หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

องค์ประกอบในการสื่อสาร

การสื่อสารมวลชนและสังคมมนุษย์ เป็นสิ่งที่แยกจากกันได้ยาก มนุษย์มักจะใช้ผลผลิตของการสื่อสารมวลชน เป็น เครื่องสนองความต้องการของตน เองทั้งทางด้านอารมณ์และสังคม การสื่อสารมวลชนกล่าวได้ว่า เป็นสถาบันหนึ่งของสังคมที่มีความสำคัญ อันประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยๆ ดังนี้คือ ผู้ส่งสาร (sender) ตัวสาร (massage) ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้รับสาร (receiver) ตลอดจนการป้อนกลับจากผู้รับสาร (feedback) และในการศึกษาบทบาทหน้าที่สิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ จะทำการศึกษาองค์ประกอบทางด้านการสื่อสารตามรายละ เอียดต่อไปดังนี้

1. ผู้ส่งสาร
2. ตัวสาร - รูปแบบ ประกอบด้วย รูป เล่ม, การพาดหัวข่าว
   - เนื้อหา ประกอบด้วย คอลัมน์ต่าง ๆ, คอลัมน์ซุบซิบ
3. ผู้รับสาร
4. การป้อนกลับ

<u>ผู้ส่งสาร</u> (sender)

ผู้ส่งสารนับ เป็นตัวจักรสำคัญตัวหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร เป็นผู้มีบทบาทในการชี้นำว่า พฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่งๆ นั้น จะ เป็นไปในรูปแบบใด และมีผลอย่างไร หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้ส่งสาร คือ ผู้กระตุ้นที่ทำให้ เกิดการตอบสนองจากผู้รับสาร ผู้ส่งสารในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จุดใหญ่มุ่งตรงไปยังบรรณาธิการอำนวยการ คือ "ธเรศวร์ สุศิวะ" และกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ "อินไซด์ทีวี"

ก่อนที่จะทำการศึกษาวิเคราะห์ผู้ส่งสาร ผู้วิจัยเห็นสมควรที่จะปูพื้นให้ทราบถึงภูมิหลังความเป็นมาของ "ธเรศวร์ สุศิวะ" ซึ่งเป็นผู้ควบคุมการดำเนินงานและวางแนวนโยบายในการจัดทำ "อินไซด์ทีวี" รวมทั้งทีมงานกองบรรณาธิการของ "อินไซด์ทีวี"

ประวัติส่วนตัว

"ธเรศวร์ สุศิวะ" เกิดเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2494 เป็นชาวอำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี เริ่มต้นการศึกษาที่บ้านเกิดจนจบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 จากนั้นจึงเข้าศึกษาต่อที่โรงเรียนเซนต์หลุยส์ จังหวัดฉะเชิงเทรา พอจบชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นได้เดินทางเข้ามารับการศึกษายังกรุงเทพมหานคร ที่โรงเรียนอำนวยศิลป์ แล้วเข้าเรียนที่แผนกอิสระสื่อสารมวลชน เอกวิชาการหนังสือพิมพ์ เป็นนิสิตนิเทศศาสตร์ รุ่น 6

ขณะที่เป็นนิสิตชั้นปีที่ 1 ของคณะนิเทศศาสตร์ ได้รับเลือกให้เป็นนักกลอนของคณะ เป็นคนรักการอ่านหนังสือเป็นชีวิตจิตใจ ตอนเรียนอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้อ่านบทละครเรื่อง "ละครแห่งชีวิต" ของหม่อมเจ้าอากาศดำเกิง รพีพัฒน์ แล้วเกิดความประทับใจในบทบาทของ "บ๊อบบี้" ซึ่งเป็นนักเขียนบทความและได้เดินทางท่องเที่ยวรอบโลก ได้รู้จักชีวิตและรู้ว่าโลกเรากว้างใหญ่ไพศาล จึงคิดว่าลูกผู้ชายต้องเป็นแบบนี้เลย เข้าเรียนสาขาสื่อสารมวลชน เพราะรักทางด้านนี้

ชีวิตการทำงานเริ่มต้นที่ "กรุงเทพพิจารณ์" เป็นหนังสือการเมืองรายสัปดาห์ ซึ่งคนที่แนะนำให้เข้ามารับงานชิ้นแรกก็คือ "อนันต์ อัศวนนท์" หรือที่รู้จักกันดีในนาม "มดคันไฟ" แห่งหนังสือพิมพ์บ้านเมือง การทำงานในช่วงนั้นเหนื่อย แต่สนุกเพราะชอบ ได้พยายามฝึกเขียนด้วยใจรักทางด้านบีดเขียน พอหนังสือเดลิไทม์เกิดขึ้น ซึ่งแตกตัวมาจากเดลินิวส์ในปี 2516 จึงไปสมัครเข้าทำงานพร้อมกับ "เสริมศรี เอกชัย" ที่เดลิไทม์
ซึ่งนับว่าเป็นครูหนังสือของ "ธเรศวร์ สุศิวะ"

ทำอยู่ที่เดลิไทม์จนถึงสมัยรัฐบาล "นายธานินทร์ กรัยวิเชียร" มี "นายสมัคร สุนทรเวช" เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ยุคนี้ถือว่าเป็นยุคมืดของวงการหนังสือพิมพ์ ได้มี

การสิ่งปิดและอบรมสั่งสอนหนังสือพิมพ์กันยกใหญ่ จึงเบนเข็มจากการเป็นนักข่าวสายการเมืองมาทำด้านบันเทิง เพราะเกิดความเบื่อหน่ายในการทำงานสายการเมือง ที่ถูกทางรัฐบาลควบคุมอย่างเข้มงวด "เสริมศรี เอกชัย" ซึ่งทำข่าวด้านบันเทิงอยู่ก่อนได้ชวนให้มาจับงานด้านบันเทิงเริ่มต้นงานชิ้นใหม่อย่างโชกโชน เพราะวิพากษ์วิจารณ์วงการบันเทิงอย่างเผ็ดร้อนตรงไปตรงมาช่วงนั้น นามปากกา "ไพลิน สีน้ำเงิน" ดังมาก เกิดกรณีพิพาทกับเจ้าของบริษัทภาพยนตร์อยู่เป็นเนืองนิจ ตอนนั้นมีเพียงสยามรัฐและเดลิไทม์เท่านั้นที่วิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์อย่างรุนแรงจนกระทั่งเจ้าของภาพยนตร์ถอนโฆษณา เกิดคดีฟ้องร้องบรรณาธิการ จึงลาออกจากเดลิไทม์ ในปี 2522 นับเวลาในการทำงานที่เดลิไทม์นานถึง 7 ปี

หลังจากนั้นเปลี่ยนลักษณะการทำงานมาเป็นคนเขียนบทละคร และทำรายการโทรทัศน์พร้อมกับเขียนคอลัมน์ลงในหนังสือต่างๆ มากมายหลายฉบับ จนกระทั่งมาพบกับ "ดำรง พุฒตาล" จึงปรึกษาหารือว่าจะทำหนังสือ "คู่สร้างคู่สม" ช่วยกันทำจนประสบความสำเร็จอย่างสูง สำหรับคอลัมน์ที่เขียนใน "คู่สร้างคู่สม" คือ "ข่าวไม่กรอง" เป็นเรื่องสอดรู้สอดเห็นความเคลื่อนไหวของคนในวงการบันเทิง โดยใช้นามปากกาว่า "นายอ่อนโลก รอบจัด"

ปลายปี 2528 จึงคิดว่าจะทำหนังสือพิมพ์ "อินไซด์ทีวี" โดยเป็นผู้วางแนวหนังสือและเนื้อหาทั้งฉบับด้วยตนเอง และแล้วหนังสือพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ฉบับแรกก็อุบัติขึ้น ในนาม "อินไซด์ทีวี" โดยมี "ธเรศวร์ สุศิวะ" เป็นบรรณาธิการอำนวยการ

สำหรับนามปากกา "ไพลิน สีน้ำเงิน" มาจากสีประจำคณะนิเทศศาสตร์ แต่เดิมใช้นามปากกาแต่เพียง "สีน้ำเงิน" พอไปอ่านพบเกี่ยวกับเครื่องประดับประจำเดือนเกิด คือ เดือนกันยายน เครื่องประดับประจำเดือนดังกล่าวเป็น "ไพลิน" ดังนั้นจึงเข้ากันพอดี จึงกลายมาเป็น "ไพลิน สีน้ำเงิน" นอกจากนี้ยังใช้นามปากกามากมายในการเขียนคอลัมน์ต่างๆ ใน "อินไซด์ทีวี" อาทิ "เอกมัย รามอินทรา", "ฉัตรแก้ว", "ฉัตรขวัญ", "ทองชม" และ "บานบุรีสีเหลือง" เป็นต้น

ในส่วนของกองบรรณาธิการจะใช้นักข่าวมือใหม่ทั้งหมด จะมีเพียงผู้ช่วยบรรณาธิการที่มีประสบการณ์ในการสื่อข่าวด้านบันเทิง นั่นคือ "เกรียงศักดิ์ เจิดจรัสสกุลชัย" นามปากกา

"ต้อย แอ็คเน่อร์" นักข่าวที่เป็นคนรุ่นใหม่เหล่านี้เป็นผู้หญิงล้วน จบการศึกษาสายพาณิชย์และวิทยาลัย ในระยะแรกที่เริ่มงานมีจำนวน 6 คน และฝ่ายศิลป์ 2 คน เป็นชาย ภายหลังจึงเพิ่มนักข่าว ปัจจุบันกองบรรณาธิการมีจำนวนทั้งสิ้น 12 คน และเนื่องจากกองบรรณาธิการเป็นผู้ที่เพิ่งก้าวเข้ามาทำงานด้านการรายงานข่าวบันเทิงจึงง่ายแก่การอบรมสั่งสอน และการปลูกฝังจิตสำนึก เพราะเด็กใหม่จะใส่ข้อมูลอะไรลงไปก็ได้ เขาจะรับเอาไว้หมด โดยเฉพาะผู้หญิงย่อมยอมรับนับถือผู้มากประสบการณ์อย่าง "ธเรศวร์ สุศิวะ" อย่างไม่ต้องสงสัย แต่จุดด้อยในการทำงานย่อมเกิดขึ้น เนื่องจากนักข่าวใหม่ถอดด้ามทุกคนต้องสอนการทำงานตั้งแต่ระดับพื้นฐาน การทำงานในช่วงแรกย่อมประสบกับปัญหา "ธเรศวร์" ต้องถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานทุกอย่างให้กับลูกน้องของตน "ประชุมข่าววันละ 5 หน เดี๋ยวก็เรียกขึ้นมาประชุม เพราะเด็กไม่รู้พี่นักดู นักฟัง นักทำ พี่ทำหนังสือพิมพ์มานาน และได้เปรียบคนอื่น" (สัมภาษณ์)

แต่เมื่อนักข่าวทำงานไปได้ช่วงหนึ่ง ย่อมผ่านพ้นความลำบากในการทำงานไปได้ และเมื่อทุกอย่างเข้าที่เข้าทาง การทำงานย่อมเกิดความคล่องตัว และที่สำคัญคือ การสร้างความเป็นเอกภาพ เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกับ สร้างความศรัทธาในตัวบรรณาธิการ นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ รู้สึกรักและเป็นเจ้าของหนังสือไปโดยปริยาย ดังจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของ "ธเรศวร์ สุศิวะ" (สัมภาษณ์) เกี่ยวกับผู้ร่วมงานในกองบรรณาธิการ "อินไซด์ทีวี"

> เด็กเราใหม่หมด พวกเขาต้องไขว่คว้า ช่วง 3 เดือนแรกต้องนอนที่บริษัท เราสาดให้เขาหมดเลย พี่ไม่บิด สอนให้เด็กเขียนหนังสือด้วย ได้วิธีการเขียนจากการเรียนที่นิเทศฯ เด็กพวกนี้จะได้หมด...การจับประเด็นต้องดูโครงทั้งหมดก่อน วิธีการ กลเม็ดทั้งหมด เราสอนให้ทุกอย่าง ถ่ายทอดทุกอย่าง...ช่วงแรกเด็กหาข่าว แล้วเราเอามายำ เหนื่อยมาก พอเขียนได้ทุกคนเราก็สบาย... เขาก็เริ่มรักกินอยู่หลับนอนที่นี่...มีแต่ผู้หญิง เพราะผู้หญิงเข้าแหล่งข่าวได้ดีกว่า มีความอดทนสูง ผู้ชายเสียตรงที่ไม่ชอบเช้าชี้ โลกของวงการบันเทิงเป็นโลกของการสอดรู้สอดเห็น คาถามันคือ สงสัยและอยากรู้มาก

สำหรับ "ธเรศวร์ สุศิวะ" นับเป็นผู้หนึ่งที่มีประสบการณ์ในการทำงานในวงการบันเทิงที่ยาวนานพอสมควร จากประสบการณ์การทำข่าวการเมืองทำให้เขามีโลกทัศน์ที่กว้างขวาง เพราะการมองกระแสการเมืองต้องมองด้วยสายตากว้างไกล สามารถจับประเด็น จับหัวใจเรื่องได้เก่ง

พอมาจับงานด้านบันเทิง จึงกลายเป็นเรื่องง่าย สามารถมองได้ทะลุปรุโปร่งว่าดาราคนใดอยากเด่นอยากดัง อยากเป็นข่าว แต่ใครที่ไม่ชอบเป็นข่าว และจากประสบการณ์ที่สั่งสมมานานปีด้วยการเขียนคอลัมน์วิจารณ์วงการบันเทิง ผนวกกับการเข้ามาจับงานด้านโทรทัศน์ นั่นคือการเขียนบทโทรทัศน์ และร่วมผลิตรายการ ตลอดจนการเคยทำงานร่วมอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ผลิตรายงานการโทรทัศน์อย่างกันตนา โดยมีภรรยา คือ "ปกฉัตร สุศิวะ" ซึ่งเป็นผู้กำกับรายการหญิงคนแรกของกันตนา และเป็นนางเอกละครเรื่อง "38 ซอย 2" เป็นผู้ชักใย การมีโอกาสทำงานอยู่ในวงการบันเทิงทำให้ "ธเรศวร์ สุศิวะ" ได้รู้จักมักคุ้นกับคนในวงการบันเทิงมากมาย มีความผูกพันใกล้ชิดกับคนในวงการบันเทิง ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความพร้อมอย่างสมบูรณ์แบบ เมื่อหันมาจับงานใหม่อย่าง "อินไซด์ทีวี"

<u>การเป็นเจ้าของสื่อ</u> (ownership)

"อินไซด์ทีวี" เป็นการร่วมลงทุนกันของเอกชน การที่เอกชนเข้ามาดำเนินงานธุรกิจด้านสื่อสารมวลชน เป็นที่แน่นอนว่าย่อมมุ่งหวังผลทางด้านการค้ามากกว่าด้านบริการสาธารณะ ดังนั้นเนื้อหาสาระที่นำเสนอสู่มวลชน จึงต้องสอดคล้องกับความอยากรู้อยากเห็นและความต้องการของประชาชน อย่างไรก็ดี การบริหารงานโดยกลุ่มเอกชนนั้นก็ได้ก่อให้เกิดผลดีนั่นคือ ไม่ก่อให้เกิดการผูกขาดและก่อให้เกิดการแข่งขัน เมื่อสื่อมวลชนไม่ถูกผูกขาดโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการแข่งขันกันขึ้น ผลที่ตามมาก็คือ คุณภาพของเนื้อหาสาระที่นำเสนอสู่มวลชนย่อมต้องมีการเลือกสรร และกลั่นกรองมาเป็นอย่างดีแล้ว และแน่นอนว่าในท่ามกลางข่าวสารที่นำเสนอจากผู้ส่งสารที่หลากหลาย กลุ่มผู้รับสารย่อมให้ความสนใจกับเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจและรสนิยมของตนเป็นแน่แท้ ดังนั้นสารจากกลุ่มผู้ส่งสารใดมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมที่สุด สารนั้นจะได้รับการยอมรับจากมวลชน

การร่วมลงทุนของเอกชนในการผลิต "อินไซด์ทีวี" ประกอบด้วยเครือข่ายผู้ลงทุนหลายแขนงอาชีพ แต่ทว่างานแต่ละอาชีพได้ช่วยเสริมซึ่งกันและกัน ดังนั้น "ปกฉัตร สุศิวะ" แห่งค่ายกันตนา ยักษ์ใหญ่วงการโทรทัศน์ และ "มกร รุ่งกมล" แห่งค่ายโรงพิมพ์กรุงเทพฯ (เครือนิตยสารสาวสวย) ผู้มีชื่อเสียงในวงการพิมพ์ ซึ่งจากจุดนี้เอง คงจะต้องยอมรับว่าทั้งสองค่ายมีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่น โดยมี "ไพลิน ลีน้ำเงิน" หรือ "ธเรศวร์ สุศิวะ"

(สามี ปกฉัตร สุศิวะ) ผู้คร่ำหวอดวงการหนังสือพิมพ์ โดยมีสายสัมพันธ์โยงใยกับ "ประกิต อภิสารธนารักษ์" (ค่ำประกิต แอนด์ เอฟซีบี) ผู้ยิ่งใหญ่ในวงการ เอเยนซี่โฆษณา เป็นฐานสนับสนุน ซึ่งไม่น่าแปลกใจเลยว่าด้วยองค์ประกอบดังกล่าว "อินไซด์ทีวี" ย่อมครองความเป็นเจ้าตั้งแต่เริ่มเปิดฉากแล้ว (ผู้จัดการ 4, 85 : 26)

และจากการตรวจสอบการจดทะเบียนการค้าของบริษัทอินไซด์ทีวี จำกัด ที่กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปรากฏว่าบริษัทอินไซด์ทีวี จำกัด มีทุนจดทะเบียน จำนวน 1,000,000 บาท จำนวนมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวนหุ้นทั้งหมด 10,000 หุ้น ผลการประชุมของบริษัทเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2529 มีสาระสำคัญดังนี้คือ ที่ประชุมได้พิจารณาแล้ว มีมติเป็นเอกลักษณ์กำหนดให้หุ้นของบริษัทมีชนิดเดียว เป็นหุ้นสามัญชนิดระบุชื่อที่ต้องใช้เงินจำนวนเต็มมูลค่าและให้เรียกชำระค่าหุ้นในครั้งแรกนี้หุ้นละ 50 บาท รวมเป็นเงินที่เรียกให้ชำระค่าหุ้นในครั้งแรกนี้ทั้งหมด 500,000 บาท กรรมการซึ่งจะลงชื่อเป็นสำคัญ ผูกพันบริษัทชื่อ "นายสิทธิชัย แก้วศรีเกษม นายจาฤก กัลย์จาฤก นายธเรศวร์ สุศิวะ กรรมการสองคนในสามคนนี้ลงลายมือร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท" และจากคำร้องที่ยื่นต่อกรมทะเบียนการค้า เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2529 ได้มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทคือ "นายธเรศวร์ สุศิวะ ลงลายมือชื่อร่วมกับ นางปกฉัตร สุศิวะ และประทับตราสำคัญของบริษัท"

สำหรับรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท อินไซด์ทีวี จำกัดประกอบด้วย

1.	นายดำรง	พุฒตาล	หุ้นที่ถือ	1,000 หุ้น
2.	นายอภิชาติ	หาลำเจียก	"	1,000 "
3.	นางวรนุช	รุ่งกมล	"	1,000 "
4.	นายสิทธิชัย	แก้วศรีเกษม	"	1,500 "
5.	นายกิตติ	โรจน์ชลาสิทธิ์	"	1,000 "
6.	นายจาฤก	กัลย์จาฤก	"	1,000 "
7.	นายธเรศวร์	สุศิวะ	"	2,500 "
8.	บริษัทบอร์น	ออฟเปอร์เรชั่น จำกัด	"	1,000 "

(เอกสารข้อมูลจากกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิช ทะเบียนเลขที่ 1251/2529)

หลังจากที่ "อินไซด์ทีวี" เปิดตัวได้ไม่นานนัก สิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ได้ทยอยกันเข้ามาปรากฏบนแผงหนังสือ ในนามของ "ทีวีบันเทิง", "บนทางทีวี" และ "ทีวีนิวส์" เป็นต้น "อินไซด์ทีวี" ซึ่งเป็นผู้นำด้านหนังสือพิมพ์ที่สนับสนุนวงการโทรทัศน์ ย่อมประสบกับปัญหาในด้านการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของสิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้อ่าน เนื่องจากผู้ผลิตสิ่งพิมพ์แต่ละฉบับต้องพยายามสรรหาเนื้อหาสาระที่มีคุณภาพมานำเสนอแก่ผู้อ่าน

จากการที่ "อินไซด์ทีวี" ดำเนินงานภายใต้การควบคุมของเอกชน ทำให้ระบบการบริหารงาน และการดำเนินงานในด้านต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวสารในการนำเสนอได้อย่างฉับไว ซึ่งแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้จ่าย เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหนังสือ ได้มาจากแหล่งใหญ่ 2 แหล่ง ด้วยกันคือ จากยอดขาย และจากการลงแจ้งความโฆษณาสินค้าและบริการ

เป็นที่ประจักษ์ชัดกันอยู่ว่า สิ่งพิมพ์นั้นไม่อาจหวังพึ่งรายได้จากการขายมาหล่อเลี้ยงตนเองได้เลย ในขณะที่วัตถุดิบ ตลอดจนค่าจ้างแรงงาน และค่าใช้จ่ายด้านอื่นมีราคาค่างวดขยับตัวสูงขึ้นตลอดเวลา แต่สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร ไม่อาจขึ้นราคาตามไปได้อย่างกระชั้นชิด ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่า หนังสือพิมพ์และนิตยสารควรตั้งราคาให้ต่ำที่สุด เพื่อที่ประชาชนทั่วไปจะสามารถหาซื้ออ่านได้โดยไม่ต้องลังเล เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้แก่คนทุกชนชั้นในสังคมด้วย เป็นการสร้างจำนวนผู้อ่าน และผลจากการสร้างจำนวนผู้อ่าน ทำให้สิ่งพิมพ์ไม่กล้าขึ้นราคา เพราะเกรงว่ายอดจำนวนจำหน่ายจะตกไปกว่าฉบับคู่ต่อสู้ ทางออกที่สิ่งพิมพ์มักจะกระทำกันก็คือ การขึ้นราคาค่าแจ้งความโฆษณา มากกว่าที่จะขึ้นราคาหนังสือ สำหรับ "อินไซด์ทีวี" ก็เช่นกัน เงินทุนหมุนเวียนที่ได้จากยอดขาย เป็นเพียงเงินทุนส่วนหนึ่งที่เข้ามาจุนเจือค่าใช้จ่ายต่างๆ เท่านั้น แม้ว่า "อินไซด์ทีวี" มียอดการตีพิมพ์เป็นเรือนแสน เนื่องจากมีการวางขายตามแผงหนังสือต่างๆ อย่างกว้างขวาง "แม้แต่ในอำเภอไกลๆ อย่างสุไหงปาดี จังหวัดนราธิวาส หรืออำเภอแม่สอดจังหวัดตาก ก็มี "อินไซด์ทีวี" อ่านกันถ้วนหน้า" (ผู้จัดการ 4, 85 : 26) ทั้งนี้มีบริษัทสาวสวยเป็นสายส่งให้ ต้องยอมรับว่ามีฐานแน่นหนามากและกระจายได้กว้างไกล

เริ่มต้นที่เขาและไม่เคยเปลี่ยน การตลาดเขาก็ทำให้ เริ่มต้นกันมาเขาขึ้นตลาด พิมพ์ครั้งแรก 18,000 ฉบับ ขายหมดเลย พอเล่มที่สองเหลือ 15,000 เราชิมลางก่อน พอเล่มที่ 3 จึงพิมพ์ 18,000 แล้วเพิ่มเป็น 20,000 พอฉบับที่ 7 ยอดเพิ่มเป็น 40,000-50,000... เขามีลูกล่อลูกชน วิธีการของเขาไม่เลว ทำให้หนังสือมันขึ้น เต็มที่เลยทำให้หนังสือเราบูมทันที (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ตาม ยอดขายในแต่ละฉบับก็ไม่แน่นอนตายตัว ฉบับที่เหลือมาทุกฉบับ เป็นตัวขาดทุน" เพราะเงินทุนที่ได้จากยอดขายนั้น ยังต้องหักให้กับสายส่งอีก 35%" (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์) ยอดเงินสุทธิที่ได้รับจริงจึงลดน้อยลง และจากการที่ "อินไซด์ทีวี" เป็นที่นิยมชมชอบในหมู่ผู้อ่าน ซึ่งเห็นได้จากยอดจำนวนผู้อ่าน และยอดขายที่จัดว่าอยู่ในระดับขั้นแนวหน้า ทำให้รายได้หลักส่วนหนึ่งของ "อินไซด์ทีวี" ได้มาจากการลงแจ้งความโฆษณาสินค้าและบริการการให้เนื้อที่สำหรับลงแจ้งความโฆษณาและบริการของ "อินไซด์ทีวี" นั้น จะพบความแตกต่างอย่างเด่นชัด กล่าวคือ ในระยะเริ่มแรกที่หนังสือยังไม่ติดตลาด การลงแจ้งความสินค้าและบริการมีเพียงบางชิ้นเท่านั้น ต่อเมื่อ "อินไซด์ทีวี" สร้างสมความนิยมในหมู่ผู้อ่าน ยังผลให้มีการลงแจ้งความโฆษณาสินค้าและบริการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ประมาณ 35 ชิ้นต่อฉบับ โดยกระจายไปตามหน้าต่างๆ ของหนังสือตั้งแต่หน้าแรกจนจรดหน้าสุดท้าย มีขนาดใหญ่เล็กแตกต่างกันไปตามความต้องการของเจ้าของสินค้า ประกอบด้วยภาพสี และขาว-ดำ รายได้จากการลงโฆษณาแจ้งความสินค้าและบริการ นับเป็นรายได้หลักที่สำคัญของหนังสือ

รายได้จากโฆษณาถือเป็นรายได้หลักของหนังสือเลย ในช่วงแรกมีโฆษณาน้อยมาก เพราะหนังสือเราคนมองว่ามันจะไปได้สักกี่น้ำ มันขายดีอยู่หรอก แต่มันจะอยู่นานหรือสายป่านจะยาวแค่ไหน ช่วง 6 เดือนแรก มีการเปลี่ยนโฆษณาเพียง 2-3 ชิ้น ไม่ค่อยมีโฆษณาเข้ามาเลย แต่พอ 8 เดือนไปแล้ว เราไม่มีที่ให้เขาลง เขาขอทำสัญญาเป็นปี แต่เราไม่เอา เพราะเราต้องเปลี่ยนค่าโฆษณา เราบอก 3 เดือนต่อที เราจึงสามารถจะปรับราคาได้.... (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

สำหรับจำนวนเนื้อที่โฆษณา และอัตราค่าโฆษณาสินค้าและบริการนั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนจำหน่ายของสิ่งพิมพ์ฉบับนั้นๆ สิ่งพิมพ์ที่มียอดการจำหน่ายสูง มักจะมีผู้ยินดีจ่ายค่าลงแจ้งความโฆษณาในอัตราสูงๆ ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าและบริการของตนได้ปรากฏอยู่ตามหน้าต่างๆ ของหนังสือฉบับนั้น ด้วยเหตุนี้เอง สิ่งพิมพ์โดยทั่วไปจึงมักกล่าวอ้างว่า หนังสือของตนมีจำนวนจำหน่ายสูงกว่าความเป็นจริงเสมอ ส่วน "อินไซด์ทีวี" มีอัตราค่าลงแจ้งความโฆษณาสินค้าและบริการดังนี้ โฆษณาคอลัมน์นิ้วละ 175 บาท โฆษณาเต็มหน้าขาว-ดำ ราคา 42,000 บาท หากโฆษณา 4 สี อัตราค่าโฆษณาคิดเพิ่มคอลัมน์นิ้วละ 250 บาท ขณะที่ "ทีวีนิวส์" คิดค่าโฆษณาคอลัมน์นิ้วละ 240 บาท เต็มหน้าขาวดำ 57,600 บาท และถ้าเป็นการโฆษณาสี่สีเพิ่มคอลัมน์นิ้วละ 325 บาท (ทำเนียบโฆษณาธุรกิจ 2532 : 169)

เมื่อสถานะทางเศรษฐกิจบีบบังคับให้สื่อมวลชนจำต้องเน้นลักษณะทางธุรกิจมากกว่าลักษณะบริการสาธารณะ ความอยู่รอดหรือความเจริญเติบโตของสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับงบโฆษณาจากวงการธุรกิจเป็นสำคัญโดยมีจำนวนและความนิยมของผู้บริโภคเป็นตัววัดประสิทธิภาพ ถึงแม้ว่าสื่อมวลชนจะมิได้หวังรายได้จากผู้บริโภคโดยตรง แต่ก็หาได้หมายความว่าจะทอดทิ้งผู้บริโภคเสียเลยทีเดียว ทั้งนี้เพราะปริมาณเงินค่าโฆษณาที่จะได้รับจากสปอนเซอร์นั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าประจำ กล่าวโดยสรุปคือ ยิ่งมีคนอ่านหนังสือหรือสิ่งพิมพ์มากก็จะยิ่งหาโฆษณาได้มากนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม "อินไซด์ทีวี" ก็มิได้ละทิ้งลักษณะการให้บริการแก่สังคม เนื่องจาก "อินไซด์ทีวี" เล็งเห็นว่าการมุ่งด้านการค้าเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถอยู่รอดได้ จึงหันมาสร้างภาพพจน์ให้กับตนเอง ด้วยการให้บริการคืนกลับแก่สังคม แต่ดังที่ได้วิเคราะห์มาแล้วว่าการคืนบริการด้วยการยกระดับคุณภาพโทรทัศน์ด้วยช่องทาง คือหน้าหนังสือนั้นมีเงื่อนไขขีดจำกัดมาก ดังนั้น "อินไซด์ทีวี" จึงใช้วิธีการจัดงานประกวดรายการโทรทัศน์ เช่นเดียวกับการที่ "ไทยรัฐ จัดสร้าง "โรงเรียนไทยรัฐวิทยา" ทั่วประเทศ ทั้งนี้เพื่อต้องการสร้างภาพพจน์ให้กับตนเอง "อินไซด์ทีวี" จึงเข้าร่วมในการจัดการประกวดรายการโทรทัศน์ดีเด่น ภายใต้ชื่อว่า "โทรทัศน์ทองคำ" ซึ่งเป็นการแจกรางวัลให้กับสถานี และกลุ่มนักสร้างสรรค์ผลงานทางด้านรายการโทรทัศน์ยอดเยี่ยมประเภทต่างๆ โดย "อินไซด์ทีวี" เป็นผู้ประสานงานการจัดการดังกล่าว ด้วยเล็งเห็นว่าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับแวดวงโทรทัศน์โดยตรง นับเป็นโอกาสอันดีใน

การสร้างภาพพจน์ของตนเองให้ดีขึ้นในสายตาของประชาชน ด้วยการให้ความร่วมมือสนับสนุนวงการโทรทัศน์ ดังนั้นการจัดงานโทรทัศน์ทองคำจึงถือกำเนิดขึ้น

"โทรทัศน์ทองคำ" เป็นทั้งชื่อรางวัล และการจัดงาน ทั้งนี้เกิดขึ้นมาจากความปรารถนาดีที่จะให้กำลังใจผู้สร้างคุณภาพในจอแก้ว โดยแนวความคิดอันเดียวกันนี้ของทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายหนังสือ "อินไซด์ทีวี" และ "ชมรมส่งเสริมกิจกรรมโทรทัศน์ไทย" โดยมี "อาจารย์จำนง รังสิกุล" เป็นประธานกรรมการ พร้อมด้วยกรรมการอีกประมาณ 140 คน ซึ่งล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ และมีประสบการณ์ เป็นอาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่างๆ ในแขนงนิเทศศาสตร์ วารสาร-ศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ตลอดจนวิชาที่เกี่ยวข้องกัน กรรมการอีกประมาณครึ่งหนึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์กับงานโทรทัศน์ และสื่อสารมวลชนอื่นๆ เช่น นักเขียน นักวิจารณ์ เป็นต้น โดยจะไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินรางวัล "อินไซด์ทีวี" มีหน้าที่เป็นเพียงผู้ดำเนินงานในด้านการเผยแพร่ข่าวสาร และประสานงานการจัดงานประกาศผลแจกรางวัล โดยไม่มีส่วนในการตัดสินรางวัลแต่ประการใด (อินไซด์ทีวี 3, 144 : 18)

และจากการสัมภาษณ์ "ธเรศวร์ สุศิวะ" ถึงการจัดงานโทรทัศน์ทองคำ ได้รับคำตอบว่า (สัมภาษณ์)

> จุดที่พี่มองว่าหนังสือพิมพ์ของพี่ 8 เดือน ยอดพิมพ์ขึ้นหลักแสน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เล่มเดียวในเมืองไทย พี่รู้เลยว่าถนนนี้อ้างว้างไม่มีทาง มันต้องมีอีกหลายฉบับ เพราะว่ามันโตเร็ว ...อินไซด์ทีวีเป็นตัวประสานเลี้ยงข้าวเลี้ยงอาหาร...

นอกจากจัดงาน "โทรทัศน์ทองคำ" แล้ว ทาง "อินไซด์ทีวี" ยังได้มีการมอบโล่แก่ผู้สนับสนุนและอยู่เบื้องหลังรายการสร้างสรรค์ต่างๆ จำนวน 10 รายการด้วย เนื่องจาก "อินไซด์ทีวี" มองเห็นว่ารายการดีมีคุณภาพที่นำเสนอทางโทรทัศน์ได้ ปัจจัยตัวหนึ่งก็คือ ผู้สนับสนุนรายการ แม้จะเป็นตัวสินค้าที่ต้องการสร้างภาพพจน์ตนเองก็ตาม ทว่าผลประโยชน์ส่วนหนึ่งก็ตกกับคนดูรายการโทรทัศน์ นั่นคือ ได้รับชมรายการดี มีสาระ อันเป็นการยกระดับผู้ชมทางหนึ่ง โดยการประเมินรายการที่ควรได้รับโล่ รางวัลจาก ความยาวนานและความต่อเนื่องในการสนับ

สนุนรายการ และดูคุณภาพรายการเป็นหลักในการตัดสินใจ เพราะส่วนใหญ่การให้รางวัลต่างๆ มักให้แต่เฉพาะตัวรายการ ส่วนผู้สนับสนุนรายการไม่มีใครนึกถึง

> ปลายปีที่ผ่านมา เราได้จัดให้มีการมอบโล่ให้กับผลิตภัณฑ์สินค้า... ใครที่หนุนรายการคุณภาพอย่างเครือซีเมนต์ไทย หนุนรายการ I.Q. 180 การบินไทยหนุนการบินไทยไขจักรวาล ไทยประกันชีวิต-หมอศิริราช ส่วนยาคูลท์-หมอประจำบ้าน กับปัญหาชีวิตและสุขภาพ เราจึงประชุมกันมอบโล่ให้กับสินค้าที่หนุนรายการคุณภาพ... (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่าการดำเนินงานต่างๆ ของผู้ส่งสารซึ่งเป็นไปในรูปของธุรกิจเอกชนนั้น แม้ต้องมุ่งหวังให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จอย่างสูงสุด ทว่าต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีควบคู่ไปด้วย การมุ่งแต่ผลประโยชน์เพียงด้านเดียว มิอาจทำให้ธุรกิจของตนก้าวย่างไปอย่างไร้ขวากหนาม เพราะคู่ต่อสู้ที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันเข้ามาสั่นคลอนธุรกิจของเรานั้นมีมากมาย การที่ธุรกิจหนึ่งจะยืนหยัดอยู่ได้ยาวนาน จำต้องอาศัยปัจจัยอื่นเข้าเสริมสร้างความมั่นคง นั่นคือการสร้างภาพพจน์ของหน่วยงานให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างสรรค์ผลประโยชน์ให้แก่สังคม ดังเช่น หนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" ยักษ์ใหญ่แห่งวงการหนังสือพิมพ์ของเมืองไทย ได้มีการก่อสร้าง "โรงเรียนไทยรัฐวิทยา" ทั่วทุกจังหวัดของประเทศ และสำหรับ "อินไซด์ทีวี" ก็หันมาให้การสนับสนุนงาน "โทรทัศน์ทองคำ" จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นกรณีอย่าง "ไทยรัฐ" หรือ "อินไซด์ทีวี" ซึ่งนับว่าเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณหรือหนังสือพิมพ์ประชานิยม ซึ่งโดยเนื้อหาของตัวสื่อนั้น ดำเนินธุรกิจเพื่อเอาใจผู้อ่านมากกว่าที่จะเสนอเนื้อหาสาระเพื่อเป็นการยกระดับคนอ่าน และการที่ตัวสื่อเองจะเขียนข่าวทำนองให้การสนับสนุนการดำเนินงานของตนเองโดยตรง เป็นเรื่องที่กระทำได้ยาก ทางออกที่ดีก็คือ การปรับเปลี่ยนรูปในการสนับสนุนตนเอง ซึ่งหาประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ จึงเปลี่ยนรูปการสนับสนุนการดำเนินงานของตนด้วยการให้การสนับสนุนงาน "โทรทัศน์ทองคำ" ดังกล่าว

สาร (Massage)

สาร (massage) คือสิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปให้ผู้รับสารในรูปของสัญญาณ หรือสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อผู้รับสาร และผู้รับสารจะสามารถเข้าใจความหมายของสารนั้นๆ ได้โดยการถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์นั้น ซึ่งอาจเป็นคำพูด ตัวอักษร รูปภาพหรือเครื่องหมายต่างๆ เป็นต้น สารที่ส่งมาจากผู้ส่งสานนั้น เป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการส่งผ่านไปยังผู้รับสารของเขานั่นเอง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์สาร (massage) ในลักษณะ 2 ประการ คือ

1. รูปแบบ ประกอบด้วย รูปเล่ม และการพาดหัวข่าว

2. เนื้อหา ประกอบด้วย คอลัมน์ต่างๆ และคอลัมน์ซุบซิบ โดยจะศึกษาวิเคราะห์คอลัมน์ซุบซิบอย่างละเอียด เนื่องจาก "อินไซด์ทีวี" เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทซุบซิบ (Gossip) และประกอบด้วยคอลัมน์ซุบซิบมากมายหลายคอลัมน์ด้วยกัน

รูปแบบของ "อินไซด์ทีวี"

"อินไซด์ทีวี" เป็นชื่อที่นำมาจากสมัยเมื่อ "ธเรศวร์ สุศิวะ" ทำงานข่าวอยู่ที่หนังสือพิมพ์เดลิไทม์ และหนังสือพิมพ์อื่นๆ อีกหลายฉบับ ซึ่งในส่วนของคอลัมน์บันเทิงทั้งหมดที่เขาเป็นคนเขียน จะใช้ชื่อว่า "อินไซด์ทีวี" ดังนั้นชื่อของหนังสือพิมพ์จึงได้มาจากชื่อเดิมของผู้เขียนดังกล่าว คือ "อินไซด์ทีวี"

ในการจัดประเภทของหนังสือพิมพ์ สามารถจัดแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ หนังสือเชิงคุณภาพ (Quality Newspaper) และหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ หรือที่เรียกกันอีกหน้าตาหนึ่งว่าหนังสือพิมพ์ประชานิยม (Popular Newspaper) สำหรับ "อินไซด์ทีวี" จัดเข้าอยู่ในลักษณะของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูง เพราะประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้ให้การสนับสนุน โดยการซื้อมาอ่าน หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มีเนื้อหาสาระประกอบ

ด้วย ข่าวประเภทที่ผู้อ่านได้รับความพอใจทันทีที่ได้จากการอ่าน (soft news or immediate reward news) ซึ่งเนื้อหาสาระของข่าวในลักษณะนี้ก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้อ่านขณะที่อ่านข่าวนั้น เสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคล (human interest) และเป็นเรื่องสนุกสนานบันเทิง เช่น ข่าวสังคมซุบซิบ ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา นอกจากนี้ยังได้เพิ่มเนื้อหาสาระทางด้านความบันเทิงในรูปของเรื่องย่อรายการต่างๆ รายการละคร เพื่อให้บริการแก่ผู้อ่าน สำหรับเรื่องรูปลักษณ์ของหนังสือยังเน้นความสวยสะดุดตา การใช้ภาษาปาก คำสองแง่สองง่าม เพื่อเร้าความสนใจ ตลอดจนการเน้นภาพประกอบเรื่องราวจำนวนมาก ซึ่งเป็นลักษณะโดดเด่นของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ และการริเริ่มให้สีสันกับหนังสือในหน้าแรก เพื่อเพิ่มชีวิตชีวาให้กับหนังสือ ดังนั้นเมื่อ "อินไซด์ทีวี" มีลักษณะตรงตามรูปแบบของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ จึงจัดอยู่ในกลุ่มของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ

รูปเล่มของหนังสือ "อินไซด์ทีวี" มีลักษณะแบบหนังสือพิมพ์ กล่าวคือมีขนาด 14x23 นิ้ว ที่เรียกกันว่า "ขนาดมาตรฐาน" หรือ "ขนาดใหญ่" จำนวนหน้าทั้งหมดมี 20 หน้า แต่เดิมมีเพียง 16 หน้าเท่านั้น ฉบับปฐมฤกษ์สนนราคาฉบับละ 6 บาท ต่อมาเมื่อมีการปรับจำนวนหน้า จึงมีการปรับเปลี่ยนราคามาเป็น 7 บาท ออกวางจำหน่ายเป็นรายสัปดาห์

ในช่วงแรกที่ออกวางจำหน่าย กระดาษที่ใช้ในการตีพิมพ์ใช้กระดาษปอนด์ทั้งฉบับ ซึ่งเป็นกระดาษอย่างดี รูปเล่มชวนอ่าน กระดาษแผ่นแรกที่ประกอบด้วย หน้าแรก หน้าในติดหน้าแรก หน้าหลัง และหน้าในที่ติดกับหน้าหลังพิมพ์สอดสี่สี คู่หน้าใน (หน้า 2 "อินไซด์ทีวี" และ 15) เป็นภาพดาราที่พิมพ์แจกจ่ายให้กับผู้อ่าน เสมือนเป็นของแถมจากหนังสือ เช่นเดียวกับหนังสือบันเทิงอื่นๆ ที่มีการแจกโปสเตอร์ภาพดารายอดนิยมในยุคนั้น ภายหลังหน้าทั้งสองดังกล่าว กลายเป็นหน้าโฆษณา (เมื่อมีการเพิ่มจำนวนหน้า จึงกลายเป็นหน้า 2 และหน้า19) สินค้าที่มีการโฆษณามีทุกประเภท ทั้งเทปเพลง ละครทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ตลอดจนสินค้าอุปโภค บริโภค และบริการต่างๆ

กระดาษที่ในการตีพิมพ์ได้ใช้กระดาษปอนด์มาได้เพียงไม่กี่ฉบับก็ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนจากกระดาษปอนด์มาเป็นกระดาษปรู๊ฟ โดยคณะผู้จัดทำได้กล่าวถึงเรื่องนี้ใน "อินไซด์ทีวี" ฉบับที่ 20 ปีที่ 1 ประจำวันที่ 5-11 . กรกฎาคม 2529 หน้า 2 ความว่า

...จากการพิมพ์กระดาษปอนด์เป็นแผ่นๆ พิมพ์ปกสี่สี-พิมพ์ขาวดำ จากนั้นก็มาพับ เก็บ เล่ม ด้วยจำนวนพิมพ์สูงถึง ก็ต้องกราบเรียนท่านผู้อ่านว่า ...เฉพาะพับ เล่ม- เก็บ เล่ม เพื่อลำเลียงสู่แผงหนังสือทั่วประเทศ พนักงานพับ เก็บ เล่มต้องทำงานโต้รุ่ง 2 วัน 2 คืน ...การพิมพ์ด้วยแท่น เว็บบ์ ใช้กระดาษปรู๊ฟม้วน และพิมพ์พับ เข้า เล่มโดยอัตโนมัติ งาน เช่นนี้แหละที่ทำให้ เกิดความคล่องตัวด้านการผลิต และฉับพลันสู่ผู้อ่าน...

แต่โดยความ เป็นจริงการที่ "อินไซด์ทีวี" ต้อง เปลี่ยนกระดาษที่ใช้ในการตีพิมพ์ ทั้งนี้ก็เพื่อลดต้นทุนในการผลิต แม้ว่าในช่วงระยะ เริ่มต้นจำ เป็นต้องใช้กระดาษปอนด์อย่างดี เพื่อต้องการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และ เมื่อหนังสือติดตลาดแล้ว จึงสมควรจะลดค่าใช้จ่ายส่วนนี้ให้ เบาบางลง ดังจะ เห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ของ "ธ เรศวร์ สุศิวะ" ใน เรื่องรูป เล่มของหนังสือดังนี้ ...เราต้องคิดออกมาว่า เมื่อวางแผง เราต้องผงาด และระบบพิมพ์ต้องดี กระดาษปอนด์อย่างดี เราพิมพ์ถึง 19 ฉบับ เราต้องการกระตุ้นใน เชิงการตลาดของ เรา 3 เดือนต้องโต... (ธ เรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

การ เปลี่ยนกระดาษที่ใช้ในการตีพิมพ์หนังสือคง เปลี่ยน เฉพาะกระดาษ เนื้อในที่พิมพ์ระบบขาวดำ เท่านั้น กระดาษแผ่นนอกยังคงใช้กระดาษปอนด์ พิมพ์สอดสี เหมือน เดิม

เป็นที่น่าสังเกตว่า "อินไซด์ทีวี" แม้ว่ารูป เล่มมีลักษณะ เฉก เช่นกับหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป ทว่า เนื้อหา ตลอดจนรูปแบบในการนำ เสนอ เนื้อหาสาระนั้นค่อนไปทางนิตยสาร กล่าวคือกลวิธีในการ เขียนข่าวนั้น จะขึ้นต้นด้วยตัวโปรยก่อนที่จะนำ เข้าสู่ เนื้อ เรื่อง และถ้าข่าวนั้นมีความน่าสนใจสูงก็จะมีการใช้พาดหัว ไม่ว่าข่าวชิ้นนั้นจะปรากฏอยู่หน้าใดก็ตาม เกือบทุกข่าว มักมีการใช้พาดหัวมาช่วยในการ เร้าความสนใจ โดย เฉพาะการวาง เลย์ เอ๊าท์หน้าหนึ่งนั้น มีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ มาผสมผสานกับตัวอักษรได้อย่างคมคาย เป็นจุดดึงดูดผู้อ่านให้ เห็นภาพพจน์ของ เนื้อหา และชวนคิดตาม ตลอดจนการวาง เลย์ เอ๊าท์ให้มีน้ำหนัก เป็นสกรีนโทนขาว-ดำ ที่มองแล้วช่วยในการแบ่งคอลัมน์ให้ เห็น เด่นชัด ตามแต่ความสำคัญของ เนื้อหาได้ เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยัง เน้นใน เรื่องการใช้ตัวอักษรให้มีรูปลักษณะที่ เด่นแปลกตา มีตัวหนา ตัวบาง ตัว เอน ตัวซ้อน และตัวอักษรแบบต่างๆ ช่วย เพิ่มความรู้สึกให้กับข้อความ หรือข้อ เขียนนั้นได้

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เป็นอย่างดี ทุกคอลัมน์ใช้วิธีเน้นตัวอักษรทั้งหมด แม้แต่ในโฆษณาก็ตาม รวมทั้งการใช้ภาพประกอบมากมาย เพื่อช่วยในการสื่อข่าว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า "อินไซด์ทีวี" มีลักษณะก้ำกึ่งกันระหว่าง "หนังสือพิมพ์" กับ "นิตยสาร" นั่นคือ โดยรูปเล่มของหนังสือจะมีลักษณะของหนังสือพิมพ์ แต่โดยเนื้อหาแล้วจะเป็นรูปแบบของนิตยสารบันเทิงทั่วไป

การที่ "อินไซด์ทีวี" เปิดตัวด้วยลักษณะของหนังสือพิมพ์ สร้างความสนใจให้กับผู้อ่านและผู้เกี่ยวข้องกับวงการหนังสือ ตลอดจนผู้ที่เคยผ่านการจัดทำหนังสือบันเทิง เพื่อสนับสนุนโทรทัศน์และภาพยนตร์ "ดร. จำนง รังสิกุล" ซึ่งเคยผลิตหนังสือ "ไทยโทรทัศน์" ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า (สัมภาษณ์)

> เขาทำเป็นรูปแบบหนังสือพิมพ์ เขาพยายามจะผสมอะไรหลายอย่าง เป็นแบบ News Magazine แต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับข่าววงการโทรทัศน์ ธเรศวร์เขาฉลาดพอสมควร เขาศึกษามาบาน ตอนแรกยังบอกเขาเลยว่า ทำไมไม่ทำแบบ 8 หน้ายก แบบในต่างประเทศหรือในอังกฤษ เขาบอกเขาทำแบบนั้นมันจะจมหายไปเลย และคนไทยชอบกระดาษแผ่นใหญ่ไว้ห่อของ ไว้ทำอย่างอื่นด้วย เขาฉลาดคิด

ส่วน "ชัย ราชวัตร" ได้แสดงแง่คิดที่มีต่อ "อินไซด์ทีวี" ดังนี้ (อินไซด์ทีวี 1, 23 : หน้า 3)

> จุดแรกที่ผมมอง...อินไซด์ทีวี นะคือทึ่ง! ที่สามารถฉีกรูปแบบออกมาได้ บอกตรงๆ ว่าหนังสือบันเทิงเป็นเล่มๆ ตอนนี้ล้นแผง ผมดูตั้งแต่เริ่มแรกก็ชอบ มีความหลากหลาย อ่านจุใจ ข่าวเป็นข่าวเจาะไม่ใช่ข่าวแจก...

สำหรับ "ธเรศวร์ สุศิวะ" บรรณาธิการอำนวยการของ "อินไซด์ทีวี" ได้กล่าวถึงเหตุผลในการจัดทำ "อินไซด์ทีวี" ให้มีรูปลักษณ์เป็นแบบฉบับหนังสือพิมพ์ ดังนี้ (สัมภาษณ์)

การทำอินไซด์ทีวี ออกมาในรูปของหนังสือพิมพ์ เพราะพี่ถนัดที่สุด พี่เป็นมืออาชีพทางด้านหนังสือพิมพ์ พี่ไม่ถนัดทำนิตยสาร ถ้าทำแบบนิตยสารมันคงไม่เกิด ทุกคนบอกให้ทำแบบนิตยสาร แต่เรื่องที่พี่ไม่ผลิต เพราะ

1. พี่ไม่สันทัด

2. หนังสือเย็บเล่มวางบนแผงหนังสือ 300 ประเภท ไม่มีทางเด่น ปกเหมือนกันขายดารา ขายในสิ่งเดียวกัน ไม่เตะตา ไม่มีทางเด่น เพราะฉะนั้น ถ้าพี่ถนัดต้องทำแบบนี้ พี่เชื่อว่า เราจะเด่น... คนอื่นเขา 2 สี เราต้องเล่นสี่สี เราเด่นเลย ในที่สุดหนังสือพิมพ์รายวันก็มีสี่สี หนังสือแบบเดียวกันก็สี่สีทุกเล่ม

นอกจากนี้ การที่ "อินไซด์ทีวี" ให้หน้าแรกเป็นภาพสี่สี ได้ก่อให้เกิดการเปิดสงครามของหนังสือพิมพ์รายวันให้หน้าแรกเป็นหน้าสี เริ่มด้วย "เดลินิวส์" แห่งค่ายสีบานเย็น เสริมปีท่องเที่ยวไทย (2530) ด้วยภาพสีวันอาทิตย์ และส่งผลให้ "เดลินิวส์" มียอดจำหน่ายสูงกว่า 30% พร้อมทั้งมีการปรับโฉมสอดสีใส่หน้าสตรี เมื่อเห็น "เดลินิวส์" ประสบความสำเร็จ ทางด้าน "ไทยรัฐ" ก็มิอาจอยู่นิ่งเฉยได้จัดแจงปรุงแต่งโฉมตัวเองใหม่ ภาพสี่สีปรากฏหราหน้าหนึ่งทุกวัน หลังสุดของการปรับโฉมวันอาทิตย์ นำภาพสีดาราและศิลปินหญิง ประกอบข่าวสารเรื่องราวส่วนตัว ทำให้ "ไทยรัฐ" ประสบความสำเร็จเกินคาด ยอดขายเพิ่มกว่า 25% (มีเดีย 5, 50 : 110)

<u>พาดหัวข่าว</u>

หัวข่าวเป็นส่วนบนสุดของข่าว ซึ่งอยู่นอกเหนือจากเนื้อข่าว ทำหน้าที่บอกผู้อ่านให้ทราบถึงสาระสำคัญของเนื้อข่าว และเป็นส่วนประกอบสำคัญในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ หัวข่าวอาจมีขนาดแตกต่างกันตามความสำคัญของข่าวที่ได้รับการประเมินค่าแล้วจากบรรณาธิการ แต่สาระในหัวข่าวจะต้องเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดและเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดสำหรับผู้อ่าน

หนังสือพิมพ์ในบ้านเราทุกฉบับจะพาดหัวข่าวด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ ใช้ภาษาที่หวือหวาน่าสนใจ เพราะหัวข่าวที่หวือหวาย่อมกระทบใจผู้อ่านมากกว่าพาดหัวข่าวที่ราบเรียบ สร้างความตื่นเต้นเร้าใจสนองตอบความต้องการใฝ่รู้ของผู้อ่านได้ เพราะฉะนั้นหนังสือพิมพ์จำนวนมากจึงใช้

วิธีพาดหัวข่าว ด้วยภาษาที่เร้าใจ เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้อ่าน และเพื่อแข่งขันตลาดผู้อ่านกัน หนังสือพิมพ์บางฉบับให้ความสำคัญกับพาดหัวข่าวมาก จะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์บางฉบับให้ขนาดเนื้อที่พาดหัวข่าวถึงครึ่งหน้าแรก ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่มาก เพื่อให้กระทบตา และความสนใจของผู้อ่าน บางครั้งยังมีการล้อมกรอบลงพื้นดำให้เด่น และใส่เครื่องหมายวรรคตอนเน้นเข้าไปอีก หรือบางฉบับยังสอดสีเข้าไปในเนื้อที่พาดหัวข่าวด้วยวิธีการเหล่านี้ ล้วนเป็นการสร้างความเด่นให้พาดหัวข่าวทั้งสิ้น เป็นเครื่องมือสื่อความหมายอย่างหนึ่งที่ทำให้เรารู้ว่าพาดหัวข่าวนี้สำคัญกว่าพาดหัวข่าวโน้น ส่วนประกอบทั้งหลายนี้เรียกได้ว่าเป็น "อวัจภาษา" คือ ภาษาที่ไม่ได้เกิดจากถ้อยคำ แต่มีความหมายทำให้คนเข้าใจร่วมกันได้

สำหรับ "อินไซด์ทีวี" มีลักษณะเน้นการพาดหัวข่าวเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ แต่ทว่าจะเน้นมากในเรื่องของความโดดเด่นในพาดหัว หรืออาจกล่าวได้ว่าหน้าแรกของ "อินไซด์ทีวี" มีลักษณะดึงดูดความสนใจมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ทั้งนี้ เนื่องจากว่า "อินไซด์ทีวี" เป็นรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่มุ่งเน้นสาระบันเทิง อันส่งผลให้ "อินไซด์ทีวี" ต้องใช้วิธีการสื่อความหมายต่างๆ เพื่อให้ตนเองเป็นที่สนใจของผู้อ่าน หน้าหนึ่งซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของหนังสือ จึงเน้นความโดดเด่นด้วยการเล่นสีสันพราวตา ตัวอักษรหลากชนิด มีรูปภาพประกอบจำนวนมาก รวมทั้งการใช้สัญลักษณ์ประกอบในพาดหัวข่าว

ข่าวพาดหัวใหญ่ของ "อินไซด์ทีวี" มักใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ โดยมากจะมี 3 บรรทัด การพาดหัวข่าวใหญ่ในฉบับแรกๆ รูปลักษณะของตัวอักษรเป็นไปอย่างเรียบง่าย ค่อนไปในลักษณะทางการ ไม่หวือหวาและไม่ชวนติดตาม แต่มาในระยะหลังๆ "อินไซด์ทีวี" ได้มีการปรับตัวเน้นการพาดหัวข่าวให้เด่นสะดุดตาผู้อ่าน ทั้งในส่วนของถ้อยคำ ภาษา และลักษณะของตัวอักษรด้วยการใช้ภาพประกอบในส่วนของพาดหัวข่าวทั้งพาดหัวใหญ่ และพาดหัวรอง ซึ่งการใช้ภาพประกอบในส่วนของพาดหัวข่าวนี้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมาย และในบางฉบับมีการใช้ภาพประกอบแทนตัวอักษร ทำให้ข่าวนั้นน่าสนใจติดตามอ่านมากยิ่งขึ้น ส่วนข่าวพาดหัวรองจะใช้ตัวอักษรที่มีขนาดเล็กกว่าพาดหัวใหญ่ และลดหลั่นกันไปตามความสำคัญและความน่าสนใจของข่าวในบางฉบับที่ไม่มีข่าวใดโดดเด่นกว่าข่าวอื่นๆ มากนัก พาดหัวใหญ่กับพาดหัวรองจะมีขนาดแตกต่างกันไม่มากนัก นอกจากนี้การเน้นทางด้านตัวอักษรให้มีลักษณะแปลกใหม่ จากเดิมที่ใช้ตัวอักษรลักษณะเดียวกันในพาดหัวข่าวหนึ่งๆ มาในฉบับหลังการพาดหัวข่าวหนึ่งๆ มีทั้งตัวบาง ตัวเข้ม ตัวซ้อน และการเล่น

สีสันในพาดหัวข่าว เพื่อเน้นข้อความใดข้อความหนึ่งในพาดหัวข่าวนั้น นับเป็นการบุกเบิกการเล่นหัวข่าวให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ทั่วๆ ไปในบ้านเรา

ในส่วนของภาษาถ้อยคำ หรือ "วัจนภาษา" นั้น ในพาดหัวข่าวเองก็มีภาษาที่เด่นอยู่ไม่น้อย เรียกได้ว่า แม้ไม่มีอวัจนภาษามาประกอบพาดหัวข่าวก็เด่นอยู่ในตัวเองอยู่แล้ว วิธีการสร้างความเด่น ความน่าสนใจในพาดหัวข่าว ทำได้หลายวิธี เช่น

1. การใช้ภาษาปาก ได้แก่ ภาษาพูดในชีวิตประจำวันของคนเรา ซึ่ง "อินไซด์ทีวี" เน้นในจุดนี้มาก บางทีก็มีศัพท์สะแลง คำหยาบ คำสองแง่สองมุม ปรากฏอยู่ด้วย เพื่อต้องการเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน อย่างไรก็ตาม ถ้อยคำเหล่านี้ก็มีส่วนสำคัญในการช่วยให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้นเคย เหมือนได้พูดคุยกันในวงสนทนาจริงๆ หรือเหมือนกับว่าหนังสือพิมพ์พูดกับเรา ตัวอย่างเช่น

จี้ติด รมต.หญิง "สุดทน" เฉดหัว "อีพริ้ง" 7 ผัว ยั่วเด็ก (อินไซด์ทีวี 3,144)
ดี้ "ชนาภา" สนุก รีบปิดอู่ "ท้อง" อีกแล้ว (อินไซด์ทีวี 3,105)
วัย 51 "อีเหี่ยว" ได้เด็กเอ๊าะ เป็นเมีย ลูก 9 เดือน (อินไซด์ทีวี 2,101)

2. การใช้คำที่สร้างสีสันสร้างอารมณ์ (Color Word) เพื่อเรียกร้องความสนใจจนบางครั้งทำให้ข่าวที่ปรากฏออกมานั้นกล่าวเกินจริง อาทิเช่น

อุ๊ย "พระพยอม" รุกละคร อัดแหลก นางเอกร่าน (อินไซด์ทีวี 2,91)
ดร.สมเกียรติ บี้บด "ราชันต์" (อินไซด์ทีวี 3,146)

ถลกน.ส.ไทย!
ขาขาว
ห้าวโผล่จอ

(อินไซด์ทีวี 2, 95)

ที่มาแต่ละรางวัล
ขนาดพ่อ
เพราะก้นสาว

(อินไซด์ทีวี 3, 137)

2เต้า
หมูตากิ
เลี้ยงลูก
หุ่นชั้นใน
ล้วน!
เปิดเต้า "นมดารา"
สาวและไม่สาว?เขย่ารับ
ลากยน์เสริมเต้าไปเขย่า
สาวทั่วโลก โบกมือ
เรียกเงินเข้าประเทศ
450 ล้าน!!
พลิก
18

(อินไซด์ทีวี 2, 87)

ปุ๋ย'5วิ.จอตู้!
ห้างตัวเบี้ย
โต๋ประธานอสป.
MISS

จับดารา! ใส่ปลอกคอ

ลิอศา
แวดวงนักแสดง
อีกแล้ว! จอแก้ว
ผูกขาดทำสัญญา
ดาราเล่นละครประจำ ห้าม
ห้ามวิกเด็ดขาดใแต่ดาราบาง
คนก็บอกว่าเป็นหลักประกัน
ที่ดีซึ่งเหมือนกับทีวี.
ช่องกง อ่าน 16

(อินไซด์ทีวี 4 กันยายน 2530)

ขนรักแร้! รัญญา แพง3พัน

ชะอุ๊ย! เปิดตัวแฟนใหม่ อ่าน 16

3. การเลือกคำมาใช้ผิดๆ อาจเป็นไปได้ทั้งที่ตั้งใจให้ผิดและผิดโดยไม่ตั้งใจ รวมทั้งการใช้คำไม่เหมาะสม เพื่อต้องการให้เกิดความแปลกใหม่โดดเด่น น่าสนใจ ในพาดหัวข่าวนั้นๆ เช่น

เอ็บสะท้าน นศ. สับสน หมอฟัน หันมาทำข่าวทีวี (อินไซด์ทีวี 3,113)

เจาะย้อนอดีตพระเอก "แก้วหน้าม้า" ผู้นำ ด.ญ.คู่ "บันทิดา"

ติดกับดิก มายาจอตู้ (อินไซด์ทีวี2,93)

เซ็นสัญญาเข้าคอกถึงจุด 3 วิ่งชน 7 แย่ง "ดารา" ใส่ปลอกคอ (อินไซด์ทีวี 3,116)

4. การใช้ถ้อยคำที่สั้นหรือยาวเกินไป เราจะพบว่าบางครั้งภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวก็ตัดคำเสียจนสั้นเกินไป หรืออาจใช้ตัวย่อจนผู้อ่านไม่เข้าใจ หรือไม่รู้เรื่อง หรือบางพาดหัวข่าวก็ขยายความมากเกินไปจนดูฟุ่มเฟือย ไม่กระชับ ยกตัวอย่างเช่น

"ปุ๋ย" 5 วิ. จอตู้ ช้างตัวเมีย ได้ประธานอลป. (อินไซด์ทีวี 3,137)

(วิ = วิบาที, อลป. = โอลิมปิค)

"ลึงลับ" ที่ต้องปิด "กึ๋น" ข่าววิกช่อง 9 (อินไซด์ทีวี 1,12)

5. การตั้งสมญานามให้กับบุคคลที่เป็นข่าว โดยทั่วไปหนังสือพิมพ์มักตั้งสมญานามให้กับบุคคลที่เป็นใหญ่เป็นโตและมีชื่อเสียงในวงการเมือง วงการทหาร ซึ่งลักษณะอันนี้ได้ถ่ายทอดมายัง "อินไซด์ทีวี" ด้วย ซึ่งการตั้งสมญานามนี้ก็ใช้ตามหนังสือพิมพ์ทั่วไป ถ้าบุคคลที่ตกเป็นข่าวเป็นนายทหารก็ใช้คำว่า "บิ๊ก" นำหน้า หรือมีการใช้คำว่า "ป๋า" นำหน้าบุคคลที่ค่อนข้างมีอายุเมื่อมีการกล่าวขวัญถึง นอกจากนี้ ยังมีการให้สมญานามตามบุคลิกลักษณะของผู้ที่ปรากฏชื่อในข่าวดังต่อไปนี้

"บิ๊กเสือ" เจาะอิทธิพลทีวี ย้ำทหารไชว์อาวุธให้ "ความรู้" (อินไซด์ทีวี 3,146)

(พลเอก พิจิตร กุลละวณิชย์)

ป๋าส. ฉะ "รัฐ" แจะตักน้ำรดหัวสาก (อินไซด์ทีวี 2,100)

(ส.อาสบจินดา)

แชมป์นักร้อง เยอะ"บบ"หลาย"เจ้า" แข่งกันช่วย "ตุ้ยนุ้ย"ชนะ (อินไซด์ทีวี 3,146)

(นนทิยา จิวบางปา)

ดร.ยิ้หลี จี๋ "คิลก" คลื่นลูกใหม่ (อินไซด์ทีวี 1,34)

(ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

"รอง" เดินตาม "บิ๊กจิ๋ว" อีก 2 ปี "เลิกพากย์หนัง" (อินไซด์ทีวี 2,77)

(พล เอก ชวลิต ยงใจยุทธ)

6. การใช้ประโยคในการพาดหัว มีการใช้คำกริยาลอยๆ ขึ้นต้นประโยค

สำหรับ "อินไซด์ทีวี" แล้วมีการพาดหัวด้วยกริยาต้นประโยคบ้างแต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีประธานขึ้นหน้าประโยค ตัวอย่างพาดหัวที่ขึ้นต้นด้วยกริยา

เปิดโปง ซองขาว ข่าวทีวี (อินไซด์ทีวี 2,99)

ทำละคร ต้าน เอดส์ชี้ภัยสำส่อน (อินไซด์ทีวี 2,77)

บุกบ้าน "แจ้" แจจดหมายรักวัยรุ่นวุ่นหวิว (อินไซด์ทีวี 2,99)

แต่งตัว "มาตามนัด" หาปาก "สีสด" 4 แสน (อินไซด์ทีวี 1,16)

7. การใช้ปุคลาธิษฐาน คือ ใช้คำกริยาสำหรับสิ่งมีชีวิตกับสำนวนที่ไม่มีชีวิต เพื่อให้พาดหัวข่าวมีอารมณ์เลือดเนื้อมากยิ่งขึ้น เช่น

ทีวีพูล ขวาง อึ๊ะ 5 กล้วเสียอำนาจ (อินไซด์ทีวี 3,126)

ผังใหม่ 5 เตะโด่ง "คิวเพลง" (อินไซด์ทีวี 3, 146)

9 สลาย ดร.สมเกียรติ "ได้ผล" แล้ว (อินไซด์ทีวี 3,128)

ใช้ทีวี "ขัดสี" วินัยข้าราชการ ชี้งช่อง 3-ช่อง 7 เห็นคุณค่า (อินไซด์ทีวี 2,94)

8. การใช้คำอุทาน และใช้เสียงในพาดหัวข่าวทำให้พาดหัวข่าวนั้นเร้าอารมณ์ความรู้สึก ชวนคิดตามอ่านมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

โอ้โฮ! "อรพรรฆ" 20 มี "ลูกชาย" วัย 8 ขวบ (อินไซด์ทีวี 2,86)

ว้าว! เพ่งลึกๆ เล็งชัดๆ "คุ้มค่าทุกนาที" ดอกเบี้ยดุ 1 นาที แพงแสนบาท (อินไซด์ทีวี 3,113)

อ๊ะ! คุณหญิง จินดนา ดาราระบำแก้ผ้า (อินไซด์ทีวี 2,69)

9. การใช้คำทับศัพท์และสำนวนต่างประเทศ ในพาดหัวข่าวของ "อินไซด์ทีวี" พบการใช้คำทับศัพท์และสำนวนต่างประเทศบ้าง ทั้งๆ ที่มีคำไทยและสำนวนไทยใช้กันอยู่แล้ว แต่การใช้คำเหล่านี้บางครั้งสามารถสื่อความหมายได้ดี เป็นที่เข้าใจของผู้อ่านโดยทั่วไป และเมื่อวางในตำแหน่งพาดหัวข่าว สามารถประหยัดเนื้อที่ ไม่ต้องใช้คำไทยยืดยาว ยกตัวอย่างเช่น

เบรก ละคร 3 วีรบุรุษนาแก ย้อนศร คำสั่ง 66/23 (อินไซด์ทีวี 2,104)

ละคร "เคยตัว" เพื่อเจ้อ-ไร้สาระ แบบ "อาถรรพณ์" (อินไซด์ทีวี 1,10)

"เซ็นเซอร์" พิลึก สั่งปลด "ดารา" พูดไทย "ไม่ชัด" (อินไซด์ทีวี 1,12)

"ก๊อปปี้" น่าเกลียด "วีระประวัติ" อีกแล้ว (อินไซด์ทีวี 2,100)

ภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวของ "อินไซด์ทีวี" ทั้งพาดหัวใหญ่ และพาดหัวรองนั้น มักใช้คำในลักษณะหวือหวาสองแง่สองมุม เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้พบเห็นให้อยากติดตามอ่านในรายละเอียดของข่าวนั้นๆ เพราะพาดหัวข่าวเป็นส่วนที่ผู้อ่านสามารถพบเห็นได้ก่อนส่วนอื่นๆ ซึ่งเท่ากับว่าพาดหัวข่าว โดยเฉพาะพาดหัวข่าวใหญ่เป็นเสมือนจุดขายที่สำคัญของ "อินไซด์ทีวี" ตลอดจนถ้อยคำภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าวในหน้า 1 มีการใช้คำที่คิดขึ้นมาใหม่ และเป็นจุดเริ่มต้นของภาษาสะแลงมากมายที่ใช้กันอยู่ติดปาก เช่น คำว่า "ฉลุย", "เอิน", "เชลียร์", "อู้ฟู่", "พราวจอ", "กิ๊น" เป็นต้น คำต่างๆ ที่หยิบยกมาให้ดูนี้ ได้มาจากแนวความคิดของ "ธเรศวร์ สุศิวะ" (สัมภาษณ์) ซึ่งได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

> การพาดหัว เราสร้างภาษาขึ้นมาให้เตะตาคน บางคนบอกว่าทำให้ภาษาวิบัติ แต่เราไม่นึกอย่างนั้น เราคิดว่าเป็นภาษาหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ มันมีวิวัฒนาการไปเรื่อยๆ จนเป็นที่ยอมรับ แต่เราก็ระวังไม่ใช้พร่ำเพรื่อ... ถ้าเราพาดหัวเหมือนหนังสือพิมพ์ทั่วไป เราคงไม่เด่นมาจนถึงทุกวันนี้

สำหรับในส่วนของเนื้อหาที่นำมาใช้ในการพาดหัวนั้น ขึ้นอยู่กับว่าในช่วงนั้นๆ เรื่องใดมีน้ำหนักทางด้านความเด่นมากกว่า ส่วนใหญ่เนื้อหาที่นำมาขึ้นเป็นพาดหัวข่าวใหญ่มักเป็นเรื่องของบุคคลนั่นคือ เรื่องของดารา หรือบุคคลที่ได้รับการยกย่องและมีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง มีทั้งเรื่องเกี่ยวกับการแสดงและเรื่องส่วนตัว ในส่วนของพาดหัวที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการแสดงของดารานั้นบางครั้งเมื่อนำมาพาดหัวข่าว ทำให้ผู้อ่านเกิดความไขว้เขวเอาได้ เพราะนึกเอาว่าเป็นเรื่องส่วนตัวของดาราคนนั้นๆ ต่อเมื่อได้ติดตามอ่านในรายละเอียด จึงทราบข้อเท็จจริงที่เกิดว่า นั่นเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่อยู่ในการแสดงของดาราคนนั้นๆ นอกจากนำเรื่องของดารามาเป็นจุดสำคัญในการพาดหัวข่าวแล้ว "อินไซด์ทีวี" ในบางฉบับได้พาดหัวข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องความขัดแย้ง หรือความเคลื่อนไหวของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ก็ได้รับการชูโรงให้เป็นเรื่องเด่น และมีปรากฏในพาดหัวใหญ่ด้วย

> การพาดหัวข่าวความจริงพี่ไม่มีเกณฑ์อะไร... บางข่าวก็มีคนรู้จักโทร. เข้ามาบอกข่าวให้ช่วยแก้ข่าว อย่างกรณีของ อัสนี กับ เพ็ญพักตร์ กลายเป็นเรื่องราวใหญ่โต ทั้งๆ ที่ทั้งคู่ไม่มีอะไรกัน... การเลือกสรรข่าวมันไม่แน่ บางทีเราต้องตั้งประเด็นไปก่อน ภาวะแบบนี้เราต้องเล่นเรื่องแบบนี้... หรืออย่างช่วงหนึ่งมีข่าวว่าดาราขายตัวกันหนาหูมาก พี่เคยพาดหัวข่าว เนาวรัตน์เผยค่าตัว 3 หมื่นบาท ต่ำกว่านี้อยู่ไม่ได้ เน้นคำว่าค่าตัวเท่าหม้อแกงเลย คุณประวิทย์ แห่งช่อง 3 โทร. มาเลยว่า ผมชอบมากเลยรีบอ่านก่อน... พาดหัวบางอันตัวเองยังขำเลย... พี่เน้นการพาดหัวกำกวม เพื่อต้องการจุดปริศนาให้กับผู้อ่าน... (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

โดยสรุปแล้ว พาดหัวข่าวของ "อินไซด์ทีวี" มีการพัฒนาแปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งในแง่ของรูปแบบ และการใช้ภาษาในการพาดหัวข่าว กล่าวคือ รูปแบบของการพาดหัวข่าวเปลี่ยนจากการใช้รูปแบบง่ายๆ ตัวอักษรราบเรียบ และเป็นตัวอักษรที่มีลักษณะเดียวกันในแต่ละพาดหัวข่าว แต่มาในระยะหลังมีการปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของการวางตำแหน่งตัวอักษร การเล่นตัวอักษรหลากชนิดในแต่ละพาดหัว การนำภาพประกอบมาร่วมใช้ในส่วนของพาดหัวข่าว โดยนำมาใช้เป็นภาพประกอบ และใช้ตัวแทนอักษรซึ่งไม่เคยปรากฏในหนังสือทิมพ์ฉบับใดมาก่อน การเล่นสีสันแพรวพราวในส่วนของพาดหัวข่าว เพื่อทำให้สะดุดตาคนอ่าน รวมตลอดทั้งการใช้ภาษาหวือหวาใช้ศัพท์สะแลงที่คิดประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ มาใช้ประกอบในพาดหัวข่าว จึงกล่าวได้ว่า พาดหัวข่าวของ

"อินไซด์ทีวี" ได้แสดงบทบาทหน้าที่ในแง่ของการดึงดูดความสนใจการให้สาระสำคัญของข่าว ช่วยการจัดหน้า บอกลำดับความสำคัญ ตลอดจนเป็นการสร้างบุคลิกของหนังสือให้มีความโดดเด่นและแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป

<u>เนื้อหาของ "อินไซด์ทีวี"</u>

"อินไซด์ทีวี" เป็นสิ่งพิมพ์บันเทิงที่ถือกำเนิดขึ้นมา เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนสื่อโทรทัศน์ ดังนั้น เนื้อหาสาระที่นำเสนอผ่านหน้ากระดาษออกสู่สายตาประชาชน จึงไม่พ้นที่จะกล่าวถึงเรื่องราว เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแวดวงบันเทิงทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ "อินไซด์ทีวี" ยังได้เสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และรวบรวมปรากฏการณ์ต่างๆ ที่พาดพิงถึงวงการบันเทิงอื่นด้วย อาทิ วงการเพลง วงการภาพยนตร์ เป็นต้น

จุดยืนของ "อินไซด์ทีวี" ก็คือ การนำเสนอข่าวคราวของวงการบันเทิงโดยเฉพาะแวดวงโทรทัศน์ การนำเสนอนั้นเป็นการเสนอให้เห็นภาพว่า "เบื้องหลัง" ของผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิงนี้เป็นอย่างไร ซึ่งหมายรวมถึงผู้สร้างละคร ผู้กำกับ นักแสดง ฝ่ายสร้างสรรค์ฉาก และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ทั้งหมด การที่สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้สามารถนำเสนอเนื้อหาสาระเบื้องหลัง ซึ่งเกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ได้นั้น ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า โทรทัศน์มีการขยายตัวอย่างมาก ทั้งในแง่ของรายการ และการกระจายการออกอากาศที่สามารถแผ่ขยายไปได้ทั่วประเทศ ทำให้หนังสือที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ขายดีตามไปด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนได้มีโอกาสรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ พร้อมกันทั่วทั้งประเทศ ซึ่งก่อนหน้านี้รายการต่างๆ นิยมไม่พร้อมเพรียงกัน รายการบางรายการฉายที่กรุงเทพฯ และส่วนกลางไปนานนับเดือน แต่ในบางพื้นที่เพิ่งมีคนนำรายการนั้นไปออกอากาศ ทำให้ความนิยมต่อรายการหรือตัวดาราไม่ได้เกิดในช่วงระยะเดียวกัน การผลิตหนังสือที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ก่อนหน้านี้จึงไม่ได้รับความนิยม เพราะผู้ชมไม่เกิดความอยากรู้อยากเห็นจากการขยายตัวของโทรทัศน์ดังกล่าว ทำให้ประชาชนสนใจใคร่อยากรู้เบื้องหลังความเป็นมาเป็นไปเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ในทุกแง่ทุกมุม และมีความรู้สึกอยากรู้อยากเห็นมากยิ่งขึ้น แต่โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ รวมทั้งนิตยสารอื่นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสนับสนุนโทรทัศน์ จึงเสนอตัวเข้ามารองรับความต้องการของประชาชนในจุดนี้ ส่วนด้านวิธีการนำเสนอ

ข่าวสารโดยเฉพาะของ "อินไซด์ทีวี" นั้นจะเสนอข่าวในแง่มุมหลากหลาย ทั้งเจาะลึกและผิวเผิน ข่าวสารที่นำเสนอนั้นเน้นหนักเกี่ยวกับวงการบันเทิงเรื่องเบาๆ เรื่องหนักก็มีบ้าง อย่างข่าวการเมืองที่ปรากฏใน "อินไซด์ทีวี" ใช้รูปแบบการนำเสนอให้ดูราวกับว่าเป็นเรื่องเบา ด้วยลักษณะของการกระทบกระเทียบ ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าเป็นเรื่องผ่อนคลายมากกว่าเป็นเรื่องจริงจัง

เนื้อหาที่ได้รับการบรรจุใน "อินไซด์ทีวี" ประกอบด้วยข่าว สกู๊ปพิเศษ บทความเรื่องย่อรายการ รวมทั้งรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับวงการจอแก้ว ตั้งแต่หน้าแรกจรดหน้าสุดท้าย ลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของวิธีการนำเสนอเนื้อหาใน "อินไซด์ทีวี" ก็คือ คอลัมน์ต่างๆ ซึ่งมีมากมายหลายหลาก และมีการปรับเปลี่ยนชื่อคอลัมน์ไปต่างๆ นานา หว่าความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับคอลัมน์ มักเป็นการเปลี่ยนรูปโฉมภายนอกเท่านั้น แต่รูปลักษณ์ภายในหาได้เปลี่ยนไปไม่ กล่าวคือ เป็นการเปลี่ยนแปลงในส่วนของชื่อเรียกคอลัมน์เท่านั้น แต่โดยเนื้อหาแล้วยังคงละม้ายคล้ายคลึงกับคอลัมน์เก่าที่หายไป

ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า การที่ "อินไซด์ทีวี" มีความผันแปรสูงในส่วนของคอลัมน์ต่างๆ มูลเหตุจูงใจอย่างหนึ่ง อาจเป็นผลเนื่องมาจาก "อินไซด์ทีวี" ทำงานเกี่ยวข้องกับเรื่องของดาราและวงการบันเทิง ซึ่งแวดวงมายาดังกล่าวมีความไหวตัวอยู่ในระดับสูง และเป็นไปอย่างต่อเนื่องหาได้หยุดนิ่งอยู่กับที่ไม่ มีการสับเปลี่ยนดารานำแสดง ทั้งจอแก้วและจอเงิน ทั้งนี้มิใช่มาจากเหตุผลว่าคนเก่าจะถดถอยด้อยความสามารถ หรือขาดคุณสมบัติในการเป็นนักแสดงที่ดี แต่การใช้ผู้แสดงซ้ำหน้ากันบ่อยเข้าจะทำให้คนดูเกิดความจำเจ เบื่อหน่าย ดังนั้นผู้ผลิตผลงานสร้างสรรค์ทั้งจอแก้วและจอเงิน จึงต้องพยายามเลือกสรรดาราหน้าใหม่เข้ามาผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ จึงพออนุมานได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับคอลัมน์ต่างๆ ใน "อินไซด์ทีวี" เป็นแรงผลักรุนอันเนื่องมาจากการที่ "อินไซด์ทีวี" ต้องเสนอเรื่องราวความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ซึ่งเป็นวงการที่ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ หว่ามีความผันแปรไปทุกวินาทีก็ว่าได้ สำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับคอลัมน์ต่างๆ ใน "อินไซด์ทีวี" "ธเรศวร์ สุศิวะ" ได้ให้เหตุผลว่า (สัมภาษณ์)

อันนี้เป็นธรรมดา การทำหนังสือไม่เหมือนผลิตภัณฑ์อื่น ต้องมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย พี่ยังเชื่อว่าหนังสือ 3 ปี ต้องเปลี่ยน generation อย่างพี่นี่หมดแล้ว อินไซด์ทีวีต้องมีเด็กรุ่นใหม่ขึ้นมาทำอีก 3 ปี แล้วเปลี่ยนใหม่ หนังสือจะดีมาก แต่บ้านเราไม่เป็นอย่างนี้ คือกว่าจะได้คนมาที่ต้องเหนื่อยมาก ถ้าเอาคนใหม่มาก็ต้องนับหนึ่งกับใหม่... การทำหนังสือต้องมีการเปลี่ยนแปลงทุก 3 เดือน ต้องมีการเขย่า ไม่เหมือนการทำสบู่ พอคนติดก็ติดเลยและใช้ตลอด แต่หนังสือต้องเคลื่อนไหว

คอลัมน์ต่างๆ ใน "อินไซด์ทีวี" มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของชื่อคอลัมน์ดังกล่าว มาแล้ว จะมีเพียงบางคอลัมน์ที่เกิดขึ้นมาใหม่ ด้วยการนำเสนอรูปแบบใหม่ และประกอบด้วยเนื้อหาใหม่หมด ทั้งนี้เพื่อทดแทนเนื้อหาที่ขาดหายไป และเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ นอกจากนี้ยังพบความผันแปรในเรื่องการจัดวางตำแหน่งคอลัมน์ต่างๆ จากการศึกษาพบว่าคอลัมน์ที่อยู่หน้าใดหน้าหนึ่งประจำตั้งแต่ฉบับแรกจนถึงฉบับล่าสุด ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา มีเพียงบางคอลัมน์เท่านั้น คอลัมน์ส่วนใหญ่มักมีการเคลื่อนย้ายตำแหน่งแห่งที่จากหน้าหนึ่งไปยังอีกหน้าหนึ่ง ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละฉบับมีมากน้อยแตกต่างกันไป ดังนั้นจึงส่งผลต่อการจัดหน้าของคอลัมน์ต่างๆ ทำให้เกิดการสับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายคอลัมน์ไปอยู่ตามหน้าต่างๆ ของหนังสือ

ในส่วนของปริมาณคอลัมน์ของ "อินไซด์ทีวี" มีจำนวนมากมาย และเกิดการแปรเปลี่ยนอยู่เสมอนั้น ยากที่จะนำรายละเอียดเกี่ยวกับคอลัมน์ต่างๆ มาลงได้หมด ดังนั้นผู้วิจัยเห็นสมควรนำเนื้อหาคอลัมน์ทั้งหมดที่ปรากฏอยู่ในฉบับล่าสุดที่ทำการศึกษา นั่นคือ ฉบับปีที่ 3 ฉบับที่ 149 ประจำวันที่ 24-30 ธันวาคม 2531 มานำเสนอ สำหรับคอลัมน์ต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็นในกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ ได้นำรวบรวมไว้ในส่วนของภาคผนวก ก. ซึ่งเนื้อหาของ "อินไซด์ทีวี" ประกอบด้วยคอลัมน์ต่างๆ ดังนี้

วันนี้โลกยังโสภา
(เสริมศรี เอกชัย)

เนื้อหาจะเริ่มต้นด้วยเหตุการณ์บ้านเมืองที่สำคัญที่กำลังอุบัติขึ้นในช่วงนั้น ๆ และเป็นเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ต่อจากนั้นจึงวกเข้าวิพากษ์วิจารณ์วงการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการแสดงความคิดส่วนตัวของผู้เขียน โดยใช้กลวิธีการเขียนแบบชักแม่น้ำทั้งห้า เริ่มต้นด้วยเรื่องหนึ่ง แต่อาจจบลงด้วยอีกเรื่องหนึ่ง สำนวนการเขียนเป็น

ภาษาพูด ใช้ถ้อยคำง่ายแก่การเข้าใจ ตัวอักษรที่ใช้มีทั้งตัวบาง ตัวเข้ม เพื่อเน้นไปตามอารมณ์ของผู้เขียน

อินไซด์วีไอพี (ลูกหิน) — เป็นการนำเอาบุคคลที่มีความโดดเด่นในวงการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีบทบาทและอยู่ในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สำคัญโดยการนำมาสัมภาษณ์เรื่องส่วนตัว การทำงาน รวมทั้งความคิดเห็นส่วนตัวต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมีภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบอยู่ด้วย

อินไซด์เมื่อวันวาน — นำภาพเหตุการณ์การแสดงในอดีตของดารานักร้อง นักแสดงมาเสนอ มีคำบรรยายประกอบได้ภาพ หรือบางครั้งมีการลงประวัติโดยย่อของดารานักร้อง นักแสดงเหล่านั้น ส่วนมากแล้วเป็นภาพฉากหนึ่งของการแสดงละครในอดีต กล่าวถึงความยิ่งใหญ่ของละครเรื่องนั้น พร้อมทั้งบอกรายละเอียดด้วยว่าดาราที่แสดงนำมีใครบ้าง และบุคคลเหล่านั้นปัจจุบันทำอะไรกันอยู่

5 รายการในดวงใจ — เป็นคอลัมน์ที่ต่อเนื่องกับคอลัมน์ "อินไซด์วีไอพี" กล่าวคือ เป็นคอลัมน์สัมภาษณ์ความคิดเห็น และความประทับใจต่อรายการโทรทัศน์ของผู้ให้สัมภาษณ์ในคอลัมน์อินไซด์วี. ไอ. พี. ว่าโปรดปรานรายการใดบ้าง 5 รายการ รวมทั้งเหตุผลประกอบความพึงพอใจที่มีต่อรายการนั้นๆ เรียงตามลำดับความชอบ เน้นการแก้ไขรายการที่บกพร่องทางด้านต่างๆ ให้ดีขึ้น

วาทะวาที — นำคำพูด หรือบทสนทนาที่มีความหมายลึกซึ้งกินใจมาเสนอ พร้อมทั้งรูปภาพประกอบของเจ้าของคำพูดนั้น ซึ่งมีทั้งบทสนทนาจากละครหรือภาพยนตร์ หรือบางครั้งนำคำพูดของนักร้องที่กล่าวในขณะแสดงคอนเสิร์ตต่างๆ มาเสนอ

ฉายก่อน	เป็นการเล่าเรื่องย่อแต่ละตอน หรือแต่ละเรื่องของภาพยนตร์ต่างประเทศที่นำมาเสนอฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ
ปัญหาจอแก้ว (นายชำนาญ)	คอลัมน์ตอบปัญหาเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ และวงการบันเทิง โดยเฉพาะดารา ซึ่งเป็นที่สนใจของผู้อ่าน โดยเปิดโอกาสให้ผู้อ่านส่งจดหมายเข้ามาถามปัญหา เรื่องที่ถามส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวของดารา เช่น บ้านช่องห้องหออยู่แห่งหนตำบลใด วันเกิดตรงกับวันใด ถามเรื่องครอบครัว เป็นต้น และยังมีการแสดงความคิดเห็นถึงรายการโทรทัศน์ว่าพอใจ หรือไม่ชอบรายการใด
เอกเขนกหน้าจอ	สังเกตการณ์บ้านของผู้มีชื่อเสียงในวงการโทรทัศน์ว่าที่บ้านมีโทรทัศน์ยี่ห้อใด จำนวนเครื่องรับโทรทัศน์มีกี่เครื่อง ใช้มานานเท่าใด เวลาดูดูอย่างไร นั่งหรือนอนทำไหน ตั้งโทรทัศน์แบบใด และชอบดูรายการอะไรบ้าง
แค็ตตาล็อคลายเซ็น	เป็นการนำลายเซ็นของดารา นักร้อง ที่เซ็นให้กับประชาชนผู้ติดตามผลงาน ว่ามีลักษณะเช่นใด พร้อมทั้งมีภาพประกอบของดารา นักร้องคนนั้น ๆ ด้วย
หมอทีวีจี้เทคนิค (หมอทีวี)	ตอบปัญหาทางด้านเทคโนโลยีของการสื่อสาร เกี่ยวกับการรับชมรายการโทรทัศน์ของสถานีช่องต่างๆ ที่มีการแพร่ภาพออกอากาศตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งผู้อ่านที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการรับชมโทรทัศน์ก็จะเขียนจดหมายเข้ามาสอบถามปัญหา
หลักนำชีวิต	นำประวัตินักร้อง นักแสดงที่มีชื่อเสียงเรียงนามคล้ายคลึงกัน หรือเหมือนกัน เป็นเพื่อน พี่น้องกันก็เป็นได้ โดยการนำเสนอรูปแบบง่ายๆ สนุกสนานปนจริงจัง ด้วยการเปิดเผยภูมิหลังบางประการทัศนคติส่วนตัว และความคิดเห็นเบาๆ นอกจากนี้ยังมีการถามความ

เห็นฝ่ายหนึ่งว่ามีความคิดเห็น หรือความรู้สึกต่ออีกฝ่ายหนึ่งอย่างไรบ้าง ตอนท้ายถามคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการดำเนินชีวิตของบุคคลทั้งสอง

เล็งโฆษณาจอตู้ (เอกมัย รามอินทรา)

กล่าวถึงโฆษณาทางจอแก้ว ในลักษณะของการรายงานเหตุการณ์โดยการสอดใส่ความคิดเห็นส่วนตัว ส่วนมากมักเขียนทำนองขุดคุ้ยตีแผ่เบื้องหลังชิ้นงานโฆษณาที่น่าสนใจ

หลังเลนส์โฆษณา (หนูมอม)

เดิมทีชื่อคอลัมน์ "แกะกล่องฟิล์ม" ต่อมามีการปรับเปลี่ยนเป็นชื่อคอลัมน์ดังกล่าว เนื้อหาคอลัมน์เป็นการกล่าวถึงการถ่ายทำโฆษณาชิ้นใหม่ที่นำแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เนื้อหาประกอบด้วยการวางแนวคิด การวางตัวนางแบบ หรือนายแบบโฆษณา รายละเอียดการถ่ายทำ พร้อมชุดภาพโฆษณาชิ้นนั้น ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้สร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณานั้นว่ามีความรู้สึกอย่างไร รวมทั้งการตระเตรียม ความยากง่าย และอุปสรรคในการผลิตชิ้นงานโฆษณาในบางฉบับได้มีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อผลงานสร้างสรรค์ชิ้นนั้น

อินไซด์คนโฆษณา (จิงโจ้)

คอลัมน์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องมาจากคอลัมน์ "หลังเลนส์โฆษณา" กล่าวคือเป็นคอลัมน์สัมภาษณ์นางแบบ หรือนายแบบโฆษณา ในเรื่องของชีวิตส่วนตัว การศึกษา และเรื่องส่วนตัวทั่วๆ ไป

ยักษ์ปากเหลี่ยม (อาจินต์ ปัญจพรรค์)

เนื้อหาคอลัมน์คล้ายคลึงกับคอลัมน์ "จากเหมืองแร่สู่เหมืองรูป" ซึ่งเขียนโดยผู้เขียนคนเดียวกัน เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้เขียนเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ โดยผ่านตัวอักษรที่เรียงร้อยชวนติดตาม ทำให้ผู้อ่านได้ล่วงรู้ถึงเหตุการณ์ เรื่องราวต่างๆ ของวงการโทรทัศน์ในอดีตกาล ทั้งในแง่มุมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ

วงการ ตลอดทั้งเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับรายการ และปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และส่งผลกระทบต่อวงการโทรทัศน์ในบ้านเรา

แวดวงดาราจีน — ข่าวคราววงการโทรทัศน์ และวงการภาพยนตร์ของฮ่องกง มีทั้งเนื้อข่าว และภาพประกอบ 5-6 ข่าว เป็นข่าวเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว การแสดง และเรื่องทั่วๆ ไปในวงการบันเทิงของฮ่องกง

แฟ้มดาราจีน — ประวัติส่วนตัวของดาราฮ่องกง เกี่ยวกับชื่อเสียงเรียงนามจริง อายุ ชอบหรือไม่ชอบอะไร พร้อมภาพดาราประกอบคอลัมน์ คล้ายกับนิตยสารดาราทั่วไป ที่มีการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของดารา และนักร้องที่แฟนๆ ให้ความชื่นชอบ

ฮอลิเดย์หนังจีน — ภาพยนตร์จีนจอเงินที่นำมาเสนอฉายในวันหยุดของสัปดาห์นั้นๆ โดยการลงเรื่องย่อของภาพยนตร์เรื่องนั้น พร้อมทั้งบอกด้วยว่าเสนอฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่องใด เวลาใด เป็นเสมือนตารางรายการภาพยนตร์จีนที่แพร่ภาพออกอากาศในวันหยุดสุดสัปดาห์

โลกของเด็ก — เป็นการบรรยายรายการเด็ก ที่จะแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ว่ามีรายการอะไร เสนอฉายเวลาใด ทางสถานีโทรทัศน์ช่องไหน และรายละเอียดโดยย่อของรายการในแต่ละสัปดาห์ โดยมากจะเสนอเกี่ยวกับรายการ "เซ็นทรัลบัฒทิตน้อย" และรายการ "เพื่อนของเด็ก"

สนามเด็กเล่น — เกมง่ายๆ สำหรับเด็กที่มีขึ้นเพื่อเด็กโดยเฉพาะ เช่นเดียวกับคอลัมน์จดหมายนี้มีรางวัล ซึ่งให้เด็กเขียนเรียงความเข้ามาประกวดในหัวข้อต่างๆ ที่ทางหนังสือตั้งประเด็นให้ ทว่าคอลัมน์สนามเด็กเล่นนี้มีปรากฏไม่ทุกฉบับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาในส่วนอื่นในหน้าเดียวกัน ถ้ามี

	เนื้อหาสาระมากจน เต็มพื้นที่คอลัมน์นี้ก็อาจจะไม่ปรากฏให้ เห็นในฉบับนั้น
ที่นี่การ์ตูน	เรื่องย่อของการ์ตูนแต่ละ เรื่องที่จะ เสนอในหนึ่งสัปดาห์ ของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง ซึ่งล้วนแล้วแต่ เป็นการ์ตูนที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ชมในขณะนั้น
สลับข้างหลังม่าน (ส. อาสนจินดา)	เป็นการบอก เล่า เก้าสิบถึงการทำงานการแสดงของศิลปินในอดีต ในเรื่องขั้นตอนการทำงาน อุปสรรคในการแสดง เขียนในลักษณะ เล่าประสบการณ์ของผู้ เขียนซึ่ง เป็นบุคคลหนึ่งที่คร่ำหวอดในวงการบัน เทิงตั้งแต่ เริ่ม เข้าสู่วงการบัน เทิงจากยุคละคร เวที จน เข้าสู่ยุคภาพยนตร์ รวมทั้ง เขียน เรื่องราว เกี่ยวกับผู้ร่วมงานผู้ เกี่ยวข้องกับวงการบัน เทิงทั้งใน เรื่องส่วนตัว และผลงานการแสดง
อินไซด์ทีวีภูธร	ข่าว เกี่ยวกับรายการ และความ เคลื่อนไหวของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในส่วนภูมิภาค
โฟกัสหนองแขม (สี่ดา)	บทความแสดงความคิด เห็น วิพากษ์วิจารณ์ เกี่ยวกับการดำ เนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ. ส. ม. ท. โดยตรง ส่วนใหญ่ เป็นไปในทางให้การสนับสนุนมากกว่าที่ดำหนิการดำ เนินงานใน เรื่องต่างๆ ก่อนหน้านี้ ในฉบับแรกๆ ใช้ชื่อว่า "กระจก เบอร์ 3"
ที่นี่หนองแขม	เปลี่ยนชื่อคอลัมน์มาจาก "อินไซด์ช่อง 3" เป็นการรายงาน เกี่ยวกับข่าวสังคมซุบซิบผู้คนของช่อง 3 ทั้งในส่วนของผู้บริหาร ผู้ผลิตรายการ เจ้าหน้าที่ ตลอดถึงดาราที่แสดงทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รอบจอจับใจอินไซด์ทีวี (บานบุรี สีเหลือง)	สรุปข่าววงการบันเทิงในรอบสัปดาห์ เขียนในเชิงสนุกสนาน จับประเด็นแปลกๆ เบาๆ มาเสนอ บางฉบับมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นคนในวงการบันเทิงประกอบด้วย คอลัมน์นี้ได้เข้ามาแทนที่คอลัมน์ "รอบจอจับใจจดจ้า" เขียนโดย "ปกฉัตร บางไผ่"
อินไซด์ดูน (รงค์)	การ์ตูนล้อเลียนโฆษณาทางโทรทัศน์ และรายการต่างๆ นอกจากนี้อาจเป็นการล้อเลียนตัวบุคคล หรือเหตุการณ์เด่นภายในสัปดาห์ ซึ่งอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์โดยตรงก็ได้ แต่เป็นการนำเอาบุคคลเด่นด้านอื่นมาล้อเลียนเกี่ยวโยงกับโฆษณา หรือรายการโทรทัศน์
ปฏิกริยา	คอลัมน์นี้มีเนื้อหาทำนองเดียวกันกับข่าวสังคม แต่ให้รายละเอียดของเนื้อข่าวมากกว่า ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับดารา และผู้อยู่ในวงการบันเทิง
ปฏิทินอินไซด์ (สิดารินทร์)	ข่าวคราวเกี่ยวกับวงการบันเทิงในรอบสัปดาห์ว่ามีอะไรบ้าง มีการบันทึกเทปรายการใด เวลาใด ใครเป็นพิธีการ หรืออาจเป็นข่าวเกี่ยวกับการแสดงของดาราว่า ใครจะไปแสดง หรือไปทำงานที่ไหนเมื่อไร และบางครั้งจะบอกด้วยว่าวันนั้นวันนี้เป็นวันคล้ายวันเกิดของดาราคนใด
อินไซด์ธุรกิจ	ชื่อคอลัมน์ก็บ่งบอกอย่างชัดแจ้งแล้วว่า เป็นข่าวเกี่ยวกับวงการธุรกิจ ซึ่งเป็นข่าวย่อยๆ หลายข่าว พร้อมภาพประกอบตัวสินค้า หรือการเปิดกิจการของธุรกิจนั้น นับเป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจทางด้านต่างๆ แนะนำผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ หรือการขยายตัวทางธุรกิจการดำเนินงานในธุรกิจต่างๆ โดยเสนอข่าวในแง่ธุรกิจนี้ฉบับละประมาณ 3-4 ข่าว

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอ๊าท์ไซด์ทีวี (คนกลางคืน)	ข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์ เช่น วงการภาพยนตร์ นักร้องหรือการเมือง เป็นต้น ลักษณะเป็นการเรียบเรียงข่าวแจกต่างๆ แล้วนำมาเขียนใหม่ให้มีลักษณะเบาๆ ชวนติดตาม ไม่ใช่เขียนแบบข่าวหนังสือพิมพ์
ที่นี่อินไซด์ (ไพลิน สีบ้าเงิน)	การแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนต่อเหตุการณ์เรื่องราวในวงการโทรทัศน์ทั้งหมด วงการเทปเพลง ภาพยนตร์ รวมทั้งเหตุการณ์บ้านเมืองต่างๆ ที่เด่นในรอบสัปดาห์ ลักษณะเป็นคอลัมน์ข่าวสังคมซุบซิบ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงเนื้อหาภายในฉบับนั้นๆ ด้วยว่ามีเนื้อหาอะไรบ้างที่เด่นในฉบับ
มองโลก'มะกัน (โอวาท)	เขียนเล่าเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกาที่ผู้เขียนได้ไปประสบพบเห็นด้วยตนเอง โดยเขียนในรูปของจดหมายถึง "ธเรศวร์ สุศิวะ" เล่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่พบเห็นทางหน้าจอโทรทัศน์ให้ได้ทราบว่ารายการของสหรัฐอเมริกาเป็นอย่างไร สปอตโฆษณา รวมทั้งกฎเกณฑ์ การควบคุมจากรัฐที่มีต่อรายการของประเทศเขาเป็นเช่นใด
จดจ้องช่อง 5 (ตะเกียบ)	บทความเขียนในลักษณะเบาๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยตรง ฉบับแรกใช้ชื่อคอลัมน์ว่า "ชะอุ๊ย!" พร้อมทั้งโลโก้ของสถานี
เกะกะสนามเป้า (สิงห์ สีม่วง)	ข่าวสังคมของช่อง 5
จับตาช่อง 7 (ทองชม)	บทความเขียนด้วยลีลาสนุกสนานเร้าใจไปกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 แต่เดิมใช้ชื่อว่า "ชะอุ๊ย!" แล้วมีสัญลักษณ์ของสถานีประกอบอยู่ด้วย เช่นเดียวกับของช่อง 5

หลังตลาดหมอชิต (บุ'วดี)	ข่าวสังคมของช่อง 7
จอดป้ายอ.ส.ม.ท. (พลอย บุษบง, แก้ว ลัญจกร)	บทความเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เกี่ยวกับความคืบหน้า หรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสถานี เช่น เดียวคอลัมน์ "โฟกัสหนองแขม" (ช่อง 3) "จดจ้องช่อง 5" (ช่อง 5) และจับตาช่อง 7 (ช่อง 7) ซึ่งเป็นบทความเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในส่วนกลาง
จากหนูจุกถึงไค้งอไศก (หนูจุก)	ข่าวสังคมของช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
จ้องจดช่อง 9	ตารางรายการต่างๆ ของช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
ฉัตรขวัญสอพลอจอแก้ว	บทความที่หยิบยกเอารายการต่างๆ ที่แพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ มาเสนอ อาทิ รายการละคร ดนตรี มาวิเคราะห์ในประเด็นที่น่าสนใจ แนวคอลัมน์มีท่วงทำนองให้การสนับสนุน หรือเป็นการเชียร์รายการโทรทัศน์มากกว่าตำหนิติเตียน หรือวิจารณ์ไปในทางลบและในบางโอกาสมีการทิ้งท้ายด้วยเรื่องราวการเมืองเล็กน้อย
ผู้คนและดนตรี (ก๊องส์กี้)	คอลัมน์ชุบชิบนักร้อง นักดนตรี ในเรื่องส่วนตัวและผลงานการร้องรำทำเพลง นอกจากนี้ยังมีตารางรายการเกี่ยวกับการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องตามรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ในช่วงสัปดาห์ เช่น รายการโลกดนตรี 7 สีคอนเสิร์ต เป็นต้น ซึ่งในส่วนของตารางรายการแสดงคอนเสิร์ตนี้ แต่เดิมแยกเป็นคอลัมน์ต่างหากและใช้ชื่อว่า "อินไซด์คอนเสิร์ต" ปัจจุบันไม่มีชื่อคอลัมน์ดังกล่าว แต่ยัง

	คงมีการรายงานการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินนักร้อง ซึ่งมีการถ่ายทอดออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในคอลัมน์ผู้คนและดนตรี
อินไซด์บันเทิง (ภาสวงศ์)	รายงานเกี่ยวกับเทปเพลงของนักร้องแต่ละคนในแต่ละสัปดาห์ เขียนในลักษณะแนะนำนักร้อง และเพลงในชุดนั้น แนวการเขียนเป็นไปในทางให้การสนับสนุนคล้ายกับคอลัมน์ "บันเทิงไทยรัฐ" เขียนโดย "เริง รมณีย์" ในหน้าบันเทิงของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ แต่เดิมเคยมีคอลัมน์ชื่อเดียวกันนี้ คือ "อินไซด์บันเทิง" ทว่า เป็นข่าวสั้นเกี่ยวกับวงการบันเทิงทั่วไป ว่ามีงานใด จัดโดยใคร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร เจ้าของคอลัมน์คือ "ลูกแก้ว"
อาทิตย์ละครั้ง (พงศ์ชวินทร์)	โฆษณาเกี่ยวกับสถานเสริมความงามหรือในบางฉบับแนะนำภาพยนตร์ดีที่น่าติดตามชม
คืนนี้	ข่าววงการบันเทิงเริงรมย์ และสถานบริการ เช่น ร้านอาหาร ผับที่กินเหล้าของคนกลางคืน ซึ่งแนะนำว่าควรไปที่ใด เพื่อผู้ที่ต้องการออกหาความสำราญในยามค่ำคืน
อินไซด์ดวงดาว (หมอหยอง)	ทำนายโชคชะตาราศีในช่วงสัปดาห์
เปิดตลับดวงดารา (หมอหยอง)	ทำนายชะตาชีวิตของดารา และนักร้อง ผู้ที่เป็นที่นิยมของประชาชน โดยทำนายอย่างละเอียดลออในเรื่องชีวิตส่วนตัว และอาชีพการงาน
เล็งรอบทีวีภูธร (บางบุรี สีเหลือง)	ข่าวเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในส่วนภูมิภาค

ไปรษณียบัตร — เป็นการตีพิมพ์ไปรษณียบัตรที่ผู้อ่านส่งเข้ามาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ นับเป็นการเปิดกว้างให้ผู้อ่านได้แสดงออกถึงความคิดความอ่านของคนที่มีต่อรายการโทรทัศน์ และนับเป็นการตอบกลับของผู้อ่านที่มีต่ออินไซด์ทีวีได้ทางหนึ่ง

ตารางรายการ — รายงานรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ประจำสัปดาห์อย่างละเอียด

นอกจากคอลัมน์ที่เหลือของหน้าต่างๆ จะเป็นส่วนที่บรรจุโฆษณาซึ่งมีตั้งแต่หน้า 1 โดยมีเนื้อที่เสนอเป็นประจำ นอกจากนี้โฆษณาย่อยยังแทรกอยู่ตามหน้าต่างๆ ของหนังสือ และสำหรับหน้า 2 และหน้า 19 ในฉบับแรกๆ ซึ่งมีเพียง 16 หน้านั้น หน้าในคือ หน้า 2 และหน้า 15 จะเป็นการรายงานข่าว รวมทั้งบทความต่างๆ ภายหลังจึงมีการเปลี่ยนแปลงเป็นโฆษณาสี่สี เมื่อมีการเพิ่มจำนวนหน้า โฆษณาหน้าในมีทั้งโฆษณาคู่และโฆษณาเดี่ยว ส่วนใหญ่เป็นโฆษณานักร้องดารา และมีโฆษณาสินค้าบ้าง และหน้าสุดท้ายคือหน้า 20 เป็นโฆษณาย่อยเต็มหน้าเป็นภาพสี

จากคอลัมน์รวมทั้งเนื้อหาต่างๆ ที่ปรากฏใน "อินไซด์ทีวี" สามารถแบ่งแยกเป็นหัวข้อได้ดังนี้

- ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ของไทย ทั้งที่เกี่ยวกับดารา นักร้อง ผู้บริหารสถานี หรือเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ
- ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงในต่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และฮ่องกง
- ข่าวเกี่ยวกับวงการเพลง
- ข่าวเกี่ยวกับโฆษณา
- เรื่องย่อรายการที่จะเสนอฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ
- บทความวิจารณ์และแสดงความคิดเห็น
- สัมภาษณ์ความคิดเห็นบุคคลต่างๆ เรื่องของวงการโทรทัศน์
- ตอบปัญหาเกี่ยวกับชีวิต และปัญหาในแวดวงโทรทัศน์

- เหตุการณ์ทั่วไป
- เรื่องตลกขบขัน และการ์ตูน

<u>คอลัมน์ซุบซิบ</u> (Gossip column)

การซุบซิบ เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นกลไกที่มีอำนาจในการสังคมประกิตและการควบคุมทางสังคม ในสังคมมวลชนการซุบซิบระหว่างบุคคล มีบทบาทสำคัญในแง่ของการเป็นแหล่งข่าวสารข้อมูล และมีบทบาทในการตอกย้ำกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรม แต่ในสังคมที่มีขนาดใหญ่การซุบซิบเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากด้วยการเสนอข่าวสาร ทั้งที่เป็นพฤติกรรมที่ได้รับการยกย่อง และพฤติกรรมที่ไม่ได้รับการยอมรับทางวัฒนธรรม (Leven & Kimmel 1977 : 169)

ในสังคมไทยเราปั้น เป็นสังคมที่สมาชิกมีความสนใจในเรื่องราวของบุคคลอื่นและมีพฤติกรรมการซุบซิบอย่างมากมาแต่อดีต การซุบซิบที่ทำกันอยู่มีทั้งที่เป็นการซุบซิบในแง่ดี คือกล่าวยกย่องชมเชย การซุบซิบในแง่ร้าย คือการกล่าวคำตำหนิติเตียน และการซุบซิบอย่างกลางๆ คือเพียงบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับผู้อื่นโดยมิได้ชม หรือตำหนิแต่อย่างใด จะเห็นได้ว่าคนไทยเรานั้นเป็นผู้ที่ชอบซุบซิบถึงเรื่องคนอื่น โดยที่การซุบซิบนั้นได้กลายเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้เสียแล้ว (บุญศรี ปราบณศักดิ์ 2526 : 4)

หันมามองสื่อมวลชนในบ้านเราโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยจำนวนมากได้จัดให้มีคอลัมน์ซุบซิบในหน้าข่าวทุกประเภท นับตั้งแต่ข่าวการเมือง การศึกษา กีฬา บันเทิง สตรี ธุรกิจ สังคมภูมิภาคไปจนถึงกลุ่มจัดตั้ง เฉพาะกิจการที่คอลัมน์ซุบซิบได้รับความนิยมสูงมากในจำนวนคอลัมน์ทั้งหมด ทั้งนี้เป็นเพราะว่าคอลัมน์ประเภทนี้เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบธรรมชาติ ความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ยิ่งเป็นเรื่องที่ไม่พึงเปิดเผยยิ่งมีคนอยากรู้มากขึ้น เรื่องส่วนมากจะเกี่ยวกับความเป็นไปของบุคคลในสังคมทั่วไป และประเภท "เฉพาะ" บุคคลบางกลุ่มบางอาชีพ เช่น ดาราภาพยนตร์ นักร้อง นักกีฬา สตรี เป็นต้น ซึ่งผลจากการซุบซิบนินทานั้นก็จะแตกต่างกันไปตามสถานภาพของผู้ที่กำลังถูกกล่าวขวัญถึง นั่นคือหากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งเป็นภรรยาของผู้มีตำแหน่งสูงทางการเมือง รัฐมนตรี นายธนาคาร ครูอาจารย์ และพระสงฆ์ เป็นต้น เมื่อเทียบ

กับอาชีพนักร้อง นักแสดงแล้ว อาชีพประการหลังไม่มีผลเสียเท่า และบางครั้งอาจจะมีผลดีด้วย เพราะทำให้มีผู้สนใจมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ดีการซุบซิบ นินทายังไม่มีผลร้ายแรงเท่ากับเรื่องอื้อฉาว (Scandals) ซึ่งผู้ที่ตกเป็นเป้าจะไม่สามารถลบล้างผลเสียที่ได้รับตลอดไป นอกจากนี้ คอลัมน์ซุบซิบบางครั้งกลายเป็นแหล่งข่าวที่ให้ข้อเท็จจริง หรือข่าวลือที่สำคัญ ๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคมไปด้วย (Harris & Johnson 1969 : 395 และ มนตรี เจนวิทย์การ 2526 : 209-210)

มนตรี เจนวิทย์การ เคยกล่าวว่า "ปกติหนังสือจะตั้งคอลัมน์ซุบซิบขึ้นมา เพราะถือว่ามนุษย์ชอบสอดรู้สอดเห็น และชอบการซุบซิบนินทาเป็นเรื่องธรรมดา คอลัมน์ดังกล่าวนี้ในแง่ของการทำหนังสือพิมพ์ถือว่าเป็นคอลัมน์ที่น่าสนใจ เพราะเกี่ยวกับเรื่องคน (Human Interest) แต่ปกติหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งจะไม่มีคอลัมน์ดังกล่าวมากไปกว่าหนึ่งหรือสองคอลัมน์ นอกจากหนังสือที่เน้นในเรื่องการซุบซิบนินทาเป็นสำคัญสำหรับในกรณีของการทำหนังสือพิมพ์ ในประเทศไทยมีการเปิดคอลัมน์ซุบซิบนินทาในหนังสือพิมพ์เป็นจำนวนมาก อาจอธิบายได้ว่า สังคมไทย แม้กระทั่งเมืองหลวงยังคงมีลักษณะของสังคมหมู่บ้าน หรือสังคมชนบทอยู่มาก... คำกล่าวที่ว่า "รู้จักกันตั้งแต่หัวบ้านจรดท้ายบ้าน" เป็นคำที่ชี้เห็นถึงความสำคัญของการซุบซิบนินทาในการสื่อสารของสังคมไทยในชนบทได้ดี (มนตรี เจนวิทย์การ 2526 : 214)

คอลัมน์ซุบซิบนับเป็นรูปแบบหนึ่งของการสนทนาในวงแคบ สำหรับสังคมอเมริกันได้เกิดคอลัมน์ซุบซิบตั้งแต่ปีค.ศ.1730 เมื่อเบนจามิน แฟรงคลิน (Banjamin Franklin) ได้เขียนคอลัมน์ของเขาใน เพนซิลวาเนีย กาเซทท์ (Pennsylvania Gazette) (Leven & Kimel 1977 : 169) ส่วนไทยเราเริ่มปรากฏคอลัมน์เสียดสีสังคมในนิตยสารในสมัย รัชกาลที่ 7 (ระวีวรรณ ประกอบผล 2526 : 54)

เมื่อคนเรามีความกระหายในการแสวงหาข่าวสาร ตลอดจนอยากรู้เรื่องราวของคนอื่น และความเป็นไปของสังคมรอบตัว ทำให้คอลัมน์ซุบซิบทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น หนังสือพิมพ์ในบ้านเราได้สร้างรูปแบบของคอลัมน์ซุบซิบขึ้นมามากมาย ทั้งในรูปของการเสนอข่าวการเมือง ข่าวบุคคลต่าง ๆ ที่ไม่สามารถจะเสนอได้ในรูปของข่าวธรรมดา เพราะเกรงว่าอาจถูกฟ้องร้องในข้อหาหมิ่นประมาทได้ หรือแม้แต่บทความบางเรื่องก็แทบจะแยกไม่ออกว่าเป็นคอลัมน์ซุบซิบ

หรือบทความกันแน่ เรื่องราวในคอลัมน์ซุบซิบมักเป็นเรื่องที่เป็นการขุดค้น โดยอาศัยข่าวลือ หรือข่าวที่ไม่สามารถเปิดเผยโดยตรงได้ ใช้ภาษาที่เร้าความสนใจจากผู้อ่านได้ ซึ่งเรื่องที่นำเสนออาจเป็นเรื่องจริงหรือข่าวลือที่มีมูลความจริงบ้าง หรืออาจไม่มีมูลความจริงเลยก็ตาม แต่ทว่าความน่าสนใจของคอลัมน์ซุบซิบมันอยู่ตรงที่เรื่องราวที่นำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดีหรือเรื่องร้ายก็ตาม (ส่วนมากเป็นเรื่องร้าย) คนเราสนใจอยากรู้เรื่องราวของคนอื่นไปหมด โดยเฉพาะเรื่องที่ล่อไปทางชู้สาวยิ่งได้รับความสนใจมาก อาจเป็นเพราะสังคมไทยยังไม่ยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิงที่ไม่สอดคล้องต้องตามแบบแผนประเพณี หรือบรรทัดฐานของสังคม ดังนั้นหากใครที่ไม่ดำเนินตามครรลองที่สังคมตีกรอบเอาไว้แล้ว จึงมักถูกนำมาเป็นหัวข้อในการสนทนาในแง่ของการซุบซิบนินทา ดังจะเห็นได้จากปรากฏคอลัมน์ซุบซิบเกี่ยวกับดาราในแง่ชู้สาวในนิตยสาร "ชุดภาพยนตร์" ฉบับที่ 1 ปีที่ 2 (27 กุมภาพันธ์ 2496 : 146) ได้มีการบรรจุคอลัมน์ "โลกภาพยนตร์" ภายใต้นามปากกาว่า "นายขนมต้ม" ที่เขียนว่าซุบซิบดาราต่างประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากช่วงสมัยดังกล่าวสิ่งที่มอบความหฤหรรษ์บันเทิงให้กับประชาชนอย่างหนึ่ง ก็คือภาพยนตร์ที่ส่งตรงมาจากต่างประเทศ ดังนั้นหัวข้อที่นำมาซุบซิบจึงเป็นเรื่องของดาราชาวต่างชาติดังตัวอย่างต่อไปนี้

ได้ข่าวว่าถอนหมั้น

นางสาวคลารา โบว์ (นางเอกในเรื่อง "รักสนุก") ซึ่งได้รับหมั้นนายวิคเนอร์ เฟลมิง ผู้กำกับการแสดงไว้แล้วนั้น บัดนี้ปรากฏว่า หล่อนได้คืนแหวนหมั้นให้เขาเสียแล้วจะมีเรื่องขุ่นข้องหมองใจอย่างไรกันยังหาทราบไม่ พวกเพื่อนของหล่อนพากันตกใจด้วยไม่เชื่อว่าการณ์จะเปลี่ยนแปลงไปโดยเร็วเช่นนี้เลย เขาคิดว่าหล่อนคงจะแต่งงานในต้นฤดูอุ่นนี้ด้วยซ้ำไป ถ้าข้าพเจ้าจำไม่ผิด วิคเนอร์ เฟลมิง นี้ก็เป็นชายคนที่ 2 แล้วที่คลาราถอนหมั้น เพราะเมื่อก่อนหน้านี้สักหน่อยได้ข่าวว่าหล่อนหมั้นกับนายกิล เบอต โรแลนด์ พระเอกหนุ่มหน้าใหม่ (ซึ่งเคยแสดงกับหล่อนในเรื่อง "The Plastic Age" เรื่องเดียว) ครั้งหนึ่งแล้ว

ในต่างประเทศได้มีการวิจัยเกี่ยวกับคอลัมน์ซุบซิบตามหน้าหนังสือพิมพ์ ศึกษาโดย เลวิน และ คิมเมล (Levin and Kimmel 1977 : 169-174) ซึ่งทำการวิจัยเกี่ยวกับ คอลัมน์ซุบซิบ (Gossip Columns: Media Small Talk) เพื่อต้องการทดสอบว่าคอลัมน์ซุบซิบ เป็นเครื่องมือในสังคมประกิต และการควบคุมทางสังคมจริงหรือไม่ โดยตั้งปัญหานำวิจัยว่าบุคคล ประเภทใดที่ตกเป็นเป้าของการซุบซิบ สภาพแวดล้อมทางสังคมลักษณะใดที่มีการซุบซิบเกิดขึ้นและ สถานที่ของการซุบซิบมีขอบเขตเพียงใด ด้วยการอาศัยการวิเคราะห์เนื้อหาคอลัมน์ซุบซิบจากหนัง สือพิมพ์จำนวน 5 ฉบับ ในแต่ละฉบับได้แยกศึกษาเป็นช่วงเวลา 3 ช่วงด้วยกัน คือปีค.ศ. 1954-1955, 1964-1965 และ 1974-1975 รวมจำนวนคอลัมน์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ 495 ชิ้น

การวิจัยปรากฏผลว่า ผู้ที่ตกเป็นเป้าของการซุบซิบส่วนมากเป็นชาย และเป็นชนผิว ขาว ผู้ที่มีชื่ออยู่ในคอลัมน์ซุบซิบส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการบันเทิง เช่น ดารา นักร้อง นัก แต่งเพลง เรื่องราวหรือสภาพแวดล้อมทางสังคมที่นำมาซุบซิบถึงครึ่งหนึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับงาน อาชีพ เช่น การได้ตำแหน่งการทำงาน รายได้ผลประโยชน์หรือการเลิกลาจากงานอาชีพ สำหรับ เรื่องส่วนตัวที่นำมาเขียนในคอลัมน์ซุบซิบ ประกอบด้วยเรื่องเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ ความรัก คู่ควง คู่หมั้น การแต่งงาน เกี่ยวกับปทัสถาน หรือค่านิยมทางสังคมที่คอลัมน์ซุบซิบพุ่งความสนใจ นั้น พบว่า คอลัมน์ซุบซิบมีแนวโน้มที่จะลงข่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของสังคมในขณะที่ ไม่ค่อยให้ความสนใจที่จะเสนอข่าวที่เป็นการลงโทษ (negative sanction) แก่ผู้ที่มีความ ประพฤติไม่เหมาะสมและเรื่องร้ายที่ไม่เคยปรากฏอยู่ในคอลัมน์ซุบซิบเลย คือ เรื่องราวของ อาชญากร และผู้กระทำผิดแผกไปจากบรรทัดฐานของคนในสังคม แม้ว่าบุคคลเหล่านี้จะมีความ เด่นดังก็ตามแต่ความเด่นดังดังกล่าว ภาพที่ออกมานั้นเป็นแง่ลบจึงมิได้มีการนำมาบรรจุไว้ใน คอลัมน์ซุบซิบ

คอลัมน์ซุบซิบก่อกำเนิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของคนในสังคม ดัง ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้น หากพิจารณากันถึงบทบาทหน้าที่ของคอลัมน์ซุบซิบแล้ว สามารถจำแนก แยกได้ดังนี้คือ (Rosnow 1977 : 158-163 อ้างใน บุญศรี ปราบพศักดิ์ 256: หน้า 11-18)

1. หน้าที่ทางการสื่อสาร
2. หน้าที่ทางสังคม

หน้าที่ทางการสื่อสาร

การชุบชิบนั้นมิได้เป็นเพียงการพูดคุยเรื่องไร้สาระเท่านั้น หากแต่เป็นการพูดคุยเล็กเล็กๆ น้อยๆ ที่มีจุดประสงค์หน้าที่หลัก 3 ประการ คือ

1. การให้ข่าวสาร ความรู้ (Information) เป็นการชุบชิบที่มีวัตถุประสงค์เพียงกระจายข่าวสารไปสู่คนที่รู้จักทราบต่อๆ กันไป

2. การโน้มน้าวใจ (Influence) เป็นการชุบชิบโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะมีอิทธิพลเหนือบุคคลหนึ่ง เพื่อผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น A ต้องการมีอิทธิพลเหนือ B และ C อาจใช้วิธีโน้มน้าวใจ B ให้เปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อ C โดยการชุบชิบเรื่องของ C ให้ E ฟัง ตามแนวโน้มที่ A ต้องการให้ฟัง

3. การบันเทิง (Entertainment) เป็นการชุบชิบเพื่อความสนุกสนาน ขบขัน หรือทำให้เกิดความพึงพอใจร่วมกัน

รอสโนว์ (Rosnow) ยังกล่าวอีกว่า "ไม่ว่าการชุบชิบนั้นจะทำไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตามแต่การชุบชิบนั้นจะมีลักษณะ เช่นเดียวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งแต่ละคนมียี่ห้อสินค้าที่ตนชอบใช้อยู่เป็นประจำอาจจะชอบคอลัมน์นิสต์ หรือนิตยสารตามที่ตนเองสนใจ ผู้ชุบชิบจะมีบุคคลที่ตนชอบชุบชิบด้วยเป็นประจำ และมีประเภทของเรื่องหรือบุคคลที่มักกล่าวขวัญถึงเสมอ ๆ จะเห็นได้ว่าเมื่อใดที่ขาดแคลนข่าว ผู้ที่แพร่ข่าวชุบชิบจะได้รับความสนใจจากคนทั่วไปสูง หากเมื่อใดก็ตามที่ข่าวชุบชิบมีมาก คนจะเกิดความงุนงงต่อข่าวและต้นตอของข่าวนั้น และอาจนำไปสู่ความไม่เชื่อถือและไม่ยอมรับข่าวที่ชุบชิบนั้น

หน้าที่ทางสังคม

นักสังคมวิทยาและนักมนุษยวิทยาหลายท่านได้ให้ความสนใจและทำการวิเคราะห์ถึงหน้าที่และประโยชน์ทางสังคมของการชุบชิบไว้ดังนี้

1. การผูกมัดทางสังคม (Social Tie) การพูดชุบชิบเป็นเครื่องมือผูกยึดคนเข้ามาอยู่ในกลุ่มสังคม โดยนอกจากบุคคลจะเลือกชุบชิบกับคนที่รู้สึกว่าเป็นคนคุ้นเคย เคยอยู่ในกลุ่มเดียวกันแล้วการพูดชุบชิบยิ่งทำให้ความสัมพันธ์ในกลุ่มกระชับขึ้น ในสังคมหนึ่ง ๆ จะมีกลุ่มชุบชิบ

(Gossip Cells) หลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะของสมาชิก เช่น กลุ่มเพศชาย กลุ่มเพศหญิง กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มสตรีที่เพิ่งแต่งงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพราะแต่ละกลุ่มมีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ แตกต่างกัน

2. <u>การควบคุมทางสังคม</u> (Social Control) และสังคมประกิต (Socialization) การควบคุมทางสังคม และสังคมประกิตมีเป้าหมายที่คล้ายคลึงกัน คือ พยายามจำกัดให้สมาชิกของสังคมเรียนรู้ ยอมรับ และปฏิบัติตนอยู่ในกรอบปทัสถานของสังคม (social norm)

3. <u>การเปรียบเทียบทางสังคม</u> (Social Comparison) คนเรามีความจำเป็นที่จะต้องประเมินทัศนคติ และขีดความสามารถของตนเองอย่างถูกต้อง ทางเลือกทางแรกที่คนเราจะใช้ประเมินตนเอง คือ เปรียบเทียบกับมาตรฐานของสังคม จะเป็นแง่กายภาพหรือวัตถุประสงค์ก็ตามแต่วัตถุประสงค์ที่เป็นมาตรฐานของสังคม ก็หาไม่ได้ง่ายนัก คนจึงคิดว่าเปรียบเทียบกับคนอื่นง่ายกว่า การเปรียบเทียบอาจทำโดยการถามตรงๆ หรือสังเกตก็ได้ แต่ว่าการเปรียบเทียบโดยเปิดเผยจะทำให้ตนเองรู้สึกเขินอาย และหากเปรียบเทียบกับคนที่ได้คะแนนสูงสุดจะทำให้บุคคลสูญเสียความเชื่อมั่นในตนเอง (self esteem) ไป ด้วยเหตุนี้คนเราจึงมีการชุบชิบถึงบุคคลที่มีสถานภาพสูงกว่าคน และการชุบชิบก็จะกระทำในหมู่คนที่มีสถานภาพใกล้เคียงกันทั้งนี้เพื่อที่จะได้แบ่งปันความรู้สึกเจ็บปวดจากการได้ทราบว่ามีคนอื่นอยู่เหนือเราสู่กันและกัน

จากแนวคิดหน้าที่ทางการสื่อสารของการชุบชิบ พบว่า สามารถนำมาปรับใช้กับคอลัมน์ชุบชิบใน "อินไซด์ทีวี" ได้ กล่าวคือ เนื้อหาที่ปรากฏในคอลัมน์ชุบชิบนั้นจะเห็นได้ว่าหากมองในหน้าที่ทางสื่อสารแล้ว คอลัมน์ชุบชิบใน "อินไซด์ทีวี" เน้นทางด้านการให้ข่าวสาร ความรู้และความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ส่วนหน้าที่ในการโน้มน้าวใจนั้นมิอาจตัดสินได้ว่าคอลัมน์ชุบชิบของ "อินไซด์ทีวี" ต้องการมีอิทธิพลต่อผู้อ่านเพื่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งต้องทำการศึกษาในรายละเอียดโดยต้องดูภูมิหลังและปัจจัยต่าง ๆ ในการดำเนินงานของหนังสือประกอบจึงจะเห็นความเด่นชัดในแง่การโน้มน้าวใจได้

สำหรับหน้าที่ทางสังคมของคอลัมน์ชุบชิบ หน้าที่ทางด้านการผูกยึดทางสังคมในส่วนนี้หากผู้อ่านมีการนำหัวข้อที่ได้จากการอ่านคอลัมน์ชุบชิบไปพูดคุยกับเพื่อน หรือบุคคลอื่น ๆ ซึ่งมีแนวความคิดใกล้เคียงกัน ก็จะเป็นการตอกย้ำและผูกยึดให้เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เป็นกลุ่มเดียวกัน หัวข้อสนทนาที่ได้จากคอลัมน์ชุบชิบในหนังสือพิมพ์นับเป็นแรงผลักดันอย่างหนึ่งให้คนเรา

มีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น และก่อให้เกิดการผูกยึดในสังคมขึ้น ในส่วนของการควบคุมทางสังคม (Social Control) และสังคมประกิต (Socialization) เป็นการควบคุมให้สมาชิกอยู่ในกรอบ บรรทัดฐานที่สังคมวางเอาไว้ หากมองในจุดนี้จะเห็นได้ว่า คอลัมน์ซุบซิบมีส่วนสำคัญต่อการควบคุมคนในสังคมและสังคมประกิต โดยเฉพาะ สังคมในหมู่ของคนที่เป็นคนโดดเด่นในวงสังคมอย่างดารานักร้อง นักแสดง เพราะถ้าหากบุคคลดังกล่าวทำตัวไม่เหมาะไม่ควร ไม่สอดคล้องกับบรรทัดฐาน ถือว่าเป็นการประพฤติผิดบรรทัดฐาน และค่านิยมของคนในสังคม ซึ่งมีโทษมากน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับความสำคัญของบรรทัดฐานนั้น บางคนทำอะไรแปลก ๆ แต่ไม่ถึงกับทำผิดศีลธรรม หรือทำให้คนอื่นเดือดร้อนเสียหาย การลงโทษไม่มีแต่จะออกมาในรูปของการซุบซิบนินทา และหากบุคคลบางคนได้ประพฤติผิดขนบธรรมเนียมประเพณี หรือผิดศีลธรรม ตลอดจนผิดแผกไปจากบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคม ในลักษณะเช่นนี้ถือว่าเป็นความผิดรุนแรงกว่าลักษณะแรก สมาชิกของสังคมจะซุบซิบนินทา และอาจจะแสดงท่าทีรังเกียจออกมาอย่างออกนอกหน้า หลายคนอาจจะเลิกคบหาสมาคมด้วย และสำหรับ "อินไซด์ทีวี" ก็ได้กระทำหน้าที่ในการควบคุมคนในสังคม ให้ประพฤติปฏิบัติตามแบบแผนของสังคม ผู้ใดล่วงละเมิดก็จะถูก "อินไซด์ทีวี" นำมารายงานตีแผ่ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ หากบุคคลเหล่านั้นยังไม่ปรับปรุงความประพฤติของตนเองก็จะถูกคนสังคมตราหน้า และไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม โดยเฉพาะประชาชนซึ่งถือว่าเป็นบุคคลสำคัญคนหนึ่งในการประกาศิตให้ดาราคนนั้น ๆ เป็นดาราเด่นเจิดจรัสแสงในวงการบันเทิงหรือเป็นเพียงดาวตกที่มิอาจส่งประกายความเด่นให้ผู้อื่นได้ชื่นชม

<u>ตัวอย่างคอลัมน์</u>

<u>ฟังหูไว้หู</u> (อินไซด์ทีวี 2, 100 : 10)

สำนักข่าว "ฟังหู-ไว้หู" จุกกรู-กระตู้วู้ยิปปี้ ๆ ๆ (อีกแล้ว

หนนี้สาธุชนพึงสดับขยับโบกรถน้ำมันถล่นหาเรื่องมาให้อ่านกันอีกแล้ว

หนนี้เป็นรับฟังเต็ม 2 รูหูถึงแม่ (สาวใหญ่) ของดาราใหม่ รุกไล่ตั้งท่าขายลูกสายกินเพลินชิวหา?

อะฮ้า--ลูกสายหลายคนแย้มยลขายดี พอมีลูกสาวเป็นดารา "ใหม่" ในวงการสาบานเถอะเธอก็กะขายแบบไม่อายฟ้าดิน

หอมกลุ่มดาราหนังไทยไม่กี่เรื่อง คิดเพื่องเป็นผู้อำนวยการสร้าง แล้วก็ง้างไปหาเสียใหญ่ "ใจถึง" (และชอบฉิ่งเดียงเดียวกะดาราสาวพราวเสน่ห์)

ทำทีขอกู้เงินมาสร้างหนัง 2 ล้าน! แล้วก็เบิกประจาน--แก้มบานบอกยกลูกสาวให้พาไปไหนก็ได้ (ตามใจปรารถนา) ฟู่ฟ่าๆๆ !?!

คิดว่าได้แหงแก๋ แต่แล้วก็เหลวเป๋ว เมื่อเสี่ยเกิด "ไม่แน่ใจ" รุกไล่กริ่งกร้าง สอบถามไปยังต้นสังกัด โอ้โฮ--ความแตกเลย!?

ต้นสังกัดรู้ก็ยิ้วะ--แม่อย่างนี้มีด้วยหรือวะ?!

ผลสุดท้ายดาราใหม่อนงค์นึกก็เห้งเต้ง--กระเด้งหลุดยวง

ผลพวงจะยังไงต่อไปอย่าไปรู้เลยเนาะ?!

เกาะขอบไม้กลางทะเล-- เห่เรือได้เวลานี้ก็คือ--คุณแม่ดาราใหม่ยังมีหัวใจ "ใช้เงิน" ตักตวงสิ่งที่ตนหวังจะได้!!

ชัดช้า--ทุ่มเงินอีกแสน แอ่นแอ้นจะให้ลูกสาวคว้าตุ๊กตาทอง ดาราน้าให้จึ่งหนับ

ลูกยับเยินโลกีย์คาวยังไง--ตัวใครตัวมัน!?!

แต่ลูกสาวจะต้องพราวดาราน้าเยี่ยม ผลสรุปตุ๊บป่อง-ผ่องถ่ายไม่ออก

เพราะปิอกไพ่ตาบี้ได้ทีแค่ "ดารา..." (ไม่ผ่องใส) เสียไปแสน แต่แค่นให้คนอื่นยอดเยี่ยม

น้าตาเปี่ยมเบ้าก็เลยสะเด่าต่อหน้าคอลัมน์นิสต์ชื่อดัง--ปล่อยโฮดัง ๆ อย่างช้าใจ!

อย่ารู้เลยใครคือดาราใหม่ และใครคือคุณแม่ขายลูกสาว--พราวน้าตา

รูแต่เพียงว่า-ขายสองล้าน!! สานเงินแสนเพื่อซื้อรางวัลให้ลูก?! ผูกเป็นเรื่องสั้น-ปั้นเป็นบทละคร "ฟังหู-ไว้หู" กระตู้วู้ให้คิดกันเพลินต้นปี-- เจ้าข้าเอ๊ย!!

ในทางกลับกันหากบุคคลนั้น ๆ วางตำแหน่งตัวเองเหมาะสมก็จะได้รับการยกย่องสรรเสริญ และได้รับกล่าวขวัญในทางที่ดี อันจะส่งผลต่อการประกอบอาชีพของคน ๆ นั้นให้เจริญรุดหน้า และเป็นที่ยอมรับของประชาชน นอกจากควบคุมความประพฤติดังกล่าวแล้วยังเป็นการอบรมสั่งสอน และชี้แนะแนวทางในการปฏิบัติตัวของดารา หรือนักร้องอีกด้วย จากที่ได้พบเห็นในคอลัมน์ซุบซิบของ "อินไซด์ทีวี" ก็เป็นการกล่าวชี้แนะในเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งตัวดารา นักร้องนักแสดง ในเรื่องการทำงาน ให้รู้จักปฏิบัติหน้าที่อย่างรอบ

คอบ ให้เป็นคนตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ต่ออาชีพของตนเอง และการรับผิดชอบต่อการกระทำ โดยมิใช่ปัดความผิดของตนให้พ้นตัวและรับแต่ความชอบสถานเดียว

ในส่วนสุดท้าย คือ เรื่องของการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) จากลักษณะของสังคมไทยเรา คนไทยอยู่ในสังคมที่มีการเลื่อนชั้นทางสังคม (Soical mobility) สูงพอสมควร (มนตรี เจนวิทย์การ 2526: 214) ทำให้คนที่อยู่ต่ำกว่ามองคนที่อยู่ในฐานะสูงกว่าเป็นตัวอย่าง เกิดการเลียนแบบ อยากรู้อยากเห็น และเกิดการอิจฉาริษยา เนื่องจากมีความคิดว่าสักวันหนึ่งโชคคงเข้าข้างตนเองบ้าง โอกาสที่จะได้เข้าเป็นคนชั้นสูงได้ก็โดยการอาศัยการศึกษา รับราชการหรือการประสบความสำเร็จทางด้านอื่น ๆ เมื่อสังคมมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง รูปแบบของการซุบซิบนินทาก็เปลี่ยนไปด้วย กล่าวคือในสังคมไทยปัจจุบันคนที่ถูกซุบซิบนินทาจะไม่เป็นที่รู้จักเป็นการส่วนตัวกับผู้อ่าน แต่เราจะรู้จักคนที่กำลังถูกกล่าวขวัญถึงโดยผ่านทางสื่อมวลชน ซึ่งผิดกับการซุบซิบนินทาในสมัยก่อนที่ผู้กำลังถูกพูดพาดพิงถึงจะเป็นที่รู้จักกันดีของคนในกลุ่ม หรือของสังคม เพราะสังคมในยุคสมัยนั้นยังเป็นสังคมที่ไม่กว้างขวางนัก หากมีเรื่องราวอันใดเกิดขึ้นในสังคมจะได้รับการโจษขานจนรู้กันไปทั่ว แต่สังคมไทยในปัจจุบันเป็นสังคมขนาดใหญ่ ผู้คนมิอาจรู้จักกันได้หมดต้องอาศัยสื่อมวลชนในการกระจายเผยแพร่ข่าวสาร และจากการที่สังคมมีการขยายตัวไปมากความเหลื่อมล้ำต่าง ๆ ย่อมสูงเป็นเงาตามตัว ช่องว่างระหว่างคนชั้นสูงกับคนชั้นกลางหรือชนชั้นแรงงานยิ่งห่างกว้าง ดังนั้นเรื่องราวของคนเด่นดังในสังคมเท่านั้นที่สามารถปรากฏอยู่ในสื่อมวลชน และคอลัมน์ซุบซิบเกี่ยวกับคนสำคัญก็เป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งที่เสนอเรื่องราวของชนชั้นสูง ทว่ากลุ่มคนอ่านมักจะเป็นคนชนชั้นรองลงมานั่นคือ ชนชั้นกลางหรือชนชั้นต่ำ เนื่องจากต้องการทราบเรื่องราวของคนในชั้นที่เหนือกว่าตนว่ามีวิถีชีวิตเช่นไร มีความเป็นอยู่อย่างไร ความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของคนอื่น ๆ เป็นไปอย่างใดโดยเฉพาะพวกที่เด่นดังในวงสังคม อย่างพวกดารานักแสดงต่าง ๆ ก็เป็นบุคคลกลุ่มหนึ่งที่ประชาชนให้ความสนใจใคร่รู้ว่าบุคคลเหล่านี้ดำเนินชีวิตอย่างไร ประสบปัญหา หรือทำอะไรเป็นๆ เชยๆ เหมือนเราหรือเปล่า คอลัมน์ซุบซิบใน "อินไซด์ทีวี" เหล่านี้สามารถตอบสนองในส่วนของการนำข่าวสารเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับตัวผู้อ่าน ถ้าหากสิ่งใดเป็นสิ่งที่บุคคลนั้นกระทำและตรงตามความชอบของผู้อ่านก็อาจเกิดการเลียนแบบได้ซึ่งเป็นการส่งผลในทางที่ดีกับผู้อ่าน ถ้าหากสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ดี และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

สำหรับ "อินไซด์ทีวี" เป็นหนังสือพิมพ์บันเทิง ซึ่งวางตำแหน่งตนเองว่าเป็นหนังสือประเภทซุบซิบ (Gossip) ดังนั้นจึงได้มีการบรรจุคอลัมน์ซุบซิบไว้เป็นเนื้อหาส่วนหนึ่ง และเป็นเนื้อหาเด่นของหนังสือ โดยที่คอลัมน์ซุบซิบของ "อินไซด์ทีวี" มีทั้งเรื่องซุบซิบเกี่ยวกับวงการทีวีรวมทั้งทางด้านการเมืองด้วย แม้ว่าจุดยืนของ "อินไซด์ทีวี" จะเน้นเสนอเรื่องราวของวงการบันเทิง ทั้งที่อยู่ในแวดวงจอแก้ว และจอเงิน ทว่าหาได้ปราศจากเรื่องราวเกี่ยวกับวงการอื่นไม่

> เมื่อมีคอลัมน์ซุบซิบหลายคอลัมน์ อันนี้มันเป็นธรรมชาติของหนังสือซุบซิบ (Gossip) ช่องใครช่องมันก็มีความเคลื่อนไหวของแต่ละคน ถ้ารวมกันมันเป็นไปไม่ได้ แต่ละแวดวงมันมีความเคลื่อนไหวเยอะ ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับคน คนทั่วไปอยากรู้ เขาใช้รถอะไร นี่คือ อินไซด์ทีวี (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

จากการศึกษา "อินไซด์ทีวี" ปรากฏว่า เนื้อหาสาระที่นำมาเขียนซุบซิบนั้นเป็นข่าวสารเรื่องราวทั้งในแง่เรื่องส่วนตัว และการปฏิบัติหน้าที่การงานของบุคคลมีชื่อ ปรากฏอยู่ในคอลัมน์ซึ่งสามารถหาอ่านได้จากคอลัมน์ต่าง ๆ มากมาย ถ้าหากใครอยากทราบเกี่ยวกับการซุบซิบนักร้องที่ชื่นชอบรวมทั้งนักดนตรี และวงการเพลงก็สามารถหาอ่านได้จากคอลัมน์ "ผู้คนและดนตรี" ตัวอย่างข้อความที่ปรากฏในคอลัมน์ "ผู้คนและดนตรี"

** อ้าว... นึกว่า ยุ้ยญาติเยอะคนเดียว เบิร์ดก็ญาติเยอะเหมือนกันแฮะ! ไอ... ก็พี่แกเล่นเรียกมิตรรักนักแฟนเพลงเป็น...ญาติ ๆ ของเบิร์ด อ้อนอย่างนี้คงอยู่ได้อีกนานแต่อยากฝากถึงเบิร์ดนิดนึง เวลาขึ้นคอนเสิร์ตน่ะ...พูดให้มันน้อย ๆ หน่วย ราคาญ!!! (อินไซด์ทีวี 3,105 : 15)

ในทางเดียวกันถ้าเราใครอยากทราบเรื่องราวของดาราหรือคนในวงการบันเทิงทั่วไป คอลัมน์ที่เปิดกว้างเพื่อตอบสนองความต้องการของคนอ่านในส่วนนี้ ก็คือ คอลัมน์ "ฟังหูไว้หู" คอลัมน์ "ดักฟัง", คอลัมน์ "ปฏิกริยา", คอลัมน์ "ข่าวกรองข่าวกวน" หรือคอลัมน์ "ยิ่งยงหยิกทีวี" เป็นต้น คอลัมน์ต่าง ๆ เหล่านี้มีระดับความลุ่มลึกในการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกันไปตามแต่ละคอลัมน์ บางคอลัมน์เจาะลึกเบื้องหลังข่าวของดาราคนเด่นดังในวงการบันเทิง บางคอลัมน์เป็นเพียงเขียนทำนองหยิกแกมหยอกไม่รุนแรง ทั้งในเรื่องส่วนตัว เรื่องครอบครัว และเรื่องทางด้านการแสดงเช่นเดียวกันกับ คอลัมน์ซุบซิบวงการดนตรี ตัวอย่างคอลัมน์

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คอลัมน์ปฏิกริยา

o คนหน้าจอ - ก็กลายเป็น "ปฏิกริยา" ลูกโซ่ เมื่อโห่ฮา ที่สุดแห่งปีจี้ไชถึงพิธีกร เกมโชว์ที่ไม่ตรงเวลาที่สุด!? อุตลุด เป๊กพ่อไปที่ บิลลี่ โอแกน หนุ่มไทยซื่อฝาหรั่ง!? ตะโกนตัง ย้อนกลับจากวิก 7 สี ที่ยืนอยู่บนขอบเวที "นาทีทอง--- เงินไหลมา" ต่างก็จี้จำภาษาเดียวกับว่า เจ๋งเป้ง!! บรรเลงตามติดอีกหมัดก็คือ...ยักยอแบบคนไม่รักษาเวลา--จะก้าวหน้าในชีวิตอย่างไรได้?! เอ้าบิลลี่ เก็บไปคิด และปรับตัว ซะ!? (อินไซด์ทีวี 2,95: หน้า 18)

หากสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวของเจ้าหน้าที่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เราสามารถติดตามข่าวคราวได้จากคอลัมน์ข่าวสังคมของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้แก่ คอลัมน์ "ที่นี่หนองแขม", คอลัมน์ "เกะกะสนามเป้า", คอลัมน์ "หลังคาดลาดหมอชิต" และคอลัมน์ "จากหนูจุกถึงโค้งอโศก" คอลัมน์ต่าง ๆ เหล่านี้ช่วยแรก ๆ ของการนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏส่วนใหญ่เป็นเรื่องของบุคลากรของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ผู้อยู่เบื้องหลังการผลิตรายการภายหลังมีการปรับเปลี่ยนมานำเสนอเกี่ยวกับดาราหรือพิธีกรแทน อย่างไรก็ตามแม้ว่าคอลัมน์ซุบซิบโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหามุ่งเน้นทางด้านดารา แต่ทว่าคอลัมน์ซุบซิบเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ยังคงยึดแน่นอยู่กับการเสนอเรื่องราวของบุคลากรทุกระดับชั้นของทางสถานี ทั้งนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มีความโดดเด่นทางด้านการนำเสนอรายการประเภทต่าง ๆ อาทิ รายการละคร เพลง เกมโชว์ เป็นต้น ซึ่งรายการเหล่านี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับดารานักร้อง นักแสดง เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงส่งผลต่อการเสนอเนื้อหาในคอลัมน์ซุบซิบเหล่านี้ให้ต้องนำเสนอเรื่องราวข่องดารา หากยังคงรูปแบบเดิมผู้อ่านส่วนใหญ่คงไม่ให้ความสนใจคอลัมน์ซุบซิบเหล่านี้ เพราะบุคคลที่มีชื่อปรากฏในคอลัมน์ผู้อ่านไม่รู้จักมักคุ้นจึงไม่อยากทราบเรื่องราวของบุคคลเหล่านั้นมากนัก ส่วนคอลัมน์จากหนูจุกถึงโค้งอโศกนั้น จำเป็นจะต้องเสนอข่าวสารของบุคลากรภายในโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทั้งนี้เนื่องจากรายการของทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่โดดเด่นเท่ารายการของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นต่อเมื่อมีการบุกเบิกละครแนวใหม่ที่สะท้อนภาพชีวิตประชาชนคนเดินดินธรรมดาที่ใกล้เคียงชีวิตจริงในปัจจุบัน ซึ่งนับได้ว่าช่วยปลุกให้รายการของสถานีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตื่นตัว รวมทั้งมีการจัดทำละครจากกลุ่มผู้ผลิตต่าง ๆ เรื่องราวที่นำมาซุบซิบจึงมีเรื่องของรายการ ดารา และฝ่ายผลิตรายการต่าง ๆ ผู้อ่านข่าว ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากรายการข่าวของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้มีการปรับปรุงแนวการนำเสนอจนเป็นรายการยอดนิยมที่ประชาชนยากที่จะพลาดการติดตามชม

หากมองในแง่ความถี่ของการนำเสนอเนื้อหาแล้วคอลัมน์ซุบซิบ เกี่ยวกับบุคลากรของทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ยังคงเน้นน้ำหนักไปทางบุคลากรของสถานีมากกว่าดารา นักร้อง นักแสดง อย่างเห็นได้เด่นชัด

ตัวอย่างคอลัมน์

ที่นี่หบองแขม

: ใคร ๆ จะซ่าส์เกินสาวเล็ก "วรัญญา วรากร" เป็นไม่มีแล้ว วันไปลุ้นเกม 50/50 อัดเทป สาวเล็กเดินตามหนุ่ม "สิวะ แตรสังข์" แทบทุกแห่งพร้อมทำท่าทะเล้นกับผองเพื่อนว่า อยากจะรู้เดียงสาจ้ะ!! (อินไซด์ทีวี 2,104: หน้า 9)

ข่าวแวดวงกีฬาสนับว่าเป็นข่าวที่ได้รับความนิยมข่าวหนึ่งของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และมักจะอยู่ประจำตรงหน้ารองสุดท้ายของหนังสือ หลักของการเสนอนั้นครอบคลุมเอาไว้หมดไม่ว่าจะเป็นกีฬาทั่ว ๆ ไป เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล มวย ฯลฯ ในบางฉบับมีกีฬาม้าแข่งขันด้วย สำหรับ "อินไซด์ทีวี" ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์บันเทิง ก็หาได้ละเลยการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาโดยการนำเสนอนั้นเน้นทางด้านรายการกีฬาที่เสนอฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ บทความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวงการกีฬา และรายการกีฬา รวมทั้งคอลัมน์ซุบซิบวงการกีฬา คอลัมน์ดังกล่าวจะเขียนซุบซิบทั้งในส่วนของรายการ คนทำรายการและผู้เกี่ยวข้องกับรายการกีฬาช่องต่าง ๆ โดยใช้ชื่อคอลัมน์ว่า "ซุบซิบกีฬาจอตู้" ดังจะยกตัวอย่างคอลัมน์ดังนี้

: เริ่มซุบซิบ-หยิบ ผู้กำกับรายการถ่ายทอดสด บอลคิงส์คัพ นัดเปิดสนามนิดนึง ผู้บรรยายดีเด่นโทรทัศน์ทองคำ "ย.โย่ง" หรือ เอกชัย นพจินดา บรรยายว่า คุณทวีรักษ์ยังนอนเจ็บอยู่หน้าประตูโอมาบ--แต่ไม่มีภาพให้ดู!? คราวหน้าต้องระวังหน่อยนะ? (อินไซด์ทีวี 2,55: 17)

คอลัมน์ซุบซิบหรือข่าวสังคมใน "อินไซด์ทีวี" มีจำนวนมาก และแต่ละคอลัมน์มีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันไปตามบุคลิกของแต่ละคอลัมน์ ดังเช่น คอลัมน์ซุบซิบเกี่ยวกับวงการเพลง ดารา วงการโทรทัศน์ และวงการบันเทิงอื่น ๆ แต่ส่วนหนึ่งที่คล้ายคลึงกันก็คือ เน้นการเขียนในท่วงทำนองหยิกแกมหยอกมากกว่าที่จะเขียนเปิดโปงให้ดาราหรือบุคคลนั้น ๆ เกิดความเสื่อม

เสียเชื่อเสียง จะเห็นได้ว่า เนื้อหาโดยส่วนมากเขียนในเชิงชุบชิบลักษณะนิสัย การวางตัว หรือการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคลที่มีชื่อปรากฏอยู่ในคอลัมน์ บางครั้งเขียนในลักษณะให้แง่คิดสะกิดดารา หรือบุคคลให้ทราบว่าคนอื่นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคน ๆ นั้นอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นการตักเตือนให้ปรับปรุงตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและกาละเทศะ แต่ในบางคอลัมน์มีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวบุคคลที่ตกเป็นข่าวในทำนองอื้อฉาวผู้เขียนจะใช้วิธีการหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงชื่อเสียงเรียงนามโดยตรง โดยจะเขียนออกมาในลักษณะบอกกล่าวรายละเอียด รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านสามารถคาดเดาเหตุการณ์ได้ว่าบุคคลที่กำลังถูกกล่าวขวัญถึงนั้นเป็นผู้ใด หากมีการนำเสนอชื่อออกมาตรง ๆ อาจถูกฟ้องร้องในข้อหาหมิ่นประมาทได้ อย่างไรก็ตาม ความน่าเชื่อถือในคอลัมน์ดังกล่าวก็อาจจะเบาบางลงได้ เนื่องจากผู้อ่านอาจคิดว่า หากเป็นเรื่องจริงแล้วผู้เขียนน่าจะรายงานข้อเท็จจริงให้ผู้อ่านได้ทราบ ไม่ควรอ้อมค้อม

"อินไซด์ทีวี" บรรจุคอลัมน์ชุบชิบสังคมมากมายดังกล่าวมาแล้ว หากแต่ว่าในความหลากของประเภทเราจะพบว่า ท่ามกลางความหลายหลายของคอลัมน์สิ่งที่เหมือนกันอีกอย่างหนึ่งก็คือ เนื้อหา ที่กล่าวเช่นนี้ก็เนื่องจากว่า ถ้าเราลองแยกแยะเนื้อหาของคอลัมน์ชุบชิบหรือข่าวสังคมจะเห็นว่าคอลัมน์ชุบชิบเน้นการเสนอเรื่องเกี่ยวกับตัวบุคคล นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาครบครันนั่นคือ มีทั้งเนื้อหาให้ความบันเทิง มีข่าวประชาสงเคราะห์ การเหน็บแนมวิพากษ์วิจารณ์ การให้ข้อเท็จจริงใหม่ ๆ ที่ไม่ปรากฏในข่าว ข่าวสารเหล่านี้คนเรามักชอบอ่านและอยากรู้อยากเห็นเรื่องของคนอื่นนั้นประการหนึ่ง และยังชอบเห็นชื่อของตนเองปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์นั้นประการหนึ่ง ฉะนั้นข่าวประเภทนี้จึงมีผู้อ่านมาก ทั้งคนที่ชอบรู้เรื่องราวของคนอื่น และบุคคลที่ตกเป็นข่าวเองด้วย

มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช (อ้างใน ราเชนทร์ วัฒนปรีชากุล 2531: หน้า 443) กล่าวถึงข่าวสังคมไว้ว่า "ข่าวสังคมนั้น มีผู้อ่านมาก ทั้งคนที่ชอบรู้เรื่องของคนอื่นและเจ้าตัวที่มีชื่อลงหนังสือพิมพ์นั้น... ยิ่งลงชื่อบุคคลไปได้มากเท่าไร คนที่ซื้อหนังสือพิมพ์ก็จะมากขึ้นไปตาม ฉะนั้นข่าวสังคมจึงไม่จำเป็นต้องมีสาระอย่างอื่นมาก แต่มีชื่อของบุคคลลงไว้ให้มาก ๆ ก็พอ หากหนังสือพิมพ์ใดสามารถลงชื่อบุคคลได้ห้าร้อยคน หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นก็จะขายได้ห้าร้อยฉบับอย่างแน่นอน เพราะคนที่มีชื่อลงหนังสือพิมพ์นั้นจะต้องซื้อคนละไม่ต่ำกว่าหนึ่งฉบับ"

ดังนั้น เราจึงพออนุมานได้ว่าการที่ "อินไซด์ทีวี" ประกอบด้วยคอลัมน์ซุบซิบสังคมมาก เพราะต้องการกลุ่มผู้อ่านจำนวนมาก จะพบว่าแม้ในช่วงแรกของการดำเนินการหนังสือ "อินไซด์ทีวี" เน้นการเสนอเนื้อหาซุบซิบที่เกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่ของแต่ละสถานี ต่อมาในภายหลังมีการปรับเปลี่ยนเน้นการนำเสนอเรื่องราวของดารา พิธีกร และในบางฉบับหากไม่มีบุคคลโดดเด่นในรอบสัปดาห์ "อินไซด์ทีวี" จะเสนอเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของรายการของช่องต่าง ๆ แทนการปรับเปลี่ยนจากเจ้าหน้าที่มานำเสนอดารา เหตุผลหนึ่งเนื่องจาก การซุบซิบนินทาการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงนั้น หากกระทำบ่อยเข้าอาจเกิดผิดใจกัน และเจ้าหน้าที่ระดับสูงนั้น เป็นผู้ที่สามารถให้คุณให้โทษแก่ "อินไซด์ทีวี" ได้ ตลอดทั้งมีอำนาจในการควบคุมการรายงานข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับทางสถานีโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นส่วนของความเคลื่อนไหวภายในสถานี หรือความเคลื่อนไหวของตัวรายการก็ตาม หากเจ้าหน้าที่ระดับสูงดังกล่าวสั่งห้ามบุคลากรของทางสถานีให้ข้อมูลข่าวสารกับทาง "อินไซด์ทีวี" ก็เท่ากับว่า "อินไซด์ทีวี" ขาดแหล่งข้อมูล ในขณะที่เพื่อนร่วมอาชีพฉบับอื่นมีข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานีช่องนั้นๆ อยู่ในมือ นอกจากนี้การซุบซิบนินทาเจ้าหน้าที่ของทางสถานี อาจเป็นการก้าวก่ายการทำงาน และอาจก่อผลกระทบกระเทือนการดำเนินงานของทางสถานีก็เป็นได้ โดยเฉพาะภายใต้การดำเนินงานของรัฐบาล และอีกเหตุผลหนึ่งคงเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ของทางสถานีมีจำนวนไม่มากนัก และบุคคลเหล่านี้เป็นที่รู้จักกันแค่เฉพาะผู้ร่วมงานในสถานีเท่านั้น บุคคลเหล่านี้ไม่มีความโดดเด่นมากพอที่คนทั่วไปใคร่รู้จัก ดังนั้นความเคลื่อนไหวของบุคคลเหล่านี้ จึงมิได้เป็นที่สนใจของประชาชนมากเท่าที่ควร ผิดกับดารา คนดังต่าง ๆ ย่อมเป็นบุคคลที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจใคร่รู้ว่าดาราคนโปรดของตนขณะนั้นๆ ทำอะไรบ้าง มีเหตุการณ์อะไรที่เกี่ยวข้องกับดาราที่ตนชื่นชม

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเสนอเรื่องราวของบุคคลที่อยู่เบื้องหลังรายการโทรทัศน์ตลอดทั้งเจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้ลดจำนวนลงก็ตาม หากแต่ก็ยังคงมีการนำเสนอเรื่องราวบุคคลเหล่านี้ในคอลัมน์ซุบซิบอยู่บ้าง เนื่องจากบุคคลเหล่านี้นับเป็นกลุ่มผู้อ่านหนึ่งของ "อินไซด์ทีวี" เช่นเดียวกับสิ่งพิมพ์บันเทิงฉบับอื่นที่ยังคงมีการเสนอเรื่องราวของบุคคลภายในสถานีโทรทัศน์ แม้ผู้อ่านกลุ่มนี้จะไม่กว้างขวางเท่าใดนัก แต่ก็ยังดีกว่าจะปล่อยทิ้งไป และกลุ่มผู้อ่านในกลุ่มนี้ย่อมต้องติดตามอ่าน "อินไซด์ทีวี" อยู่เป็นเนืองนิจ เพราะไม่แน่ว่าอาจมีชื่อ

ของบุคคลดังกล่าวปรากฏอยู่ตามหน้าหนังสือพิมพ์ก็เป็นได้ หรืออย่างน้อยเพื่อนร่วมงานในสถานีโทรทัศน์อาจมีชื่อปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนอย่าง "อินไซด์ทีวี" ไม่วันใดก็วันหนึ่ง

จะเห็นได้ว่า "อินไซด์ทีวี" เน้นเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตัวบุคคลในรูปของคอลัมน์ซุบซิบ โดยเฉพาะการซุบซิบดารา ข่าวสารเกี่ยวกับดาราเหล่านี้ ถือว่ามีคุณค่าของข่าวในเรื่องความเด่นของบุคลากร (prominence) และการนำเสนอในแนวนี้สอดคล้องกับแนวความคิดเรื่อง "ปรากฏการณ์ของการเป็นดารา" (PHENOMENA OF STARS) ที่กล่าวไว้ว่า "กลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มพิเศษกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้รับการเรียกขานว่า "ดารา" (Stars) เป็นกลุ่มชนที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจ แม้ว่าพฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ของบุคคลกลุ่มนี้จะไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของสมาชิกในสังคม แต่พวกดาราก็มีอิทธิพลทางด้านจิตใจต่อสมาชิกในสังคมอย่างมาก และดาราเหล่านี้จะเป็นที่รู้จักของคนในสังคม ในขณะที่ดาราจะไม่ทราบว่าประชาชนเหล่านั้นเป็นใคร และดาราไม่มีสถานภาพและอำนาจในทางให้คุณให้โทษกับสิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์ ในกรณีที่สิ่งพิมพ์ประเภทดังกล่าวเขียนถึงดาราในแง่ลบ

ผู้รับสาร (Receiver)

เป้าหมายในการสื่อสารย่อมมุ่งหวังให้ผู้รับสารสนใจ และเข้าใจในเนื้อหาข่าวสารที่ผู้ส่งสารทำการส่งออกไป ผู้รับสารแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ สถานภาพทางสังคม และสถานภาพทางเศรษฐกิจ รวมทั้งจุดประสงค์ในการเปิดรับสื่อมวลชนก็แตกต่างกันไป บางคนเปิดรับข่าวสาร เพื่อต้องการทราบเรื่องราว เพื่อมีความรู้ความเข้าใจ และเพื่อให้เกิดความบันเทิง สำหรับ "อินไซด์ทีวี" ก็เช่นกัน ประกอบด้วยกลุ่มผู้อ่านหลากหลาย จากการสอบถามผู้อ่าน "อินไซด์ทีวี" ที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจากแผงหนังสืออ่านดิบแดน ตลอดจนการวิเคราะห์ของผู้วิจัยเอง สามารถแยกแยะผู้อ่านออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้อ่านที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์ ผู้อ่านกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และเป็นปัจจัยสำคัญของ "อินไซด์ทีวี" ที่ต้องดึงเอาไว้ให้ได้มากที่สุด ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นผู้ที่ชมชอบรายการโทรทัศน์เป็นอย่างยิ่ง ติดตามชมโทรทัศน์เป็นประจำ และเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจความ

เป็นไปของรายการโทรทัศน์แทบทุกประเภท รวมตลอดจนต้องการทราบถึงเบื้องหน้าเบื้องหลังรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่โทรทัศน์ไม่สามารถนำเสนอได้หมด จึงจำเป็นอยู่เองที่ต้องพยายามแสวงหาเนื้อหาข่าวสารจากสื่อมวลชนทางด้านอื่นมาตอบสนองความต้องการของตน และสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ก็มีบรรจุเอาไว้แล้วตามหน้าหนังสือพิมพ์ ทว่าเนื้อหาที่เสนอทางหนังสือพิมพ์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ เมื่ออินไซด์ทีวี อุทิศตนเองให้กับการเสนอเนื้อหาสาระทางด้านวงการบันเทิงได้มากมาย และครบครันกว่า จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้ติดตามชมรายการโทรทัศน์จะหันมาให้ความสนใจกับเนื้อหาของ "อินไซด์ทีวี" กลุ่มผู้อ่านในส่วนนี้จะใช้ "อินไซด์ทีวี" เป็นคู่มือในการรับชมรายการโทรทัศน์ และใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกชมรายการ เนื่องจากรายการเหล่านั้นบางครั้งเสนอฉายในเวลาเดียวกัน จึงต้องหาสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกชมรายการ นั่นคือ "อินไซด์ทีวี" นั่นเอง โดยการติดตามจากตารางรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เรื่องย่อรายการ และเบื้องหลังการถ่ายทำและผลิตรายการ ซึ่ง "อินไซด์ทีวี" จะนำมาเสนอให้ทราบตลอดทั้งสัปดาห์ เพื่อเป็นแนวทางในการรับชมรายการให้ได้รสชาติ อีกทั้งยังได้ทราบเรื่องราวของรายการต่าง ๆ ได้ก่อนล่วงหน้า และสามารถทดแทนเนื้อหาที่ขาดหายไปจากการพลาดชมรายการได้

> ก็ช่วยให้ข้อมูลในการดูรายการทีวี... บางครั้งไม่ได้ดูรายการ เพราะไม่ว่างก็หาอ่านจาก "อินไซด์ทีวี" (ผู้อ่าน, สัมภาษณ์)

> ชอบอ่านเบื้องหลังการถ่ายทำนะ สนุกดี และชอบอ่านเรื่องย่อจะได้รู้เรื่องก่อนคนอื่น (ผู้อ่าน, สัมภาษณ์)

> ผมได้ติดตามอ่านอินไซด์ทีวีมานาน ดีมาก ได้รู้เรื่องราวล่วงหน้าของวงการทีวี... (อินไซด์ทีวี 3,137: หน้า 4)

2. <u>กลุ่มผู้อ่านที่ชมชอบดารา</u> ในกลุ่มนี้มีมากพอสมควร เป็นกลุ่มที่ชอบติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของดารา ทั้งเรื่องเกี่ยวกับชีวิตครอบครัว และผลงานการแสดงของดาราที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ ผู้อ่านกลุ่มนี้มีความกระหายใคร่รู้มากยิ่งขึ้นถ้าหากมีข่าวดาราที่ตนโปรดปรานขึ้นพาดหัวข่าว หรือลงข่าวหน้าหนึ่ง หรือปรากฏออกมาในลักษณะของภาพโปสเตอร์ ภาพ

ปฏิทินดาราที่แจกแถมมากับหนังสือ นับได้ว่า "อินไซด์ทีวี" ตอบสนองจุดนี้ได้ดี ซึ่งสื่ออิเลคโทรนิคอย่างโทรทัศน์มิอาจกระทำได้

ตัวอย่างจดหมายที่เขียนเข้ามายัง "อินไซด์ทีวี"

ได้ข่าวว่าพี่ปุ๋เข้าโรงพยาบาล ใจไม่ดีเลยค่ะ ฝากบอกพี่ปุ๋ด้วยว่า ขอให้พี่ปุ๋สุขภาพแข็งแรงมาก ๆ ชอบพี่ปุ๋มาก ๆ ตอนนี้กำลังรอเทปชุดใหม่ของพี่ปุ๋อยู่ (อินไซด์ทีวี 3,121: หน้า 4)

ขอที่อยู่หวานใจของเรา "ธีรพงษ์ เหลียวรักวงศ์" รู้สึกดีใจมากที่หมู่นี้อินไซด์ทีวี มีข่าวเขาลงน้อย ๆ ขอให้ลงบ่อย ๆ อย่างนี้เสมอไปนะคะ (อินไซด์ทีวี 31,137: หน้า 4)

ชอบเบิร์ด (ธงไชย) มากค่ะ ถ้าฉบับไหนมีข่าวเบิร์ดจะซื้อทุกฉบับเลย"
บอกพี่ตั๊วด้วยว่า พี่ตั๊วน่ารักมาก นัดรักพี่ตั๊วที่สุด... (อินไซด์ทีวี 2, 89 : 4)

3. <u>กลุ่มผู้อ่านที่เป็นดารา</u> กลุ่มผู้อ่านในส่วนนี้อ่าน "อินไซด์ทีวี" เพื่อต้องการทราบถึงภาพพจน์ของตนเองที่นำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน เพื่อต้องการทราบว่าสื่อมวลอย่าง "อินไซด์ทีวี" มีปฏิกริยาต่อตัวเองทางด้านบวก หรือด้านลบมากน้อยเพียงใด เป็นเสมือนกระจกที่สะท้อนภาพดาราคนนั้นว่าเป็นอย่างไร จากมุมมองของสื่อมวลชน รวมทั้งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อดารา โดยผ่านทางคอลัมน์ตอบปัญหา และคอลัมน์แสดงความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อวงการบันเทิง นอกจากนี้ในส่วนของตัวดาราเอง ยังต้องการทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวของเพื่อนดารา รวมทั้งวงการมายาว่ามีความคืบหน้าไปถึงไหน หรือมีอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้าง

...ดาราบางคน เจอหน้าที่ร้องบอกว่า แหม อินไซด์ทีวี เล่นหนูชะแรงเลย
(ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

4. <u>กลุ่มผู้อ่านที่เห็นพาดหัวข่าว</u> หรือข่าวที่น่าสนใจในฉบับนั้น ๆ เป็นไปได้ที่กลุ่มผู้อ่านของ "อินไซด์ทีวี" ย่อมมาจากบุคคลที่พบเห็นปกหน้าของ "อินไซด์ทีวี" แล้วตัดสินใจเลือกซื้อจากแผงหนังสือ เนื่องเพราะลีลาการพาดหัวที่หวือหวาเร้าอารมณ์ความรู้สึก ภาพประกอบที่ชวนตา กอปรกับเนื้อหาข่าวที่ตรงตามความสนใจของผู้พบเห็น ย่อมสามารถเรียกเงินจาก

กระเป๋าผู้อ่านที่เป็นขาจรได้ส่วนหนึ่ง ผู้อ่านกลุ่มนี้จะซื้อ "อินไซด์ทีวี" เพียงบางฉบับเท่านั้น มิได้ติดตามซื้ออ่านเป็นประจำ เรียกได้ว่าอาศัยความอยากอ่านเนื้อหาข่าวเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อในแต่ละคราว และจากการสัมภาษณ์ผู้อ่านบางคน พบว่า "...จะซื้ออินไซด์ต่อเมื่อมีข่าวที่ตัวเองสนใจอย่างตอนที่คร. สมเกียรติหายไปจากโต๊ะอ่านข่าวก็อยากรู้ว่าเป็นเพราะอะไร ก็เลยซื้ออ่าน" (ผู้อ่าน, สัมภาษณ์)

5. <u>กลุ่มผู้อ่านที่อยู่ในส่วนของการผลิตและการเผยแพร่</u> กลุ่มนี้รวมทั้งฝ่ายผลิตรายการที่เป็นเจ้าหน้าที่ของสถานี กลุ่มผู้ผลิตรายการอิสระ และผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ การติดตามข่าวสารใน "อินไซด์ทีวี" นับได้ว่ามีส่วนในการสะท้อนให้ผู้ที่เป็นเจ้าของสถานี รวมทั้งผู้สร้างสรรค์ชิ้นงานรายการต่าง ๆ ได้ตระหนักถึงผลงานของตนที่นำเสนอสู่สายตาประชาชนว่าเป็นที่ถูกอกถูกใจของผู้ชมรายการมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้โดยใช้ "อินไซด์ทีวี" เป็นดัชนีตัวหนึ่งในการชี้นำ ในการปรับปรุงคุณภาพของรายการประสิทธิผลในการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ จุดอ่อนจุดแข็งในการบริหารงานของสถานีโทรทัศน์ในเรื่องของการจัดสรรเวลา และการนำเสนอรายการของทางสถานี ทั้งสถานีที่อยู่ภายใต้ความดูแลของหน่วยงานของรัฐ และสถานีที่รัฐให้เอกชนเช่าช่วงดำเนินการ นอกจากนี้ทางฝ่ายผู้ผลิตรายการและทางสถานีโทรทัศน์ยังสามารถใช้ "อินไซด์ทีวี" เป็นแหล่งในการระบายข่าวสารข้อมูลในการดำเนินการต่าง ๆ ของสถานี ตลอดทั้งเป็นกระบอกเสียงให้ได้ในบางกรณีอีกด้วย

6. <u>กลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้รับบริการ</u> ผู้ต้องการรับบริการจาก "อินไซด์ทีวี" มีทั้งผู้ที่ต้องการรับบริการในเรื่องส่วนตัว และต้องการรับบริการ เพื่อต้องการทราบเรื่องราวของดาราและวงการบันเทิง กล่าวคือ จากคอลัมน์ที่นำเสนอใน "อินไซด์ทีวี" พบว่ามีการเปิดคอลัมน์เพื่อตอบปัญหาให้กับผู้อ่าน ปัญหาที่มีการถามไถ่กันมาเป็นปัญหาในเรื่องส่วนตัวของผู้อ่านเอง "อินไซด์ทีวี" ก็ได้ตอบสนองในส่วนนี้ด้วยการทำนายโชคชะตาราศีเกิดเป็นแบบรวม ๆ ซึ่งผู้อ่านทุกคนสามารถทราบดวงชะตาของตนเองได้จากการอ่านคอลัมน์ทำนายโชคชะตา สำหรับผู้อ่านในบางส่วนต้องการรับบริการในเรื่องของเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ และการรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพ ก็จะมีการถามคำถามเรื่องเกี่ยวกับการซ่อม การตั้งเสาอากาศ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้อ่านบางคนที่ต้องการให้ "อินไซด์ทีวี" แสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับดาราที่ตนชื่นชอบว่า

อาศัยที่ใด ถ้าอยากติดต่อกับดารา เหล่านี้จะติดต่อได้อย่างไร ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างจดหมายที่ผู้อ่านได้เขียนเข้ามายัง "อินไซด์ทีวี"

> ขอที่อยู่ หนุ่ย ไมโคร หน่อยค่ะ และขอเบอร์โทรศัพท์ด้วย...ขอที่อยู่พี่ตุ้ม...พี่ปุ๊ด้วยค่ะ (อินไซด์ทีวี 3,114: หน้า 5)

> ช่วยประชาสัมพันธ์ให้กระผมหน่อย บริษัทใดที่อยากได้นักแสดงวัย 16 ปี ผิวดำแดง ผ่านเวทีการแสดงมามากมาย แสดงได้ทุกบทบาท ร่างสูง นิสัยกระเดียดไปทางผู้หญิง ส่งจดหมายมาที่ เอ... (อินไซด์ทีวี 3,137: หน้า 4)

7. <u>กลุ่มผู้อ่านที่เป็นเด็ก</u> แม้ "อินไซด์ทีวี" จะเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทบันเทิงที่เสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแวดวงโทรทัศน์ โดยส่วนใหญ่แล้วย่อมมุ่งเสนอเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการอยากเห็นของกลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้ใหญ่ ทว่า "อินไซด์ทีวี" ก็มิได้ละเลยการเสนอเนื้อหาเพื่อกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเด็ก ทำให้ดูเหมือนว่า "อินไซด์ทีวี" ก็เหมาะที่จะเป็นหนังสืออ่านสำหรับครอบครัวด้วย แม้กลุ่มเด็กจะไม่มีอำนาจในการซื้อเท่าผู้ใหญ่ แต่ก็เป็นกลุ่มเป้าหมายรองที่น่าจะดึงมาได้ การเสนอเนื้อหาเพื่อกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเด็กยังเพิ่มความหลากให้กับหนังสืออีกด้วย จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้มีการบรรจุคอลัมน์สำหรับเด็กเอาไว้ด้วย โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาในส่วนนี้มากน้อยต่างกันไปตามนโยบายของหนังสือ สำหรับ "อินไซด์ทีวี" แล้ว เนื้อหาคอลัมน์ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก จะเป็นการรวบรวมเนื้อหาโดยย่อเกี่ยวกับรายการเด็ก การตีพิมพ์ปัญหาที่ถามตอบในรายการเด็กที่เสนอฉายทางโทรทัศน์ล่วงหน้า รวมทั้งการเสนอเกมการละเล่นเพื่อกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเด็กด้วย

> ...เราหวังอย่างเดียวว่าเขาจะสนุก และมาร่วมกับเรา เขาจะเรียงความ เขาจะเขียนอะไร แล้วได้รับการตีพิมพ์ และได้รางวัลเล็กน้อยเป็นการตอบแทน เขาจะภูมิใจและชื่นชมความยิ่งใหญ่สำหรับเด็กอายุอย่างเขา... เด็กเขียนเรียงความส่งมามากพอสมควรนะ (ธเรศวร์ สุศิวะ, สัมภาษณ์)

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ "อินไซด์ทีวี" จากการพูดคุยกับ "ธเรศวร์ สุศิวะ" ได้รับการเปิดเผยว่า (สัมภาษณ์)

ไม่ได้เจาะจงแน่นอน มั่นใจว่าผู้อ่านมีทุกระดับ คนที่อ่านหนังสือได้ก็น่าจะอ่าน เคยคุยกับผู้จัดการธนาคาร เขาบอกไม่มีเวลาดูทีวีเลย แต่เขาพบลูกค้า แล้วลูกค้าคุยเรื่องละครบ้านทรายทอง เขาก็คุยรู้เรื่องได้ เพราะเขาอ่านอินไซด์ทีวี ก็เลยรู้ว่าผู้อ่านเรามีทุกระดับ

และจากการสอบถามเข้าของแผงหนังสือย่านดินแดง ถึงกลุ่มคนที่เลือกซื้อ "อินไซด์ทีวี" ได้รับคำตอบว่า "อย่าดูถูกหนังสือพวกนี้นะ การซื้อมีหลายระดับ บางคนนั่งรถเก๋งมาซื้อเลยทีเดียว พวกนี้จะซื้ออินไซด์ทีวีควบคู่กับหนังสือธุรกิจอย่างผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจก็เคยมี"

การสร้างจำนวนผู้อ่านให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เป็นความประสงค์สำคัญของหนังสือพิมพ์ ความประสงค์นี้มีมากจนเกือบจะเรียกได้ว่าเป็นสัญชาติญาณประจำหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ทุกฉบับจักต้องเอาใจผู้อ่าน การเอาใจอย่างต่ำที่สุดก็คือ การล่อด้วยอามิส โดยวิธีการให้รางวัลของขวัญ หรือผลประโยชน์บางอย่างแก่ผู้อ่านที่ให้ความร่วมมือ อาทิ การส่งจดหมายร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่คนทำหนังสือต้องการทราบ และวิธีเอาใจผู้อ่านเป็นอย่างสูงก็คือ ทำให้ข้อความที่ลงตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์นั้นถูกใจคนอ่าน และสิ่งที่สำคัญที่สุดในการนี้ก็คือ วิธีการเขียนข่าว และลงข่าว ซึ่งเป็นหัวใจของหนังสือพิมพ์ สำหรับ "อินไซด์ทีวี" ดูเหมือนจะพยายามใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจในหนังสือของตน และเราพอจะอนุมานได้ว่า กลุ่มผู้อ่านของ "อินไซด์ทีวี" เป็นกลุ่มชนที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ และเป็นคนระดับชั้นต่าง ๆ และจะต้องเป็นผู้ที่ค่อนข้างมีฐานะ เนื่องจากราคาของ "อินไซด์ทีวี" ค่อนไปทางสูง กล่าวคือ ราคาฉบับละ 6 บาท และขยับราคาขึ้นเป็น 7 บาทในเวลาต่อมา นอกจากนี้กลุ่มผู้อ่านยังขยายกระจายเป็นวงกว้างทั่วประเทศ เพราะมีสายส่งอย่างบริษัทสาวสวย ซึ่งสามารถกระจายการวางขายไปได้ทั่วประเทศ

<u>การป้อนกลับจากผู้รับสาร</u> (feedback)

กระบวนการในการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ อันได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสาร ตัวสาร รวมทั้งการป้อนกลับ (feedback) จากผู้รับสาร ซึ่งการป้อนกลับจากผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นไปเพื่อต้องการให้ผู้ส่งสารได้รับทราบถึงผลของการสื่อสารนั้น ๆ ในส่วนของผู้ส่งสารเองนั้น การป้อนกลับจากผู้รับสาร นับเป็นสิ่งจำเป็น

และเป็นความปรารถนาของผู้ส่งสาร เพื่อต้องการทราบถึงความคิด ทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อสารที่ส่งออกไป การป้อนกลับจากผู้รับสารนั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. การป้อนกลับแบบมีเป้าหมาย (purposive feedback)
2. การป้อนกลับแบบไม่มีเป้าหมาย (non-purposive feedback)

<u>การป้อนกลับแบบมีเป้าหมาย</u> (purposive feedback)

การป้อนกลับในลักษณะนี้ ผู้รับสารมีเจตนาให้ผู้ส่งสารทราบถึงผลของการสื่อสารนั้น ๆ ว่า ผู้รับสารมีความพึงพอใจ หรืออยากให้แก้ไขในส่วนใด โดยการเขียนจดหมายเข้ามาติชมและแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ รวมทั้งการป้อนกลับจากแบบสำรวจความคิดเห็นจากผู้อ่านในเรื่องต่าง ๆ ที่มีต่อวงการโทรทัศน์ของ "อินไซด์ทีวี"

ในขณะที่หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเสนอความคิดเห็นของตนผ่านทางบทบรรณาธิการนั้น ผู้อ่านก็มีโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นของตนผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์ได้เช่นกัน โดยการเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการ จดหมายนั้นผู้อ่านมักจะบอกให้ทราบถึงความคิดเห็นที่ตนมีต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นขณะนั้น และบ่อยครั้งที่ผู้อ่านเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการ เพียงเพื่อจะบอกว่าเขาไม่เห็นด้วยกับความคิดที่บรรณาธิการเสนอไปในบทบรรณาธิการ ดังนั้นจดหมายจากผู้อ่าน นับเป็นการป้อนกลับ (feedback) ที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการที่จะทราบถึงความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือ และความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ นอกจากได้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้อ่านแล้ว เจ้าของธุรกิจหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร ยังสามารถทราบว่ากลุ่มผู้อ่านของตนเป็นใคร มาจากไหน มีลักษณะทางสังคม และสถานภาพอย่างไรบ้าง "อินไซด์ทีวี" จึงได้บรรจุคอลัมน์ จดหมายจากผู้อ่านจำนวนหลายคอลัมน์ด้วยกัน อาทิ "หมอทีวีจี้เทคนิค", " ปัญหาจอแก้ว", "เปิดซอง", "ลุงฮูกตอบจดหมาย", "จดหมายนี้มีรางวัล" เป็นต้น

คอลัมน์จดหมายจากผู้อ่านที่ปรากฏใน "อินไซด์ทีวี" มีทั้งจดหมายที่เขียนเข้ามาแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตัว "อินไซด์ทีวี" ทั้งในเรื่องของรูปแบบ และการนำเสนอเนื้อหาว่าผู้อ่านมีความพออกพอใจ หรืออยากให้มีการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องตรงจุดใดของหนังสือ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อวงการบันเทิงทางโทรทัศน์ และวงการบันเทิงอื่น ๆ ในแง่ของตัวดารา

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการ เรื่องราวที่นำเสนอฉายทางโทรทัศน์ จดหมายบางฉบับต้องการรายละเอียดเกี่ยวกับดาราที่ตนเป็นที่ชื่นชมว่าบ้านอยู่หนใด พร้อมทั้งเบอร์โทรศัพท์ เพื่อต้องการติดต่อกับดาราโดยตรง รวมทั้งต้องการทราบความเคลื่อนไหวทางด้านการแสดงของดาราที่ตนโปรดปราน จดหมายที่เขียนเข้ามาถามไถ่ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถพบเห็นได้จากคอลัมน์ ปัญหาจอแก้ว ยายเพ็งไขปัญหาคนหน้าจอ เปิดซองฯ และไปรษณียบัตรจากผู้อ่านที่เขียนเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อวงการบันเทิง การตีพิมพ์ไปรษณียบัตรจากผู้อ่านโดยตรงนั้น ส่วนหนึ่งนับได้ว่าทำให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ผู้อ่าน ในแง่ที่ว่ามีผู้อ่านคนอื่นได้เขียนจดหมายเข้ามาแสดงความคิดเห็นจริง ๆ อีกทั้งยังเป็นการประหยัดเนื้อที่ โดยที่สามารถลงรายละเอียดที่ผู้อ่านเขียนเข้ามายังหนังสือได้อย่างครบถ้วน และจากการสอบถาม คุณธเรศวร์ สุศิวะ ถึงปริมาณจดหมายที่ป้อนกลับจากกลุ่มผู้อ่านมายัง "อินไซด์ทีวี" ได้ความว่า (สัมภาษณ์)

> ไปรษณียบัตรที่ส่งเข้ามาถึงเรา มีเยอะนะ แต่ส่วนใหญ่เขียนมาในเชิงความคิดสร้างสรรค์ เพราะรู้ว่าเราจะนำมาตีพิมพ์ การเปิดคอลัมน์แบบนี้บางทีมันเป็นดาบสองคม เขียนดีไปมันก็โอเว่อร์ไปบ้าง บางทีเป็นเหมือนบัตรสนเท่ห์ อย่างละครเขาทำกันมา 30 ตอน จะเลวเอาตอนเดียว พอดีเขาดูและเขียนมา เราก็ช่วยไป มันเป็นเวทีความคิดเห็นบางครั้งเราต้องกรองก่อนนำเสนอ

จดหมายที่เขียนเข้ามายัง "อินไซด์ทีวี" นอกจากคำถามดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีการเขียนจดหมายจากผู้อ่านที่เขียนเข้ามาสอบถามเกี่ยวกับทางด้านเทคนิคของเครื่องรับโทรทัศน์และเครื่องส่ง คำถามส่วนมากมุ่งที่ประเด็นในเรื่องการรับสัญญาณจากสถานีโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพ และเรื่องเทคนิคของเครื่องรับโทรทัศน์ ซึ่งปรากฏอยู่ในคอลัมน์ "หมอทีวีจี้เทคนิค"

คำถามจากจดหมายในอีกส่วนหนึ่งเป็นคำถามจากกลุ่มเด็กที่เขียนเข้ามาถามปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก อย่างรายการ "แววเด็ก" "เซ็นทรัลบัณฑิตน้อย" รวมทั้งจดหมายจากเด็กที่ส่งเข้ามาประกวดความเรียงที่ "อินไซด์ทีวี" จัดให้มีขึ้น คอลัมน์ดังกล่าวได้แก่ น้าเด๋อตอบปัญหาแววเด็ก และลุงฮูกตอบจดหมาย จดหมายจากเด็กที่ปรากฏในคอลัมน์ทั้งสองนี้ คำถามที่ได่ถามจะเป็นปัญหาที่หลากกันไปตามข้อเขียนของแต่ละคน มีทั้งคำถามเกี่ยวกับเรื่องรอบตัว เรื่องความสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัว รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับการเรียน

คำถามต่าง ๆ จากผู้อ่านที่เป็นเด็ก มีความใกล้เคียงกันกับคำถามที่เด็กในต่างประเทศเขียนเข้าไปขอคำแนะนำ และอยากให้หนังสือพิมพ์ไขปัญหาของตนทางหน้าหนังสือพิมพ์รายวันสำหรับเด็กในต่างประเทศได้มีการศึกษากับจดหมายจากกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเด็ก ซึ่งเขียนเข้ามาถามมากมาย จากการศึกษาพบว่า คำถามที่ปรากฏในจดหมายมักเป็นเรื่องดาราศาสตร์ ศาสนา การศึกษา ความสัมพันธ์ในครอบครัว ความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ ความสัมพันธ์ระหว่างชั้นเรียน แต่เรื่องเพศนั้นไม่เคยมีคำถามเลย อาจเป็นเพราะอาย หรือว่าเด็กมีความรู้ในเรื่องนี้เพียงเลือนลางก็เป็นได้ บางครั้งเด็กเขียนเข้ามาติชมหนังสือ แม้ว่าคำติชมนั้นออกจะเลื่อนลอยอยู่บ้างก็ตาม เด็กบางคนเขียนเข้ามาแนะนำว่าควรเปลี่ยนรูปหนังสืออย่างไร แต่ก็ไม่บ่อยนัก และเป็นที่น่าสังเกตว่าเด็กมีลักษณะเช่นเดียวกับผู้หญิง คือมอบความไว้วางใจให้หนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษานิตยสารภาพยนตร์สำหรับเด็กโดยเฉพาะ เช่น แอดเวนเจอโรไซฟิล์ม (Adventuroso Flim) ได้มีการจัดหน้าจดหมายจากผู้อ่านด้วย คำถามที่เด็กถามเข้ามานั้น มักจะเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของดารา จนถึงเรื่องภาพยนตร์ที่ดาราเหล่านั้นจะแสดง หรือกำลังแสดงอยู่ ผู้อ่านหนังสือเล่มนี้นอกจากกลุ่มเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของหนังสือแล้ว ก็ยังมีกลุ่มเด็กวัยรุ่นและผู้ใหญ่รวมอยู่ด้วย (แม้นมาศ ชวลิต และ ฐะปะนีย์ นาครทรรพ 2517: หน้า 12-13)

จากการศึกษาที่ยกมากล่าวอ้างดังกล่าว จะเห็นได้ว่าจดหมายที่เขียนมายังหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร โดยกลุ่มเด็กนั้น มีความเหมือนกันในเรื่องของคำถามที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับบุคคลต่าง ๆ ในสังคม เรื่องการเรียน และปัญหาความรู้ต่าง ๆ ที่เด็กสนใจ รวมทั้งเหมือนกันในเรื่องคำถามเกี่ยวกับเพศที่กลุ่มเด็กไม่ว่าจะเป็นเด็กเชื้อชาติหรือสัญชาติใดจะไม่ปรากฏคำถามในเรื่องนี้ แต่จะพบความแตกต่างในเรื่องของคำถามที่เกี่ยวข้องกับดารา เพราะกลุ่มเด็กที่เขียนคำถามมายัง "อินไซด์ทีวี" จะเป็นเด็กเล็กที่สนใจในรายการโทรทัศน์ ที่เป็นรายการสำหรับเด็กโดยเฉพาะ คำถามจึงมักเกี่ยวกับเรื่องราวที่เด็กสนใจใคร่รู้จริง ๆ ด้วยการเขียนไปถามปัญหากับทางรายการโดยตรง แล้ว "อินไซด์ทีวี" จึงนำมาลงตีพิมพ์ นั่นย่อมแสดงให้เห็นว่า เด็กไทยชอบชมรายการทางโทรทัศน์มากกว่าการอ่านจากหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ และที่สำคัญก็คือ ในประเทศไทยยังมิได้มีการผลิตหนังสือพิมพ์เพื่อกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเด็ก จะมีก็แต่หนังสือ หรือนิตยสารสำหรับเด็กเท่านั้น ผิดกับต่างชาติที่มีหนังสือพิมพ์รองรับความต้องการ ดังนั้นถ้าเด็กเหล่านี้ใคร่อยากทราบรายละเอียดในเรื่องใด สามารถเขียนจดหมายไปสอบถามจากหนังสือพิมพ์ได้โดยตรง นอกจากนี้ความแตกต่างอีกประการหนึ่งที่พบก็คือ กลุ่มเด็กที่สนใจในปัญหาเกี่ยวกับดารา

นั้น สำหรับในบ้านเราจะเป็นกลุ่มเด็กโต หรือเด็กวัยรุ่น เพราะเด็กในวัยนี้ชอบความแปลกใหม่ ชอบเพ้อฝัน และชอบเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบที่ตนชื่นชอบ ตัวแบบหนึ่งที่เด็กในวัยนี้ให้ความสนใจมากคือ คนเด่นคนดังที่เป็นที่รู้จักของคนในสังคม โดยเฉพาะพวกดารานักร้อง นักแสดง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิง เพราะเด็กวัยรุ่นชอบดารา และพวกเขาก็ต้องการให้คนอื่นชื่นชอบ และที่งดาราเหมือนกัน และสาเหตุที่ดารามีอิทธิพลมาก เนื่องจากพวกเขาเหล่านั้นได้รับการคัดเลือกจากผู้ชำนาญการสร้างภาพยนตร์หรือละครมาแล้วว่า เป็นตัวแทนที่โดดเด่นของแต่ละบุคลิกในสังคม หรือมีความสามารถเฉพาะที่น่าทึ่ง และชวนหลงไหล ยิ่งกว่านั้นการแต่งตัว และท่าทางที่ปรากฏบนจอแก้วหรือจอเงินนั้น ล้วนแล้วแต่คัดเอาสิ่งที่เลอลิศในยุคสมัยนั้นมาเสนอทั้งสิ้น

ดังนั้นข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ของกลุ่มดาราเหล่านั้นจึงเป็นที่สนอกสนใจของเด็กวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ แต่ทว่าเด็กเล็กในต่างประเทศก็มุ่งให้ความสนใจเกี่ยวกับดาราและภาพยนตร์กันมาก ซึ่งแตกต่างจากเด็กเล็กของไทยที่ให้ความสนใจดาราไม่ลึกซึ้งนัก การที่อยากทราบความเคลื่อนไหวของดารา จึงไม่มีปรากฏให้เห็นในจดหมายที่เขียนส่งเข้ามายัง "อินไซด์ทีวี"

นอกจากการป้อนกลับแบบมีเป้าหมาย (purposive feedback) ที่ปรากฏให้เห็นในรูปของจดหมายแล้ว การป้อนกลับดังกล่าวเราสามารถตรวจสอบได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นที่ "อินไซด์ทีวี" ทำการสำรวจจากกลุ่มผู้อ่าน ด้วยการให้ผู้อ่านเขียนไปรษณียบัตรเข้ามายังหนังสือ ทั้งนี้เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้อ่านที่มีต่อเหล่าดารา และนักร้อง ภายหลังจึงมีการปรับเปลี่ยนจากการส่งไปรษณียบัตรมาเป็นแบบคูปองสอบถามความคิดเห็นจากผู้อ่าน การป้อนกลับในลักษณะเช่นนี้นับเป็นวิธีการหนึ่งที่มีประสิทธิภาพดีมาก เพราะสามารถทราบว่ากลุ่มผู้อ่านเป็นใครบ้าง อยู่แห่งหนตำบลใหน และมีความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาที่ "อินไซด์ทีวี" ต้องการทราบอย่างไรบ้าง

<u>การป้อนกลับแบบไม่มีเป้าหมาย</u> (Nonpurposive feedback)

การป้อนกลับแบบไม่มีเป้าหมายนี้ นับว่าเป็นการป้อนกลับ (feedback) ในลักษณะหนึ่งที่ต้องใช้วิธีการสังเกต และการอนุมานจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ เช่น ยอดจำหน่าย

ของหนังสือ ยอดจำนวนคนอ่าน ยอดจำนวนผู้ชม เป็นต้น สำหรับ "อินไซด์ทีวี" แล้ว การป้อนกลับแบบไม่มีเป้าหมายนี้พบเห็นได้จากยอดขายของ "อินไซด์ทีวี" จากการสำนวจของบริษัท ดีมาร์ จำกัด เกี่ยวกับสื่อประเภทต่าง ๆ ในปี 2531 พบว่าในส่วนของยอดตีพิมพ์ของ "อินไซด์ทีวี" นั้น มีจำนวนพิมพ์ครั้งละ 160,000 ต่อฉบับ (Leo-Burnett-Diethelm Advertisting 1988 : 45) ซึ่งเมื่อพิจารณาจากยอดตีพิมพ์ จะเห็นได้ว่าอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับสิ่งพิมพ์อื่นที่วางขายเป็นรายสัปดาห์เช่นกัน และการตรวจสอบอีกหนทางหนึ่งในเรื่องความนิยมของผู้อ่านที่มีต่อ "อินไซด์ทีวี" นั่นคือ "ยอดจำนวนผู้อ่าน" แต่จากการสัมภาษณ์ "ธเรศวร์ สุศิวะ" ถึงยอดพิมพ์ของ "อินไซด์ทีวี" ได้รับการเปิดเผยว่า (สัมภาษณ์)

> พิมพ์ครั้งแรก 18,000 ฉบับ ฉบับที่ 2 ลดจำนวนลงเหลือ 15,000 ฉบับ พอฉบับที่ 3 ก็ยังคง 18,000 ฉบับ แล้วเพิ่มเป็น 20,000 ไป 22,000 ฉบับ พอขึ้นฉบับที่ 7 กลายเป็น 40,000-50,000.... ตอนนี้ยอดพิมพ์ 110,000 ฉบับ
> (สัมภาษณ์)

จากการสำรวจล่าสุดของบริษัท ดีมาร์ จำกัด ซึ่งทำการสำรวจความนิยมในการอ่านหนังสือพิมพ์ของคนไทยประจำปี 2532 โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 2.78 ล้านชุด กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายจำนวน 6.11 ล้านคน ปรากฏผลว่า หนังสือพิมพ์รายวัน 3-7 วัน ในส่วนกรุงเทพฯ และปริมณฑล "อินไซด์ทีวี" ได้รับความนิยมมาเป็นอันดับ 2 รองจาก "ฐานเศรษฐกิจ" จำนวนผู้อ่าน "อินไซด์ทีวี" ทั้งสิ้น 207,000 คน สำหรับการสำรวจในเขตเมืองในต่างจังหวัด "อินไซด์ทีวี" ยังคงติดอันดับความนิยมมาเป็นอันดับ 2 เช่นกัน ด้วยจำนวนผู้อ่าน 81,000 คน

ในบรรดาหนังสือพิมพ์รายวัน 3-7 วัน สามารถแยกได้เป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ หนังสือแนวเศรษฐกิจ แนวบันเทิง และภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนนักศึกษา สำหรับหนังสือแนวบันเทิงพบว่า "อินไซด์ทีวี" ที่ถือกำเนิดก่อนยังคงเป็นเจ้าของตลาดในหนังสือพิมพ์แนวบันเทิงนั้น หากแยกผู้อ่านตามกลุ่มอายุจะพบว่า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล "อินไซด์ทีวี" มีผู้อ่านหนาแน่นที่สุดในช่วงวัย 30-39 ปี จำนวน 61,000 คน และกลุ่มอายุ 20-24 ปี จำนวน 43,000 คน ขณะที่เขตเมืองในต่างจังหวัดมีผู้อ่านมากในวัย 15-19 และ 20-24 ปี จำนวน 24,000 และ 18,000 คนตามลำดับ หนังสือพิมพ์ในแนวบันเทิงที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ "ทีวีบันเทิง" ใน

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผู้อ่านมากที่สุดในวัย 15-19 ปี จำนวน 17,000 คน และอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 13,000 คน ส่วนเขตเมืองในต่างจังหวัดผู้อ่านมากที่สุดในช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป และช่วงอายุ 15-19 ปี จำนวน 10,000 คน และ 9,000 คนตามลำดับ (ฐานเศรษฐกิจ 9,453: หน้า 67)

ผลจากการสำรวจดังกล่าวย่อมเป็นเครื่องยืนยันในส่วนของการป้อนกลับแบบไม่มีเป้าหมายได้อย่างดีว่า "อินไซด์ทีวี" นำเสนอเนื้อหาได้เป็นที่พึงพอใจของกลุ่มผู้อ่าน แม้จะมีบางสิ่งบางอย่างที่ไม่เป็นที่ถูกใจของกลุ่มผู้อ่านบางคน ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากจดหมายที่เขียนเข้ามายังหนังสือ แต่หากมองโดยรวมแล้ว "อินไซด์ทีวี" สามารถเสนอเนื้อหาสาระให้เป็นที่ถูกใจของผู้อ่านกลุ่มใหญ่ได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากการป้อนกลับจากกลุ่มผู้อ่านด้วยการที่ยอดพิมพ์ "อินไซด์ทีวี" ค่อนไปทางสูง รวมทั้งมีกลุ่มผู้อ่านที่กว้างขวางทั้งในแง่ของอายุ ที่ประกอบด้วยหลายช่วงอายุด้วยกัน และกลุ่มผู้อ่านที่อาศัยอยู่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และตามต่างจังหวัด นี่ย่อมแสดงให้เห็นสถานภาพและบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสับสนุนโทรทัศน์ว่า มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวโทรทัศน์เอง คือ มีลักษณะเป็นธุรกิจสูง โดยถือเอาการตอบสนองความต้องการของตลาด (มวลชน) เป็นสำคัญ จึงอาจทำให้บทบาทในการยกระดับรสนิยมมวลชนหรือการบริการสาธารณะเป็นลักษณะรอง