

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย

ในการผลิต “รายการบิกบราเธอร์” ไม่ว่าจะเป็นทั้งรายการบิกบราเธอร์ต้นแบบ หรือ รายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย ต่างก็มีจุดประสงค์เพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ให้เหมาะกับผู้ชมที่อยู่ในประเทศนั้นๆ การผลิตรายและการนำเสนอ จึงจำเป็นต้องวางแผน และออกแบบให้เหมาะสมกับผู้ชมในประเทศของตน เพื่อให้ได้มาซึ่งความนิยม และ ตามด้วยผลประกอบการที่ดี ในที่สุด ในการผลิตรายการเพื่อให้ได้มาซึ่งความนิยมนี้จึงจำเป็นต้องออกแบบรายการให้สอดคล้องกับรูปแบบวัฒนธรรม ค่านิยม ข้อกำหนดกฎเกณฑ์ในการนำเสนอ และ ความสนใจของผู้ชมในช่วงเวลาที่ผลิตรายการนั้นๆ

บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยอีกบริษัทหนึ่งที่มีจุดประสงค์เช่นเดียวกับผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ต้นแบบ กล่าวคือ มีจุดประสงค์ในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อ สรรหาสิ่งใหม่ให้แก่ผู้ชม ทั้งนี้ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จึงเลือกที่จะซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์ซึ่งเป็นรายการเรียลลิตีที่วีรูปแบบใหม่ ที่ไม่เคยมีผู้ใดผลิตรายการประเภทนี้มาก่อนทั้งในประเทศไทยหรือทวีปเอเชียในเวลานั้น การซื้อลิขสิทธิ์ในครั้งนี้ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ใช้วิธีการซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์ เพื่อมาผลิตซ้ำ และออกอากาศให้ผู้ชมที่อยู่ในประเทศไทยได้รับชม

ในการซื้อลิขสิทธิ์ รายการบิกบราเธอร์ มาผลิตซ้ำนั้น บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ไม่สามารถที่จะผลิตซ้ำกับประเทศต้นแบบได้ทั้งหมด ดังนั้นภายใต้กรอบของการผลิตซ้ำจากรายการต้นแบบ ผู้ผลิตจึงต้องมีการดัดแปลงรายละเอียดของรายการดังที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และเรียบเรียงออกมาโดยจัดเป็นส่วนประกอบต่างของรายการที่ได้ผลิตซ้ำดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

อย่างไรก็ดีภายใต้รายละเอียดของการผลิตซ้ำกับรายการบิกบราเธอร์ต้นแบบ ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้ชมที่อยู่ในประเทศไทย จึงจะได้รับความนิยมและนำมาซึ่งผลกำไรที่เพิ่มขึ้นในที่สุด ดังนั้นในกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา ประเด็น และรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอแก่ผู้ชมของสื่อโทรทัศน์จึงถูกแวดล้อมไปด้วยปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการผลิตซ้ำ จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยสามารถจำแนกออกได้ดังนี้

5.1 ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย คือปัจจัยทั้งหมดที่เกิดขึ้นจาก บริษัท กันตนา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยสามารถจำแนกออกเป็นปัจจัยย่อยต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1.1 ปัจจัยที่เกิดจากวัตถุประสงค์ในการสร้างคุณค่าให้แก่รายการ

ในการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ ผู้ผลิตมีการแฝงการสร้างคุณค่าให้แก่รายการเพื่อเสริมภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร โดยมีผลต่อการผลิตซ้ำในส่วนประกอบเดียว ได้แก่ การผลิตซ้ำเรื่องภารกิจ โดยในการสร้างคุณค่าให้แก่รายการนั้น ผู้ผลิตได้แฝงการสร้างคุณค่าไว้ในการผลิตซ้ำในเรื่องภารกิจ โดยจะสร้างคุณค่าไว้ในลักษณะต่างๆ ดังนี้

- คุณค่าทางการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และค่านิยม

การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณีของสังคมมีผลการผลิตซ้ำในการวางโครงสร้างภารกิจของผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้ผลิตได้ออกแบบภารกิจนี้เพื่อต้องการสร้างคุณค่าให้แก่รายการ ในการนำเสนอภารกิจที่สื่อถึงวัฒนธรรมประเพณีไทยดั้งข้างคั่นที่กล่าวมาล้วนช่วยสนับสนุนให้รายการบิกบราเธอร์ ที่ผลิตในประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ชม

ภารกิจที่เกิดจากการต้องการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณีของสังคมมีดังนี้คือ

● รายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

- ภารกิจ ก่อเจดีย์ทรายสูง 3 เมตร ตามแบบ

หากพิจารณาในแง่มุมมองการสร้างคุณค่าให้แก่รายการ ภารกิจนี้เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ตรงกับประเพณีสงกรานต์ ทางผู้ผลิตจึงออกแบบกิจกรรมนี้ขึ้นมาเพื่อส่งเสริมประเพณีไทย โดยนอกจากจะจัดให้มีการก่อเจดีย์ทรายแล้ว ยังมีการจัดเตรียมชุดไทยที่เหมาะสมกับประเพณีสงกรานต์ให้ผู้แข่งขันอีกด้วย

- ภารกิจหุ่นละครเล็ก ชุด แม่ท่ายักษ์

ผู้ผลิตเลือกใช้ภารกิจที่ต้องร่วมกันปฏิบัติ ในลักษณะขาดคนใดคนหนึ่งไปไม่ได้ เพื่อเน้นความสามัคคี จากการสัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่าเนื่องจากเป็นภารกิจสุดท้ายของรายการ ผู้ผลิตจึงต้องการที่ให้รายการนั้นจบอย่างสวยงาม ในลักษณะที่ได้สร้างคุณค่าให้แก่การอนุรักษ์ความเป็นไทย

- รายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

- การกิจ มรดกไทย

ผู้ผลิตกำหนดให้ผู้แข่งขันฝึกชาวต่างชาติให้พูดภาษาไทย ยกมือไหว้ ทำขนมชั้น และรำกลองยาวนั้น ทั้งนี้เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีไทยสู่สาธารณชนให้เป็นที่รู้จักขยายวงกว้างมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยอนุรักษ์ และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยด้วย

- การกิจรดแห่สงกรานต์

ทางทีมงานผู้ผลิตกำหนดให้ผู้แข่งขันช่วยกันประดิษฐ์ตกแต่งรดแห่สงกรานต์ให้สวยงาม เพราะรดแห่สงกรานต์นั้นถือเป็นประเพณีการเล่นที่สำคัญของคนไทย ซึ่งเป็นประเพณีที่งดงานควรแก่การเผยแพร่และอนุรักษ์ให้คงอยู่คู่สังคมไทย

- การกิจ ความช่าง BB

วัตถุประสงค์ในการใช้ช่างมาประกอบนั้น เนื่องจากช่างเป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย ผู้ผลิตต้องการให้มีผู้แข่งขัน หรือผู้ชมเองก็ดี ได้รู้จักกับชีวิตของช่างที่เป็นสัตว์สัญลักษณ์ของไทยมากขึ้น ช่างเป็นสัตว์ที่แสนรู้

“การกิจมรดกไทย กำหนดขึ้นเพื่อโชว์ความเป็นไทย และก็ได้ได้รับความชื่นชอบจากผู้ชม เพราะเป็นคนไทยด้วยกัน ... แล้วการกิจความช่าง อันนี้เป็นการเอาสัตว์ใหญ่เข้ามาอยู่ในบ้าน คือเราต้องการให้มีผู้แข่งขัน หรือผู้ชมเองเนี่ยได้รู้จักกับชีวิตของช่างที่เป็นสัตว์สัญลักษณ์ของไทยมากขึ้น ได้เรียนรู้ว่ามันอยู่ยังไง กินอะไร ขณะเดียวกันบททดสอบของเราคือผู้แข่งขันของเราต้องสามารถบังคับช่างได้ คุณจะรู้ว่าการบังคับช่างนั้นทำยังไง” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

- การกิจ ในวันประกาศผล ศิลป์แห่งเสียงสยาม

ดังเช่นการกิจสุดท้ายในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ ผู้ผลิตเลือกใช้การกิจที่ต้องร่วมกันปฏิบัติ ในลักษณะขาดคนใดคนหนึ่งไปไม่ได้ เพื่อเน้นความสามัคคี จากการสัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่าเนื่องจากเป็นการกิจสุดท้ายของรายการ ผู้ผลิตจึงต้องการที่ให้รายการนั้นจบอย่างสวยงาม ในลักษณะที่ได้สร้างคุณค่าให้แก่การอนุรักษ์ความเป็นไทย

- คุณค่าทางการสร้างศรัทธภาพรายการ

ผู้ผลิตมีการสร้างคุณค่าในเรื่องการส่งเสริมศรัทธภาพขององค์กร โดยผ่านทางภารกิจในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ การสับเปลี่ยนตัวผู้เข้าแข่งขันระหว่างประเทศ ในภารกิจผู้มาเยือน ทำให้รายการนั้นได้รับชื่อเสียงไปทั่วโลก ภารกิจนี้มีการแลกเปลี่ยนผู้เข้าแข่งขัน Anton Granlund ในรายการBig Brother 2 Scandinavia กับกฤษฎิ์ ไตรรัตน์ ในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ เห็นได้จากการบันทึกข้อมูลไว้ใน wikipedia.com จากการสัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุลพบว่า การแลกเปลี่ยนผู้เข้าแข่งขันเกิดจากความเหมาะสมในเรื่องของเวลา โดยทราบว่าจะมีการแข่งขันรายการบิกบราเธอร์สวีเดน 2 ในเวลาใกล้เคียงกันจึงมีการตกลงแลกเปลี่ยนผู้เข้าแข่งขันกัน จากจุดนี้ทำให้รายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย และบริษัทกันตนา จำกัด (มหาชน) นั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับนานาชาติ

5.1.2 ปัจจัยเชิงพาณิชย์

ในการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ ผู้ผลิตมีการประชาสัมพันธ์สินค้าในเครือ และสร้างรายได้ให้แก่องค์กร โดยมีผลต่อส่วนประกอบของรายการที่ผลิตซ้ำดังนี้

(1) การผลิตซ้ำในเรื่องภารกิจ

ปัจจัยการในองค์กรที่มีผลต่อการผลิตซ้ำในเรื่องภารกิจนั้น มีจุดประสงค์ในเชิงพาณิชย์ดังนี้

- เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทในเครือ

จากการวิจัยพบว่า การออกแบบภารกิจนั้นเกิดจากปัจจัยที่ผู้ผลิตต้องการจะประชาสัมพันธ์ผลงานในเครือบริษัทเดียวกันด้วย กล่าวคือ สัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า ภารกิจข้างก้านกล้วย เป็นภารกิจที่ทางทีมงานผู้ผลิตประยุกต์มาจากการได้เห็นงานโคมไฟนานาชาติ ที่หาดใหญ่ และคิดว่าเป็นงานที่มีความแปลกน่าสนใจ จึงคิดเป็นภารกิจให้ผู้แข่งขันช่วยกันประดิษฐ์โคมไฟ และสาเหตุที่เลือกประดิษฐ์โคมไฟข้างก้านกล้วย เนื่องจาก ก้านกล้วย เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่ผลิตโดยบริษัท กันตนา จำกัด (มหาชน) ที่กำลังมีชื่อเสียงในขณะนั้น ทางผู้ผลิตจึงได้กำหนดภารกิจประดิษฐ์โคมไฟข้างก้านกล้วยขึ้นมาเพราะ ข้างเป็นสัญลักษณ์ของสัตว์ที่เป็นสัญลักษณ์ของไทย และ และใช้ชื่อ ก้านกล้วย เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์แอนิเมชัน

“เจอกันครั้งแรก ก็มาทำงานร่วมกัน 24 ชั่วโมง พอสัปดาห์ที่สอง เป็นส่วนโคมไฟข้างก้านกล้วย เริ่มจากเห็นงานโคมไฟนานาชาติ ที่หาดใหญ่ แล้วเห็นว่ามันแปลกดี ก็ทำอย่างไร ก็เกิดความ

สงสัย เราก็มานั่งคิดว่าเราจะทำอะไรดี ก็นี่ถึงข้าง ว่าเป็นสัญลักษณ์ของไทย (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

(2) การผลิตซ้ำในการนำเสนอเหตุการณ์ในการแข่งขัน

ปัจจัยที่เกิดจากผู้ผลิตที่มีผลต่อการนำเสนอเหตุการณ์ในการแข่งขันนั้น สามารถจำแนกออกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่อสร้างรายได้ให้แก่องค์กร

จากการวิจัยพบว่า เมื่อผู้ชมมีความต้องการรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับรายการมากขึ้น ผู้ผลิตจึงได้เปิดโอกาสให้ผู้ชมติดตามเหตุการณ์ระหว่างการแข่งขันได้โดยช่องทางการรับข่าวสารให้แก่ผู้ชมทางโทรศัพท์มือถือ และ การรับข่าวสารทางโทรศัพท์บ้าน โดยการฟังข้อความ Spy line สายตรงจากบ้าน แต่ในปีต่อมามีการตัดช่องทางทางโทรศัพท์บ้านออกในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

อย่างไรก็ดี การเปิดช่องทางการรับข่าวสารให้แก่ผู้ชมนั้น เป็นการสร้างรายได้อีกส่วนหนึ่งให้แก่ผู้ผลิตด้วย เนื่องจากรายได้จากค่าบริการโทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์บ้านนี้ ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ให้ผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ 1 ส่วน และ ให้แก่เจ้าของเครือข่ายอีก 1 ส่วน

(3) การผลิตซ้ำเรื่องการมีส่วนร่วมอื่นๆของผู้ชม

ปัจจัยที่เกิดจากผู้ผลิตที่มีผลต่อการผลิตซ้ำเรื่องการมีส่วนร่วมอื่นๆของผู้ชมนั้น สามารถจำแนกออกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่อสร้างรายได้ให้แก่องค์กร

การสร้างอำนาจให้แก่ผู้ชมเพื่อทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นเจ้าของรายการที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้ผลิตต้องการดึงดูดให้ผู้ชม มีส่วนร่วมกับรายการภายใต้วัตถุประสงค์ดังนี้

1. ตัดสินให้ผู้เข้าแข่งขันอยู่ต่อด้วยการโหวต โดยผู้ชมสามารถโหวตผ่านทาง โทรศัพท์ ด้วยการส่ง SMS ทางอินเทอร์เน็ต Buddy Broadband <http://www.buddy.net/bigbrother> และทาง Audio Text โทร 1900-1900-26

2. แสดงความคิดเห็น โดยผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านทางโทรศัพท์ ด้วยการส่ง SMS เพื่อให้ข้อความปรากฏบนหน้าจอสถานีโทรทัศน์ยูบีซี ซึ่งออกอากาศ 24 ชั่วโมง

3. สิ่งชื่อของที่ระลึกจากรายการทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่านทางเว็บไซต์

<http://www.bigbrotherthailand.com>

อย่างไรก็ดี การอำนวยความสะดวกจากช่องทางการสื่อสารเพื่อแสดงความคิดเห็นและ โหวตแก่ผู้ชมนั้น ถือเป็น การสร้างรายได้ อีกส่วนหนึ่งให้แก่ผู้ผลิตด้วย กล่าวคือ รายได้จาก ค่าบริการจะถูกแบ่งให้ผู้ผลิตรายการบิ๊กบราเธอร์ 1 ส่วน และ ให้แก่เจ้าของเครือข่ายอีก 1 ส่วน นอกจากนี้มีการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในรายการบิ๊กบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ คือรายได้ที่เกิดจากการขายของที่ระลึกรายการ

5.1.3 ปัจจัยที่เกิดจากการสร้างความเป็นที่รู้จักให้แก่รายการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตพบว่า เนื่องจากรายการบิ๊กบราเธอร์ในประเทศไทย เป็นรายการ รูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในวงการโทรทัศน์ไทย ผู้ผลิตจึงต้องแนะนำรายการให้เป็นที่รู้จัก ปัจจัยที่เกิดจากการสร้างความเป็นที่รู้จักให้แก่รายการมีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิ๊กบราเธอร์ในประเทศไทย ดังนี้

(1) การผลิตซ้ำในการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน

ในการผลิตซ้ำในการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันนั้นผู้ผลิตได้กำหนดวิธีต่างในขั้นตอนการคัดเลือกเพื่อผลักดันให้มีผู้เข้าสมัคร เนื่องจากรายการบิ๊กบราเธอร์ เป็นรายการนี้เป็นรายการใหม่ สำหรับคนไทยจึงยังไม่เป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้สมัครมากนัก ทางผู้ผลิตจึงต้องคิดขั้นตอนการรับสมัครที่มุ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าแข่งขัน โดยแบ่งได้ดังนี้

- ผลักดันให้เข้าสมัคร โดยการใช้เทคโนโลยีในรอบเปิดรับสมัคร

หลังจากที่มีการโฆษณาประกาศรับสมัครผู้เข้าร่วมแข่งขันรายการผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อต่างๆ แล้ว ผู้สมัครต้องโทรศัพท์เข้ามาฝากข้อความแนะนำตัวเอง บอกเหตุผลที่เข้ามาสมัคร และตอบคำถามที่ใช้ในการคัดเลือก โดยระบบโทรศัพท์จะทำการบันทึกเสียงอัตโนมัติ ทั้งนี้ เวลาในการฝากข้อความ จะไม่เกินคนละ 2 นาที สาเหตุที่ต้องใช้วิธีการ โทรศัพท์เข้ามาสมัครนี้ จากการสัมภาษณ์คุณณรงค์ฤทธิ์ ม่วยอารีย์ พบว่า เนื่องจากรายการบิ๊กบราเธอร์ไทยแลนด์เป็น รายการใหม่ ทางผู้ผลิตจึงต้องคิดวิธีที่จะทำให้ผู้ที่สนใจสมัครเข้าถึงรายการได้มากที่สุด จากจุดนี้ ผู้ผลิตจึงใช้เทคโนโลยีมาผสมเพื่อผลักดันให้มีผู้เข้าสมัคร และ รองรับปริมาณความต้องการของ คนที่จะสมัคร นอกจากนั้น ผู้ผลิตสามารถเก็บข้อมูลทางเสียงของผู้สมัครไว้ใช้ในการติดต่อกับ หรืออ้างอิงได้ต่อไป

- ผลักดันให้ตอบรับการสมัคร โดยการส่งใบสมัครไปยังผู้ผ่านการคัดเลือกในรอบที่ 1 หลังจากที่ผู้ผลิตได้ทำการคัดเลือกให้เหลือผู้เข้ารอบ 5,000 คนนั้นผู้ผลิตจะส่งใบสมัครไปให้ผู้เข้ารอบที่ได้บันทึกเสียงไว้ในการคัดเลือกรอบที่ 1 การส่งใบสมัครนี้เนื่องจากต้องการผลักดันให้ผู้ผ่านการคัดเลือกตอบรับการสมัคร

- ผลักดันให้มาสัมภาษณ์ โดยการไปสัมภาษณ์ผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกในรอบที่ 2 หลังจากได้รับใบสมัครกลับมาจากผู้เข้าแข่งขันและคัดให้เหลือ ผู้ผลิตจึงไปสัมภาษณ์ตามภาคต่างๆ เนื่องจากต้องการผลักดันให้ผู้ผ่านการคัดเลือกมารับการสัมภาษณ์

(2) การผลิตซ้ำในเรื่องกฎและกติกา

ผู้ผลิตได้ออกแบบกฎย่อย 13 ข้อในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ เพื่ออธิบายรูปแบบของรายการ เนื่องจากเป็นรายการที่ใหม่ เมื่อผู้ชมรู้จักรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์มากขึ้น ผู้ผลิตจึงตัดกฎย่อย 13 ข้อออกในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

อย่างไรก็ดี สามารถสรุปการผลิตซ้ำเพื่อขยายความเข้าใจในตัวรายการให้แก่ผู้ชมโดยอธิบายผ่านกฎย่อย 13 ข้อได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงรายละเอียดกฎย่อยที่ใช้อธิบายรูปแบบรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

ลักษณะของรายการที่ต้องการอธิบาย	รายละเอียดของกฎย่อยเพื่อเสริมความเข้าใจรายการ
1. ลักษณะทั่วไปของรายการ (Format)	<p>กฎย่อยข้อ 2 ได้รับอนุญาตให้นำเสื้อผ้า และของใช้ส่วนตัวเข้าไปอยู่ในบ้าน บิกบราเธอร์ ไทยแลนด์ได้ โดยทุกอย่างต้องบรรจุอยู่ในกระเป๋าที่บิกบราเธอร์จัดให้</p> <p>กฎย่อยข้อ 3 ผู้เข้าแข่งขันทั้งหมดที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ต้องอยู่ร่วมกันในบ้านที่ปิดล้อมด้วยกำแพงสูง เป็นเวลา 105 วัน (1 ปี) และถูกตัดขาดจากโลกภายนอกโดยสิ้นเชิง ไม่มีโทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ไม่สามารถติดต่อกับครอบครัว คนรัก เพื่อน หรือใครๆ ได้เลย</p> <p>กฎย่อยข้อ 4 ถูกจับจ้องจากสายตาดูหลายล้านคู่จากผู้ชมภายนอก ผ่านกล้องถ่ายภาพสูง จำนวน 26 ตัว ที่มองเห็นทุกอย่างแม้ในความมืด ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน</p> <p>กฎย่อยข้อ 5 ปราศจากความเป็นส่วนตัวโดยสิ้นเชิง ไม่ว่าจะกิน นอน ร้องไห้ ฯลฯ พฤติกรรมของพวกเขาในแต่ละวันไม่สามารถหลุดพ้นจากสายตาของผู้ชมได้</p>

ลักษณะของรายการที่ต้องการอธิบาย	รายละเอียดของกฎย่อยเพื่อใช้เสริมความเข้าใจรายการ
1. ลักษณะทั่วไปของรายการ (Format) (ต่อ)	<p>กฎย่อยข้อ 7 ผู้เข้าแข่งขันรับภารกิจและติดต่อสื่อสารผ่านทางเสียงของบ็อบบราเธอร์ได้คนเดียวเท่านั้น ซึ่งจะเป็นผู้ดูแลการใช้ชีวิตของทุกคนในบ้าน</p> <p>กฎย่อยข้อ 12 ผู้ที่ได้คะแนนโหวตจากผู้ชมให้อยู่ต่อน้อยสุดจะต้องเก็บกระเป๋าออกจากบ้าน โดยไม่ได้รับรางวัลใดทั้งสิ้น</p> <p>กฎย่อยข้อ 13 ในวันสุดท้ายของการแข่งขันสมาชิกที่เหลืออยู่สามคนในบ้านต่างก็ลุ้นระทึกว่าใครจะเป็นผู้พิชิตรางวัลก้อนใหญ่ ที่จะมอบให้ผู้ที่อยู่ในบ้านนานที่สุด</p>
2. คุณสมบัติผู้เข้าแข่งขัน (Contestants)	<p>กฎย่อยข้อ 1 ผู้เข้าแข่งขัน ไม่จำกัดเพศ ไม่จำเป็นต้องหล่อสวย ไม่ต้องเก่งแบบอัจฉริยะ ไม่ต้องแข็งแรงแบบนักกีฬา เพียงแค่มีความเป็นตัวของตัวเองมากที่สุดเท่านั้น</p>
3. ภารกิจ (Assignment)	<p>กฎย่อยข้อ 9 สมาชิกในบ้านทุกคนจะต้องเผชิญกับภารกิจและกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่บ็อบบราเธอร์ ไทยแลนด์ เป็นคนกำหนดเพื่อแลกกับงบประมาณการใช้จ่ายส่วนกลางประจำสัปดาห์ ของรางวัลพิเศษ หรือซื้อ/แลกเปลี่ยนกับของใช้ในชีวิตประจำวัน หากไม่สำเร็จก็จะถูกลงโทษด้วยการตัดหรือลดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ</p>
4. ห้องเปิดใจ (Confession Room)	<p>กฎย่อยข้อ 10 สถานที่เดียวที่สมาชิกในบ้านจะได้คุยกับบ็อบบราเธอร์ คือ ห้องเปิดใจ (Confession Room) ไม่ว่าพวกเขาจะอยากเข้ามาในห้องนี้หรือไม่ก็ตาม แต่ทุกคนจะถูกกำหนดให้เข้ามาในห้องนี้คนละ 5 นาที</p>
4. ห้องเปิดใจ (Confession Room) (ต่อ)	<p>กฎย่อยข้อ 11 ห้องเปิดใจเป็นห้องเดียวที่ทุกคนจะได้ระบายความรู้สึก ได้ปลดปล่อยอารมณ์ของตัวเอง และเป็นสถานที่ที่พวกเขาจะต้องกล่าวชื่อคนสองคนที่ต้องการให้ออกจากบ้าน หรือแม้กระทั่งเมื่อพวกเขาต้องการ โหวตชื่อตัวเองออก เนื่องจากไม่สามารถทนอยู่ในสภาพแรงกดดันที่เกิดขึ้นได้ แต่นั่นก็ขึ้นอยู่กับผู้ชมทางบ้านว่าต้องการให้ใครอยู่ หรือออกจากเกมไป</p>
5. การเสนอชื่อและการโหวตออก (Nomination and Eviction)	<p>กฎย่อยข้อ 8 ทุกสัปดาห์เพื่อนร่วมบ้านจะต้องตัดสินใจโหวตชื่อสมาชิกสองคนในบ้านออกไป โดยมีผู้ชมเป็นผู้ตัดสินใจว่าหนึ่งในสองคนที่ถูกเสนอนั้นใครควรจะอยู่ในบ้านต่อไป ใคร</p>

ลักษณะของรายการที่ต้องการอธิบาย	รายละเอียดของกลยุทธ์เพื่อใช้เสริมความเข้าใจรายการ
5. การเสนอชื่อและการโหวตออก (Nomination and Eviction) (ต่อ)	จะมีบทบาทเป็นผู้นำที่ดี ใครจะเป็นผู้ตามที่ยอดเยี่ยม และเหนือสิ่งอื่นใด ใครจะเป็นผู้แกร่งที่สุดและอยู่ในบ้านบิกบราเธอร์ได้นานถึง 105 วัน
6. การนำเสนอเหตุการณ์ในการแข่งขัน (Episode)	กลยุทธ์ข้อ 6 ภาพส่วนหนึ่งของละครชีวิตจริงจากพฤติกรรมต่างๆ ในบ้านบิกบราเธอร์ ไทยแลนด์ แต่ละวันจะถูกคัดเลือกมานำเสนอในการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีวันละครึ่งชั่วโมง ทุกวันจันทร์- เสาร์ ส่วนวันอาทิตย์จะเป็นการถ่ายทอดสดหนึ่งชั่วโมงเต็ม โดยผู้ชมรายการสามารถมาที่สตูดิโอเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมผู้เข้าแข่งขัน ร่วมส่งแรงใจเชียร์ หรือเคาะผู้ที่คาดว่าจะถูกโหวตออกได้

5.1.4 ปัจจัยที่เกิดจากการสร้างความน่าติดตามให้แก่รายการ

ผู้ผลิตได้เข้ามามีบทบาทต่อการผลิตซ้ำในเรื่องต่างๆ เนื่องจากต้องการให้รายการนั้นน่าติดตาม และน่าสนใจ ซึ่งมีผลต่อการผลิตซ้ำในส่วนประกอบต่างๆ ของรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยในเรื่องของการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน โดยเกิดจากการที่ผู้ผลิตเชื่อว่าผู้สมัครนั้นน่าจะมีพฤติกรรมตามแบบลักษณะของคนไทย กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี หลังจากที่มีการรับสมัครและทำกิจกรรมร่วมกันตั้งแต่การคัดเลือกจาก 150 คน เหลือ 50 คนแล้วนั้น ผู้สมัครได้รู้จักและคุ้นเคยกัน และสามารถติดต่อกันได้ ดังนั้นผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยจึงได้กำหนดกติกาใหม่ในรอบที่ 5 โดยจะต้องคัดเลือกให้เหลือ 20 คน และ 20 คนจะต้องถูกพามาอยู่ที่โรงแรมก่อนการคัดเลือกเหลือผู้แข่งขัน 12 คนที่มีสิทธิ์เข้าบ้านบิกบราเธอร์ ซึ่งเป็นการเพิ่มมาจากรายการต้นแบบโดยในรายการบิกบราเธอร์ต้นแบบนั้น จะมีการแจ้งผู้เข้ารอบทั้ง 12 คนให้มาเข้าร่วมการแข่งขันไปเลยทีเดียว ผู้ที่เข้ารอบจึงสามารถใช้ชีวิตประจำวันในที่ของตนได้จนกว่าจะถึงวันที่รายการต้นแบบนัดมาพบเพื่อเข้าบ้านบิกบราเธอร์ต่อไป

จากจุดนี้ทำให้เกิดกติกาขึ้นขึ้นเพื่อป้องกันการเกิดการคิดสินบนเล่นพรรคเล่นพวกกันได้ เมื่อมาพบกันหรืออาศัยร่วมกันในบ้านบิกบราเธอร์จะทำให้เกิดปัญหาระหว่างผู้ร่วมแข่งขันได้ง่าย และเกิดความไม่ยุติธรรมเกิดขึ้น อีกประเด็นหนึ่งคือหากผู้เข้าแข่งขันมีการนัดพบกันก่อนเข้าบ้าน อาจทำให้เมื่อผู้แข่งขัน 12 คนสุดท้ายพบกันในบ้านวันแรกจะไม่มีอาการประหลาดใจและตื่นเต้น ซึ่งมีผลทำให้รายการไม่น่าติดตาม

“ทำไมต้องปิดเป็นความลับ หนึ่ง เรื่องฮั้ว สอง คือ เซอร์ไพรส์ คือ ฝรั่งเศสทำได้ เพราะ acting มันได้ มันออกไปมันก็ดู โห ดีใจดีใจ แต่คนไทยถ้าเจอหน้ากันแล้ว เข้าไปถึงก็ เอ วันนั้นเป็นไง จบ แต่ขึ้นมาถึง อ้าวเข้ารอบด้วยเหรอ อารมณ์มันได้ไง ฝรั่งเศสกับคนไทยต่างกันเยอะ”

“ต่างประเทศเค้าไม่ซีเรียสเรื่องนี้มาก เพราะว่าฝรั่งเศสกล้าแสดงออก แต่ของไทยไม่เหมือนกัน คือฝรั่งเศส สมมุติว่าเราอยู่ในกลุ่มฝรั่งเศส เรามาพร้อมกันเลย ไม่ต้องโทรนัดเปลี่ยนเวลา คือของฝรั่งเศสทำอย่างนี้นะ โทรนัดมาเลย คุยเสร็จเรียบร้อยก็แยกย้ายกันกลับ แต่คนไทยไม่ได้เลย เจอหน้ากันปั๊บ โทรเลย อันนี้เป็นสิ่งที่เราร่วมคอมเมนต์ว่าคนไทยทำอย่างนั้นไม่ได้ เพราะวัฒนธรรมของเรา เป็บเดียวรู้จักกันหมด แล้วพอเข้าบ้านมันก็จะไม่ surprise เพราะว่าคุยกันประจำเลย อะโรยแบบนี้ แล้วอีกอย่างหนึ่งเป็นการเลี่ยงการฮั้ว ฝรั่งเศสไม่มีเรื่องนี้อยู่แล้วเพราะเค้าตัวใครตัวมัน เค้าต้องการคนเดียวอย่างชัดเจน แต่คนไทยไม่ได้” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

นอกจากนั้นการที่ผู้เข้ารอบ 20 คนต้องเข้ามาอยู่ในโรงแรมก่อนเพื่อปรับสภาพร่างกายให้ชินกับการที่จะต้องถูกตัดขาดจากโลกภายนอกซึ่งไม่ใช่วิสัยของมนุษย์แล้ว จากการสัมภาษณ์คุณณรงค์ฤทธิ์ ม่วยอารีย์พบว่า ผู้เข้าแข่งขันจะถูกห้ามไม่ให้ติดต่อกับใครนอกจากทีมงานจนกว่าจะถูกส่งตัวเข้าบ้าน และเนื่องจากที่ต้องมาอยู่ในโรงแรมโดยห้ามติดต่อกับผู้ใดภายนอก ทางผู้ผลิตจึงอนุญาตให้นำคนสนิทเข้ามาอยู่ด้วยได้ 1 คน เพื่อช่วยให้ผู้เข้าแข่งขันลดความตึงเครียด และความกดดันที่จะต้องอยู่คนเดียวก่อนเข้าบ้านต่อไปหากเกิดอาการตึงเครียด หรือซึมเศร้าอาจทำให้รายการไม่น่าติดตาม ในวันแรกของการแข่งขันได้เช่นกัน

5.1.5 ปัจจัยที่เกิดจากระบบการทำงานของผู้ผลิต

ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่เกิดจากการพิจารณาถึงองค์ประกอบต่างๆที่อยู่ในฝ่ายผลิตรายการเอง โดยมีผลต่อการผลิตซ้ำในส่วนประกอบต่างๆ ของรายการดังนี้

(1) การผลิตซ้ำในลักษณะทั่วไปของรายการบิกบราเธอร์

ปัจจัยจากผู้ผลิตนี้มีผลกระทบต่อ ลักษณะทั่วไปของรายการในเรื่องจำนวนวันแข่งขัน โดยเกิดจากข้อตกลงระหว่างสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศและผู้ผลิต รายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย ทั้งสองปี โดยมีการคัดแปลงในเรื่องของระยะเวลาที่ผู้เข้าแข่งขันจะต้องอาศัยในบ้านบิกบราเธอร์ ซึ่งในปีแรก กำหนดให้ผู้เข้าแข่งขันต้องอยู่ในบ้านบิกบราเธอร์ 105 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2548 ถึงวันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 และรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ 106 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ.

2549 ทั้งนี้เนื่องจากทั้งรายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทยทั้ง 2 ปีนั้น ต้องการให้รายการในแต่ละปีสิ้นสุดการแข่งขันในวันเสาร์ จึงได้ทำการตกลงซื้อเวลากับทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตามข้อตกลงในเรื่องการซื้อเวลาระหว่างสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

“เวลา 100 วัน เป็นแค่โจทย์ที่เค้ากำหนด ให้ จริงๆ แล้วเค้าไม่ได้กำหนดว่าเป็นเวลา 100 วันตายตัวหรอก เค้าแค่กำหนดว่าเป็นเวลาจำนวนหนึ่ง เค้ากำหนดว่า ช่วงเวลาจำนวนประมาณ 100 วันเนี่ยมันกำลังดี แล้วก็พอที่จะให้คนดูเค้ารู้จักผู้เข้าแข่งขัน และเห็นอะไรได้เยอะ ทีนี้ก็อยู่ที่เราว่าเราจะผลิตกี่วัน อย่างของเราเนี่ยเริ่มเข้าบ้าน คืนวันเสาร์ไข่ม้อย เรายังต้องวางตารางการออกอากาศ เราต้องการสิ้นสุดคืนวันเสาร์แล้วตกลงซื้อเวลากับ ไอทีวี ถ้าเรานับต่อ ไปอีก 100 วันมันก็ไม่ตรงกับเสาร์ เรายังต้องเพิ่มไป พอเราได้จำนวนวันที่แน่นอนแล้ว เรายังเอาไปให้เจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะเค้าต้องทำโปรแกรมการบันทึกภาพที่เค้าเขียนขึ้นมาเอง แล้วก็ใส่จำนวนวันที่เราต้องการไว้ พอจบรายการนี้ โปรแกรมก็จะทำลายตัวมันเอง” (ณรงค์ฤทธิ์ ม่วยอารีย์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2550)

(2) การผลิตซ้ำในการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน

เพื่อให้ได้ผลงานออกมาสมบูรณ์ตรงตามเวลาผู้ผลิตจึงต้องกำหนดกรอบของการทำงานไว้ในทุกๆ ขั้นตอนการทำงาน ปัจจัยที่เกิดขึ้นเพื่อกำหนดกรอบของการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันนั้น จะมีผลกระทบโดยตรงต่อเวลาการรับสมัคร การคัดเลือก และการวางจำนวนผู้สมัครจากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า ปัจจัยที่เกิดจากผู้ผลิตที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันนั้นจะอยู่ในรูปแบบของ จำนวนผู้เข้าแข่งขัน และจำนวนเวลาการคัดเลือก ซึ่งการวางจำนวนผู้ที่ได้รับคัดเลือกให้น้อยลงใน เกิดจากการตีกรอบให้แคบลงเพื่อทีมงานจะได้พิจารณาผู้ที่ผ่านการคัดเลือกให้ละเอียดขึ้น และควบคุมการทำงานให้ง่ายขึ้น

5.2 ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัยภายนอกองค์กร คือปัจจัยที่แวดล้อมผู้ผลิต คือ บริษัท กันตนา จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยเกิดจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.2.1 ปัจจัยที่เกิดจากข้อกำหนดจากทางเจ้าของลิขสิทธิ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตพบว่าในการซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์มาเพื่อผลิตซ้ำและออกอากาศในประเทศไทยนั้นจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดจากทางเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยมีผลต่อการผลิตซ้ำในส่วนประกอบต่างๆ ของรายการดังนี้

(1) การผลิตซ้ำในลักษณะทั่วไปของรายการ

จาก Video Promo ที่นำเสนอเกี่ยวกับรายการบิกบราเธอร์ไว้ที่ <http://www.endemol.com> นั้นพบว่า ผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ต้นแบบได้กล่าวถึงรูปแบบของรายการซึ่งระบุประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นหลักคือ

1. การตัดขาดจากโลกภายนอก
2. การออกอากาศ
3. มีระบบจับได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต เพื่อคงเอกลักษณ์ความเป็นรายการบิกบราเธอร์เอาไว้ ประเทศเจ้าของลิขสิทธิ์จึงได้กำหนดให้ผู้ผลิตนั้นต้องยึดถือในเรื่องรูปแบบของรายการ กล่าวคือ รายการบิกบราเธอร์ จะต้องคงองค์ประกอบหลักในรูปรายการไว้

“เวลาเราซื้อรายการเข้ามา เราก็ต้องเก็บส่วนที่เป็นองค์ประกอบหลักของเค้าไว้ บางส่วนเค้าก็กำหนดไว้อย่างเรื่องรูปแบบ เพราะตรงนี้นั้นเป็นจุดเด่นของรายการบิกบราเธอร์ แบบ ทุกประเทศก็จะมีรูปแบบแบบนี้ เวลาเราซื้อลิขสิทธิ์เข้ามามันก็เหมือนเป็นแพคเกจ อย่างภาพรวมก็เรื่องรูปแบบเนี่ยก็เปิดเผยได้ เพราะมันเป็นสิ่งที่คนดูต้องรู้อยู่แล้ว แต่บางเรื่องก็บอกไม่ได้ เพราะมันเป็นเรื่องของสัญญาการรักษาความลับ” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยพบว่าสาเหตุที่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้กำหนดให้คงรูปแบบรายการไว้ เนื่องจากประเด็นเหล่านี้ถือเป็นองค์ประกอบหลักที่แสดงถึงความเป็นรายการเรียลลิตีทีวี ดังที่อริยา จินตพานิชกร (2548:19) ได้ให้คำจำกัดความแก่รายการเรียลลิตีทีวีที่คงอยู่ในประเภท Reality Game Show ไว้ โดยกล่าวว่า เป็นรายการที่คนในกล้องรู้ตัวว่าถูกถ่าย แต่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่ภายใต้สถานการณ์แวดล้อมที่ผู้ผลิตรายการกำหนด รายการเรียลลิตีทีวีที่วีประเภทนี้เน้นไปที่การแข่งขัน ชิงชัย หรือเฟ้นหา โดยผู้ร่วมรายการที่ชนะการแข่งขันที่ว่าจะได้รับรางวัลหรือผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งเป็นการตอบแทน ลักษณะเด่นของรายการเรียลลิตีทีวีเกมส์โชว์ คือ ผู้ร่วมรายการมักมาอยู่ร่วมกันในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง มีการสร้างกติกาในการอยู่ร่วมกัน และมีการกำจัดผู้แข่งขันออกไปทีละคน ด้วยการโหวตออกหรือด้วยวิธีอื่น

(2) การผลิตซ้ำในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขัน

การที่ประเทศไทยซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์มาจาก บริษัท Endemol International จำกัด เพื่อมาผลิตซ้ำเป็นรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ และ บิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์นั้น ผู้ผลิตจะได้รับโจทย์จากรายการต้นแบบในการวางบุคลิกผู้เข้าแข่งขัน โดย ทางบริษัท Endemol International จำกัด จะกำหนดให้ผู้เข้าแข่งขันทุกคนต้องมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากรายการบิกบราเธอร์มีจุดประสงค์เพื่อต้องการสร้างสถานการณ์เพื่อให้แก่ผู้เข้าแข่งขัน เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันจะได้แสดงตัวตนที่แท้จริงที่แตกต่างกันออกมา ดังที่ลัทธนา สรวินน์ (2544 : 22) ได้กล่าวไว้ว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลจะทำให้พฤติกรรมของบุคคลแตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากความแตกต่างใน 4 ด้านคือ ความแตกต่างทางร่างกาย ทางอารมณ์ ทางสติปัญญา และทางสังคม เมื่อเรายอมรับความจริงได้ว่าแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันในทุกๆด้าน ก็ต้องมีการปรับตัวให้ได้

จากคำกล่าวข้างต้นนี้ เป็นเหตุให้ผู้วิจัยพบว่า การวางลักษณะผู้เข้าแข่งขันให้แตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์ในด้านต่างๆ จะทำให้ผู้ชมได้รับชมพฤติกรรมในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่หลากหลายในการแข่งขัน ดังนั้นการที่บุคคลที่มีความแตกต่างกัน ต้องใช้ชีวิตร่วมกันในสถานการณ์ที่บีบบังคับ จะทำให้เกิดความขัดแย้ง และความพยายามในการแก้ปัญหาขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยให้รายการน่าติดตามได้

(3) การผลิตซ้ำในการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน

เมื่อศึกษาถึงเรื่องการผลิตซ้ำและการดัดแปลงการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันทั้ง 6 ขั้นตอน โดยการสัมภาษณ์คุณเชาวลิต พงษ์สุขเวชกุล ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการบิกบราเธอร์ ในประเทศไทย พบว่า มีการผลิตซ้ำกับประเทศต้นแบบในการคัดเลือกผู้สมัครให้เหลือ 50 คนและได้ในการกำหนดวิธีการและจำนวนผู้ได้รับคัดเลือกโดยประเทศต้นแบบ กล่าวคือทางประเทศต้นแบบจะกำหนดให้มีการสัมภาษณ์ใหญ่ด้วยการสัมภาษณ์เชิงจิตวิทยา และทางบริษัทเอโดมอล บริษัทผู้ผลิตเจ้าของลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์จะเข้ามามีส่วนร่วมในการสัมภาษณ์โดยจะสังเกตการณ์และเสนอแนะ เพื่อให้ได้ผู้เข้าแข่งขันที่แตกต่างกันตามเกณฑ์วางไว้ และทางบริษัท Endemol International จำกัด กำหนดให้รอบนี้จะต้องมีการสัมภาษณ์ใหญ่ และทดสอบทางด้านจิตวิทยา ซึ่งจะต้องมีนักจิตวิทยาทำหน้าที่ศึกษาพฤติกรรมผู้เข้าแข่งขันทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงบุคลิก ลักษณะนิสัยใจคอที่แท้จริงของผู้เข้าแข่งขัน และคัดเลือกให้เหลืออีก 20 คนก่อนที่จะมีการเริ่มการแข่งขัน

“ส่วนรอบที่เค้ากำหนด คือ รอบ 50 คน เค้ากำหนดว่าจะต้องเหลือ 50 คนเพราะไม่จั้นถ้า น้อยกว่านี้ มันอาจจะไม่ได้คนครบ หรือถ้ามากกว่านี้ก็เยอะไป คือ ถ้ามากกว่านี้มันอาจจะไม่ได้

กรองมาดี ดังนั้น 50 คนนี้ถือเป็นตัวเลขที่กรองมาดีแล้ว มันคือใช้ได้” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

“พอเหลือ 50 คน ก็จะทำการ test ใหญ่ มีทั้งสัมภาษณ์ใหญ่ มีทั้งทดสอบทางด้านจิตวิทยา แล้วก็ตรวจร่างกาย แล้วเอาทั้งหมดนี้ออกมาคิดว่าแต่ละคนมีบุคลิกยังไง โดยในรอบนี้นักจิตวิทยา จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เราจะใช้นักจิตวิทยาประมาณ 8 คนมาทดสอบผู้เข้าแข่งขันด้วยการทำข้อสอบ และทำกิจกรรมกลุ่มโดย Endemol จะเข้ามามีบทบาททุกอย่างในช่วงนี้ การที่ Endemol เข้าเข้ามาเนี่ยก็เพราะว่า เขาก็ต้องควบคุม และดูความเป็นไปว่าคนที่เราจะรับสมัครเข้ามาจะตอบ โจทย์พวก ความแตกต่าง พวก theme ที่เราวางไว้ได้รึเปล่า ที่สำคัญ ที่เค้ากำหนดให้นักจิตวิทยา เข้ามาช่วยเพราะการที่เราจะให้คนไปอยู่ร่วมกันนั้นต้องมั่นใจว่าจะไม่ผิดปกติทางจิต ซึ่งช่วงเวลาที่ คัดเลือกเข้ามาก็ไม่พอที่จะรู้จักตัวตนเค้าจริงๆหรอก นักจิตวิทยาก็จะมีวิธีทดสอบของเค้าซึ่งตรงนี้ ก็บอกไม่ได้เพราะมันเป็นความลับ เขาเป็นว่าถ้าเราเอาคนที่มีความผิดปกติทางจิตเข้าไปเล่น แล้ว เกิดทำอะไรขึ้นมา คราวนี้ละเป็นเรื่องใหญ่เลย”(ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

กล่าวโดยสรุปคือ ทาง บริษัท Endemol International จำกัด เจ้าของลิขสิทธิ์ จะเข้ามา มีส่วนร่วมในการเสนอแนะ และสังเกตการณ์ในการสัมภาษณ์ผู้สมัครรอบนี้ พร้อมทั้งกำหนดให้นักจิตวิทยามาทำหน้าที่ศึกษาพฤติกรรมผู้เข้าแข่งขัน ทั้งนี้เนื่องจาก เจ้าของลิขสิทธ์นั้นต้องการ ควบคุมการคัดเลือกให้ได้ผู้เข้าแข่งขันที่ทางผู้ผลิตได้วางไว้ตามแกนของรายการ และต้องการสร้างความมั่นใจว่าผู้เข้าแข่งขันที่ได้รับคัดเลือกเป็นคนจิตปกติ

(4) การผลิตซ้ำในเรื่องภารกิจ

จากการสัมภาษณ์ทีมงานผู้ผลิตพบว่า การวางโครงสร้างภารกิจเกิดขึ้นจากการทางรายการ คัดสรรกำหนดไว้โดยจะมุ่งเน้นไปที่ภารกิจประจำสัปดาห์ กล่าวคือ การวางโครงสร้างภารกิจนั้น จะทำเป็นตัวกำหนดขอบเขตกว้างๆ ของการดำเนินการแข่งขัน โดยช่วงที่ 1 จะออกแบบจัด กิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เข้าแข่งขัน เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันและผู้ชมได้รู้จัก สนับสนุน กันมากขึ้น ในขณะที่ช่วงที่ 2 จะเน้นการสร้างความกดดัน เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันได้แสดงความเป็น ตัวเองออกมา และทดสอบความสามารถผู้เข้าแข่งขันและในช่วงที่ 3 เน้นความบันเทิง และ กิจกรรมที่พัฒนาศักยภาพของผู้เข้าแข่งขัน เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันและผู้ชมเกิดความสนุกสนาน และ เห็นความโดดเด่นของแต่ละคน

(5) การผลิตซ้ำในเรื่องห้องเปิดใจ

ในการผลิตซ้ำในเรื่องห้องเปิดใจนั้นผู้ผลิตได้ผลิตซ้ำตามประเทศต้นแบบทั้งหมด วัตถุประสงค์ของการใช้ห้องเปิดใจในการติดต่อกับบิกบราเธอร์ มี 3 ส่วน ดังนี้

1. การเข้าห้องเปิดใจเพื่อระบายอารมณ์
2. การเข้าห้องเปิดใจเพื่อรับภารกิจ
3. การเข้าห้องเปิดใจเพื่อโหวตผู้เข้าแข่งขันอื่น หรือ ตัวเองออก

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตซ้ำในเรื่องของห้องเปิดใจนั้นเกิดจากการข้อกำหนดจากประเทศต้นแบบเนื่องจากเป็นกติกาของการแข่งขัน โดยเจ้าของลิขสิทธิ์ได้เสนอแนะเหตุผลของการใช้ห้องเปิดใจไว้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่อให้ผู้ชมรู้จักผู้เข้าแข่งขัน

ห้องเปิดใจเป็นสถานที่หนึ่งที่สามารถช่วยให้ผู้ชมรู้จักตัวตนที่แท้จริงของผู้เข้าแข่งขัน เนื่องจากผู้เข้าแข่งขันจะถูกกำหนดให้เข้าห้องเปิดใจ คำพูด ความรู้สึก ความคิด และกิริยาท่าทางต่างๆ ของผู้เข้าแข่งขัน จะถูกนำเสนอออกอากาศทั้งหมด จากการสัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า การที่ผู้เข้าแข่งขันถูกกำหนดให้เข้าห้องเปิดใจทุกวันนี้ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้บิกบราเธอร์พูดคุยซักถาม เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันแสดงตัวตนที่แท้จริง เนื่องจากผู้เข้าแข่งขันบางคนอาจมีลักษณะที่ไม่พูดหรือเก็บตัวตนที่แท้จริงไว้ บิกบราเธอร์จึงต้องพูดคุยเพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันนั้นแสดงตัวตนออกมา

- เพื่อลดความตึงเครียดให้แก่ผู้เข้าแข่งขัน

จากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า การเข้าห้องเปิดใจเป็นข้อกำหนดของนักจิตวิทยาด้วย เนื่องจากผู้เข้าแข่งขันต้องอยู่ในสภาพที่ตึงเครียด ตัดขาดจากโลกภายนอก เมื่อผู้เข้าแข่งขันระบายอารมณ์ในห้องเปิดใจจะลดความตึงเครียดได้ อย่างไรก็ดี การกำหนดให้ทุกคนเข้าห้องเปิดใจทุกวัน วันละ 5 นาทีนั้น คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล ได้เสริมว่า นักจิตวิทยาได้กำหนดไว้ว่าเวลาอย่างน้อย 5 นาทีเป็นเวลาที่เหมาะสม และยังเป็นเวลาที่เหมาะสมกับการบันทึกภาพด้วย เนื่องจากยังมีเหตุการณ์อื่นๆ ที่น่าสนใจที่ต้องนำเสนอ

(6) การผลิตซ้ำในการเสนอชื่อและการโหวตออก

การเสนอชื่อสมาชิกในบ้านให้ออกจากการแข่งขันโดยเพื่อนร่วมบ้าน นั้นเกิดจากเจ้าของลิขสิทธิ์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันแสดงตัวตนที่แท้จริง โดยการแสดงความคิด และเหตุผลที่

ต้องการให้เพื่อนร่วมบ้านออกจากบ้าน โดยผ่านทาง การเสนอชื่อ ดังนั้นการเสนอชื่อจึงเป็นกติกาที่สำคัญที่ทำให้การแข่งขันนั้นสมบูรณ์ ดังนั้นผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยจึงต้องยึดถือองค์ประกอบหลักนี้ตามข้อกำหนดของเจ้าของลิขสิทธิ์

(7) การผลิตซ้ำในเรื่องกฎและกติกา

กฎหลัก 5 ข้อถือเป็นข้อกำหนดที่เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนดไว้ เนื่องจากสามารถใช้อธิบายรูปแบบและกติกาของรายการ ได้อย่างครอบคลุม ปัจจัยที่เกิดจากข้อกำหนดของผู้ผลิตต้องยึดกฎหลักสำคัญ 5 ข้อ ตามแบบของรายการต้นสังกัด เนื่องจากต้นสังกัดกำหนดไว้ว่าผู้ซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์ทุกประเทศต้องยึดถือปฏิบัติตามกฎหลัก 5 ข้อนี้เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่บรรจุอยู่ในการซื้อขายลิขสิทธิ์อยู่แล้ว ดังที่คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล ได้กล่าวไว้

“... คือ การซื้อลิขสิทธิ์รายการ มันจะมาแบบแพคเกจ มันเป็นการซื้อ format รายการ ว่าจะต้องมีรายละเอียด ตามกฎหลัก 5 ข้ออะไรแบบนี้”

“ต่างประเทศเค้าให้เห็น 5 ข้อเป็นหลัก เพราะมันคือหัวใจสำคัญของการทำบีบี ส่วนอื่นๆนี้เป็นรายละเอียดปลีกย่อย”

(8) การผลิตซ้ำเรื่องรูปแบบบ้าน

ในการซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์มานั้น ประเทศต้นแบบได้ขายลิขสิทธิ์มาพร้อมกับแบบบ้าน เนื่องจากในแบบบ้านนั้นจะมีการกำหนดการวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ในที่ต่างๆ ในบ้าน และมีการกำหนดจุดต่างๆในการตั้งกล้องจำนวนเพื่อให้ได้ภาพครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด

จากการสัมภาษณ์คุณณรงค์ ม่วงอารีย์ ในเรื่องของการผลิตซ้ำในรูปแบบบ้านบิกบราเธอร์นั้น พบว่า ผู้ผลิตได้ใช้การวางแบบบ้านตามลักษณะการวางของประเทศต้นแบบโดยตรง โดยปัจจัยสำคัญในผลิตซ้ำในเรื่องของการวางแบบบ้านนี้เนื่องจาก ในการซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์มานั้น ประเทศต้นแบบได้ขายลิขสิทธิ์มาพร้อมกับแบบบ้าน เนื่องจากในแบบบ้านนั้นจะมีการกำหนดการวางตำแหน่งเฟอร์นิเจอร์ในที่ต่างๆในบ้าน และมีการกำหนดจุดต่างๆในการตั้งกล้องจำนวน 26 ตัวเพื่อบันทึกภาพเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างการแข่งขัน ผู้ผลิตจะต้องทำตามแบบบ้านที่ทางประเทศต้นแบบได้ให้มาเพื่อจะได้ได้ภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในบ้านอย่างละเอียด

“เรื่องบ้านนี้ก็เหมือนกัน ถ้ามาพร้อมกับตำแหน่งของกล้อง และก็พวกเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ถ้าไปวางไว้ไม่ตรงตามเค้า บางทีเฟอร์นิเจอร์มันก็จะบังมุมกล้องเราได้” (ณรงค์ฤทธิ์ ม่วยอารีย์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2550)

(9) การผลิตซ้ำในเรื่องของตราสัญลักษณ์และชื่อรายการ

จากการสัมภาษณ์คุณคุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุลพบว่า ข้อตกลงระหว่างบริษัท กันตนา จำกัด (มหาชน) และ บริษัท Endemol International จำกัด พบว่า เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนดไว้ว่า จะต้องคงตราสัญลักษณ์หลักของรายการ

5.2.2 ปัจจัยที่เกิดจากผู้ชม

ผู้ชมเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลผลิตต้องคำนึงถึง เนื่องจากการผลิตซ้ำรายการบิก บรา เซอร์ในประเทศไทยนั้น มีจุดประสงค์หลักเพื่อให้เหมาะสมกับผู้ชม จากการศึกษาพบว่าผู้ชมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตซ้ำในส่วนประกอบต่างๆของรายการดังนี้

(1) การผลิตซ้ำในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขัน

ผู้ผลิตคำนึงถึงความต้องการในการรับชม จึงเกิด แกนของรายการขึ้นมาโดยในปีแรกได้วางแกนรายการไว้เพื่อค้นหา “ตัวแทนบุคคลธรรมดาที่มีความแตกต่างกัน จำนวน 12 คน” และในปีต่อมาเป็นการคัดเลือก “บุคคลพิเศษ เหนือคนธรรมดาทุกๆ ไปที่มีความโดดเด่นแตกต่างกัน จำนวน 14 คน”

หลังจากที่ผู้ผลิตรายการบิกบราเซอร์ที่ผลิตในประเทศไทยได้ปฏิบัติตามโจทย์ของเจ้าของลิขสิทธิ์ในการกำหนดให้ผู้เข้าแข่งขันต้องมีความแตกต่างกันแล้ว ในความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขัน ผู้ผลิตรายการบิกบราเซอร์ในประเทศไทยจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการในการรับของผู้ชม เพื่อให้รายการได้รับความนิยมด้วย ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องเพิ่มอรรถรสในการรับชมให้แก่ผู้ชม โดยมีการวางแกนของรายการบิกบราเซอร์ในแต่ละปีไว้ การวางแกนนั้นจะช่วยตีกรอบของโจทย์ในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขันได้ดีขึ้น ทั้งนี้สามารถแบ่งเกณฑ์ในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขันเพื่อสร้างอรรถรสให้แก่รายการบิกบราเซอร์ที่ผลิตในประเทศไทยทั้ง 2 ปีได้ดังนี้

- เกณฑ์ตามความแตกต่างทางลักษณะประชากร

ความแตกต่างตามลักษณะประชากร เป็นเกณฑ์ที่ผู้ผลิตได้กำหนดไว้ในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขัน เนื่องจากการที่คนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมหรือความคิดที่แตกต่างของผู้เข้าแข่งขันได้

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้ศึกษาจากประวัติส่วนตัวผู้เข้าแข่งขัน และ แยกประเภทของความแตกต่างตามลักษณะประชากรไว้ดังนี้

- เพศ แบ่งเป็น เพศหญิง และ เพศชาย
- อายุ เป็นอายุขณะเข้าแข่งขัน
- ฐานะ แบ่งเป็น ฐานะร่ำรวย ปานกลางและยากจน โดยวัดได้จากพื้นฐานครอบครัวของผู้เข้าแข่งขัน
- การศึกษา แบ่งเป็น การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี และ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
- สถานภาพ แบ่งเป็น โสด สมรส และหย่าร้าง
- ภูมิลำเนา แบ่งเป็น กรุงเทพมหานคร ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

ผู้วิจัยพบว่า ผู้ผลิตได้วางแผนของรายการ โดยใช้เกณฑ์ตามลักษณะความแตกต่างของประชากร เพื่อให้ได้ผู้เข้าแข่งขันตามแกนของรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยดังนี้

● รายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

จากแกนของรายการที่กล่าวไว้ในบทที่แล้วว่า รายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ ได้วางแผนความแตกต่างและความหลากหลายของผู้เข้าแข่งขันนั้น ให้ผู้เข้าแข่งขันทุกคนจะต้อง เป็นตัวแทนของบุคคลธรรมดาที่มีความแตกต่างกัน โดยผู้ผลิตต้องการคนไทย 12 คนแรกในรายการที่เป็นคนที่มีความรู้สึกเหมือนมนุษย์ทั่วไป กล่าวคือ รู้จักหัวเราะและร้องไห้ รัก โกรธ เกือบดั่ง เจ็บปวด และ ริชยา เนื่องจากรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์มีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนคนธรรมดาให้เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง (อนันต์ จันทร์ว่าววม Big Brother Focus พฤษภาคม 2548, หน้า 44)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขัน โดยอาศัยเกณฑ์ตามลักษณะประชากรของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์โดยอ้างอิงจากนิตยสาร Big Brother Big Focus(2548:8-43)ไว้ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ตารางแจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ตามเกณฑ์ทางลักษณะประชากร

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	เกณฑ์ในการวางนุคลิกผู้เข้าแข่งขันตามลักษณะประชากร														
		เพศ		อายุ (ปี)	ฐานะ			การศึกษา			สถานภาพ			ภูมิสำเนา		
		ญ	ช		รับราย	ปานกลาง	ยากจน	ต่ำกว่า ป.ตรี	ศึกษา ป.ตรีอยู่	ป.ตรี	โสด	สมรส	หย่าร้าง	กทม	ต.จ.ว.	ต.ป.ท.
1	นิพนธ์ เทิกทิม		x	22			x	x			x				x	
2	พิมพ์จักร ชิวารักษ์	x		23	x				x		x					x
3	ภูวดล จินศิริ		x	23		x		x			x			x		
4	นภัสนพพร ฐิติวงศาโรจน์	x		24	x				x		x			x		
5	ประมุข จารีประสิทธิ์		x	23		x			x		x				x	
6	พิมชนก นาลา คูเบ	x		33						x			x	x		
7	วริศรา บุตรเขียว	x		26		x				x			x		x	
8	โสภณ ศรีสกุล		x	25		x				x	x			x		
9	ฉัตรชัย โพธิ์ตาปะนะ		x	25		x		x				x			x	
10	รัตนฟ้า แดงพิบูลย์สกุล	x		31			x			x	x				x	
11	อุคร เพชรสิงหา		x	26			x	x			x			x		
12	มนรีญา วิเชียรสวรรค์	x		27		x				x	x			x		

จากตารางจะพบว่า มีผู้เข้าแข่งขันที่เป็นเพศชาย 6 คน และเพศหญิง 6 คน โดยมีอายุตั้งแต่ 22-33 ปี เป็นผู้เข้าแข่งขันที่มีฐานะร่ำรวย 3 คน ฐานะปานกลาง 6 คน และฐานะยากจนอีก 3 คน ในเรื่องของการศึกษานั้น มีผู้เข้าแข่งขันที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน และ จบปริญญาตรีจำนวน 5 คน นอกจากนั้น ในเรื่องของการสถานภาพ มีผู้เข้าแข่งขันที่โสด จำนวน 9 คน สมรสแล้ว 1 คน หย่าร้างจำนวน 2 คน มีผู้เข้าแข่งขันจำนวน 6 คนที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร ผู้เข้าแข่งขัน 5 คนที่มาจากต่างจังหวัด และ 1 คนมาจากต่างประเทศ

- **รายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์**

สำหรับรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์นั้น ผู้วิจัยพบว่า ผู้ผลิตได้กำหนดปัจจัยในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขัน โดยผลิตซ้ำในเรื่องของความแตกต่างตามลักษณะทางประชากรแต่มีการเปลี่ยนแปลงในการวางลักษณะของผู้เข้าแข่งขัน โดยเปลี่ยนเป็น “บุคลลธรรมคาเหนือคนปกติ” แต่ยังมีเกณฑ์ตามความแตกต่างทางประชากรไว้ เนื่องจากความแตกต่างทางลักษณะประชากรนั้น ยังถือเป็นเกณฑ์สำคัญในการวางลักษณะของผู้เข้าแข่งขันด้วยเช่นกัน เนื่องจากสิ่งเหล่านี้ยังคงสะท้อนถึงวัฒนธรรมหรือความคิดที่แตกต่างของผู้เข้าแข่งขันได้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากประวัติส่วนตัวผู้เข้าแข่งขัน และ แยกประเภทของความแตกต่างตามลักษณะประชากรไว้และแจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์โดยอาศัยเกณฑ์ตามลักษณะทางประชากรไว้ดังนี้(2006 Big Brother, 2549:5-53)

ตารางที่ 5.3 ตารางแจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ตามเกณฑ์ทางลักษณะทางประชากร

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	เกณฑ์ในการวางบุคลิกผู้เข้าแข่งขันตามลักษณะประชากร														
		เพศ		อายุ (ปี)	ฐานะ			การศึกษา			สถานภาพ			ภูมิกำเนิด		
		ญ	ช		ร่ำรวย	ปานกลาง	ยากจน	ต่ำกว่า ป.ตรี	ศึกษา ป.ตรีอยู่	ป.ตรี	โสด	สมรส	หย่าร้าง	กทม	ต.จ.ว.	ต.ป.ท.
1	นลินทา กิตติวรรณ	x		27	x					x	x				x	
2	วิทศ ดั่งสุวรรณ		x	25	x					x	x					x
3	สิรินธร ปานสมุทร	x		21			x			x	x			x		
4	สุรศักดิ์ แดงเลิศ		x	19		x			x		x				x	
5	พรณี สีดาสด	x		20			x	x			x			x		
6	อากม วิเศษพิทยาพงษ์		x	20		x		x			x			x		
7	กนกรัตน์ เทโวชาติ	x		29		x				x	x				x	
8	ศวัสกร นันทะบัน		x	27		x				x	x				x	
9	อริสา สนธิรอด	x		22			x		x		x			x		
10	สุรศักดิ์ โชติทินวัฒน์		x	24		x			x		x			x		
11	พรพัชรกร สุวรรณมงคล	x		22		x			x		x				x	
12	กฤษณ์ ไตรรัตน์		x	25	x				x		x					x
13	นริศรา งามประเสริฐโสภณ	x		24			x	x				x			x	
14	อิสรา นาวี		x	27		x		x			x			x		
15	งามเนตร หิรัญชนะโชค	x		20		x			x		x			x		

จากตารางจะพบว่า มีผู้เข้าแข่งขันที่เป็นเพศชาย 7 คน และเพศหญิง 8 คน โดยมีอายุตั้งแต่ 19-29 ปี เป็นผู้เข้าแข่งขันที่มีฐานะร่ำรวย 3 คน ฐานะปานกลาง 8 คน และฐานะยากจนอีก 4 คน ในเรื่องของศึกษานั้น มีผู้เข้าแข่งขันที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 6 คน และ จบปริญญาตรีจำนวน 5 คน นอกจากนั้น ในเรื่องของ การสถานภาพ มีผู้เข้าแข่งขันที่โสด จำนวน 14 คน สมรสแล้ว 1 คน ไม่มีผู้เข้าแข่งขันที่หย่าร้าง และมีผู้เข้าแข่งขันจำนวน 7 คนที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร ผู้เข้าแข่งขัน 6 คนที่มาจาก ต่างจังหวัด และ 2 คนมาจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี ดังเช่นรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ ทางผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ ไม่ได้กำหนดจำนวนผู้เข้าแข่งขันต่อการตามเกณฑ์ตามลักษณะทางประชากรไว้ตายตัว เนื่องจากปัจจัยในส่วนนี้ยังจะต้องไปประกอบกับปัจจัยในการวางลักษณะของผู้เข้าแข่งขันตาม ความแตกต่างตามเกณฑ์อื่นๆ ด้วย

(2) ความแตกต่างตามลักษณะทางบุคลิกภาพ

ความแตกต่างตามลักษณะทางบุคลิกภาพผู้เข้าแข่งขันนี้ เป็นเกณฑ์ที่ผู้ผลิตสามารถ พิจารณาคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันให้ให้ตรงตามแกนของรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย ซึ่งผู้ผลิต สามารถพิจารณาคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันให้ตรงกับลักษณะทางบุคลิกภาพที่วางไว้ได้โดยการวัดจากใบ สัมผัส และ สัมภาษณ์ผู้เข้าแข่งขันในรอบคัดเลือก ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ผู้ผลิตได้วางลักษณะ ของผู้เข้าแข่งขันให้ตรงตามแกนของรายการ ไว้ดังนี้

- มีความคิดเป็นของตัวเอง มีเป้าหมายในชีวิต
- กล้าแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง
- รักอิสระ
- มีความมั่นใจ และมีความคิดเป็นของตัวเอง
- เป็นคนตรงไปตรงมา
- มีลักษณะของความเป็นผู้นำ
- เอาแต่ใจ ไม่ชอบทำอะไรฝืนใจตัวเอง
- เป็นคนประนีประนอม
- เอาจริงเอาจังกับชีวิต
- กล้าแสดงออก และตลกสนุกสนาน

- รายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

ตารางที่ 5.4 ตารางแจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ตามเกณฑ์ทางลักษณะทางบุคลิกภาพ

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	ลักษณะทางบุคลิกภาพ
1	นิพนธ์ เพิกทิม	มีความคิดเป็นของตัวเอง มีเป้าหมายในชีวิต
2	พิมพ์จักร ชิวรักษ์	กล้าแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง
3	ภูวคล จิมศิริ	รักอิสระ
4	นภัสณพชร ฐิติวงศาโรจน์	มีความมั่นใจ และมีความคิดเป็นของตัวเอง
5	ประมุข จารีประสิทธิ์	เป็นคนตรง ไปตรงมา
6	พิมพ์ชนก นาลา คูเบ	มีลักษณะของความเป็นผู้นำ
7	วริศรา บุตรเชียว	เอาแต่ใจ ไม่ชอบทำอะไรฝืนใจตัวเอง
8	โสภณ ศรีสกุล	เป็นคนประนีประนอม
9	ฉัตรชัย โพธิ์ตาปนะ	เป็นตัวของตัวเองมีความเป็นผู้นำสูง
10	รัตน์ฟ้า แดงพิบูลย์สกุล	เอาจริงเอาจังกับชีวิต
11	อุคร เพชรสิงหา	กล้าแสดงออก และตลกสนุกสนาน
12	มนรีญา วิเชียรสวรรค์	รักอิสระ และเป็นคนมั่นใจในตนเอง

(ที่มา Big Bother Big Focus, 2548:8-43)

- รายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

ตารางที่ 5.5 ตารางแจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ตามเกณฑ์ทางลักษณะทางบุคลิกภาพ

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	ลักษณะทางบุคลิกภาพ
1	นลินทา กิตติวรรณ	มีความเป็นผู้นำ
2	วิศ ตังสุรัตน์	มีความมั่นใจในตัวเอง
3	สิรินธร ปานสมุทร	กล้าแสดงออก แต่เจียม
4	สุรศักดิ์ แดงเลิศ	ตลกสนุกสนาน

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	ลักษณะทางบุคลิกภาพ
5	พรรณณี สีดาสด	ร่าเริงสดใส
6	อาคม วิเศษพิทยาพงษ์	ตลก ขี้ขวน
7	กนกรัตน์ เทโวชาติ	เอาแต่ใจ ไม่ชอบทำอะไรฝืนใจตัวเอง
8	ศวัสกร นันทะบัน	มีเหตุผล
9	อริสา สนธิรอด	จิตใจมุ่งมั่น
10	สุรศักดิ์ โชติทินวัฒน์	อารมณ์อ่อนไหว
11	พรพัชรพร สุวรรณมงคล	ใจร้อน ไม่ยอมคน
12	กฤษณ์ ไตรรัตน์	รักอิสระ มองโลกในแง่ดี
13	นริศรา งามประเสริฐ โสภณ	เป็นคนจริงจังกับชีวิต
14	อิสรา นาวี	เป็นคนประนีประนอม
15	งามเนตร หิริอุษนะโชค	ไม่มุ่งมั่นกับสิ่งที่ทำ

(ที่มา 2006 Big Brother, 2549: 5-53)

จากตารางพบว่า ผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยทั้ง 2 ปี นั้นจะมีบุคลิกที่แตกต่างกัน เช่นคนที่เป็ผู้นำจะต้องอยู่ร่วมกับคนประนีประนอม หรือ คนที่มีลักษณะทางบุคลิกภาพใกล้เคียงกัน แต่แตกต่างกันตามเกณฑ์อื่นๆ ต้องมาอยู่ร่วมกัน โดยสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการสร้างสถานการณ์ที่กดดัน และทำให้เกิดความขัดแย้งกันและการแก้ปัญหาขึ้น ซึ่งทำให้รายการนี้น่าติดตาม ดังที่คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุลได้เคยกล่าวไว้

(3) ความแตกต่างตามลักษณะพิเศษ

ความแตกต่างทางลักษณะพิเศษนี้เป็นเกณฑ์ที่เพิ่มขึ้นมาในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชมรายการให้แก่ผู้ชมรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ ดังที่คุณคุณอนันต์ จันทร์วาววม ตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการ สายงานรายการโทรทัศน์ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กล่าวไว้ว่า

“ผู้เข้าแข่งขันที่ถูกคัดเลือกมาจากสามหมื่นคนที่มาสมัคร ซึ่งมาจากทั่วประเทศ ในตอนนี้ทางทีมงานได้คัดเลือกเหลือเพียงยี่สิบคน ซึ่งทั้งหมดเป็นผู้เข้าแข่งขันที่เรียกว่าพิเศษสุดเหนือคนปกติ เหนือคนธรรมดาทั่วไป ถ้าจะร้องเพลงก็ร้องเพลงได้ดี ถ้าจะเล่นกีฬาก็เล่นกีฬาได้เก่ง เป็นนักกีฬาทีมชาติได้เลย ถ้าเขาเป็นนักกีฬานะ ถ้าเขาสวยเขาหล่อเนี่ย ก็เป็นระดับพระเอก นางเอกละครได้เลย และถ้าจะแปลกก็แปลกขนาดที่ว่าเห็นแล้ว ต้องอ้าปากค้างเลยทีเดียวนะ แต่ถ้าเป็นคนธรรมดาก็ต้องมีปรัชญาชีวิตที่น่าสนใจมาก มากกว่าคนธรรมดาในประเภทเดียวกัน” (อนันต์ จันทร์ วาววาม อ้างถึงใน Big Brother Focus, 2548 : 44)

จากการทำการสัมภาษณ์ทั้ง 6 รอบ ผู้ผลิตสามารถพิจารณาคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันให้ตรงกับลักษณะพิเศษที่ได้วางแกนไว้ได้โดยการวัดจากใบสมัคร และ สัมภาษณ์ผู้เข้าแข่งขันในรอบคัดเลือก ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ผู้ผลิตได้วางลักษณะของผู้เข้าแข่งขันให้ตรงตามแกนของรายการได้ดังนี้

ตารางที่ 5.6 ตารางแจกแจงความแตกต่างของผู้เข้าแข่งขันในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ตามเกณฑ์ทางลักษณะพิเศษ

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	ลักษณะพิเศษ
1	นลินทา กิตติวรรณ	กล้าแสดงออก มั่นใจในตัวเอง สามารถเป็นผู้นำได้ คุณคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง พุดจาฉะฉาน หน้าตาสวยงาม
2	วิทศ ดั่งสุรัตน์	มีความมั่นใจในตัวเองสูง และหลงตัวเองมาก
3	สิรินธร ปานสมุทร	เซ็กซี่ กล้าแสดงออก แต่ปกติเป็นคนเงิบๆ
4	สุรศักดิ์ แดงเลิศ	เป็นกระเทย พุดเก่ง กล้าแสดงออกมาก
5	พรธณี สีคาสด	ร่าเริงสดใส เป็นคนพุดเก่งมาก
6	อาคม วิเศษพิทยาพงษ์	ดูเป็นคนลักษณะเกเร แต่รักสัตว์ หน้าตาดี มีเสน่ห์
7	กนกรัตน์ เทโวชาติ	สวย ดูเซ็กซี่ เอาแต่ใจ ก่อนข้างยอมรับคนอื่นได้ยาก
8	ศวัสกร นันทะบัน	เป็นคนรูปร่างหน้าตาดีเคยเป็นครู อยากเข้าวงการบันเทิงเลย ออกมาเป็นนายแบบ เป็นนายแบบถ่ายแมกกาซีน FHM
9	อริสสา สนธิรอด	เป็นผู้หญิงที่รับงานแสดงเป็นสแตนอิน สวย ดูเท่ๆ ดูห้าว กล้าคิด กล้าทำ
10	สุรศักดิ์ โชติทินวัฒน์	บุคลิก หน้าตาดี พุดจาฉะฉาน อิมแพ็คดี ร้องเพลงเพราะ

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้าแข่งขัน	ลักษณะพิเศษ
11	พรพิชสร สุวรรณมงคล	คูแรงแจ้วใจร้อน ถึงไหนถึงกัน ไม่ยอมคน
12	กฤษณ์ ไตรรัตน์	รักอิสระ ชอบความเป็นส่วนตัว ไม่ชอบรุ่นวาย อารมณ์ดี เป็นคนมองโลกในแง่ดี
13	นริศรา งามประเสริฐ โสภณ	เป็นผู้หญิงที่ต้องเลี้ยงครอบครัวเพราะไม่สามารถพึ่งพาสามีได้จริงจังกับชีวิต แต่เป็นคนมองโลกในแง่ดีมาก
14	อิสรา นาวี	บุคลิกขี้อาย พุดจาสุภาพ สภาพร่างกายภายนอกตรงกันข้าม คือเงาะและฝิ่งหมุดที่ หัว หู จมูก นม คูน่ากลัว
15	งามเนตร หิรัญชนะ โชค	ความสวยอยู่ในระดับนางงาม

(2006 Big Brother, 2549: 5-53)

จากตารางพบว่า ลักษณะพิเศษของผู้เข้าแข่งขันนั้นประกอบไปด้วยคนที่มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างกัน เช่น การที่มีสภาพร่างกายภายนอกคูน่ากลัว คือ มีการ เงาะและฝิ่งหมุดที่ หัว หู จมูก นม แต่เป็นคนสุภาพ ซึ่งขัดกับลักษณะที่เป็นอยู่ หรือเกิดเป็นคนที่สวยงามมาก ในลักษณะที่เป็นนางงามมีตำแหน่ง เป็นต้น

สำหรับจำนวนของผู้เข้าแข่งขันที่ได้รับคัดเลือกในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์เพิ่มขึ้นจาก 12 คน เป็น 14 คนตั้งแต่เริ่มมีการแข่งขันเนื่องจาก ผู้เข้าแข่งขันที่สมัครเข้ามามีบุคลิกที่น่าสนใจซึ่งทางผู้ผลิตคาดว่าจะทำให้การดำเนินการแข่งขันมีความน่าติดตามมากขึ้น และเนื่องจากทางฝ่ายนั้นมีการเรียนรู้ประสบการณ์จากการผลิตรายการในปีแรกแล้ว จึงมีศักยภาพในการควบคุมการผลิต และสถานการณ์การแข่งขัน

“ปีแรกก็อย่างที่บอก เราก็ค่อนข้างตามเค้ามาอยู่ แต่พอมีปีที่ 2 เราเริ่มมีประสบการณ์มากขึ้นแล้วนี่ เริ่มเก่งขึ้น เราเค้าได้ว่าผู้ชมอยากดูอะไรจากเราเพราะผู้ชมรู้จักเราแล้ว เราก็เลยคิดว่าถ้าจะเพิ่มผู้เข้าแข่งขันขึ้นมาอีกซัก 2 คนก็เพิ่มตัวเลือกให้กับผู้ชมมากขึ้นนะ แต่เกินกว่านี้ไม่ไหวควบคุมยากพวกเรื่องมุกล้ออะไรเงี้ยะ เดินเต็มบ้านบังหมด มันไม่รายการทั่วไปที่เราจะมา blocking ได้ว่าใครต้องอยู่ตรงไหนนะมันเป็นเรียลลิตี้ เราบอกเค้าไม่ได้” (ณรงค์ฤทธิ์ ม่วงอารีย์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2550)

นอกจากนั้นการที่มีการเพิ่มผู้เข้าแข่งขันที่ชื่อ “อู๋ม” ซึ่งเป็นตัวสำรองในรอบ 20 คน ก่อนเริ่มการแข่งขันเพื่อเข้ามาแทนผู้เข้าแข่งขันที่ชื่อ “เกด” นั้นจากการสัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุลเนื่องจากการขอลออกจากบ้านกระทันหันในระหว่างการแข่งขันเพราะไม่สามารถทน

สภาพที่กดดันของบ้านไม่ไหว ทางผู้ผลิตจึงนำผู้เข้าแข่งขันที่เป็นตัวสำรองเข้ามาเพิ่ม เพื่อให้การแข่งขันนั้นสมบูรณ์ตามกติกา

อย่างไรก็ดี ในการวางลักษณะผู้เข้าแข่งขันนั้น ผู้ผลิตไม่ได้กำหนดจำนวนผู้เข้าแข่งขันที่ต้องการต่อเกณฑ์ตามลักษณะต่างๆ ไว้ตายตัว เนื่องจากเกณฑ์เหล่านี้ต้องนำมาประกอบกันเพื่อให้ได้ผู้เข้าแข่งขันที่ตรงตามแกนของรายการที่วางไว้ให้ได้มากที่สุด

(2) การผลิตซ้ำในการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน

จากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า กติกาและข้อกำหนดต่างๆ ที่แยกย่อยไปในการคัดเลือกผู้สมัครในแต่ละรอบนั้นเกิดจาก การที่ผู้ผลิต ต้องการคัดเลือกให้ได้ผู้เข้าแข่งขันที่สอดคล้องกับแกนของรายการในแต่ละปีที่ได้วางไว้ เพื่อผู้เข้าแข่งขันที่มีความแตกต่างกัน อันจะนำมาซึ่งการสร้างอรรถรสในการรับชมให้แก่ผู้ชม และทำให้การแข่งขันนั้นดูเข้มข้นน่าติดตาม ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยจากผู้ชมที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน ไว้ตามรอบในการคัดเลือกดังนี้

การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน รอบที่ 1

จากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวช พบว่า การที่ให้ผู้สมัครโทรศัพท์เข้ามาแนะนำตัวเอง บอกเหตุผลที่เข้ามาสมัคร ทั้งนี้การพิจารณาคัดเลือกผู้สมัครจะพิจารณาจากลักษณะการสื่อสารหรือน้ำเสียง โดย ผู้สมัครจะต้องพูดจาชัดเจน มีความมั่นใจ และมีเหตุผลในการที่น่าสนใจ และคัดเลือกให้เหลือ 5,000 จากนั้นจึงส่งใบสมัคร ไปให้ผู้ที่ได้รับคัดเลือก

เนื้อหาในใบสมัครที่ทีมงานส่งไปให้ผู้เข้ารอบ จะประกอบด้วย ประวัติส่วนตัว และคำถามที่ใช้ในการคัดเลือก ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามให้แสดงทัศนคติ หรือคำถามที่ออกแบบสถานการณ์มาให้ตอบ

แนวทางในการพิจารณาคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันในขั้นตอนนี้ จะพิจารณาจากองค์ประกอบหลายส่วนด้วยกัน สรุปได้เป็น 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

- พิจารณาจากประวัติส่วนตัว
- พิจารณาจากคำตอบที่เกิดจากการวางสถานการณ์ให้ โดยจะพิจารณาว่าตรงกับลักษณะของผู้เข้าแข่งขันที่ทางผู้ผลิตได้วางไว้หรือไม่

การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน รอบที่ 2

เป็นการคัดเลือกผู้สมัครให้เหลือ 500 คน จากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า การวางจำนวนผู้เข้าแข่งขันในรอบนี้ เกิดจากการพิจารณาถึงหลักภูมิศาสตร์เข้ามาช่วย โดยทางราชการมีความประสงค์ที่จะได้ผู้เข้าแข่งขันที่มีความหลากหลายที่มาจากถิ่นฐานที่ต่างกัน เพราะเชื่อว่าความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ของผู้เข้าแข่งขันเมื่อมาอยู่รวมกันแล้วจะทำให้รายการมีความน่าติดตาม จึงมีการแยกผู้สมัครที่ได้รับคัดเลือกออกเป็นพื้นที่ คือ ผู้สมัครจาก กรุงเทพมหานคร จากภาคเหนือ จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ โดยให้ได้ภาคละ 100 คน

“เนื่องจากว่าองค์ประกอบของผู้สมัครมีหลายด้าน ดังนั้นจะมีครอบคลุมทั้งหมดเลย ไม่ว่าจะ เป็นบุคลิกภาพ ทั้งอุปนิสัยใจคอ ทั้งเรื่องของความสามารถ ทั้งในเรื่องของประวัติ ในที่นี้คือ ประวัติอะไรก็ได้ เราจะมีคำถามเช่นว่าให้คุณลองเล่าเหตุการณ์ที่คุณคิดใจที่สุดในชีวิต เสียใจที่สุดในชีวิต เป็นต้น ง่ายๆ ไม่ซับซ้อน เช่นว่า ถ้าคุณอยากจะเป็นคนดังสักหนึ่งคน คุณอยากจะเป็นใคร เพราะอะไร ก็ว่าไป เพื่อต้องการให้เค้าแสดงทัศนคติ เราจะได้รู้ว่าคนนี่คิดแปลกๆ ดี คนนี่คิดธรรมดา หรือคิดแบบมีเหตุผลสอดคล้องกับบุคลิกที่เค้าเขียนมาว่าเค้าเป็นคนร่าเริง แจ่มใสจริงหรือเปล่า ยังงี้มันจะต้องเอามาเปรียบเทียบกัน เพราะบางคนเวลาเขียน เค้าอยากเข้ารอบ บางทีข้อมูลที่เค้าเขียนมันอาจจะเขียนสวยหรูมากมาย แต่เวลาเค้าตอบมามันขัดแย้งกัน เราก็พอจะมองเห็นแล้วว่า คนนี้อาจจะไม่ตรง แต่ถ้าเค้าเขียนประวัติเค้ากับการตอบของเค้ามันสอดคล้องกัน มันก็มีแนวโน้มชัดเจน” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน รอบที่ 3

ในรอบนี้เป็นการคัดจำนวนผู้เข้าแข่งขันให้เหลือจำนวน 150 คน จากการสัมภาษณ์ในรอบที่ 2 ทางทีมงานจะมีการแบ่งเกรดการให้คะแนนผู้แข่งขันระหว่างการสัมภาษณ์ออกเป็น เกรด A เกรด B เกรด C เกรด ละ 50 คน โดยผู้แข่งขันที่มีบุคลิกตรงกับต้นแบบทั้ง 12 หรือ 14 คนที่ทางทีมงานผู้ผลิตกำหนดไว้ จะถูกคัดเลือกให้อยู่ในเกรด A คนที่มีบุคลิกรองลงมา ก็จะถูกจัดพวกไว้ในเกรดลดหลั่นกันไป อย่างไรก็ตามการสัมภาษณ์ในรอบ 500 คนนั้นยังไม่ได้เจาะลึกถึงตัวตนที่แท้จริงของผู้สมัครผู้ผลิตจึงต้องสำรองผู้แข่งขันที่อยู่ในเกรด B เกรด C ไว้ด้วย เกรดละ 50 คน

“ตอนที่เราไปสัมภาษณ์ตามภาคนะ เรายังพินิจไม่ได้ว่าใครจะเข้ารอบเพราะจำนวนคนที่มาสัมภาษณ์ก็เยอะ เวลาเราก็จำกักรายยังรู้ตัวตนที่แท้จริงเค้ายังไม่ได้มันก็เหมือนเวลาเข้ารับสมัครคนไปแข่งขันเกมต่างๆ ทั่วไป” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน รอบที่ 4

ทางทีมงานจะโทรศัพท์นัดผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจากทุกภาค ทั้งหมด 150 คนมาให้สัมภาษณ์อีกครั้งที่กรุงเทพฯ เพื่อคัดเลือกให้เหลือผู้แข่งขัน จำนวน 50 คน

วิธีการคัดเลือก โดยใช้เกณฑ์วางไว้เป็นเกณฑ์ ผู้ผลิตรายการจะนำประวัติผู้เข้าแข่งขันมาพิจารณาอีกครั้ง และถามคำถามเพิ่มเติม แนวทางการคัดเลือกครั้งนี้จะเหมือนกับการคัดเลือกในรอบที่ 2 และ 3 คือพิจารณาจาก 3 ส่วน ดังนี้

- ความสามารถ พิจารณาจาก ประวัติส่วนตัว
- การแสดงทัศนคติ พิจารณาจากการตอบคำถามในใบสมัคร
- บุคลิกภาพที่โดดเด่นจากกลุ่ม การพูดจา ไหวพริบ และหน้าตา พิจารณาจากการสัมภาษณ์เดี่ยว

การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน รอบที่ 5

หลังจากคัดเลือกผู้แข่งขันเหลือ 50 คนที่อยู่ในลักษณะตรงหรือใกล้เคียงกับเกณฑ์ผู้ผลิตวางไว้แล้ว ในรอบนี้จะคัดเลือกให้เหลือ 20 คน ด้วยการสัมภาษณ์ใหญ่ ซึ่งจะพิจารณาจาก 3 ส่วนหลัก ดังนี้

- การสัมภาษณ์ เพื่อดูการพูดคุย ทัศนคติ และบุคลิกภาพของผู้เข้าแข่งขัน
- การทดสอบทางด้านจิตวิทยา เพื่อสำรวจความพร้อมหรือความปกติของสภาพจิตใจของผู้เข้าแข่งขัน
- การตรวจร่างกาย เพื่อตรวจสอบสุขภาพของผู้เข้าแข่งขันว่าแข็งแรงหรือไม่จนถึงมีโรคติดต่อร้ายแรงหรือไม่ หากผู้แข่งขันเป็น โรคติดต่อ ก็จะถูกคัดสิทธิ์

ในส่วนของการทดสอบทางด้านจิตวิทยานั้น จะมีนักจิตวิทยาจำนวน 7-8 คน เข้ามามีบทบาทสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมของผู้แข่งขัน ซึ่งมีวิธีการทดสอบ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ให้ผู้แข่งขันทำข้อสอบจิตวิทยา ขั้นตอนที่ 2 แบ่งกลุ่มให้ผู้แข่งขันทำกิจกรรมกลุ่ม โดยจะแบ่งกลุ่มๆ ละ ประมาณ 5 คน หรือ 10 คน และขั้นตอนที่ 3 ทำการสัมภาษณ์รายบุคคล

เมื่อเสร็จการทดสอบทางด้านจิตวิทยาแล้วจึงทำการสัมภาษณ์เดี่ยวกับทีมงานผู้ผลิตอีกครั้ง และในขั้นตอนนี้ บริษัท Endemol International จำกัด เจ้าของลิขสิทธิ์รายการบี๊กบราเธอร์ ที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสังเกตการณ์การสัมภาษณ์ด้วย

การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน รอบที่ 6 หรือ รอบสุดท้าย

หลังจากคัดเลือกผู้แข่งขันเหลือ 20 คน ในรอบนี้จะคัดเลือกให้เหลือ 12 คนสุดท้ายที่จะได้รับสิทธิ์ให้เข้ามาอาศัยใช้ชีวิตร่วมกันในบ้านบิกบราเธอร์ โดยในรอบนี้ ทุกคนจะถูกนำมาเก็บตัวอยู่ที่โรงแรม 2 วัน โดยสามารถนำคนสนิทมาอยู่ด้วยได้ 1 คน ผู้แข่งขันแต่ละจะอยู่กันคนละห้อง ไม่ได้ติดต่อกันและไม่ได้ติดต่อกับสังคมภายนอก ทั้งนี้เพื่อเป็นการปรับสภาพแวดล้อม และตรวจสอบสภาวะที่จะนำเข้าบ้าน บิกบราเธอร์ ว่ามีสิ่งของที่เป็นอันตรายหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าแข่งขัน ก่อนที่จะคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันเพียง 12 คนเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกันในบ้านบิกบราเธอร์ ไทยแลนด์ ในรอบนี้ การตัดสินใจเลือก 12 คนสุดท้ายนั้น ทางผู้ผลิตได้กำหนดให้ผู้เข้ารอบไว้ใจแล้ว จากการดูผลการทดสอบในรอบ 50 คน แต่เหตุผลที่เลือกผู้เข้าแข่งขัน 20 คน มาอาศัยในโรงแรมก่อน เพื่อสร้างบรรยากาศความตื่นเต้นให้กับผู้เข้าแข่งขัน 12 คนสุดท้าย และผู้ชมมีอารมณ์ร่วมกับเหตุการณ์ในวันนั้น

(3) การผลิตซ้ำในการออกแบบภารกิจ

เนื้อหาของภารกิจจะถูกออกแบบโดยอาศัยปัจจัยจากผู้ชมเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้ผลิตจึงออกแบบภารกิจโดยคำนึงถึงจุดประสงค์ต่างๆ ในการออกแบบภารกิจโดยเน้นผู้ชมเป็นหลัก เช่น การที่กำหนดให้ผู้แข่งขันแสดงความสามารถด้านการร้องเพลง แสดงระบำประกอบเพลงสไตล์ญี่ปุ่น และแสดงตลก เพราะปัจจุบันผู้ชมให้ความสนใจกับรายการประเภทคอนเสิร์ต การแสดง และรายการตลกมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอรายการต่างๆ ทางสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันที่เน้นในเรื่องบันเทิงคลายเครียดเป็นส่วนใหญ่

“พอมาทີภารกิจเน้นความบันเทิงแล้ว หลังจากที่หนักมา เราต้องการสนุกแล้ว อันนี้คือของเรานะ ของฝรั่งไม่รู้ว่าจะอะไร บางประเทศ ยกตัวอย่างเลย สวีเดน สนุกอย่างเดียว ไม่ต้องคิดไรมาก เล่นไป เล่นทั้งวัน มันแล้วแต่วัฒนธรรมของแต่ละประเทศ” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

ภารกิจที่เกิดจากปัจจัยในปัจจัยในการสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมมีดังนี้คือ

● รายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

- ภารกิจ สถานี Big Brother Happy Station

ผู้เข้าแข่งขันจะต้องร่วมมือกันจัดเตรียมและวางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์ และผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ให้ได้วันละ 3 ชม จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตพบว่า ภารกิจนี้ออกแบบ

ขึ้นเพื่อต้องการสร้างความหลากหลายในการรับชมให้แก่ผู้ชม โดยอยู่ในลักษณะการรวมรายการหลายๆ รูปแบบมาไว้ในรายการเดียว แต่จะอยู่ในเชิงสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ชม

- ภารกิจ POND'S PINK DAY ฝึกเล่นมายากล

ผู้เข้าแข่งขันจะต้องร่วมกันฝึกเล่นมายากล และแสดงมายากล โดยจะได้รับการฝึกฝนจากคุณฟิลลิปส์ นักมายากลชื่อดัง จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตพบว่า ผู้ผลิตต้องการใช้บททดสอบนี้เพื่อดึงดูดใจผู้ชม โดยให้เหตุผลว่าการที่ให้คุณฟิลลิปส์ฝึกมายากลให้แก่ผู้แข่งขันนั้น เป็นการเปิดเผยเคล็ดลับต่างๆ ในการเล่นมายากลของคุณฟิลลิปส์ด้วย

- ภารกิจ Sony Cloning Show

ผู้เข้าแข่งขันต้องทำการฝึกซ้อม ในการเลียนแบบท่าทาง การพูด บุคลิกที่เด่นชัด และบทบาทที่โดดเด่น ของคนดังที่ได้กำหนดไว้ให้

“พอคนดูเค้าเห็นคนที่เค้าชอบพยายามเลียนแบบคนดังที่มีบุคลิกเด่นๆ มันก็น่าจะตลกดี เหมือนเวลาเพื่อนเราเล่นตลกให้ดู” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

● รายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

- ภารกิจ BB ชวนยิ้ม

ผู้แข่งขันทั้งหมดต้องร่วมกันคิด ฝึกฝนมุขตลกเพื่อแสดงตลก ความยาวอย่างน้อย 30 นาที “ภารกิจนี้ไม่มีอะไรมาก นึกถึงความบันเทิง ก็เลยนึกถึงตลกขึ้นมา” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

- ภารกิจ โออิชิ แคนอาทิตย์อุทัย

ผู้แข่งขันทุกคนต้องช่วยกันคิดออกแบบและฝึกซ้อมระบำประกอบเพลงสไตล์ญี่ปุ่นชุด Memoirs of Oishi จากอุปกรณ์ที่มีอยู่

“ภารกิจก็อยากให้เค้าเปิดการแสดงพวกแบบ เด่นๆ เพราะเรายังไม่มีการเต้นที่เป็นการแสดงสวยๆ เลย อีกอย่างถ้าออกแบบมาในสไตล์ญี่ปุ่น เราก็เอาไปเสนอบาปอนเซอร์ที่เคยคุยๆ กันไว้ได้” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

- การกิจ BB Systema Album

ผู้แข่งขันทุกคนขึ้นแสดงคอนเสิร์ตแห่งความทรงจำ โดยทางผู้ผลิตจะกำหนดเพลงประจำตัวให้ผู้เข้าแข่งขัน คนละ 1 เพลงเพื่อออกมาเป็นผลงานให้เป็นที่ระลึกแก่ผู้ชม

(4) การผลิตซ้ำในการเสนอชื่อและการโหวตออก

การโหวตนั้นผู้ผลิตได้ดัดแปลงกติกาไปจาก รายการต้นแบบ กล่าวคือผู้ชมจะเป็นผู้โหวตเพื่อเลือกคนที่ตนต้องการให้อยู่ต่อไปในบ้าน เนื่องจากค่านิยมของคนไทยมีลักษณะชอบช่วยเหลือจึงไม่สามารถนำวิธีการโหวตออกมาใช้ได้

สำหรับการตัดสินใจจากผู้ชมนั้น ผู้ผลิตได้ดัดแปลงกติกาไปจากรายการต้นแบบ โดยหลังจากที่บิกบราเธอร์กำหนดให้ผู้เข้าแข่งขันทุกคนต้องเสนอชื่อเพื่อนร่วมบ้าน จำนวน 2 คน จากนั้น ผู้ชมจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกหนึ่งคนให้ได้รับสิทธิ์อยู่ต่อไปในบ้าน เป็นการโหวตเข้าโดยการส่ง SMS และคนที่ผู้ชมไม่เลือกหรือได้รับการโหวตให้อยู่ต่อน้อยกว่านั้นจะต้องออกจากบ้านไป ซึ่งแตกต่างจากรายการต้นแบบคือ ผู้ชมจะต้องร่วมโหวตให้ผู้ที่ถูกเสนอชื่อออกจากบ้านไป จากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่าสาเหตุที่ต้องเปลี่ยนแปลงกติกาเนื่องจากคนไทยมีค่านิยมที่รู้จักสงสาร และ ชอบช่วยเหลือ หากผลิตซ้ำตามรายการต้นแบบทั้งหมด กล่าวคือ ให้ผู้ชมโหวตให้ผู้เข้าแข่งขันออกจากบ้าน รายการจะได้รับการตอบรับจากผู้ชมชาวไทยน้อยกว่า

(5) การผลิตซ้ำในเรื่องการนำเสนอเหตุการณ์ระหว่างการแข่งขัน

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างรายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทยทั้ง 2 ปี มีการลด และการเพิ่มบางช่องทาง ได้แก่ช่องทาง ทางวิทยุที่เพิ่มขึ้นในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ เนื่องจากเมื่อรายการได้รับความนิยมมากขึ้นผู้ชมต้องการรับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการแข่งขันมากขึ้น และเพื่อให้ผู้ชมที่ไม่สามารถรับชมทางโทรทัศน์หรือทางอินเทอร์เน็ตได้ทางผู้ผลิตจึงเพิ่มช่องทางทางวิทยุขึ้น นอกจากนั้นการรับข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์บ้าน ได้ถูกตัดออกจากรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ เนื่องจากหลังจากได้ทดลองการใช้ช่องทางนี้ในปีแรกแล้วพบว่าไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ชม นอกจากนั้นมีการเลื่อนเวลาการออกอากาศในช่วงไฮไลต์ ขึ้นมาจากเวลา 22.30 น. เป็นเวลา 20.40 น. เนื่องจากผู้ผลิตคาดว่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นเพราะรายการมีเนื้อหาที่น่าติดตามมากขึ้น

“เราคาดหวังว่าเลื่อนเวลาเป็น 20.40 น. ซึ่งถือว่าเป็นเวลาออกอากาศที่ดีขึ้น ด้วยรายการที่เป็นปีที่สอง ทำให้เรานั้นมีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น รายการก็จะเข้มข้นขึ้นมาก จากที่กล่าวมาแล้ว

เนี่ย ก็จะทำให้เกิดเรื่องราวในบ้านที่เข้มข้น และน่าติดตามเพิ่มขึ้นมาก” (อนันต์ จันทวาม อ่างใน <http://www.bkkonline.com>, 30 มีนาคม 2549)

5.3 ปัจจัยที่เกิดจากเหตุการณ์ปัจจุบัน

ปัจจัยที่เกิดจากเหตุการณ์ปัจจุบัน มีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย นั้นจะพบเพียงเรื่องเดียวในการออกแบบภารกิจ ซึ่งปัจจัยที่เกิดจากเหตุการณ์ปัจจุบันมีผลต่อการออกแบบภารกิจ ปัจจัยนี้เกิดขึ้นเนื่องจากผู้ผลิตต้องการให้ภารกิจของเข้ากับสถานการณ์บ้านเมือง หรือเหตุการณ์ปัจจุบันเพื่อให้ดูทันเหตุการณ์ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ตัวอย่างของภารกิจเหล่านั้น เช่น ภารกิจ มินิสยาม อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย

ปัจจัยที่เกิดจากเหตุการณ์ปัจจุบันมีผลต่อการออกแบบภารกิจ ปัจจัยนี้เกิดขึ้นเนื่องจากผู้ผลิตต้องการให้ภารกิจของเข้ากับสถานการณ์บ้านเมือง หรือเหตุการณ์ปัจจุบันเพื่อให้ดูทันเหตุการณ์ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ตัวอย่างของภารกิจเหล่านั้นได้แก่ ภารกิจที่อยู่ในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ ดังนี้

- ภารกิจ มินิสยาม อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย

ผู้แข่งขันทั้งหมดต้องช่วยกันประกอบชิ้นส่วนอนุสาวรีย์ประชาธิปไตยขนาดจำลองให้ถูกต้องตามแบบ

“ภารกิจมินิสยาม อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย มันมาจากเรื่องประชาธิปไตยบ้านเรา เราก็ใส่เข้าไปด้วยว่า เออ มันไม่ได้เกี่ยวกับการเมือง แต่ว่าวัตถุประสงค์มันเป็นงานศิลปะอย่างหนึ่ง และพอดีกับเทรนด์การเมืองมาปีนั้นพอดีที่มีการเลือกตั้ง แต่วัตถุประสงค์จริงๆ ที่สำคัญคือการต่อโมเดล มันต้องใช้ความสามารถ ความสามัคคี และต้องมีสมาธิ ทุกอย่างต้องอยู่ในเวลาที่กำหนด แล้วมันเป็นงานศิลปะ เราเห็นว่ามันไม่เสียหายมันก็อยู่ในกระแสประชาธิปไตย” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

- ภารกิจ Giant Lego กรุงเทพฯในอนาคต

กำหนดให้ผู้แข่งขันช่วยกันประกอบชิ้นส่วน สร้างกรุงเทพฯในอนาคตามจินตนาการ ด้วยการต่อ Lego

“ภารกิจ Giant Lego มันเป็นเรื่องของเด็กเล่นรุ่นใหม่ เอาเลโก้มาต่อ ที่เลือกทำเพราะหนึ่งมันเป็นของเล่นที่เล่นรวมกันได้หลายคน ช่วยๆกัน สามัคคีกัน แล้วก็ต้องอดทน แล้วอีกอย่างหนึ่ง เรา

เองก็อยากรู้ว่า ผู้แข่งขันที่เข้ามาอยู่ในบ้านแล้วเนี่ยเล่นเลโก้เป็นหรือเปล่า เพราะก็เป็นของเล่นที่เด็กๆ สมัยนี้ก็เล่นกันอยู่นะ เพราะถ้าเล่นไม่เป็นสนุกใหญ่เลย แต่ปรากฏว่าเล่นกันเก่ง ก็เลยเสร็จเร็วมาก” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

5.4 ปัจจัยในเรื่องค่านิยม และ วัฒนธรรม

ปัจจัยในเรื่องค่านิยมและวัฒนธรรม มีผลต่อการผลิตซ้ำในส่วนประกอบของรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยนั้น พบเพียงเรื่องเดียว ได้แก่ การผลิตซ้ำในเรื่องกฎและกติกา เนื่องจากทางผู้ผลิตต้องการควบคุมภาพที่ออกอากาศอย่างเข้มงวด เพื่อเป็นการป้องกันเหตุการณ์ และภาพที่ไม่เหมาะสมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการแข่งขันเนื่องจากรายการมีส่วนที่ออกอากาศสด 24 ชั่วโมงด้วย จึงมีการสร้างกฎข้อห้ามบางประการเพิ่มขึ้น

จากการสัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่าเนื่องจากรายการมีส่วนที่ออกอากาศสด 24 ชั่วโมงด้วย ทางผู้ผลิตจึงต้องควบคุมภาพที่ออกอากาศอย่างเข้มงวด กล่าวคือการสร้างกฎข้อห้ามบางประการเพิ่มขึ้นนั้น เป็นการป้องกันเหตุการณ์ และภาพที่ไม่เหมาะสมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการแข่งขัน ทั้งนี้มีกฎข้อห้ามดังนี้

1. ห้ามไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันสูบบุหรี่ในเขตบ้านตลอดระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในบ้าน หากผู้ใดฝ่าฝืนจะถูกตัดสิทธิ์การแข่งขันให้ออกจากบ้านทันที

“อย่างผู้เข้าแข่งขันที่ติดบุหรี่ พอเข้าบ้านมา ก็ต้องอดให้ได้ เพราะอย่างเมืองนอกสูบได้ เพราะบ้านเค้าไม่ว่า แต่บ้านเราไม่ได้ อย่าง ไอ้ กี้ดี หรือรุ่นแรก ต้อม ติดบุหรี่ก็ต้องยอมรับสภาพ ถ้าคุณเข้าไปแล้วอยากบุหรี่ 吞ไม่ได้ คุณก็ต้องออกจากเกมส์ ไม่สามารถที่จะมาอยู่ได้ เพราะรายการมัน 24 ชั่วโมง” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

2. ห้ามไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ หรือสุราในเขตบ้านตลอดระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในบ้าน หากผู้ใดฝ่าฝืนจะถูกตัดสิทธิ์การแข่งขันให้ออกจากบ้านทันที

3. ห้ามไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันเสพสิ่งเสพติดใดๆ ในเขตบ้านตลอดระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในบ้าน หากผู้ใดฝ่าฝืนจะถูกตัดสิทธิ์การแข่งขันให้ออกจากบ้านทันที

4. ไม่อนุญาตให้ผู้เข้าแข่งขันผู้ชาย และผู้หญิงนอนพักภายในห้องเดียวกัน หรือมีการแสดงความสัมพันธ์ที่ไม่สุภาพต่อกัน หากผู้ใดฝ่าฝืนจะถูกตัดสิทธิ์การแข่งขัน ให้ออกจากบ้านทันที

5. ห้ามไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันกระทำอนาจาร

5.5 ปัจจัยที่เกิดจากผู้สนับสนุนรายการ

ปัจจัยที่เกิดจากผู้สนับสนุนรายการมีผลต่อการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

(1) การผลิตซ้ำในการออกแบบภารกิจ

ปัจจัยที่เกิดจากผู้สนับสนุนรายการนั้นจะมีผลกระทบต่อ การออกแบบภารกิจใน ส่วนของการตั้งชื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติภารกิจ เนื่องจากเป็นข้อตกลงระหว่างผู้ผลิต และผู้สนับสนุนรายการ ตัวอย่างเช่น BB Systema Album ใน บิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

จากการสัมภาษณ์คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่าปัจจัยที่เกิดจากผู้สนับสนุนรายการนั้น จะมีผลกระทบต่อ การออกแบบภารกิจใน ส่วนของการตั้งชื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติภารกิจ เนื่องจากเป็นข้อตกลงระหว่างผู้ผลิต และผู้สนับสนุนรายการ โดยผู้ผลิตจะออกแบบเนื้อหาภารกิจกำหนดก่อน แล้วจึงนำไปเสนอให้แก่ผู้สนับสนุนรายการเพื่อเลือกที่จะเป็นผู้สนับสนุนรายการในภารกิจนั้นๆ จากนั้นผู้ผลิตจึงใช้ชื่อผู้สนับสนุนรายการหรือวัสดุที่ผู้สนับสนุนรายการสามารถจัดหาให้ได้ แล้วจึงนำมาใส่ในภารกิจที่ผู้สนับสนุนรายการได้เลือกไว้ ภารกิจที่มีปัจจัยในการออกแบบจากผู้สนับสนุนรายการได้แก่

● รายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์

- ภารกิจ Axe Handy Guy ห้ามผู้หญิงใช้มือ ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณฑ์ Axe
- ภารกิจ System Lucky Balloon : เป่าลูกโป่งให้ได้ 4,000 ใบใน 4 วัน (ลูกโป่งแตก 1 ใบ เสียเงิน 100 บาท ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณฑ์ Systema
- ภารกิจ Reflection of Mama และแสดงแฟชั่นโชว์ (มีการสวมหมวกแห่งอำนาจ) ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณฑ์ มามา
- ภารกิจ Sunsilk Weighty Hair Dance Marathon : แคนซ์ 24 ชม. ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณฑ์ Sunsilk
- ภารกิจ Big Brother Boat By Oishi ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณฑ์ โออิชิ

- การกิจ INDEX LIVING MALL - Words of Living ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณ์ท์

Index Living Mall

- การกิจ POND'S PINK DAY ฝึกเล่นมาชากลการกิจ ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณ์ท์

Pond

- การกิจ Sony Cloning Show ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณ์ท์ Sony

● รายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์

- การกิจ โออิชิ แคนอาทิตย์อุทัย ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณ์ท์ Oishi

- การกิจ BB Systema Album ผู้สนับสนุนรายการ คือ ผลิตภัณ์ท์ Systema

(2) การผลิตซ้ำในการวางรูปแบบบ้าน

รายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย มีการรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องจากรายการบิกบราเธอร์ต้นแบบ และมีการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้านในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท Index Living Mall ซึ่งเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์

จากการสัมภาษณ์ สัมภาษณ์ คุณชวลิต พงษ์สุขเวชกุล พบว่า ผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยได้เปลี่ยน รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ในบ้านบิกบราเธอร์ โดยใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตในประเทศไทย เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท Index Living Mall ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย และมีการเปลี่ยนจากบ่อน้ำในรายการบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ เป็นสระว่ายน้ำ ในรายการบิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัท Desjoyeux จำกัด ผู้จำหน่ายสระว่ายน้ำ

(3) การผลิตซ้ำในเรื่องของตราสัญลักษณ์และชื่อรายการ

รายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยนั้นมีการเปลี่ยนชื่อในปีต่อมา โดยผู้ผลิตได้เปลี่ยนชื่อตรงสัญลักษณ์ย่อย จากบิกบราเธอร์ไทยแลนด์ เป็น บิกบราเธอร์ไอทีวีไทยแลนด์ เนื่องจากต้องการให้ เครดิตแก่สถานีไอทีวี และ ได้สถานีไอทีวีเป็นผู้สนับสนุนรายการในปีนั้นด้วย

“โลโก้เหมือนกับ case รายการอื่นๆ เราซื้อเค้ามา เค้าก็ต้องให้เราเก็บโลโก้เค้าไว้จะได้เอาไว้โปรโมท แล้วตัวโลโก้นั้นก็เป็นสากลอยู่แล้ว ประเทศอื่นๆเค้าก็ใช้กันก็เอามาใช้ ไม่มีอะไรซับซ้อน แต่ถ้าเป็นเรื่องของชื่อรายการเนี่ย เราทำในประเทศไทย เรายังต้องใช้ชื่อไทยแลนด์ ใช้ชื่อนี้ก็เหมือนชาติอื่นๆที่เค้าทำกัน แต่ที่บอกว่าเป็นไอทีวีไทยแลนด์ต่อมานะ เพราะเค้าเป็น Sponsor ด้วย เรายังให้เครดิตเค้าไป” (ชวลิต พงษ์สุขเวชกุล, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549)

กล่าวโดยสรุปการผลิตข้าวรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทยนั้น ซึ่งเป็นรายการประเภทเรียลลิตี้ที่วีนัน เกิดจากปัจจัยหลายอย่างมาประกอบกัน ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น ปัจจัยหลักๆ โดยเริ่มจาก ปัจจัยที่ต้องการเพิ่มผลกำไรให้แก่บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จึงได้มีการซื้อลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์เพื่อมาผลิตในประเทศไทย เมื่อซื้อมาเพื่อผลิตซ้ำ ผู้ผลิตจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยต่างเพื่อผลิตซ้ำรายการให้เหมาะสมกับผู้ชมในประเทศไทย ดังนั้นจึงต้องอาศัยปัจจัยต่างๆในการผลิต ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร คือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ผลิตเอง และปัจจัยภายนอกองค์กร คือ ปัจจัยที่เกิดจากข้อกำหนดของประเทศต้นแบบ หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ ปัจจัยที่เกิดจากผู้ชม ปัจจัยที่เกิดจากค่านิยมประเพณี ปัจจัยที่เกิดจากเหตุการณ์ปัจจุบัน และปัจจัยที่เกิดจากผู้สนับสนุนรายการ