีโฆษณาเต็มตลอดเนื่องจากฝ่ายการตลาดได้ขายโฆษณาลงหน้ามานานนับเดือนนับปี

ต่างจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่ไม่คำนึงถึงการจัดลำดับเรตติ้งหรือผลการวิจัยการตลาดเรื่องความนิยมของคนดูด้วยไม่ต้องแสวงหาผลกำไรในทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอดขององค์กรอันเนื่องมาจากมีงบประมาณแผ่นดินรองรับ ดังจะเห็นได้จากการที่ไม่มีโครงสร้างของฝ่ายการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันเหมือนดังสถานีโทรทัศน์เอกชนทั่วไป ด้วยนโยบายของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยคือ การปฏิบัติการกิจการเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ และสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับประชาชน เช่นกันกับสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีงบประมาณในการบริหารองค์กรจากภาษีสรรพสามิตสุราและยาสูบส่งผลให้รูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงทั้งของสองสถานีไม่ได้คำนึงถึงเรตติ้งมากนัก จึงไม่มีการนำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip) ที่ได้รับความนิยมสูงจากคนดูแต่อย่างใด นอกเหนือไปจากปัจจัยภายในด้านนโยบายที่ไม่ทำข่าวบันเทิงแนวนี้อยู่แล้ว

5.1.2.3 ปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ

บุคลากรเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีทุกช่อง การกำหนดแนวทางบริหารงานข่าวบันเทิงที่ชัดเจนว่าต้องการสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้พัฒนาบุคลากรของแต่ละองค์กรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญจนสามารถแข่งขันในสมรภูมิข่าวบันเทิงที่ทวีความเข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ ได้ ไม่เท่านั้นงานด้านทรัพยากรบุคคลยังมีความเข้มข้นในทุกขั้นตอนตั้งแต่การ

คัดเลือกบุคลากร การแบ่งงานหน้าที่ความรับผิดชอบ การสร้างแรงจูงใจ การสร้างโอกาส และความก้าวหน้าในอาชีพการงานสำหรับสถานีวิทยุโทรทัศนแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรศน์ไทยพีบีเอส มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ลึกจึ้งจริงและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะในประเด็นด้าน ศิลปวัฒนธรรมเพื่อจะสามารถตอบสนองนโยบายขององค์กรเป็นสำคัญ

5.1.2.4 ปัจจัยด้านคู่แข่ง

คู่แข่งคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่สร้างแรงกดดันต่อการผลิต และนำเสนอรูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรศน์ทุกช่อง ไม่ว่าจะบริหารงานแบบ ราชาการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน ด้วยความนิยมของคนดูที่มีต่อข่าวบันเทิงของตนเองจะลดลงถ้า สถานีวิทยุโทรศน์ช่องอื่นนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบได้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากกว่าทั้งนี้ถึง สถานีวิทยุโทรศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีวิทยุโทรศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จะเป็นคู่แข่งกันโดยตรง จากการใช้กลยุทธ์ต่างๆ นานาในการดึงดูดผู้ชมเพื่อสร้างเรตติ้งสูงสุดเหมือนกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการ นำดารานักแสดงในสังกัดมาเป็นจุดขายดึงดูดผู้ชม และการไม่นำเสนอข่าวดารานักแสดงของสถานี คู่แข่งเพื่อรักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล

ส่วนสถานีวิทยุโทรศน์โมเดิร์นไนน์ที่เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของ รัฐบาลโดยสำนักนายกรัฐมนตรีที่มีพันธกิจการทำงานเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวมจะมีการนำเสนอ ข่าวดารานักแสดงทุกสังกัดทุกค่ายภายใต้สโลแกน “ดูก่อนรู้ก่อน ที่นี่ที่เดียว” ไม่ได้มองคู่แข่งทางธุรกิจ เป็นความสำคัญลำดับแรก แต่จะให้ความสำคัญกับความต้องการของคนดูเป็นสิ่งสำคัญสุดซึ่งสอดคล้อง กับพันธกิจขององค์การที่ต้องการสร้างสังคมอุดมปัญญา สำหรับสถานีวิทยุโทรศน์แห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรศน์ไทยพีบีเอสไม่ได้มองคู่แข่งเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรนำเสนอรูปแบบและ เนื้อหารายการเพราะไม่ได้ดำเนินการเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร คู่แข่งที่แท้จริงจึงเป็น ตนเองที่ต้องพัฒนาข่าวบันเทิงตามกรอบบรรยาบรรณวิชาชีพ และพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอข่าว ศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

5.1.2.5 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร/ผู้ชม

การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร/ผู้ชมจากการศึกษาพบว่า สถานีวิทยุ โทรศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีวิทยุโทรศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่แสวงหา ผลกำไรในทางธุรกิจไม่มีกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ชมมากนัก ถึงแม้จะตระหนักดีว่าระสนิยมการชม ข่าวบันเทิงของผู้ชมมีความสำคัญก็ตามที โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบและเนื้อหาข่าวบันเทิงของ สองสถานีนี้คือ นโยบายของผู้บริหารที่ทุกฝ่ายในองค์กรต้องนำไปปฏิบัติ ส่วนสถานีวิทยุโทรศน์โมเดิร์น ไนน์มีการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ชมอยู่เป็นระยะๆ ขณะเดียวกันก็มีการแจกของรางวัลแก่ ผู้ชมที่ติดตามรับชมรายการข่าวบันเทิงของทางสถานีอย่างต่อเนื่องด้วย

ขณะที่สถานีวิทยุโทรทัศนแห่งประเทศไทยมีการแจกของรางวัลร่วมกับผู้ชมโดยใช้ชาวบ้านเท็งที่ออกอากาศเป็นคำถาม ทว่าสถานีโทรทัศนที่เปิดกว้างกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาชาวบ้านเท็งมากที่สุดคือ สถานีโทรทัศนไทยพีบีเอสที่มีสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการสะท้อนความคิดเห็นทัศนคติของสาธารณชนต่อการนำเสนอข่าวของทีวีสาธารณะ

5.1.2.6 ปัจจัยด้านความนิยม (rating)

ความนิยม (rating) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางการนำเสนอข่าวบ้านเท็งโทรทัศนทั้งทางรูปแบบและเนื้อหา รวมถึงระบบโทรทัศนทั้งระบบเองด้วย เนื่องจากเรตติ้งสัมพันธ์กับปริมาณโฆษณา ราคาค่าโฆษณา และอัตราการซื้อเวลาโฆษณา โดยเรตติ้งถูกนำมาใช้ได้ทั้งในด้านของการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหารายการ รวมถึงการขาย สถานีวิทยุโทรทัศนไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศนสีกองทัพบกช่อง 7 ที่เป็นสถานีโทรทัศนแบบเอกชนให้ความสำคัญกับเรตติ้งที่มาจากผลการสำรวจของบริษัทวิจัยต่างชาติที่ชี้แนะว่าการนำเสนอข่าวบ้านเท็งที่มีลักษณะของการซุบซิบหรือนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวเกี่ยวกับชีวิตรักได้รับความนิยมจากคนดู จนเป็นแนวทางที่ทำให้ทั้งสองช่องผลิตและนำเสนอข่าวบ้านเท็งแนวนี้ ขณะที่สถานีโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ที่เป็นสถานีโทรทัศนแบบรัฐวิสาหกิจก็ให้ความสำคัญกับเรตติ้งเช่นเดียวกันแต่ใช้การสำรวจที่จัดทำโดยทีมวิจัยและพัฒนา (R&D) ขององค์กรร่วมด้วย

ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศนแห่งประเทศไทยที่เป็นสถานีโทรทัศนแบบราชการ และสถานีโทรทัศนไทยพีบีเอสที่เป็นสถานีโทรทัศนแบบสาธารณะถึงจะให้ความสำคัญกับเรตติ้งเพราะถือเป็นเสียงสะท้อนของสาธารณชน แต่ก็อยู่บนเงื่อนไขของความไม่มั่นใจว่าผลการสำรวจนี้มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากแค่ไหน แต่อย่างไรก็ตามเรตติ้งก็ไม่มีผลมากขนาดสถานีโทรทัศนทั้งสองช่องหันมาผลิตรายการข่าวบ้านเท็งแบบซุบซิบแต่อย่างใด

5.2 การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบ้านเท็งที่สถานีโทรทัศนผลิตเอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตรายการข่าวบ้านเท็งที่สถานีโทรทัศนผลิตเองทั้งด้านนโยบาย กลยุทธ์ และปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการข่าวบ้านเท็งผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบายการผลิตและผู้สื่อข่าว และข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งเชิงนโยบาย กลยุทธ์ และจรรยาบรรณของสถานี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลดังนี้

5.2.1 การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง

การบริหารงานโทรทัศน์ (television management) เป็นหลักการสำคัญมากต่อการบริหารสถานีโทรทัศน์ให้ประสบผลสำเร็จตามนโยบายขององค์กรที่กำหนดไว้ การบริหารงานรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์จึงต้องมีความสอดคล้องกับ หลักการบริหารงานโทรทัศน์แต่ทว่าการบริหารงานสื่อโทรทัศน์ก็มีความซับซ้อนอยู่ในตัวเองมากกว่าการทำหน้าที่สองด้านที่ขัดแย้งกันระหว่างประโยชน์สาธารณะกับการอยู่รอดขององค์กรซึ่งการเน้นหนักไปในทางหนึ่งทางใดไม่ทำให้การดำเนินธุรกิจล้มเหลวก็จะสูญเสียทรัพยากรและความเชี่ยวชาญตามมา การหาจุดสมดุลระหว่างการดำเนินงานเพื่อประโยชน์สาธารณะกับกำไรธุรกิจจึงเป็นโจทย์สำคัญของการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ที่สามารถประจักษ์ชัดผ่านการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีผลิตเอง ดังนโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่มีความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์มุ่งเน้นผลกำไรในการประกอบกิจการ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ กับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่ไม่ได้มุ่งเน้นผลกำไรในการประกอบกิจการ

ความนิยมข่าวบันเทิงที่ทวีขึ้นของผู้ชมทำให้สถานีโทรทัศน์ทั้งแบบมุ่งผลกำไรและประโยชน์สาธารณะต่างมีรายการข่าวบันเทิงทั้งที่ผลิตเองโดยสถานีและผู้ผลิตเช่าเวลาผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ อยู่ในผังรายการ โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตเองสามรายการ คือ สีสันบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีสามรายการ คือ เส้นทางบันเทิง เทียงบันเทิง และค้นปาก สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีสองรายการ คือ ไนน์เอ็นเตอร์เทนและคุยโขมงบันเทิงในรายการคุยโขมงข่าวเช้า สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีหนึ่งรายการ คือ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีสองรายการ คือ ไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำและข่าวศิลปะ-บันเทิง

5.2.2 นโยบายรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์

การวิจัยนโยบายการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์พบว่า มีการบริหารในลักษณะเชิงพาณิชย์ รัฐวิสาหกิจ ราชการ และสาธารณะ ทว่าสามารถสรุปรวมเป็นสองกลุ่มใหญ่ด้วยกัน คือ สถานีโทรทัศน์ที่มุ่งผลกำไรและสถานีโทรทัศน์ที่ไม่มุ่งผลกำไร ซึ่งจะมึนโยบายการดำเนินรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน แต่ก็จะปรากฏอยู่ในสองลักษณะด้วยกัน คือ 1) นโยบายแบบลายลักษณ์อักษร มีนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงลงมา โดยผู้บริหารระดับกลางและระดับปฏิบัตินำไปปฏิบัติตามนโยบาย ส่วนมากเป็นเอกสารคำสั่งเพื่อให้ทุกคนในองค์กรยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติและนำไปต่อยอดการทำงานต่อไป และ 2) นโยบายแบบไม่เป็นลายลักษณ์อักษร มักเป็นระดับปลึกย่อย สามารถทำความเข้าใจกันได้ พูดคุยหารือ เป็นการมอบหมายด้วยวาจา ซึ่งทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ไม่มีนโยบายรายการข่าวบันเทิงที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่จะยึดนโยบายขององค์กรหรือแผนยุทธศาสตร์องค์กรเป็นแกนกลางในการกำหนดแนวทางการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิง

การกำหนดนโยบายรายการข่าวบันเทิงที่ไม่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรส่งผลให้การผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสอยู่ในอำนาจการตัดสินใจแบบใช้ดุลยพินิจค่อนข้างมากของผู้บริหารรายการทั้งที่เป็นโปรดิวเซอร์และบรรณาธิการข่าว รวมถึงระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติด้วย โดยเฉพาะผู้สื่อข่าวภาคสนามที่ต้องตัดสินใจในการทำข่าวว่าจะสามารถสัมภาษณ์ดารานักแสดงต่างสังกัดได้หรือไม่ในประเด็นเรื่องราวส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) ที่กำลังเป็นกระแสสังคมอันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของนโยบายรายการ ภายในขณะเดียวกันถ้าผู้สื่อข่าวทำข่าวเข้ามาทางบรรณาธิการข่าวก็ต้องตัดสินใจว่าจะนำเสนอข่าวนั้นๆ ในช่องทางเองหรือไม่โดยพิจารณาจากหลักคุณค่าข่าว (newsworthiness) ว่าเหตุการณ์นั้นๆ มีความน่าสนใจ (interest) มากขนาดไหน

อย่างไรก็ตามสถานีโทรทัศน์ทั้งห้าสถานีต้องผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงตามกรอบนโยบายหลักขององค์กร จะขัดกับนโยบายขององค์กรไม่ได้ แม้ว่าการบริหารการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงของหลายรายการภาพที่ออกมาค่อนข้างเป็นการตัดสินใจตามผู้บริหารรายการมากกว่าจะดำเนินการอย่างเคร่งครัดตามลายลักษณ์อักษรที่ปรากฏในนโยบายองค์กรก็ตามที่ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะขาดการแปลงนโยบายองค์กรที่เป็นภาพใหญ่ของสถานีออกมาเป็นแผนปฏิบัติการ (action plan) ของรายการข่าวบันเทิงที่สามารถสื่อสารกับระดับปฏิบัติการได้อย่างชัดเจน

กล่าวอีกนัยหนึ่งการยึดถือนโยบายองค์กรที่นำไปสู่การปฏิบัติจริง (implement) ได้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของฝ่ายบริหารรายการข่าวบันเทิงที่ดีความนโยบายองค์กรตามความเข้าใจออกมาเป็นแผนปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการโดยนโยบายองค์กรมีสถานะเป็นกรอบหลักที่รายการข่าวบันเทิงทุกรายการต้องปฏิบัติตาม จะละเมิดหรือขัดไม่ได้ โดยนโยบายรายการข่าวบันเทิงถูกระหนักและรับรู้ความสำคัญโดยบุคลากรรายการข่าวบันเทิงระดับหัวหน้ามากกว่าผู้ปฏิบัติเช่นผู้สื่อข่าวและช่างภาพอันจะสะท้อนผ่านการทำงานภาคสนามที่มักขัดกับกรอบนโยบายองค์กรอยู่เนืองๆ เนื่องจากบุคลากรระดับปฏิบัติงานมักรับรู้นโยบายแค่บางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและนำเสนอข่าวเท่านั้น ไม่มีความเข้าใจลึกซึ้งถึงเป้าหมายทางนโยบายแต่อย่างใด แต่กระนั้นการกำหนดโครงสร้างการทำงานที่มีความชัดเจนและแบ่งแยกกันทำงานตามความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของบุคลากรก็อาจทำให้บรรลุเป้าหมายทางนโยบายได้ เช่น ผู้สื่อข่าวสายเพลงสตริง ผู้สื่อข่าวสายเพลงลูกทุ่ง ผู้สื่อข่าวสายภาพยนตร์ เป็นต้น ก็ช่วยให้การทำงานคล่องตัว รวดเร็ว

และแก้ไขข้อผิดพลาดได้ในกรณีที่มีข้อบกพร่อง พร้อมกันนั้นก็ไม่ต้องกลัวด้วยเนื่องจากผู้สื่อข่าวแต่ละสายมีความสัมพันธ์ (connection) กับแหล่งข่าว (news source) มากกว่าผู้สื่อข่าวบันเทิงทั่วไป

นโยบายขององค์กรจึงกำหนดทิศทางการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงในภาพกว้างผู้บริหารรายการข่าวบันเทิงนำนโยบายของกรมประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของแต่ละรายการมากกว่าจะเป็นการยึดอย่างเคร่งครัดตามลายลักษณ์อักษร ตลอดจนนโยบายรายการแต่ละยุคสมัยที่ไม่มีใครคงเส้นคงวานักเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารรายการก็ทำให้การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงตามนโยบายขององค์กรขาดความต่อเนื่องตามมาด้วยโดยปริยายนอกเหนือไปจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอรายการของคู่แข่งซึ่งเป็นเหตุผลหลักให้รายการข่าวบันเทิงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการตามมา

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองต้องคำนึงถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (efficiency & effective) ทั้งด้านการบริหารรายการข่าวบันเทิงให้ประสบความสำเร็จโดยใช้ทรัพยากรในระดับที่ต่ำกว่าเดิมและการบรรลุเป้าหมายการผลิตตามที่องค์กรกำหนดไว้ รายการข่าวบันเทิงทุกรายการที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองจึงพยายามแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์ขององค์กรทั้งด้านรายได้และการสร้างเสริมภาพลักษณ์ซึ่งการบริหารรายการข่าวบันเทิงต้องการผู้บริหารที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการให้บุคลากรในทีมงานสามารถทำงานร่วมกันได้ภายใต้เป้าหมายที่กำหนดไว้โดยการแบ่งงานกันทำตามความถนัดหรือความเชี่ยวชาญของแต่ละคน สอดคล้องกับ Herbert A. Simon (1947) ที่ระบุว่าการบริหารหมายถึงกิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

แนวทางการพัฒนารายการข่าวบันเทิงที่น่าสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้ชมสูงสุดรวมถึงเป็นทางเลือกที่แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์อื่นๆ จึงต้องกำหนดกลยุทธ์การบริหารการผลิตที่คำนึงถึงปัจจัยภายในและภายนอกของสถานีที่มีส่วนสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

5.2.3 กลยุทธ์รายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์

แม้กลยุทธ์ที่รายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์เลือกใช้จะแตกต่างกันไปตามนโยบายและปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงาน แต่ทว่ารายการข่าวบันเทิงทุกรายการต่างใช้กลยุทธ์ด้านรูปแบบและเนื้อหารายการเพื่อจะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและได้เปรียบในการแข่งขัน

รูปแบบรายการข่าวบันเทิงถูกกำหนดตามคุณลักษณะข่าวบันเทิงที่จัดเป็นข่าวเบา (soft news) กลยุทธ์ด้านรูปแบบรายการที่นำมาใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมักเป็นรูปแบบของการเล่าข่าวดังครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทย

ทีวีสีช่อง 3 และรูปแบบของการอ่านข่าวและแสดงความคิดเห็นท้ายข่าวซุบซิบ (gossip) ดังรายการ คันปากทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทั้งนี้เนื่องจากผู้ชมให้ความสนใจรับชมข่าวบันเทิงแบบ สนุกสนานมากกว่าจะติดตามอย่างเคร่งเครียดจริงจังแบบข่าวหนัก (hard news) อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ยังมีกวางรายการข่าวบันเทิงไว้ในช่วงเวลาสุดท้ายของรายการข่าวปกติ (news bulletin) หรือไม่ก็เป็นส่วนหนึ่งของรายการข่าวปกติแต่ก็แยกเป็นรายการข่าวบันเทิงต่างหากซึ่งสอดคล้องกับ Boyd (2001) ที่ระบุว่าหลังข่าวจบ ความบันเทิงเริ่มต้นขึ้น

นอกจากนั้นกลยุทธ์ด้านเนื้อหายังสัมพันธ์กับคุณลักษณะของข่าวบันเทิงที่ บรรณาธิการจะทราบล่วงหน้าว่ามีข่าวบันเทิงที่ใดบ้าง ประเด็นใด เนื่องจากผู้จัดงานต่างๆ จะแจ้งเข้า มาว่ามีการจัดงานที่ใดและมีดารานักแสดงคนไหนเข้าร่วม โดยเฉพาะดารานักแสดงที่กำลังเป็นประเด็นจะ ถูกจ้างมาร่วมงานอีเวนต์ (event) ทางบรรณาธิการจึงสามารถกำหนดเนื้อหาข่าวบันเทิงที่จะออกอากาศ ไว้ได้ล่วงหน้า รวมถึงสร้างกระแสสังคมขึ้นเองได้จากการทราบล่วงหน้าแล้วว่าจะนำเสนอข่าวด้วยประเด็น ใดให้เป็นที่สนใจในสังคมวงกว้าง การส่งผู้สื่อข่าวออกภาคสนามเพื่อทำข่าวจึงเป็นการสร้างประเด็นข่าว ขึ้นจากเนื้อหาที่ถูกกำหนดไว้แล้วล่วงหน้า ข่าวบันเทิงสร้างกระแสสังคมได้เพราะข่าวบันเทิงถึงที่สุด แล้วคือ การบริหารจัดการเรื่องราวที่ผู้คนสนใจ (human interest) โดยเรื่องราวที่ผู้คนสนใจเป็นเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง บุคคล และกระตุ้นอารมณ์ การบริหารงานรายการข่าวบันเทิง (news entertainment program) คือ การบริหารจัดการเรื่องราวที่ผู้คนสนใจให้ออกมาเป็นรายการบันเทิง ที่กระตุ้นอารมณ์ของผู้ชมจากการผลิตและนำเสนอความเคลื่อนไหวของดารานักแสดงหรือบุคคลใน แวดวงบันเทิงที่เป็นที่สนใจของผู้คน หรืออีกนัยหนึ่งคือ การบริหารผู้ชมรายการโทรทัศน์ผ่านการ กระตุ้นความสนใจด้วยเรื่องราวที่ผู้คนสนใจ (human interest) มากกว่าจะนำเสนอข้อเท็จจริงแบบ ข่าว (news) โดยอาศัยโครงสร้างรูปแบบข่าวในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเพื่อความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการสำรวจเรื่องผังฟรีทีวี⁵² โดยโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของ สังคม (Media Monitor) ที่พบว่า ภาพรวมของรายการข่าวบันเทิงทางช่อง 3, 5, 7, 9, NBT และ TPBS ช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2552 ยังเป็นลักษณะเน้นข่าวรายวัน ความคืบหน้าของ วงการบันเทิง และเต็มไปด้วยข่าวดาราที่เน้นเรื่องราวชีวิตส่วนตัวมากกว่าที่จะเน้นคุณค่าของผลงาน บันเทิง (โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม Media Monitor, 2552, น. 6)

นอกจากกลยุทธ์สองด้านที่รายการข่าวบันเทิงเลือกใช้ในการสร้างความความ แตกต่างและได้เปรียบทางการแข่งขันดังกล่าวมาแล้ว กลยุทธ์ด้านพิธีกรยังถูกนำมาใช้ในหลายรายการ โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ที่มีละครและดารานักแสดงในสังกัดทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพื่อจะสามารถสร้างฐานผู้ชมรายการจากการเปลี่ยนผู้ชมที่เป็น แฟนคลับดารานักแสดงมาเป็นแฟนรายการส่วนสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ที่แม้ไม่มีดารานักแสดงใน สังกัดแต่ก็เลือกใช้กลยุทธ์ด้านพิธีกรที่เป็นดารานักแสดงในช่วงคุ้ยขอมงบันเทิงของรายการข่าวคุ้ยขอมง

ข่าวเข้าเพราะต้องการใช้ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และการเป็นคนวงในของดารานักแสดงมาถ่ายทอดเรื่องราวและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวบันเทิง เช่นเดียวกับรายการค้นปากทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่ใช้พิธีกรดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงทั้งที่เป็นดารานในสังกัดและดารานอิสระไม่มีสังกัดมาอ่านข่าวบันเทิงแนวซุบซิบ (gossip) และแสดงความคิดเห็นด้วยภาษาสนุกสนานสร้างความเพลิดเพลินแก่ผู้ชม

กลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage strategy) ดังกล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับ การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลทีวีที่ข่าวบันเทิงทีวีการแข่งขันสูงขึ้นมากทั้งจากจำนวนสถานีโทรทัศน์และรายการข่าวบันเทิงที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการได้เพิ่มเวลามากขึ้นของรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตเองโดยสถานีที่ต้องผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงเข้มข้นขึ้นในเชิงปริมาณหรือชิ้นงานที่มากขึ้น รวมถึงทำข่าวรูปแบบต่างๆ มากขึ้น เช่น ข่าวเดี่ยว (exclusive) หรือสื่อบุคคลข่าวเจาะ เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถช่วงชิงผู้ชมให้ได้มากที่สุดดังสถานีโทรทัศน์ที่มีละครและดารานักแสดงในสังกัดที่จะสามารถสร้างเอกลักษณ์รายการข่าวบันเทิงได้จากการทำสื่อบุคคลข่าวเจาะลึกเบื้องหลังกองละครและชีวิตดารานักแสดงที่ผู้ชมไม่สามารถหาชมได้จากรายการข่าวบันเทิงของสถานีอื่น อันเป็นการทำธุรกิจข่าวบันเทิงในน่านน้ำสีคราม (blue ocean) ที่ไม่ใช่แค่มีคู่แข่งน้อยราย แต่ไร้คู่แข่งเลย

การผูกขาดเนื้อหาข่าวบันเทิงจากการเป็นเจ้าของข้อมูลด้านละครและดารานักแสดงนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ด้านเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพและแตกต่างอย่างชัดเจนกับคู่แข่งดังรายการสีสันบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และรายการเส้นทางบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีเนื้อหาข่าวบันเทิงที่รายการข่าวบันเทิงของสถานีอื่นทำได้ แต่ทั้งนี้ตลาดนี้ก็ไม่ใช่ตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) ที่มีลูกค้าน้อยรายเพราะฐานผู้ชมละครของสถานีโทรทัศน์ทั้งสองช่องมีจำนวนมหาศาลถึงอันดับที่ 1 และ 2 ด้านความนิยมรายการตลอดมา ไม่เพียงเท่านั้นยังเป็นการใช้ทรัพยากรองค์กรที่เป็นละครและดารานักแสดงที่ถือเป็นผลิตภัณฑ์ (product) ได้อย่างคุ้มค่าเพราะผู้ชมที่เป็นลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในคุณค่าที่เพิ่มเข้ามา (value added) ของรายการจากการนำเสนอเนื้อหาที่มีที่เดียว แทนที่จะทำธุรกิจข่าวบันเทิงในน่านน้ำสีแดง (red ocean) ที่มีคู่แข่งมากมายจากการที่สถานีโทรทัศน์ต่างแข่งขันกันผลิตรายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องราวส่วนตัวหรือข่าวซุบซิบ (gossip) จนเกือบจะมีในรายการข่าวบันเทิงทุกรายการ

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ รายการสีสันบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และเส้นทางบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ไม่มีคู่แข่งโดยตรง และทั้งสองรายการก็ไม่ใช่คู่แข่งกันเองอันเนื่องมาจากมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายต่างกันตามรสนิยมละครและดารานักแสดงของแต่ละสถานีอยู่แล้ว การวางตำแหน่งรายการ (positioning) ทั้งสองสถานีจึงเป็นการทำธุรกิจข่าวบันเทิงในน่านน้ำสีครามมากกว่าเป็นการก้าวเข้าสู่ตลาดสนามข่าวบันเทิงแบบซุบซิบ (gossip) ที่ถึงเป็นที่นิยมของผู้ชมแต่สถานีโทรทัศน์เกือบทุกช่องก็เข้าร่วมแข่งขัน ส่วนแบ่งการตลาด (market share) ที่

หมายถึงเม็ดเงินโฆษณาจึงเล็กตามไปด้วยเพราะผู้ชมถูกช่วงชิงไปเพราะดูโทรทัศน์ช่องไหนก็สามารถรับชมข่าวซุบซิบได้เหมือนๆ กัน ทั้งนี้เพราะการรายงานข่าวบันเทิงเชิงกระแส (current/routine news) เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงนั้นจะเหมือนหรือคล้ายคลึงกันเกือบทุกช่อง จะสร้างความแตกต่างได้ก็แค่ลีลาการเขียนข่าว ยากมากที่จะบิดประเด็นให้แตกต่างออกไปเลยเพราะโดยเนื้อหาข้อเท็จจริงของข่าวแล้วเหมือนกันเพราะมักเป็นเรื่องราวชีวิตรักของดารานักแสดง ดังนั้นการสร้างความแตกต่างทางเนื้อหาด้วยการสร้างประเด็นเองหรือทำสื่อบข่าวจาะลึกจึงมีประสิทธิภาพมากกว่าในการดึงดูดใจผู้ชมโทรทัศน์ รายการข่าวบันเทิงที่เลือกนำเสนอข้อมูลที่คู่แข่งไม่มีจึงสามารถสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืน (sustainable) ได้ในระยะยาว ดังรายการสี่สັນบันเทิงและเส้นทางบันเทิงของสองสถานีโทรทัศน์ยอดนิยมที่อยู่มาอย่างยาวนาน

การกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage strategy) ที่มีประสิทธิภาพจึงมาจากการนำละครและดารานักแสดงในสังกัดมาผลิตเป็นเนื้อหารายการข่าวบันเทิงอันเป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้านเนื้อหา (differentiation strategy) จากคู่แข่งทั้งที่เป็นรายการข่าวบันเทิงในช่องเดียวกันและคู่แข่งต่างช่อง เช่น ภายในสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เนื้อหาข่าวบันเทิงรายการสี่สັນบันเทิงมีความแตกต่างจากเนื้อหารายการโต๊ะข่าวบันเทิงถึงแม้จะนำเสนอเรื่องของละครและดารานักแสดงของสถานีเหมือนกันเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่เนื้อหารายการเส้นทางบันเทิงแตกต่างจากเนื้อหารายการเที่ยงบันเทิงแม้จะนำเสนอเกี่ยวกับละครและดารานักแสดงในสังกัดเหมือนกัน ขณะที่ต่างสถานีนั้นเนื้อหาข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความแตกต่างจากเนื้อหาไทยบันเทิงในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสถึงแม้จะนำเสนอเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมเหมือนกันซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างระหว่างรายการข่าวบันเทิงในช่องเดียวกันและต่างช่องสำคัญต่อการอยู่รอดของรายการ เพราะจะทำให้ผู้ชมที่เป็นลูกค้า (customer) รับรู้ถึงความแตกต่างของเนื้อหารายการ (product) ซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้านเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ที่มีละครและดารานักแสดงในสังกัดจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้ชมที่มีต่อละครและดารานักแสดงเป็นสำคัญ ดังนั้นความอยู่รอดของรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองจึงหมายถึงการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่า (value) ให้ได้ในสายตาของผู้ชมที่เป็นลูกค้ารายการ

5.2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์

ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์จำแนกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ 2) เทคโนโลยี และ 3) ความสามารถทางวิชาชีพ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1) คู่แข่งขัน สำนักข่าว นักโฆษณา เจ้าของ สหภาพแรงงาน 2) เหตุการณ์ต่างๆ ข้อมูลข่าวสาร และวัฒนธรรม 3) การควบคุมทางกฎหมายและการเมือง สถาบัน

ทางสังคมอื่นๆ และ 4) ช่องทางการเผยแพร่ ความสนใจและความต้องการของผู้รับสารโดยการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงมีความยืดหยุ่นตามสภาวะการณ์ปัจจัยภายในและภายนอกการตัดสินใจปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบรายการข่าวบันเทิงมุ่งตอบสนองต่อการแข่งขันและสถานการณ์ข่าวบันเทิงที่มีความเป็นพลวัต (dynamic) มากกว่าจะเป็นผลมาจากปัจจัยด้านการเมืองและวัฒนธรรม

ความอยู่รอดของรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ขึ้นกับความนิยมของผู้ชม (rating) เป็นสำคัญแม้กระทั่งสถานีโทรทัศน์ที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร ดังสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่ก็ยังคงต้องรับฟังเสียงของผู้ชมซึ่งสะท้อนผ่านสภาผู้ชมแทนที่จะเป็นเงินค่าโฆษณาเหมือนกับสถานีโทรทัศน์อื่นๆ กล่าวคือ สถานีโทรทัศน์ที่ไม่ได้มุ่งผลกำไรธุรกิจก็ให้ความสำคัญกับความนิยมของผู้ชมเช่นเดียวกัน เพียงแต่วิธีการวัดผลความนิยมต่างกัน ทั้งนี้การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ทำได้หลายวิธีการด้วยกันนอกเหนือไปจากการวัดความนิยมของรายการ (rating) ที่เป็นเครื่องมือหลักในการประเมินความนิยมของรายการว่าจะออกอากาศต่อหรือยุติ ดังปัจจุบันที่มีการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (social media networks) ไม่ว่าจะเป็น Twitter หรือ Facebook ในการสะท้อนเสียงของผู้ชมเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบรายการ หรือกระทั่งยุติรายการได้ในเวลาที่เร็วและถี่มากขึ้นเพราะสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้นอกจากจะประหยัด รวดเร็ว และสามารถทำได้ทั้งในระดับของปัจเจกบุคคลที่เป็นผู้สื่อข่าวบรรณาธิการหรือระดับองค์กรแล้ว ยังเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) โดยตรงระหว่างผู้ชมกับกองบรรณาธิการ ผู้ผลิตรายการที่เสียงสะท้อนของผู้ชม (audience feedback) จะถูกนำมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน (competitiveness) ของรายการในภาพรวมต่อไปได้ด้วย

ทั้งนี้ปัจจัยด้านพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้รูปแบบและเนื้อหาข่าวบันเทิงโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไป ยิ่งเป็นรายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอข่าวซุบซิบ (gossip) ยิ่งเปลี่ยนแปลงเด่นชัดมาก จากแต่ก่อนทำข่าวบันเทิงตามหนังสือพิมพ์ก็เปลี่ยนมาเป็นทำข่าวตามสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ทั้ง Facebook, Twitter และ Instagram แทน ซึ่งคุณลักษณะของสื่อออนไลน์เหล่านี้เปลี่ยนบทบาทผู้ชมโทรทัศน์จากเฉื่อยชา (passive audience) มาเป็นกระตือรือร้น (active audience) สามารถสร้างเนื้อหาขึ้นเอง (user generated content: UGC) และแบ่งปัน (share) ข่าวดารานักแสดงในโลกออนไลน์ที่บ่อยครั้งกลายเป็นกระแสสังคมในโลกจริงนอกเหนือไปจากการสร้างประเด็นข่าวของดารานักแสดงผ่านบัญชีสื่อสังคมออนไลน์ของตนเองผ่าน Facebook และ Instagram ซึ่งเนื้อหาประเด็นที่ทั้งผู้รับสารกระตือรือร้นสร้างและแบ่งปันกัน และดารานักแสดงสร้างขึ้นเองนั้นได้กลายมาเป็นแหล่งข่าว (news source) ที่ทีมบรรณาธิการรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ใช้ในการแสวงหาข่าว (news seeking/ news gathering) และคัดเลือกมานำเสนอในรายการมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะข่าวบันเทิงในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะข่าวซุบซิบ (gossip) ที่ถูกทำให้เป็นที่เร้าอารมณ์ (dramatization) นั้นมักเป็นที่สนใจของผู้ชมทางโทรทัศน์ด้วยเพราะได้รับความสนใจจากผู้คนจำนวนมากในโลกออนไลน์มาก่อน

แล้ว อีกทั้งการทำข่าวเช่นนี้ไม่ต้องลงทุนมาก หากแต่ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ชมจนเรตติ้งสูงซึ่งหมายถึงผลกำไรในทางพาณิชย์ที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย

เนื่องด้วยข่าวบันเทิงสามารถสร้างกระแสสังคมจากการกำหนดวาระทางสังคม (agenda setting) ทำให้ในการรายงานข่าวบันเทิงบางครั้งไม่ได้ดำเนินการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวในโลกออนไลน์ว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่เพียงใดเพราะมุ่งแต่แข่งขันกันนำเสนอความเร็ว ไม่ใช่เฉพาะแข่งกับสื่อโทรทัศน์ด้วยกัน แต่แข่งขันกับสื่อใหม่ (new media) ที่กลายมาเป็นช่องทางการนำเสนอข่าวบันเทิงที่ผู้คนสนใจด้วย เพราะไม่เพียงรวดเร็วกว่า แต่ยังเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น (comment) ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ พฤติกรรมการรับชมข่าวบันเทิงของสังคมไทยที่หันมาชื่นชอบข่าวซุบซิบ (gossip) ที่เร้าอารมณ์ความรู้สึก (drama) และที่สำคัญผู้ชมส่วนใหญ่ไม่ได้รับชมข่าวบันเทิงเพื่อพักผ่อนหย่อนใจดังแต่ก่อน แต่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมวิพากษ์วิจารณ์ดารานักแสดงที่อยู่ในข่าวบันเทิงนั้นๆ ด้วย เช่น ประเด็นความขัดแย้งเรื่องมือที่สามระหว่างดาราดูด้วยกันที่ปรากฏในโลกออนไลน์ก่อนจากการโต้ตอบกันไปมาของกลุ่มที่มีแฟนคลับสนับสนุนติดตามจนแบ่งฝักฝ่ายเป็นทีม นั่นทีมนี้อันและลุกลามกลายเป็นการโต้ตอบกันของแฟนคลับดาราดูไปในที่สุดนั้นมักจะได้รับการนำเสนอในข่าวบันเทิงโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าวเรื่องราวส่วนตัวของดารานักแสดงตามมา ซึ่งจะแตกต่างจากข่าวบันเทิงทั่วไปหรือสื่อบันเทิงที่ไม่เอื้อให้ผู้ชมทำเช่นนั้นได้ แต่ก็ไม่ใช่ว่าความนิยมของผู้ชม (rating) ของรายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอข่าวซุบซิบจะสูงกว่ารายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอแต่ข่าวประชาสัมพันธ์สถานีและดารานักแสดงในสังกัด ดังกรณีรายการเส้นทางบันเทิงที่ออกอากาศในช่วงเวลาหลัก (prime time) ที่มีเรตติ้งสูงมากกว่ารายการคั่นปาก เป็นรองแค่ละครหลังข่าวภาคค่ำเท่านั้น

ทั้งนี้ที่สุดการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์เหมือนกับการบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์อื่นๆ ที่ต้องให้ความสำคัญกับเรตติ้ง เพราะทุกวินาทีที่มีความหมายทางเศรษฐกิจเนื่องจากการขายเวลาเป็นวินาที การวัดความนิยมของ AC Nielsen ที่มีการรายงานความเปลี่ยนแปลงของเรตติ้งเป็นรายวินาทีจึงเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมจากสถานีโทรทัศน์ทุกช่องที่ต้องแข่งขันกันอยู่รอดในสมรภูมิธุรกิจโทรทัศน์ที่ดุเดือด การวัดเรตติ้งข่าวบันเทิงแบบรายข่าวระหว่างรายการข่าวบันเทิงของตนเองกับรายการข่าวบันเทิงของสถานีอื่นที่ออกอากาศเวลาเดียวกัน และการวัดเรตติ้งประเภทข่าวระหว่างข่าวซุบซิบ (gossip) กับข่าวบันเทิงทั่วไปของรายการตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารรายการข่าวบันเทิงสามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน รายการข่าวบันเทิงจึงคำนึงถึงเรตติ้งเพื่อจะสามารถขายโฆษณาได้มากขึ้นเพื่อผลประโยชน์ของเจ้าของสถานีโทรทัศน์ที่จะสูงขึ้นตามมา แม้ในนโยบายองค์กรจะระบุว่าความต้องการและประโยชน์ของผู้ชมเป็นสิ่งสำคัญก็ตามการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงจึงมุ่งตอบสนองประโยชน์ของเจ้าของธุรกิจโทรทัศน์มากกว่าประโยชน์ของผู้ชม ยกเว้น

สถานีโทรทัศน์สาธารณะไทยพีบีเอสที่ไม่มีกำไรโฆษณา และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยที่มีระบบการบริหารงานแบบราชการที่จะคำนึงถึงการตอบสนองนโยบายรัฐมากกว่าเรตติ้ง

รายการข่าวบันเทิงที่มีเรตติ้งไม่สูงตรงตามเป้าหมายสถานีจะถูกถอดออกจากผังรายการดังรายการคั่นปากที่หลุดผังรายการสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 เนื่องจากได้รับความนิยมจากผู้ชมน้อยกว่าสถานีคู่แข่ง นอกเหนือไปจากเหตุผลเพื่อรักษาภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับ แนวคิดของ Stein และ Evans (2010) ที่เสนอว่ารายการโทรทัศน์และอาชีพผู้บริหารสถานีโทรทัศน์จะมีชีวิตหรือตายขึ้นกับความนิยม (rating) ความสัมพันธ์ระหว่างความนิยมรายการ (rating) กับรายการ (programming) ตรงไปตรงมา คือ ยิ่งได้รับความนิยมมากสถานีโทรทัศน์ยังสามารถประสบความสำเร็จเชิงธุรกิจมากขึ้นเท่านั้น เป้าหมายของรายการทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่จึงเป็นการบรรลุความนิยมสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้เพราะเรตติ้งเป็นมากกว่าแค่ตัวเลข ทุกแผนกในสถานีโทรทัศน์ต้องเรียนรู้ว่าผู้ชมโทรทัศน์ต้องการอะไรและเมื่อใดที่พวกเขาต้องการรับชม พฤติกรรมการรับชม (viewing habits) และคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชม เป็นอย่างไรนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการประสบความสำเร็จของรายการและสถานี

รายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยสถานีเป็นช่องทางสร้างความนิยมและรักษาฐานความนิยมของผู้ชมที่มีอยู่เดิมได้อย่างต่อเนื่องแม้เปลี่ยนแปลงเป็นโทรทัศน์ดิจิทัล (digital TV) แล้ว โดยแต่ละสถานีมีการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงแตกต่างกันตามนโยบายองค์กรและรายการ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของรายการ (target group) ด้วย สถานีที่มีการผลิตละครโทรทัศน์เองจะผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ติดตามละครเป็นสำคัญ ดังรายการสี่สັນบันเทิงและรายการโต๊ะข่าวบันเทิงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ขณะที่สถานีโทรทัศน์ที่ไม่มีการผลิตละครเองก็วางตำแหน่ง (positioning) รายการข่าวบันเทิงที่ไม่ได้มุ่งเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแฟนละครของช่องใดช่องหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ดังรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

สถานีโทรทัศน์ที่มีละครและดารานักแสดงในสังกัดมีรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตเองมากกว่าสถานีที่ไม่มีละครและดารานักแสดงเป็นของตนเอง สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีรายการข่าวบันเทิงที่ผลิตเองถึงสามรายการด้วยกัน คือ สี่สັນบันเทิง โต๊ะข่าวบันเทิง และครอบครัวบันเทิงในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ เท่ากันกับสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีสามรายการ คือ เส้นทางบันเทิง เที่ยงบันเทิง และคั่นปาก ขณะที่สถานีโทรทัศน์ที่ไม่มีละครและดารานักแสดงในสังกัดอย่างเช่นสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีเพียงหนึ่งรายการ คือ ข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง

นอกจากนโยบายองค์กรแล้ว การตอบสนองรสนิยมผู้ชมรายการที่หมาย รวมถึงเรตติ้งและกำไรที่จะตามมายังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อรูปแบบการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิงให้แตกต่างกันไปในแต่ละช่องด้วย การบริหารการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่แตกต่างกันอันจะทำให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อสามารถจำแนก (segmentation) ผู้ชมรายการได้ถูกต้องจากการทำวิจัยการตลาด (market research) หรือวิจัยผู้บริโภค (consumer insight) ซึ่งสอดคล้องกับ Stein และ Evans (2010) ที่เสนอว่าในการทำความเข้าใจความบันเทิงนั้นสิ่งแรกต้องเข้าใจผู้รับสารของตนเองก่อน เพราะถึงทุกคนชอบความบันเทิง แต่ก็เชื่อว่าทุกคนจะได้รับความบันเทิงด้วยทางเลือกของความบันเทิงแบบเดียวกัน ทั้งนี้เพราะข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเองไม่ใช่ทำหน้าที่แค่ส่งเสริมรายการละคร และดารา นักแสดงของสถานีอย่างที่หลายรายการมอง แต่ข่าวบันเทิงคือ ธุรกิจที่มุ่งกำไรจากการขายเรื่องราวที่ผู้คนสนใจ (human interest) ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ไปสนับสนุนการตลาดอุตสาหกรรมบันเทิง (entertainment industry) ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งด้านละคร ภาพยนตร์ และเพลง ซึ่งสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ผลิตผลงานด้านความบันเทิงเพื่อตอบสนองเป้าหมายสำคัญขององค์กรธุรกิจคือ การแสวงหาผลกำไรสูงสุดจากการแข่งขันกันดึงดูดความสนใจและเงินของผู้ชม

ทั้งนี้ไม่ใช่เฉพาะสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบราชการและรัฐวิสาหกิจเท่านั้นที่มักเซ็นเซอร์ตัวเอง (self-censorship) ในขั้นตอนของการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิง โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองที่มีดารา นักแสดงเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่สถานีโทรทัศน์ที่มีการดำเนินธุรกิจแบบทุนนิยมก็มีการเซ็นเซอร์ตัวเองเช่นเดียวกันอันเนื่องมาจากผลประกอบการของสถานีโทรทัศน์ขึ้นกับรายได้โฆษณาที่จะเข้ามาตามความนิยม (rating) ของรายการ การนำเสนอข่าวบันเทิงของดารา นักแสดงที่มีประเด็นทางการเมืองจึงอาจส่งผลกระทบต่อลูกค้า ผู้สนับสนุนรายการ รวมถึงฐานคนดูที่อาจอยู่คนละขั้วทางการเมืองกับดารา นักแสดงคนนั้นๆ ก็ได้

การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์มีกระบวนการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างจากการทำข่าวโทรทัศน์ประเภทอื่นเพราะนอกจากจะต้องยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนเช่นเดียวกับการผลิตข่าวประเภทอื่นแล้ว ยังมีกระบวนการผลิต 3 ขั้นตอนเหมือนกับการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นด้วย คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นหลังการผลิต (post-production) ที่แต่ละขั้นตอนต้องสอดประสานกันเป็นเอกภาพและมีความคิดสร้างสรรค์หนุนหลัง ตั้งแต่ขั้นตอนของการคัดเลือกหมายข่าวที่มีคุณค่าข่าว (newsworthiness) ซึ่งให้ความสำคัญกับความสนใจของมนุษย์ (human interest) และความรวดเร็วหรือทันเหตุการณ์ (timeliness/ immediacy) เป็นหลัก ดังกรณีข่าวซุบซิบ (gossip) ที่มุ่งเน้นประเด็นด้านสถานการณ์ความขัดแย้ง (conflict) การเขียนสคริปต์ข่าว จนจบที่การตัดต่อลำดับภาพ (editing) เพื่อนำเสนอออกอากาศนั้นจะขึ้นกับทักษะความสามารถทางวิชาชีพ (media professional) ของกองบรรณาธิการ

ข่าวบันเทิงเป็นอย่างมาก หากกองบรรณาธิการข่าวบันเทิงมีทักษะความสามารถทางวิชาชีพสูงการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงก็จะมีคุณภาพสูงตามมา

นอกจากความสามารถทางวิชาชีพแล้ว การบริหารบุคลากรฝ่ายข่าวในโต๊ะข่าวบันเทิงของแต่ละรายการก็มีความสำคัญเพราะส่งผลโดยตรงต่อการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงที่ต้องใช้ทรัพยากรขององค์กรในการทำข่าว จำนวนบุคลากรต้องเพียงพอต่อการทำข่าวและเวลาที่ออกอากาศในแต่ละวันด้วย การบริหารข่าวบันเทิงแบบโต๊ะข่าว (news desk) ที่แยกออกมาจากกองบรรณาธิการรวมถึงเอื้อต่อการทำงานข่าวบันเทิงที่ต้องตอบโต้ภัยความรวดเร็ว รวมถึงต้องบริหารความสัมพันธ์กับฝ่ายอื่นๆ ของสถานีเพื่อความราบรื่นในการนำเสนอ โดยเฉพาะฝ่ายเทคนิคในช่วงเวลาของการออกอากาศเช่น การใช้เครื่องตัดเลือกภาพ (switcher) เพื่อเลือกภาพจากหลายแหล่งส่งไปออกอากาศ และการใช้เครื่องกราฟิก (caption generator) เพื่อสร้างตัวอักษร

ทั้งนี้ในกระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงทั้งสามขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและมีเอกภาพเพื่อจะสามารถผลิตรายการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (effective & efficiency) รายการข่าวบันเทิงทุกรายการจึงนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันอันจะนำไปสู่การอยู่รอดได้ในผังรายการ

อย่างไรก็ตามถึงทุกรายการจะพยายามสร้างความแตกต่างในกระบวนการผลิตข่าว แต่ถึงที่สุดแล้วก็ยังอยู่ภายใต้โครงสร้างการผลิต 3 ขั้นตอนด้วยกันอันเป็นกระบวนการผลิตที่รายการข่าวบันเทิงทุกรายการของทุกสถานีโทรทัศน์นำมาใช้ถึงแม้จะมีความแตกต่างในรายละเอียดของการผลิต ดังเช่นบางรายการนำเสนอแบบวาไรตี้ (variety) มีการแสดงสดของศิลปินนักร้องหรือการสัมภาษณ์สดดารานักแสดงในรายการโดยพิธีกรที่เป็นดารานักแสดงด้วยกันในการเชื่อมร้อยเนื้อหารายการให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นและสร้างสีสันให้กับรายการ ขณะที่บางรายการก็เป็นแค่การรายงานแบบข่าวอ่าน หรือไม่ก็เพิ่มเนื้อหาที่แตกต่างโดยการทำสื่อกับข่าวหรือทำข่าวเดี่ยว (exclusive news) ทว่าโดยหลักการแล้วกระบวนการผลิตรายการข่าวบันเทิงมีความเหมือนกันในแก่นสาระของแต่ละขั้นตอน ดังเช่น การเขียนข่าวบันเทิงโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบรายการแบบข่าวอ่าน การคุยข่าวหรือการเล่าข่าว (news talk) ล้วนต้องยึดหลักการเขียนข่าวโทรทัศน์ที่ต้องเขียนให้กระจ่างชัดที่สุด (crystal clear) ถ้อยคำภาษาเนื้อหาชัดเจน เข้าใจง่าย เข้าใจได้ กระชับ (concise) ใช้ภาษาตรงไปตรงมาชัดเจน ถูกหลักภาษาไทย และที่สำคัญคำนึงถึงหลักคุณธรรมจรรยาบรรณ และจรรยาบรรณ ประกอบด้วย เนื่องจากข่าวโทรทัศน์มีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่นำเสนอออกไป มีผลกระทบต่อคนที่เป็นข่าวและสังคม ผู้สื่อข่าวจึงต้องรับผิดชอบต่อสังคม ประชาชน และวิชาชีพของตนเอง โดยไม่ผลิตและนำเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ตลอดจนยึดมั่นจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนที่เป็นข้อบังคับหรือข้อตกลงร่วมกันของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการ

ทำงานว่าจะต้องไม่เสนอภาพข่าวลามกอนาจารซึ่งขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

การผลิตรายการข่าวต้องคำนึงถึงความจริง ความถูกต้องแม่นยำ ความเป็นธรรม ความเป็นกลาง ความไม่มีอคติ ความครบถ้วน ความสมบูรณ์ของข้อมูล และปราศจากการสอดแทรกความคิดเห็นลงในเนื้อหาข่าว โดยมีประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมบนความรับผิดชอบทางกฎหมาย คุณธรรม และจริยธรรม เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชน ไม่สร้างผลกระทบทางเสียหายแก่บุคคลและสังคมโดยรวม ทั้งนี้ถึงจรรยาบรรณวิชาชีพผู้สื่อข่าวจะเป็นกรอบการปฏิบัติงานที่ไม่ได้มีความแข็งแกร่งจนผู้สื่อข่าวบันเทิงทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเท่ากฎหมายเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนที่มีบทบังคับและลงโทษถ้าฝ่าฝืนหรือละเมิดแต่ทว่าก็เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปของผู้สื่อข่าวว่าควรจะปฏิบัติงานอย่างไรภายใต้กรอบจรรยาบรรณวิชาชีพของตนเองแม้ไม่เคยเห็นจรรยาบรรณวิชาชีพตนเองแบบลายลักษณ์อักษรก็ตามต่างจากพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ/ผู้ประกาศ ที่จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนซึ่งเป็นกลไกกำกับพฤติกรรมไม่ได้ครอบคลุมถึงแต่อย่างใด ทำให้ในบางกรณีรายการข่าวบันเทิงถูกฟ้องร้องจากบุคคลในแวดวงบันเทิงจากการนำเสนอของคนเบื้องหน้าที่ทำหน้าที่เป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการถึงแม้เนื้อหาข่าวจะเขียนมาอย่างถูกต้องตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพแล้วก็ตามที

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารงานรายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ และปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและเนื้อหารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วนสำคัญ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาชีพ

1. ปัจจุบันการแข่งขันรายการข่าวบันเทิงสูงมาก ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ และผู้ปฏิบัติการตั้งแต่บรรณาธิการ ผู้สื่อข่าว ลงมาจนถึงช่างภาพ ผู้ช่วยช่างภาพ ควรปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์ด้านการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อดึงดูดผู้ชมมากขึ้น เนื่องจากว่าแต่ละสถานีได้หันมาผลิตรายการข่าวบันเทิงมากขึ้น ซึ่งมีออกอากาศพร้อมกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน

2. แม้สภาพการณ์แข่งขันข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์จะรุนแรงจนส่งผลให้การนำเสนอข่าวบันเทิงต้องมุ่งสร้างสีสันและเร้าอารมณ์ของผู้ชมเพื่อดึงดูดความสนใจแต่กระนั้นกองบรรณาธิการข่าวบันเทิงก็ควรต้องยึดมั่นจรรยาบรรณวิชาชีพโดยการนำเสนอข่าวบันเทิงบนหลักฐานข้อมูลและข้อเท็จจริงเท่านั้น

3. สถานีโทรทัศน์ควรกำหนดนโยบายด้านข่าวบันเทิงที่มีความชัดเจนและระบุกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (target group) ให้ได้ เพราะกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ต่างกันจะส่งผลต่อรูปแบบและเนื้อหาของข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน

4. สถานีโทรทัศน์ควรทำวิจัยเพื่อสำรวจความนิยม (rating research) รายการข่าวบันเทิง และการวิจัยผู้ชม (audience research) นอกเหนือไปจากการใช้ข้อมูลจากความคิดเห็นที่สะท้อนกลับมา (feedback) ผ่านการส่งข้อความสั้น (short message service: SMS) หรือการแสดงความคิดเห็น (comment) ใน Facebook เป็นต้น เนื่องจากการวิจัยจะช่วยจัดระเบียบข้อมูลที่มีลักษณะกระจัดกระจายให้เป็นระบบ รวบรวมความคิดเห็นของปัจเจกบุคคลให้เป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มผู้ชมเป้าหมายรายการ อันจะทำให้สามารถปรับปรุงรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

1. การวิจัยในอนาคตควรศึกษารายการข่าวบันเทิงโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทีวี (digital TV) ร่วมด้วย ทั้งที่แปลงมาจากสถานีฟรีทีวีแบบอนาล็อก (analog TV) และที่ประมุขเป็นสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทีวีนับตั้งแต่ก่อตั้งสถานีเลย

2. การวิจัยในอนาคตควรศึกษารายการข่าวบันเทิงที่ผลิตโดยผู้เช่าเวลาสถานี เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างกันด้านการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิง โดยเฉพาะด้านนโยบาย กลยุทธ์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิจัยในอนาคตควรศึกษากลุ่มผู้ชมเกี่ยวกับการรับชมเนื้อหาข่าวบันเทิงที่มีการละเมิดจริยธรรมและสิทธิส่วนตัวของบุคคลในแวดวงบันเทิง

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์. (2558). ชุรกิจข่าว. ใน *ชุรกิจสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2554). แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5 (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กมลรัฐ อินทรทัศน์ และ กรรพุม บุญทวี. (2558). แนวคิด ประเภทและรูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). การบริหารผู้ชมรายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5 (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กุลทิพย์ ศาสตรระจูลิ. (2557). การบริหารรายการข่าวโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานโทรทัศน์ หน่วยที่ 6-10 (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2554). แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5 (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2558). การผลิตรายการข่าว. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น หน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภัสวลิ นิติเกษตรสุนทร. (2558). การประเมินการผลิตรายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น หน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2526). *การประเมินคุณค่าข่าว หลักเบื้องต้นสำหรับนักศึกษาวารสารศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- รัตน์วดี นาควาณิช. (2547). *การรายงานข่าวเฉพาะด้าน*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

- วันดี ทองงอก. (2538). *การรายงานข่าวสำหรับสื่อมวลชน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะมนุษยศาสตร์
- ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ. (2558). ธุรกิจโทรทัศน์. ใน *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุกร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2550). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพฯ: Diamond in business world.
- สมสุข หินวิมาน. (2557). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อวิทยุและโทรทัศน์. ใน *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมสุข หินวิมาน. (2558). แนวคิดและแนวทางการวิเคราะห์ธุรกิจสื่อสารมวลชน. ใน *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สันทัต ทองรินทร์. (2558). การบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น หน่วยที่ 1-7* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุมน อยู่สิน และ กรรณพุม บุญทวี. (2554). กระบวนการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5 (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิทยานิพนธ์

- ดวงกมล เทวพิทักษ์. (2542). *ลักษณะเนื้อหาข่าวสารและจินตนาการบันเทิงในข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- พินทุ์สุดา ยุทธบรรดล. (2541). *กระบวนการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.
- วีไลพร หวังบุญชัย. (2552). *การรับรู้เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.

ศิวินารถ หงษ์ประยูร. (2550). *ตระกูลรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พ.ศ. 2548*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สำรวจฝั่งฟรีทีวี 52. (4 พฤษภาคม 2557). สืบค้นจาก http://www.mediamonitor.in.th/home/final_report/pdf/pdf_issue_34.pdf

สัมภาษณ์

กุลธิดา ลิ้มธนาสาร. บรรณาธิการรายการค้นปาก. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. (12 มกราคม 2557). สัมภาษณ์.

เขมรัตน์ จันทร์แดง. ผู้สื่อข่าวรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. (27 มีนาคม 2559). สัมภาษณ์.

คมกฤษ ลำเจียก. ผู้สื่อข่าวรายการค้นปาก. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. (12 มกราคม 2557). สัมภาษณ์.

จริญญา ชัยเกษตรสิน. ผู้สื่อข่าวรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิง. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. (12 มกราคม 2557). สัมภาษณ์.

จิรนนท์ เหลืองบริบูรณ์. ผู้สื่อข่าวรายการสี่สีบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (4 กุมภาพันธ์ 2559). สัมภาษณ์.

เฉลิมพล พูลสวัสดิ์. โปรดิวเซอร์รายการเรื่องเล่าเช้านี้ช่วงครอบครัวบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (28 มกราคม 2559). สัมภาษณ์.

ทศพล แพงแก้ว. ผู้สื่อข่าวรายการเรื่องเล่าเช้านี้ช่วงครอบครัวบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (28 มกราคม 2559). สัมภาษณ์.

ธิติพร จุติมานนท์. โปรดิวเซอร์รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และคุยโขมงข่าวเช้าช่วงคุยโขมงบันเทิง. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. (17 มีนาคม 2559). สัมภาษณ์.

ปรีดาพร วณิชย์กอบจินดา. ผู้จัดการแผนกสี่สีบันเทิง-ผลิตรายการ รายการสี่สีบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (4 กุมภาพันธ์ 2559). สัมภาษณ์.

พรชาติ สาครมนิรัตน์. บรรณาธิการรายการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11. (10 กุมภาพันธ์ 2557). สัมภาษณ์.

พรรณณี รุ่งสว่าง. บรรณาธิการกลุ่มข่าวชีวิตและสังคม. สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. (30 มีนาคม 2557)
เพชรี พรหมช่วย. โปรวด์ิวเซอร์รายการโต๊ะข่าวบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3.

(2 กุมภาพันธ์ 2559). สัมภาษณ์.

ภัทรา อินทรกำเหนิด. ผู้สื่อข่าวรายการข่าวศิลปะวัฒนธรรมและบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11. (11 กุมภาพันธ์ 2557). สัมภาษณ์.

วันเพ็ญ พงษ์สิทธิผล. บรรณาธิการรายการเส้นทางบันเทิง และเที่ยงบันเทิง. สถานีโทรทัศน์สี
กองทัพบกช่อง 7. (8 มกราคม 2557). สัมภาษณ์.

สุบัณฑิต สุวรรณนพ. ผู้จัดการฝ่ายผลิตรายการ. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. (28 กุมภาพันธ์
2557). สัมภาษณ์.

โสภิตา สุคันโธ. ผู้สื่อข่าวรายการโต๊ะข่าวบันเทิง. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (28 มกราคม
2559). สัมภาษณ์.

อธิป กลั่นวิจิตร. ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวศิลปะวัฒนธรรมและบันเทิง รายการไทยบันเทิง และ ข่าว
ศิลปะ-บันเทิง. สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. (31 มีนาคม 2557). สัมภาษณ์.

อภิยา ฉายจันทร์ทิพย์. ผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวรายการไทยบันเทิง และ ข่าวศิลปะ-บันเทิง.
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. (30 มีนาคม 2557). สัมภาษณ์.

Books

Dess, G. G., McNamra, G., & Eisner, A. B. (2016). *Strategic management: creating competitive advantage*. New York: McGraw-Hill Education.

McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). London: SAGE Publications Ltd.

Stein, A., & Evans, B. B. (2009). *An introduction to the entertainment industry*. New York: Peter Lang.

Zettl, H. (2015). *Television production handbook* (12th ed.). Stamford: Cengage Learning.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นางสาววรางคณา ยินดีฉัตร

วันเดือนปีเกิด

4 มีนาคม 2524

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2546: วารสารศาสตรบัณฑิต

(วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์)

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

