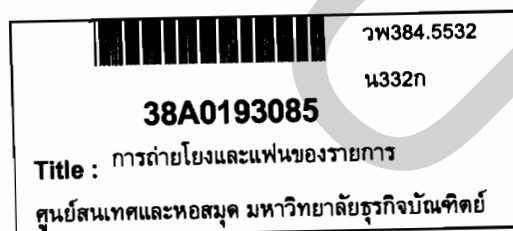




การถ่ายโยง และแฟนของรายการ “Academy Fantasia”

นवलพรรณ แจ่มรังษี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-518-6

Imitation and Fan of TV program “Academy Fantasia”

Nuanphan Jamrungsee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts (Communication)

Department of Information Communication

Graduate School, Dhurakij Pundit University

เลขทะเบียน.....	0193085.....
วันที่ลงทะเบียน.....	29 ก.พ. 2553
เลขเรียกหนังสือ.....	384.5532.....
	43320
	[2549]
	๙๒

2006

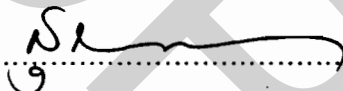
ISBN 974-671-518-6

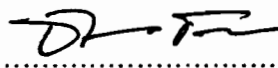


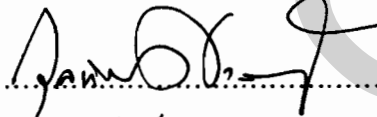
ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต


ชื่อวิทยานิพนธ์ การถ่าย โยงและแฟนของรายการ "Academy Fantasia"

เสนอโดย น.ส.นवलพรรณ แจ่มรังษี
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชา นิเทศศาสตร์สารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

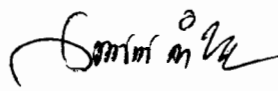

.....ประธานกรรมการ
(ศ.สุกัญญา สุกบรรทัด)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)


.....กรรมการ
(ผศ.ดร.กฤทธิพย์ ศาสตรระจูจิ)


.....กรรมการ
(ผศ.ดร.กิตติ กันภัย)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คำริชอบ)
วันที่ 15 เดือน เมษายน พ.ศ. 2549

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงและความเอาใจใส่อย่างดียิ่งของท่าน ผศ.ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ตลอดเวลาอันมีค่าคอยให้คำปรึกษา คำแนะนำ แนวทางการแก้ไขในส่วนที่บกพร่องต่างๆ ให้กำลังใจและคอยติดตามความคืบหน้างานของผู้วิจัยเสมอมา อีกทั้งยังเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยฟันฝ่าปัญหาและอุปสรรค ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศ.สุกัญญา สุคนทรทัต ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.กิตติ กันภัย ผศ.ดร.กฤติพิศ ศาสตราวุธ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนตรวจทานปรับปรุงแก้ไขการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และทำให้ผู้วิจัยได้รับความกระจำในเรื่องที่ศึกษาอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณทีมงานรายการ “ Academy Fantasia ” ทุกคน และผู้ให้ข้อมูลทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นกลุ่มตัวอย่างและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย ซึ่งทำให้งานของผู้วิจัยนั้นมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณได้เพื่อนที่ช่วยเหลือและอธิบายให้เห็นภาพของงานวิจัยมากขึ้น ขอขอบคุณพี่น้องที่คอยรับฟังปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นตลอดเวลา คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณพี่เจี๊ยบ พี่ป๊ม และพี่กั้ง ที่มอบกำลังใจอันอบอุ่นให้ผู้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณต่อกำลังใจจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และเพื่อน ๆ ทุกคนที่มีมอบความห่วงใย และเข้าใจผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณต่อกำลังใจอันสำคัญของครอบครัว “ แจ่มรัมย์ ” บิดา มารดา และพี่ชายของผู้วิจัย ที่ให้การอุปการะสนับสนุนและมั่นใจในตัวผู้วิจัยว่าสามารถทำได้ และเป็นแรงใจอันสำคัญในการมานะพยายามให้ผู้วิจัยมีวันนี้

นวลพรรณ แจ่มรัมย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๐
สารบัญภาพ.....	๑๑

บทที่

1	บทนำ.....	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
	1.3 ปัญหาคำวิจัย.....	9
	1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	10
	1.5 กรอบแนวความคิด.....	10
	1.6 นิยามศัพท์.....	11
	1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
	2.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ (Intertextuality).....	13
	2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan and Fandom).....	15
	2.3 สื่อใหม่ (New Media).....	19
	2.4 การวิเคราะห์รายการ (Genres Analysis).....	22
	2.5 ทฤษฎีการแอบมองจ้องดู (Voyeurism).....	30
	2.6 งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	32

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	34
	3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	42
	3.2 วิธีการวิจัย.....	47
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
	3.5 การนำเสนอข้อมูล.....	50
	3.6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	51
4	ผลการวิจัย.....	52
	4.1 การถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตก.....	53
	4.2 ลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขัน.....	73
5	สรุปผลการวิจัย.....	88
	5.1 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	98
	5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	98
	บรรณานุกรม.....	101
	ภาคผนวก.....	104
	ประวัติผู้เขียน.....	134

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แผนผังแสดงการแบ่งประเภทรายการทางโทรศัพท์สนั.....	23
4.1 ตารางแสดงการถ่ายโยงรูปแบบรายการ.....	71
4.2 ตารางเปรียบเทียบพฤติกรรมของแผนรายการที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ.....	79

DPU

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.1 ภาพแสดงมุมมองที่ใช้กล้องคอยจับภาพ.....	65
4.2 ภาพแสดงมุมมอง ๆ ที่ใช้กล้องจำนวน 60 ตัวในการจับนักล่าฟันทั้ง 12 คน.....	68

DPU

วิทยานิพนธ์	การถ่ายโองและแฟนของรายการ “Academy Fantasia ”
ชื่อผู้เขียน	นवलพรรณ แจ่มรังษี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์สารสนเทศ
ปีการศึกษา	2549

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการถ่ายโองและแฟนของรายการ “Academy Fantasia ” มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาการถ่ายโองรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยและลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia ”

ผลจากการวิจัย พบว่า รายการ “Academy Fantasia ” มีการถ่ายทอดจากทวีปหนึ่งมาสู่ทวีปหนึ่งและมาสู่อีกทวีปหนึ่งอย่างต่อเนื่อง คือ จาก Pop Idol มาเป็น American Idol มาเป็น La Academia มาสู่ Academy Fantasia ในประเทศไทย โดยยังคงรากฐานของรูปแบบรายการเดิมไว้และปรับเปลี่ยนเพียงบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมและเข้ากับวัฒนธรรมไทยให้มากที่สุดโดยไม่ไปทำลายโครงสร้างเดิม

ลักษณะของแฟนรายการนั้นแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ แฟนแบบคนเดียว แฟนแบบกลุ่ม แฟนผู้หลงใหลเพียงลำพัง และแฟนผู้คลั่งไคล้ จากลักษณะดังกล่าวสามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของแฟนรายการ “Academy Fantasia ” ได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ แฟนแท้ แฟนปานกลาง และแฟนธรรมดา ซึ่งแฟนแต่ละประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

แฟนแท้ พบว่า เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ ซึ่งแฟนกลุ่มนี้มีลักษณะการตอบสนองที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย ลักษณะการตอบสนองแบบ Reaction เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบต้องออกจากการแข่งขันจะร้องไห้ในทันที ลักษณะการตอบสนองแบบ Respond โดยการส่ง SMS เข้าไป โวยวาย ต่อว่า และมี Feedback โดยการอธิบายตัวแก่กับตนเอง หลงใหล ชื่นชอบ เมื่อรู้สึกพึงพอใจ และผิดหวัง หงุดหงิด เมื่อไม่เป็นไปตามความคิดของตนเอง จนนำไปสู่การต่อต้าน

แฟนปานกลาง พบว่า ส่วนใหญ่จะพบในลักษณะการเป็นแฟนแบบกลุ่ม และเป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ รู้สึกเสียใจ ผิดหวัง ซึมเศร้า ลักษณะการตอบสนองไม่รุนแรงเท่ากับแฟนแท้ มีการรวมตัวกันและสลายตัวในทันทีที่ผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นออกจากการแข่งขัน และจะกลับมารวมกันอีกครั้งเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบได้กลับเข้ามาในเกมส์การแข่งขันอีกครั้ง หรือเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้น ไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ

แฟนธรรมดา พบว่า ส่วนใหญ่จะพบในลักษณะแฟนแบบคนเดียว เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ เลือกรับชมรายการสืบเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก หรือเพียงเพราะต้องผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน และเพื่อความบันเทิงสนุกสนานเท่านั้น แฟนกลุ่มนี้จะไม่ชอบการแอบมองคู่อื่น เนื่องจากมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ช่องทางที่ทำให้แฟนรายการสามารถเข้าถึงผู้เข้าแข่งขันรายการได้นั้น 3 ลักษณะด้วยกัน ดังนี้ Mobile Chat โหวตผ่านทาง SMS และการโหวตทางโทรศัพท์หมายเลข 1900 1900 71 ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสื่อใหม่ที่ทางผู้ผลิตนำมาปรับใช้ในรายการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมกับรายการเพิ่มมากขึ้น และใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เข้าแข่งขันรายการกับผู้ชม

Thesis Title	Imitation and Fan of TV program “Academy Fantasia”
Author	Nuanphan Jamrungee
Thesis Advisor	Assoc. Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Information Communication
Academic Year	2006

Abstracts

The research of imitation and fan of TV program “Academy Fantasia” was aimed to study an imitation in style of TV program, which came from western countries that adapted to Thai culture and responding of fan to “Academy Fantasia” candidate.

The result of the research showed that the “Academy Fantasia” was continually imitated from one continent to another continent and to another continent subsequently. Starting from being Pop Idol to be American Idol and became La Academia finally became Academy Fantasia in Thailand by maintained the same style of an original program. Candidates were selected from around the country and chose 12 of them then put them together in house for 9 weeks provide concert for them to practice their show in front of people. Concert would be moved to different place in 6 th week and using SMS voting. The program was adjusted some parts as much as to fit to Thai culture but not broke an original structure as consistent to theory of intertextuality that producer of program must analyze what was necessary convention need to be maintain as its genres. At the same time producer of program must know what invention was able to adapt.

Characteristic of the program fan was divided into 4 types, which were single fan, group fan, pleased single fan, and crazy fan. As the characteristic it could distinguish into 3 classes of fan which were real fan, moderate fan, and ordinary fan. Each classes of fan were explained by the following

Real fan occurred into 2 types, it were pleased single fan and crazy group fan. The characteristic in responding to the program of this class was vary which were responding as reaction occurred when their favorite candidates were cut off they would suddenly cry. Responding as respond by sending SMS in to complained and give feedback by express their

feeling when they satisfied disappointed or upset when it was not became like their expectation. Until they became resistance.

Moderate fan, most of it were group fan, they felt less disappointed, upset, and sad than characteristic in responding of real fan. They get together or separate immediately when their favorite candidates were out of the program and get together when their favorite candidates were get back to the program again or get together when their favorite candidates were appear at any show.

Ordinary fan, most of it were single fan, they followed to watch the program selected to watch program influenced from outside or just watch it for relaxation from work, for entertainment, and just for fun. This group of fan did not like to steal watching of people because it was not appropriate.

Beside, the results of the research also showed that channels which reach fan to candidate were 3 ways it were mobile chat, vote through SMS, and vote through telephone number 1900 1900 71. All of this were new way of public relation that producer of TV program brought to adapt in program to let people participate more in TV program and it was a link that connected between people and candidate.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“เรียลลิตี้ทีวี” เป็นรายการที่มีรูปแบบของการจับจ้องมองพฤติกรรมมนุษย์ผู้อาสาเข้ามาอยู่หน้ากล้องด้วยจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งที่ดูแสนจะไร้สาระ และสิ้นเปลืองเวลาในสายตาของคนกลุ่มหนึ่ง แต่กลับสร้างความคลั่งไคล้ให้กับคนอีกกลุ่มหนึ่งอย่างแทบไม่น่าเชื่อ ซึ่งไม่เพียงแต่วงการโทรทัศน์ในยุโรปเท่านั้น แต่ได้แผ่ขยายเป็นวงกว้างไปถึงวงการโทรทัศน์ในอเมริกาใต้ ออสเตรเลีย และข้ามทวีปมายังเอเชียภายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งทั้งหมดนี้ คือ “ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม” (Cultural Phenomenon)

สาเหตุที่ “เรียลลิตี้ทีวี” ในต่างประเทศได้รับความนิยมนั้น สืบเนื่องมาจากผังรายการทีวีของแต่ละสถานีนั้นมีแต่ความซ้ำซากจำเจ ยังคงเน้นเนื้อหาที่มารูปแบบเดิม ๆ อยู่ ทำให้ทุกสถานีนั้นต้องลุกขึ้นมาปรับเปลี่ยนรูปแบบผังรายการทีวีเดิม ๆ ให้แหวกแนวออกไปจากเดิม จนทำให้รูปแบบรายการ “Reality TV” กลายมาเป็นรูปแบบที่ต้องมีในสถานีโทรทัศน์และทีวีทุกช่อง

การเปลี่ยนแปลงของโลกเมื่อประมาณครึ่งศตวรรษก่อน จากการปฏิวัติระบบเกษตรกรรมที่เป็นอยู่ดั้งเดิมมาเป็นระบบอุตสาหกรรม โดยได้อาศัยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญ และจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ขึ้นเป็นอันมาก เพื่อตอบสนองความต้องการในวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ของคนเราทั้งทางด้านชีวิตความเป็นอยู่ และด้านสังคม และยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวิถีการดำเนินชีวิต สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศจึงถือว่ามีค่ามากในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมากยิ่งขึ้นในอนาคตอีกด้วย

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในด้านสารสนเทศหรือข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีการพิมพ์ การผลิตเอกสารนั้น ทำให้เกิดสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ขึ้น ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้รวมเรียกว่าเป็น “ภาคสารสนเทศ” ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ประชาชนสามารถรับทราบข่าวสารและความรู้ได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น

เมื่อสังคมของเราก้าวเข้าสู่คลื่นลูกที่ 3 หรือ ยุคสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินงานและการตัดสินใจของคนในสังคม ปัจจุบันจึงเรียกว่า

“สังคมสารสนเทศ” ซึ่งหมายถึง การที่สารสนเทศกลายเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงหน่วยต่างๆ ในสังคมเข้าด้วยกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และสร้างสังคมขับเคลื่อนด้วยสารสนเทศ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกลายเป็นว่าเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมว่าจะให้สังคมเป็นไปในรูปแบบไหน

จากอดีตจนถึงปัจจุบันจะเห็นได้ว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยที่น่าเสนอนั้นมีหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามยุคสมัย ทำให้ความนิยมของรายการโทรทัศน์นั้นแตกต่างกันออกไปด้วย เช่น ในช่วงสองปีที่ผ่านมากระแสของรายการประเภทควิโชว์ได้รับความนิยมอย่างสูง ปัจจุบันก็จะเป็นรายการประเภท “Reality Show” ซึ่งรายการ “Reality Show” ถือว่าเป็นรูปแบบรายการที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา โดยรายการแรกของประเทศไทยที่น่าเข้ามาเผยแพร่ออกอากาศทางฟรีทีวี คือรายการ “เดอะสตาร์ ค้นฟ้าคว้าดาว” และออกอากาศทางเคเบิลยูบีซี คือ รายการ “Academy Fantasia” ทั้งหมดนี้เราสามารถอธิบายรูปแบบของรายการโทรทัศน์ ความเป็นมาของรูปแบบรายการ “Reality Show” ในเมืองไทย ตลอดจนรูปแบบรายการ “Reality Show” ที่ถือว่าโคดเด่นที่สุดในสังคมขณะนี้อย่างรายการ “Academy Fantasia” ซึ่งสามารถสรุปประเด็นได้ ดังนี้

1.1.1 “Idol” ต้นกำเนิดรายการ “Reality Show”

Pop Idol สัญชาติอังกฤษ เริ่มออกอากาศครั้งแรกทางช่อง ITV 1 ในปี ค.ศ.2001 ซึ่งไม่มีใครคาดคิดว่า Pop Idol นี้จะกลายมาเป็นแบบฉบับของรายการ Idol ที่ระบอบไปทั่วทุกทวีป

Pop Idol คือ รายการปั้นดินให้เป็นดาว ซึ่งรูปแบบของรายการนั้นมีการเปิดรับสมัครผู้เข้าแข่งขันจากทั่วประเทศ หลังจากนั้นจะทำการคัดเลือกเฉพาะบุคคลที่ดูว่ามีแววที่จะเป็นนักร้องได้ ให้เหลือเพียง 500 คนเท่านั้น จากนั้นก็จะทำการคัดเลือกอีกรอบจาก 500 คน ให้เหลือเพียง 100 คน และ 50 คน ตามลำดับ

หลังจากที่คัดเลือกเหลือเพียง 50 คนแล้ว ก็จะปล่อยให้เป็นที่ของประชาชนในการตัดสินใจว่าจะให้ใครเป็นผู้ชนะจากการแข่งขันในครั้งนี้ โดยการให้ผู้เข้าแข่งขันนั้นแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน เพื่อขึ้นเวทีแสดงคอนเสิร์ตกันแบบสดสด และให้ผู้ชมโหวตเฉพาะผู้เข้าแข่งขันที่ “เข้าตา และ โดนใจ” มากที่สุดให้เหลือเพียงกลุ่มละ 2 คน

จากนั้นผู้เข้าแข่งขัน 10 คน สุดท้ายก็ต้องขึ้นเวทีแสดงคอนเสิร์ตแบบสดสดอีกครั้ง ก่อนที่จะถูกคัดออกทีละคน จนเหลือเพียงหนึ่งคนเท่านั้น ซึ่งคนคนนั้นจะได้เป็น “Pop Idol” ไปในทันที ซึ่งแตกต่างจากรายการ “เรียลลิตี้” รายการอื่นๆ ที่เน้นไปที่การคัดหรือจำกัด ผู้เข้าแข่งขันออก แต่ “Pop Idol” นั้นกลับให้อ่านากับผู้ชมได้มีสิทธิเลือกผู้เข้าแข่งขันให้อยู่ต่อได้ด้วยตัวเอง

นอกจากนี้ยังให้ผู้ชมได้เข้าร่วมสนุกกับรายการ โดยให้ผู้ชมโหวตผ่านทางโทรศัพท์ ส่ง SMS หรือ การกด “ปุ่มแดง” บนทีวีดิจิตอลก็ได้ จากการเปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมสนุกนั้น ปรากฏ

ว่าเมื่อ “Pop Idol” ออกอากาศครั้งแรกในปี ค.ศ. 2002 เสียงโหวตที่ส่งเข้ามาในรายการคือนั้นมากมายจนระบบแทบล่มหลาย ถือว่าเป็นสถิติ “One-night vote” ที่สูงที่สุดในประวัติศาสตร์ทีวีอังกฤษ สร้างความฮือฮาไปทั่วโลก จนกลายมาเป็นต้นแบบของรายการ “Idol” ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้ง “American Idol”, “Canadian Idol” และ “Australian Idol” ไปโดยปริยาย

1.1.2 “American Idol”

จากต้นฉบับที่ได้รับความนิยมอย่าง “Pop Idol” ได้กลายมาเป็น “American Idol” ด้วยคอนเซ็ปต์ที่ชัดเจนตรงไปตรงมาแบบเดียวกัน นั่นคือ การเฟ้นหานักร้อง ซูเปอร์สตาร์ที่จะมาเป็น “ขวัญใจอเมริกา” คนใหม่ ซึ่งเสียงตัดสินที่แท้จริงนั้นมาจากมาจากเสียงโหวตของมหาชนทั่วประเทศ จนทำให้ผู้ชมรู้สึกว่ามีส่วนร่วมกับรายการอย่างมาก ส่งผลให้ความดังของรายการนี้แพร่สะพัดไปสร้างปรากฏการณ์ทั่วโลก

“American Idol” ออกอากาศครั้งแรกในปี ค.ศ.2002 ซึ่งผู้สมัครนั้นส่วนใหญ่คือวัยรุ่น ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 16-24 ปี มาสมัครร่วมอย่างเนืองแน่น ซึ่งมีผู้มาร่วมสมัครคัดเลือกในรอบแรกหลายพันคน จากนั้นคณะกรรมการก็จะเดินทางไปคัดเลือกผู้สมัครนี้ในแต่ละภูมิภาค จนเหลือผู้เข้าแข่งขันเพียง 30 คนเท่านั้น

ผู้ที่ผ่านเข้ารอบ 30 คนสุดท้ายจะต้องแสดงความสามารถประชันกัน โดยแบ่งเป็นรอบ ๆ รอบละ 10 คน เพื่อให้ผู้ชมเป็นผู้คัดเลือก “ขวัญใจ” ของตนเองเพียง 3 คนในแต่ละสัปดาห์ ให้เหลือเพียง 9 คนเท่านั้น ซึ่งทั้ง 9 คนนี้จะต้องแข่งกันร้องเพลง เต้นระบำทเวทีกันอย่างสุดความสามารถ เพื่อให้ตัวเองนั้นผ่านเข้าสู่อันดับสุดท้าย และกลายเป็น “ขวัญใจ” ของผู้ชมในที่สุด

จุดขายของ “American Idol” ไม่ได้อยู่ที่ “Idol” บทเวทีอย่างเดียว แต่อยู่ที่การถ่ายโยงรายการจากประเทศหนึ่งมาสู่อีกประเทศหนึ่ง อธิบายว่า “American Idol” มีการถ่ายโยงจากประเทศอังกฤษมาสู่วงการทีวีในอเมริกา จาก “Pop Idol” มาสู่ “American Idol” โดยได้ ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบของรายการให้เหมาะสมและเข้าวัฒนธรรมของผู้ชมให้มากที่สุด

“American Idol” จึงเป็นรายการที่สร้างมาตรฐานแห่งความสำเร็จใหม่ในวงการโทรทัศน์ เพราะสามารถสร้างปรากฏการณ์ของความนิยมได้สูงสุด นั่นคือ การได้รับคะแนนจากผู้ชมอย่างท่วมท้น จนเรตติ้งล่มหลาย ซึ่งกลายเป็นรายการที่มีผู้ชมให้ความสนใจและตั้งตารอชมรายการมากที่สุดในอเมริกา และผู้ที่ได้เป็นขวัญใจคนแรกของผู้ชมนั้น ไม่เพียงแต่จะโด่งดังและกลายเป็นที่รู้จักเท่านั้น แต่ยังสามารถเซ็นสัญญาเข้าสังกัดค่ายเพลงดังอีกด้วย

1.1.3 จุดกำเนิดรายการประเภท “Reality Show” ในประเทศไทย

ด้วยสภาพเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน คนต้องการบริโภคข่าวสารทางด้านความบันเทิงเพิ่มมากขึ้น เพื่อหลบหนีและผ่อนคลายความเครียดจากปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบมาทั้งวัน ซึ่งสื่อมวลชน

ชนมีหน้าที่หลักในการให้ข่าวสารและความบันเทิง แต่เนื่องจากรูปแบบในการบริโภคข้อมูลข่าวสารหรือรายการที่ตอบสนองความบันเทิงนั้น ยังมีรูปแบบเดิมๆ อยู่ ประกอบกับในสภาวะเศรษฐกิจที่เคร่งเครียดในขณะนี้ การรับชมรายการในรูปแบบเก่า ๆ เช่น ละครในรูปแบบเดิม ๆ รายการเกมส์โชว์ ที่มีแต่นักร้อง นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้ผู้รับสารเกิดความซ้ำซากจำเจ เบื่อหน่าย ฉะนั้นผู้บริโภคจึงอยากมีทางเลือกที่จะหันไปบริโภคหารายการอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น

ถ้าเรามองรายการโทรทัศน์ในเมืองไทย จะเห็นได้ว่าตลอดทศวรรษที่ผ่านมาจะมีรูปแบบรายการที่เน้นละครเป็นหลัก ซึ่งถือว่าเป็นการปิดกั้นโอกาสในการเลือกบริโภคข่าวสารของผู้ชมเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคจึงหันไปเปิดรับสื่ออื่นเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น เคเบิลทีวี ที่มีทางเลือก และมีรูปแบบรายการที่หลากหลาย หากแต่สื่ออินเทอร์เน็ตที่จะสามารถทำให้เปิดโลกข่าวสารได้กว้างมากขึ้น และไม่ต้องพบกับความซ้ำซากจำเจ จึงทำให้ผู้ผลิตต้องคิดและสร้างสรรค์รายการให้มีรูปแบบใหม่เกิดขึ้น

ดังนั้นเมื่อรูปแบบของความต้องของผู้ชมรายการโทรทัศน์มีความเปลี่ยนแปลงไป ทำให้การผลิตข่าวสารต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบของรายการที่น่าเสนอนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จะต้องสามารถทำให้ผู้ชมนั้นเกิดความสนใจ เกิดอารมณ์และมีความรู้สึกร่วมไปพร้อม ๆ กัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดรูปแบบรายการใหม่ ๆ โดยเฉพาะรายการประเภท “Reality Show” หรือรายการที่มีลักษณะของการถ่ายทอดสดที่สามารถกระตุ้นอารมณ์ร่วมของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

รายการ “Reality Show” ได้สร้างปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นอย่างมาก นั่นคือการเกิด Feedback ของผู้ชมอย่างท่วมท้น จึงทำให้เกิดความน่าสนใจว่า เหตุใดรายการรูปแบบนี้จึงเป็นทางเลือกที่แตกต่างและโดดเด่นออกมาในท่ามกลางที่ละครเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะในช่วงเวลาไพรม์ไทม์

รูปแบบรายการประเภทนี้ มีวิธีการนำเสนอโดยการตามติดวิถีชีวิตประจำวันของนักแสดงตลอดหรือเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการนำเสนอรายการที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับนักแสดงหรือรายการนั้นๆ จึงดูเหมือนว่ารูปแบบรายการดังกล่าว กลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด รูปแบบใหม่ ณ ปัจจุบัน

สาเหตุที่รายการ “Reality Show” ในประเทศไทยกลายเป็นรายการที่ฮิตติดอันดับมากๆ เนื่องจากเป็นรายการที่ค้นหาบุคคลที่มีความสามารถ ให้เข้าร่วมรายการ และผ่านการคัดเลือกหรือการโหวตจากผู้ชมที่ชมรายการ และผู้ชมที่อยู่ในห้องส่ง บุคคลที่ได้ผ่านการคัดเลือกและได้

คะแนนสูงสุดจากผู้ชมรายการก็จะกลายเป็น “ดารา” หรือ “ฮีโร่” ในทันทีที่การแข่งขันนั้นสิ้นสุดลง

หลักการที่สำคัญของรายการ “Reality Show” คือ เป็นรายการที่ผู้เล่นหรือผู้แสดงจำนวนหนึ่ง ใช้ต้นทุนทางชีวิตของตนเองในการเล่นเกมส์ตามกติกาบางอย่างเพื่อแข่งขัน เพื่อเอาชนะให้ตนเองนั้นประสบความสำเร็จ โดยมีแรงบันดาลใจคือ แรงเชียร์จากผู้ชม ซึ่งอาจจะเป็นตัวกำกับหรือมีอิทธิพลทางใดทางหนึ่งต่อการแข่งขัน รายการประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีการเขียนบท เพราะไม่ว่าอะไรที่เกิดขึ้นได้จริงในชีวิตจริง ก็ต้องการที่จะให้เกิดขึ้นได้ในรายการ แต่ไม่ใช่ทุกความจริงที่เกิดขึ้น เพราะรายการประเภทโชว์ความจริงจะมีกติกาหลวมๆ ของรายการ เพื่อให้เนื้อเรื่องของความจริงนั้น นำเสนอไปได้ภายใต้รูปแบบจำกัดหนึ่งๆ เท่านั้น ความจริงที่เราเห็นในรายการนั้น เป็นความจริงที่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งบางอย่าง เพื่อให้ดูน่าตื่นเต้น หรืออาจพูดได้ว่า “ความจริงที่เราเห็นนั้นเป็นความจริงเพื่อความบันเทิง (Entertainment-Reality Show)

รายการประเภท “Reality Show” ถือเป็นรายการที่สามารถเสริมส่วนที่ขาดหายไปดังกล่าวได้ โดยการอาสาผู้ชมเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้เข้าร่วมรายการ ตลอดจนหยิบยื่นอำนาจในการลิขิตชีวิตบุคคลอื่นได้อย่างชอบธรรม การได้เห็นปฏิริยาตอบสนองกับสถานการณ์ที่แตกต่าง การได้เห็นรายละเอียดในชีวิตของคนอื่น ทั้งในด้านดีและด้านร้าย การได้เห็นทุกอย่างที่ไม่มีการเขียนบทกำกับจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้รายการประเภท “Reality Show” ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ชมในขณะนี้ อย่างไรก็ตามรูปแบบรายการประเภทนี้ ยังมีข้อโต้แย้งกันบางประการว่าเป็นรายการที่เหมาะสมกับสังคมไทยหรือไม่ หรือเป็นรูปแบบรายการแนวใหม่ที่สามารถสร้างให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ๆ ทางด้านการแสดงที่สอดคล้องกับสังคมไทยมากที่สุดจริงหรือ หรือเป็นเพียงแค่การแสดงที่สามารถละเมิดสิทธิของผู้อื่นโดยชอบธรรมเพียงเพื่อหวังผลทางการตลาดเท่านั้น

หากพิจารณารายการประเภท “Reality Show” ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าได้มีการพัฒนารูปแบบ หรือฟอร์แมตของรายการมาโดยตลอด นับตั้งแต่รายการทอล์กโชว์ที่มักจะดึงดาราและนักร้อง หรือคนสำคัญมาเป็นแขกรับเชิญ มาถึงรายการที่ไม่จำเป็นต้องใช้พิธีกรหน้าตาดี มาพูดถึงชีวิตจริงของคนที่ไม่เคยมีใครรู้จัก อย่างคนค้นคน ที่ออกอากาศทางโมเดิร์นไนน์ทีวี หรือรายการที่เคยโด่งดังมาแล้วอย่าง “เดอะสตาร์ ค้นฟ้าคว้าดาว” ซึ่งเป็น “Reality Show” ในรูปแบบของการประกวดร้องเพลง ที่สร้างสถิติมีผู้โหวตเข้ามาให้คะแนนกับบุคคลที่ตนเองชื่นชอบเป็นจำนวนนับแสนราย (ผู้จัดการออนไลน์, 6 สิงหาคม 2547) ส่งผลให้กระแสความนิมรายการประเภท “Reality Show” ในบ้านเราเริ่มเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับต่างประเทศ

เนื่องจากผู้บริโภครเริ่มหันมาสนใจรายการสาระที่อิงกับชีวิตจริงของคนมากขึ้น อาจเป็นเพราะเริ่มเบื่อกับละครไร้สาระที่ถูกยึดเย็บให้ชมตลอดหลายปีที่ผ่านมา

ในปัจจุบันนี้หากเราลองเปิดโทรทัศน์ครีโมทไปตามช่องฟรีทีวีต่างๆ (3, 5, 7, 9 ITV) เราจะเห็นได้ว่ารายการที่ออกอากาศนั้น ไม่ว่าจะเป็น เกมโชว์, ทอล์คโชว์หรือวาไรตี้ ไม่ค่อยจะมีอะไรแปลกใหม่ มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันหรือว่ามีจุดที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย แต่ก็ไม่สามารถ “โดนใจ” และสร้างความหือหาวให้กับกลุ่มคนดูโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม “คนเมือง” ที่พยายามหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ซ้ำซากกำลังมองหาสิ่งใหม่ๆ ให้กับชีวิตและต้องการเปิดโลกทัศน์อีกด้านหนึ่งของตน ดังนั้นการเข้ามาของรายการ “Reality Show” จึงเสมือนเป็นส่วนเติมเต็มและเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการรับรู้ข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ การดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลง คนส่วนใหญ่ยึดติดกับค่านิยมและรับรูปแบบวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต ดังนั้นรูปแบบรายการที่ผลิตขึ้นจะต้องมีลักษณะคล้ายทางด้านตะวันตกเข้ามาผสมผสานด้วย เพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของผู้บริโภค

1.1.4 จาก “Reality Show” กลายเป็น “Academy Fantasia “

จากปรากฏการณ์ระดับโลกอย่าง British Idol และ American Idol ได้สร้างความฮือฮาและเป็นที่กล่าวขวัญกันในแต่ละประเทศนั้น เมื่อเข้ามาเผยแพร่ในเมืองไทยกลับได้รับความนิยมอย่างสูงไม่แพ้กัน จึงกลายเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นครั้งแรกในเมืองไทย

UBC Academy Fantasia เริ่มต้นขึ้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2547 ถือเป็นปรากฏการณ์หนึ่ง ที่เกิดขึ้นกับสังคมที่ต้องบันทึกไว้ในรอบปีพ.ศ. 2547 ก็เป็นที่ UBC Academy Fantasia เป็นรายการ “Reality Show” รายการแรกและรายการเดี่ยวของวงการโทรทัศน์ไทยที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากประเทศเม็กซิโก ซึ่งออกอากาศทางเคเบิลทีวี ยูบีซี 16 ซึ่งรูปแบบรายการนี้เริ่มจากรายการเรียลลิตี้โชว์ยอดเยี่ยมของประเทศเม็กซิโก จากนั้น UBC ได้ทำการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำมาปรับปรุงให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทย โดยมีการถ่ายโยงวัฒนธรรมจากทวีปหนึ่งมาสู่อีกทวีปหนึ่ง เป็นการถ่ายทอดและส่งต่อทางวัฒนธรรมจาก Globalization ให้กลายมาเป็น Localization โดยยังคงเนื้อหาในรูปแบบเดิมไว้ เพียงแต่ปรับวัฒนธรรมบางอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยให้มากยิ่งขึ้น

ซึ่งปรากฏการณ์นี้ถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) กล่าวคือ สมัยก่อนสังคมไทยจะให้ความเคารพกับสิทธิความเป็นมนุษย์ชน แต่ก่อนเราจะไม่สามารถบุกรุกพื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัวของบุคคลอื่นได้ แต่ทว่าเมื่อความเป็นโลกาภิวัตน์ได้เข้ามาส่งผลให้พื้นที่ที่เคยเป็นส่วนตัวถูกเปิดออกให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ ที่เห็นได้ชัด คือ การออก

อากาศสดตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีกล้องกว่า 60 ตัวที่คอยจับภาพชีวิตความเป็นอยู่ทั้งยามตื่นยามหลับ ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะทำอะไรผู้ชมสามารถที่จะเห็นความเคลื่อนไหวของผู้เข้าแข่งขันได้ ทุกอิริยาบถ ซึ่งแตกต่างจากรายการที่เป็นต้นแบบอย่าง “British Idol” และ “American Idol” อย่างสิ้นเชิง

ดังนั้นการเข้ามาด้วยรูปแบบรายการที่แปลกใหม่บวกกับความเป็น Interactive Television ให้ผู้ชมได้มีโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นของตัวเอง อยากที่แชร์ความคิดเห็นความรู้สึกของตนให้คนอื่นได้รับรู้ โดยผ่านการส่งข้อความ SMS หรือว่าจะเป็นการเข้าไปตั้งกระทู้แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับรายการ กล่าวคือ Academy Fantasia ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์รุ่นใหม่เท่านั้น แต่ยังดึงดูดใจให้ผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คนซึ่งเป็นคนแปลกหน้าที่ชอบแสดงออก โดยที่ไม่เคยพบหน้าค่าตากันมาก่อน ให้เข้ามาร่วมรายการมาโชว์ทักษะความสามารถในด้านต่างๆ ให้เป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาคนดู และผลจาก “Reality Show” ทำให้พวกเขาทั้ง 12 คน กลับกลายเป็นที่รู้จักและโด่งดังได้ภายในเวลาไม่กี่สัปดาห์

“Academy Fantasia” เป็นรายการออกอากาศสดตลอด 24 ชั่วโมง มีผู้เข้าแข่งขันทั้งหญิงและชาย 12 คน เพื่อเข้าโครงการฝึกเป็นนักร้องอาชีพ โดยทางรายการจะติดกล้องติดตามความเคลื่อนไหวของผู้เข้าแข่งขันทั้งหมดตลอดเวลา ผู้สมัครจากทั่วประเทศถูกคัดเลือกเพียง 12 คน และได้เดินทางเข้าไปอาศัยในสถานที่ซึ่งทีมงานเรียกว่า “บ้านอคาเดมี่ฯ” ที่ซึ่งทั้ง 12 คนจะได้ใช้ชีวิตร่วมกัน โดยอยู่ในสายตาของกล้องกว่า 60 ตัวที่คอยจับภาพชีวิตความเป็นอยู่ทั้งยามตื่นยามหลับ ตลอด 24 ชั่วโมง ในระยะเวลาทั้งสิ้น 9 อาทิตย์ที่พวกเขาจะต้องถูกจับตามอง และในทุกๆ วันเสาร์ ผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คนจะเดินทางออกจากบ้าน เพื่อขึ้น โขว์บนเวท ให้ผู้ชมทั้งทางบ้าน และผู้ชมในสตูดิโอส่งคะแนนโหวตผ่านทาง SMS และระบบโทรศัพท์ 1900 เพื่อให้คนที่ตนชอบที่สุดได้อยู่ในบ้านนี้ต่อไป ส่วนคนที่มิคะแนนโหวตน้อยที่สุดก็ต้องหอบกระเป๋ากลับบ้านไปอาทิตย์ละหนึ่งคน จุดนี้เองที่สามารถสร้างอารมณ์ จูงความรู้สึกของผู้ชมให้เคลื่อนย้ายตามไปกับสถานการณ์ได้ ไม่ว่าจะรู้สึกดีใจและสงสาร หรือเสียใจก็ตาม บางคนถึงกับร้องไห้เมื่อรู้ว่าบุคคลที่ตนเองชื่นชอบนั้นไม่ผ่านเข้ารอบต่อไป

นอกจากจะออกอากาศถ่ายทอดสดรายการสดให้กับผู้ชมได้รับชมถึงที่บ้านแล้ว ยังได้เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการอีกด้วย ส่งผลให้ผู้ชมนั้นสามารถที่จะมีปฏิกิริยาหรือ Feedback ในลักษณะที่ตอบสนอง Respond ได้ในทันที ซึ่งการมีส่วนร่วมนั้น คือ การเข้ามาร่วมโหวตให้คะแนนกับผู้ที่ตนเองชื่นชอบ และยังสามารถร่วมโหวตผ่านทาง SMS และระบบโทรศัพท์ 1900 ได้อีกด้วย ซึ่งการร่วมโหวตผ่านทาง SMS นั้น ถือว่าเป็นการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่ของโทรศัพท์มือถือเข้ามาปรับประยุกต์ใช้

อีกทั้งรายการนี้มีการรับประกันว่าคนที่ผ่านการคัดเลือก 12 คนสุดท้าย จะได้เข้าไปเป็นนักร้องในสังกัดของจีเอ็มเอ็มแกรมมี่อย่างแน่นอน ซึ่งเป็นอีกจุดหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจ ทำให้มีผู้สมัครเข้ามาเป็นจำนวนมาก จากสถิติที่ผ่านมาปรากฏว่า “Academy Fantasia 1” ที่ออกอากาศเมื่อปีพ.ศ. 2547 จากการใช้การตัดสินผลแพ้ชนะ ด้วยคะแนนเสียงโหวตผ่านทาง SMS ได้รับความนิยมนอย่างสูง ถึงขนาดว่าระบบในการส่ง SMS ถึงกับล่มลง ณ ช่วงเวลานั้น (บทความ SMS: ธุรกิจยุค 2004)

จะเห็นได้ว่า รายการประเภท “Reality Show” นั้นมีรูปแบบที่หลากหลาย และนำเสนอรูปแบบที่แตกต่างกันจึงยังทำให้ผู้ชมสามารถเลือกสรร รายการและสื่อที่จะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ในขณะที่รายการประเภทนี้ยังสามารถเร้าอารมณ์ จูงความรู้สึกผู้ชมให้คล้อยตาม รู้สึกดีใจ และส่งสารไปตามลีลาของการแข่งขันนั้น ๆ ฉะนั้นรายการประเภท “Reality Show” จึงมีอิทธิพลต่อสภาวะทางจิตใจของผู้ชมเป็นจำนวนมาก

เสน่ห์ของรายการ “Academy Fantasia” นั้น อยู่ที่รูปแบบการนำเสนอโดยนำเอาชีวิตจริงของผู้สมัครที่ผ่านการคัดเลือกในรอบ 12 คนสุดท้าย มาถ่ายทอดตลอด 24 ชั่วโมง โดยจะมีกล้องประมาณ 60 ตัวคอยจับภาพไว้ ทุก ๆ วันผู้เข้าแข่งขันจะต้องทำการฝึกร้องเพลง ฝึกเต้น ฝึกการแสดง จากครูที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมากด้วยประสบการณ์ และไม่ว่าผู้เข้าแข่งขันจะทำอะไรที่ไหนก็ตาม ผู้ชมก็สามารถที่จะเห็นอากัปกิริยาได้ทุกอิริยาบถจนกว่าผู้เข้าแข่งขันนั้นจะเข้านอน ด้วยนิสัยของคนไทยที่ชอบการประนีประนอม รักพวกพ้อง มีความผูกพันเป็นสายใยของครอบครัว มากกว่าการแข่งขันซึ่งดีชิงเด่นแบบต้องการเป็นใหญ่ ทำให้ผู้ผลิตรายการถึงเห็นถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ โดยการร่วมโหวต เพื่อร่วมกันคัดผู้ร่วมปฏิบัติ ลำโพงออก มากกว่าที่จะเอาวิธีการให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันเป็นคนคัดออก ทำให้นักลำโพงทั้ง 12 คน มีความรักใคร่ปรองดองที่จะไปให้ถึงปลายความฝันร่วมกัน แม้จะมีเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้นที่จะถึงเส้นผืนนั้น ก็ไม่ได้ทำให้นักลำโพงทั้ง 12 คนหมดกำลังใจ ซึ่งใครจะชนะฝันของตนด้วยการชนะใจมวลชน

ความสำเร็จของรายการ “Academy Fantasia” ส่วนหนึ่งมาจากการเป็น “Reality Show” ที่แตกต่างจากรายการอื่นที่เคยแพร่ภาพมาก่อน ไม่ว่าจะเป็น Survival ที่เคยแพร่ภาพทางช่องเอ็กซ์ไอซ์ของยูบีซี โดยรายการยอดฮิตอย่าง Survival แม้จะเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในต่างประเทศ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แต่เนื่องจากรายการนี้มีความเป็นตะวันตกอยู่สูงมาก ผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ตนเองนั้นอยู่รอด กติกาที่สำคัญอยู่ที่ตัวผู้เข้าร่วมรายการจะต้องเป็นผู้ร่วมโหวตให้ผู้ร่วมทีมของตนเองออกไป ในขณะที่ “Academy Fantasia” แม้ว่าผู้เข้าแข่งขันทั้งหมดจะใช้ชีวิตอยู่ด้วยกันเหมือนรายการ Survival ก็ตาม แต่วิธีการโหวตว่าใครจะ

ออก จะเป็นมิติที่มาจากกรโหวตของผู้ชมที่บ้านเป็นหลัก ทำให้ผู้ร่วมรายการแต่ละคนมีความผูกพัน ความสนิทสนมกันมากกว่า ทุกคนจึงต้องแข่งกับตัวเอง ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ชมนั้นรักหรือเกลียด

“Academy Fantasia” ได้สร้างความแตกต่างระหว่างรายการ “Academy Fantasia” กับรายการ “Reality Show” อื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง สามารถสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ชมกับผู้ร่วมรายการได้ และเกิดปฏิกิริยาในลักษณะที่ตอบสนองได้ในทันที ซึ่งในการสร้างความแตกต่างด้วยรายการถือเป็นการ re-information ผู้ที่เป็นสมาชิก (Member) อยู่แล้ว ให้เกิดความรู้สึกว่าตนมีแตกต่างจากผู้อื่นที่ได้รับชมรายการที่คนอื่นไม่ได้ดู ทำให้เกิดกระแสกดดันจากสภาพสังคมที่แวดล้อมอยู่ (peer pressure) กล่าวคือ เมื่อเพื่อนได้ดูรายการแต่ตนเองกลับไม่ได้ดู จึงต้องหาหนทางเพื่อให้ตนนั้นติดอยู่ในกลุ่มด้วย รวมทั้งการสร้างช่องทางใหม่ ๆ ให้กับผู้ชม เพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การร่วมโหวตผ่านทางระบบ SMS จึงไม่น่าแปลกใจที่ “Academy Fantasia” กลายเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างสูง และได้กลายมาเป็นต้นแบบรายการ “Reality Show” ของเมืองไทยที่ได้รับความนิยมในวงการบันเทิงในประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการนำเสนอรายการ “Academy Fantasia” ซึ่งผู้วิจัยสนใจว่าผู้ผลิตได้นำเอารูปแบบรายการที่มาจากประเทศตะวันตกเข้ามาแล้วมีการถ่ายโยงเนื้อหาและรูปแบบของรายการอย่างไรเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมการชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชม และใช้วิธีการสื่อสารอย่างไรกับแฟนรายการของผู้เข้าแข่งขัน จนทำให้ผู้ชมนั้นเกิดความคลั่งไคล้และกลายเป็นแฟนคลับไปโดยปริยาย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia”

1.3 ปัญหาวิจัย

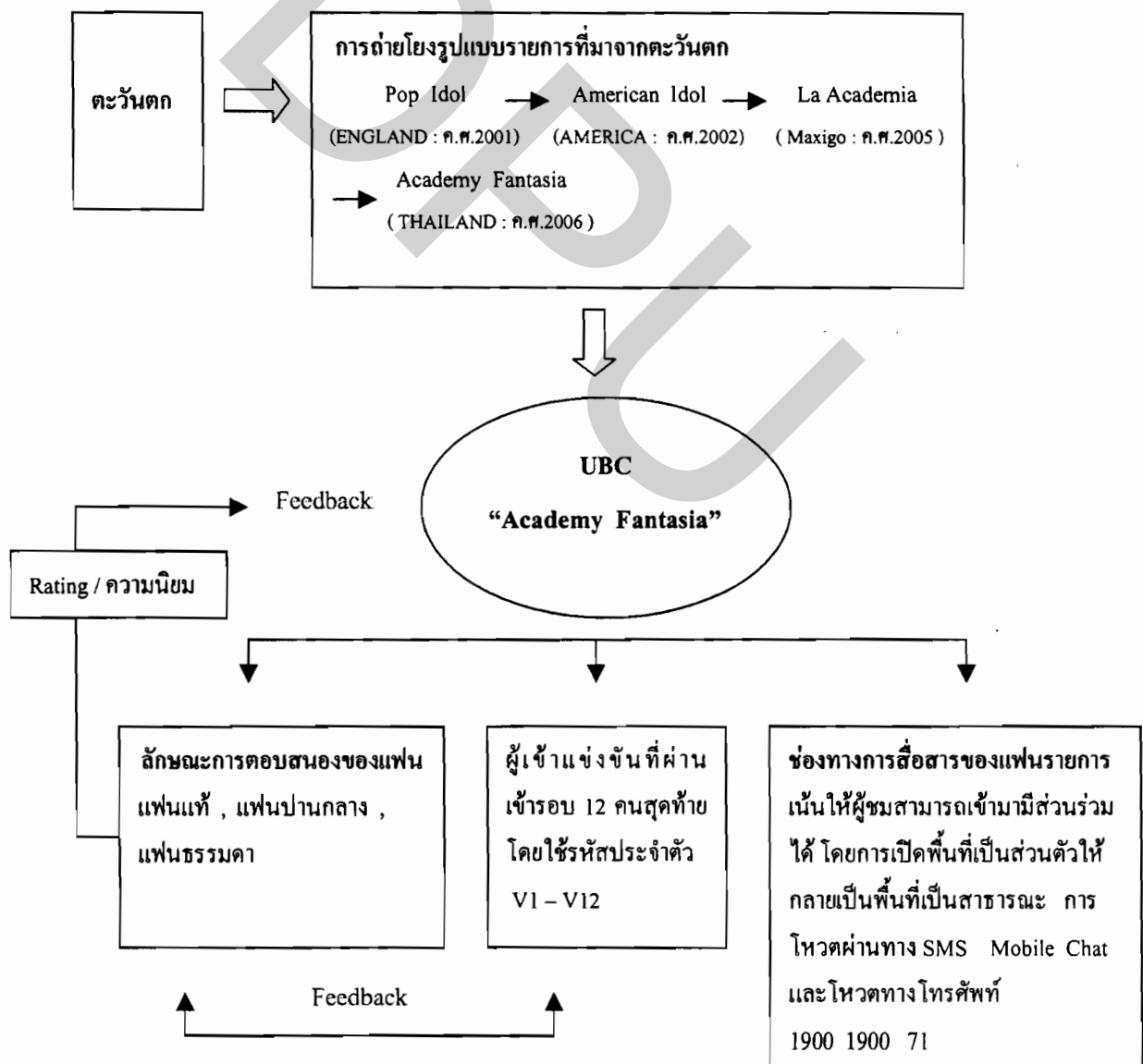
1.3.1 รายการ “Academy Fantasia” มีการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมการรับชมของคนไทยอย่างไร

1.3.2 รูปแบบรายการ “Academy Fantasia” ใช้วิธีการสื่อสารกับแฟนของผู้เข้าแข่งขัน เพื่อเข้าถึงวัฒนธรรมการชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชมอย่างไร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกระบวนการนำเสนอรายการประเภท “Reality Show” รายการ “Academy Fantasia” ที่ออกอากาศ ทาง UBC 16 โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนเมษายน – ตุลาคม 2548

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 นิยามศัพท์

รายการ “Reality Show” หมายถึง รายการที่เปิดโอกาสให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในการชมรายการโทรทัศน์มากขึ้น เน้นผู้รับสารที่สามารถมีปฏิริยาตอบโต้รายการได้ ซึ่งทำให้ได้เห็นพฤติกรรมรูปแบบรายการที่เสมือนจริงผ่านจอโทรทัศน์ ให้คนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในรายการมากกว่าการนั่งดูทีวี กตรีโมทเฉย ๆ ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบรายการอื่น ๆ

รายการ “Academy Fantasia” หมายถึง รายการที่นำเสนอทางเคเบิลยูบีซี 16 มีลักษณะเป็นการแข่งขันการประกวดร้องเพลง โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสิน เพื่อหาผู้ชนะ

การถ่ายโยงรายการ หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราวโดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ “Reality Show” ของประเทศตะวันตก ซึ่งมีการพัฒนาจาก Global ให้กลายเป็น Local เพื่อให้สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมของคนไทย

รูปแบบรายการ หมายถึง การนำรูปแบบรายการของตะวันตกซึ่งมีลิขสิทธิ์เข้ามาปรับเปลี่ยน เพื่อให้เหมาะสมและสามารถเข้ากับวัฒนธรรมในการบริโภคข่าวสารของคนไทยให้มากยิ่งขึ้น

การสื่อสารเพื่อเข้าถึง หมายถึง รูปแบบการสื่อสารของรายการ “Academy Fantasia” โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าแข่งขันกับผู้ชม ซึ่งใช้สื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดเรื่องราว อีกทั้งรูปแบบรายการ “Academy Fantasia” มีการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ผู้ชมสามารถที่จะเห็นอากัปกิริยาของผู้เข้าแข่งขันได้ทุกอิริยาบถ สามารถสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ชมกับผู้ร่วมรายการได้ และเกิดปฏิริยาได้ในทันที

วัฒนธรรมการชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชม หมายถึง การที่ผู้ชมมีปฏิริยาในลักษณะที่ตอบสนองได้ในทันที สามารถเร้าอารมณ์ จูงความรู้สึกผู้ชมให้คล้อยตาม รู้สึกดีใจและสงสารไปตามลีลาของการแข่งขันนั้น ๆ

ตะวันตก หมายถึง ประเทศที่เป็นต้นกำเนิดรายการประเภท “Reality Show” ที่ทางผู้ผลิตนำมาเป็นต้นแบบในการผลิตรายการ “Academy Fantasia”

แฟนของผู้เข้าแข่งขัน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์จากลักษณะของแฟนรายการ ซึ่งได้แก่ แฟนแบบคนเดียว แฟนแบบกลุ่ม แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง และแฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ มาเป็นตัวกำหนดประเภทของแฟน ดังนี้

1) แฟนแท้ ลักษณะของแฟนแท้เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง และแฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ แฟนกลุ่มนี้จะเกิด Reaction เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบต้องออกจากการแข่งขันจะร้องไห้ในทันที Respond โดยการส่ง SMS เข้าไป โวยวาย ต่อว่าและมี

Feedback โดยการอธิบายตัวเค้กับตนเอง หลงใหล ชื่นชอบ เมื่อรู้สึกพึงพอใจ และผิดหวัง หงุดหงิด เมื่อไม่เป็นไปตามความคิดของตนเอง นำไปสู่การต่อต้าน

2) แฟนปานกลาง ลักษณะของแฟนปานกลาง ส่วนใหญ่จะพบในลักษณะเป็น แฟนแบบกลุ่ม เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ รู้สึกเสียใจ ผิดหวัง ซึมเศร้า เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบออกจากการแข่งขัน

3) แฟนธรรมดา ลักษณะของแฟนธรรมดาเป็นลักษณะแฟนแบบคนเดียว เป็น แฟนที่ติดตามชมรายการ เลือกรับชมรายการเนื่องจากอิทธิพลภายนอก เช่น อิทธิพลภายใน ครอบครัว จากสภาพ แวดล้อมที่ทำงาน เป็นต้น หรือเป็นเพียงเพราะต้องการความบันเทิง สนุกสนานเท่านั้น

ลักษณะการตอบสนอง หมายถึง การตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ ได้แก่ ลักษณะการตอบสนองแบบ Reaction Respond และ Feedback

สื่อใหม่ ประกอบไปด้วย Mobile Chat , ระบบ 1900 1900 71 และ SMS ที่ผู้รับสาร สามารถมีปฏิริยาตอบโต้กลับไปได้

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อให้ทราบถึงการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยและวิธีการสื่อสารกับแฟนของผู้เข้าแข่งขัน เพื่อเข้าถึงวัฒนธรรมการชมรายการ โทรทัศน์ของผู้ชม

1.7.2 ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจและความต้องการของแฟนรายการในการเลือกรับชม รายการ

1.7.3 ผู้ชมรายการเกิดความรักใคร่ คลั่งไคล้

1.7.4 เพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคตสำหรับรายการที่ต้องการผลิตรูปแบบรายการ ประเภท “Reality Show”

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การถ่ายโยงและแฟนของรายการ “Academy Fantasia” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเพื่อประกอบในงานวิจัยมาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ (Intertextuality)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan) และ แฟนคอม (Fandom)
- 2.3 สื่อใหม่ (New Media)
- 2.4 การวิเคราะห์รายการ (Genres Analysis)
- 2.5 ทฤษฎีการแอบมองจ้องดู (Voyeurism)
- 2.6 งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ (Intertextuality)

เป็นที่น่าสังเกตว่าเวลาที่โทรทัศน์ได้นำเสนอรายการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ในระหว่างละครก็จะมีโฆษณามาคั่น หรือก่อนหน้ารายการเกมส์โชว์ ก็มีรายการข่าวมาก่อน ดังนั้นในขณะที่ผู้รับสารดูรายการเหล่านี้อย่างต่อเนื่องกัน ผู้รับสารอาจจะ “ข้ามพรมแดนเส้นกั้นระหว่างรายการต่าง ๆ” ด้วยการดูให้ “เป็นเรื่องเดียวกัน” และนี่คือความหมายหนึ่งของคำว่า “Intertextuality”

ในฝ่ายของผู้ผลิตก็เช่นกัน อาจจะมีการนำตัวบทที่เคยนำเสนอในรูปแบบของภาพยนตร์ มาสร้างเป็นละครโทรทัศน์หรือที่นิยมมากที่สุดก็คือ จากนวนิยายไปเป็นละครโทรทัศน์ นี่คือนิยามของ Intertextuality ที่เนื้อหาเรื่องราวจากสื่อประเภทหนึ่งได้ข้ามพรมแดนหรือเชื่อมโยงไปสู่สื่ออีกประเภทหนึ่ง (เป็นแนวคิดที่รู้จักในทางศิลปะว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่กันและกัน”)

นอกจากนี้ Fiske (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ , 2543) ได้นำเสนอลักษณะของ Intertextuality ในระดับที่สาม (หลังจากข้ามจากสื่อแรกในระดับที่หนึ่ง ไปสู่อีกสื่อหนึ่งในระดับที่สอง) อันเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้รับสารได้นำเอาเรื่องราวที่ดูชมจากสื่อไปผลิตซ้ำใหม่ (reproduce) ในรูปแบบของการพูดถึงหรือเขียนวิพากษ์วิจารณ์ การศึกษาผู้รับสารตามแนวทางนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยแบบ Ethnography ด้วยการสังเกตรับฟังการเชื่อมโยงระหว่างตัวบทในระดับที่สาม ซึ่งเกิดขึ้นในหมู่ผู้รับสารเพื่อเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากมุมมองของผู้รับสารได้อีกแนวหนึ่ง

ในทุกวันนี้แทบจะไม่มีตัวบท (Text) อันใดที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างใหม่เอี่ยมโดยไม่มีเนื้อหาหรือรูปแบบซ้ำรอยเดิมกับ Text ที่เคยมีมาในอดีต ดังนั้น Text ใหม่ ๆ นี้จึงมักจะผลิตซ้ำกับของเก่า หybrid ของเก่าหรือดัดแปลงของเก่าอยู่เสมอ นี่จึงเป็นที่มาของแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์เรื่องความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ

ดูเหมือนว่าการที่สื่อใหม่ ๆ จำเป็นต้อง hybrid บางสิ่งบางอย่างจากสื่อเก่าในท่วงทำนองของ “เหล่าเก่าในขวดใหม่” หรือ “เหล่าใหม่ในขวดเก่า” นั้น เกิดเนื่องมาจากลักษณะ “Repetition” (Convention) ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องการเพื่อความมั่นใจ พร้อมกันนั้นทั้งสองฝ่ายต่างก็ต้องการ “Variation” (Invention) ด้วย ดังนั้นทุกฝ่ายจึงต้องการลักษณะทั้งสองอย่างในเวลาเดียวกัน

การเชื่อมโยงระหว่างสื่อนี้มีหลายมิติ เช่น

- ใช้รูปแบบเดียวกัน และใช้เนื้อหาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง “เจ็ดเซียนซาμουไร” ของกุโรซาวา ได้ถูกนำมาสร้างใหม่เป็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง “เจ็ดสิงห์แดนเสือ” เป็นต้น

- ใช้เนื้อหาเดียวกันแต่เปลี่ยนรูปแบบ ตัวอย่างเช่น นวนิยายเรื่อง “คู่กรรม” ที่ได้ถูกนำไปสร้างเป็นสื่อในละครโทรทัศน์ และถูกดัดแปลงอีกครั้งเป็นสื่อภาพยนตร์ เป็นต้น

- ใช้รูปแบบเดียวกัน แต่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบ้าง

นอกจากนี้เราอาจจะวิเคราะห์การเชื่อมโยงตามระนาบ ซึ่งทำให้แบ่งได้เป็น 2 ระดับ เช่น

- การเชื่อมโยงแบบแนวระนาบ (Horizontal) ได้แก่ การเชื่อมโยงเนื้อหาเดียวกันที่ปรากฏในสื่อระนาบเดียวกัน ดังตัวอย่างที่แพร่หลายในสังคมไทย คือ การนำบทประพันธ์นวนิยายไปเล่นเป็นละครโทรทัศน์ โดยมีหนังสือพิมพ์ทยอยลงตีพิมพ์บทละครเป็นตอน ๆ และต่อจากนั้นก็มีการนำบทละครในหนังสือพิมพ์มารวมเป็นเล่มอีกครั้งหนึ่ง

- การเชื่อมโยงแบบแนวตั้ง (Vertical) ได้แก่ การเชื่อมโยงเนื้อหาจากระดับปฐมมาสู่ขั้นทุติยภูมิ เช่น เมื่อมีการฉายภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง (เนื้อหาขั้นปฐม) ต่อจากนั้นก็จะมีการวิจารณ์ภาพยนตร์เรื่องนั้น (เนื้อหาขั้นทุติยภูมิ)

ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อนี้ ประเด็นหนึ่งที่มีจะถูกหยิบยกขึ้นมาก็คือเรื่องคุณค่าทางสุนทรียะ (Aesthetic Value) ของสื่อแต่ละชนิด ทั้งนี้โดยอาศัยแนวคิดเดิมทางศิลปะที่ถือว่า ศิลปะอย่างหนึ่งอาจสร้างแรงบันดาลใจให้แนวทางหรือแนวคิดต่อศิลปะอีกอย่างหนึ่งที่เรียกว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่นกันและกัน” (Art illuminated art) ตัวอย่างเช่น เสียงเพลงของโมซาร์ทอาจจะคลบบันดาลใจให้จิตรกรวาดภาพตามทำนองเพลง

ในกรณีของสื่อมวลชนนั้น การเชื่อมโยงระหว่างสื่อก็น่าจะเป็นไปตามหลักการดังกล่าว กล่าวคือ บทประพันธ์นวนิยายจีนเยี่ยม อาจเป็นแรงบันดาลใจให้เจ้าของละครโทรทัศน์นำไปสร้างเป็นละคร อย่างไรก็ตามเนื่องจากสื่อมวลชนมีลักษณะเป็นพาณิชย์ศิลป์หรือเป็นธุรกิจนี้ จึงก่อให้เกิดคำถามว่า เมื่อมีการแปลเนื้อหาจากสื่อหนึ่งมาอยู่ในอีกสื่อหนึ่ง คุณค่าทางสุนทรียะในสื่อใหม่ ยังคงมีเท่าเดิมหรือไม่ หรือสื่อใหม่ได้ทำลายคุณค่าทางศิลปะที่เคยมีอยู่เดิมให้หมดไป ที่เรียกว่า “สื่อต่างสร้างความยากจนให้แก่กัน” (Media impoverished media)

จากแนวคิด การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ (Intertextuality) แสดงให้เห็นว่า รายการ “Academy Fantasia” นั้นมีการถ่ายโยงรูปแบบรายการข้ามจากทวีปหนึ่ง มาสู่ทวีปหนึ่ง มาสู่อีกทวีปหนึ่ง นั่นคือ จาก Pop Idol ประเทศอังกฤษ มาเป็น American Idol ในประเทศอเมริกา และข้ามจากอเมริกามาเป็น Academy Fantasia ในเมืองไทย

ด้วยรูปแบบรายการที่แปลกใหม่ และยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ทำให้รายการ “Academy Fantasia” นั้นกลายเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างท่วมท้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์ในเรื่องของการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมการรับชมของคนไทย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan) และ แฟนดอม (Fandom)

“แฟน” หรือปัจจุบันคนไทยใช้ทับศัพท์แทนคำภาษาอังกฤษว่า “Fan” นั้น Henry Jenkins (1992) กล่าวว่า แฟนมีประวัติยาวนานมาก มาจากคำว่า “Fanatic” ซึ่งหมายถึง ผู้หลงใหล ผู้คลั่งไคล้ ส่วน “Fandom” นั้นเป็นลักษณะของกลุ่มผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิตวิทยา ที่ต้องการได้รับสิ่งที่ตนสนใจ ต้องการได้รับสิ่งต่างๆ เพื่อทดแทนสิ่งที่ตนขาด และจำเป็นต้องมีในวิถีการดำเนินชีวิตที่ทันสมัยด้วย

แฟนเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อศตวรรษที่ 19 เมื่อนักหนังสือพิมพ์ได้พยายามอธิบายถึงคนที่คอยติดตามทีมนักกีฬาอาชีพ จึงกำหนดคำว่า “แฟน” ขึ้นมาเรียกคนกลุ่มนี้ หลังจากนั้นก็พัฒนาความหมายของคำ ๆ นี้ต่อมาอีก โดยขยายความรวมถึงความจงรักภักดีของผู้ที่ศรัทธาเพื่อการศึกษา และงานบันเทิงต่างๆ ซึ่งแฟนแต่ละกลุ่มก็จะมี ความแตกต่างกัน เนื่องจากมีความชื่นชอบที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำให้มีลักษณะต่างกันทั้งในด้านลักษณะ ภาพลักษณ์ และพฤติกรรม เช่น แฟนกลุ่มดนตรีร็อก กีฬา ภาพยนตร์ เป็นต้น

Mcquail (1994) อ้างถึงใน เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับเรื่อง แฟนไว้ว่าเป็นกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและยึดติดกับเนื้อหาสาระที่มีผู้เสนอ ถ้าสาระเปลี่ยนแปลงไป กลุ่มแฟนก็จะสลายตัวได้ทันที ซึ่งบุคคล

มักจะไม่รู้ตัวว่าตนเองอยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งบางครั้งกลุ่มนี้อาจได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อหรือด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มกัน นอกจากนี้ Mcquail ยังได้แบ่งลักษณะของผู้รับสารที่เป็นแฟนออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

การแบ่งด้วยลักษณะทางสังคม		การแบ่งด้วยลักษณะทางสื่อ	
กลุ่มสาธารณชนหรือการรวมกลุ่มในสังคมกลุ่มสมาชิก	ความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของปัจเจกชนที่เกิดขึ้นในประสบการณ์ทางสังคม	เนื้อหา (กลุ่มแฟนหรือวัฒนธรรมแห่งรสนิยม)	ช่องทางหรือสื่อ (ผู้รับสารของสื่อ)

กลุ่มผู้รับสารที่เป็นแฟนของเนื้อหา มีการกำหนดรูปแบบบนพื้นฐานความพอใจในเนื้อหาเฉพาะเรื่องหรือเฉพาะประเภท หรือความผูกพันกับลักษณะเฉพาะหรือรสนิยมทางวัฒนธรรมเฉพาะเรื่อง ซึ่งลักษณะเช่นนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา สื่อจะเป็นผู้กระตุ้นหรือกลุ่มแฟนเป็นผู้กระตุ้นตัวเองเพื่อให้เข้าไปอยู่ในกลุ่มของสังคม กลุ่มแฟนของเนื้อหานี้มักจะแสดงความสัมพันธ์กับภาพลักษณะของสื่อ ตัวละคร แก่นของเรื่องด้วยผลิตผลทางการค้าอย่างกระตือรือร้น

Lisa A.Lewis (1992) กล่าวว่า เราต่างก็เป็นแฟนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ยามที่เราารู้สึกว่าชื่นชม นับถือ และปรารถนา ดังนั้น เราจึงแยกแยะความรู้สึกและสร้างข้อผูกมัดของตัวเองขึ้นมา เราจะสามารถเข้าใจตัวเองได้ดียิ่งขึ้น ถ้าเราได้พยายามเข้าใจแรงผลักดันในการเป็นแฟนต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งการเป็นแฟนแสดงให้เห็นว่า สามารถใช้สิ่งที่ได้รับจากการติดตาม เพื่อสร้างความนับถือตนเองเป็นการแสดงอำนาจอย่างหนึ่งในสังคมของเขา ทำให้เกิดความมั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ การมีสิ่งที่คุณชื่นชอบทำให้แฟนมีโอกาสสร้างความหมายของการมีตัวตนในสังคม และประสบการณ์ทางสังคมที่ตื้นตันใจและมีหน้าที่ที่ต้องทำ

Robert Escarpit (1975) อ้างถึงใน เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ได้พูดถึง “Group Set” ว่า เป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และไม่รู้ตัวว่ามีคนที่มีลักษณะความชอบคล้ายคลึงกัน จนกระทั่งื่อนำมาเผยแพร่ สื่อทำให้เกิด “ปฏิสัมพันธ์” (Interaction) กันระหว่างคนในกลุ่ม และทำให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้น โดยที่สื่อเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างวัฒนธรรมกลุ่มให้กับผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีโอกาสที่จะเลือกรับสารหรือสื่อที่ตนคิดว่า “เหมาะสมและถูกใจ” เพื่อเพิ่มคุณค่าในแง่ของสติปัญญาและกลายเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มไป

Joli Jenson (1992) อ้างถึงใน ชไมพร แก้วประไพ (2541) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “แฟน” ไว้ว่า คือกลุ่มคนที่ชื่นชมและหลงใหลในความเป็นผู้มีชื่อเสียงโด่งดังที่ถูกนำเสนอ

ผ่านมาถึงกลุ่มของคนโดยสื่อมวลชน แฟนเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองระบบคารา และความมีชื่อเสียง แบ่งเป็น 2 ลักษณะอาการ ลักษณะแรก คือ บุคคลผู้หลงใหลและชื่นชมเพียงลำพัง และลักษณะที่สองคือ กลุ่มของสมาชิกที่รวมกันเป็นกลุ่ม ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้งและสามารถขยายกลุ่มของตนออกไปได้ ตามความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับชีวิตที่ทันสมัย

ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะกลุ่มแฟนดังกล่าว เพิ่มเติมได้ดังนี้

1. แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง (Obsessed Loner) จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่อยากให้เห็นแตกต่างจากผู้อื่น (Alienate) ทำให้ความเป็นมวลชนลดลง ตัดตัวเองออกจากครอบครัว สังคม เพื่อน ชีวิตจะถูกครอบงำเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากความมีชื่อเสียง ความโด่งดังของคารา หรือนักกีฬา เป็นต้น ที่ตนชื่นชอบ จนสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง คนเช่นนี้จะถูกข่มขู่โดย สื่อมวลชน นำไปสู่โลกมายาจนข้ามไปสู่อาการทางจิตที่อยากจะฆ่าคนที่ตนถือว่าเป็นเจ้าของเพื่อให้สมความปรารถนา

2. แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ (Frenzied Fan) เป็นกลุ่มของแฟนที่หลงใหลและบ้าคลั่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไม่สมเหตุสมผล มีความจงรักภักดีต่อผู้มีชื่อเสียงนั้น ๆ เช่น แฟนฟุตบอล และแฟนคอนเสิร์ต แฟนในกลุ่มนี้ได้รับการชักจูง หรือครอบงำโดยอิทธิพลจากภายนอกได้ง่าย

ภาพของแฟนคอม (Fandom) บางครั้งผู้รับสารประเภทนี้ จะถูกกระตุ้นโดยสื่อให้รวมตัวกันเป็นกลุ่มทางสังคม (เช่นการเป็นแฟนคลับ) หรืออาจจะรวมตัวกันเองก็ได้ โดยมีการแต่งกาย พฤติกรรม และการพูดที่เป็นรูปแบบเดียวกัน

Fiske (1992) อ้างถึงใน กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง (2545) อธิบายว่า “Fandom” แสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจในเชิงสร้างสรรค์ของผู้รับสาร เป็นการสร้างความหมายใหม่ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นจากสิ่งที่เป็นไปได้ มากกว่าการใช้การจัดการที่แบบยล ซึ่งผลก็คือจะเกิดการยึดติด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการมีส่วนร่วมหรือความเหมือนกันมีระดับที่สูงขึ้น ผู้รับสารประเภทนี้มีความคลุ้มเคลือ มีแนวโน้มที่จะมีความพยายามแสวงหาผลประโยชน์ โดยการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ลักษณะเฉพาะหรือแนวทางของสื่อ

แฟนคอมจะเป็นความรู้สึกร่วมของคนในสังคม เป็นความรู้สึกที่มีร่วมกันในระดับที่ค่อนข้างรุนแรง ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องมีแฟนแบบปัจเจกบุคคลด้วย แต่การเป็นแฟนอยู่เพียงลำพังค่อนข้างลำบาก แฟนคอมจะถูกส่งเสริมและกระตุ้นด้วยอาวุธทางการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและด้วยวิธีการที่หลากหลาย (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์ที่สื่อจัดทำขึ้น โดยเฉพาะสำหรับคาราหรือศิลปินคนใดคนหนึ่ง) แต่บางครั้งแฟนก็เป็นผู้จัดทำขึ้นเอง ตามทฤษฎีทางวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันนี้แฟนคอมมีความเกี่ยวข้องกับการผลิตของสื่อ (Media Production) โดยผู้รับสารเอง เนื่องจากกิจกรรมของ “แฟน” ได้เข้าไปร่วมอยู่ในกิจกรรมของสื่อ

ภาพของแฟนคอม (Fandom) เคยถูกมองอย่างตายตัวในแง่ลบมานาน ประการแรกแฟนเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) ที่แสดงออกถึงส่วนที่มีลักษณะวิพากษ์วิจารณ์ในระดับที่ต่ำที่สุดและน้อยที่สุด ผู้รับสารถูกมองว่าสามารถถูกรอบงำและทำให้ไขว้เขวได้ง่าย และถูกผลักดันเพียงเพื่อการแสวงหาผลกำไรเท่านั้น วัฒนธรรมประชานิยมที่มีหลายรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงความปรารถนาและความต้องการของผู้รับสารที่ทำให้พวกเขาเฉื่อยชา เพิกเฉยมากขึ้น ไม่ช่วงวิพากษ์วิจารณ์เท่าที่เคย แฟนไม่อาจยอมรับได้ว่าวัฒนธรรมที่เขาพอใจนั้นถูกใช้เพื่อหลอกลวงและทำให้เขาสับสน ประการที่สอง มีผู้สันนิษฐานว่า แฟนเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ยังต้องรอเวลาที่จะเติบโต และยังคงสนุกสนานกับการที่ไม่ต้องรับผิดชอบต่อการเป็นแฟนคอมของตน

แต่ในความเป็นจริง แฟนกลุ่มคนที่มีความสร้างสรรค์และกระตือรือร้น แม้อยู่ในสภาพสังคมที่บีบรัด และยังเป็นผู้ที่ผลิตวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมาด้วย จากเดิมที่แฟนถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ และกลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็ก ซึ่งแฟนกลุ่มแรกเป็นส่วนที่ถูกมองว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคตัวบท (Text) ของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) ที่มีความเฉื่อยชา แต่แฟนในกลุ่มที่สองที่อยู่อย่างกระจัดกระจายกลับเป็นผู้ใช้ตัวบทที่มีลักษณะเฉพาะอย่างกระตือรือร้น และให้ความสำคัญกับความหมายดั้งเดิมและความหมายใหม่ นอกจากนี้กลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็กยังเป็นกลุ่มที่ใช้วัฒนธรรมประชานิยม เพื่อแสดงออกถึงประสบการณ์ชีวิตของตนและคนอื่น อีกทั้งยังต่อต้านความตึงเครียดของสภาวะทางสังคม และสร้างลักษณะเฉพาะทางสังคมของตนขึ้น ลักษณะนี้จัดว่าเป็นแฟนที่แท้จริง เพราะถึงแม้ว่า กลุ่มแฟนกลุ่มนี้จะมีขนาดเล็ก แต่ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากกว่ากลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ แฟนจึงสามารถจำแนกโดยอาศัยรูปแบบวัฒนธรรมประชานิยม และผลของความพยายามของกระแสทางการค้าที่เตรียมไว้

แฟนจะผูกพันกับรูปแบบวัฒนธรรมนิยม เพราะเกิดความเพลิดเพลิน ความปิติยินดี การผลิตวัฒนธรรมแห่งความพอใจเป็นตัวตัดสินใจความสัมพันธ์ของแฟนกับวัฒนธรรมนิยม ความเข้าใจในประเภทของแฟนต้องอาศัยความสัมพันธ์ของความรู้สึกที่ต่างกัน ความรู้สึกรักใคร่ (Affect) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผูกพันใกล้ชิดกับสิ่งที่เราอธิบายได้ว่า เป็นความรู้สึกที่มีชีวิตชีวาเราสามารถเข้าใจชีวิตคนอื่นได้ โดยเข้าไปร่วมแบ่งความหมายและความพอใจในสิ่งเดียวกัน แต่เราไม่อาจรู้ได้ว่าจะให้ความรู้สึกกับเขาได้อย่างไร อารมณ์ความรู้สึก (Feeling) จะเป็นขอบเขตของผลทางวัฒนธรรมในสังคมที่สร้างขึ้น ประสบการณ์อย่างเดียวกันจะเปลี่ยนแปลงไป วัตถุประสงค์เดียวกันที่มีความหมายเหมือนกัน เคยให้ความพอใจเหมือนกัน แต่เมื่อความสัมพันธ์เชิงรักใคร่ของเราต่อสิ่งนั้นเปลี่ยนแปลงไป ก็จะเกิดความพอใจต่างกันได้ สำหรับแฟนนั้นรูปแบบของบริบททางวัฒนธรรมบางรูป

แบบกลายเป็นสิ่งที่ทำให้เขาเกิดความรู้สึกเต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความสัมพันธ์ที่เกิดในบริบทสามารถนิยามได้โดยอาศัยความรู้สึกรักใคร่

การตอบรับของแฟนเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับความหลงใหล (Fascination) และความนิยมชื่นชอบ (Adoration) นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับความหงุดหงิดผิดหวัง (Frustration) การต่อต้าน (Antagonism) องค์กรประกอบเหล่านี้จะเป็นตัวเชื่อมที่ผลักดันให้แฟนเกิดความรู้สึกผูกพันกับสื่อ เมื่อแฟนเกิดความรู้สึกนิยมชมชอบ ก็จะผลักดันให้เกิดความหลงใหลในสาร สารทำให้เกิดอาการหิวหรือต้องการสารเหล่านั้นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตามสื่อมวลชนประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อใดที่แฟนเกิดความรู้สึกผิดหวังในสารที่ตนได้รับ ก็จะเกิดความรู้สึกไม่ชอบใจและต่อต้าน ซึ่งนำไปสู่การเรียกร้องสิทธิที่ตนพึงได้รับ ในฐานะที่ตนเป็นผู้รับสาร

จากแนวคิดเรื่อง แฟน (Fan) และ แฟนดอม (Fandom) นี้ แสดงให้เห็นว่า การเป็นแฟนรายการนั้นเกิดจากการที่บุคคลคนหนึ่งมีความชื่นชม เกิดความรักและคลั่งไคล้ ในตัวผู้เข้าแข่งขันมากเป็นพิเศษ จนทำให้เกิดพฤติกรรมในด้านต่างๆ เช่น การส่ง SMS เข้าไปร่วมโหวต ใครจะเชียร์ใคร ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้วิเคราะห์ลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia”

2.3 สื่อใหม่ (New Media)

E. Rogers อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ (2543) มีแนวคิดว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บวกผสมกับปัจจัยอื่นๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม” กล่าวคือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนี้ก็ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยตัวอื่นๆ

Rogers ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการคือ

1. ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดมาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันทีอันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. ลักษณะ Individualize/Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมาทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงแม้ว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่นเครื่องอัครวีดีโอเทป การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกรายการดูได้เอง (Pay per view) แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนด้วยตนเอง ในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ไหนก็ได้ เป็นต้น

3. ลักษณะ Asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่นลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาว ๆ ทีเดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถจะแยกซื้อเป็นส่วนๆ แล้วค่อยๆ มาประกอบ มาเพิ่มเติมภายหลังได้ นอกจากนี้ยังหมายความว่าถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย

Rogers กล่าวเสริมว่า ลักษณะทั้ง 3 ประการนี้จะมี ความหมายที่เปลี่ยนไปในสังคมที่เรียกว่าสังคมข่าวสาร ซึ่งมีคุณสมบัติที่เด่น ๆ อยู่ 2 ประการ คือ

1. กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสินค้าประเภท “บริการ” จะมีความสำคัญมากกว่ากิจกรรมการผลิต เพราะฉะนั้นในการขายอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่ เพียงการขายสินค้าที่เป็นอุปกรณ์ ยังไม่สำคัญเท่ากับบริการต่างๆ ที่จะให้หลังการขายแล้ว

2. ในสังคมเช่นนี้ ข่าวสารจะกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่าแทนเงินทุนและเครื่องจักรดังเช่นสมัยก่อน เพราะฉะนั้นบุคลากรที่ทำงานกับข่าวสารหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับข่าวสารก็จะกลายเป็นส่วนเสี้ยวที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของสังคม

จอห์น เนสบิท (John Naisbitt : 2538 อ้างใน กฤตยา สุนพงษ์ศรี , 2543) กล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคเทคโนโลยี เช่นในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าว มีบทบาทมากมาจากการดำเนินชีวิตของบุคคลและการประกอบธุรกิจต่างๆ โดยพอสรุปเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการนำมาใช้ พอสรุปได้ดังนี้

1. ทางด่วนสารสนเทศ หรือทางด่วนข้อมูล (Fiber Optics) ไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น ที่บ้าน ที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล ฯลฯ ซึ่งสามารถส่งข้อมูลตัวอักษรและภาพได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน

2. ระบบคอมพิวเตอร์ (Internet) เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่กว้างขวางครอบคลุมไปทั่วโลก โดยมีคอมพิวเตอร์แม่ข่ายเชื่อมโยงระบบนี้ ซึ่งสามารถนำมาใช้งานได้หลายอย่าง

เช่น การส่งข่าวถึงกัน หรือที่เรียกกันว่าไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) การส่งจดหมายถึงกันครั้งละหลายๆ โดยผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต การค้นหาข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเป็นสื่อหรือเครื่องมือให้องค์กรต่างๆ ทำการเผยแพร่ของมูลข่าวสารของตนหรือเรียกกันว่า การทำประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ในรูปของ Homepage ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ระบบโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Direct to Home Television หรือ DHT) เป็นการส่งรายการโทรทัศน์จากสถานีไปยังผู้ชมที่บ้าน หรือที่ทำงานผ่านระบบดาวเทียม โดยผู้รับสัญญาณต้องมีจานดาวเทียมซึ่งจะมีขนาดเล็กลงเรื่อยๆ ใ้รับสัญญาณ ผู้ชมรายการโทรทัศน์จะได้รับชมรายการจากประเทศต่างๆ

4. เทคโนโลยีหลายรูปแบบ (Multi - Media) เป็นเทคโนโลยีที่แสดงภาพเคลื่อนไหว ข้อความ ข้อมูลเสียง โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บและสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ด้วย จะเป็นประโยชน์ในการเล่นเกมส์ต่างๆ และเพื่อการศึกษา

นอกจากนี้ยังมีสื่อหรือเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่เป็นเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ อีก ที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่

อินทราเน็ต (Intranet) เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กร ก่อให้เกิดกระบวนการสื่อสารแบบสองทางที่มีการโต้ตอบกันได้ทันที (Interactive) และแบบหลายสื่อ (Multimedia) ทำให้รูปแบบการสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้การใช้ประโยชน์จากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศจะต้องคำนึงถึงความต้องการของมนุษย์เป็นหลัก โดยจะต้องไม่ปล่อยให้ไปไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่เพียงอย่างเดียว แต่มนุษย์จะต้องรู้จักวิเคราะห์ลักษณะงานและความจำเป็นในการใช้ข้อมูลให้ถูกต้องด้วย

จากแนวคิดของสื่อใหม่แสดงให้เห็นว่า รายการ “Academy Fantasia” นั้นมีลักษณะของสื่อใหม่ตรงที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมสามารถโต้ตอบกันได้ (interactive) ทำให้เกิดความใกล้ชิดกัน และผู้ชมก็ยังสามารถที่จะเป็นได้ทั้งผู้ส่งและผู้รับไปพร้อม ๆ กันได้อีกด้วย อธิบายว่าเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้ชม ให้ผู้ชมสามารถที่จะใช้สื่อผ่านมาทางรายการได้ นั่นคือ การใช้ SMS ผ่านรายการเข้ามาแสดงความคิดเห็น ไม่ใช่แค่การนั่งกรีโมทอยู่ที่บ้าน ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นความเป็นสารสนเทศ หรือ Multimedia ในรูปแบบใหม่นั้นเอง ที่สำคัญรูปแบบรายการนี้มีการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ โดยการใช้อัลกอริทึมที่คอยบันทึกภาพของผู้เข้าแข่งขัน

ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับการโปรโมทรูปแบบรายการ “Academy Fantasia” ให้กลายเป็นที่นิยมของผู้ชม

2.4 การวิเคราะห์รายการ (Genres Analysis)

สรรพสิ่งทุกอย่างในโลกรวมทั้งผลงานของสื่อมวลชน (Media Products) จะประกอบด้วยมิติ 2 มิติอยู่เสมอ คือ เนื้อหาสาระ (Content) และรูปแบบ (Form / Format) ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง “คู่กรรม” จะมีเนื้อหาสาระว่าด้วยความรักของหญิงชายต่าง เชื้อชาติที่กำลังอยู่ในช่วงสงคราม และมีวิธีการนำเสนอในรูปแบบของละคร

Neale (1980) (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2541) ได้ให้คำนิยามของคำว่า “Genres” ว่าเป็น System of orientation, expectation, conventions ระหว่างผู้ผลิต/ตัวบท (Text) และตัวเนื้อเรื่อง (Subject)

ความสำคัญของ Genres ที่มีต่อกลุ่มคนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลงานด้านสื่อมวลชนสามารถแบ่งได้ดังนี้

2.4.1 ความสำคัญของ Genres ต่อผู้ผลิต

ในทางปฏิบัติ ผู้ผลิตมักจะได้รับมอบหมายรูปแบบมาให้ค้นคิดเนื้อหาตามมา เช่น ผู้ผลิตจะถูกกำหนดว่า ให้ผลิตรายการเรื่อง “ศิลปวัฒนธรรมไทย” เป็นรูปแบบสารคดี ให้เวลา 2 นาที ออกอากาศช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ เป็นต้น ในกรณีเช่นนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องนำเอากรอบของรูปแบบมากำหนดเนื้อหาที่จะนำเสนอ เช่น ภายในเวลา 2 นาที จะนำเสนอเนื้อหาของศิลปวัฒนธรรมไทยได้ในระดับใด เป็นต้น ในแง่นี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกับเนื้อหาเพื่อจะสามารถสอดใส่ส่วนผสมทั้งสองให้เข้ากัน

นอกจากนั้น มีหลักการทั่วไปที่ผู้ผลิตทุกคนควรจะทราบว่า ความสำคัญของรูปแบบนั้นจะเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจ ความดึงดูดใจของเนื้อหา ตัวอย่างในชีวิตประจำวัน เช่น ถ้าเรานำเอาแฮมเปอญมาใส่ในแก้วสังกะสี ย่อมไม่ดึงดูดใจให้คนสนใจเท่ากับการนำเอาไปใส่ในแก้วทรงสูงสำหรับใส่แฮมเปอญโดยเฉพาะ การตกแต่งอาหาร การจัดหน้าร้าน การหีบห่อ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นข้อยืนยันความสำคัญของรูปแบบที่จะเป็นประเด็นแรกในการเรียกผู้รับสารให้แวะเข้ามาหา

2.4.2 ความสำคัญของ Genres ต่อผู้รับสาร

Genres มีความสำคัญในขั้นตอนการรับสารเนื่องมาจากข้อเท็จจริง 2 ประการ ดังนี้

1. รูปแบบจะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ การตีความหมาย และความคาดหวังของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น เวลาที่ผู้ชมภาพยนตร์ได้ตัดสินใจเลือกภาพยนตร์แบบโคบาลควายตะวันตกที่มี Clint Eastwood นำแสดงในเรื่อง “Unforgiven” ผู้ชมย่อมคาดหวังว่าจะได้เห็นฉากดวลปืนกัน

สนั่นลั่นจ้อ แต่ทว่าเมื่อเข้าไปดูแล้วกลับปรากฏว่าเป็นภาพยนตร์คาบอวยประเภท “anti – hero” ที่พระเอกไม่ค่อยเก่งกาจและเป็นเรื่องปรัชญาการต่อสู้ในจิตใจมากกว่าต่อสู้ภายนอกกับคนอื่น คนดูย่อมผิดหวัง (และอาจจะผิดหวัง)

2. หลักการคล้ายคลึงกับฝ่ายด้านผู้ผลิต คือ ผู้รับสารเองก็ต้องรับรู้ผลผลิตของสื่อทั้งภาพและพื้น (Figure and Ground) ตามหลักของทฤษฎี Gestalt กล่าวคือ รับรู้ทั้งรูปแบบและเนื้อหาไปพร้อมๆ กันอย่างไม่อาจจะแยกขาดออกจากกันได้

3. เมื่อนำหลักเรื่อง Genres มาประยุกต์ใช้กับเรื่องโทรทัศน์ ฝ่ายผู้ชมนั้นไม่เคยดูโทรทัศน์แบบรวม ๆ หากทว่าจะต้องเลือกดูเป็นรายการเฉพาะ ๆ ไป เช่น ดูข่าว ดูถ่ายทอดสดกีฬา ดูละคร ดูเกมส์โชว์ ฯลฯ และในรายการแต่ละประเภทนั้น ผู้ชมย่อมเรียนรู้กฎกติกาของแต่ละรูปแบบไปพร้อม ๆ กัน เช่น ผู้ชมคงจะไม่คาดหวังลักษณะเอาจริงเอาจังจากรายการเกมส์โชว์เหมือนที่คาดหวังจากรายการข่าว เป็นต้น

Berger (1992) ยกตัวอย่างว่า เวลาที่ผู้ชมโทรทัศน์เปิดดูรายการทางโทรทัศน์นั้น จากการเรียนรู้หลักเกณฑ์ของรายการแต่ละรูปแบบ จะช่วยให้ผู้ชมสามารถที่จะจูนเครื่องรับรู้ของตนให้เข้ากับประเภทของรายการที่จะออกอากาศนั้น ซึ่งเขาได้ยกตัวอย่างการจำแนกประเภทเอาไว้ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ , 2541)

ตารางที่ 2.1 แผนผังแสดงการแบ่งประเภทรายการทางโทรทัศน์

Emotive	Strong	แข่งขัน (Contest)	ละคร (Drama)
	Weak	ข่าว (Actuality)	การชักชวนโน้มน้าว (Persuasion)
		High	Low
		Objective	

ถ้าใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์คือ ลักษณะความเป็นจริง (Objective) และลักษณะเร้าอารมณ์ (Emotive) มาเป็นเกณฑ์แบ่ง เราอาจจำแนกประเภทของรายการโทรทัศน์ได้เป็น 4 ประเภท

1. ประเภทการแข่งขัน เช่น กีฬา ประกวดนางงาม จะเป็นรายการที่เป็นเรื่องจริง แต่ทว่ามีลักษณะน่าตื่นเต้น เร้าอารมณ์ได้มาก
2. ประเภทละคร เป็นรายการประเภทที่ไม่ใช่เรื่องจริง แต่ทว่าสามารถเร้าอารมณ์ได้มากเช่นกัน
3. ประเภทข่าว เป็นรายการที่เน้นข้อเท็จจริง แต่การนำเสนอเป็นแบบเรียบ ๆ ไม่จำเป็นต้องกระตุ้นอารมณ์
4. ประเภทการชักชวนโน้มน้าว เช่น การโฆษณาที่ไม่มีประสิทธิภาพ จะมีข้อเท็จจริงน้อยและอาจจะไม่ค่อยเร้าอารมณ์มากนัก

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ารายการ “Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน)” นั้นจัดอยู่ในประเภทของการแข่งขัน เนื่องจากรายการ “Academy Fantasia” เป็นรายการที่มีรูปแบบของการแข่งขันที่ความเป็นจริง และมีลักษณะน่าตื่นเต้น เร้าใจ และสามารถรับรู้ความเคลื่อนไหวของผู้เข้าแข่งขันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ผู้ชมติดตามความเคลื่อนไหวในรายการได้อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกับเนื้อหาเพื่อที่จะสามารถสอดใส่ส่วนผสมทั้งสองให้เข้ากัน นอกจากนี้ หลักการต่างๆ ไปที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้นจะต้องคำนึงถึง คือ ความสำคัญของรูปแบบรายการด้วย เพราะรูปแบบรายการนั้นจะเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจ ความดึงดูดใจของเนื้อหา จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ การตีความหมาย และความคาดหวังของผู้รับสาร สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญในการเรียกผู้รับสารให้แวะเข้ามา

ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องมี “สูตรสำเร็จ” ในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อให้รายการนั้นนำเสนอได้อย่างมีคุณค่า สามารถที่จะชักจูงโน้มน้าวใจให้ผู้ชมเกิดการคล้อยตาม และโดนใจผู้บริโภคให้มากที่สุด เพื่อให้รายการนั้นสามารถเข้าไปอยู่ในใจของผู้ชมจนอยากที่จะเปิดรับรายการนั้น ๆ

เนื่องจากผลผลิตของสื่อแต่ละประเภทจะมีมิติ 2 ด้านประกอบกัน คือ ขนบหรือจารีตแบบเดิม (Convention) เช่น ถ้าเป็นขนบแบบละครก็ต้องมีตัวละคร มีความขัดแย้ง มีเรื่องราว ถ้าเป็นเกมส์โชว์ก็ต้องมีการแข่งขัน มีคู่แข่ง มีของรางวัล ฯลฯ และในอีกด้านหนึ่งก็ต้องมี “ความแปลกใหม่ ความคิดสร้างสรรค์” (Invention) ประกอบอยู่ด้วย

ฉะนั้นในกรณีที่ผู้ผลิตต้องการจะหยิบผลงานเก่าชิ้นหนึ่งมาสร้างใหม่ (Remake) สิ่งที่ต้องผลิตจะต้องวิเคราะห์ให้ได้ก็คือ อะไรเป็นลักษณะ Convention ที่จำเป็นต้องธำรงรักษาไว้เพราะเป็น

เอกลักษณ์ของ Genres นั้น ในเวลาเดียวกันก็ต้องทราบว่าอะไรเป็น Invention ที่สามารถจะดัดแปลงแก้ไขได้

มิติในการวิเคราะห์ Genres ตามหลักการวิเคราะห์สูตร (Formula) ตรงกันข้ามกัน 2 ประการ คือ Convention และ Invention ทั้งสองส่วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอันจะขาดไม่ได้ เพราะ Convention ทำให้ผู้รับมีความคุ้นเคย (Familiarity) มากพอที่จะเข้าใจด้วยทได้ แต่ Invention ก็เป็นส่วนที่สร้างสุนทรียะให้เกิดขึ้น

จากคุณลักษณะทั้งสองนี้ J.Cawelti (1997) (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ , 2541) ได้สร้างแนวคิดเรื่อง “Formula” ขึ้นมา โดยให้นิยามว่า “Formula คือ Conventional system for structuring cultural products” หมายความว่า Formula คือ ส่วนเสี้ยวที่เกี่ยวข้องกับด้าน Convention นั้นเอง ซึ่งเราสามารถแบ่งยุคสมัยเพื่อแสดงให้เห็นถึง Convention หลัก ๆ ได้ดังนี้

ยุคคลาสสิก : ยุคสมัยนี้ Convention จะต้องเน้นความงาม ความลงตัว ไม่เน้นความแปลกใหม่ริเริ่ม

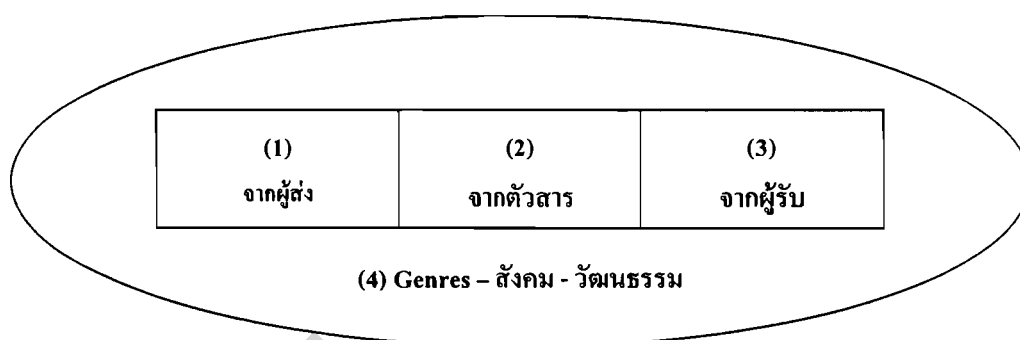
ยุค Modern : ยุคนี้จะเน้นความคิดริเริ่ม (Originality) ไม่เน้นความงดงาม แต่เน้นความเพิกเฉยเพิกถอน

ยุค Post-modern : ยุคนี้ไม่สนใจทั้งความงามและความคิดริเริ่ม แต่กลับย้อนไปเน้นความซ้ำซากในรูปแบบการนำเสนอแบบใหม่

นอกจากนี้ Cawelti ยังได้เสนอแนะว่า ในการวิเคราะห์ Formula ของงานสื่อชิ้นหนึ่งๆ นั้น เราอาจจะพิจารณาได้ใน 3 มิติ คือ

1. คว้าสูตรของผลงานนั้นสะท้อนสภาพความเป็นจริง บริบททางการเมืองของแต่ละยุคสมัยอย่างไรบ้าง เช่น ละครย้อนยุคของไทย หรือหนังสือบอยของตะวันตก
2. คว้าสูตรของผลงานนั้นสะท้อนโครงสร้างทางความคิด สภาวะทางจิตใจของผู้คนในแต่ละยุคสมัยอย่างไรบ้าง
3. วิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ของ Formula

ถ้าเรานำแบบจำลองการสื่อสารมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ Genres เราสามารถพิจารณาได้ 4 มิติด้วยกัน ดังนี้



1. การวิเคราะห์ Genres จากมุมมองของผู้ส่ง ซึ่งหมายถึง การวิเคราะห์ระบบการผลิต Genres แต่ละประเภท ซึ่ง Genres แต่ละประเภทนั้นมีสูตรคั้งที่ Steiner (1991) ได้ยกตัวอย่างวิธีการสร้างหนังโทรทัศน์ชุด Lone Ranger ว่าเป็นสูตรคั้งนี้คือ

- สร้างตัวละคร
- ให้พบกับปัญหาที่แก้ไม่ได้
- อธิบายว่าทำไมจึงแก้ไม่ได้
- Lone Ranger (ตัวเอก) เริ่มเข้ามาเรียนรู้สถานการณ์
- ฝ่ายตรงข้ามที่ก่อปัญหาที่ว่า Ranger จะเข้ามาเกี่ยวข้อง
- ฝ่ายตรงข้ามวางแผนกำจัด Ranger
- แต่ Ranger ฉลาดกว่า เก่งกว่า และเอาตัวรอดไปได้
- ในท้ายที่สุด Ranger เข้ามาแก้ปัญหาได้

การวิเคราะห์ Genres จากมุมมองของผู้ส่งก็คือ การค้นหาว่ามีคุณลักษณะของ Convention กับ Invention อะไรบ้างในระบบการผลิตของผู้ส่งแต่ละราย ซึ่งผู้ผลิตจะใช้ประโยชน์จาก Genres ในการทำนายการรับรู้ของผู้รับสาร (เช่น ถ้ารู้ว่าละครโทรทัศน์มีสาวใช้คู่อุ้มมาก ก็จะแทรกบทบาทของสาวใช้เข้าไปประกอบด้วย) เราก็อาจจะวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องตัวนี้ด้วย

2. การวิเคราะห์ Genres จากมุมมองของตัวสาร ได้แก่ การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบย่อย ๆ ของแต่ละ Genres เช่น การวิเคราะห์ว่าเค้าโครงเรื่องของหนังฮอลลีวู้ดแต่ละประเภท สะท้อนความขัดแย้ง ที่ไม่ลงตัวอะไรบ้าง เช่น

หนังประเภท Gangster : ความขัดแย้งระหว่างกฎหมาย V.S. ความสำเร็จในชีวิตปัจเจกบุคคล

หนังประเภท Disaster : ความขัดแย้งระหว่างธรรมชาติ V.S. ความพยายามเอาชนะของมนุษย์

หนังประเภท Western : ความขัดแย้งระหว่างเชื้อชาติ คนผิวขาวชาวยุโรป กับชนเผ่าอินเดียนแดง

3. การวิเคราะห์ Genres จากมุมมองของผู้รับสาร การวิเคราะห์ในมุมมองนี้จะให้ความสนใจกับกระบวนการตีความของผู้รับสาร ทั้งนี้เนื่องจากผลจากการศึกษาเรื่อง Genres ช่วยให้เราทราบหลักการบางประการว่า

- หน้าที่ของ Genres แต่ละชนิดจะเป็นตัวควบคุมกระบวนการตีความหมายโดยอาศัยรูปแบบ (Form) คนที่รู้ตัวว่าจะเข้าไปดูหนังเพลง (Musical Film) ย่อมจะฟังเรื่องความไพเราะของเพลงเป็นพิเศษมากกว่าเค้าโครงเรื่อง

- กระบวนการตีความของผู้รับสารนี้จะถูกกำหนดมาจากรู้ประสบการณ์และความคาดหวังว่าจะได้พบข่าวสารหรือความบันเทิงอะไรบ้าง ตัวอย่างนี้จะเห็นได้ชัดเจนเวลาที่มีการรับรู้ Genres แบบใหม่ ๆ ที่ผู้รับสารยังไม่มีประสบการณ์มาก่อน เช่น เมื่อคนไทยได้ดูตลกเดี่ยวแสดงคนเดียวของฮุกม แด่พานิช (Stand-up comedy) ซึ่งคนไทยยังไม่มีประสบการณ์กับการแสดงตลกแบบคนเดียวเช่นนี้ จะรู้สึกว่แปลกไปจากตลกที่เคยชม และต้องใช้ระบบการตีความอีกแบบหนึ่ง

- ในขั้นตอนของการสร้างผลงาน ผู้สร้างจะใช้ส่วนผสมทั้ง Convention และ Invention ซึ่งมีติด้าน Convention จะทำให้เกิดความซ้ำ กที่จำเป็น (Repetitive Compulsion) เช่น หนังสือของไทย จะต้องมีการกลบลงเขาเผ่ากระท่อม เพื่อช่วยให้ผู้รับสารสามารถติดตามได้ และมีส่วนที่เป็น Invention เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดความตื่นเต้นและเป็นบ่อเกิดของความสนุกสนาน การวิจัยในแง่คือการวิเคราะห์ผู้รับสารว่าสามารถรับรู้ Convention และ Invention ได้จริงหรือไม่ และอย่างไร

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง Genres กับสังคม – วัฒนธรรม การวิเคราะห์ในประเด็นนี้สามารถกระทำได้หลายแง่มุม ดังนี้

- วิเคราะห์ว่า Genres บาง Genres สะท้อนวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองของสังคม ในแง่มุมใดบ้าง

- วิเคราะห์ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรระหว่าง Genres กับ Life style ของแต่ละกลุ่ม

- วิเคราะห์ว่า ผลกระทบ (Impact) ของ Genres ประเภทที่เป็น dramatic มีผลต่อนุคคลแต่ละกลุ่มอย่างไรบ้าง (เช่น ละครประเภทรักก็ูกก็กก็มีผลต่อวัยรุ่นอย่างไร)

- การประยุกต์เอา Uses and Gratifications Approach มาประยุกต์ใช้ว่า แต่ละ Genres สามารถตอบสนองความต้องการที่เกิดมาจากสภาพทางเศรษฐกิจสังคมของคนแต่ละกลุ่มได้อย่างไร เช่น รายการโทรทัศน์แบบเดือนกึ่ง “เนียด” หรือรายการประเภท “ไสยศาสตร์” เป็นต้น

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของสูตร (Formula) นั้น Calweti ได้ให้นิยามไว้ อีกอย่างหนึ่งก็คือ Repertory of plots , characters , settings , etc. ที่สามารถจะหยิบมาวิเคราะห์ได้ เช่น

1. ช่วงเวลา (Time) เป็นการวิเคราะห์ช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ในเรื่องนั้นได้เกิดขึ้น เช่น ภาพยนตร์ตะวันตกควบอย (Western) จะเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ ที่ชาวยุโรปอพยพเข้ามาตั้งหลักฐานในทวีปอเมริกา ละครย้อนยุคของไทยมักจะหยิบยกช่วงรัชกาลที่ 5-6

2. สถานที่ (Location) ได้แก่ สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ได้เกิดขึ้น องค์ประกอบของสถานที่ในหนังควบอยจะได้แก่ทุ่งหญ้ากว้าง ภูเขา บาร์เหล่า เหมืองทอง ฯลฯ สำหรับละครโทรทัศน์สถานที่ขาดไม่ได้คือ ในบ้าน (ห้องอาหาร โต๊ะกินข้าว ห้องนอน) เป็นต้น

3. พระเอก (Hero) ใน Genres แต่ละประเภทจะต้องมีลักษณะตามแบบฉบับ เช่น พระเอกในหนังควบอยจะต้องยิงปืนแม่น มีจิตใจรักความยุติธรรม มีคุณธรรม ไม่เคยยิงคนข้างหลังเด็ดขาด เป็นต้น

4. นางเอก (Heroine) เช่นเดียวกับพระเอก คือ นางเอกในแต่ละ Genres จะต้องมีส่วนแบบฉบับ ในยุคสมัยหนึ่ง นางเอกละครโทรทัศน์ไทยจะต้องเป็นหญิงสาวสวย ต้องมีจิตใจเมตตากรุณา อภัยให้แก่ศัตรู ไม่เสียดัวแก่ใคร และต้องไม่ตั้งท้อง เป็นต้น

5. ผู้ร้าย (Villain) ลักษณะของผู้ร้ายนั้นจะต้องมีแบบฉบับเดียวกันกับภาพยนตร์ไทยในสมัยก่อน แม้แต่รูปร่างหน้าตาอกปฏิกิริยาของผู้ร้าย ก็ยังมีลักษณะสะดุดตาเห็นได้อย่างชัดเจน คุณสมบัติของผู้ร้ายก็คือ ลักษณะที่ตรงกันข้ามกับพระเอกนั่นเอง

6. ตัวรอง (Second Character) อาจจะเป็นผู้ช่วยพระเอกหรือนางเอก (Helper) หรืออาจจะเป็นตัวละครที่ทำให้เรื่องราวดำเนินต่อเนื่องไปได้ (Dispatcher) เช่น พี่เลี้ยง ผู้กำกับความลับ ดันกำเนิดของนางเอกเอาไว้ เป็นต้น

7. แก่นโครงเรื่อง (Plot) ได้แก่วิธีการดำเนินเรื่องราวของ Genres แต่ละประเภทเช่น ในหนังควบอย พระเอกมักจะต้องการมีการรื้อฟื้นกฎระเบียบของกฎหมาย (Law and order) ให้ย้อนกลับมาด้วยการปราบปรามเหล่าอาชกรรม วิธีการจัดการกับเรื่องราวก็ต้องควบป็นกัน

8. แก่นเรื่อง (themes) ได้แก่ ประเด็นที่เป็นปมปัญหาสำคัญที่ Genres นั้นๆ ต้องการจะนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ชุดเป่าปุ่นจีน มีแก่นเรื่องสำคัญ คือ การสร้างความยุติ

ธรรมด้วยกระบวนการทางกฎหมาย หนังสือประเภท court film ของฮอลลีวูดช่วงทศวรรษ 1990 มักจะตั้งคำถามกับความยุติธรรมของระบบศาลอยู่เสมอ

9. เครื่องแต่งกาย (Costumes) การแต่งกายของตัวละครเป็นภาษาอวัจนะ(Non - Verbal) ที่จะอธิบายหรือบ่งบอกความหมายของเรื่องราว นางเอกโทรทัศน์จะต้องไม่แต่งตัวโป๊ เพราะเป็นเครื่องแต่งกายของตัวอิจฉา ผู้ประกาศข่าวจะต้องแต่งกายอย่างเป็นทางการ มิใช่แต่งลำลองเพราะ Genres ของข่าวต้องการความน่าเชื่อถือ

10. ขานพาหนะ (Locomotion) ในภาพยนตร์ ละคร ข่าว สารคดี หรือผลงานประเภทสื่อใดก็ตาม มักจะขาดพาหนะที่ใช้ขับเคลื่อนไม่ได้

นอกเหนือจากการวิเคราะห์แบบที่กล่าวมาแล้ว ยังมีวิธีการวิเคราะห์ Genres ได้ใน 3 แง่มุม คือ

1. แง่มุมของสุนทรียะ (Aesthetic Dimension) ได้แก่ การวิเคราะห์ผลงานสื่อแต่ละประเภทว่า สามารถแสดงคุณลักษณะด้านสุนทรียะออกมาได้มากน้อยเพียงใด ในกรณีของไทย มักจะมีการวิพากษ์วิจารณ์ละครโทรทัศน์ในแง่มุมนี้อยู่เสมอ

2. แง่มุมแบบพิธีกรรม (Ritualistic Dimension) คำว่า “พิธีกรรม” ในที่นี้ หมายถึง การที่ผู้ประกอบพิธีกรรม และผู้เข้าร่วมได้มาแสดงกิจกรรมร่วมกัน (Collective activity) โดยมีความหมายร่วมกัน (Shared meaning) และเราอาจจะประยุกต์แนวคิดดังกล่าวมาใช้อธิบายสื่อสารมวลชนได้ว่า ผลงานของสื่อก็คือ การแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างฝ่ายผู้ผลิตและฝ่ายผู้รับสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและความหมายร่วมกัน

3. แง่มุมของอุดมการณ์ (Ideological Dimension) ในแง่นี้หมายถึง การวิเคราะห์ว่า Genres แต่ละประเภทรูปแบบ ได้ทำหน้าที่ในระดับลึกซึ้ง คือ ถ่ายทอดอุดมการณ์บางอย่างให้แก่สังคมอย่างไรบ้าง หนังสือประเภท Cop story จะต้องให้ตำรวจชนะผู้ร้ายเสมอ ละคร Soap Opera จะตั้งสอนให้ผู้หญิงทำตัวเป็นคนดีของสังคม ละครแบบจักร ๆ วงศ์ ๆ จะถ่ายทอดอุดมการณ์การเคารพผู้มีอำนาจ เป็นต้น

จากการศึกษาการวิเคราะห์รายการ (Genres Analysis) แสดงให้เห็นว่า รูปแบบรายการ “Academy Fantasia” มีสูตรสำเร็จอยู่ในตัว และมีการใส่รหัสบางอย่าง เข้าไปเพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของความเป็น “Reality Show” เช่น การเปิดพื้นที่ จากพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ โดยใช้กล้องวิดีโอจับภาพผู้เข้าแข่งขันตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ฉากหลัก ๆ ด้วยกัน คือ ห้องนอน ห้องทานข้าว ห้องซ้อมร้องเพลง ห้องซ้อมเต้น และห้องนั่งเล่น นี่คือรหัสคือสูตรสำเร็จ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้วิเคราะห์ในเรื่องของการถ่ายโยงรูปแบบรายการเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมการรับชมของคนไทย

2.5 ทฤษฎีการแอบมองจ้องดู (Voyeurism)

ทฤษฎีเรื่องการแอบมองจ้องดูนั้นเป็นทฤษฎีที่ได้รับความสนใจมาตั้งแต่อดีต เพราะการจ้องมองนั้นมีอำนาจและมีความหมายซับซ้อน มนุษย์ทุกชาติทุกภาษาต่างให้ความสำคัญกับดวงตาและการสื่อความหมายผ่านการจ้องมองนับเป็นเวลาหลายศตวรรษ หลายวัฒนธรรมมีคำกล่าวว่าดวงตาเป็นหน้าต่างแห่งจิตวิญญาณ (The eyes are the windows to the soul) นอกจากนี้ยังมีผู้ศึกษาเรื่องการแอบมองจ้องดูในหลายๆแง่มุม เช่น ในด้านจิตวิทยา ปรัชญา การเมือง และสังคมวิทยา เป็นต้น เห็นได้ว่าการแอบมองจ้องดูนั้นมีความสัมพันธ์และมีบทบาทสำคัญกับมนุษย์แทบทุกเชื้อชาติและทุกวัฒนธรรม

ในทางจิตวิทยาความพึงพอใจจากการแอบจ้องมองดูนั้นเรียกว่า Scopophilia หรือ Voyeur ซึ่งเป็นความต้องการที่จะจับจ้องมองดูอวัยวะที่แตกต่างไปจากเพศของตัวเอง เป็นส่วนประกอบพื้นฐานของความใคร่ (Libido) ของมนุษย์ ความใคร่ในการจ้องมองปรากฏให้เห็นในสองลักษณะ คือ ลักษณะการเป็นผู้กระทำ และการเป็นผู้ถูกกระทำ ความเป็นชายและความเป็นหญิงขึ้นอยู่กับว่าลักษณะทางเพศของเพศใดสำคัญกว่า อย่างไรก็ตามเพศใดเพศหนึ่งต้องเป็นผู้ที่อยู่เหนือกว่า (Freud, 1905) ความพึงพอใจจากการจ้องมองมีความสัมพันธ์กับความรู้ซึ่งความรู้จะได้ประโยชน์จากการมอง การมองเพื่อที่จะได้เห็น เพื่อที่จะได้รู้วาระร่างกายของคนอื่นเป็นอย่างไร

Freud (อ้างถึงในซูศรี งามประเสริฐ, 2541) แยกลักษณะการแอบมองจ้องดู (Scopophilia) ออกมาในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสัญชาตญาณทางเพศ ซึ่งลักษณะการแอบมองจ้องดูนี้เป็นแรงผลักดันอิสระของการกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ ในจุดนี้ Freud ได้นำลักษณะการแอบมองจ้องดู มาเกี่ยวข้องกับเรื่องการทำให้คนอื่นเป็นวัตถุ ทำให้ผู้อื่นอยู่ภายใต้อำนาจของการจ้องมองที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความอยากรู้อยากเห็นและการบังคับ Freud ยกตัวอย่างลักษณะนิสัยชอบแอบมองจ้องดูของเด็ก ความปรารถนาที่จะมองเห็นและทำให้ตัวเองมั่นใจเกี่ยวกับเรื่องที่เป็นส่วนตัวและเรื่องราวต้องห้ามต่างๆ เช่น ความสนใจอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับเรื่องอวัยวะเพศของคนอื่น การทำงานของอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย การมีหรือไม่มีอวัยวะเพศชาย (Penis) ในการวิเคราะห์นี้การแอบมองจ้องดูมีลักษณะที่เป็นผู้กระทำ (Active) ถึงแม้ว่าสัญชาตญาณนี้จะได้รับการเปลี่ยนแปลงหรือมีปัจจัยอื่นมาเพิ่มเติม เช่น การเกิด อีโก้ แต่สัญชาตญาณในการแอบมองจ้องดู ก็ยังคงมีอยู่ในฐานะพื้นฐานทางเพศในด้านความพึงพอใจในการจ้องมองผู้อื่น ในฐานะที่ผู้อื่นเป็นวัตถุจุดสูงสุดของการแอบมองจ้องดูอาจกลายเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมที่ผิดปกติ ก่อให้เกิดลักษณะถ้ำมอง (Peeping Tom) ซึ่งคนที่มีพฤติกรรมผิดปกติเหล่านี้จะได้รับความพึงพอใจทางเพศจากการจ้องมองเท่านั้น ลักษณะถ้ำมองนี้มีนัยแห่งความหมายของการได้เป็นผู้ควบคุม และทำให้ผู้อื่นกลายเป็นวัตถุ

Freud แสดงให้เห็นว่าการจ้องมองมีคุณลักษณะมากกว่าหรือเท่ากับการสัมผัสทางกาย ดังนั้นการจ้องมองจึงสามารถสื่อถึงความรัก ความหวังไข ความเกลียดชัง ความรุนแรง และการควบคุมได้เหมือนที่การสัมผัสทำทุกประการ เพียงแต่ว่าผลที่เกิดจากการจ้องมองนั้นเกิดขึ้นกับจิตใจของผู้จ้องมองและผู้ถูกจ้องมอง มิได้เกิดขึ้นกับร่างกาย อย่างไรก็ตามผลที่เกิดขึ้นกับจิตใจนั้นมักจะ มีผลรุนแรงกว่าผลที่เกิดขึ้นกับร่างกายเสมอ

สำหรับในด้านสังคมวิทยานั้นการแอบมองจ้องดูได้มีการพัฒนามาจนถึงขีดสูงสุดในยุคปัจจุบัน ซึ่งเราเรียกว่ายุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) ลักษณะสังคมในยุคหลังสมัยใหม่นั้นจะเป็นสังคมที่เรียกว่าสังคมแห่งการแสดงมหรสพบ้าง (Society of Spectacle) สังคมแห่งการบริโภคบ้าง (Consumer Society) แต่ไม่ว่าจะเรียกอย่างไรลักษณะตัวตนของคนในสังคมนี้ก็คือ ทุกคนจะบริโภคสิ่งที่อยู่รอบตัว ด้วยการแอบมองจ้องดู เช่น การจ้องมองข้อมูลข่าวสารผ่านทางจอโทรทัศน์ จอภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต ทุกคนจะมองเห็นภาพสะท้อนของตัวเองอยู่ในจอเสมอ เหมือนดังคำกล่าวของนักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกแนวความคิดเรื่องสังคมยุคหลังสมัยใหม่ ชื่อ ฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้คนในสังคมยุคหลังสมัยใหม่ คือ ผู้แอบมองจ้องดูที่เวียนว่ายอยู่ท่ามกลางมหาสมุทรแห่งสัญลักษณ์ พวกเขามองเห็นและรู้จักตัวเองผ่านภาพที่สื่อผ่านโทรทัศน์และภาพยนตร์

นอกจากคำอธิบายลักษณะตัวตนของคนในยุคหลังสมัยใหม่ของโบดริยาร์ดแล้ว ยังมีคนพยายามอธิบายลักษณะตัวตนของคนในสังคมยุคหลังสมัยใหม่อีกว่า คนในยุคหลังสมัยใหม่จะชอบการไปเดินตามห้างสรรพสินค้า เพราะเมื่อเราไปเดินในห้างสรรพสินค้าเราจะรู้สึกพึงพอใจที่จะจ้องมองการตกแต่งห้างร้านที่สวยงาม ชื่นชมสินค้าที่จัดวางไว้ให้ชม ทุกคนชื่นชอบการออกไปจับจ้องมองคนอื่นที่เดินไปมาในห้างสรรพสินค้า โดยที่ไม่มีผู้อื่นสังเกตเห็นว่าเราจ้องมองใครอยู่ เราพอใจที่จะจ้องมองสิ่งของที่วางแสดงอยู่โดยไม่คิดที่จะหยิบจับหรือแอบขโมยของเหล่านั้นมาเป็นของตนเอง ภาพที่ปรากฏก็เพียงพอแล้วที่จะทำให้เรารู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าหากเราไม่สามารถสะกดกลิ่นความต้องการที่จะขโมยสินค้าเหล่านั้นเราก็จะถูกจับเพราะเราถูกผู้รักษาความปลอดภัยจับจ้องอยู่ตลอดเวลาผ่านกล้องวิดีโอวงจรปิดที่ติดตั้งอยู่ในห้างร้านนั้นเช่นกัน (Wouter, 1986 : อ้างถึงในชูศรี งามประเสริฐ, 2541)

ในภาพของความเป็นจริงการแอบมองจ้องดูเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสังคมแต่ในขณะเดียวกันมันก็เป็นสิ่งที่สังคมไม่ต้องการด้วยเช่นกัน เพราะผู้แอบมองจ้องดูในยุคหลังสมัยใหม่จะเป็นผู้จ้องมองเพื่อค้นหาความเป็นจริงที่ถูกซุกซ่อนเอาไว้ พวกเขาจะมองภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาและพยายามค้นหาความจริงที่ถูกปิดบังอยู่ พวกเขาจะมองเห็นสิ่งที่คนอื่นไม่สามารถมองเห็น และมักจะได้มองเห็นสิ่งที่ผู้อื่นไม่ต้องการให้มองอยู่เสมอ (Denzin, 1991) อย่างไรก็ตามสิ่งที่ผู้แอบมอง

ห้องดูได้มองเห็นมักจะเป็นนิมิตร (Simulacrum) ซึ่งเป็นภาพสำเนาที่ไม่มีตัวต้นฉบับจริง (Copies without original) และนอกจากนี้ความจริงที่ผู้แอบมองห้องดูได้พบเห็น อาจจะเป็นความจริงในแบบฉบับของเขาเอง ซึ่งอาจจะไม่ตรงกับความจริงของคนอื่นก็เป็นได้ เพราะความจริงของเขาเป็นความจริงที่เหนือจริง (Hyperreality)

จากทฤษฎีการแอบมองห้องดู (Voyeurism) นี้ แสดงให้เห็นถึงลักษณะตัวตนของคนในสังคมยุคหลังสมัยใหม่ว่าการแอบมองห้องดูนั้นเพื่อพยายามค้นหาความจริงที่ถูกปิดบังอยู่ ซึ่งแฟนรายการ “Academy Fantasia” นั้นก็พยายามที่จะแอบมองและห้องดูผู้เข้าแข่งขัน โดยเฉพาะคนที่ตนเองชื่นชอบ จนทำให้เกิดความรักใคร่ คลั่งใคล้ ชอบก็โหวต ก็เลือก ทำให้เกิดการกีดกันคนอื่นที่เราไม่ชอบถูกโหวตออกไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาใช้วิเคราะห์ลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia”

2.6 งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ” พบว่า สมาชิกแฟนคลับเป็นกลุ่มที่มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่ตนเองหลงใหล หลังจากนั้น ก็เกิดความรักภักดีต่อเพื่อนสมาชิกแฟนคลับด้วยกันที่หลงใหลในสิ่งเดียวกับตนเอง สมาชิกแฟนคลับที่ถูกค้นพบจะรู้สึกไม่พอใจและต่อต้านเมื่อรู้ว่าแฟนที่ตนเป็นสมาชิกอยู่นั้นทำขึ้นมาเพื่อการค้ามากกว่าทำขึ้นมาด้วยใจ

วิลาวัลย์ เอื้อบูรณานนท์ (2536) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2535” พบว่า ทางสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการได้ใช้กลยุทธ์ในการสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ โดยใช้จุดดึงดูดที่เกี่ยวกับบุคคล เนื้อหารายการ กระบวนการผลิตรายการ และอื่นๆ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ประกอบด้วย ปัจจัยเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวรายการ ปัจจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน และปัจจัยเกี่ยวกับผู้ชมรายการ

จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์สำคัญที่ทำให้รายการ “Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน)” ประสบความสำเร็จนั้น คือ เนื้อหาและรูปแบบของรายการที่มีความแปลกใหม่ สามารถถ่ายทอดความคิดของผู้ผลิตรายการไปสู่ผู้ชมได้ ซึ่งการนำเสนอรายการนั้นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม จนทำให้รายการนั้นกลายเป็นที่นิยมได้ นอกจากนี้การทำรูปแบบรายการที่ไม่ซ้ำซากจำเจถือเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความน่าสนใจให้กับรายการได้อีกด้วย

จากการค้นคว้ารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 นี้ ทำให้ผู้วิจัยมีแนวทางในการศึกษาวิจัยที่ชัดเจน และมีความเข้าใจในเรื่องที่จะศึกษามากขึ้น

และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้งานวิจัยนั้นมีความสมบูรณ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำมาสนับสนุนผลการวิจัยและเป็นข้อเสนอแนะได้ต่อไป

D
P
U

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษา การถ่ายโยงและแฟนของรายการ “ Academy Fantasia ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เนื่องจากเป็นวิธีการวิจัยที่สามารถเก็บรายละเอียดได้มากกว่าเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นหลัก นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหา (Textual Analysis) ของรายการ “ Academy Fantasia ” เพื่อประกอบ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ซึ่งมีระเบียบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 3.2 วิธีการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การนำเสนอข้อมูล
- 3.6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาด้านผู้ผลิตรายการในฐานะที่เป็นผู้ส่งสาร และผู้บริโภค หรือผู้ชมในฐานะที่เป็นผู้รับสาร (แฟนของผู้เข้าแข่งขันรายการ) ตลอดจนการศึกษารูปแบบของรายการที่มีการปรับเปลี่ยนไปจากรายการที่เป็นต้นฉบับ นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาถึงลักษณะการตอบสนองของแฟนรายการอีกด้วย

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ฝ่ายผู้ผลิต ได้แก่ ทีมงานที่ร่วมกันผลิตรายการ “ Academy Fantasia (ปฏิบัติ การล่าฝัน) ” โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) จำนวน 10 คน

เนื่องจากจะทำให้ได้รู้ถึง กระบวนการนำเสนอในการถ่ายโยงรายการที่มาจากตะวันตก ว่านำมาถ่ายโยงให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยได้อย่างไร ถึงทำให้รายการนั้นได้รับความสนใจและกลายเป็นที่นิยม

ส่วนที่ 2 : ผู้รับสาร ได้แก่ แฟนของผู้เข้าแข่งขันในรายการ “ Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน) ” โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) จำนวน 60 คน

เนื่องจากกลุ่มตัวแทนนี้จะทำให้ทราบว่าปัจจัยอะไรที่ทำให้ชื่นชอบรายการนี้ กลุ่มตัวแทนนี้จะเป็นผู้คนที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความคลั่งไคล้ในตัวของผู้เข้าแข่งขันในรายการ โดยใช้เกณฑ์จากลักษณะของแฟนรายการมาเป็นตัวกำหนดประเภทของแฟนรายการ ดังที่จะกล่าวในบทต่อไป

ส่วนที่ 3 : ศึกษาจากเนื้อหาในรูปแบบของการวิเคราะห์ Textual Analysis

โดยศึกษาถึงปรากฏการณ์ระดับโลกที่ข้ามจากทวีปหนึ่งมาสู่อีกทวีปหนึ่งที่มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง รวมถึงการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ และลักษณะของสื่อใหม่ที่นำมาปรับใช้ในรายการ เพื่อจะทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่เป็นต้นแบบรายการประเภท “ Reality Show ” ว่ามีรูปแบบอย่างไร และประเทศไทยได้นำรูปแบบรายการมาดัดแปลงอย่างไรเพื่อให้เข้าถึงวัฒนธรรมในการชมรายการโทรทัศน์ของคนไทย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการเลือกเก็บข้อมูลจากบุคคลจำนวนไม่มากแต่ต้องเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ได้มากที่สุด ซึ่งเรียกว่า “ Key Informants ” จำนวน 60 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

ทีมงานที่ร่วมกันผลิตรายการ “ Academy Fantasia ”

จำนวน 10 คน

Executive Producer

1. คุณอรรถพล ณ บางช้าง

Format Control

2. คุณเศรษฐพร กนิษฐานนท์

Marketing & Sales

3. คุณองอาจ ประภาภมร

4. คุณสงวน สรวจรวัฒน์

5. คุณนันทน์ วงศ์อำนิษฐกุล

6. คุณจามร จิระแพทย์

ฝ่ายสนับสนุนรายการ

7. คุณธนสิริ จิรายุวัฒนา

8. คุณวงศ์วริน ชินเยี่ยมทอง

Broadcast & Engineering

9. คุณวิชัย เสรีวงษ์ศักดิ์

10. คุณเริงฤทธิ์ เสรีจำเริญโรจน์

แฟนของผู้เข้าแข่งขันในรายการ “Academy Fantasia” จำนวน 60 คน ดังนี้

1. คุณสุภาภรณ์ ชัยกิตติกรณ์

อายุ 20 ปี ปัจจุบันยังศึกษาอยู่ คุณสุภาภรณ์มีความชื่นชอบมาก เมื่อผู้วิจัยขอสัมภาษณ์ เธอให้ความยินดี

(สุภาภรณ์ ชัยกิตติกรณ์, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

2. คุณอุมาพร แซ่ลิ้ม

คุณอุมาพร อายุ 28 ปี ปัจจุบันมีอาชีพรับราชการ การขอสัมภาษณ์เนื่องจากวันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้น คุณอุมาพร ไม่สะดวก จึงได้ให้เบอร์โทรศัพท์กับผู้วิจัยไว้ และใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แทน

(อุมาพร แซ่ลิ้ม, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

3. คุณนุชจรี แสนสุขใจ

คุณนุชจรีอายุ 32 ปี มีอาชีพค้าขาย การขอสัมภาษณ์คุณนุชจรีให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพราะเป็นการพูดคุยในเรื่องที่คุณนุชจรีให้ความสนใจและชื่นชอบอยู่ก่อนแล้ว

(นุชจรี แสนสุขใจ, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

4. คุณอัจฉรีย์ อนาธนะรักษ์

คุณอัจฉรีย์อายุ 23 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การขอสัมภาษณ์คุณอัจฉรีย์นั้น ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากคุณอัจฉรีย์เป็นคนพูดน้อย จึงได้รายละเอียดไม่มาก

(อัจฉรีย์ อนาธนะรักษ์, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

5. คุณชนัชชล เอื้อศิริพันธ์

คุณชนัชชลอายุ 35 ปี ปัจจุบันเป็นแม่บ้าน การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือพอสมควร เนื่องจากวันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้นมีเวลาน้อย จึงได้รายละเอียดไม่มาก ทำให้ต้องมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์ ซึ่งคุณชนัชชลก็ยินดี

(ชนัชชล เอื้อศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

6. คุณอาทิตย์ ก่อเกิดพาณิชย์

ปัจจุบันทำธุรกิจส่วนตัว การขอสัมภาษณ์คุณอาทิตย์ให้ความร่วมมือดีมาก เนื่องจากคุณอาทิตย์มีความชื่นชอบรายการนี้อยู่แล้วจึงสามารถให้รายละเอียดที่ผู้วิจัยต้องการทราบได้มาก และให้การสัมภาษณ์แบบเป็นกันเอง

(อาทิตย์ ก่อเกิดพาณิชย์, สัมภาษณ์, 24 กันยายน 2548)

7. คุณชัยรัตน์ เพชรรัตน์

คุณชัยรัตน์อายุ 29 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์นั้นประสบปัญหาเช่นกัน ทำให้ผู้วิจัยต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริง คุณชัยรัตน์จึงยอมให้สัมภาษณ์

(ชัยรัตน์ เพชรรัตน์, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

8. คุณสุลาวัลย์ แซ่ตัน

คุณสุลาวัลย์อายุ 24 ปี เป็นพนักงานบริษัท มีความชื่นชอบรายการนี้มากก่อนแล้ว ทำให้การขอสัมภาษณ์ไม่ยาก ซึ่งคุณสุลาวัลย์ให้ความร่วมมือดี

(สุลาวัลย์ แซ่ตัน, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

9. คุณศักดิ์ชัย สัตวาพิทักษ์

คุณศักดิ์ชัยอายุ 30 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ การขอสัมภาษณ์ให้ความร่วมมือดี คุณศักดิ์ชัยพูดคุยกับผู้วิจัยด้วยน้ำเสียงที่อ่อนโยนไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ

(ศักดิ์ชัย สัตวาพิทักษ์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2548)

10. คุณวลัยลักษณ์ มัชฌมชาติ

คุณวลัยลักษณ์อายุ 32 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท คุณวลัยลักษณ์มาชมคอนเสิร์ตทุกครั้ง และมีความชื่นชอบรายการนี้มาก เมื่อเข้าไปขอสัมภาษณ์คุณวลัยลักษณ์ตอบตกลงทันที และ

ชวนผู้วิจัยไปหาที่หนึ่ง คุณวลัยลักษณ์เป็นคนคุยเก่ง จึงสามารถให้รายละเอียดที่ผู้วิจัยต้องการทราบได้มาก

(วลัยลักษณ์ มัชฌมชาติ, สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2548)

11. คุณอมรรัตน์ สุวัฒนา

คุณอมรรัตน์อายุ 42 ปี ปัจจุบันทำธุรกิจส่วนตัว การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือพอสมควร แต่เนื่องวันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้นมีเวลาน้อย จึงได้รายละเอียดไม่มาก

(อมรรัตน์ สุวัฒนา, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2548)

12. คุณมาลินี เอี่ยมพงษ์

คุณมาลินีอายุ 35 ปี มีอาชีพรับราชการ การขอสัมภาษณ์คุณมาลินีให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากคุณมาลินีเคยผ่านงานวิจัยมาแล้วจึงเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยเป็นอย่างดี นอกจากนี้จะให้สัมภาษณ์แล้วยังให้คำแนะนำกับผู้วิจัยอีกด้วย

(มาลินี เอี่ยมพงษ์, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

13. คุณสร้อยญา จรรย์กุล

คุณสร้อยญาอายุ 30 ปี มีอาชีพรับราชการ การขอสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความราบรื่นเนื่องจากคุณสร้อยญา เป็นอาจารย์ จึงสามารถถ่ายทอดเรื่องราวและคำตอบของผู้วิจัยได้อย่างละเอียด ซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำมาวิเคราะห์อย่างมาก

(สร้อยญา จรรย์กุล, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2548)

14. คุณยุพา ผูกเหมาะ

คุณยุพาอายุ 34 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์คุณยุพา ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมื่อพูดคุยในเรื่องที่สนใจ จึงทำให้ตอบคำถามได้ละเอียด ครบคลุมหลายประเด็น

(ยุพา ผูกเหมาะ, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

15. คุณปฐมภูมิ พุทธรักษา

คุณปฐมภูมิอายุ 32 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี เนื่องจาก คุณปฐมภูมิมาชมนคอนเสิร์ตทุกครั้ง และมีความชื่นชอบรายการนี้มาก

(ปฐมภูมิ พุทธรักษา, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2548)

16. คุณเมธินี เปล่งงำ

คุณเมธินีอายุ 28 ปี ปัจจุบันเป็นแม่บ้าน การขอสัมภาษณ์เนื่องจากวันที่ผู้วิจัยขอ สัมภาษณ์คุณเมธินีไม่สะดวกในการให้ข้อมูล เพราะพาลูกมาด้วย จึงให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ แทน โดยได้ให้เบอร์โทรศัพท์ไว้กับผู้วิจัย

(เมธินี เปล่งงำ, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2548)

17. คุณสมใจ ศรีธรรวานิช

คุณสมใจอายุ 21 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ ในการขอสัมภาษณ์ ได้รับความร่วมมือ เป็นอย่างดี แม้จะมีเวลาจำกัดก็ตาม คุณสมใจก็พยายามให้รายละเอียดที่ผู้วิจัยต้องการคำตอบ ให้ผู้ วิจัยได้ทราบมากที่สุด

(สมใจ ศรีธรรวานิช, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2548)

18. คุณคณิตา สุริยารานินทร์

คุณคณิตาอายุ 28 ปี ปัจจุบันเป็นแม่บ้าน การขอนัดสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือเป็น อย่างดี คุณคณิตาตอบคำถามของผู้วิจัยได้อย่างครบถ้วน และยังยกตัวอย่างมาประกอบการตอบคำ ถามช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจมากขึ้น

(คณิตา สุริยารานินทร์, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

19. คุณเอกสุดา งามแมน

คุณเอกสุดาอายุ 20 ปี ปัจจุบันยังศึกษาอยู่ การขอสัมภาษณ์ค่อนข้างจะมีอุปสรรค เนื่อง จากวันที่ผู้วิจัยขอสัมภาษณ์คุณเอกสุดา ไม่สะดวกในการให้ข้อมูล จึงให้ข้อมูลไม่ได้มาก

(เอกสุดา งามแมน, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2548)

20. คุณอนัฐชา อยู่พงศ์พิทักษ์

คุณอนัฐชาอายุ 27 ปี มีอาชีพรับราชการ คุณอนัฐชาให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยในการนำมาวิเคราะห์เป็นอย่างมาก

(อนัฐชา อยู่พงศ์พิทักษ์, สัมภาษณ์, 7 ตุลาคม 2548)

21. คุณกาญจนา อยู่ภัย

คุณกาญจนาอายุ 30 ปี มีอาชีพค้าขาย ในการขอสัมภาษณ์ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี แม้จะมีเวลาจำกัดก็ตาม

(กาญจนา อยู่ภัย, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

22. คุณชนิษฐา อินทรโชติ

คุณชนิษฐาอายุ 27 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท คุณชนิษฐาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากมีความชื่นชอบรายการนี้อยู่แล้ว และไม่เคยพลาดที่จะมาชมคอนเสิร์ต ข้อมูลที่ได้จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

(ชนิษฐา อินทรโชติ, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

23. คุณคณิตสนันท์ ทองสุข

คุณคณิตสนันท์อายุ 20 ปี ปัจจุบันยังศึกษาอยู่ การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี แม้ว่าจะเวลานี้น้อย แต่ก็ไม่เป็นอุปสรรคในการสัมภาษณ์

(คณิตสนันท์ ทองสุข, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

24. คุณณัฐนิชา แก้วอร่าม

คุณณัฐนิชาอายุ 27 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท คุณณัฐนิชามาชมคอนเสิร์ตทุกครั้ง และมีความชื่นชอบรายการนี้มาก การขอสัมภาษณ์จึงได้รับความร่วมมือจากคุณณัฐนิชาเป็นอย่างดีมาก

(ณัฐนิชา แก้วอร่าม, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2548)

25. คุณสิรภพ นุชบง

คุณสิรภพอายุ 25 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท เป็นผู้ชายที่ใจดี และมีอายุเท่ากับผู้วิจัย ทำให้รู้สึกคุ้นเคย เป็นกันเอง ไม่เกิดอาการประหม่า จึงทำให้การสัมภาษณ์ผ่านไปได้อย่างดี

(สิรภพ นุชบง, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2548)

26. คุณศิรินทิพย์ สุภศิริพร

คุณศิรินทิพย์อายุ 25 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานของรัฐ การขอสัมภาษณ์ค่อนข้างจะเป็นอุปสรรค เนื่องจากคุณศิรินทิพย์ไม่สะดวก ผู้วิจัยจึงขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ คุณศิรินทิพย์ไม่ขัดข้อง และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ซึ่งผู้วิจัยได้โทรศัพท์ไปสัมภาษณ์ถึง 3 ครั้ง

(ศิรินทิพย์ สุภศิริพร, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

27. คุณชนิกานต์ ชีวฉนิชสกุล

คุณชนิกานต์อายุ 21 ปี ปัจจุบันยังศึกษาอยู่ การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี และให้ความเป็นกันเองกับผู้วิจัย

(ชนิกานต์ ชีวฉนิชสกุล, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2548)

28. คุณฐาริน วรรภัทรหิรัญมาศ

คุณฐารินอายุ 29 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์นั้นประสบปัญหา เนื่องจากคุณฐารินไม่ยอมให้สัมภาษณ์ เพราะไม่มั่นใจในตัวผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริง คุณฐารินจึงยอมให้สัมภาษณ์

(ฐาริน วรรภัทรหิรัญมาศ, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2548)

29. คุณกฤษฎอรณพ สงวนไทย

คุณกฤษฎอรณพอายุ 39 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท มาชมคอนเสิร์ตทุกครั้ง และมีความชื่นชอบรายการมาก่อนแล้ว ทำให้การสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เพิ่มเติมอีก 2 ครั้ง

(กฤษฎอรณพ สงวนไทย, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2548)

30. คุณจิราภรณ์ หล่อประสงศ์สุข

คุณจิราภรณ์อายุ 26 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานของรัฐ การสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี เนื่องจากคุณจิราภรณ์เข้าใจถึงการท้าวิจัย เพราะเคยมีประสบการณ์ในการศึกษาระดับปริญญาโทมาก่อน

(จิราภรณ์ หล่อประสงศ์สุข, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2548)

31. คุณณัฐพร เครืออยู่

คุณณัฐพรอายุ 21 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ ในการขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี คุณณัฐพรพยายามให้รายละเอียดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย

(ณัฐพร เครืออยู่, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2548)

32. คุณณัฐนันท์ ไทรน้อย

คุณณัฐนันท์อายุ 30 ปี ทำธุรกิจส่วนตัว ในการขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี และให้ความเป็นกันเองกับผู้วิจัย

(ณัฐนันท์ ไทรน้อย, สัมภาษณ์, 17 สิงหาคม 2548)

33. คุณอนุชิต ศิริชมภู

คุณอนุชิตอายุ 28 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ วันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้น คุณอนุชิต ไม่สะดวก จึงได้ให้เบอร์โทรศัพท์กับผู้วิจัยไว้ และใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แทน

(อนุชิต ศิริชมภู, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2548)

34. คุณอุมาพร โชติวิเชียรชัย

คุณอุมาพรอายุ 39 ปี ปัจจุบันเป็นแม่บ้าน การสัมภาษณ์คุณอุมาพรให้ความร่วมมือดี เนื่องจากคุณอุมาพรมาชมคอนเสิร์ตทุกครั้ง และมีความชื่นชอบรายการมาก่อนแล้ว

(อุมาพร โชติวิเชียรชัย, สัมภาษณ์, 19 กรกฎาคม 2548)

35. คุณประสิทธิ์ กอบกุล

คุณประสิทธิ์อายุ 33 ปี อาชีพรับราชการ วันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้น คุณประสิทธิ์ ไม่สะดวก มีเวลาน้อย ผู้วิจัยจึงขอใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แทน ซึ่งคุณประสิทธิ์ก็ยินดี

(ประสิทธิ์ กอบกุล, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2548)

36. คุณภูมิพัฒน์ กุลเตชิตวรพงษ์

คุณภูมิพัฒน์อายุ 28 ปี ปัจจุบันมีอาชีพค้าขาย การขอสัมภาษณ์ค่อนข้างจะมีอุปสรรค เนื่องจากวันที่ผู้วิจัยขอสัมภาษณ์คุณภูมิพัฒน์ มีเวลาน้อยจึงให้ข้อมูลไม่ได้มาก

(ภูมิพัฒน์ กุลเตชิตวรพงษ์, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2548)

37. คุณกรรณิการ์ ผิวคำ

คุณกรรณิการ์อายุ 25 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัทและกำลังศึกษาระดับปริญญาโท เช่นเดียวกับ ผู้วิจัย คุณกรรณิการ์มาชมคอนเสิร์ตที่นี่ทุกครั้ง ทำให้การสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี เมื่อติดขัดข้อมูลบางประการ คุณกรรณิการ์ยินดีให้ความร่วมมือทุกครั้ง ให้การโทรศัพท์สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

(กรรณิการ์ ผิวคำ, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2548)

38. คุณกานตะวัน กัลยาณสูตร

คุณกานตะวันอายุ 24 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือจาก คุณกานตะวันเป็นอย่างดี เนื่องจากคุณกานตะวันมาชมคอนเสิร์ตทุกครั้ง และมีความชื่นชอบรายการนี้อยู่ก่อนแล้ว

(กานตะวัน กัลยาณสูตร, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2548)

39. คุณอารีรัตน์ ศิริสัตถุติ

คุณอารีรัตน์อายุ 24 ปี ปัจจุบันทำธุรกิจส่วนตัว การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือพอสมควร แต่เนื่องวันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้น คุณอารีรัตน์มีเวลาน้อย จึงได้รายละเอียดไม่มาก

(อารีรัตน์ ศิริสัตถุติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2548)

40. คุณชนารัตน์ เอี่ยมทรัพย์

คุณชนารัตน์อายุ 20 ปี ปัจจุบันยังศึกษา คุณชนารัตน์มีความชื่นชอบรายการนี้มาก เมื่อผู้วิจัยขอสัมภาษณ์เธอให้ความร่วมมือดี และเข้าใจจุดประสงค์ของผู้วิจัย

(ชนารัตน์ เอี่ยมทรัพย์, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

41. คุณนิติการณ์ ประกอบธรรม

คุณนิติการณ์อายุ 27 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี

(นิติการณ์ ประกอบธรรม, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

42. คุณอาภรณ์ เข้มบัว

คุณอาภรณ์อายุ 28 ปี ปัจจุบันมีอาชีพค้าขาย การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี แต่มีอุปสรรคตรงที่มีเวลาน้อยจึงให้ข้อมูลไม่ได้มาก

(อาภรณ์ เข้มบัว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

43. คุณปัญญาพร ธาระสารเจริญ

คุณปัญญาพรอายุ 30 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท ในการขอสัมภาษณ์ คุณปัญญาพรให้ความร่วมมือดี และให้ความเป็นกันเองกับผู้วิจัย

(ปัญญาพร ธาระสารเจริญ, สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2548)

44. คุณวไลลักษณ์ โพธิ์เสถียร

คุณวไลลักษณ์อายุ 30 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์นั้น คุณวไลลักษณ์ไม่สะดวก จึงได้ให้เบอร์โทรศัพท์กับผู้วิจัยไว้ และใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แทน

(วไลลักษณ์ โพธิ์เสถียร, สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2548)

45. คุณแมนรัตน์ คงสุข

คุณแมนรัตน์อายุ 28 ปี ปัจจุบันมีอาชีพค้าขาย ในการขอสัมภาษณ์ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี คุณแมนรัตน์พยายามให้รายละเอียดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย

(แมนรัตน์ คงสุข, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2548)

46. คุณอมรรัตน์ เอื้อศิริบุญ

คุณอมรรัตน์อายุ 27 ปี ปัจจุบันทำธุรกิจส่วนตัว การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี และให้ความเป็นกันเองกับผู้วิจัย

(อมรรัตน์ เอื้อศิริบุญ, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

47. คุณวราภรณ์ อภิชัยมงคล

คุณวราภรณ์อายุ 33 ปี ปัจจุบันมีอาชีพรับราชการ การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี แม้ว่าเวลาจะมีน้อย แต่ก็ไม่เป็นอุปสรรคในการสัมภาษณ์

(วราภรณ์ อภิชัยมงคล, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2548)

48. คุณศรีมณฑา ชีระวัฒนชัย

คุณศรีมณฑาอายุ 21 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ ในการขอสัมภาษณ์ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี คุณศรีมณฑาก็พยายามให้รายละเอียดที่ผู้วิจัยต้องการคำตอบ ให้ผู้วิจัยได้ทราบมากที่สุด

(ศรีมณฑา ชีระวัฒนชัย, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

49. คุณชัยนันท์ ชันเสนาะ

คุณชัยนันท์อายุ 29 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือพอสมควร

(ชัยนันท์ ชันเสนาะ, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

50. คุณสุชาวดี อังศ์วัฒน์

คุณสุชาวดีอายุ 28 ปี ปัจจุบันรับราชการ การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี แต่เนื่องวันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้น คุณสุชาวดีมีเวลาน้อย จึงได้รายละเอียดไม่มาก ผู้วิจัยจึงขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์ ซึ่งคุณสุชาวดีให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

(สุชาวดี อังศ์วัฒน์, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2548)

51. คุณวิบูลย์ แซ่ตั้ง

คุณวิบูลย์อายุ 31 ปี ปัจจุบันทำอาชีพค้าขาย การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี แม้ว่าจะมีน้อย แต่ก็ไม่เป็นอุปสรรคในการสัมภาษณ์

(วิบูลย์ แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

52. คุณสุทธิพงษ์ โกเมน

คุณประสิทธิ์อายุ 33 ปี อาชีพรับราชการ วันที่ผู้วิจัยเข้าไปขอสัมภาษณ์นั้น คุณประสิทธิ์ ไม่สะดวก มีเวลาน้อย ผู้วิจัยจึงขอใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แทน ซึ่งคุณประสิทธิ์ก็ยินดี

(สุทธิพงษ์ โกเมน, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2548)

53. คุณเอกชัย แก้วพาณิชย์

คุณเอกชัยอายุ 38 ปี ปัจจุบันรับราชการ การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือพอสมควร

(เอกชัย แก้วพาณิชย์, สัมภาษณ์, 7 ตุลาคม 2548)

54. คุณดุสิต สืบสกุลแก้ว

คุณดุสิตอายุ 24 ปี ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

(ดุสิต สืบสกุลแก้ว, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2548)

55. คุณสุทธิชัย สืบสุวรรณกุล

คุณสุทธิชัยอายุ 40 ปี ทำธุรกิจส่วนตัว ในการขอสัมภาษณ์ คุณสุทธิชัยให้ความร่วมมือดี และให้ความเป็นกันเองกับผู้วิจัย

(สุทธิชัย สืบสุวรรณกุล, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2548)

56. คุณโชคชัย ไชยกิติขจร

คุณโชคชัยอายุ 29 ปี ปัจจุบันเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ การขอสัมภาษณ์นั้นประสบปัญหาเนื่องจากคุณโชคชัยไม่ยอมให้สัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริง

(โชคชัย ไชยกิติขจร, สัมภาษณ์, 30 สิงหาคม 2548)

57. คุณรวีวรรณ อยู่ใช้พันธ์

คุณรวีวรรณอายุ 29 ปี ปัจจุบันเป็นแม่บ้าน เมื่อผู้วิจัยขอสัมภาษณ์เธอให้ความร่วมมือดี และเข้าใจจุดประสงค์ของผู้วิจัย

(รวีวรรณ อยู่ใช้พันธ์, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2548)

58. คุณประภัสร์ แสนอารี

คุณประภัสร์อายุ 32 ปี อาชีพพนักงานบริษัท การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี และผู้วิจัยได้ขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์ ซึ่งคุณประภัสร์ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

(ประภัสร์ แสนอารี, สัมภาษณ์, 7 กรกฎาคม 2548)

59. คุณวัชรีย์ อมรไพศาล

คุณวัชรีย์อายุ 20 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ การขอสัมภาษณ์ได้รับความร่วมมือดี แม้ว่าเวลาจะมีน้อย แต่ก็ไม่เป็นอุปสรรคในการสัมภาษณ์

(วัชรีย์ อมรไพศาล, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2548)

60. คุณศรียา โสตสฤติย์

คุณศรียาอายุ 35 ปี ปัจจุบันเป็นแม่บ้าน เมื่อผู้วิจัยขอสัมภาษณ์เธอให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

(ศรียา โสตสฤติย์, สัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2548)

จากการสัมภาษณ์แฟนของผู้เข้าแข่งขันรายการ จำนวน 60 คน จะสามารถทำให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มของแฟนการ และจากลักษณะกลุ่มของแฟนรายการนี้ สามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของแฟนที่มีความชื่นชอบรายการ “Academy Fantasia” ได้ ซึ่งจะนำเสนอในบทต่อไป

3.2 วิธีการวิจัย

การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา (Face to Face Communication) ซึ่งรูปแบบในการสัมภาษณ์นั้นเป็นไปในลักษณะแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีแนวคำถามกว้างๆ เพื่อไม่ให้หลงประเด็น ซึ่งระหว่างที่ทำการสัมภาษณ์นั้นเมื่อสงสัยหรืออยากรู้อะไรเพิ่มเติมก็สามารถที่จะซักถามได้

3.2.1 การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1.1 การอัดเทปการสัมภาษณ์ เพื่อช่วยให้รายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2.1.2 การจดบันทึก ผู้วิจัยจะมีสมุดหนึ่งเล่มสำหรับการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

3.2.1.3 การถ่ายภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลส่วนหนึ่งจากการถ่ายภาพ เพื่อนำมาเป็นภาพประกอบในวิทยานิพนธ์เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพประกอบ และเพื่อสร้างความเข้าใจให้ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นนอกเหนือจากการอ่าน รวมถึงการใช้ภาพประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลอภิปราย

3.2.1.4 แนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะเตรียมแนวคำถามแบบกว้างๆ ไว้ล่วงหน้า เพื่อไม่ให้หลงประเด็น ซึ่งแนวคำถามที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : สัมภาษณ์ทีมงานที่ร่วมกันผลิตรายการ “ Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน) ”

- มีการเตรียมความพร้อมอย่างไร ด้านไหนบ้าง ก่อนที่จะมาทำรายการ “ Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน) ”
- มีวิธีคิดอย่างไรในการสร้างคอนเซ็ปต์รายการ
- มีการวางรูปแบบของรายการอย่างไรที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ชมรายการโทรทัศน์เกิดปฏิกริยาการมีส่วนร่วมกับรายการ “Academy Fantasia ”
- ใช้หลักเกณฑ์อะไรในการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน
- ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเข้าถึงผู้ชมคืออะไร
- ก่อนที่จะผลิตรายการนี้ มีการศึกษาในเรื่องพื้นฐานของกลุ่มผู้รับสารอย่างไรบ้าง
- ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการสื่อสารรูปแบบรายการนี้ให้กับกลุ่มเป้าหมายมีปัจจัยอะไรบ้าง
- อะไรคือสิ่งที่เป็นตัวสร้างสีสันให้กับรายการ
- ใช้กลยุทธ์อะไรในการดึงให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมกับรายการ
- เพราะเหตุใดจึงเลือกการโหวตโดยการส่ง SMS
- มีแรงจูงใจอะไรที่ทำให้ไปหยิบเอารายการที่มีต้นแบบมาจากตะวันตก
- รายการ “Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน)” แตกต่างจากต้นฉบับเดิมอย่างไร
- ใช้หลักเกณฑ์อะไรมาเป็นตัวกำหนดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ

ส่วนที่ 2 : สัมภาษณ์แฟนของผู้เข้าแข่งขันในรายการ “Academy Fantasia (ปฏิบัติการล่าฝัน)”

1) พฤติกรรมในการรับชม

- คุณมีพฤติกรรมในการโหวตมากน้อยเพียงใด
- ลักษณะการชมรายการของกลุ่มแฟนเป็นอย่างไร
- คุณเคยเข้าไปดูเว็บไซต์ของอะคาเดมี่บ้างหรือไม่
ถ้าเคยคุณมีปฏิกริยาอย่างไรในเว็บไซต์บ้าง เช่น โต้ตอบ ตั้งกระทู้ แสดงความคิดเห็น
- จุดประสงค์ที่เข้าไปใช้เพื่ออะไร
- ปัจจัยอะไรที่ทำให้คุณเลือกรับชมรายการนี้

2) ความรู้สึกที่มีต่อรายการและผู้เข้าแข่งขัน

- การจัดรูปแบบรายการเป็นอย่างไร
- ลักษณะการตัดสินใจคะแนนที่วัดจาก SMS เท่านั้น
- คำติชมจากคณะกรรมการมีผลต่อความชื่นชอบและไม่ชอบในการส่ง SMS หรือไม่อย่างไร
- คุณคิดว่ารูปแบบรายการนี้เป็นอย่างไร ทำไมจึงเกิดการกระตุ้นให้คุณเข้าไปมีส่วนร่วม
- คุณคิดว่ารายการนี้มีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมมากน้อยเพียงใด
- คุณคิดว่ารายการนี้ตรงกับความสนใจของคุณมากน้อยเพียงไร
- คุณมีความคิดเห็นอย่างไร ที่รายการนี้เปิดโอกาสให้คุณเข้าไปมีส่วนร่วมได้ โดยการใช้อีเมล อย่างเช่น โทรศัพท์มือถือด้วยการส่ง SMS เข้าไปในรายการ
- คุณคิดว่าทำไมรายการนี้ถึงมีรูปแบบการส่ง SMS โหวตเข้าไปในรายการ
- คุณคิดว่าการโหวตมีผลต่อคะแนนมากน้อยเพียงใด
- ถ้าหมายเลขที่คุณเชียร์อยู่นั้นเกิดถูกโหวตให้ออกคุณรู้สึกอย่างไร

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ตั้งแต่เดือนเมษายน-ตุลาคม 2548 เป็นระยะเวลา 7 เดือน โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้
 ระยะที่ 1 : ขั้นก่อนเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเนื้อหาของรายการ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นกับรายการว่ามีกรถ่ายโยงรายการในระดับโลก ให้กลายเป็นปรากฏการณ์ในระดับท้องถิ่นได้อย่างไร นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาจากเว็บไซต์ด้วย

ระยะที่ 2 : ชั้นระหว่างเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการนัดหมายสัมภาษณ์และพูดคุยด้วยตัวเอง

ระยะที่ 3 : ชั้นหลังเก็บข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล สร้างข้อสรุปและทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องว่ามีความสอดคล้องมากแค่ไหน

3.3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2.1 จากการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการนัดและสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และทำการจดบันทึกเนื้อหาจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด ประกอบกับการอัดเทปสัมภาษณ์ เพื่อช่วยให้รายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยจะทำการถ่ายภาพเพื่อใช้ประกอบในงานวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพและสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นนอกเหนือจากการอ่าน รวมถึงการใช้เป็นภาพประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลอภิปราย

3.3.2.2 จากการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการ “Academy Fantasia”

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) ของรายการ โดยเริ่มจากการอ่านและศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่ได้บันทึกจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และภาพถ่าย เพื่อตรวจสอบประเด็นในการศึกษาว่าครบถ้วนหรือไม่ หากมีส่วนใดขาดหายไปจะได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้ง เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีความสมบูรณ์ และเกิดข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับการตอบปัญหานำวิจัยในประเด็นต่างๆ ที่ต้องการจะศึกษาดังต่อไปนี้

1. การถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตก เพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทย
2. ลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia”

3.5 การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลโดยการเขียนพรรณาส่งต่างๆที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) จะทำให้ได้ข้อมูล และรายละเอียดต่างๆ ที่ละเอียดและลึกกว่า เห็นภาพได้มากกว่า ซึ่งการพรรณนานั้นมุ่งเน้นการระบุลักษณะต่างๆ ของเหตุการณ์ หรือ

บรรยายเหตุการณ์ และเงื่อนไขต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งตอบคำถามที่ว่า “ เหตุการณ์ต่างๆ เหล่านั้น เป็นอย่างไร ”

3.6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาและนำข้อมูลที่ได้มาเขียนขึ้นเพื่อเชื่อมโยงกับการตอบคำถามปัญหาคำนำวิจัย รวมทั้งยังได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่ต้องการจะศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การถ่ายโยงและแฟนของรายการ “Academy Fantasia” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทย และลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia” ซึ่งการเกิดขึ้นของรายการ “Reality Show” ในประเทศไทยนั้นถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งในบทนี้จะนำเสนอผลการวิจัย โดยได้ทำการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตก
2. ลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia”

ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้เป็นบทวิเคราะห์ที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview) และการวิเคราะห์รูปแบบรายการ (Textual Analysis) โดยศึกษาจากเทปที่ออกอากาศผ่านทางยูทิวบ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้การสังเกตจากการลงไปเก็บข้อมูลในพื้นที่จริง (ภาคสนาม) อีกด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและสมบูรณ์มากที่สุด โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ (Intertextuality) แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan) และแฟนดอม (Fandom) สื่อใหม่ (New Media) การวิเคราะห์รายการ (Genres Analysis) และทฤษฎีการแอบมองจ้องดู (Voyeurism) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตก

รายการเรียลลิตีโชว์เป็นรายการที่จับภาพการกระทำของมนุษย์โดยตรงไม่มีบทมากำกับนักแสดงหรือซັดซ้อมกันไว้ล่วงหน้า เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน ที่ผู้คนนั้นสามารถเกี่ยวข้องหรือมีความรู้สึกร่วมกับรายการได้ทางใดทางหนึ่ง โดยมุ่งเน้นที่การดูการกระทำหรือปฏิริยาของผู้เข้าร่วมรายการที่มีต่อความขัดแย้งต่าง ๆ

หากเรามองย้อนกลับไป จะเห็นได้ว่าในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา รายการเรียลลิตี ได้รับคความนิยมเป็นอย่างสูงในทวีปยุโรปและอเมริกา เพราะปัจจุบันคนส่วนใหญ่อยากเห็นพฤติกรรมคนอื่น จึงทำให้ผู้บริหารยูทิวบ์สังเกตเห็นว่า จุดด้อยของยูทิวบ์อันหนึ่งคือการนำเอารายการจากต่างประเทศเข้ามาค่อนข้างเยอะ ส่งผลให้ความใกล้ชิดเกิดระยะห่างระหว่างสถานีกับคนดูที่เป็นคนท้องถิ่น หรือ Local ด้วยเหตุนี้เองจึงอยากทำรายการที่สามารถเข้าถึงผู้ชมให้ได้มากที่สุด จึงได้คิดริเริ่มที่จะผลิต

รายการขึ้นเอง โดยเริ่มจากการผลิตของยูบีซีอินไซด์ที่เน้นเนื้อหาสาระทางด้านความบันเทิง โฟกัสในมุมบันเทิงบ้านเรา จนทำให้ผู้ชมเหมือนว่ายูบีซีใกล้ชิดกับผู้ชมมากขึ้น เมื่อสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ จึงทำให้เรตติ้งของยูบีซีอินไซด์ดีตามลำดับไปด้วย

คุณเศรษฐพร กนิษฐานนท์ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายรายการ ให้สัมภาษณ์ว่า “ยูบีซีมีปฏิกิริยาสำคัญอย่างหนึ่งว่าจะเป็น “First Movie Of Collection In Thailand” เพราะว่าถ้าจะทำอะไรเราอยากจะทำเป็นคนแรก นั่นคือสิ่งที่อยู่ในใจของยูบีซี อีกอย่างหนึ่ง คือ ยูบีซีได้นำเอารายการเรียลลิตี้นี้มาฉายในช่องของยูบีซีเองหรือว่าช่องต่างประเทศที่อยู่ใน Pattern Form ของยูบีซีมาหลายปีแล้ว เริ่มจาก Survivor ในช่องยูบีซีซีรีส์ , Amazing Race ในช่อง AXZEN , Temptation Island , The Bachelorette ซึ่งเราฉายในช่องซีรีส์มาระยะหนึ่งเพื่อเป็นการปูให้คนดูของยูบีซีเข้าใจว่ามีรายการประเภทนี้อยู่ในวงการโทรทัศน์ “

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

เมื่อเป็นเช่นนี้ ทางทีมผู้บริหารของยูบีซีมองว่าถึงเวลาแล้วที่จะต้องผลิตรายการเรียลลิตี้นี้ด้วยตัวเอง จึงได้ตั้งทีมงาน ที่จะเข้ามาดูแลเรื่องนี้โดยเฉพาะ และได้ให้ฝ่ายโปรแกรมรายการนั้นไปรวบรวมรายการเรียลลิตี้นี้ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากหลาย ๆ ประเทศ มานั่งดูและช่วยกันวิเคราะห์ว่ามีรายการไหนที่พอจะเป็นไปได้บ้าง ใช้งบประมาณเท่าไร ผลิตอย่างไรและมีเงื่อนไขเป็นอย่างไร

จนกระทั่งไปเจอรายการเรียลลิตี้นี้ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศเม็กซิโก ซึ่งใช้ชื่อรายการว่า “La Academia” ซึ่งเจ้าของรายการนี้ได้นำรายการไปเผยแพร่ที่ประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซียซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน และประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงในสองประเทศนี้ จึงทำให้ทางยูบีซีค่อนข้างมั่นใจว่า รายการนี้น่าจะได้รับความนิยมในเมืองไทยเช่นกัน เพราะดูจากสภาพแวดล้อมและสังคมในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียแล้วใกล้เคียงกับประเทศไทยมาก

แม้ว่าจะพบ “La Academia” เป็นรายการที่มีอยู่ในตลาดนานแล้ว แต่ยูบีซีไม่ได้รับตัดสินใจที่จะซื้อรายการเมื่อครั้งแรกที่เจอ แต่กลับรอให้ประเทศมาเลเซียซึ่งซื้อลิขสิทธิ์ไปเริ่มต้นก่อน และหลังจากนั้นความสำเร็จในประเทศอินโดนีเซียเพื่อนบ้าน เป็นตัวที่ทำให้ผู้บริหารของยูบีซีหันมาดูรายการนี้อย่างจริงจัง

ซึ่งลิขสิทธิ์ของรายการนี้ สร้างสูตรความดังแทบจะเกือบทุกทวีป อันมีชื่อหลากหลายในต่างประเทศอย่าง BBC กับชื่อ “Fame Academy” หรือ ชื่อ “Fantasy Academy” ในมาเลเซีย และอินโดนีเซีย และในคิวเบคกับ “Star Academy” ซึ่งทั้งหมดสามารถที่จะรับประกันคุณภาพได้ ทำให้ผู้บริหารของยูบีซีเกิดความมั่นใจ และตัดสินใจซื้อลิขสิทธิ์รายการนี้มาจากประเทศเม็กซิโก โดยนำ

หลักการจากประเทศเม็กซิโกมาตีโจทย์ โดยได้ขอเทปรายการ ขอตัวรายการจากประเทศเม็กซิโก และอินโดนีเซียซึ่งเป็นต้นแบบฉบับมาศึกษา และพูดคุยกันถึงรูปแบบของรายการ และการผลิต รายการว่าเป็นอย่างไร

คำสัมภาษณ์ของ คุณอรรรถพล ณ บางช้าง ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการ ที่ว่า “ทีมงานทุกคนต้องเรียนรู้หมดว่าจะต้องทำอะไร เสียงต้องเป็นอย่างไร คนต้อง 12 คน ไปอยู่ที่เดียวกัน ต้องติดไม้ติดมือกัน ต้องควบคุมกันอย่างไร ปีแรกเป็นปีที่ซุลมุนวุ่นวาย ต้องเรียนรู้กันไป คือ *Learning Day By Day* กันทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นตัวเราซึ่งเป็นคนคุมรายการ ตัว *Production Houses* ซึ่งเป็นคนสร้าง คนผลิตให้เรา ตัวเทรนเนอร์เองนักเรียนที่อยู่ในรายการ คนดู ต้องเรียนรู้หมด”

(อรรรถพล ณ บางช้าง, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2548)

หลังจากที่ได้ศึกษารายละเอียดรูปแบบรายการที่เป็นต้นฉบับแล้ว พบว่า ทางผู้ผลิตได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบรายการบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมของคนไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1.1 เนื้อหารายการ

เนื่องจากรายการประเภท “Reality Show” ที่เป็นต้นฉบับอย่างอเมริกานั้นมีรูปแบบรายการสะท้อนให้พวกเขามีชีวิตและความคิดแบบที่เราเรียกว่า “อเมริกันดรีม (American’s Dream)” มีวิถีชีวิตแบบเสรีนิยม ภายใต้อิทธิพลของความระแวงต่อสิ่งรอบข้าง ฉะนั้นจะต้องเป็นที่หนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมไทย ด้วยนิสัยของคนไทยเป็นคนชอบดูแล มีความห่วงใยและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีวัฒนธรรมความเป็นตัวของตัวสูง ดังนั้นการที่ยุบิชี้นำเอารูปแบบรายการที่มาจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยนั้น จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนและการสร้างใหม่ ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ผลิตต้องใส่ใจ เพื่อให้เหมาะกับวัฒนธรรมของคนไทยให้มากที่สุด

ในการปรับเปลี่ยนตัวเนื้อหารายการ “Academy Fantasia” นั้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1) การสร้างจินตนาการให้กับผู้ชม ซึ่งปัจจัยหลักที่สำคัญในการเข้าถึงผู้ชมนั้นจะ

ต้องทำให้ผู้ชมคิดว่าผู้เข้าแข่งขันคือ ตัวแทนของเขา ดังที่ฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) อธิบายไว้ว่า “ทุกคนจะมองเห็นภาพสะท้อนของตัวเองอยู่ในจอเสมอ พวกเขามองเห็นและรู้จักตัวเองผ่านภาพที่สื่อนำเสนอผ่านทางโทรทัศน์และภาพยนตร์” ดังนั้นเวลาที่คัดเลือกผู้เข้าแข่งขันนั้นจะดูคนที่สามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกได้ว่าเป็นตัวเองเข้าไปแสดง ให้ผู้ชมสามารถจินตนาการได้ว่า “ฉันก็ทำได้ ทำไมฉันไม่ได้เข้าไป เพราะฉะนั้นคนที่ฉันชอบคนนี้ก็จะเป็นตัวแทนของฉันในบ้านอคาเดมี่”

คงจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ว่า “เราพยายามสร้างจินตนาการให้กับผู้ชม ให้ผู้ชมสามารถจินตนาการได้ว่าผู้เข้าแข่งขันคนนี้เป็นตัวเขา เพราะผมมองว่าคนไทยมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ดังนั้นการสร้างจินตนาการจึงน่าจะเหมาะกับคนไทยมากที่สุด”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

“ฉันก็ทำได้ ทำไมฉันไม่ได้เข้าไป เพราะฉะนั้นคนที่ฉันชอบคนนี้ก็จะเป็นตัวแทนของฉันในบ้านอคาเดมี่ “ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย ที่ว่า คนไทยมีความมั่นใจ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และมักจะแสดงความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตนเองออกมา ชอบความมีเกียรติยศ และชื่อเสียง และการแสดงออก เมื่อคนอื่นทำได้ ฉันก็ทำได้ และอยากที่จะเข้าไปเป็นอยู่ในบ้านอคาเดมี่เพื่อให้ทุกคนรู้จักตนเอง แต่ฉันไม่ได้เข้าไป เมื่อตัวเองไม่สามารถที่จะเข้าไปได้จึงให้ผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบเป็นตัวแทนของตนเอง แต่จะให้คนไหนเป็นตัวแทนของตนเองนั้นจะต้องยึดตามบุคลิกต่าง ๆ ของผู้เข้าแข่งขัน ที่มีความน่าสนใจ มีความเหมือนและคล้ายคลึงกับอัตลักษณ์ของตนเองมากที่สุด รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ เช่น ฐานะการงาน อาชีพ อายุ เพศ ลักษณะ หน้าตา และ รสนิยม เป็นต้น ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“ชอบพาส V 8 ค่ะ มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าแสดงออก และมีพื้นฐานนิสัยส่วนตัวที่ค่อนข้างเหมือนกับตัวเอง จึงทำให้รู้สึกผูกพันกับเค้า เหมือนเค้าเป็นคนในครอบครัวเดียวกันกับเรา “

(สรัญญา จริยกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2548)

“การสร้างจินตนาการ โดยการใช้ผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คน เป็นตัวแทนให้กับผู้ชม ผู้ชมสามารถติดตามเรื่องราวของทุกคนได้ ตามบุคลิกต่างๆ ที่สนใจ ไม่ว่าจะเป็น ฐานะ การงาน อาชีพ อายุ เพศ ลักษณะ หน้าตา รสนิยม เพื่อเป็นตัวแทนของบุคลิกที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนสามารถทำให้จำนวนแฟนรายการเพิ่มมากขึ้น”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

“จริง ๆ คนที่มากัดเลือกก็มีเยอะ แล้วคนที่มากัดถ้าไม่ผ่านเข้ามา เค้าก็ต้องดูเพื่อที่จะพัฒนาตนเอง อีกอย่างก็คือได้เห็นชีวิตจริง ได้รู้นิสัยมากกว่า ส่วนใหญ่ก็จะอยู่ด้วยกันก็จะรู้ว่าคนดีเป็นยังไงนิสัยเป็นยังไง ฉันชอบคนนี้ก็โหวตคนนี้”

(กณิสันท์ ทองสุข, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

2) การปรับเปลี่ยนรูปแบบของคอนเซ็ปต์ จาก “American’s Dream” ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ต้องแข่งขันกันอย่างสุดโต่ง กลายเป็นความเห็นอกเห็นใจ ช่วยเหลือ ห่วงใยและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เน้นการแข่งขันกับตัวเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมคนไทยที่ชอบให้กำลังใจคนที่แพ้ รอคูการพัฒนา และเอาใจเชียร์ มากกว่าจุดขายในแง่วิธีวิจารณ์อย่างในต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อเพื่อนซี้อยู่ในบ้านเดียวกันถูกโหวตออก ทำให้รับรู้ถึงความรู้สึกของเพื่อน ๆ ที่อยู่ในบ้านเดียวกันได้ว่าแต่ละคนมีความรู้สึกอย่างไร บางคนรู้สึกเหงา บางคนร้องไห้ เป็นต้น ซึ่งทำให้รับรู้ว่ามีมนุษย์คนเราต่างคนต่างก็ต้องการมีเพื่อน เมื่อมาอยู่ร่วมกันทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกำลังใจให้กัน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มันคือการสร้างความผูกพันขึ้นโดยไม่รู้ตัว ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ อารมณ์ ความรู้สึก เหล่านี้มันใกล้เคียงกับความเป็นจริงของชีวิตมนุษย์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย

ซึ่งคุณอรุณพล ณ บางช้าง Director of Programming ของ UBC มองว่าประสบการณ์ที่เคยเป็นมาสอนให้รู้ว่ารายการโทรทัศน์ มีความอ่อนไหวในเชิงวัฒนธรรมสูงมาก ดังนั้นควรจะมีการปรับรูปแบบรายการ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“พอถึงปีนี้ เราดูโจทย์ที่เราเห็นมาแล้วอย่าง *Reality* เราเริ่มเอามานำร่องให้คนไทยดูก่อน เพราะฉะนั้นเรื่องของ *Reality TV* ก็อยากจะปรับให้เป็นเรื่องของคนไทยเหมือนกัน ไปคุยกับหลายเจ้า... แต่ว่าก็ไม่รู้สึกรว่าจะมีรายการไหนที่เข้ากับคนไทย เราคิดว่าควรมี *format* ที่ทำให้ไม่น่าจะรู้สึกว่าเป็นฝรั่งจ้า”

(อรุณพล ณ บางช้าง, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2548)

4.1.2 รูปแบบรายการ

ในส่วนที่เป็นแกนหลัก ๆ นั้นไม่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิม เพราะเป็น Format ที่ซื้อมา เริ่มตั้งแต่ “Pop Idol” ประเทศอังกฤษ มาสู่ “America Idol” ในประเทศอเมริกา และ “La Academia” ในประเทศเม็กซิโก จนกระทั่งเข้ามาสู่ประเทศไทย ซึ่งยังคงรากฐานในรูปแบบเดิมไว้ และทำการปรับเปลี่ยนในส่วนที่เนื้อหาของรายการเพื่อให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมของคนไทยสามารถอธิบายได้ดังนี้

รูปแบบรายการ “Academy Fantasia” สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ในส่วนของรูปแบบรายการที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ไม่ว่าจะไปปรากฏที่ประเทศไหนก็ตาม แต่กลับต้องดำรงไว้รักษาไว้ให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งผลจากการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) Format ของรายการ ที่จำเป็นต้องรักษาให้คงอยู่ต่อไป โดยยังคงรูปแบบรายการในส่วนที่เป็น Format หลัก ๆ ซึ่งทุกประเทศที่ซื้อลิขสิทธิ์ไปนั้นจำเป็นต้องรักษาให้คงอยู่ต่อไป แสดงให้เห็นว่า ในส่วนของ Format นั้นมีการถ่ายโยงมาจากประเทศอังกฤษซึ่งเป็นต้นฉบับเดิม มาสู่ประเทศอเมริกา และเม็กซิโก จนมาสู่ประเทศไทย ยังคงใช้ Format เดิมอยู่เช่นกัน ประกอบด้วย

- การคัดเลือกผู้สมัครจากทั่วประเทศ
- คัดเลือกเหลือ 12 คน
- ต้องอยู่ร่วมกันในบ้านเป็นเวลา 9 สัปดาห์
- ใช้ระบบ SMS โหวต
- ต้องจัดเป็นคอนเสิร์ต เพื่อฝึกการแสดงออกต่อหน้าผู้ชม
- ย้ายเวทีในสัปดาห์ที่ 6

ดังกล่าวสัมภาษณ์ของคุณเศรษฐพร กนิษฐานนท์ ที่ว่า “รูปแบบรายการของ *Academy Fantasia* ไม่แตกต่างจาก *La Academia* ที่เป็นต้นฉบับเดิม ในส่วนที่เป็นแกนหลัก ๆ เพราะเป็น Format ที่ซื้อมา แต่จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการบางจุดเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะต้องไม่ไปทำลายโครงสร้างหลักของรูปแบบรายการเดิม”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

2) การคัดเลือกเพลงให้กับผู้เข้าแข่งขัน ในการแสดงคอนเสิร์ตของแต่ละสัปดาห์จะมีการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันออก 1 คนทุก ๆ สัปดาห์ และในแต่ละสัปดาห์ทางเทรนเนอร์จะเป็นผู้กำหนดกำหนดเพลงให้กับผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดเพลงให้กับผู้เข้าแข่งขันนั้นยึดตาม Format เดิม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมมีอารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับการแสดงนั้น ๆ ทั้งนี้ที่ผู้เข้าแข่งขันร้องเพลงผู้ชมสามารถร้องตามได้ รู้สึกสนุกสนาน หรือเรียกอีกอย่างว่า “อินไปกับการแสดง” ดังคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ว่า

“เพลงที่จะนำมาร้องต้องอยู่ในชาร์ต จะชาร์ตปีไหนก็ตาม แต่เพลงที่มาร้องควรจะเป็นเพลงที่อยู่ในชาร์ต ทั้งนี้ที่ร้องออกมาทุกคนรู้จัก ทุกคนร้องตามได้ นั่นคือ Format หลัก ๆ”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

3) การโหวตกลับ แม้ว่ารายการนี้จะสร้างความนิยมให้กับผู้ชมให้ติดตามชมได้ต่อเนื่อง แต่ก็เกิดข้อวิพากษ์วิจารณ์และกลายมาเป็นประเด็นร้อนในไม่กี่สัปดาห์ต่อมา หลังจากที่รายการเปิดโอกาสให้ ผู้ที่ออกจากการแข่งขันไปแล้วสามารถกลับเข้ามาอยู่ในบ้านอคาเดมี่ได้อีกครั้งหนึ่ง โดย

ให้ผู้ชมนั้นเป็นผู้โหวต ซึ่งการโหวตกลับผู้ชมบางกลุ่ม ได้แสดงความคิดเห็นว่า เป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม เหมือนหลอกลวงประชาชน ต้องให้เกียรติคุณ ดูคำสัมภาษณ์ของ คุณอุมาพร แซ่ลิ้ม ที่ว่า

“คิดว่าไม่แฟร์เหมือนกัน เป็นธุรกิจการตลาด สงสารคนที่เค้าอยู่ก่อนแล้วอยู่ ๆ โคน ออกไปอย่างคนที่ได้อยู่ตอนแรกกลายเป็นว่าต้องออกไป แต่คนที่กลับเข้ามาอีก ได้อยู่เหมือนเดิม”

(อุมาพร แซ่ลิ้ม, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

“จริง ๆ เรื่องนี้ข่าวก็ออกเยอะ เหมือนกับว่าหลอกลวงคนดู ก็ดีใจที่บอยได้กลับมาอีกครั้ง แต่ว่าเหมือนกับว่าคนที่อยู่ในบ้านอยู่แล้วก็จะเสียเปรียบ เพราะเค้าก็พยายามที่จะแข่งขัน พยายามที่จะทำให้ตัวเอง ได้ผ่านเข้ามาถึงสัปดาห์สุดท้าย แต่พอคนที่ออกไปได้กลับมาอีกครั้ง ซึ่งเหมือนกับว่าได้กลับมาครั้งเดียว ซึ่งต่อไปถ้าคนที่ออกไปแล้วก็จะไม่มีสิทธิได้กลับมาอีก คนที่อยู่ในบ้านตอนนี้ก็จะเสียเปรียบเพราะว่าถ้าออกแล้วออกเลย แต่คนที่ได้เปรียบก็คือคนที่ถูกออกไปแล้วในตอนแรก”

(นุชจรี แสนสุขใจ, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

“ผมมองว่าเค้าไม่เคารพสิทธิของประชาชน ที่เค้าเชิญคุณออกไปแล้ว มติส่วนใหญ่ คือเชิญคุณออกไปแล้ว คุณก็ต้องยอมรับตอนนี้ แล้วคนที่เหลือผมมองว่าไม่ค่อยแฟร์ ถ้ากลับมารวมกันอีกแล้วโหวตออก โหวตออก อย่างอาทิตย์ที่แล้วว่าผมว่าตัวเล็ก ถ้าเกิดไม่มีสามคนกลับมา ผมว่าตัวเล็กอาจจะเป็นคนอื่นก็ได้ เสียงคะแนนโหวตอาจจะกระจายให้คนอื่นก็ได้ ผมว่ามันไม่แฟร์ แต่ว่าอาจจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของเค้าก็ได้ แต่ว่าประชาชนก็ยังคงยอมรับได้”

(อัจฉริย์ อนาธนะรักษ์, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

ซึ่งผลจากการวิจัย พบว่า การโหวตกลับเข้ามานั้นเป็นรูปแบบเดิมที่มีอยู่ใน Format ซึ่งคุณจามร จิระแพทย์ ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“การโหวตกลับเป็น *Format* เดิมอยู่แล้วเพียงแต่โครงการแรกไม่ได้นำมาใช้ ซึ่งผู้ที่ถูกคัดออกนั้นทีมงานจะพาไปอยู่อีกสถานที่หนึ่ง ที่มีสภาพแวดล้อมที่ปิดเช่นเดียวกับผู้เข้าแข่งขัน งดการติดต่อสื่อสารและรับรู้ข่าวสารจากภายนอก โทรศัพท์จะให้ดูเพียงแค่ช่องสตาร์บูฟวี่ ซึ่งเป็นห้องอย่างเดียว จะไม่มีข่าวสารอย่างอื่นเข้ามา โทรศัพท์มือถือก็ไม่สามารถใช้ได้ จะโทรศัพท์ได้ก็ต่อเมื่อมีการระบุว่าให้คุณโทรออกไปหาใคร หรือใครโทรเข้ามาหาคุณเท่านั้น”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

“ในหลักการของ *Reality* ทั่ว ๆ ไป มันจะมีการเอาออก ไม่เอาออก แล้วก็เอากลับ เข้ามามีทุกรายการ แต่เวลาออกไปถ้าเรา *Design* ว่าจะให้เขากลับมา เราก็จะเอาเขาไปเก็บในสภาพ แวดล้อมที่ปิด ไม่ให้เขาได้รับข่าวสาร ไม่ให้เขาได้รับรู้ว่าจะได้กลับมานะ เขาเพียงแต่รู้ว่าเขาต้อง ร่วมอยู่ในรายการทั้ง 12 สัปดาห์ เขาไม่รู้ว่ายูบีซีจะเอาเขาไปทำอะไร”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

“จริง ๆ แล้วรายการ *La academia* ซึ่งเป็นต้นแบบจากเม็กซิโก เขาก็เป็นแบบนี้เป็น *trick* ที่มีอยู่ใน *bible* อยู่แล้ว เพียงแต่ว่าจะหยิบมาใช้ตอนไหน *season* ไหนเท่านั้นเอง”

(อรรถพล ฌ บางช้าง, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2548)

ส่วนที่ 2 ในส่วนของรูปแบบรายการ “*Academy Fantasia*” ที่ต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับวัฒนธรรมไทย ซึ่งผลจากการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ความเป็นวัยรุ่น ถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของคนไทย เนื่องจากวัยรุ่นนั้นชอบที่จะแสดงออก ดังนั้นการคัดเลือกบทเพลง การร้องเพลงของผู้เข้าแข่งขัน ถือเป็นจุดเด่นของรายการ การคัดเลือกบทเพลงให้กับผู้เข้าแข่งขันรายการ การร้องเพลงของผู้เข้าแข่งขันในแต่ละสัปดาห์ เท่ากับเป็นการสะท้อนการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในปัจจุบัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

2) สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย วัยรุ่นในปัจจุบันยึดค่านิยมและดำเนินวิถีชีวิตตามแบบฉบับของตนเอง โดยดูแบบอย่างจากบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ คลั่งไคล้ ให้ความรัก ความเคารพ นับถือ มาเป็นแบบอย่างในการดำรงชีวิต อาทิเช่น นักการเมือง ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นต้น เนื่องจากเด็กวัยรุ่นกลุ่มนี้มีศักยภาพในการพัฒนาตนเอง ดังนั้นการดำรงชีวิตของผู้เข้าแข่งขันสามารถที่จะทำให้วัยรุ่นในสังคมไทย มีความมั่นใจในตนเองและกล้าแสดงออกเพิ่มมากขึ้น และอยากที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับรายการ จนในที่สุดสามารถที่จะพัฒนาตนเองให้กลายมาเป็นผู้เข้าแข่งขันในปีต่อ ๆ ไปได้

คำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ว่า “วัยรุ่นยุคใหม่มีความกล้า กล้าที่จะแสดง ออกสูง ผมมองว่าวัยรุ่นยุคใหม่ควรได้รับการพัฒนาทางด้านศักยภาพ เด็กไทยส่วนใหญ่จะเอาแบบ อย่างจากบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ ให้ความรัก ความนับถือ ดังนั้นการใช้ผู้เข้าแข่งขันที่เป็นวัยรุ่นเป็น ตัวถ่ายทอดระหว่างรายการกับผู้ชม เหมือนเป็นแรงกระตุ้นให้วัยรุ่นไทยมีความมั่นใจในตัวเอง กล้าคิดและตัดสินใจเองได้ และอยากที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับรายการ”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

“มีแฟนรายการคนหนึ่งชอบอ็อฟ V4 มาก เขาคั่งไคล้ ถึงขนาดมานั่งเฝ้าอยู่ที่หน้าบ้าน อคาเดมี่ทุกวัน ทีมงานของเราก็เข้าไปถาม เขาบอกว่าถึงไม่ได้เข้าไป แค่มานั่งมองก็รู้สึกปลื้มแล้ว ไม่ว่าจะโชว์ตัวที่ไหนเขาจะตามไปทุกที่ สิ่งทีทีมงานของเราสังเกตเห็นแฟนรายการคนนี้นี้พยายามที่จะลอกเลียนแบบบุคลิกตนเองให้เหมือนกับนายอ็อฟ เช่น การแต่งกาย ทรงผม”

(อรรถพล ณ บางช้าง, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2548)

3) สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นตัวของตัวเอง การใช้วัยรุ่นเป็นตัวดำเนิน แสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวของตัวเอง เนื่องจากบทเพลงที่คัดเลือกให้กับผู้เข้าแข่งขันนั้น ผู้เข้าแข่งขันสามารถถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกที่เป็นตัวของตนเอง ซึ่งการร้องเพลงของผู้เข้าแข่งขัน แสดงให้เห็นถึงความกล้าแสดงออก กล้าคิด กล้าทำ จึงทำให้กลายเป็นจุดสนใจของผู้ชม ทำให้ ผู้ชมอยากค้นหาอยากติดตามถึงพฤติกรรมการแสดงออกของวัยรุ่น สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้ชมคล้อยตามมีอารมณ์และความรู้สึกร่วมได้ และถ้าผู้เข้าแข่งขันรายการคนใดสามารถเอาชนะใจคนดูได้ บุคคลนั้นก็กลายเป็นขวัญใจของผู้ชมไปในทันที ซึ่งถือเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้เข้าถึงผู้ชมได้ง่าย

คุณธนสิริ จิรายุวัฒนา ฝ่ายสนับสนุนรายการ ให้สัมภาษณ์ว่า “จุดเด่นของรายการคือ พฤติกรรมการแสดงออกการแสดงตัวตนของวัยรุ่นปัจจุบันรวมทั้งเทรนเนอร์ที่เข้าไปสอนด้วยการมี Class แต่ละ Class ทำให้คนดูติดตาม เพราะว่าคนดูไม่เคยรู้มาก่อนเลยว่า การจะเป็นนักร้องนักแสดงซักคน เขามีอะไรที่ต้องพัฒนาบ้าง พัฒนามดไม่ว่าจะเป็นการอยู่ร่วมกับผู้อื่น มารยาทในการเข้าสังคม พัฒนบุคลิกภาพ”

(ธนสิริ จิรายุวัฒนา, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2548)

4) Theme เพลงที่นำเสนอในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งทีมงานจะเป็นคนคิดว่าในแต่ละสัปดาห์จะนำเอาเพลงประเภทไหนมาขับร้อง เช่น ลูกทุ่ง เพลงรักชาติ เนื่องจากคนไทยมีนิสัยเบื่อง่าย ไม่ชอบอะไรที่ซ้ำๆ หากจำเจ ชอบความท้าทาย มีความอดทน และมีความพยายาม ดังนั้นทีมงานจึงต้องคิด Theme เพลงให้มีความหลากหลายในแต่ละสัปดาห์ เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงความสามารถและความพยายามของผู้เข้าแข่งขัน และเป็นกำลังใจให้กับผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองนั้น ชื่นชอบ อีกทั้งยังเป็นเหมือนการแสดงเพื่อสร้างความบันเทิง จึงทำให้รายการนี้มีความน่าสนใจและน่าติดตาม ดังที่คุณเศรษฐพร กนิษฐานนท์ ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“บางทีอาจจะได้เพลงไม่ถนัดเลย เขาก็ต้องพยายามตะเกียกตะกายผ่าน Assignment นั้นไปให้ได้ วันนี้ อาทิตย์นี้ คนนี้อาจจะได้เพลงยากไม่ แต่ถ้าเขาได้อยู่ต่อถึงอาทิตย์หน้า เขาก็อาจจะได้เพลงที่ถนัด เพลงที่ง่าย มันก็จะสลับกันไป ได้เพลงภาษาอังกฤษซึ่งเกิดมาชาตินี้

ไม่เคยร้องเลยก็ต้องร้องให้ได้ มันก็เป็นอีก Assignment หนึ่งที่ทำให้เกิด Drama ในบ้าน ทำให้คน
 คิดตามเอาใจช่วย”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

5) การใช้กล้องจับภาพผู้เข้าแข่งขันตลอด 24 ชั่วโมง การทำให้ผู้ชมได้อยู่กับรายการ
 ตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง ด้วยการใช้กล้องวิดีโอจับภาพผู้เข้าแข่งขันเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงพฤติกรรม
 ลักษณะนิสัยที่แท้จริงของผู้เข้าแข่งขันถ่ายทอดผ่านทางเคเบิลทีวี จากเดิมที่มีเพียง 48 ตัว เมื่อมาถึง
 ประเทศไทยกลายเป็น 60 ตัว ดังคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ว่า

“ที่เม็กซิโกมีกล้อง 48 ตัวก็ว่าเยอะแล้ว ของเราก็กะติดแค่ 50 ตัว แต่เอาไม่อยู่ เอ๊ะ
 มุมนี้ยังไม่มี 55 ตัวละกัน ก็ไม่ได้อีก พอเป็น 60 ตัว ก็โอเค จบไม่เงินจะหยุดไม่ได้ ใช้เวลาติดก็
 ประมาณ 2-3 อาทิตย์”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

จากคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการรับชมรายการ
 โทรทัศน์ของคนไทย สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ด้วยนิสัยของคนไทย เป็นคนช่างสังเกต อยากรู้อยากเห็น โดยเฉพาะเรื่องของผู้อื่น
 และคนไทยชอบเก็บรายละเอียดทุกซอกทุกมุม จึงทำให้รายการนี้ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่าง
 ท่วมท้น เพราะด้วยวิธีการนำเสนอรายการโดยการตามติดวิถีชีวิตประจำวันของ นักแสดงตลอด
 หรือเกือบตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นการนำเสนอรายการที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับนัก
 แสดงหรือรายการนั้น ๆ ให้ผู้ชมได้เห็นพฤติกรรมกันสด ๆ โดยใช้กล้องจับภาพที่ ผู้เข้าแข่งขัน ไม่
 ว่าผู้เข้าแข่งขันจะทำอะไร ผู้ชมสามารถที่จะรับรู้ได้หมด ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่ใช้ชีวิตร่วมกับผู้
 อื่น การฝึกปฏิบัติจากการร้องเพลง การแสดงนิสัยที่เป็นตัวของตัวเองออกมาเมื่ออยู่เบื้องหลังจาก
 ถ่ายทอดสด เป็นจุดหนึ่งที่จะทำให้ผู้ชมนั้นเกิดรักหรือเกลียด

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ว่า “การที่เราออกอากาศให้ชมตลอด 24
 ชั่วโมง ซึ่งผู้ชมสามารถเห็นพฤติกรรมของนักล่าฝันทั้ง 12 คน ได้ตลอดทุกอิริยาบถ ได้รู้จักนิสัยที่
 แท้จริงของแต่ละคน โดยเฉพาะคนที่ตนเองชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ ตรงนี้ผมคิดว่าเป็นจุดดึงดูดที่จะ
 ทำให้ผู้ชมนั้นรักหรือเกลียด มันเหมือนเป็นการเฝ้าดูพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ
 และไม่ชอบ ซึ่งมันสามารถที่จะทำให้ผู้ชมหรือแฟนคลับนั้นรับรู้และตอบสนองได้ในทันที”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

“การโชว์ชีวิตจริง โชว์ตัวตนอย่างไม่ปิดบัง ผู้ชมเป็นคนเห็นเองกับตา ไม่มีการตัดต่อ ผู้คนเห็นในสิ่งที่ไม่เคยเห็น สิ่งที่น่าอัศจรรย์การอื่นๆ พยายามปิดไว้เพื่อให้ได้ภาพที่ต้องการ เลยกกลายเป็นความโดนใจของผู้คน”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์ , สัมภาษณ์ 18 มกราคม 2549)

2) วัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันในแบบสังคมไทย ที่มีการทะเลาะ มีการนิทา มีความไม่ชอบใจ มีโกรธ มีคินดี มีนิทากัน รวมทั้งความสัมพันธ์แบบศิษย์กับครู ที่คนดูเห็นแล้วโดนใจเหมือนได้เห็นตัวเองในทีวี ทุกคนสามารถจับจ้องผ่านจอโทรทัศน์ มองเห็นอากัปกิริยาทุกซอกมุมชีวิต ของเหล่านักปฏิบัติการล่าฝันได้ สามารถสอดส่องเข้าไปในตัวตนของแต่ละคนทะลุเข้าไปถึงแก่นในจิตใจ เห็นถึงทุกข์ สุข และรอยยิ้มบนคราบน้ำตาที่เจ้จ้องโอบหน้าทีใสซื่อ บริสุทธ์ของเหล่านักล่าฝันได้เสมือนว่าแฟนรายการทุกคนได้นั่งอยู่ในบ้านเดียวกันกับเหล่านักล่าฝัน ดังคำสัมภาษณ์ของคุณองอาจ ประภาภมล ที่ว่า

“แฟน ๆ ที่จับจ้องอยู่หน้าจอแก้ว จะสัมผัสได้ถึงความพยายามด้วยขนาดของหัวใจของแต่ละคนที่ยิ่งใหญ่เกินวัย ภาพลักษณ์ที่ฝังแน่นก่อนเดินเข้ามาใน Academy ค่อยๆ ถูกเหล่าอาจารย์ละลายพฤติกรรมเดิม ด้วยการถ่ายทอดวิชาการแสดง ร้องเพลง การเต้น จนก่อเกิดเป็นพฤติกรรมใหม่ที่ดูน่ารัก น่าขบขัน ได้ความรู้สึกเหมือนกับผู้ชมทางบ้านได้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมไปกับพวกเขาด้วย”

(องอาจ ประภาภมล, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2549)

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า จากการใช้กล้องจำนวน 60 ตัวในการบันทึกภาพของผู้เข้าแข่งขันตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งการนำเสนอความจริงที่ไม่มีการเขียนบท หรือการกำหนดการกระทำของตัวละครไว้ล่วงหน้า ผู้ชมจึงกำหนดบทบาทของตัวละครแต่ละตัว (ผู้เข้าแข่งขันรายการ) ตามมิติทางจิตวิทยาและประสบการณ์ที่ตัวเองมีให้เหมาะสมกับสิ่งที่ได้นำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ได้ ดังนั้นผู้เข้าแข่งขันจึงเป็นเสมือนจุดดึงดูดให้ผู้ชมคล้อยตาม เกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วมกับรายการได้ ดังคำสัมภาษณ์ของคุณองอาจ ประภาภมล ที่ว่า

“นักล่าฝัน เป็นบุคคลที่สามารถสร้างแรงจูงใจ จูงอารมณ์ และความรู้สึกของกลุ่มแฟน ๆ ให้เกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับสถานการณ์นั้นได้เป็นอย่างดี ประกอบกับการนำกล้องมาติดไว้ภายในห้องต่าง ๆ ที่นักล่าฝันใช้ทำกิจกรรมกันตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่านักล่าฝันจะทำอะไรกลุ่ม

แฟน ๆ ก็จะสามารถเห็นได้ มันยังทำให้เกิดกระตุ้น และสร้างความผูกพันให้กับผู้เข้าแข่งขัน (นักร้อง) กับกลุ่มแฟน ๆ ของตนเองไปโดยปริยาย”

(องอาจ ประภาภมร, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2548)

“หลายคนเริ่มสนุกก็ตอนที่ได้รู้จักชื่อเสียงเรียงนาม เริ่มรู้จักนิสัยใจคอคร่าว ๆ ของแต่ละคน เริ่มเห็นฝีมือในการเล่นและการแสดงของพวกเขามากขึ้น เริ่มเห็นพัฒนาการของแต่ละคน รวมทั้งเริ่มยกให้หนึ่งใน 12 ของนักร้องเป็นฮีโร่ของตัวเอง จากการใช้กล้องกว่า 60 ตัวในการบันทึกภาพกิจกรรมต่างของเหล่านักร้องรวมทั้งการแสดงคอนเสิร์ตบนเวทีทุก ๆ ค่าคืนวันเสาร์ “

(วงศ์วรินทร์ ชินเลิศทอง , สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2548)

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้เข้าแข่งขัน นอกเหนือจากความสามารถทางด้านการเล่นแล้ว สิ่งที่เทรนเนอร์จะต้องสอนควบคู่กันไปก็คือ ความสามารถในการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับคนอื่นได้ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งได้ถ่ายทอดออกไปในเนื้อหา ทำให้คนดูนอกเหนือจากการรับรู้เทคนิคในการเล่นที่ถูกต้อง ได้รับความเพลิดเพลินแล้วยังได้เห็นแง่คิด และมุมมองชีวิตของคนว่าแต่ละคน มีความเป็นอยู่ที่ต่างคนต่างที่กันเมื่อมาอยู่ร่วมกันมีวิธีการปรับตัวเข้าหากันอย่างไร ซึ่งการนำเสนอความจริงแบบรายการ Reality TV ที่ไม่มีการเขียนบทหรือกำหนดตัวละครไว้ล่วงหน้านั้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมที่จะกำหนด “พระเอก และ นางเอก” ที่ตนเองคลั่งไคล้ และเป็นชื่นชอบ ให้กลายเป็นขวัญใจของตนเอง ดังคำสัมภาษณ์ของคุณองอาจ ประภาภมร ที่ว่า

“การที่ให้ผู้ชมได้เป็นคนตัดสินใจว่าจะให้ใครได้อยู่ในบ้านต่อไปนั้น ผมมองว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วม เมื่อผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมยิ่งทำให้รายการนี้กลายเป็นที่สนใจ ทำให้หลายคนอยากติดตาม “

(องอาจ ประภาภมร, สัมภาษณ์ 12 มกราคม 2549)

“ผู้ชมแต่ละคนจะมี “พระเอก – นางเอก” ตามการรับรู้ที่ผ่านของตัวเอง จนนำไปสู่ศิริกริของความหลงใหล หรือ “ติด” ต่อการเสพพฤติกรรมของคนเหล่านั้น นำไปสู่ความเป็นแฟนคลับ”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

3) ผู้เข้าแข่งขันรายการ เน้นที่กลุ่มของเด็กวัยรุ่น (Teenage) ที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 27 ปี เนื่องจากเด็ก ๆ กลุ่มนี้มีศักยภาพในการพัฒนาตนเอง มีความมั่นใจในตนเองสูง มีความกล้าแสดง

ออก การใช้ผู้เข้าแข่งขันที่เป็นวัยรุ่นจะสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีของสังคม เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับวัยรุ่นรุ่นต่อ ๆ ไป ให้เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบในทางที่ดีได้

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณเศรษฐพร กนิษฐานนท์ ที่ว่า “ผู้ที่เข้ามาแข่งขันในรายการ เราจะเน้นที่กลุ่มของวัยรุ่น เป็น Teenage เป็นหลัก เนื่องจากเด็กกลุ่มนี้มีความมั่นใจในตนเอง ความกล้า มีศักยภาพในการพัฒนาตนเอง บุคคลที่จะผ่านเข้ารอบนั้นจะต้องมีอะไร สักอย่างหนึ่งให้ที่แสดงให้เห็นที่เด่นออกมามากกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งตรงนี้ผมมองว่ามันเป็นการกระตุ้นให้เด็กวัยรุ่นเกิดความอยากรู้อยากลอง อยากเข้ามาค้นหาอยากเข้ามามีส่วนร่วม “

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

คุณอรรถพล ณ บางช้าง Director of Programming ของ UBC ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “รายการเป็นตัวทำให้คนรู้จัก นักร้องเป็นตัวละครสีสัน เป็นจุดดึงดูดผู้ชม เพราะเมื่อคนรู้จักรายการก็อยากจะดูอีก ในขณะที่ผู้เข้าแข่งขันที่จบไปในปีแรก จะเป็นแม่เหล็กดูให้คนมาดูยูบีซีเป็นแบบอย่างให้กับสังคมไทย จากการทำที่กลายเป็นศิลปินในสังกัด เป็นนักร้อง นักแสดง พิธีกร ต่อเนื่องเป็นลูกโซ่”

(อรรถพล ณ บางช้าง, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2548)

4) กิจกรรมของผู้เข้าแข่งขัน เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมสนใจ ซึ่งกิจกรรมที่ถูกคัดสรรนั้นจำเป็นจะต้องถูกทดลองมาแล้ว เพื่อให้แต่ละคนแสดงอารมณ์ต่าง ๆ กัน เรียบลลิตีทีวีเป็นรายการที่ต้องควบคุมปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขัน จำกัดพื้นที่ของผู้เข้าแข่งขันไว้ในบริเวณหนึ่งที่เสมือนให้อิสระ แต่กักขังด้วยกิลเลสและความต้องการเป็นผู้ชนะจากผลรางวัลขนาดใหญ่ที่มอบให้กับผู้ที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าวได้เป็นคนสุดท้าย

เกมการแข่งขันจึงเข้มข้นมากในสัปดาห์สุดท้าย ตลอดจนการบังคับให้หลีกเลี่ยงออกจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลกส่วนตัว ที่ไม่ผ่านการปฏิสัมพันธ์บุคคลอื่น เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง อ่านหนังสือ เขียนหนังสือ สังเกตได้ว่า สัมภาษณ์จะถูกจำกัด และการสื่อสารภายนอกก็ถูกกำหนดทั้งหมด ซึ่งไคลแมกซ์ของรายการอย่าง Academy Fantasia ที่เอาคนมาอยู่ร่วมกัน 24 ชั่วโมง แต่มีช่วงเร้าอารมณ์สูงสุดที่กิจกรรมการแข่งขันร้องเพลง ประเด็นสำคัญคือ กิจกรรมที่คัดเลือกมาทั้งการแข่งขัน และโจทย์ต่างๆ มุ่งเน้นเพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกแบบละคร เช่น ท้อแท้ ผิดหวัง ชนะ เสรี โศก ทะเลาะเบาะแว้ง ควบคู่ไปกับการหาผู้ชนะเลิศภายในข้อกำหนดของการแข่งขัน

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ว่า “การเอาคนที่ ต่างบุคลิก ต่างจุดเด่น ต่างจุดด้อย ต่างอายุ ต่างการเลี้ยงดู ต่างความเป็นอยู่ ต่างพ่อ ต่างแม่ มาอยู่ด้วยกัน 2 เดือนในบ้าน

หลังหนึ่ง ห้ามไปไหน ห้ามติดต่อสื่อสารกับโลกภายนอก โดยพวกเขามีหน้าที่เพียงอย่างเดียว นั่นคือ การเรียน ฝึกซ้อม และติโจทย์การแสดงในแต่ละสัปดาห์ให้แตก เพื่อที่จะได้ออกไปโชว์สดบนเวที ทุกคืนวันเสาร์ และลุ้นว่าตัวเองจะอยู่รอดในสัปดาห์ต่อไปหรือไม่ มันกลับทำให้หลายคนเริ่มติด โดยเฉพาะในช่วงของการแข่งขัน เป็นช่วงเวลาที่สามารทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้มากที่สุด”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

5) ฉาก (Sence) คือ สถานที่ที่นักแสดงใช้ทำกิจกรรมต่าง ๆ กัน องค์ประกอบของฉากหลักของรายการ “Academy Fantasia” นั้น ถูกกำหนดให้มีกล้องจับภาพจำนวนรวม 60 ตัว แบ่งออกเป็น 5 ฉากด้วยกัน ดังภาพ



ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงมุมต่างที่ใช้กล้องคอยจับภาพ

5 ฉากหลัก ๆ ที่ใช้กล้องจำนวนกว่า 60 ตัว คอยจับภาพการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการฝึกซ้อมร้องเพลง ฝึกซ้อมทำเต้น ฝึกซ้อมการแสดงทุกๆ วัน ของเหล่านักล่าฝัน นอกจากผู้ชมจะเห็นภาพการทำกิจกรรมของเหล่านักล่าฝันแล้ว ยังสามารถที่เห็นพฤติกรรมต่างๆ ของเหล่านักล่าฝัน เช่น การปรับตัวเพื่อให้เข้ากับคนอื่นได้ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นต้น ด้วยความที่เป็นรายการสด จึงทำให้ผู้ชมนั้นเห็นถึงวิถีการดำรงชีวิต การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคม ได้เกือบตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งการออกอากาศสดตลอด 24 ชั่วโมงนั้น สะท้อนให้เห็นถึงการถูกล่าเข้าไปในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว จากการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็น

พื้นที่สาธารณะนั้น ทำให้ผู้ชมสามารถเห็นปฏิริยาของผู้เข้าแข่งขันได้ทุกอิริยาบถ ตั้งแต่ต้นนอน ตอนเช้าจนกระทั่งผู้เข้าแข่งขันนอน แม้แต่สถานการณ์บางอย่างที่ไม่ได้ตั้งใจ เช่น ลืมปิดไมค์ขณะที่ ทำภารกิจส่วนตัวอยู่ ดังคำสัมภาษณ์ของคุณองอาจ ประภาคมล ที่ว่า

“ด้วยความสดทำให้สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นกว่าปกติ “บางครั้งเสียง แปลกๆ จะเข้ามาบ่อย *identify* ไม่ได้ เช่น อยู่ๆ มีเสียงจ๊อกๆ เข้ามา เอ๊ะเสียงอะไร หากันอยู่ตั้งนาน ปรากฏว่าเป็นเสียงปัสสาวะของน้องคนหนึ่ง เข้าห้องน้ำแล้วลืมปิดไมค์ ก็เป็นเรื่องขำ ๆ กันไป”

(สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2549)

“จะให้เห็นไม่ได้เลยว่าที่ไหนมีกล้องบ้าง ยกเว้นบริเวณห้องน้ำ ถ้าติดไว้ตรงไหน จะบอกเด็ก ๆ ให้ระวังตัวไว้จะได้ไม่ไป”

(วิชัย เจริญวงศ์สัตย์, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2548)

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ผลิตได้พยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบของรายการให้ เหมาะสมและเข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยให้มากที่สุด โดยได้ทำการคัดเลือกผู้สมัครจากทั่ว ประเทศให้เหลือเพียง 12 คน เพื่อเข้าสู่การฝึกฝนในสถาบันการแสดงจำลอง ด้วยภารกิจที่เริ่มต้น ตั้งแต่การฝึกฝน ทั้งทางด้านการแสดง ร้องเพลง และเต้นรำ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งผู้ชมจะ ได้สัมผัสกับชีวิตและการฝึกฝนของผู้เข้าแข่งขันทุกสัปดาห์ ผ่านกล้องโทรทัศน์กว่า 60 ตัว โดย นิสัยของคนไทยชอบอยากรู้ อยากเห็นจึงทำให้กล้องเข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยไปโดยปริยาย

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณรัชชล เอื้อศิริพันธ์ หนึ่งในกลุ่มของแฟนคลับที่ติดตาม รายการนี้มาตลอดให้เหตุผลว่า

“การใช้กล้องจับภาพให้เราดูได้ตลอดเวลา นั้น จะทำให้เราจะได้ว่าเค้าทำอะไรอยู่ เป็นคนอย่างไร ได้เห็นพัฒนาการว่าคนคนนี้ปกติชีวิตประจำวันเค้าเป็นอย่างไร มันก็เป็นส่วนหนึ่ง ที่จะช่วยดึงความสนใจในการเลือกโหวตให้แต่ละคนด้วย”

(รัชชล เอื้อศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

“ผมมองว่า สิ่งที่ทุกคนสนใจก็คือการร้อง การเต้น ผมว่าธรรมชาติของมนุษย์ ชอบที่จะดูในสิ่งที่ไม่ควรเปิดเผยเท่าไร แต่ตรงนี้นำมาให้ดู นำมาผสมกันทั้งสองอย่าง มันเลย ทำให้น่าสนใจ”

(อาทิตย์ ก่อเกิดพาณิชย์, สัมภาษณ์, 24 กันยายน 2548)

ด้วยธรรมชาติของมนุษย์ที่อยากรู้อยากเห็นเรื่องของผู้อื่น ดังนั้นการเปิดเผยมุมมองตัวคนที่แท้จริงของผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนจึงทำให้ผู้ชมสนใจ ทำให้ทางทีมงานต้องมีการซ่อนกล้อง โดยไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันรู้ตัว เพื่อลดความกังวลและต้องการให้ผู้เข้าแข่งขันนั้นแสดงความเป็นของตัวเองออกมาให้มากที่สุดดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“ทางทีมงานต้องมีการซ่อนกล้องไว้โดยที่ไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันรู้ตัว เพื่อไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันเกรง และผู้ชมเองก็จะได้เห็นถึงตัวตนที่แท้จริงของผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนว่าเป็นอย่างไรกันบ้าง”

(องอาจ ปรากฏมล ,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2549)

แต่ในทางตรงกันข้ามผู้ที่ถูกซ่อนมอง (ผู้เข้าแข่งขันรายการ) อาจไม่ต้องการที่จะเป็นผู้ถูกซ่อนมอง เนื่องจากทำให้สูญเสียความเป็นตัวของตัวเองรู้สึกอึดอัด และไม่ต้องการเปิดเผยตัวเองในบางสิ่งบางอย่าง และในบางเวลาอยากที่จะมีมุมที่เป็นส่วนตัวบ้าง ดังคำสัมภาษณ์ของคุณ จามร จิระแพทย์ ที่ว่า

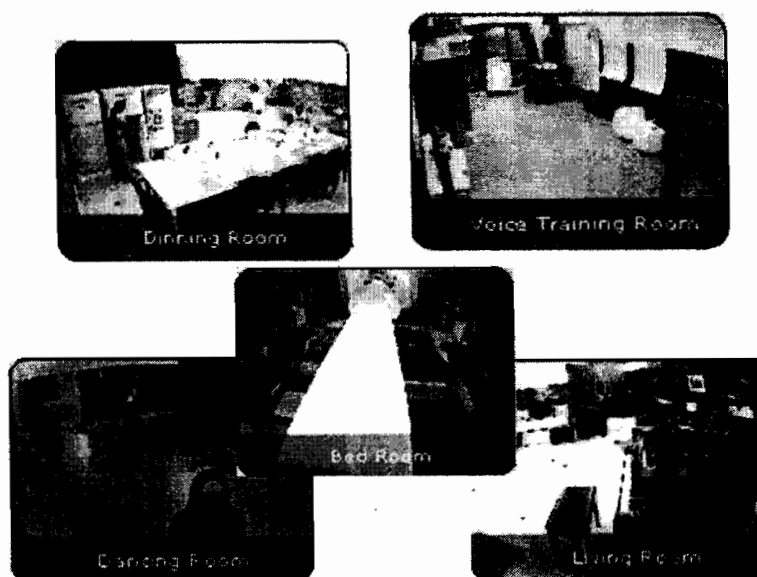
“บางครั้งผู้เข้าแข่งขันเองก็อยากมีมุมที่เป็นส่วนตัว อยากอยู่คนเดียว ไม่อยากให้แฟน ๆ ที่ชื่นชอบตนเองได้เห็น อยากปลดปล่อยอารมณ์ แต่เมื่อมีกล้องมากอยจับภาพผู้เข้าแข่งขันก็จะเริ่มรู้สึกเกร็ง และไม่เป็นตัวของตัวเอง ผู้เข้าแข่งขันรู้สึก อึดอัด แต่คนดูกลับชอบที่ได้เห็นมุมต่าง ๆ ของผู้เข้าแข่งขัน ผมมองว่าคงเป็นเพราะด้วยนิสัยของคนไทย”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

“แม้ว่าพี่จะชอบรายการนี้นะ แต่ถ้าฉากไหน สถานการณ์ไหนไม่เหมาะสมพี่ก็จะไม่ดู เหมือนเราให้เกียรติเค้านะ เพราะว่าบางทีคนเราก็ต้องอยากที่จะมีมุมที่เป็นส่วนตัวบ้าง “

(ปฐมภูมิ พุทธรักษา, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2548)

ฉากแต่ละฉากแสดงให้เห็นว่าการแอบมองจ้องดูพฤติกรรมต่าง ๆ ของเหล่านักล่าฝันนั้น การมีกิจกรรมที่น่าสนใจ ดูแล้วเข้าใจง่าย สามารถสื่อถึงความรัก ความห่วงใย ความเกลียดชัง ความรุนแรงให้กับผู้ชมได้ อีกทั้งรายการนี้ยังโชว์ความเป็นไทย โชว์ความไม่จำกัด โชว์ความจริง การให้ผู้ชมได้เห็นผู้เข้าแข่งขันตลอดเวลารวมทั้งสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ผู้ชมสามารถติดตามเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ จึงทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วม และทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าคุณเองสามารถเข้าถึงตัวรายการได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งแต่ละฉากสามารถอธิบายได้ดังนี้



ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงมุมต่างๆ ที่ใช้กล้องจำนวน 60 ตัวในการจับนักร้องทั้งหมด 12 คน

6) ฉากห้องร้องเพลง (Voice Training Room) เป็นห้องที่เหล่านักร้องใช้เรียนร้องเพลง หรือบางทีก็เข้าไปนั่งเล่นดนตรีกัน เพราะห้องนี้ทางทีมงานได้เซ็ทให้เป็นเหมือนห้องซ้อมดนตรีที่มีเครื่องซ้อมดนตรีครบ ซึ่งจะมีครูมาคอยฝึกซ้อมให้ ต่างคนต่างฝึกซ้อม มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บางคนมีการให้คำแนะนำช่วยเพื่อน มีเทคนิคอะไรก็สอน อย่างการร้องเพลงคู่บางคนก็ไม่รู้ว่าโค๊ดเด่นหรือเก่งไปคนเดียวโดยไม่สนใจเพื่อน แต่จะต้องร้องไปพร้อม ๆ กัน บางคนมีการยอมรับฟังความคิดเห็น บางคนไม่ยอมรับฟัง

7) ฉากห้องนอน (Bed Room) บางคนเหนื่อยจากการซ้อมก็จะนอนเลย บางคนก็จะเขียนไดอารี่มีชีวิตส่วนตัว บางคนก็นอนคุยกันในเรื่องของการซ้อมร้องเพลง บางคนก็ระบายถึงความรู้สึกในการซ้อมร้องเพลง เช่น รู้สึกเครียด กลัวว่าจะทำได้ไม่ดีเพราะเพลงที่ได้รับนั้นตนเองไม่ถนัดเท่าที่ควร ทำให้รับรู้ว่ามีจำเป็นจะต้องฝึกซ้อมตลอดเวลา บางคนที่ไม่ถนัดเพลงที่ได้รับมอบหมายก็จะจดจ่อและมีสมาธิอยู่กับสิ่ง ๆ นั้นสิ่งเดียว เพื่อที่จะให้ผลงานออกมาดีที่สุด แม้ว่าจะต้องเหนื่อยกว่าคนอื่นก็ยอมเพื่อให้ฝันของตนเองเป็นจริง ซึ่งฉากห้องนอนส่วนใหญ่จะชอบคุยเรื่องส่วนตัว เรื่องความรัก ความรู้สึก

8) ฉากห้องรับประทานอาหาร (Dinning Room) และ ฉากห้องนั่งเล่น (Living Room) เป็นห้องที่ใช้สำหรับพักผ่อน เวลามีปัญหา ก็จะมานั่งคุยกัน ปรับทุกข์กัน บางคนเล่นดนตรีบ้าง บางคนร้องเพลงสนุกสนานเฮฮา เป็นห้องที่ให้ผ่อนคลายความเครียด และปลดปล่อยอารมณ์ต่างๆ

9) ฉากห้องซ้อมเต้น (Dancing Room) ห้อง Dance ใช้สำหรับเต้นอย่างเคียว และใช้เรียน Acting เป็นส่วนใหญ่ เมื่อเทรนเนอร์เลิกสอนแล้ว เหล่านักล่าฝันก็จะไปซ้อมร้องเพลง ซึ่งเป็นเพลงที่ได้รับมอบหมายของแต่ละคน

10) สระว่ายน้ำ (Swimming Pool) เป็นที่ที่ถึงจุดที่มันอัดอั้นกันจริง ๆ ก็จะใช้เป็นที่ปลดปล่อยอารมณ์ ปรับทุกข์กัน นั่งร้องไห้ มีปาร์ตี้ริมสระในวันอาทิตย์

ส่วนเวทีคอนเสิร์ต เป็นที่ที่ทุกคนใช้แสดงความสามารถของตนเอง บางคนได้รับเพลงที่ไม่ถนัดแต่เขาก็สามารถทำให้ดี บางคนทำได้ไม่ค่อยดีแสดงออกชัดเจนว่าไม่ชอบเพลงแนวนี้เป็นฉากที่มีทั้งความสุข และความเศร้าอยู่ร่วมกัน

อีกทั้งการที่ผู้เข้าร่วมแข่งขันในรายการประเภทนี้ ไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่รู้จักของสังคม ก็สามารถที่จะโด่งดังได้ ซึ่งการเป็นบุคคลธรรมดาเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงผู้เข้าแข่งขันได้ง่าย ผู้ชมนั้นยังสามารถที่จะสัมผัสและมีปฏิริยาโต้ตอบและตอบสนองได้โดยตรงกับสื่อและผู้เข้าร่วมแข่งขัน โดยการออกอากาศให้ชมกันตลอด 24 ชั่วโมง และติดกล้องจำนวนกว่า 60 ตัว ในการบันทึกภาพการใช้ชีวิตภายในบ้านของผู้เข้าร่วมแข่งขัน ทำให้ผู้ชมสามารถจับจ้องมองดูและรับรู้ถึงอุปนิสัยของผู้เข้าร่วมแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบและผู้เข้าร่วมแข่งขันที่ตนเองไม่ชื่นชอบว่ามีพฤติกรรมอย่างไร จึงทำให้เป็นที่ชื่นชอบของคนไทย ซึ่งในแต่ละสัปดาห์จะมีการปรับเปลี่ยนมุมมองเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพของผู้เข้าร่วมแข่งขันในหลาย ๆ มุม และเพื่อความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจ เนื่องจากคนไทยมีนิสัยเบื่อง่าย และไม่ชอบอะไรที่ซ้ำซากจำเจ

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณจามร จิระแพทย์ ที่ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ทุก ๆ สัปดาห์เราจะมีการปรับเปลี่ยนมุมมอง เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจ เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่าย”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

“แต่ละ zone จะมีกล้องทั้งสิ้น 60 ตัว (เป็นกล้องที่ใช้สำหรับรายการ Reality Show โดยเฉพาะ ฟัง chip ข้างใน มีความแข็งแรง ทนทาน และภาพจากกล้องค่อนข้างคมชัด) คอยจับภาพความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา และจะเปลี่ยนมุมมองทุกอาทิตย์เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่”

(วงศ์วริน ชินเลี่ยมทอง , สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2548)

พอสรุปได้ว่า ด้วยรูปแบบเนื้อหารายการที่เข้าไปลูกล่าฝันที่เป็นส่วนตัวของแต่ละบุคคล ให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะจึงทำให้รูปแบบรายการนี้เป็นที่น่าสนใจ ได้รับความสนใจ

จากแฟนรายการ ทั้งนี้รูปแบบรายการยังช่วยนำพามนุษย์ที่อยู่ในสังคมที่สลับซับซ้อน ให้กลับคืนสู่สภาพสังคมดั้งเดิมรูปแบบเดิมได้ที่จะต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีการแบ่งงานกันทำเพื่อการดำรงชีวิต สังคมเล็ก ๆ ในบ้านจึงความสำคัญมากที่สุดต่อการอยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คน ที่ต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเดียวกันเป็นเวลากว่า 2 เดือน ซึ่งถูกตัดขาดจากสังคมภายนอกอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นมีเพียงการสื่อสารเดียวที่เกิดขึ้นในบ้าน นั่นคือ การสื่อสารระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง ผู้ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนมนุษย์ได้ดีที่สุดก็สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขที่สุดและสามารถเอาชนะใจผู้ชมได้

การได้เห็นรายละเอียดในชีวิตของคนอื่นทั้งในด้านดีและด้านร้าย การได้เห็นทุกอย่างที่ไม่มีการเขียนบทกำกับจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้รายการนี้ ได้รับความนิยมนอย่างมากจากผู้ชม ดังที่ Denzin (1991) กล่าวว่า “ผู้แอบมองจึงจะเป็นผู้มองเพื่อค้นหาความเป็นจริงที่ถูกซุกซ่อนเอาไว้ และพยายามค้นหาความจริงที่ถูกปิดบังอยู่ มองเห็นสิ่งที่คนอื่นไม่สามารถมองเห็น และมักจะได้มองเห็นสิ่งที่ผู้อื่นไม่ต้องการให้มองอยู่เสมอ”

ผลจากการวิจัยข้างต้นทั้งจากการสัมภาษณ์ (Interview) และการวิเคราะห์รูปแบบรายการ (Textual Analysis) รวมทั้งการสังเกตจากการลงพื้นที่จริง (ภาคสนาม) และการศึกษาข้อมูลซึ่งสามารถสรุปให้เห็นถึงความเหมือนกัน และความแตกต่างกันของรูปแบบรายการที่เป็นต้นฉบับเดิม โดยมีวิธีการถ่ายโยงรายการจากทวีปหนึ่งมาสู่ทวีปหนึ่งมาสู่อีกทวีปหนึ่งจนข้ามมาสู่ประเทศไทยได้ ดังตารางการเปรียบเทียบรูปแบบรายการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงการถ่ายโยงรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการและเนื้อหาที่ยังคงรูปแบบเดิม (Original)	รูปแบบรายการและเนื้อหาที่ปรับเปลี่ยน (Variation)
<p>1. รูปแบบ Format ของรายการ ประกอบด้วย</p> <p>1.1 การคัดเลือกผู้สมัครจากทั่วประเทศ</p> <p>1.2 คัดเลือกเหลือเพียง 12 คน</p> <p>1.3 ต้องอยู่ร่วมกันในบ้านเป็นเวลา 9 สัปดาห์</p> <p>1.4 ใช้ระบบ SMS โหวต</p> <p>1.5 ต้องจัดเป็นเวทีคอนเสิร์ต</p> <p>1.6 ย้ายเวทีในสัปดาห์ที่ 6</p> <p>2. การคัดเลือกเพลงให้กับผู้เข้าแข่งขัน ต้องเป็นเพลงที่ติดอยู่ชาร์ตปีไหนก็ได้</p> <p>3. การโหวตให้ผู้เข้าแข่งขันที่ออกจากบ้านไปแล้วกลับเข้ามาได้อีกครั้ง</p>	<p>1. เนื้อหารายการ ซึ่งประกอบด้วย</p> <p>1.1 การสร้างจินตนาการให้กับผู้ชม ให้ผู้ชมสามารถจินตนาการได้ว่า “ฉันก็ทำได้ ทำไมฉันไม่ได้เข้าไป เพราะฉะนั้นคนที่ฉันชอบคนนี้ก็จะเป็นตัวแทนของฉันในบ้านอคาเดมี่”</p> <p>1.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบคอนเสิร์ตจาก “American’s Dream” ที่ต้องแข่งขันกันอย่างสุดโศกกลายเป็นความเห็นอกเห็นใจช่วยเหลือ ห่วงใยและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เน้นการแข่งขันกับตัวเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมคนไทยที่ชอบให้กำลังใจคนที่แพ้ รอคอยการพัฒนา และเอาใจเชียร์</p> <p>2. รูปแบบรายการ ประกอบด้วย</p> <p>2.1 ความเป็นวัยรุ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย วัยรุ่นในปัจจุบันยึดค่านิยม และดำเนินวิถีชีวิตตามแบบฉบับของตนเอง โดยดูแบบอย่างจากบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ คลั่งไคล้ ให้ความรัก ความเคารพ นับถือ มาเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต - สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นตัวของตัวเอง แสดงให้เห็นถึงความกล้าแสดงออก กล้าคิด กล้าทำ <p>2.2 Theme เพลงที่นำเสนอในแต่ละสัปดาห์ จะมีการคัดเลือกให้หลากหลาย เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงความสามารถของผู้เข้าแข่งขัน</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รูปแบบรายการและเนื้อหาที่ยังคงรูปแบบเดิม (Original)	รูปแบบรายการและเนื้อหาที่ปรับเปลี่ยน (Variation)
	<p>2.3 การใช้กล้องจับภาพผู้เข้าแข่งขันรายการจากเดิมใช้เพียง 40 ตัว เมื่อมาถึงประเทศไทย เพิ่มขึ้นเป็น 60 ตัว แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนไทยด้วยนิสัยของคนไทยที่ชอบอยากรู้ อยากเห็น เรื่องของผู้อื่น</p> <p>2.4 ผู้เข้าแข่งขันรายการ การใช้ผู้เข้าแข่งขันที่เป็นวัยรุ่นจะสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีของสังคม เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับวัยรุ่นรุ่นต่อ ๆ ไป ให้เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบในทางที่ดีได้</p> <p>2.5 กิจกรรมของผู้เข้าแข่งขัน มุ่งเน้นเพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกแบบละคร เช่น ท้อแท้ ผิดหวัง ชนะ เสรีา โศก ทะเลาะเบาะแว้ง ควบคู่ไปกับการหาผู้ชนะเลิศภายในข้อกำหนดของการแข่งขัน</p> <p>2.6 ฉาก สะท้อนให้เห็นถึงการถูกล้ำเข้าไปในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว จากการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ โดยใช้กล้องคอยจับภาพผู้เข้าแข่งขัน ให้ผู้ชมได้เห็นทุกอริยาบถ ตลอด 24 ชั่วโมง</p>

จากตารางข้างต้นพอสรุปได้ว่า การถ่ายโยงรูปแบบรายการ “Academy Fantasia” นั้น เป็นเหมือน “เหล่าเก่าในขวดใหม่” ที่ไปหยิบยืมรูปแบบในส่วนที่เป็น Format จากประเทศอังกฤษ อเมริกา และเม็กซิโก โดยใช้รูปแบบเดียวกัน แต่ปรับเปลี่ยนเนื้อหา ไม่ว่าจะรายการเรียลลิตีโชว์ จะไปปรากฏที่ประเทศไหนก็ตาม ในส่วนที่เป็นรูปแบบ Format ทุกประเทศต้องรักษาคำรงไว้ให้มีอยู่ต่อไป ได้แก่ การคัดเลือกผู้สมัครจากทั่วประเทศ คัดเลือกเหลือเพียง 12 คน ต้องอยู่ร่วมกันในบ้านเป็นเวลา 9 สัปดาห์ ใช้ระบบ SMS โหวต ต้องจัดเป็นเวทีกอนเสิร์ต และย้ายเวทีกอนเสิร์ตที่ 6 ทั้งหมดนี้เปรียบเสมือนเป็นเอกลักษณ์ของรูปแบบรายการ “Reality Show” ซึ่งมีขึ้นครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษ โดยใช้ชื่อรายการว่า “Pop Idol” จากนั้นได้มีการถ่ายโยงรูปแบบรายการโดยประเทศอเมริกาได้ทำการซื้อลิขสิทธิ์ และใช้ชื่อรายการว่า “American Idol” หลังจากทีอเมริกา

ประสบความสำเร็จก็ได้ทำการขายลิขสิทธิ์ให้กับประเทศมาเลเซียและเม็กซิโก โดยใช้ชื่อรายการว่า “La Academia” สุดท้ายประเทศไทยก็ได้ทำการซื้อลิขสิทธิ์จากประเทศเม็กซิโก โดย ยูบีซี และใช้ชื่อรายการว่า “Academy Fantasia” ทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าได้มีการส่งต่อทางวัฒนธรรมจากทวีปหนึ่งมาสู่อีกทวีปหนึ่ง ซึ่งแต่ละประเทศที่ซื้อลิขสิทธิ์ไปนั้นยังคงรูปแบบรายการเดิมไว้ เพียงแต่แต่ละประเทศจะปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมและเข้ากับวัฒนธรรมของประเทศตนเอง โดยไม่ได้ไปทำลายโครงสร้างเดิม ได้แก่ การสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนไทย ในเรื่องของการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ การใช้ชีวิตของวัยรุ่นสังคมไทย ที่ยึดค่านิยมจากบุคคลที่ตนเองชื่นชอบมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต เน้นการแข่งขันกับตนเอง และมีความกล้าแสดงออกเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญมิใช่การปรับเปลี่ยนอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้นแต่เป็นการปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหาไปพร้อม ๆ กัน จากตารางข้างต้นนั้นสามารถนำไปเป็นแนวทางในการอภิปรายผลในบทต่อไป

4.2 ลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขัน

ผลจากการวิจัย ทำให้ทราบเกี่ยวกับลักษณะของแฟนรายการ “Academy Fantasia” ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคลั่งไคล้ และลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia” ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.2.1 ลักษณะของแฟนรายการ “Academy Fantasia” มีลักษณะดังนี้

4.2.1.1 แฟนแบบคนเดียว แฟนกลุ่มนี้จะเป็นแฟนคลับที่ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเลยจะแยกตัวอยู่คนเดียวตามลำพัง ไม่แสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่มีการรวมตัวกับสมาชิกคนอื่น ๆ ชอบคิดและตัดสินใจด้วยตนเอง ตามลักษณะและประสบการณ์ที่ได้รับมา

4.2.1.2 แฟนแบบกลุ่ม ลักษณะของการแฟนแบบกลุ่มนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) เริ่มแรกจะรับชมรายการเป็นแบบแฟนคนเดียวก่อน และเมื่อทางรายการจัดให้มีมินิคอนเสิร์ตทุก ๆ วันเสาร์ทำให้สมาชิกได้มาเจอกัน ได้รู้จักกัน และเกิดการรวมตัวคนที่ชอบผู้เข้าแข่งขันรายการคนเดียวกันขึ้น ทำให้แฟนแบบเดี่ยวเปลี่ยนมาเป็นแฟนแบบกลุ่ม ซึ่งจะมีการแบ่งแฟนของผู้เข้าแข่งขันรายการออกเป็นกลุ่มๆ แฟนกลุ่มนี้จะมีการรวมตัวกันทุกครั้งที่มีการแสดงคอนเสิร์ต ตรงกับแนวคิดของ Robert Escarpit (1975) ในเรื่องของ “Group Set” ว่า เป็นกลุ่มคนที่มีความคล้ายคลึงกัน และไม่รู้ว่าตัวว่ามีคนที่มีลักษณะความชอบคล้ายคลึงกัน จนกระทั่ง

ื่อนำมาเผยแพร่ สื่อทำให้เกิด “ปฏิสัมพันธ์” (Interaction) กันระหว่างคนในกลุ่ม และทำให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ของคุณกรรณิการ์ ผิวดำ ที่ว่า

“ครั้งแรกมาคนเดียวไม่รู้จักใครเลย มาถึงที่อิมแพค ๆ เห็นเค้ามีกันเป็นกลุ่ม ๆ ที่ไม่รู้จักใครเลย รู้สึกแย่มาก พอดีมาเจอกับกลุ่มพี่ต่าย พี่ต่ายเลยแนะนำเพื่อนสมาชิกในกลุ่มให้รู้จักเลย ได้คุยกัน “

(กรรณิการ์ ผิวดำ, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2548)

“ครั้งแรกหน่อยมาคนเดียว แล้วก็มาเจอนุ่น กับ น้อง แล้วก็มาเจอคนอื่น ๆ อีก โชคดีที่ว่าชอบทุกไก่อเหมือนกัน เลยกลายเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกัน”

(สรัญญา จริยกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2548)

2) แฟนแบบเป็นเพื่อนกันมาก่อนแล้วกลายมาเป็นสมาชิกแฟนคลับด้วยกัน

“น้ำ ฟ้า พี่เอ้ เป็นเพื่อนสนิทเรียนมหาวิทยาลัยเดียวกันค่ะ รู้จักกันโดยชอบ ภาส (V 9) เหมือนกัน พวกเราสามคนเลยกลายมาเป็นแฟนคลับกลุ่มเดียวกัน ไปชมคอนเสิร์ตด้วยกันทุกครั้ง เวลาอยู่ที่บ้านก็จะโทรศัพท์คุยกันตลอดเวลา”

(กานตะวัน กัลยาณสูตร, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2548)

4.2.1.3 แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง สาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากความเหงา รู้สึกโดดเดี่ยว เมื่อรับชมรายการแล้วรู้สึกเหมือนว่าตนเองมีเพื่อน แต่เมื่อรายการจบลงจะรู้สึกเหมือนเพื่อนของตนเองหายไป แฟนกลุ่มนี้จะถูกรอรับจากคู่แข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ จนสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง

4.2.1.4 แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ เกิดจากการชื่นชอบ คลั่งไคล้ ผู้เข้าแข่งขันรายการ ซึ่งลักษณะของแฟนกลุ่มนี้เป็นไปตามที่ Joli Jenson (1992) กล่าวว่า “แฟนกลุ่ม ผู้คลั่งไคล้ เป็นกลุ่มของแฟนที่หลงใหลและบ้าคลั่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไม่สมเหตุผล มีความจงรักภักดีต่อผู้ที่ตนเองชื่นชอบ”

ปัจจัยที่ทำให้แฟนกลุ่มนี้เกิดความคลั่งไคล้ สอดคล้องกับที่ Fiske (1992) อธิบายว่า เมื่อแฟนเกิดความรู้สึกนิยมนิยมชมชอบ ก็จะผลักดันให้เกิดความหลงใหลในสาร สารทำให้เกิดอาการหวงหรือต้องการสารเหล่านั้นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตามสื่อมวลชนประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อใดที่แฟนเกิดความรู้สึกผิดหวังในสารที่ตนได้รับ ก็จะเกิดความรู้สึกไม่พอใจ

และต่อต้าน ซึ่งนำไปสู่การเรียกร้องสิทธิที่ตนพึงได้รับในฐานะที่ตนเป็นผู้รับสาร สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความหลงใหล (Fascination) แฟนกลุ่มนี้จะรู้สึกพอใจ และมีความสุขเพลิดเพลินกับสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ เมื่อแฟนกลุ่มนี้รวมตัวกันจะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และสร้างวัฒนธรรมกลุ่มขึ้นมา

2. ความนิยมชื่นชอบ (Adoration) แฟนกลุ่มนี้เกิดจากการชื่นชอบในตัวผู้เข้าแข่งขันรายการ และเพลงที่ผู้เข้าแข่งขันร้อง นำไปสู่การส่ง SMS โหวตคะแนนให้ แต่เมื่อใดก็ตามที่ผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นออกจากการแข่งขัน แฟนกลุ่มนี้ก็จะเลิกโหวตทันที ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“เชียร์ลูกตาลคะ ชอบเสียงร้องของเขา ชอบความซื่อที่ดูเป็นตัวเองของเขา มากๆ ตอนที่เขายังไม่ดกรอบก็ส่ง SMS โหวตให้ลูกตาลต่อวันก็ประมาณ 200 ครั้ง ไม่รู้สึกเสียตังเงินที่ต้องไปนะ แต่พอเขาดกรอบก็เลิกโหวต เพราะตามเชียร์เขาอยู่คนเดียว”

(เอกสุดา งามแม่นัน, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2548)

3. ความหงุดหงิดผิดหวัง (Frustration) แฟนกลุ่มนี้จะหงุดหงิดและผิดหวังเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นได้รับคะแนนน้อยที่สุด จนต้องออกจากการแข่งขัน ดังคำสัมภาษณ์ของคุณวราภรณ์ อภิชัยมงคล ที่ว่า

“เสียใจ เสียความรู้สึก ผิดหวัง เพราะชอบว่านที่สุดใน 12 คนตั้งแต่ครั้งแรกแล้ว เสียใจว่าทำไมว่านถึงออก เพราะคิดว่าบางคนน่าจะออกมากกว่าว่าน ว่านร้องเพลงดี ใช้อะไรตัดสิน ทั้งทั้งที่คะแนนโหวตระหว่างสัปดาห์ก็ไม่ได้ต่ำมาก บางคนที่อยู่มีต่ำกว่าอีก”

(วราภรณ์ อภิชัยมงคล, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2548)

4. ต่อต้าน (Antagonism) แฟนกลุ่มนี้จะเกิดการต่อต้าน ขัดแย้งเมื่อรู้สึกว่าการที่ตนเองชื่นชอบอยู่นั้นทำให้เกิดความรู้สึกไม่ชอบ เช่น การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าแข่งขันที่ออกจากการแข่งขันไปแล้วกลับเข้ามาแข่งขันได้อีกครั้ง การประกาศผลผู้ที่มีคะแนนโหวตน้อยที่สุด ดังคำสัมภาษณ์ของคุณศกดิ์ชัย สัตวาพิทักษ์ ที่ว่า

“การโหวตให้กลับเข้ามาในบ้านอีกครั้ง ผมไม่ชอบ เป็นธุรกิจการตลาด ผมคิดว่าไม่แฟร์กับผู้เข้าแข่งขันที่ยังอยู่ในการแข่งขัน สงสารคนที่เค้าอยู่แล้วอยู่โดนออกไป อย่างคนที่ได้อยู่ตอนแรกกลายเป็นว่าต้องออกไป แต่คนที่กลับเข้ามาก็ได้อยู่เหมือนเดิม”

(ศกดิ์ชัย สัตวาพิทักษ์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2548)

“ชอบบอย (V 8) แรก ๆ ผมติดตามตลอดถึงขนาดเวลาที่บอยโดนประกาศชื่อสามคนที่มียะเนนน้อยสุด ผมใจสั้น น้ำตาไหลเลยนะ กลัวเค้าจะตรอบ แต่พอเป็นแฟนกลับมาได้สักพักก็เริ่มรู้สึกไม่ชอบก็เลยเลิกดู รู้สึกแย่ ที่คนร้องดีไม่ได้อยู่ คนได้อยู่คือคนร้องไม่ดี ผมมองว่าคนส่วนใหญ่ดูนักล่าฝันที่น้ำตาและความชอบส่วนตัวมากกว่า ไม่ได้ดูที่ความสามารถของเค้า”

(สิรภพ นุษบง, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2548)

ลักษณะความคลั่งไคล้ผู้เข้าแข่งขันรายการขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการตอบสนองของแฟนรายการ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ลักษณะการตอบสนองแบบ Reaction เมื่อเวลาที่ผู้เข้าแข่งขันรายการที่ตนเองชื่นชอบนั้นต้องออกจากการแข่งขัน แฟนกลุ่มนี้จะแสดงอาการร้องไห้ เสียใจ รู้สึกผิดหวังออกมาทันที ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“ตอนที่รู้ว่าลูกตาลแพ้คะแนนโหวต ต้องเก็บกระเป๋าออกจากบ้าน รู้สึกผิดหวังเสียใจทั้ง ๆ ที่ ทุกครั้งลูกตาลทำได้ดี เราสามคน และเพื่อนสมาชิกแฟนคลับของลูกตาลกอดคอกันร้องไห้ อยากเข้าไปกอดลูกตาล อยากให้เค้ารู้ว่าเรารักเค้า เป็นกำลังใจให้เค้า”

(ศริมณฑา ชีระวัฒนชัย, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2548)

“เสียใจที่พี่ภาส ตรอบ ร้องไห้ ตามบวมอยู่สามวัน ไม่เข้าใจว่าทำไมคนที่ร้องดี ๆ อย่างภาสถึงไม่ได้อยู่ต่อไป “

(จนิษฐา อินทร โสติ, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

2. ลักษณะการตอบสนองแบบ Respond แฟนกลุ่มนี้จะมีลักษณะการตอบสนองโดยการส่ง SMS เข้าไปในรายการ เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบมีคะแนนโหวตน้อยที่สุด สมาชิกที่เป็นแฟนคลับจะส่ง SMS เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ขวัญใจของตนเองมีคะแนนมากขึ้นและได้อยู่ในบ้านอคาเดมี่ต่อไป ดังคำสัมภาษณ์ของคุณยุพา ผูกเหมาะ ที่ว่า

“พอเราเริ่มที่จะได้ติดตาม เห็นแต่ละคนว่าเค้ามีความสามารถยังไง ธรรมชาตินิสัยของเค้าเป็นอย่างไร เราก็รู้สึกปรารถนาเค้า พอปรารถนาเค้าเสร็จ เราก็ไม่ยอมให้เค้ารู้สึกเสียใจ เพราะฉะนั้นก็จะต้องโหวตให้เค้าได้อยู่ต่อ ยิ่งถ้าสัปดาห์ไหนรู้ว่าคะแนนโหวตน้อยก็จะยังกระหน่ำส่ง SMS เรื่อย ๆ เพื่อให้คะแนนโหวตเพิ่มขึ้น พอรู้สึกว่เค้าได้อยู่ต่อส่วนหนึ่งมาจากเรา เราก็ดีใจ”

(ยุพา ผูกเหมาะ, สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2548)

“โหวตให้ลูกตาล ส่ง SMS เต่าไหร่ไม่จำกัด ยิ่งโหวตมากก็จะยิ่งได้คะแนนมาก อยากให้เค้าอยู่ต่อไปจนถึงรอบสุดท้ายละ ก็เลยส่งไม้อัน พอรู้ว่าเค้าได้กลับเข้ามาอีกครั้งนี้ก็จะยิ่งส่งชนิดที่เรียกว่า วางเมื่อไหร่เป็นส่งกะะ ยิ่งมาดูคอนเสิร์ตพอดูเค้าร้องแล้วเราได้อารมณ์ไปกับเค้า เค้าร้องเพลงแล้วทำให้เรารู้สึกสนุกไปกับเค้าด้วย ตอนช่วงที่เค้าร้องก็จะส่ง SMS เรื่อย ๆ นะคะ อยากให้เค้าอยู่ต่อไปละ....”

(เมธินี เปล่งงำ, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2548)

คุณณัฐนิชา แก้วอร่าม เป็นหนึ่งในกลุ่มของแฟนรายการที่ส่ง SMS เข้ามาโหวต ให้สัมภาษณ์ว่า “ที่โหวตก็เพราะต้องการให้คนที่เราชอบ (บอย V 8) อยู่ต่อ เพื่อจะได้เข้าไปถึงรอบสุดท้าย ปกติก็โหวตให้วันละ 50 ครั้ง แต่พอหลังจากวันที่เขาประกาศว่าบอยตกรอบ แล้วหลังจากนั้นมาไม่นาน ก็มีการให้โหวตผู้ที่ออกจากบ้านอะคาเดมี่ไปแล้วกลับเข้ามาอีก ก็ยิ่งต้องเพิ่มการโหวตให้มากขึ้นเป็นอีกเท่าตัวกลัวว่าเขาจะต้องตกรอบไปจริงๆ”

(ณัฐนิชา แก้วอร่าม, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2548)

นอกจากนี้สมาชิกแฟนคลับบางกลุ่มได้ส่ง SMS เข้าไปเอะอะ โวยวาย ต่อว่า แสดงความไม่พอใจทันทีที่รู้ว่าผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นเป็นบุคคลที่ต้องออกจากการแข่งขัน

“แก้มไม่ชอบ เวลาคณะกรรมการวิจารณ์ผู้เข้าแข่งขันโดยเฉพาะบอย แก้มชอบบอย บอย ร้องเพลงฟังแล้วรู้สึกดี ได้อารมณ์ แต่กรรมการกลับบอกว่าบอยร้องไม่ได้เรื่อง ไม่ได้จังหวะ เวลาที่กรรมการวิจารณ์บอยแรง ๆ แก้มไม่เห็นด้วย แก้มจะส่ง SMS เข้าไปโวยวายเลย ทำไมถึงวิจารณ์แบบนี้ ไม่ให้กำลังใจเด็กเลย รู้สึกแย่มาก “

(ฐาริน วรภัทรศิริธูมาศ, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2548)

3. ลักษณะการตอบสนองแบบ “Feedback” โดยจินตนาการว่าผู้เข้าแข่งขันคือตัวเอง จนพัฒนาไปสู่การเป็นแฟนได้ในที่สุด แฟนกลุ่มนี้จะเกิดความรู้สึกผูกพันกับผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนแตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน บางคนอาจชื่นชอบพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ บางคนอาจชื่นชอบรูปแบบรายการ และความหลากหลายของเนื้อหา ผลจากการวิจัย พบว่า แฟนกลุ่มนี้จะเลือกผู้เข้าแข่งขันที่มีบุคลิก และรสนิยมที่เหมือนหรือคล้ายกับตนเอง

“เชียร์ว่า เรารู้สึกผูกพันกับเขา เหมือนเขาเป็นคนในครอบครัวเดียวกันกับเราแล้ว มีอะไรคล้ายเราหลายอย่าง ก็เลยโหวตเชียร์ให้ตลอดวันละ 30 ครั้งต่อวัน ก็โหวตให้แบบนี้ มาตลอด เรื่องเสียขายเงินคงไม่เสียขายหรอก กลัวว่าจะเสียใจถ้าเขาต้องดรอปไปก่อน”

(สมใจ ศรีธรรวานิช, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2548)

“โหวตให้พี่ภาสค่ะ ส่ง SMS ไปโหวตให้พี่เขาวันละ 300 ครั้ง ไม่รู้สึกเสียขายเงินที่เสียไปนะ ก็เราเชียร์พี่เขา อยากให้พี่เขาได้ ในความรู้สึกตอนนี้พี่เขาเป็นเหมือนฮีโร่ของหนูไปแล้ว พี่เขาร้องเพลงเก่ง เด่นเก่ง ถ้าเราเชียร์พี่เขา แต่เราไม่ได้ส่ง SMS ไปโหวตให้ เขาก็สามารถที่จะออกได้ตลอดเวลา ก็อย่างที่เห็นๆ คนมีความสามารถสามารถดรอปได้เหมือนกัน อยู่หรือไปมันอยู่ที่คะแนนโหวตเท่านั้น”

(คณิดา สุริยาธานินทร์, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

หลังจากที่สมาชิกแฟนคลับได้รู้จักกัน ได้รวมตัวกัน และก่อตั้งกลุ่มแฟนคลับขึ้น ซึ่งการรวมตัวของแฟนคลับนั้นเกิดขึ้น 2 ลักษณะด้วยกัน ดังนี้

1. รวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ต ทุก ๆ คำคืนวันเสาร์ สมาชิกที่เป็นแฟนคลับของผู้เข้าแข่งขันจะมารวมตัวกันที่อิมแพคฯ แฟนบางคนอาจจะยังไม่มีกลุ่ม เมื่อได้มารู้จัก ได้พูดคุยกัน และเกิดการรวมตัวคนที่ชอบผู้เข้าแข่งขันรายการคนเดียวกันขึ้น

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณอนุชิต ศิริขมภู ที่ว่า “หลายคนก็มารู้จักกันที่เวทีคอนเสิร์ต กลัวกับหนุ่มที่รู้จักกันที่นี่ พอได้คุยกันก็ถูกคอ ไปด้วยกันได้ เพราะชอบอ็อปเหมือนกัน เราเลยชวนเข้าหากัน จะนัดเจอกันที่นี้ทุกวันเสาร์”

(อนุชิต ศิริขมภู, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2548)

“ครั้งแรกที่พี่มาดูคอนเสิร์ต มากับเพื่อนอีก 2 คนมาเชียร์พัดชา พอมาถึงก็เห็นมีอยู่ 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่ใส่เสื้อสีชมพู มาเชียร์เบียร์มิสมาชิก 6-7 คน สีฟ้าเชียร์พาส มีอยู่ 10 คน ส่วนสีเขียวมาเชียร์พัดชา มีสมาชิกอยู่ 10-12 คน เยอะหน่อย พี่กับเพื่อนเลยไปรวมตัวกับเค้าเพราะชอบพัดชาเหมือนกัน”

(คณิดา สุริยาธานินทร์, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2548)

2. รวมตัวเมื่อผู้เข้าแข่งขันรายการออกไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ โดยการจัดแสดงมินิคอนเสิร์ตตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งแฟนคลับที่ทราบข่าวสาร และมีความจงรักภักดีก็จะรวม

ตัวกันติดตามผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบไปตามสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากได้สัมผัส ได้เห็นผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบอย่างใกล้ชิด

“หลังจากที่เราได้จัดแสดงมินิคอนเสิร์ตไป เราได้ผลตอบรับจากผู้ชมและแฟนคลับเป็นอย่างมาก ผู้ชมให้ความสนใจที่อยากจะชมรายการ และเข้ามามีส่วนร่วมกับเรามากขึ้น ผู้ชมเริ่มที่จะจำภาพที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของตัวนักแสดงของแต่ละคนได้ ผลที่ตามาก็คือแฟนคลับเริ่มที่จะส่ง SMS ให้กับ AF ที่ตนเองชื่นชอบและอยากให้พวกเขาก้าวไปสู่ความฝันที่พวกเขาหวังเอาไว้ มันเหมือนเป็นแรงผลักดันจูงใจผู้ชมและแฟนคลับ”

(จามร จิระแพทย์, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2549)

4.2.2 ประเภทของแฟนรายการ “Academy Fantasia”

ในการแบ่งประเภทของแฟนคลับ โดยใช้อ็องค์ประกอบข้างต้น สามารถสรุปกลุ่มแฟนของผู้เข้าแข่งขันรายการได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. แฟนแท้
2. แฟนปานกลาง
3. แฟนธรรมดา

ตารางที่ 4.2 ตารางเปรียบเทียบพฤติกรรมของแฟนรายการที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ

แฟนแท้	แฟนปานกลาง	แฟนธรรมดา
<p>ลักษณะของแฟนแท้ เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง 2. แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ <p>แฟนกลุ่มนี้จะเกิด Reaction เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบต้องออกการจากแข่งขันจะร้องไห้ในทันที Respond โดยการส่ง SMS เข้าไป โวยวาย ต่อว่าและมี Feedback โดยการอธิบายตัวเค้ากับตนเอง</p>	<p>ลักษณะของแฟนปานกลาง ส่วนใหญ่จะพบในลักษณะเป็นแฟนแบบกลุ่ม จะการรวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ต และเมื่อผู้เข้าแข่งขันไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ รู้สึกเสียใจ ผิดหวัง ซึมเศร้า เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ ออกจากการแข่งขัน</p>	<p>ลักษณะของแฟนธรรมดาเป็นลักษณะแฟนแบบคนเดียว เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ เลือกรับชมรายการเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก เช่น อิทธิพลภายในครอบครัว จากสภาพแวดล้อมที่ทำงาน เป็นต้น หรือเป็นเพียงเพราะต้องการความบันเทิงสนุกสนานเท่านั้น</p>

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

แฟนแท้	แฟนปานกลาง	แฟนธรรมดา
หลงใหล ชื่นชอบ เมื่อรู้สึกพึงพอใจ และผิดหวัง หงุดหงิด เมื่อไม่เป็นไปตามความคิดของตนเอง นำไปสู่การต่อต้าน จะการรวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ต และเมื่อผู้เข้าแข่งขันไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ และการใช้เทคโนโลยี อย่างการ Chat เพื่อเข้าไปติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มด้วยตัวเอง พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันเกี่ยวกับผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ		

จากตารางข้างต้นสามารถอธิบาย ประเภทของแฟนรายการ “Academy Fantasia” ได้ดังนี้

4.2.2.1 แฟนแท้

แฟนที่มีลักษณะการรับชมรายการอย่างคลั่งไคล้ หลงใหล หรือบ้าคลั่ง ดังที่ Henry Jenkins (1992) กล่าวว่า “Fandom” เป็นลักษณะของกลุ่มผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิตวิทยา ที่ต้องการได้รับสิ่งที่ตนสนใจ ต้องการได้รับสิ่งต่างๆ เพื่อทดแทนสิ่งที่ตนขาด และจำเป็นต้องมีในวิถีการดำเนินชีวิตที่ทันสมัยด้วย

ผลจากการวิจัย พบสรุปได้ว่า แฟนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีลักษณะการตอบสนองอย่างต่อเนื่องและครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการเข้าชมรายการทั้งรายการสด และรับชมผ่านทางโทรทัศน์ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อพวกเขาอน เราก็จะนอน เมื่อพวกเขาตื่นเราก็จะตื่น บางคนถึงขนาด ไม่ยอมปิดจอโทรทัศน์เพราะกลัวพลาดที่จะชมการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้านของผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คน นอกจากนี้แฟนบางกลุ่มยังตามไปดูคอนเสิร์ตต่างสถานที่ต่าง ๆ ที่ทีมงานพาผู้เข้าแข่งขันไปเปิดตัว แฟนบางคนนำของขวัญไปให้ บางกลุ่มไปนั่งเฝ้าอยู่ที่หน้าบ้านอคาเดมี่ และแฟนกลุ่มนี้จะชอบเฝ้ามองดูพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ

“ปกติจะเป็นคนนอนไม่ดิ้นนะ ตั้งแต่มีอะคาเดมี่เที่ยงคืน ดิหนึ่งยังนั่งดูอยู่เลย จนพวกเค้านอนกัน เราถึงหลับเหมือนกัน เวลาไปคอนเสิร์ตวันเสาร์ก็จะเอาขนม เอาของขวัญไปให้เค้า เวลาเค้าไปออกคอนเสิร์ตตามที่ต่าง ๆ ก็จะตามไปทุกที ชอบ เพราะว่าได้มีโอกาสใกล้ชิดกับเค้า “

(ชัยรัตน์ เพชรรัตน์, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

“ดูพฤติกรรมของอ๊อฟอยู่ตลอดเวลา ดูทุกฉาก ว่าในแต่ละวันเค้าทำอะไรบ้าง เรียนร้องเพลงเป็นยังไง เต้นเป็นยังไง วันนี้กินข้าวแล้วหรือยัง อ๊อฟเป็นคนมีน้ำใจชอบช่วยเหลือเพื่อนๆ และจะคอยแนะนำโหวตทางทีวี ถ้าวันไหนคะแนนจะกระหน่ำโหวต กลัวว่าเค้าจะตกขอบ“

(อุมาพร โชติวิเชียรชัย, สัมภาษณ์, 19 กรกฎาคม 2548)

แฟนกลุ่มนี้จะมีลักษณะการตอบสนองที่ค่อนข้างรุนแรง เช่น เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบออกจากการแข่งขัน แฟนกลุ่มนี้จะมีอารมณ์รุนแรง และแสดงอาการร้องไห้เสียใจทันที บางกลุ่มเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงจาก Commentator หรือจากแฟนคลับด้วยกันเอง แฟนกลุ่มนี้จะอะอะ โวยวายต่อว่า แสดงท่าทีที่ไม่พอใจทันที บางคนส่ง SMS เข้าไปโวยวาย ต่อว่า และให้กำลังใจกับผู้เข้าแข่งขันคนนั้น ๆ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“รู้สึกแย เวลาที่ บอย โคนครูเปิดต่อว่า ไม่เคยเห็นครั้งไหนที่ครูเปิดจะไม่คำหั้นเลย เวลาที่บอยโคนต่อว่าด้วยคำพูดที่รุนแรง เอาจริงเอาจัง จอย จะส่ง SMS ไปโวยวาย ต่อว่าครูเปิดทุกครั้งทีบอยโคนต่อว่า ทำไมชอบขี้ติมิ จริง ๆ น่าจะให้กำลังใจกันมากกว่า อย่างน้อยเด็กก็จะได้ไม่ใจเสีย แล้วก็กำลังใจต่อสู้มากขึ้น เสียความรู้สึกมาก ๆ “

(วัชร อมรไพศาล, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2548)

“ไม่ชอบวิจารณ์เกินจริง ทั้ง ๆ ที่ ลูกตาลก็ทำได้ดีที่ สุดเราแล้ว คนเราไม่ได้เก่งไปหมดทุกอย่าง ในทางกลับกันถ้าให้เค้ามาเป็นผู้เข้าแข่งขัน แล้วให้พวกเราไปวิจารณ์บ้าง ด้วยคำพูดที่ไม่ดีแบบเค้าบ้าง เค้าจะรู้สึกยังไง ทุกครั้งที่พวกเราได้ยิน และคิดว่ามันไม่ถูกต้อง SMS เลยจะไม่สนใจหรือกว่าเค้าจะเป็นใคร แต่ทำแบบนี้มันแรงไปหน่อยนะ ก็ต้องโดนคืนบ้าง”

(มาลินี เอี่ยมพงษ์, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2548)

สรุปได้ว่า แฟนแท้มีลักษณะที่สามารถสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ชมกับผู้ร่วมรายการ (ผู้เข้าแข่งขัน) ได้ และเกิดปฏิกิริยาในลักษณะที่ตอบสนองได้ในทันที และชอบเฝ้าดูพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบทุกอิริยาบถ แฟนกลุ่มนี้จะเอาจริงเอาจังกับการการแข่งขันมาก เมื่อการแข่งขันไม่เป็นไปตามความคิดของตนเองจะเกิดการต่อต้าน รู้สึกผิดหวัง ร้องไห้ โวยวาย แสดงความไม่พอใจออกมาทันที

4.2.2.2 แฟนปานกลาง

แฟนที่มีลักษณะการรับชมรายการในระดับปานกลาง มีความชื่นชอบผู้เข้าแข่งขันแต่ไม่ถึงขนาดบ้าคลั่ง หรือหลงใหล ซึ่งลักษณะการตอบสนองของแฟนกลุ่มนี้ พบว่า มีลักษณะการตอบสนองที่ไม่รุนแรง มีอารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับสถานการณ์นั้น ๆ มีความสุขเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบสามารถที่จะอยู่ในบ้านอคาเดมี่ต่อไปได้ และรู้สึกผิดหวังและเสียใจ ไม่ได้แสดงอาการร้องไห้ เมื่อผู้เข้าแข่งขันในดวงใจนั้นไม่สามารถผ่านเข้ารอบ ต่อไปได้ ดังคำสัมภาษณ์ของคุณกาญจนา อยู่ภัย ที่ว่า

“รู้สึกเสียใจ เศร้า แต่ไม่ถึงกับร้องไห้ และก็ยังดูต่อไปจนกว่ารายการจะจบ แต่จะไม่โหวตให้ใครแล้ว”

(กาญจนา อยู่ภัย, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

“ดูทุกวันเลย แต่ถ้าวันเสาร์ก็จะมาที่นี้มาดูสด ๆ เลย ลุ้นเหมือนกันนะเวลาจะประกาศผลว่าใครจะออก โดยเฉพาะเวลาที่เรียก 3 คนที่มีคะแนนโหวตน้อยที่สุด แล้วถ้ามี V ที่เราเชียร์อยู่ อยู่ในนั้นด้วย ก็จะลุ้นสุดๆเลยกลัวเขาจะหลุดออกไป แต่พอประกาศมาเป็นเค้า ก็เสียใจอารมณ์เสียนะ แต่ก็ไม่ได้ร้องไห้ เพราะว่ามันเป็นธรรมชาติของการแข่งขันอยู่แล้ว”

(วลัยลักษณ์ มัชฌิมชาติ, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2548)

“ชมรายการนี้มาตั้งแต่โครงการแรก ดูทุกวันเลย ดูแล้วสนุกดี เพลินดี ชอบ V 8 ครั้ง บอยน่ารักดี ดูครั้งแรกก็ประทับใจเลย โหวตให้ทุกวันเลย ชอบที่หน้าตา ชอบที่นิสัย ยิ่งรายการนี้เป็นเรียลลิตียิ่งชอบ เพราะจะยังได้รู้จักผู้เข้าแข่งขันมากขึ้น รู้ว่าใครเป็นยังไง เห็นนิสัย เห็นตัวตนที่แท้จริงของเขา “

(สุลาวัลย์ แซ่ตัน, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

ลักษณะของแฟนกลุ่มนี้มีการรวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ต เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบออกจากการแข่งขันแฟนกลุ่มนี้ก็จะสลายตัวในทันที ดังที่ Mcquail (1994) ได้เสนอ

ความคิดเกี่ยวกับเรื่องแฟนไว้ว่าเป็นกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและยึดติดกับเนื้อหาสาระที่มีผู้เสนอ ถ้าสาระเปลี่ยนแปลงไปกลุ่มแฟนก็จะสลายตัวได้ทันที ดังคำสัมภาษณ์ของคุณอนัฐชา อยู่พงศ์พิทักษ์ ที่ว่า

“ชอบเบอร์ VI มาก ถูกโหวตออกไปแล้วกลับเข้ามาอีกก็รู้สึกดีใจนะที่ได้กลับเข้ามาอีก เพราะว่าที่แรกเชียร์เค้า อยู่ดี ๆ ก็ออกไปรู้สึกใจหาย เสียใจเหมือนกันที่ถูกโหวตออก เราชอบเค้า เราเฝ้าดูเค้ามาตลอด พอมาดูคอนเสิร์ตก็รู้สึกว่าเค้าเก่ง เค้าทำได้ ก็เลยเชียร์เค้ามาเรื่อย ๆ นะ ตอนที่เค้าออกไปสมาชิกกลุ่มของพี่ก็แยกย้ายกันนะ แต่พอเค้าได้กลับเข้ามาอีกครั้ง พี่กับเพื่อน ๆ ก็มารวมตัวกันอีก”

(อนัฐชา อยู่พงศ์พิทักษ์, สัมภาษณ์, 7 ตุลาคม 2548)

สรุปได้ว่า แฟนประเภทนี้มักเป็นแฟนแบบกลุ่ม และเป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ มีอารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับสถานการณ์นั้น ๆ เสียใจ ผิดหวัง แต่ไม่ร้องไห้ มีการรวมตัวกันและสลายตัวในทันทีที่ผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นออกจากการแข่งขัน และจะกลับมารวมกันอีกครั้งเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบได้กลับเข้ามาในเกมส์การแข่งขันอีกครั้ง หรือเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ

4.2.2.3 แฟนธรรมดา

ลักษณะของแฟนธรรมดาเป็นลักษณะแฟนแบบคนเดียว เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการแฟนกลุ่มนี้จะเป็นแฟนคลับที่ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเลยจะแยกตัวอยู่คนเดียวตามลำพัง ไม่แสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่มีการรวมตัวกับสมาชิกคนอื่น ๆ ชอบคิดและตัดสินใจด้วยตนเอง ตามลักษณะและประสบการณ์ที่ได้รับมา เช่น แฟนบางคนมองว่าเป็นเรื่องไร้สาระ

“เห็นคนอื่นเค้าพูดกัน ดูกัน สนใจกัน ก็เลยอยากรู้ว่าเขาพูดเรื่องอะไรกัน”

(แมนรัตน์ คงสุข, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2548)

“ดูเพื่อไม่ให้ตกข่าว เพื่อให้รู้ทันเพื่อน ๆ ที่ทำงานว่าเขาทำอะไรกัน มองว่ามันค่อนข้างไร้สาระนะ เลยไม่ได้ติดตามดูตลอด คือ มีเวลาว่างเมื่อไหร่ถึงจะดู”

(ถัดดาวัลย์ เทียนหอม, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2548)

แฟนบางคนไม่ชอบที่ต้องมานั่งคอยดูพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขันตลอด 24 ชั่วโมง แฟนประเภทนี้มองว่าเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม เช่น การทำภารกิจส่วนตัวไม่ควรที่จะติดกล้องไว้ เนื่องจากค่านิยมของสังคมไทยไม่เหมือนกับวัฒนธรรมตะวันตก ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“วัฒนธรรมของสังคมไทย ไม่เหมือนกับตะวันตก ยกตัวอย่าง การแสดงความรัก สามารถที่จะกอดหรือจูบกันในที่สาธารณะได้ แต่บ้านเราไม่ได้ต้องทำในที่ ๆ เป็นส่วนตัว ผมมองว่าเหมือนเป็นการให้เกียรติซึ่งกันและกัน อย่างรายการนี้ผมว่าอิงตะวันตกมากเกินไป การแอบมองคนอื่นเหมือนไม่ให้เกียรติเค้า เหมือนเราพยายามล้วงละเมิดสิทธิของเค้าให้ได้มาซึ่งความสุขของตนเอง ตัวผมเองดูแบบสนุก แต่ไม่เอาจริงเอาจัง ฉากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของนักล่าฝันผมดูนอกเหนือจากนี้ผมไม่ดู”

(คุณโชคชัย ไชยกิจขจร, สัมภาษณ์, 30 สิงหาคม 2548)

“ทำไมถึงต้องมานั่งดูพวกเค้าตลอดเวลา บางครั้งก็รู้สึกว่ามันไม่เหมาะสม ผู้เข้าแข่งขันเองก็คงรู้สึกอึดอัดเช่นกัน ถ้าเรามองในทางกลับกันเวลาที่ใครมาแอบมองเราตลอดเวลา เราก็รู้สึกไม่ดี รู้สึกแย่ ที่ชอบดูคนเดียว เพราะไม่มีใครมาคอยขัดคอเรา และเมื่อคอนเสิร์ตจบลงความรู้สึกทุกอย่างก็จะจบ ณ ตรงนั้นเหมือนกัน พี่จะไม่เอามาคิดต่อ ให้เป็นทุกข์”

(อมรรัตน์ เอื้อศิริบุญ, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

แฟนกลุ่มนี้มีลักษณะการรับชมรายการไม่สม่ำเสมอ เลือกรับชมเพียงเพราะต้องการความบันเทิง ความสนุกสนานเท่านั้น หรือบางคนเลือกที่จะชมเพราะไม่รู้จะดูรายการอะไร

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณอรุณ ไข่มบัว ที่ว่า “ดูรายการเป็นบางครั้ง ไม่สม่ำเสมอ คุบ้างไม่คุบ้าง ไม่ได้ติดตามอย่างต่อเนื่อง ถ้าว่างหรือมีเวลาเมื่อไหร่ถึงจะดู ไม่ได้ให้ความสำคัญกับสถานการณ์ที่กำลังดำเนินอยู่มากจนเกินขอบเขตของผู้ชมธรรมดา ๆ ไม่ได้เสียใจหรือรู้สึกแย่ว่าเวลาที่เค้าออกจากการแข่งขัน ที่มาดูวันนี้เพราะบ้านอยู่ใกล้และก็ว่างด้วย”

(อรุณ ไข่มบัว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

นอกจากนี้ยังพบว่าแฟนกลุ่มนี้บางครั้งรับชมรายการ สืบเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก เช่น คนในครอบครัว สังคมที่อยู่ หน้าที่การงานบริบทแวดล้อมต่าง ๆ บังคับให้เกิดพฤติกรรมมารับชม เช่น พี่สาวชมรายการตนเองก็ต้องดูด้วย แฟนบางคนบ้านอยู่ใกล้กับสถานที่แสดงคอนเสิร์ตก็เลยมาชมเป็นต้น ดังคำสัมภาษณ์ของคุณนิติการณ์ ประกอบธรรม ที่ว่า

“ดูบ้างไม่ดูบ้าง พอตีวันนี้บ้านอยู่แถวนี้ พี่สาวอยากมาดูเลยมาดูเป็นเพื่อน
ครับ”

(นิติการณ์ ประกอบธรรม, สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2548)

“ไม่ได้ติดตามตลอด แต่บังเอิญน้องสาวดู ก็เลยดูด้วย ถ้าวันไหนว่าง ไม่มีธุระ
น้องสาว ส่ง SMS บ้าง แต่ตัวเองไม่เคยส่งเลย “

(ปัญญาพร ธารสารเจริญ, สัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2548)

“ เป็นรายการที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง โดยให้คนดูธรรมดา ๆ อย่างเราได้
เห็นภาพตลอด หมายถึงว่ามีกล้องให้เห็นตลอดว่าในวันหนึ่ง ๆ ผู้เข้าแข่งขันเขาทำอะไรกันบ้าง
เหมือนเราได้ศึกษาถึงชีวิตของคนคนหนึ่ง โดยเฉพาะคนที่เราชอบแต่ก็ไม่ได้จริงจังอะไรและบาง
ฉากที่ไม่เหมาะสมที่จะไม่ดู เช่น ฉากห้องน้ำ พี่มองว่าถ้าเราเป็นคนที่ถูกผู้อื่นจ้องมองเรารู้สึกอึด
อัด”

(วไลลักษณ์ โพธิ์เสถียร, สัมภาษณ์, 9 สิงหาคม 2548)

พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมของกลุ่มแฟนธรรมดานั้น ส่วนใหญ่เลือกรับชมรายการ
เพื่อต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด ไม่ได้จริงจังกับการแข่งขัน ว่างหรือมีเวลาเมื่อไหร่ถึงจะชม
หรือถ้าไม่มีรายการไหนที่น่าสนใจถึงจะเลือกรับชม แฟนกลุ่มนี้จะไม่ชอบการแอบมองผู้อื่น
เนื่องจากมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม ควรที่จะให้เกียรติผู้อื่น นอกจากนี้ยังพบว่าแฟนกลุ่มนี้จะมี
ลักษณะการรับชมรายการแบบแฟนคนเดียวเป็นส่วนใหญ่

4.2.3 ช่องทางที่ทำให้แฟนรายการสามารถเข้าถึงผู้เข้าแข่งขันรายการได้

ผลจากการวิจัย พบว่า เทคโนโลยีที่ทำให้ Academy Fantasia โดดเด่นที่สุดและสามารถ
เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้อย่างแพร่หลาย คือ การส่ง SMS ซึ่งการส่ง SMS ถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการ
ดึงให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ เพราะเมื่อก่อนเวลาที่ผู้ชมต้องการจะสื่อสารกับรายการ
โทรศัพท์หรือวิทยุก็จะใช้วิธีส่งไปรษณียบัตรเป็นจดหมายหรือโทรศัพท์เข้ามาในรายการ ปัจจุบัน
เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ให้สามารถส่งข้อความผ่านทางจอโทรศัพท์ได้ ซึ่ง
เทคโนโลยีนี้มีความรวดเร็ว ทันใจ เราไม่ต้องรอคำตอบ เพราะเพียงดูหน้าจอก็จะเห็นได้ทันทีที่เรา
ส่งข้อความอะไรเข้าไป ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเข้าถึงผู้ชม

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณเศรษฐพร กนิษฐานนท์ ที่ว่า “สาเหตุที่เลือก SMS เข้ามาเป็นตัว
หลักในการโหวต เพราะว่าในรูปแบบรายการระบุว่าให้ประชาชนลงคะแนนด้วยการใช้โทรศัพท์

และปัจจุบัน SMS เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย คือการใช้โทรศัพท์มือถือโทรศัพท์ที่เรียกว่า Fix Line และโมบาย เราใช้ 1900 1900 เราใช้ SMS ที่จะส่งข้อความเข้าไป หรือโทรศัทพ์ มันเป็นการใช้เทคโนโลยีเท่านั้น แต่เขาไม่ได้บอกว่าให้ส่งไปรษณียบัตร เมื่อก่อนเราก็ใช้ไปรษณียบัตร เพราะสมัยก่อนเทคโนโลยียังไม่มี”

(เศรษฐพร กนิษฐานนท์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2549)

ผลจากการวิจัย พบว่า รายการ “Academy Fantasia “ ได้นำเอาสื่อใหม่เข้ามาปรับใช้ในรายการด้วย ทั้งนี้เหมือนเป็นการเพิ่มช่องทางให้กับผู้ชมได้มีโอกาสติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เข้าแข่งขันรายการกับตัวรายการมากขึ้น ผลการวิจัยพบว่า พบว่า การส่ง SMS การ CHAT ไม่ว่าจะป็นข้อความ หรือผลโหวต ถือเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่ง เนื่องจากผลโหวตจะปรากฏขึ้นบนหน้าจอโทรทัศน์โดยการรายงานผลเป็นกราฟ เพื่อให้ผู้ชมเห็นถึงคะแนนของผู้เข้าแข่งขันแต่ละคน เมื่อแฟนคลับเห็นว่าผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชอบมีคะแนนน้อยและกลัวว่าจะไม่ผ่านเข้ารอบต่อไป ก็จะส่ง SMS เรื่อย ๆ เพื่อให้คะแนนของผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบนั้นเพิ่มสูงขึ้น ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้ชมหรือแฟนคลับนั้นส่ง SMS มากขึ้น และแฟนคลับที่ชื่นชอบผู้เข้าแข่งขันคนเดียวก็มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจ ที่เน้นให้ผู้ชมมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยที่ผู้ชมนั้นมีโอกาสที่จะเลือกในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบได้ ดังคำสัมภาษณ์ ที่ว่า

“ชอบรายการนี้ตรงที่เค้าเปิดอิสระให้กับเรา ให้เราได้ใช้สิทธิ์ของตัวเองอย่างเต็มที่ รักใครชอบใครก็เชียร์ได้โดยการส่ง SMS เข้าไปร่วมโหวต เพิ่มช่องทางให้เราสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้เข้าแข่งขันที่ชื่นชอบได้ แล้วยังมีกระตุ้ เว็บไซต์ที่เอาไว้ให้แสดงความคิดเห็นด้วย ไม่ปิดกั้นดี ชอบรายการนี้นะ อีกร้อยละ เปิดโอกาสให้คนธรรมดา ๆ ได้เข้ามาแสดงความสามารถที่ตนเองมีอีกด้วย”

(ศิริทิพย์ สุภสิริพร, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2548)

ช่องทางที่ทำให้แฟนรายการสามารถเข้าถึงผู้เข้าแข่งขันรายการได้ ประกอบไปด้วย 3 ทางด้วยกัน ดังนี้

1. Mobile CHAT ง่าย ๆ โดยพิมพ์ C เว้นวรรค ตามด้วยข้อความ ส่งมาที่ 82755 VOTE : พิมพ์ V เว้นวรรค ตามด้วยหมายเลข ผู้เข้าแข่งขัน ส่งมาที่ 82755 (SMS ละ 6 บาท ใช้ได้ทุกระบบ) และ 1900-1900-71 หรือ 1900-444-555 (ใช้ได้ทั้งโทรศัพท์ บ้าน และ มือถือ นาทีละ 6 บาท)

2. โหวตผ่านทาง SMS โดยพิมพ์ V (เว้นวรรค) ตามด้วยหมายเลขที่ต้องการโหวต แล้วส่งไปที่หมายเลข 82755 หรือที่ www.tabroadband.com และ www.trueeasyinternet.com (เฉพาะลูกค้า TA EASYCLICK ราคา 6 บาท ต่อ 1 message)

3. โหวตทางโทรศัพท์หมายเลข 1900 1900 71 โดยพิมพ์ V (เว้นวรรค) ตามด้วยหมายเลขที่ต้องการโหวต แล้วส่งไปที่หมายเลข 82755 เช่นกัน

นอกจากนี้ผลจากการวิจัยยังพบว่า มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้อีกด้วย คือการใช้กล้องจำนวนกว่า 60 ตัว คอยจับภาพความเคลื่อนไหว และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้เข้าแข่งขัน ทั้ง 12 คน ทุกซอกทุกมุม ซึ่งจากการเปิดพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่ที่เป็นสาธารณะนั้น โดยการบุกรุกเข้าไปในพื้นที่ส่วนตัวของผู้เข้าแข่งขันก่อให้เกิดกระบวนการสื่อสารแบบสองทางที่มีการโต้ตอบกันได้ทันที (Interactive) เช่น ถ้าเห็นพฤติกรรมการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่น ถ้าเห็นว่าผู้เข้าแข่งขันหมายเลขที่ตนเองชื่นชอบนั้นเป็นคนอย่างไร ถ้าชอบก็จะโหวตให้เรื่อย ๆ จนกลายเป็นหมายเลขในดวงใจ เป็นต้น และยังสามารถเข้ามาร่วมสนุกกับ 12 นักล่าฝันอย่างเต็มรูปแบบได้ที่ www.ubctv.com , www.ubcaf.com และ www.ubci.tv ได้อีกด้วย

พอสรุปได้ว่าการที่รายการ “Academy Fantasia” นำเอาสื่อใหม่เข้ามาปรับใช้ในรายการไม่ว่าจะเป็น การ Chat การโหวตผ่านทาง SMS และโหวตทางโทรศัพท์ 1900 1900 71 รวมทั้งการเปิดพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่ที่เป็นสาธารณะ เพื่อให้ผู้ชมเป็นผู้ตัดสินให้คะแนนโหวตกับผู้ที่ตนเองนั้นชื่นชอบมากที่สุดนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของสื่อใหม่(New Media) ที่ว่าแต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมาทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกัน ๆ กัน ในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ยั้มนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาละและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ เช่นการดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกรายการดูได้เอง (Pay per view) การเป็นผู้ตัดสินใจในการโหวต หรือการรับชมรายการผ่านทางเว็บไซต์ของรายการ เป็นต้น

ผลจากการวิจัยที่น่าเสนอทั้งหมดที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำไปสรุปผลและเป็นแนวทางในการอภิปรายผลในบทต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การถ่ายโยงและแฟนของรายการ “Academy Fantasia” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทย
2. เพื่อศึกษาถึงลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ “Academy Fantasia”

ในการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นหลัก นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย มีวิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกเก็บข้อมูลจากบุคคลจำนวนไม่มากแต่ต้องเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และสามารถให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ได้มากที่สุด ซึ่งเรียกว่า “Key Informants” จำนวน 60 คน กลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกนั้นเคยมีพฤติกรรมในการรับชมรายการทั้งสิ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ผลจากการวิจัย พบว่า ประเทศที่ซื้อลิขสิทธิ์รูปแบบรายการที่เป็นต้นแบบรายการประเภทเรียลลิตี้นั้น ไม่ว่าจะเป็นอเมริกา มาเลเซีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และ ประเทศไทย นั้น ได้มีการถ่ายโยงรูปแบบรายการเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของประเทศตนเอง ซึ่งประเทศไทยเอง ก็ได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เหมาะสมและเข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยให้มากที่สุด โดยได้ทำการคัดเลือกผู้สมัครจากทั่วประเทศให้เหลือเพียง 12 คน เพื่อเข้าสู่การฝึกฝนในสถาบันการแสดงจำลอง ด้วยภารกิจที่เริ่มต้นตั้งแต่การฝึกฝน ทั้งทางด้านการแสดง ร้องเพลง และเต้นรำ ทั้งภาค ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งผู้ชมจะได้สัมผัสกับชีวิต และการฝึกฝนของผู้เข้าแข่งขันทุกสัปดาห์

ผ่านกล้องโทรทัศน์กว่า 60 ตัว โดยนิสัยของคนไทยชอบอยากรู้ อยากเห็น จึงทำให้กลิ่นเข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยไปโดยปริยาย

เมื่อมองย้อนกลับไปจะเห็นได้ว่า ผู้ผลิตพยายามคิดหารูปแบบรายการให้มีความแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากรูปแบบรายการเดิม ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รายการเรียลลิตี้ จึงกลายมาเป็นที่นิยมไม่เพียงแต่ผู้ชมเท่านั้นที่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ผู้เข้าแข่งขันเองคือบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการนี้เช่นเดียวกัน เนื่องจาก “Academy fantasia” เป็นรายการที่ค้นหาบุคคลที่มีความสามารถในการร้องเพลงให้เข้าร่วมรายการ เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้ผู้ชมนั้นสนใจ อาจกล่าวได้ว่านอกจากผู้ผลิตแล้ว ผู้เข้าแข่งขันคือส่วนหนึ่งในการร่วมผลิตรายการด้วย

รายการ “Academy Fantasia” ใช้ภาพลักษณ์ของผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คน เป็นแรงจูงใจ โดยการนำผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คน ไปเปิดตัวตามสถานที่ที่มีคนจำนวนมาก เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงหนัง เป็นต้น โดยการจัดคอนเสิร์ต ให้แต่ละคนได้ร้องเพลงที่ตนเองชื่นชอบ เพื่อให้ผู้ชมและแฟนคลับได้รู้จักและเห็นถึงบุคลิกที่มีความโดดเด่นของแต่ละบุคคล ในการสร้างภาพลักษณ์นี้สามารถที่จะทำให้ผู้ชมและแฟนคลับ สามารถที่จะจดจำบุคลิกที่โดดเด่นของแต่ละบุคคลได้ สามารถที่จะดึงดูดผู้ชมที่ชมอยู่แล้ว และบุคคลทั่วไปที่อาจเข้าไม่ถึงตัวรายการ กระตุ้นให้ผู้ชมนั้นเกิดแรงบันดาลใจที่จะหันมารับชมรายการ และอยากที่จะมีส่วนร่วมกับการเพิ่มมากขึ้น สามารถที่จะทำให้มีแฟนคลับเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเช็ค Rating รายการไปในตัวด้วย และที่สำคัญสามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติของผู้ชมหลาย ๆ คนที่เคยชินกับการดูคอนเสิร์ตในรูปแบบเก่า ๆ เพียงเพื่อความสนุกสนานชั่วระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น

รูปแบบรายการ “Academy Fantasia” นั้นสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชมในการชมคอนเสิร์ตในรูปแบบเดิม ๆ ที่ชมเพื่อความสนุกสนานในชั่วระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ให้หันมารับชมคอนเสิร์ตในรูปแบบใหม่ ที่เป็นเรียลลิตี้ ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง สามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง และได้รับความรู้ทางด้านทักษะต่าง ๆ เช่น ทักษะการร้องเพลง ทักษะการเต้น อีกทั้งยังได้เห็นถึงพัฒนาการของผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งผู้ชมสามารถที่จะมีปฏิริยาตอบสนองได้ในทันที อีกทั้งยังมีการประมวลผลงานของผู้เข้าร่วมแข่งขัน ทุก ๆ สัปดาห์โดยการขึ้นแสดงคอนเสิร์ตบนเวที โดยมี Commentator เป็นผู้ทำหน้าที่ติชม เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันกลับไปแก้ไขปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่ตนเองนั้นบกพร่อง และนำมาพัฒนาในครั้งต่อไป ซึ่ง Commentator นั้นถือเป็นตัวสร้างสีสันให้กับรายการด้วย

นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในการตัดสินการแข่งขัน โดยให้ผู้ชมส่ง SMS เข้าร่วมโหวต โดยใช้คอนเซ็ปต์ที่ว่า “รักใครชอบใครก็ส่งกันเข้ามา ยิ่งส่งมากยิ่งมีสิทธิ์

มาก” รวมทั้งการใช้โทรศัพท์ในระบบ 1900 1900 ผลจากการวิจัยยังพบว่า สื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากผู้ชม คือ การ Chat ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทั้งหมดนี้ถือเป็นจุดขายของรายการ

เมื่อรูปแบบรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังทำให้ผู้ชมอยากมีปฏิริยาตอบโต้กับรายการเพิ่มมากขึ้น และด้วยรูปแบบที่ทันสมัยของการใช้สื่อใหม่ คือ การโหวตผ่านทาง SMS Mobile Chat และการโหวตทางโทรศัพท์ 1900 1900 71 ยังทำให้ผู้ชมสนใจและอยากที่จะรับชมรายการ จนในที่สุดกลายเป็นแฟนรายการ ผลจากการวิจัยพบว่า ลักษณะของแฟนรายการนั้นแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ แฟนแบบคนเดียว แฟนแบบกลุ่ม แฟนผู้หลงใหลเพียงลำพัง และ แฟนผู้คลั่งไคล้ ซึ่งจากลักษณะดังกล่าวสามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของแฟนรายการ “Academy Fantasia” ได้เป็น 3 ประเภท คือ แฟนแท้ แฟนปานกลาง และแฟนธรรมดา ซึ่งแฟนแต่ละประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ แฟนแท้ เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง แฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ ซึ่งแฟนกลุ่มนี้มีลักษณะการตอบสนองที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้ ตอบสนองแบบ Reaction เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบต้องออกจากการแข่งขันจะร้องไห้ในทันที แบบ Respond โดยการส่ง SMS เข้าไป โวยวาย ต่อว่าและมี Feedback โดยการอธิบายตัวเค้กับตนเอง หลงใหล ชื่นชอบ เมื่อรู้สึกพึงพอใจ และผิดหวัง หงุดหงิด เมื่อไม่เป็นไปตามความคิดของตนเอง นำไปสู่การต่อต้าน จะการรวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ต และเมื่อผู้เข้าแข่งขันไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ และการใช้เทคโนโลยี อย่างการ Chat เพื่อเข้าไปติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มด้วยตนเอง พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันเกี่ยวกับผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ แฟนปานกลาง ส่วนใหญ่จะพบในลักษณะการเป็นแฟนแบบกลุ่ม จะการรวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ตและเมื่อผู้เข้าแข่งขันไปเปิดตัวตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ รู้สึกเสียใจ ผิดหวัง ซึมเศร้า เมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบ ออกจากการแข่งขัน แฟนธรรมดา ลักษณะแฟนแบบคนเดียว เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ เลือกรับชมรายการสืบเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก หรือเพียงเพราะต้องผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน และเพื่อความบันเทิงสนุกสนานเท่านั้น

ทั้งหมดนี้จะสามารถนำมาอภิปรายผลเพื่อหาข้อสรุปว่าผลที่ได้จากการวิจัยนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการตอบปัญหานำวิจัยที่กำหนดขึ้นได้ รวมทั้งสามารถอภิปรายได้ว่าผลที่ได้จากการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรือไม่อย่างไร ผลจากการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

การถ่ายโยงรายการ “Academy Fantasia” นั้น ถือเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่ข้ามจากทวีปหนึ่งมาสู่ทวีปหนึ่งมาสู่อีกทวีปหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยนั้น พบว่า รูปแบบรายการ “Academy Fantasia” นั้น เป็นรูปแบบรายการที่ไปซื้อลิขสิทธิ์มาจากประเทศเม็กซิโก ซึ่ง

ก่อนที่รูปแบบรายการนี้จะข้ามทวีปมาสู่ประเทศไทยจนได้รับความนิยมนั้น ประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและอินโดนีเซียซึ่งซื้อลิขสิทธิ์ไปเริ่มต้นก่อนนั้น ได้ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลาม จึงไม่น่าแปลกใจที่รายการนี้จะโด่งดัง และได้รับความนิยมจากผู้ชมในประเทศไทยเช่นเดียวกัน อาจเป็นเพียงเพราะรูปแบบรายการนั้นมีความแปลกใหม่ อีกทั้งยังไม่เคยใครทำมาก่อน และด้วยการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ โดยการนำกล้องจำนวนกว่า 60 ตัวบันทึกภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของเหล่านักล่าฝัน รวมทั้งการถ่ายทอดสดการแสดงคอนเสิร์ต บนเวทีทุก ๆ คำคืนวันเสาร์ที่อิมแพค เมืองทองธานี ให้ผู้ชมได้เห็นกันสด ๆ ตลอดเวลา ตั้งแต่ต้นนอนตอนเช้าจนกระทั่งผู้เข้าแข่งขันนอน ยิ่งทำให้ผู้ชมนั้นสนใจ

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า ในส่วนที่เป็นแกนหลัก ๆ นั้นไม่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิม เพราะเป็น Format ที่ซื้อมา เพียงแต่จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการบางจุดเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะต้องไม่ไปทำลายโครงสร้างหลักของรูปแบบรายการเดิม ได้แก่ การคัดเลือกผู้สมัครจากทั่วประเทศ ให้เหลือเพียง 12 คน ซึ่งต้องอยู่ร่วมกันในบ้านเป็นเวลา 9 สัปดาห์ หลังจากนั้นจะต้องจัดการแสดงคอนเสิร์ต และทำการย้ายเวทีในสัปดาห์ที่ 6 รวมทั้งวิธีการโหวตผ่านทาง SMS ด้วย ทั้งนี้เพื่อความแปลกใหม่ของรูปแบบรายการ “Reality Show” ไม่ว่าจะไปปรากฏที่ประเทศไหนก็ตาม จะต้องรักษาเอกลักษณ์ของรายการ “Reality Show” ที่กล่าวมาข้างต้น อาจเป็นเพราะผู้ผลิตต้องการที่จะสร้างความมั่นใจให้กับรายการ แต่เนื่องจากรูปแบบรายการเดิมนั้นมีวัฒนธรรมที่เป็นตะวันตกมากเกินไป ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา เมื่อมีการเปลี่ยนเนื้อหาจากสื่อหนึ่งมาอยู่ในอีกสื่อหนึ่ง อธิบายว่าผู้ชมชาวยุโรปสนใจและอยากที่จะดูความพ่ายแพ้บนหน้าจอโทรทัศน์ ผู้ชมชาวอเมริกาต้องการเห็นภาพของชัยชนะของผู้ร่วมรายการ และผู้เข้าแข่งขันที่ต้องการที่จะเป็นที่หนึ่ง มีวัฒนธรรมความเป็นตัวของตนเองสูง ซึ่งตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมของคนไทย ที่มีความเห็นอกเห็นใจ ช่วยเหลือ ห่วงใยและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เน้นการแข่งขันกับตัวเอง ให้กำลังใจคนที่แพ้ รอคอยการพัฒนา และเอาใจเชียร์ แสดงให้เห็นว่า “Academy Fantasia” ยึดรูปแบบเดียวกันกับ “Pop Idol” “American Idol” และ “La Academia” แต่มีการถ่ายโยงเนื้อหาบางส่วนเพื่อให้ตรงกับวัฒนธรรมของคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับมิติการเชื่อมโยงระหว่างสื่อ (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2543) ในเรื่องของการใช้รูปแบบเดียวกัน แต่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบ้าง

สรุปได้ว่า “Academy Fantasia” เป็นเหมือนเหล่าเก่าในขบวนการใหม่ ที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของรูปแบบรายการ “Reality Show” ไว้และได้ทำการปรับแต่งเพิ่มสีสันในรายการให้เพิ่มมากขึ้นโดยไม่ไปทำลายโครงสร้างเดิม ดังที่ Neale (1980) กล่าวว่า เนื่องจากผลผลิตของสื่อแต่ละประเภทจะมีมิติ 2 ด้านประกอบกัน คือ ขนบหรือจารีตแบบเดิม (Convention) เช่น ถ้าเป็นขนบแบบ

ละครก็ต้องมีตัวละคร มีความขัดแย้ง มีเรื่องราว ถ้าเป็นเกมส์โชว์ก็ต้องมีการแข่งขัน มีคู่แข่งกัน มีของรางวัล ฯลฯ และในอีกด้านหนึ่งก็ต้องมี “ความแปลกใหม่ ความคิดสร้างสรรค์” (Invention) ประกอบอยู่ด้วย ฉะนั้นในกรณีที่ผู้ผลิตต้องการจะหยิบผลงานเก่าชิ้นหนึ่งมาสร้างใหม่ (Remake) สิ่งที่ผู้ผลิตจะต้องวิเคราะห์ให้ได้ก็คือ อะไรเป็นลักษณะ Convention ที่จำเป็นต้องชำระรักษาไว้ เพราะเป็นเอกลักษณ์ของ Genres นั้น ในเวลาเดียวกันก็ต้องทราบว่าอะไรเป็น Invention ที่สามารถจะดัดแปลงแก้ไขได้ ผู้ผลิตต้องการจะหยิบผลงานเก่าชิ้นหนึ่งมาสร้างใหม่ (Remake) สิ่งที่ผู้ผลิตจะต้องวิเคราะห์ให้ได้ก็คือ อะไรเป็นลักษณะ Convention ที่จำเป็นต้องชำระรักษาไว้ เพราะเป็นเอกลักษณ์ของ Genres นั้น ในเวลาเดียวกันก็ต้องทราบว่าอะไรเป็น Invention ที่สามารถจะดัดแปลงแก้ไขได้

การใช้บุคคลธรรมดา มาร่วมรายการ ทำให้ผู้ชมบางคนเอาจินตนาของตนเองไปผูกติดกับผู้เข้าแข่งขันรายการที่ตนเองชื่นชอบ ให้ผู้ชมสามารถสร้างจินตนาการได้ และให้ผู้เข้าแข่งขันรายการเหล่านั้นเป็นตัวแทนของตนเอง ทำให้เข้าถึงผู้ชมได้ โดยเฉพาะวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบค้นหาตัวเอง จึงทำให้กลืนกับวัฒนธรรมของคนไทย ผู้วิจัยมองว่าคุณค่าทางสุนทรียะเดิมในสื่อใหม่ยังคงมีอยู่ แต่ขณะเดียวกันในบางส่วนได้ทำลายคุณค่าทางศิลปะที่เคยมีอยู่เดิมให้หมดไป ที่เรียกว่า “สื่อต่างสร้างความยากจนให้แก่กัน” (Media impoverished media) (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2543)

ด้วยรูปแบบของรายการเป็นรายการที่โชว์ความจริง โดยการเปิดพื้นที่ส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งทำให้ผู้ชมนั้นสามารถที่จะลุกฉีกพื้นที่ส่วนบุคคลได้ ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบรายการใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ประกอบกับด้วยนิสัยของคนไทยเป็นคนที่ยากรู้ อยากเห็น โดยเฉพาะเรื่องของผู้อื่นหรือบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ คลั่งไคล้ยิ่งทำให้น่าสนใจ

อีกประเด็น คือ ความเป็นกระแสโลก อะไรก็ตามที่โด่งดังในต่างประเทศคนไทยมักจะหยิบมาเป็นรูปแบบแสดงให้เห็นถึง ปรากฏการณ์ระดับโลกที่ข้ามจากทวีปหนึ่งมาสู่อีกทวีปหนึ่ง ซึ่งเป็นการถ่ายทอดและส่งต่อทางวัฒนธรรมจาก Globalization ให้กลายมาเป็น Localization โดยยังคงเนื้อหาในรูปแบบเดิมไว้ เพียงแต่ปรับวัฒนธรรมบางอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยให้มากยิ่งขึ้น

รายการ Reality Show รายการ “Academy Fantasia” เป็นรายการที่จับภาพการกระทำของมนุษย์ (ผู้เข้าแข่งขันรายการ) โดยตรงไม่มีบทซักซ้อมกันไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันรายการนั้น ได้แสดงปฏิกิริยาออกมากันอย่างสุดขีดให้เป็นตนเองให้มากที่สุด โดยมีการออกแบบสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม โดยมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของผู้ชมหรือแฟน

กลับสามารถรับรู้ มีความรู้สึกกับรายการได้ โดยมุ่งเน้นดูที่การกระทำหรือปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมแข่งขันรายการ

Academy Fantasia ถือเป็นรายการที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทยได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในเรื่องของการเปิดพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวให้กลายเป็นพื้นที่ที่เป็นสาธารณะ โดยการนำกล้องกว่า 60 ตัว คอยจับภาพและติดไว้ตามมุมต่าง ๆ ภายในบ้านที่ผู้เข้าร่วมแข่งขันนั้นใช้เป็นที่เก็บตัว ประกอบด้วย ห้องร้องเพลง (Voice Training Room) , ห้องนอน (Bed Room) , ห้องรับประทานอาหาร (Dinning Room) , ห้องนั่งเล่น (Living Room) , ห้องซ้อมเต้น (Dancing Room) และสระว่ายน้ำ (Swimming Pool)

มุมกล้องในแต่ละสัปดาห์นั้นจะปรับเปลี่ยนทุกสัปดาห์ เพื่อให้ผู้ชมหรือแฟนคลับได้เห็นภาพของผู้เข้าร่วมแข่งขันในหลาย ๆ มุม หลาย ๆ บุคลิก โดยที่ผู้เข้าแข่งขันเองก็ไม่ว่าในแต่ละสัปดาห์มุมกล้องนั้นจะถูกปรับเปลี่ยนอย่างไร ย้ายไปอยู่มุมไหน ทั้งนี้เพื่อสร้างความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจให้กับแฟนคลับ เนื่องจากนิสัยของคนไทยเป็นคนเบื่อง่าย และไม่ชอบอะไรที่ซ้ำซากจำเจ และที่สำคัญเพื่อให้ผู้ชมหรือแฟนคลับได้เห็นถึงความเป็นเรียลลิตี้ ที่ทุกคนสามารถเฝ้ามองผู้เข้าแข่งขันได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเฉพาะผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองนั้นชื่นชอบ คลั่งไคล้เป็นพิเศษ โดยการตามติดวิถีชีวิตประจำวันของนักแสดงตลอดหรือเกือบตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งการนำภาพที่เป็นไฮไลท์ประจำวันนั้น ๆ มาออกอากาศ

ด้วยธรรมชาติของมนุษย์ที่อยากรู้อยากเห็นเรื่องของผู้อื่น ซึ่งมนุษย์เรานั้นจริง ๆ แล้วชอบความจริง การเปิดเผยมุมมองตัวตนที่แท้จริงของแต่ละคนทำให้ผู้ชมสนใจ แต่ในทางตรงกันข้ามผู้ที่ถูกจ้องมอง (ผู้เข้าแข่งขันรายการ) อาจไม่ต้องการที่จะเป็นผู้ถูกจ้องมอง เปรียบเสมือนการถูกบังคับ เพราะไม่ต้องการเปิดเผยตัวเองในบางสิ่งบางอย่าง และอยากที่จะมีมุมที่เป็นส่วนตัว ดังนั้นการจ้องมองอาจทำให้สูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง ขาดความมั่นใจ ดังที่ Freud ได้นำลักษณะการแอบมอง จ้องดู มาเกี่ยวข้องกับเรื่องการทำให้อื่นเป็นวัตถุ ทำให้ผู้อื่นอยู่ภายใต้อำนาจของการจ้องมองที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความอยากรู้อยากเห็นและการบังคับ

นอกจากนี้ยังจัดการแสดงคอนเสิร์ตให้ชมกันสด ๆ ในทุกค่ำคืนวันเสาร์ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี ส่วนคนที่ไม่ได้เป็นแฟนคลับประเภทแฟนพันธุ์แท้ และกลุ่มแฟน ๆ ที่ไม่ออกไปก็สามารถรับชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี หรือทางยูทิวบ์ ช่อง 16 ได้เช่นกัน ทั้งหมดนี้ถือเป็นสาเหตุหนึ่ง ที่ทำให้รายการประเภทเรียลลิตี้โชว์ได้รับความนิยม เนื่องจากคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้สัมผัสความจริง ประกอบกับรายการประเภทเรียลลิตี้ “รายการ Academy Fantasia” นั้นมีความต่อเนื่อง มีประเด็นที่คนดูสามารถเห็นถึงพัฒนาการของผู้เข้าแข่งขันรายการ สามารถเปรียบเทียบปฏิกิริยาของคนหลาย ๆ คน เห็นตัวตนที่แท้จริงของผู้เข้าแข่งขันรายการ จึงทำให้ผู้ชมนั้นเกิด

ความรู้สึกมีส่วนร่วมกับนักแสดงหรือรายการนั้นๆ เกิดอารมณ์และมีความรู้สึกร่วมไปพร้อม ๆ กัน สามารถกระตุ้นอารมณ์ร่วมของผู้ชมได้เป็นอย่างดี การนำเสนอรูปแบบรายการเช่นนี้จึงทำให้ผู้ชมหรือแฟนคลับรู้สึกว่าคุณเองนั้นมีส่วนร่วม และได้ใกล้ชิดกับผู้เข้าร่วมแข่งขัน

ซึ่งการใช้กล้องคอยจับภาพการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของเหล่านักล่าฝันให้ผู้ชมได้เห็นอยู่ตลอดเวลาตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอน การแสดงคอนเสิร์ตให้ชมกันแบบสด ๆ รวมทั้งธรรมชาติของมนุษย์ที่อยากรู้อยากเห็นเรื่องของผู้อื่นนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีการแอบมองจ้องดู (Voyeurism) ที่ว่า ลักษณะสังคมในยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) นั้นจะเป็นสังคมที่เรียกว่าสังคมแห่งการแสดง มหรสพบ้าง (Society of Spectacle) สังคมแห่งการบริโภคบ้าง (Consumer Society) แต่ไม่ว่าจะเรียกอย่างไรลักษณะตัวตนของคนในสังคมนี้ก็คือ ทุกคนจะบริโภคสิ่งที่อยู่รอบตัว ด้วยการแอบมองจ้องดู เช่น การจ้องมองข้อมูลข่าวสารผ่านทางจอโทรทัศน์ จอภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต ทุกคนจะมองเห็นภาพสะท้อนของตัวเองอยู่ในจอเสมอ

ในภาพของความเป็นจริงการแอบมองจ้องดูเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสังคม แต่ในขณะที่เดียวกันมันก็เป็นสิ่งที่สังคมไม่ต้องการด้วยเช่นกัน เพราะผู้แอบมองจ้องดูในยุคหลังสมัยใหม่จะเป็นผู้จ้องมองเพื่อค้นหาความเป็นจริงที่ถูกซุกซ่อนเอาไว้ พวกเขาจะมองหาเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาและพยายามค้นหาความจริงที่ถูกปิดบังอยู่ พวกเขาจะมองเห็นสิ่งที่คนอื่นไม่สามารถมองเห็น และมักจะได้มองเห็นสิ่งที่ผู้อื่นไม่ต้องการให้มองอยู่เสมอ

ถ้าหากดูรายการ “Academy Fantasia” อย่างไม่ใคร่ครวญจะเห็นมุมมองรอบด้านมากขึ้นในเรื่องของการแอบมองจ้องดู เนื่องจากคนส่วนใหญ่มักจะตัดสินใจว่าผู้อื่นเป็นอย่างไรด้วยความคิดของตนเอง แต่เมื่อได้เห็นมุมมองต่าง ๆ ของผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งพฤติกรรมบางอย่างของผู้เข้าแข่งขัน แฟนของผู้เข้าแข่งขันสามารถที่จะนำมาใช้กับชีวิตจริงได้ ทำให้เรียนรู้ตัวเองได้มากขึ้นเพราะหลายคนอาจเห็นผู้เข้าแข่งขันคือตัวแทนของตนเอง เนื่องจากรายการ “Reality Show” มีอารมณ์ที่หลากหลายกว่าละคร เพราะละครบางครั้งนั้นตั้งใจสอนมากเกินไป และบางครั้งอาจไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เป็นเรื่องที่ถูกปรุงแต่งขึ้นมา แต่ “Reality Show” ทำให้เห็นการแก้ปัญหาของมนุษย์ และปรับแนวคิดของตนเอง มองคนอื่นในแง่บวก ไม่ย่อท้อ เป็นความจริงที่ผสมจินตนาการ ดังที่ Berger (1992) กล่าวว่า ประเภทการแข่งขัน เช่น กีฬา ประกวดนางงาม จะเป็นรายการที่เป็นเรื่องจริง แต่ทว่ามีลักษณะน่าตื่นเต้น เร้าอารมณ์ได้มาก “Academy Fantasia” จัดเป็นการแข่งขันที่มีลักษณะของความเป็นจริง และเป็นความจริงที่น่าตื่นเต้นและเร้าอารมณ์จากแฟนคลับได้มาก ซึ่งแฟนแต่ละคนจะมีความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการที่ไม่เหมือนกัน บางครั้งแฟนแบบกลุ่มอาจมีการจินตนาการที่เหมือนกันในขณะที่เดียวกันอาจจะไม่เหมือนกับแฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ก็เป็นได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าอาจจะเกิดจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น กลุ่มที่มีการจินตนาการที่เหมือน

แฟนแบบคนเดียว พบว่า จะมีความชื่นชอบผู้เข้าแข่งขันรายการเพียงคนเดียว ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่า แฟนแบบคนเดียวนี้เกิดขึ้นกับประเภทของแฟนธรรมดา เป็นแฟนที่ติดตามชมรายการ เลือกรับชมรายการสืบเนื่องมาจากอิทธิพลภายนอก หรือเพียงเพราะต้องผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน และเพื่อความบันเทิงสนุกสนานเท่านั้น และประเภทแฟนปานกลาง เมื่อรายการนำเสนอข่าวสารว่าจะพาผู้เข้าแข่งขันรายการไปเปิดตัว ทำให้แฟนคลับตามไปตามสถานที่ต่างๆ เมื่อแฟนคลับได้มาเจอกันมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน เป็นกลุ่มที่ชอบศิลปินเหมือนกัน จึงทำให้เกิดการรวมตัวกัน นำไปสู่การเป็นแฟนแบบกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan) และ แฟนคอม (Fandom) ดังที่ Robert Escarpit (1975) กล่าวเรื่องของ “Group Set” ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และไม่รู้ตัวว่ามีคนที่มีลักษณะความชอบคล้ายคลึงกัน จนกระทั่งสื่อนำมาเผยแพร่ สื่อทำให้เกิด “ปฏิสัมพันธ์” (Interaction) กันระหว่างคนในกลุ่ม และทำให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้น โดยที่สื่อเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างวัฒนธรรมกลุ่มให้กับผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีโอกาสที่จะเลือกรับสารหรือสื่อที่ตนคิดว่า “เหมาะสมและถูกใจ” เพื่อเพิ่มคุณค่าในแง่ของสติปัญญาและกลายเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มไป

แฟนแบบผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง และแฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ พบว่า แฟนลักษณะนี้จะเกิดขึ้นกับประเภทของแฟนแท้ มีลักษณะอาการหลงใหลผู้เข้าแข่งขันอย่างบ้าคลั่ง แฟนแบบผู้หลงใหลแต่เพียงลำพังนั้นจัดเป็นกลุ่มอันตรายกว่าแฟนกลุ่มผู้คลั่งไคล้ เนื่องจากพยายามปฏิเสธสิ่งที่ตนเองคิดว่าไม่ใช่ และถูกครอบงำจากสื่อมวลชนมากขึ้น ทำให้สูญเสียความเป็นตัวของตนเอง ขาดความมั่นใจ จะรับรู้และเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองมีประสบการณ์มา จะรู้สึกไม่พอใจและต่อต้าน เมื่อรู้ว่าแฟนที่ตนเองชื่นชอบอยู่นั้นกำลังได้รับความไม่ยุติธรรม นำไปสู่อาการทางจิตใจ เช่น อยากฆ่าตัวเองเมื่อรู้สึกผิดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan) และแฟนคอม (Fandom) ตามที่ Joli Jenson (1992) ได้อธิบายลักษณะกลุ่มแฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง (Obsessed Loner) ว่า เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่อยากให้ตนแตกต่างจากผู้อื่น (Alienate) ทำให้ความเป็นมวลชนลดลง ตัดตัวเองออกจากครอบครัว สังคม เพื่อน ชีวิตจะถูกครอบงำเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากความมีชื่อเสียง ความโด่งดังของดารา หรือนักกีฬา เป็นต้น ที่ตนชื่นชอบ จนสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง คนเช่นนี้จะถูกขย้ำเข้าโดย สื่อมวลชน นำไปสู่โลกมายาจนเข้าไปสู่อาการทางจิตที่อยากจะทำคนที่ตนถือว่าเป็นเจ้าของเพื่อให้สมความปรารถนา

เมื่อรายการประเภท Reality Show ได้กลายที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย เป็นรายการในรูปแบบใหม่ที่สามารถตอบสนองคนดูได้ให้สามารถเข้าถึงรายการได้ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสื่อโทรทัศน์ขึ้น จะเห็นได้ว่าอดีตการนำเสนอรายการโทรทัศน์นั้นเป็นแบบ One-Way Communication คือ สื่อจะเป็นผู้ป้อนข้อมูลให้เพียงฝ่ายเดียว

ผู้ชมไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับรายการได้ในทันทีอย่างเช่นในปัจจุบัน โอกาสที่ผู้ชมจะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองได้นั้นมีน้อย แต่ผู้ชมสามารถร่วมสนุกได้โดยการส่งไปรษณียบัตรเข้ามาในรายการ

ปัจจุบันด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และอิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกได้แผ่ขยายเข้ามา ด้วยความเป็นโลกาภิวัตน์นี้เอง ทำให้รูปแบบรายการเปลี่ยนไป การสื่อสารกลายเป็นแบบ Two-Way Communication ที่ผู้ชมสามารถที่จะ Interactive กับรายการได้ในทันที โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจผู้เข้าแข่งขัน ให้ผู้ชมสามารถมีปฏิกิริยาตอบโต้กับรายการเพิ่มมากขึ้น และด้วยรูปแบบที่ทันสมัยของการใช้สื่อใหม่ คือ การโหวตผ่านทาง SMS Mobile Chat และการโหวตทางโทรศัพท์ 1900 1900 71 ยิ่งทำให้ผู้ชมสนใจและอยากที่จะรับชมรายการ นอกจากนี้การให้ผู้ชมได้เห็นพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขันตลอด 24 ชั่วโมงโดยการติดกล้องคอยจับภาพ ซึ่งปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านี้สามารถที่จะเห็นปฏิกิริยาตอบโต้ได้ในทันทีระหว่างผู้ชมกับรายการ ดังที่ Rogers ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญๆ ของสื่อแบบใหม่ที่มีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคม ในเรื่องของ ลักษณะ Interactivity ของสื่อ และได้ข้อสรุปว่า แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดมาเกี่ยวข้องกับ ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันทีอันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

ผลจากการวิจัย พบว่า ทุก ๆ คืนวันเสาร์ แฟน ๆ รายการ “Academy Fantasia” ต่างให้ความสนใจในการมาชมคอนเสิร์ตกันแบบสด ๆ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ระทึกใจที่ใกล้จะถึงเวลาที่จะต้องประกาศผลว่าใครจะต้องเป็นผู้ที่เดินออกจากบ้านอคาเดมี่ไปในแต่ละสัปดาห์ แฟน ๆ ของผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบทุกคน ต่างห่มหุ้มนั้นโหวต โดยการส่ง SMS ตลอดจนวินาทีสุดท้าย และมีแฟน ๆ จำนวนไม่น้อยที่โหลดภาพผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชอบไว้ที่หน้าจอโทรศัพท์มือถือ และเมื่อผู้เข้าแข่งขันที่ตนเองชื่นชอบต้องเดินออกจากบ้านอคาเดมี่ไป แฟน ๆ จำนวนไม่น้อยที่หลังน้ำตาออกมาด้วยความเสียใจ แฟนบางคนมีอาการซึมเศร้าและผิดหวัง ในขณะที่แฟนของผู้เข้าแข่งขันที่ผ่านเข้ารอบ ส่งเสียงกรี๊ดร้องด้วยความดีใจ ใบหน้าเต็มไปด้วยรอยยิ้ม ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ชมนั้นมีปฏิกิริยาตอบสนองกับรายการได้ในทันทีระหว่างผู้ชมกับผู้เข้าแข่งขัน จากการเปลี่ยนแปลงไปด้วยรูปแบบรายการที่ทุกอย่างคือ การแสดง ที่ดูเหมือนจะเป็นจุดขายของรายการเรียลลิตีในปัจจุบัน ซึ่งการนำภาพไฮไลท์ต่าง ๆ ที่เป็นจุดเด่นของผู้เข้าแข่งขันแต่ละคน มานำเสนอเพื่อให้

ผู้ชมเห็นถึงบุคลิกที่เป็นจุดเด่นของแต่ละคน ทั้งนี้เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้ผู้ชมจดจำผู้เข้าแข่งขันได้ง่ายขึ้น ผู้ชมมีสิทธิ์เลือกได้ว่าจะรักชอบใคร หรือไม่ชอบใคร และยังสามารถที่จะสร้างให้ผู้ชมนั้นเกิดอารมณ์ร่วม และสร้างกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองกับรายการอีกด้วย

5.1 ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาถึงการถ่ายโยงรูปแบบรายการที่มาจากตะวันตกเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนไทย เมื่อต้องการสัมภาษณ์ทีมงานผู้ผลิตรายการ ซึ่งเข้าถึงทีมงานแต่ละท่านได้ยาก ทำให้การวิจัยล่าช้า ซึ่งผลการวิจัยที่ออกมานั้นอาจจะยังไม่สมบูรณ์มากนัก เนื่องจากทีมงานแต่ละท่านจำกัดเวลาในการให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัย

การถ่ายโยงรายการนั้นต้องดูตั้งแต่ประเทศที่เป็นต้นแบบและประเทศที่รับมา และถ่ายทอดมาเรื่อย ๆ จนมาถึงประเทศไทยว่ามีอะไรที่เหมือนหรือต่างกันบ้าง ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถที่จะไปถึงประเทศที่เป็นต้นแบบได้ จึงทำให้การวิเคราะห์เนื้อหาที่มีรายละเอียดไม่ลึกและไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร

นอกจากนี้ยังศึกษาถึงลักษณะการตอบสนองของแฟนที่มีต่อผู้เข้าแข่งขันรายการ เมื่อต้องการสัมภาษณ์แฟนของผู้เข้าแข่งขัน แฟนของผู้เข้าแข่งขันบางท่านไม่ให้ความร่วมมือ ซึ่งเป็นอุปสรรคกับผู้วิจัยอย่างมาก ทำให้ผู้วิจัยต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริง

อย่างไรก็ตามระยะเวลาในการสัมภาษณ์แฟนของผู้เข้าแข่งขันรายการ ก่อนข้างกระชั้นชิดและกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนค่อนข้างเยอะ ประกอบกับเวลาในการสัมภาษณ์แต่ละท่านใช้เวลานาน ทำให้ข้อมูลที่ได้ในแต่ละวันนั้นค่อนข้างน้อย ส่งผลให้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตรงส่วนนี้ค่อนข้างนาน

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1 การที่ผู้วิจารณ์ในรายการ (Commentator) วิจารณ์ผู้เข้าแข่งขันด้วยคำพูดที่รุนแรง และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากสังคม จะทำให้เด็กวัยรุ่นเกิดความคิดใหม่ ๆ กลายเป็นค่านิยมคือ ต้องต่อว่าผู้อื่นอย่างรุนแรงถึงจะได้การยอมรับจากสังคม

5.2.2 รายการประเภทนี้อาจเป็นอันตรายต่อสังคม เนื่องจากบุคคลที่มีความชื่นชมชอบ โดยเฉพาะ ผู้ที่ชื่นชมอย่างคลั่งไคล้ จะเกิดการจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ ให้อารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับรายการเสมือนว่าตัวเองเป็นผู้เข้าแข่งขัน เมื่อรู้สึกผิดหวังทำให้สูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง นำไปสู่การเกิดอาการทางจิต เช่น การฆ่าตัวตาย หรือการฆ่าคนที่ตนเองถือว่าเป็นเจ้าของเพื่อให้สมปรารถนาของตนเอง

5.2.3 ผู้ผลิตควรคิดไตร่ตรองให้รอบครอบ มองให้รอบด้าน โคนนำบทเรียนที่ได้รับจากการทำรายการในครั้งนี้มาเป็นแนวทาง ควรให้ความสำคัญกับสิ่งที่จะกระทบกับความคิดของคนในสังคม ซึ่งการนำเสนอรายการแบบถ่ายทอดความจริง ยังสามารถทำได้ในรูปแบบอื่น เช่น สารคดี ผู้วิจัยมองว่า รายการสารคดีสามารถที่จะถ่ายทอดเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อเกี่ยวกับชีวิตของคนในสังคมได้เช่นกัน ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้ผลิตควรนำไปคิดต่อ และนำมาปรับประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสังคมไทย

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากกว่านี้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่น่าเชื่อถือและสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษารายการเรียลลิตีโชว์ที่น่าสนใจในประเทศไทย ที่นำเอารูปแบบรายการมาจากประเทศตะวันตกในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และเพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์ถึงกระบวนการในการถ่ายโยงรายการรูปแบบรายการว่ามีวิธีเหมือนหรือต่างกันอย่างไรกับรูปแบบรายการเรียลลิตีโชว์ที่ได้เคยประสบความสำเร็จมาแล้วอย่างรายการ “Academy Fantasia”

D
P
U

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร : อินฟินิตี้เพรส.
- กาญจนา แก้วเทพ และ ศิริชัย ศิริเกษ. (2531). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- _____. (2543). สื่อสารมวลชนทฤษฎีแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์.
- _____. (2545). เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- กิตติ ก้านภัย, ปางริย์ อ่อนสอาด, อุษา สุกใส, ประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์ และ บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2542). การสื่อสารการตลาดเพื่อชุมชนเข้มแข็ง : กรณีศึกษาชุมชนเกาะเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- ขวัญเรือน กิตวัฒน์. (2529). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร พหุศาสตร์ของการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จุมพล รอดคำดี. (2531). พหุศาสตร์ของการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน และคณะ. (2528). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2545). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิระโสภณ. (2535). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มานวิกา ตันตีสुकฤต. (2528). การผลิตรายการโทรทัศน์. เชียงใหม่ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ยุคล เบ็ญจรงค์กิจ. (2533). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ถาวรตันกุล. (2544). นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. (2530). การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทความ

- “SMS : ธุรกิจยุค 2004.” ผู้จัดการรายสัปดาห์. 5 กันยายน 2547.
- “ฝันที่เป็นจริง คนัย จันท์เจ้าฉาย.” กรุงเทพธุรกิจ. 26 สิงหาคม 2547.

วิทยานิพนธ์

- กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง. (2545). พฤติกรรมแฟนรายการพยากรณ์ชีวิตของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจษฎา รัตนเขมากร. (2541). ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชไมพร แก้วประไพ. (2541). การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี งามประเสริฐ. (2541). การแอบมองและจ้องดูที่ปรากฏในภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปารีชาติ อีโซ. (2545). การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมส์เศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- พุลศิริ จันท์เสวี. (2539). การศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ ของบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2538. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิลาวัลย์ เชื้อบุญฉานนท์. (2535). กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้
ผลิตรายการในปี 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์.
กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นวันที่ 6 สิงหาคม 2547. จาก <http://www.manager.co.th>
ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นวันที่ 4 กรกฎาคม 2548. จาก <http://www.manager.co.th>
The Star คั่นฟ้า คว่าดาว 3...เอางี้ดีใหม่สำหรับ SMS. จาก <http://www.mthai.com>
รายการ Academy Fantasia ปฏิบัติการล่าฝัน. จาก <http://www.businessthai.co.th>

ภาษาต่างประเทศ

Books

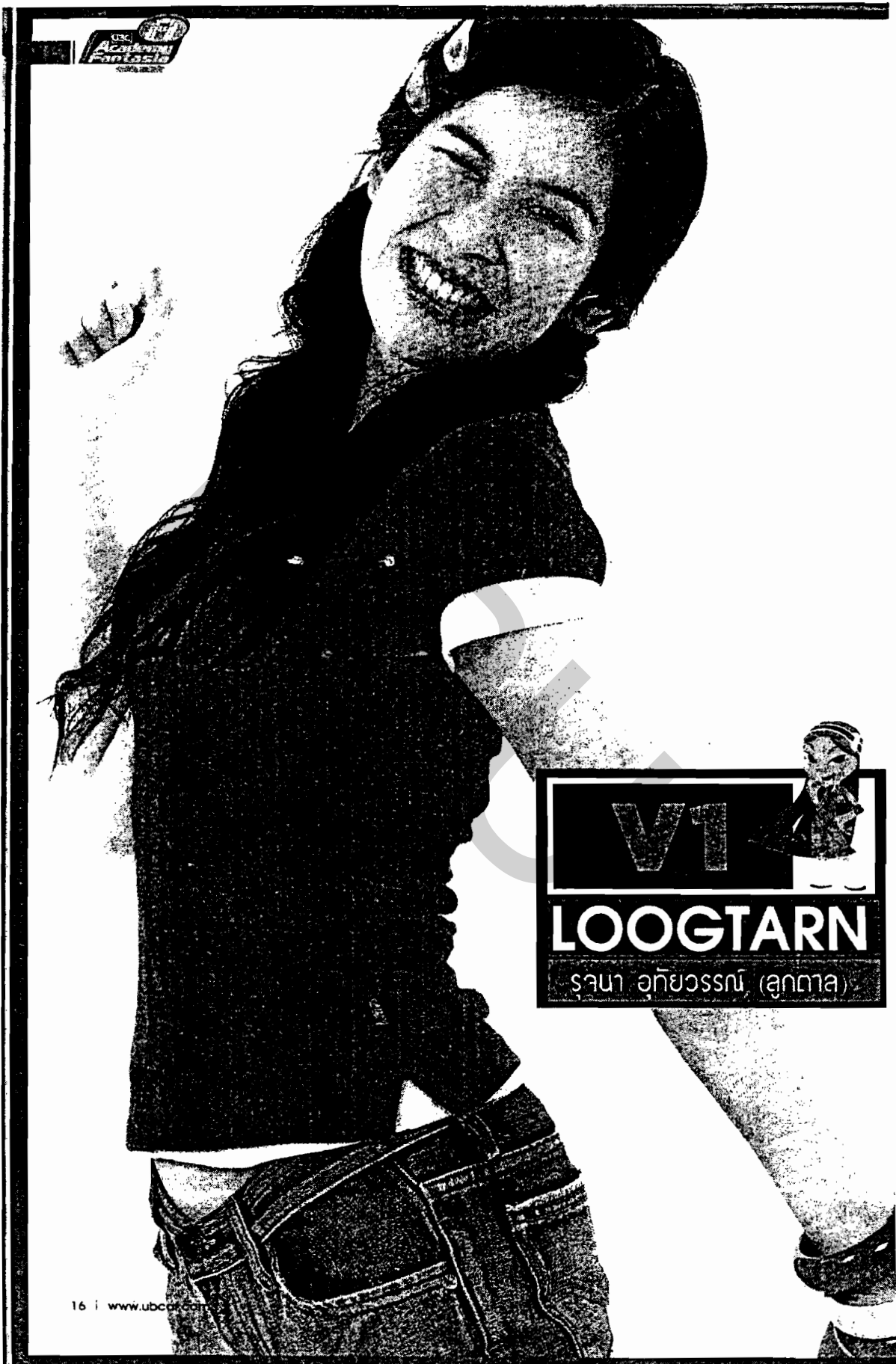
- Denzin , Norman K. (1991). **Images of postmodern society : Social theory and contemporary cinema.** London : Sage.
- Jenkins , Henry. (1992). **Textual Poachers .** New York and London : Routledge.
- Lewis , Lisa A. (1992). **The Adoring Audience.** London and New York : Routeledge.

Draft

ภาคผนวก

105

ภาคผนวก ก



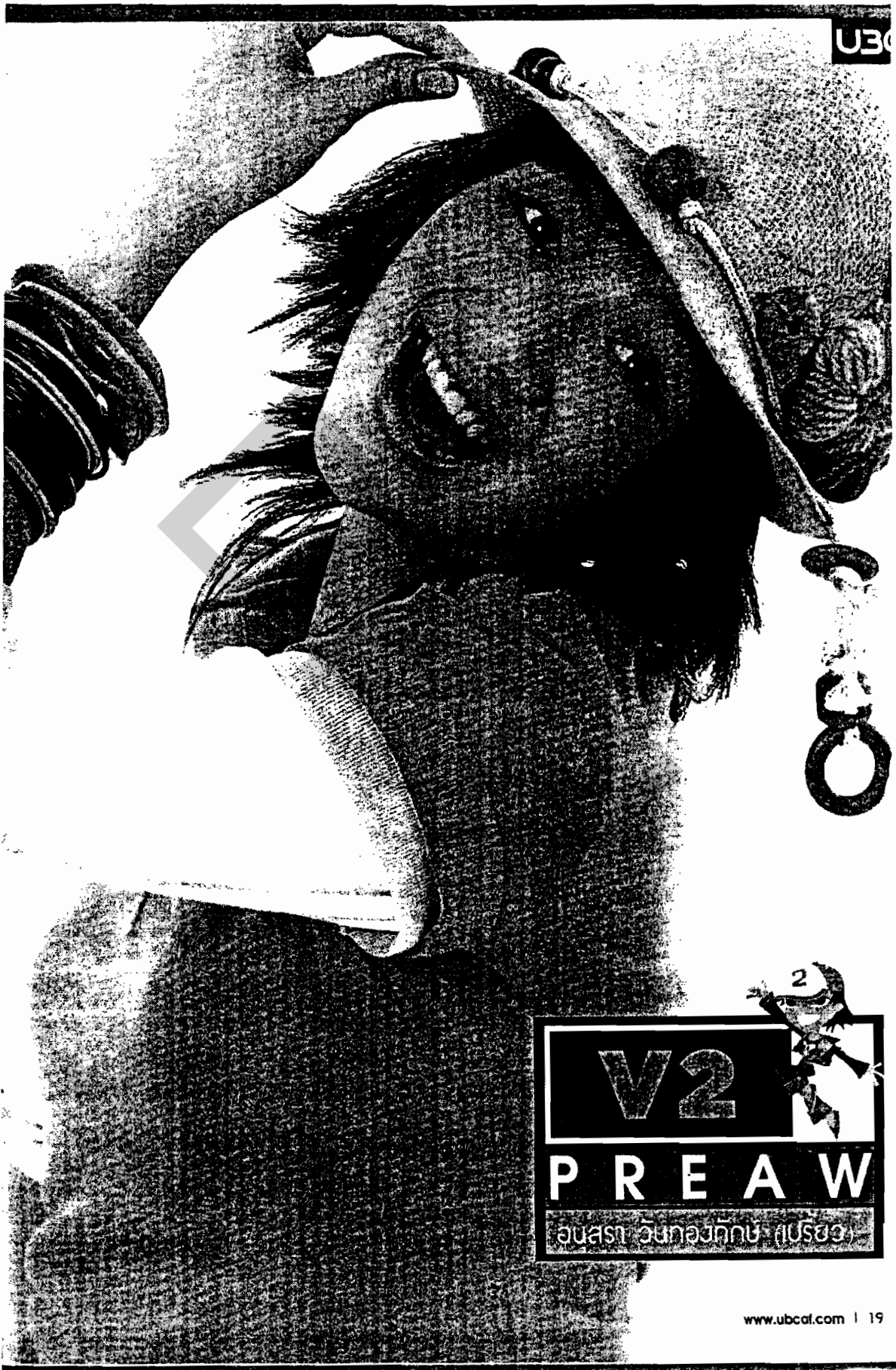
VI

LOOGTARN

รจนา อุทัยวรรณ (ลูกตา)

A rectangular box containing a small portrait of a woman in the top right corner. Below the portrait, the Roman numeral 'VI' is displayed in a large, bold, serif font. Underneath 'VI', the name 'LOOGTARN' is written in a bold, sans-serif font. At the bottom of the box, the name 'รจนา อุทัยวรรณ (ลูกตา)' is written in Thai script.

UBC



V2

P R E A W

อนาสตา อิมทองกัทิช สเปร์ซอ

UBCA
Academy
Football




V3

W A N

ธนกฤต พาณิชวิทย์ (ว่าน)

UBC





V5


M E W

ນວນຖືກ ບັນທຶກ (ປັງ)



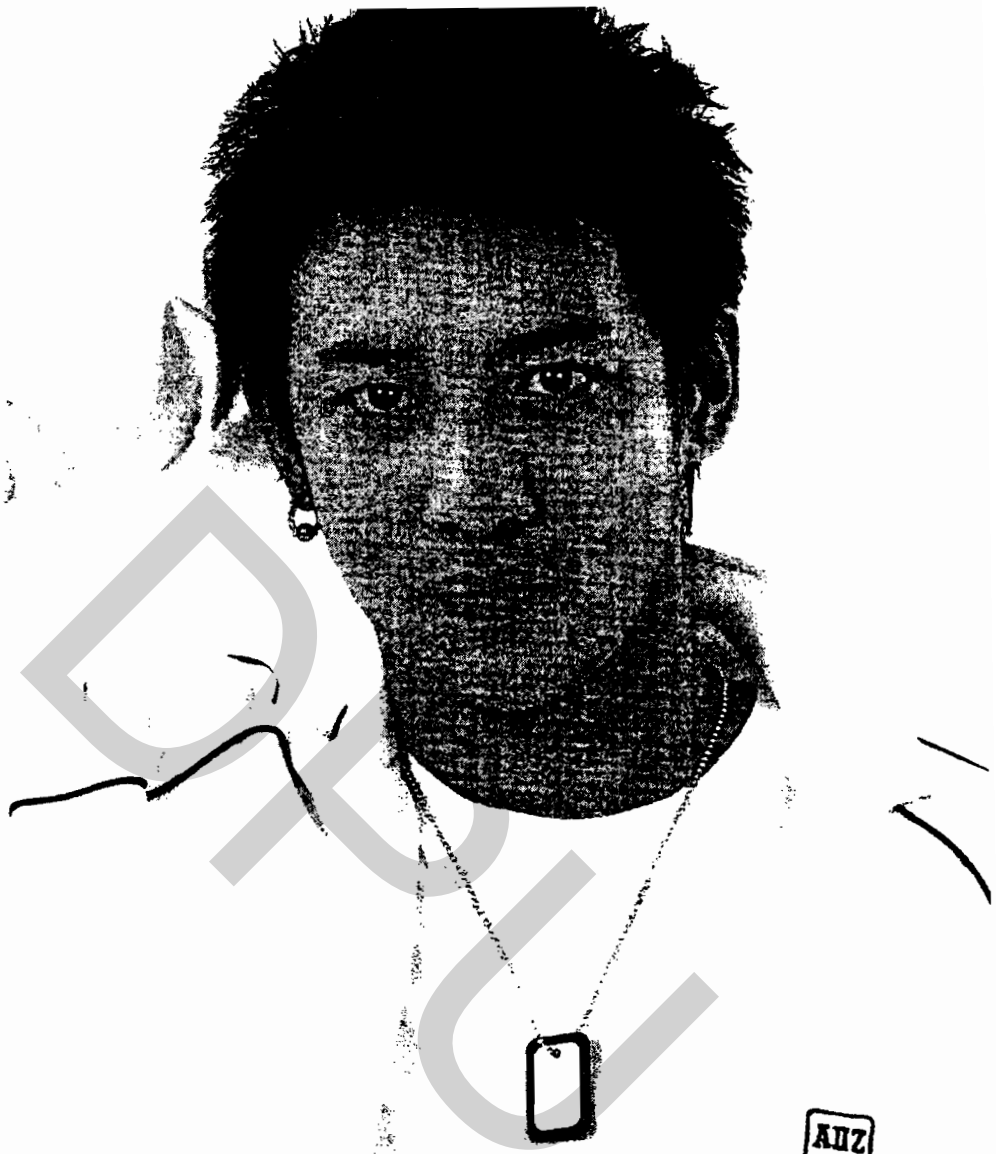
VO
P A T
พัตตา เอนกอายุวัฒน์ (พัต)

Academy
Fantasia
THAILAND



V7
KOOKAI
อัสสา ซิม (ค็อก)

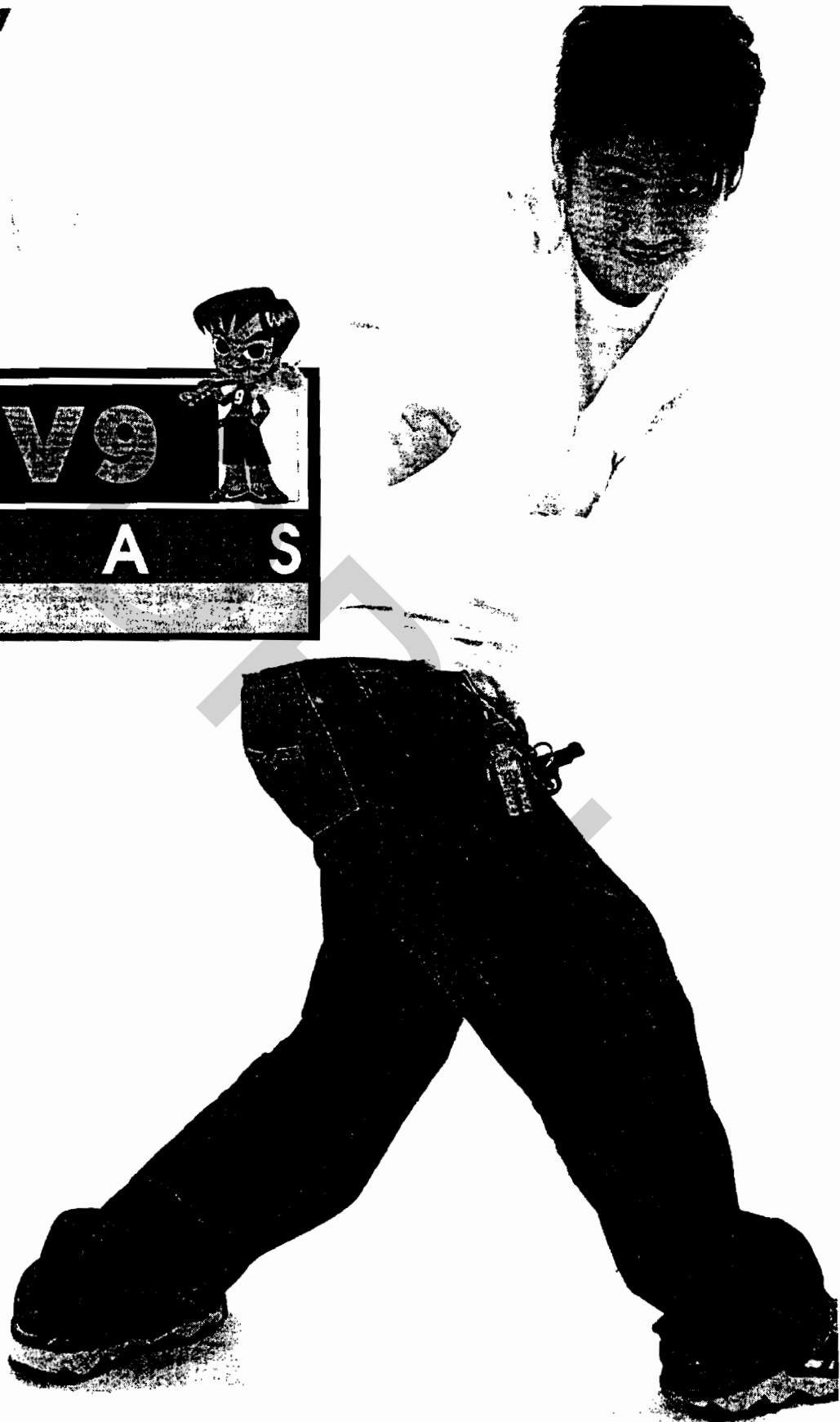
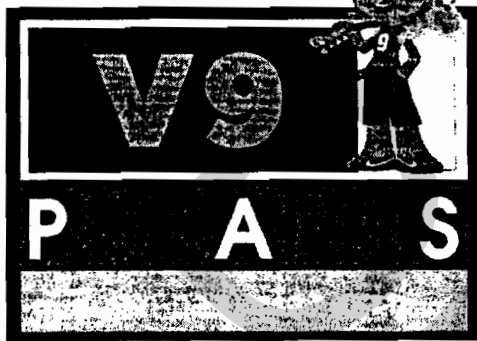




ANZ
ACTIVE

V8
B O Y
វីអេស-អិលស៊ី (សប្តាហ៍)

Academy
Fantasia
present

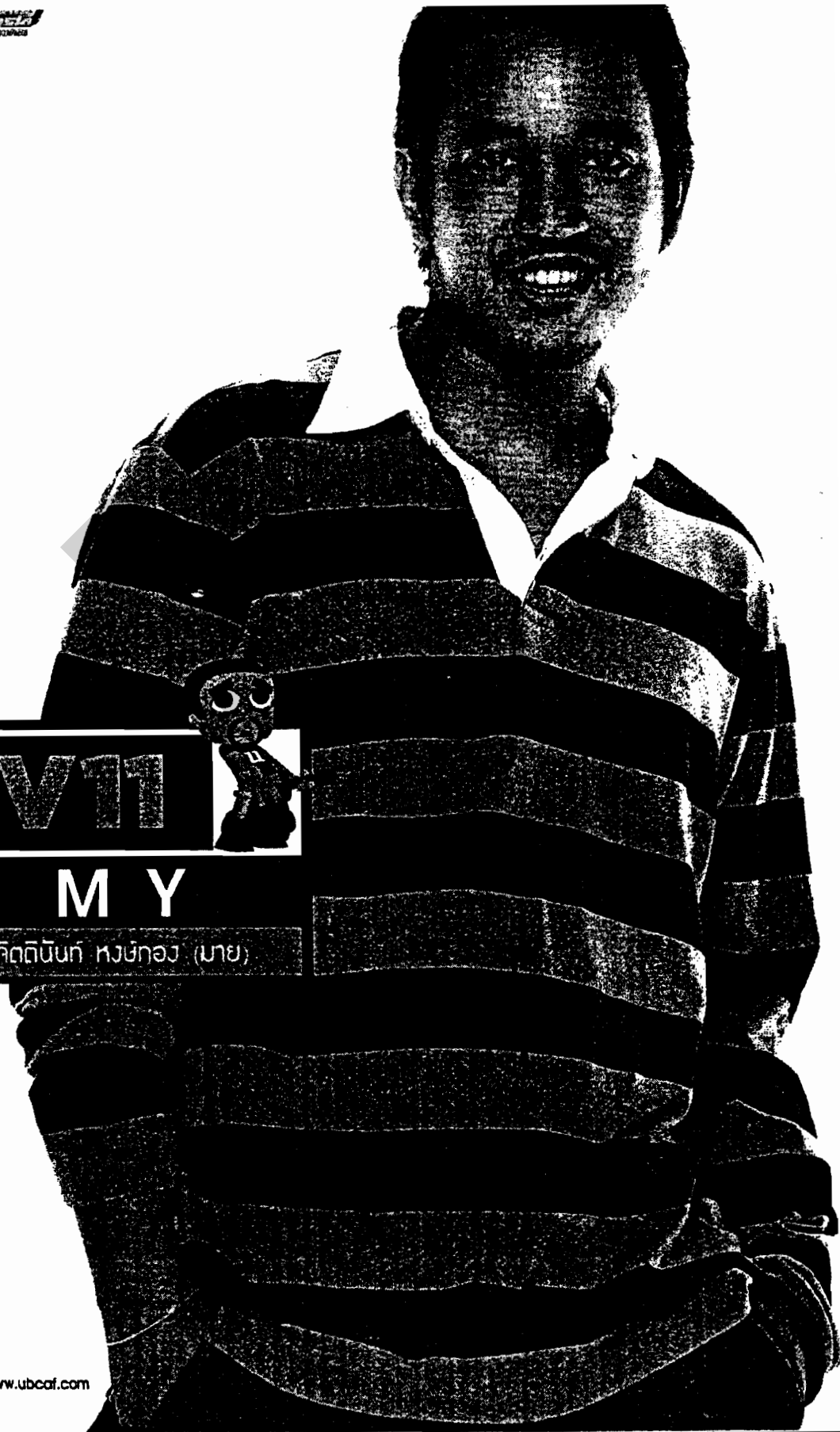




V10

O H

กตติยา พิณธิประพันธ์ (โอ)



VII



M Y

จิตติพันธ์ หงษ์ทอง (ชาย)



WHICH
WAY
DOES THE
WIND
BLOW?



J O E

โจ อนุชิต (จ)

DRUC

ภาคผนวก ข



ผลิตทีวี 24 ชั่วโมง รายการแรกของเมืองไทย



ENJOY UBC ACADEMY FANTASIA

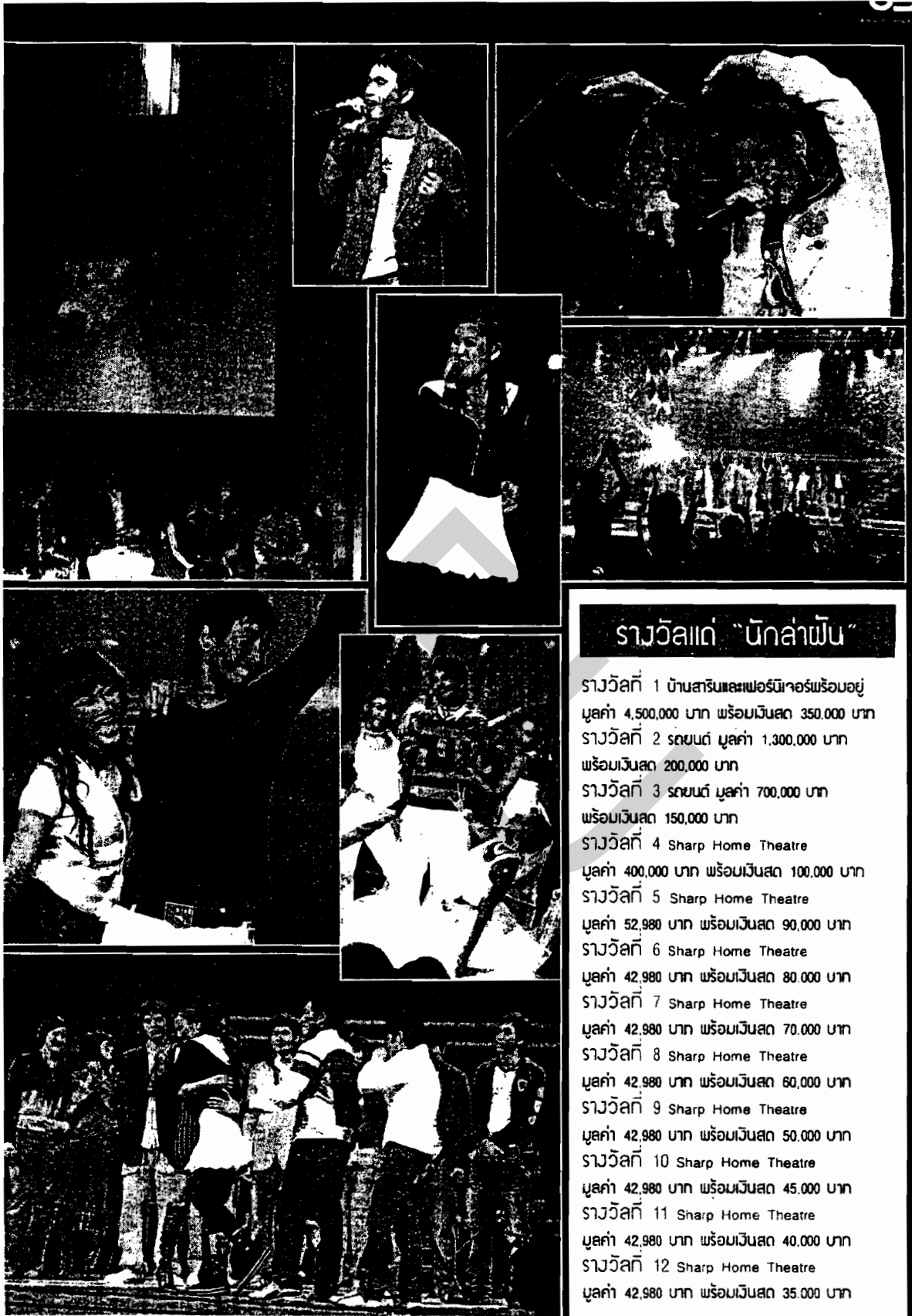
12 นักร้องปั้นเบ็ดเสร็จจากหน้าบ้าน • พาไปทำควมรู้จักกับเทรนเนอร์คนเก่ง • เมืองทลิ่งและภาพประทับใจในวันคอนเสิร์ต



บ้านเมือง
seventeen







รางวัลได้ "นิกล่าฟัน"

- รางวัลที่ 1 บ้านสารินและเฟอร์นิเจอร์พร้อมอยู่
มูลค่า 4,500,000 บาท พร้อมเงินสด 350,000 บาท
- รางวัลที่ 2 รถยนต์ มูลค่า 1,300,000 บาท
พร้อมเงินสด 200,000 บาท
- รางวัลที่ 3 รถยนต์ มูลค่า 700,000 บาท
พร้อมเงินสด 150,000 บาท
- รางวัลที่ 4 Sharp Home Theatre
มูลค่า 400,000 บาท พร้อมเงินสด 100,000 บาท
- รางวัลที่ 5 Sharp Home Theatre
มูลค่า 52,980 บาท พร้อมเงินสด 90,000 บาท
- รางวัลที่ 6 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 80,000 บาท
- รางวัลที่ 7 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 70,000 บาท
- รางวัลที่ 8 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 60,000 บาท
- รางวัลที่ 9 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 50,000 บาท
- รางวัลที่ 10 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 45,000 บาท
- รางวัลที่ 11 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 40,000 บาท
- รางวัลที่ 12 Sharp Home Theatre
มูลค่า 42,980 บาท พร้อมเงินสด 35,000 บาท



“ไม่ใช่แฟนแต่รัก”

ประยงค์นี้อาจไม่จัดเข้าไปในใจคนที่ไม่ใช่แฟนตัวจริงของ UBC Academy Fantasia แต่สำหรับคนที่เกาะติดหน้าจอกีวี ...เขาหลับ เราหลับ เขาตื่น เราตื่น เขาข้อม เขาคนก็ร่วมข้อมไปด้วย... คงเข้าใจดีกับความรู้สึกที่อยู่ๆ เราก็นึกรักใคร่สับสนขึ้นมาได้ โดยที่ไม่เคยรู้จักเขาเหล่านั้นมาก่อน

ปีที่แล้วปรากฏการณ์ร่วมลุ้นร่วมเชียร์ นักร้องรุ่นที่หนึ่งกลายเป็น Talk of the town อย่างที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อน แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า UBC Academy Fantasia ดีไว้ดีเพราะ “เพลง”... สารจากการฝึกสอนของ บรรดา Trainer และความบันเทิงที่เกิดจากความบันเทิงของเหล่า นักร้องรุ่นที่หนึ่งที่ทำให้รายการนี้ดีเป็นพลุแตก และแน่นอนว่าปีนี้ปรากฏการณ์เหล่านั้นจะกลับมาอีกครั้

นักร้องรุ่นที่ 12 คน ที่มาอยู่ร่วมตัวกันในบ้าน UBC Academy Fantasia รุ่นที่ 2 เป็นใครมาจากไหนกันบ้าง หลายคนคงได้รู้และติดตามร่วมลุ้นให้กำลังใจกับพวกเขาจนระยะหนึ่งแล้ว แต่สำหรับคนที่เพิ่งรู้จัก UBC AF ปี 2 หรือแม้แต่บางคนที่ยังไม่รู้จักพวกเขาเลย เราขอเป็นไกด์พาพวกคุณไปทำความรู้จักกับเด็กหนุ่มสาวทั้ง 12 ชีวิต ที่มารวมตัวกันเพื่ออะไร? เป็นดาวโดเด่นบนแพทพาดานที่ใจใฝ่ฝัน รวมทั้งรูปแบบรายการที่บีบีเอสบอกก็เด็ดที่แตกต่างจากปีที่แล้ว...เพราะเราอยากให้การชม UBC Academy Fantasia ปีนี้ของทุกคนสนุกกว่าทุกปีจากหน้าจอกีวี และอยากให้คุณเกาะก้นเพื่อนได้ออกรสยิ่งขึ้น

อ่าน UBC AF ฉบับนี้จบแล้ว อย่าลืมหยิบโทรศัพท์มือถือให้มันสั่นสั่นที่เชียร์นะคะ แต่อย่าลืมสั่นในหัวใจด้วยจากไปก่อน ก็ไม่ต้องเสียใจนะ เราสัญญาว่าจะนำพวกเรากลับมาชมตัวกันอีกครั้ง ใน UBC Academy Fantasia ฉบับพิเศษ ที่รวบรวมทุกการตอบรับของคุณมา พร้อมกับสาระดีๆ ด้วยความหวังดีที่เรารักและหวังว่าที่รักคือคำว่า



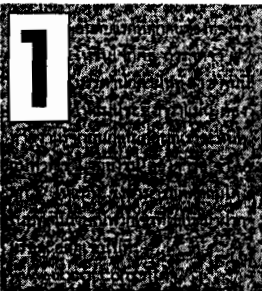
Editor-in-chief Suthonin Jirapanyangam, Assistant Editor Nattaporn Katsavichan, Editor-in-chief Suthonin Jirapanyangam, Project Contributor Provesudha Mookkiew, Graphic Photographer Chonak Thammakul, Supervisor Verenzachonit, Suroak Kachapim Siritai Artist Kitjai Tobulung Artist Voludom Pinit, Photographer Witthayut Trip Preejai, Workshop Management Group Production Manager Kanida Thanasakmakornkul Group Contribution Supervisor Wisak Witthayut Pichaiwit Egram Chirapakornkul UBC AF is Printed by Rangit Printing Co., Ltd. Tel. 02-261-0000. Group Advertisement by Global Star Co., Ltd. Tel. 02-261-1111-2. Distributed by Global Book Mart Co., Ltd. Tel. 02-261-1111-3. Publisher & Published by Media Transasia Thailand Ltd.

©Copyright reserved by Kinexon Co., Ltd. (United Broadcasting Corporation Group). Any reproduction, adaptation or communication to public must obtain prior written consent from Kinexon Co., Ltd. (United Broadcasting Corporation Group).



ดูยูบีซี จะคาเดมีย์ แฟนเทเชีย อย่างไรให้สนุก

อยากรู้มันว่าทำไม UBC Academy Fantasia ถึงกลายเป็น Talk of the town? ก็เพราะรายการนี้ทำให้พวกเราได้ชมกันได้อย่างสนุกสนาน โหมาจกทั่ว โหมาจกอุ่นกันสุดขั้ว โหมาจกฮาขานเต็ม topic ก็เอาไว้มาชกับใครก็ได้ ... ร้องแบบนี้แล้วถ้าอยากดูทีสนุกกว่าก็คอยสิ! ไม่ได้เรื่องขงกั เพราะเรารวบรวมเทคนิคที่จะสร้างความสนุกในการติดตามชีวิตของนักร้องชั้นนำ 12 คน จากแฟนคลับตัวจริงมาฝากให้ทุกคนได้สนุกกับการชม UBC AF ตลอด 3 เดือน กับแบบบทที่ต่อมาให้ชมทีละ:



1 จากนั้นที่ Band คนละบข่าง เริ่มจากเพื่อนสนิท ญาติพี่น้อง ตามไปถึงเพื่อนที่โรงเรียนและเพื่อน ๆ ที่ออฟฟิศ ฯลฯ ให้น่าเป็นแม่กับคนรัก ดูวีซีดีจะคาเดมีย์ จะได้มีเพื่อน ๆ มขุดมการณั

2 พอเราตัดสินใจว่าจะทะเลาะเนนให้ใครแล้วละก็เตรียมโทรศัพท์ให้พร้อม สำหรับการส่ง SMS ... อันนี้สำคัญมาก!!! พิมพ์ V <วรัวค> หมายเลขนำข่ามันส่งไปที่ 4827999 หรือโทรศัทพ์บ้าน โทร. 1900 1900 41 กด 1 และ 1900 444 555 กด 1 หรือโทรศอออนไลน์ผ่าน www.ubcf.tv

3 การคิดความดูในทุกอย่าง ช่วงทำที่คุณสามารถและไม่ควรพลาดไว้สำคัญ อย่างวันศุกร์ก่อนวันเอดง, คอนเสิร์ตในกับแฉกร์ และควออินไปกับ class ในแต่ละวัน คือ เขาหันคุณแดน เขาห้อง คุณก็ร้อง (เขาร้องไม่ คุณก็ร้องด้วย) และแนะนำให้เพื่อนต้นมาดูกลางศึกบ้าง อาจเจอที่เด็ดเก็บไว้มาจรัส

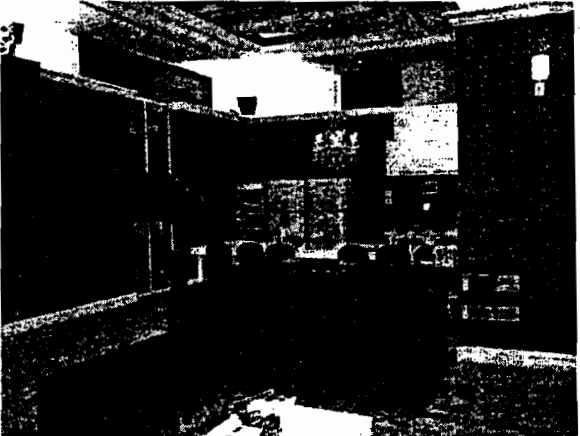


5 ติดตามกราฟผลโหวตอย่างสม่ำเสมอเพราะเมื่อไหร่ที่คุณเห็นว่าคะแนนของ V ที่คุณเชียร์อยู่ในระดับที่อันตราย ควรรีบโหวต โดยพิมพ์ V <วรัวค> หมายเลขนำข่ามันส่งไปที่ 4827999

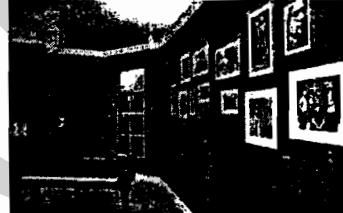
6 ส่ง SMS ร่วมแสดงความคิดเห็นแล้วรอดูปฏิกริยาตอบโต้จากผู้ชมคนอื่น ๆ มากมายที่เข้าส่ง SMS แสดงความคิดเห็นแบบมีกร์ตุน โดยพิมพ์รหัสกร์ตุน เช่น C01 (การ์ตุนปลุกศาล) หรือ C0312 (ว่่านูใจ) ส่งมาที่ 4827515 หรือกร์ตุนเวอร์ชันล่าสุดพิมพ์ S01 ถึง S12 (มีทั้ง 12 V) ส่งมาที่ 4827515 เช่นกัน หรือจะเพิ่มความมันส์กว่านี้ ดำเนินหน้าภาการ์ตุนของคุณเองเวลา Chat ส่ง MMS รูปหน้าตัวเองมาที่ 48272 แล้วทำตามกร์ตุน Chat ตามปกติ



7 โทร.อัทเศตสดานการณักับเพื่อน ๆ เสมอ ยิ่งถ้าคุณแน่ใจว่าเป็นแฟนตัวจริงก็ถาป่นาคัวเองเป็น GURU ะเลอครวณนี้ถ้ากเสอบตัวคุณคงอ้ออะไรหรือขงกันการ์เรื่อง UBC AF พวกเราจะต้องมีกร์ตุนเป็นคนแรกแน่นอน



อย่าลืมไปหา V ที่คุณรักเอซๆ โดยการเข้าไปโพตในเวบ์บอร์ดของ www.ubcaf.com ปอซๆ และพยายามเกาะกักับในขุมเป็นกั้นช่วยกันโหวตให้ V ที่เขาเชียร์ผ่านเข้าไปถึงรอบเส็กๆ หรือที่ข้อความเสียงให้กัซึ่งใจจากแฟนคลับที่ Voice Mail Box โทร www.ubcaf.com

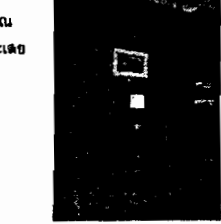


10 โหวตให้ V ที่เชียร์ในกับแฉงคอนเสิร์ต เพราะเราไม่รู้ว่ากร์ตุนที่มันจะเป็นขิงใจถ้าจะล้าใจไม่ส่งคะแนนให้ มีหัว V ที่คุณเชียร์อยู่ต้องมาขยับอยู่แถวหน้า หรืออาจถึงขั้นต้องถากกระเป่ากลับมาบ้านไปก่อน ...แล้วทีนี้จะเชียร์ใครฟ้อละ

9 พยายามหาทางไปชมคอนเสิร์ตอย่างน้อยสัก 1 ครั้งและควรฟ้อร่วมทีมกับเพื่อน ๆ ไปชมกันหลายๆ คน และอย่าลืมเตรียมอุปกรณ์เชียร์อย่างปากข่า โฟนติด เสือทีม ฯลฯ ไปด้วย ที่สำคัญก่อนไปดูคอนเสิร์ตอย่าลืมชาร์จแบตเตอรี่มือถือให้เต็มเปี่ยมเพื่อการส่งคะแนนโหวตระหว่างชม และควรพร้อมเพลงใจพ้อขงกันักข่ามันก่อนคอนเสิร์ตจวีได้ที่ Music Station โทร www.ubcaf.com

11 รุกๆ คืนวันเสาร์ควรร่วมขุมกับเพื่อนสนิท หรือถือโอกาสนัดสังสรรค์กับญาติพี่น้องซะละย แล้วให้ทุกคนร่วมชมคอนเสิร์ตไปกับคุณด้วย เว็ดดี... อีงดูหลายคน ยิ่งได้มาชกับแบบขงกักร์ตุน ถ้าดูไม่ทันตามขุมก็ขงกักับคอนเสิร์ตย้อนหลังทาง www.ubcf.tv (เพราะถูกค้า True Hi-Speed Internet)

12 โท.อัทเศตสดานการณักับเพื่อน ๆ เสมอ ยิ่งถ้าคุณแน่ใจว่าเป็นแฟนตัวจริงก็ถาป่นาคัวเองเป็น GURU ะเลอครวณนี้ถ้ากเสอบตัวคุณคงอ้ออะไรหรือขงกันการ์เรื่อง UBC AF พวกเราจะต้องมีกร์ตุนเป็นคนแรกแน่นอน

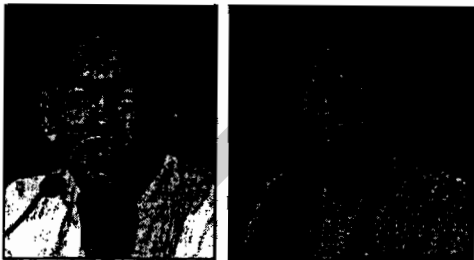


13

ดาวน์โหลดฟรี! True Wallpaper and Screensaver 3D นักร้องชั้นนำที่มันน่ารักคือ เข้มข้น มีเร ในอีก ๑ ตอนขอเอาไปใช้ทันที! Cool Stuff

www.ubcaf.com

14 อยากรู้ผลโหวต V โหมาจกพิมพ์ AFSCORE ส่งมาที่ 82788 รับผลโหวตวันละ 4 ครั้ง 10.00, 15.00, 21.00 และ 24.00 น แต่หาขงกันโหวตแบบทันใจต้องพิมพ์ AFUPDATE ส่งมาที่ 82777 ระบบจะส่งผลโหวตล่าสุดมายังมือถือของคุณ



สารพัดช่องทาง update สถานการณ์ในบ้าน UBC AF

- วันชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทางยูทียู 16
- ช่วงคอนเสิร์ต ทุกวันเสาร์ ทางยูทียูอินโฟเควส 17 เวลา 20.00 น. - 22.00 น.
- โอลิมปิกในสระวัน ทางยูทียูอินโฟเควส 17 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.00 น. - 21.00 น.
- โอลิมปิกประจำสัปดาห์ ทางยูทียูอินโฟเควส 17 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.00 น. - 21.00 น.
- โอลิมปิกอุบลสุพรรณ ทางไอทีวี ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 22.30 น. - 23.00 น.
- ช่วงคอนเสิร์ต ทางไอทีวี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.30 น. - 24.00 น.
- www.ubcaf.th (High-Speed Internet จาก True) ในแบบ Live Streaming พร้อมแบบอื่นทั้ง UBCAF Concert, True Moments และ Secret of Academy By True พร้อมแบบสื่อสังคม 5 ทัชชิ่ง

รัก ชวน อวยกเชียร์ อัยย้า!!!

- ๑) ฝ่ายข้อความเสียงถึงนักข่าว โทร. 1900 1900 41 กด 2 หรือ 1900 444 555 กด 2
- ๒) อวยกโทร โทร. V <วรรค> "นายเดช" หมายเลขที่ 4827999 หรือ โทรศัพท์บ้าน โทร. 1900 1900 41 กด 1 และ 1900 444 555 กด 1
- ๓) อวยก Chat โทร. V <วรรค> "ข้อความ" หมายเลขที่ 4827900
- ๔) อวยก Chat แบบมีภาพดู พิมพ์ที่อาคารศูนย์ เช่น C01(การ์ดคุณูปกตากร) หรือ C0312 (ร้านสุใจ) หมายเลขที่ 4827315 หรือการดูแนวข้อขึ้นล่าสุด โทร. 301 814 812 (มีทั้ง 12 V) หมายเลขที่ 4827315 เช่นกัน
- ๕) อวยกโทรโทร โทร. AFSCORE หมายเลขที่ 82778 เพื่อลงทะเบียนระบบช่วยเหลือ 4 ครั้งต่อวัน
- ๖) อวยกรู้อ่านข่าวทั้งหมดทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 10.00, 15.00 และ 20.00 น Write Message โทร. AFNEWS หมายเลขที่ 82778 เพื่อลงทะเบียน

**พิมพ์ V <วรรค>
หมายเลขที่คุณเชียร์
แล้วส่งมาที่ 4827999**

ถึงแม้ว่าผลประกาศในแต่ละสัปดาห์จะทำให้เรารู้ว่า ใครจะอยู่บ้าน หรือใครจะไปก่อน ...แต่ 12 นักล่าฝันในบ้านยูบีซีจะหาคนเชียร์อีกคนบอกเรา พวกเขาไม่ได้มาล่ารางวัล เพียงแค่มาตามล่าความฝัน และอยากให้ผู้ชมรักและร่วมเชียร์กันที่กำลังใจกับความพยายามที่เตรียมมาเต็มกระเป๋าดังนั้น เพราะฉะนั้นถ้าอยากเห็นคนที่เชียร์อีกคนเชียร์อยู่ในบ้านยูบีซีจะหาคนเชียร์ที่ดีที่สุดท้ายละก็ ขอบอกว่า ต้องอย่ามัวนั่งนอนใจ "พิมพ์ V <วรรค> หมายเลขที่คุณเชียร์ แล้วส่งมาที่ 4827999" ไม่จำเป็นต้องมาว่าถ้าประวัติ-ศาสตร์จรรยา (ปีที่แล้วเกิดอะไรขึ้นคุณคงจำได้ หรือแม้แต่เหตุการณ์ชื่อๆ ในบ้านเชียร์ของเราปีนี้แหละ)

กฎ กติกา มารยาทของการอยู่ในบ้านยูบีซีเหมือนจะไม่แตกต่างจากปีที่แล้วแต่ถ้าใครมาถึงแล้วจะเป็นอย่างไร เราก็ยังเดาไม่ออกอยู่ดีว่า ความรู้สึกของคนที่ต้องอยู่ในบ้านที่ไม่มีเวลาบอกเนื้อจะเป็นอย่างไร แล้วเรื่องนี้จะมาเมื่อไหร่หรือศัพท์ หรือรับสารจากโลกภายนอก ยิ่งอยากจะได้ว่าหากเราเป็นส่วนหนึ่งในนั้นจะรู้สึกอย่างไรขนาดไหน ...แต่เท่าที่ติดตามชมมาหลายสัปดาห์ ก็ดูเหมือนว่าน้องๆ ไม่ได้เดือดร้อนกับกฎกติกาที่เราตั้งไว้หรอก นั่นคงเป็นเพราะแต่ละวันน้องๆ ต้องฝึกซ้อมจนแทบไม่มีเวลาพักผ่อนเลยละมัง แถมการทำกิจกรรมร่วมกันกับเพื่อนๆ ก็ดูเหมือนจะช่วยลดอาการคิดถึงบ้านไปได้เยอะ

เพื่อนเชียร์บีบีซีมีแต่คนเก่งๆ เจ๋งๆ อย่างครูเปิด สอนต้น กับครูอาท ที่เป็นขวัญใจพวกเรามาตั้งแต่ปีที่แล้ว หรือทีม Voice Trainer ที่นำทัพด้วยครูป๊อ ครูบ๊ิก ฯลฯ ก็มีดีกรีที่ไม่ต้องห่วงเลยว่าการให้ความรู้กับเด็กๆ ในครั้งนี้จะยากอยู่จริง เพราะบรรดาครูๆ ผู้มาประสบการณ์เหล่านี้...เอาอยู่...อยู่แล้ว ยิ่งครูขวัญ ครูหนึ่ง ซึ่งเป็นครูสอนการแสดงในบีบีซี ก็มีดีกรีกับความสามารถถนัดทางภาษา เพราะฉะนั้นขอขอบคุณเหล่าแฟนคลับทั้งหลายสายใจได้ว่า นักล่าฝันทั้ง 12 คนที่พวกคุณเชียร์อยู่นั้นจะได้รับความรู้มากมาย เพื่อนำไปพัฒนาตัวเองและสร้างสีสันให้ชีวิตในแต่ละสัปดาห์ของคุณ ยิ่งในทุกๆ ครั้ง

นอกจากนี้ครูใหญ่ประจำบ้านอย่างครูทิว ที่ดูเหมือนจะขนาดเริ่ม คุณัน แต่กลับทำหน้าที่ดูแลเด็กๆ ได้เป็นอย่างดี และช่วยแก้ปัญหาด้วยการใช้สติเป็นน้ำยาล้างจาน ไม่ได้ไหลอย่างที่เราคิดกันจริงๆ รวมทั้งคุณผู้ทำหน้าที่อย่างครูศุภวิภา ศรัทธาพิชญ์ ที่มาช่วยให้ความรู้แก่นักล่าฝันเป็นระยะ และอีก 2 คนที่อยู่กับยูบีซีจะหาคนเชียร์ด้วย จะกลายเป็นไอ้ไหนๆ ที่ทุกคนนึกถึง นั่นก็คือ คุณนครชญา ศิระฉายา และครูเปิด-มนตรีพิชิต ศิระฉินางกูร นั่นเอง

เรื่องของเราจะติดตามมาเป็นเรื่องสุดท้าย แม้ว่ามันจะไม่ได้ตั้งใจมาล่ารางวัล แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมทางบ้านอย่างพวกเราพร้อมใจกันให้คนโปรดในใจได้บ้านหลังใหม่ไปครอบครอง หรือแม้แต่คนที่ชนะรองลงมา เราก็ดีใจแทนด้วยซ้ำจะได้รอยยิ้มไปรับกันๆ ให้สมกับความตั้งใจที่ทุกคนทุ่มเทมาจนถึงสัปดาห์ท้ายๆ เพราะฉะนั้นขอเชียร์เชียร์กันอีกที ถ้ารักใคร่ ชอบใคร่ อย่ามัวรอช้า รีบหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาแล้ว "พิมพ์ V <วรรค> หมายเลขที่คุณเชียร์ แล้วส่งมาที่ 4827999"



AF - รอบคัดเลือกร



AF - รอบกัดเดือก





www.UBGi.tv

“ชม UBC Academy Fantasia ทางทีวีไม่จู้จี้



ชมชมผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ที UBCi.tv”
 เพียงแค่คุณมี True Hi-speed Internet ก็สามารถชม UBCAF
 ได้แบบสดๆ เหมือนทางทีวี ตลอด 24 ชม. ผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์

- ✓ 5 มุมกล้องพิเศษ ชมสดจริงมีหลายมุมมองอย่างสดๆ
- ✓ UBCAF Concert เขมคอนเสิร์ตประจำสัปดาห์ที่
ห้องดนตรีสยามออดิโอ ทางช่อง UBC Inside (17)
- ✓ TRUE Moments ไอเดียสร้างสรรค์ชมฟรีทุกวัน
- ✓ Secret of Academy by TRUE เปิดเพลงทุกเรื่องรวมอยู่ในนามบัตร
- ✓ Vote Online โหวตให้ศิลปินผ่าน UBCi.tv เพียงครั้งละ 6 บาท

หรือจะเลือกชม UBCAF1 ที่คุณสะดวกชมก็ได้

- UBCAF Concert • TRUE Moments • Secret of Academy
- “ ด้วยราคาสบายกระเป๋าที่ชมกันได้จู้จี้จุกจิก ”
- 55 บาท / สัปดาห์ • 150 บาท / 1 เดือน
 - 250 บาท / 2 เดือน • 300 บาท / 3 เดือน

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 1676 หรือที่เว็บไซต์ www.true.com.th

Exclusive สำหรับพรีเซียม Orange



ภาพที่นำมาประกอบ UBCAF
 และกิจกรรมต่างๆ มีที่มาจาก
<http://wap.orange.co.th>
 Orange World > UBCAF

UBCAF M-Chat : ส่งข้อความโต้ตอบได้ฟรีผ่านทาง V อนุมัติ
 รับค่าชม UBCi > ค่าบริการโทรสาร 10 บาท
 Theme : เปลี่ยนธีมจอรับชมได้ฟรีทุกวัน 12 ธีมใหม่ > ราคาชม 25 บาท
 Photo Frame : ฟิล์มภาพสวยๆ V อนุมัติได้ฟรีทุกสัปดาห์ 15 บาท
 Screensaver : ภาพ V อนุมัติใหม่สวยๆใหม่ > ราคาชม 20 บาท
 Caller ID : โหวต V อนุมัติได้ฟรีทุกวัน > ราคาชม 10 บาท
 M-Card : ส่งการ์ดภาพ V อนุมัติได้ฟรี > ราคาชม 15 บาท
 Truezone : ฟิล์ม V อนุมัติใหม่สวยๆใหม่ > ราคาชม 15 บาท
 Music Gangster 5555 ฟิล์มใหม่ Orange World > Music World
 ฟิล์มใหม่ 25 บาท และฟิล์มเก่า Music Gangster ฟิล์มใหม่ 2 บาท
 Song Dedication : ส่งเสียงข้อความ V อนุมัติใหม่สวยๆใหม่
 แคล็บ 5555 จาก Music Gangster > ฟิล์มใหม่ 15 บาท
 Color Ring : เปลี่ยนเสียงข้อความใหม่สวยๆใหม่ V อนุมัติ
 แคล็บ 8888 ฟิล์มใหม่ 15 บาท และฟิล์มเก่า ฟิล์มใหม่
 ฟิล์มใหม่ 15 บาท
 ศึกษารายละเอียด www.orange.co.th

Color Wallpaper ใหม่ V อนุมัติใหม่สวยๆใหม่
 รหัสใหม่ code ใหม่ 8888ใหม่ 7777 ใหม่ อนุมัติใหม่
<http://wap.orange.co.th> > Orange World > UBCAF





ใกล้ชิดกับนักร้องได้มากกว่าที่คุณคิด
 ไรต์ โหลด แชน เช็คว่าล่าสุด และชม 5 มุมกล้องพิเศษ
 แบบที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา และ สถานที่



www.ubci.tv

ดู UBC Academy Fantasia มา TV ไรท์ ดูสดอีกทาง TV
 ออนไลน์ได้ความเร็วกว่า www.ubci.tv เพียงแค่คุณ True High Speed
 ernet ก็มาลอง UBC Academy Fantasia ได้แบบดู ไรท์มา TV
 ๑๓ 24 ชม. ฝนใหม่ก่อนเปิดตัว
 สำหรับแฟน UBC Academy Fantasia ด้วยเว็บไซต์พิเศษ 5 ๓
 UBC ไรท์ใหม่ก่อนเปิดตัวใหม่ด้วย ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV

www.ubcaf.com

Official Website ที่รวบรวมข้อมูลสาระ มุมวิพากษ์วิจารณ์
 และกิจกรรม Update เรือรอบของ UBC Academy Fantasia
 ตลอดระยะเวลา 12 สัปดาห์ เพื่อคลิกที่ News and Activities
 และชมบทสัมภาษณ์ความเคลื่อนไหวใน Webboard

พาดข่าวใหม่ล่าสุด 12 นาที
 ฟังมา Voice Mailbox
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV

UBCAF Chat Icon

ใช้ฟรี Cool จาก www.ubcaf.com ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV

UBCAF SMS Score/News Update

ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV

UBCAF Mobile Download

Hot Hit... ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV

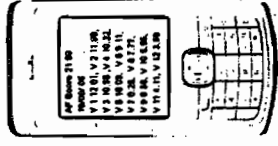
UBCAF Mobile Live Streaming

ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV
 ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV ไรท์มา TV

UBCAF SMS Score & News Update

เกาะติดคะแนนความนิยมของเหล่าศิลปินที่ทุกนักร้อง หรือ Update ในทุกรสชาติที่ทุกที่ ที่เกิดขึ้นบน UBCAF 5 ขั้นตอน

รายงานผลความนิยม SMS ในแต่ละวัน (รวมแสดงเป็นอันดับในรูป) สามารถเช็คความนิยมได้ทุกวัน 4 ครั้งต่อวัน เวลา 10.00, 15.00, 21.00 และ 24.00 น.



เขียน SMS ไปที่เบอร์ 82778 หรือ AFSCORE STOP แล้วรับ SMS รายงานผลความนิยม SMS ในแต่ละวัน หรือ Write Message ไปที่ AFUPDATE แล้วรับ SMS รายงานผลความนิยม SMS / Update ภายทุกๆ 15 นาที หรือ Write Message ไปที่ AFNEWS แล้วรับ SMS รายงานผลความนิยม SMS ในแต่ละวัน หรือ Write Message ไปที่ AFNEWS STOP แล้วรับ SMS รายงานผลความนิยม SMS ในแต่ละวัน

UBCAF Mobile Live Streaming

ไม่อยู่บ้านตอนที่มีศิลปินขึ้นเวที... ไม่เป็นไร ติดตามดูได้ทางมือถือ SUBTV Live Concert ทุกรายการ ผ่าน GPRS บนเครือข่าย 3G หรือ TV 3ดาว



- 5 ขั้นตอนการชม :
 - 1. ระบุหมายเลขบริการ
 - 2. ใช้ Home key ไปที่ <http://wap.mobilelife.co.th>
 - 3. เลือกดูรายการ Live TV on Mobile เช่น Live Concert
 - 4. เลือก UBC Academy Fantasia แล้วกดปุ่มรับชมรายการ
- ข้อควรระวัง :
การชมรายการ GPRS จะต้องมีค่าบริการ SMS (อาจเรียก AIS) ขึ้นมาตามจำนวน GPRS ที่ชมรายการ

www.UBCAF.com

Official Website ที่รวบรวมหลากหลายเรื่องราวของนักกีฬา...



ทุก Update เรื่องราวของ UBC Academy Fantasia ตลอดเวลา 12 ชั่วโมงทุกวัน News & Activities สามารถชมได้บนมือถือ 2 ขั้นตอน เช่น Photo Gallery และบทความพิเศษความบันเทิงใน Webboard
พาดพิงตามเว็บไซต์ผ่านทาง 1900 1900 41 หรือ 1900 444 555
*รับชม 6 ขั้นตอน ในแต่ละวันทุก 3 นาที
*บริการ SMS และ GPRS มีค่าบริการ SMS (อาจเรียก AIS) ขึ้นมาตามจำนวน SMS ที่ส่ง



UBCAF Mobile Download

Save the Saver... ดาวน์โหลด เกมและธีมฟรี... มีทั้งที่โหลดกับพีซี

Save the Saver

มีทั้ง Download เกมและธีมฟรี...
 Orange: 00051016
 AS: 00051013
 DIAC: 00051014
 00051015
 00051017
 00051018
 00051019
 00051020
 00051021
 00051022

Wallpaper

มีทั้ง Download เกมและธีมฟรี...
 00042001
 00042002
 00042003
 00042004
 00042005
 00042006
 00042007
 00042008
 00042009
 00042010
 00042011
 00042012
 00042013
 00042014
 00042015
 00042016
 00042017
 00042018
 00042019
 00042020
 00042021
 00042022
 00042023
 00042024
 00042025
 00042026
 00042027
 00042028
 00042029
 00042030
 00042031
 00042032
 00042033
 00042034
 00042035
 00042036
 00042037
 00042038
 00042039
 00042040
 00042041
 00042042
 00042043
 00042044
 00042045
 00042046
 00042047
 00042048
 00042049

FUNKY THEME
COZY THEME

มีทั้ง Download เกมและธีมฟรี...
 00042051
 00042052
 00042053
 00042054
 00042055
 00042056
 00042057
 00042058
 00042059
 00042060
 00042061
 00042062
 00042063
 00042064
 00042065
 00042066
 00042067
 00042068
 00042069
 00042070
 00042071
 00042072
 00042073
 00042074
 00042075
 00042076
 00042077
 00042078
 00042079
 00042080
 00042081
 00042082
 00042083
 00042084
 00042085
 00042086
 00042087
 00042088
 00042089
 00042090
 00042091
 00042092
 00042093
 00042094
 00042095
 00042096
 00042097
 00042098
 00042099
 00042100

Ringtones... เพลงประจำรายการ UBC Academy Fantasia

มีทั้ง Download เกมและธีมฟรี...
 Monophonic: 00011020, 00011021, 00011022, 00011023, 00011024
 Polyphonic: 00021020, 00021021, 00021022, 00021023, 00021024
 Tristone: 00031020, 00031021, 00031022, 00031023, 00031024

มีทั้ง Download เกมและธีมฟรี...
 Orange: 00051020, 00051021, 00051022, 00051023, 00051024
 AS: 00051020, 00051021, 00051022, 00051023, 00051024
 DIAC: 00051020, 00051021, 00051022, 00051023, 00051024

มีทั้ง Download เกมและธีมฟรี... UBCAF.com

www.ubcaf.com

COOL STUFF :



UBCAF Vote & Chat

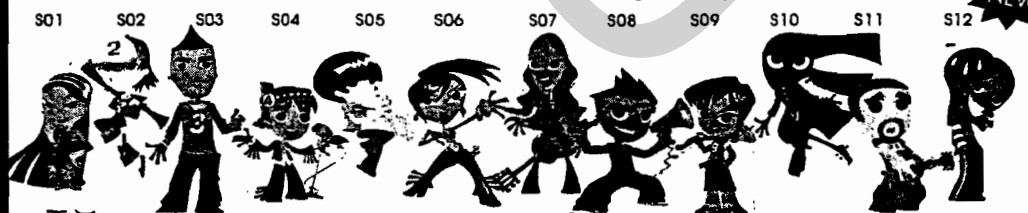
Vote : เข้าเมนู Write Message พิมพ์ V <วสสค> หมายเลขผู้เข้าแข่งขัน
ส่งไปที่เบอร์ 4827999 หรือโทร. 1900 1900 41 na 1 หรือ 1900 444 555 na 1

Chat : เข้าเมนู Write Message พิมพ์ C <วสสค> ข้อความที่ต้องการ Chat ส่งไปที่เบอร์ 4827900



UBCAF Chat Icon on UBC16

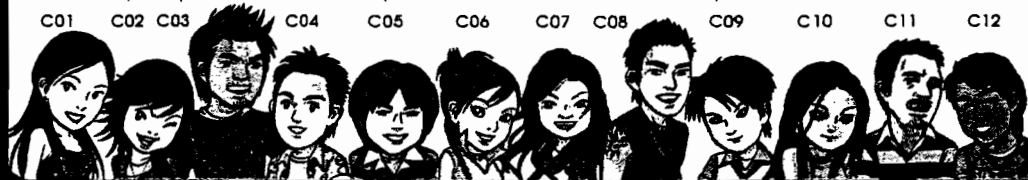
ครั้งแรกในเมืองไทย... Chat พร้อมภาพการ์ตูนของคุณ ทางช่อง UBC16



เลือกภาพการ์ตูนพิมพ์รหัสของภาพการ์ตูน ตัวอย่างเช่น C01 ส่งไปที่ 4827515

พิเศษ.. ภาพการ์ตูนคู่ เช่นภาพ V1 ลูกตาลคู่กับ V8 บอย พิมพ์ C0108 ส่งไปที่ 4827515 (ใช้ตัวหนังสือหน้า C แทน)

สมัครเพียงครั้งเดียว คุณจะได้รับความตอบกลับยืนยันการสมัครใช้งาน และระบบจะจับคู่เบอร์โทรศัพท์ของคุณกับภาพที่คุณเลือก ภาพจะปรากฏบนหน้าจอทีวี พร้อมข้อความทุกครั้งที่คุณส่ง SMS Chat ในครั้งต่อไป คุณจะเสียค่าบริการเพียงครั้งละ 6 บาท พร้อมภาพที่คุณเลือก หากต้องการเปลี่ยนภาพสมัครใช้งานอีกครั้ง



UBCAF CONCERT TICKET

ใครคือ UBC Academy Fantasia พิโธธส์ กำลังเป็นขั้วขึ้นขั้วตกขณ:
คุณพุ่ม สามารถเป็นดาวแห่งโลกเรื่อ UBCAF พิโธธส์ในศึกขั้วตกขณที่ Reality Live คอนเสิร์ตได้ขั้วตก
เพื่อขั้วตกขณจขั้วตก 'อะไรคือขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ UBC Academy Fantasia?'
ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ โดเอเอเอ T <vsss> ขั้วตกขณ ที่ขั้วตกขณที่ 4827300
ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ เวลา 17.00 น. ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณ 75 ขั้วตกขณ 2 โข
ขั้วตกขณ SMS ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ 18.00 น. ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ SMS ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ

ขั้วตกขณ Orange fantasia ขั้วตกขณ 6 ขั้วตกขณ SMS

ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ
ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ
ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ ขั้วตกขณที่ขั้วตกขณ



COOL STUFF

ใกล้ชิดสนิทแน่นกับเหล่าพันธมิตร ใหลุณย์ได้หวัด โหลด แดต เรียกว่าล่ำสุดแน่นอนใจ



MUSIC STATION

Powered by **Sun** microsystems



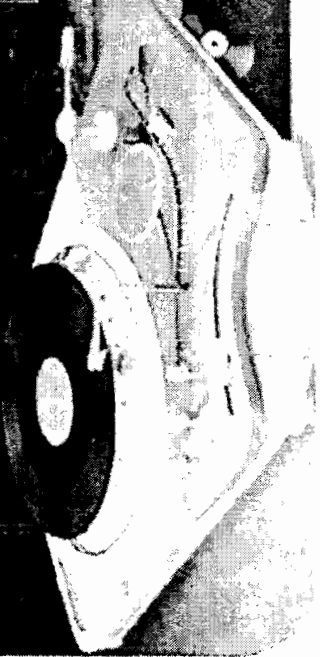
Song Of The Week 5

V2 Sung by: Uchiyama Song: The Red Army Revolution Artist: Uchiyama	V3 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V4 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama
V5 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V6 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V7 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama
V8 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V9 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V10 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama
V11 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V12 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama	V13 Sung by: Uchiyama Song: Uchiyama Artist: Uchiyama

Looking Back
UBC Academy Fantasia 1

Song of the Week 1
UBC Academy Fantasia 2

Song of the Week 2
UBC Academy Fantasia 2



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นवलพรรณ แจ่มรัมย์
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี (ศิลปศาสตรบัณฑิต) นิเทศศาสตร์ สาขาวารสารศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
ประวัติการทำงาน	บริษัท โตโยต้า ทูโซ (ไทยแลนด์) จำกัด เลขที่ 607 ถนนอโศก - ดินแดง แขวงดินแดง เขตดินแดง จังหวัดกรุงเทพมหานคร