สถานการณ์ข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียงในยุคดิจิทัล ผ่านการกำหนดวาระข่าวสาร

The Entertainment News about Superstars in the Digital Era by Agenda Setting

วันที่รับบทความ : 02/10/2562
วันที่แก้ไขบทความ : 19/10/2562
วันที่ตอบรับ : 24/10/2562

*กฤษณะ แสงจันทร์**

บทคัดย่อ

การกำหนดวาระข่าวสารเป็นกระบวนการสำคัญที่สอดประสานอยู่ในการทำงานของวงการสื่อสารมวลชนของประเทศไทยและในระดับโลก ซึ่งผ่านแนวคิดที่ว่าเมื่อผู้ส่งสารสื่อสารเรื่องใด หรือให้ความสำคัญกับประเด็นใด ก็จะส่งผลต่อการรับรู้ไปถึงยังผู้ที่รับสารด้วย ซึ่งในอดีตนิยมใช้กับข่าวที่ต้องทำความเข้าใจ และเป็นประเด็นใหญ่ระดับชาติ แต่ทั้งนี้เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนผ่านการกำหนดวาระข่าวสารก็ถูกนำมาใช้ในการนำเสนอข่าวประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะข่าวบันเทิงซึ่งมีดาราผู้มีชื่อเสียงเป็นกลุ่มดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร ผนวกกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล ที่เกิดสื่อและช่องทางในการนำเสนอที่มากขึ้น เข้าถึงได้ง่าย และเกิดการตอบโต้ที่เร็วขึ้น จึงทำให้การกำหนดวาระข่าวสารนั้นเกิดมิติใหม่ขึ้น

หากกล่าวถึงการกำหนดวาระข่าวสารที่เป็นข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียงในยุคดิจิทัลนั้น ประเด็นการเปลี่ยนแปลงและเป็นความน่าสนใจ คือเรื่องของ ผู้รับสารที่มีส่วนในการร่วมเป็นผู้กำหนดข่าวสารร่วมกับสื่อหลัก ดังจะเห็นได้จากเพจเฟซบุ๊กหลากหลายเพจ ที่ติดตามและอัพเดทข่าวบันเทิงอย่างต่อเนื่อง และประเด็นของวิธีการกระบวนการ และรูปแบบในการนำเสนอที่พัฒนาตามเทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ ทำให้ข่าวบันเทิงในปัจจุบันนั้น กลายเป็นวาระของสังคมได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอผ่าน คลิปวิดีโอ อัลบั้ม

---

* วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (ว.ม.) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2557), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำโปรแกรมนิเทศศาสตร์ (ดิจิทัลมัลติมีเดีย) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ภาพเล่าเรื่อง รวมถึงการคอมเม้นท์แสดงความคิดเห็น ทั้งในเชิงทัศนคติ และในเชิงข้อมูลที่มีของผู้รับสาร ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้สื่อหลักนำไปต่อยอดในการนำเสนอข่าวบันเทิงที่เกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียง

คำสำคัญ: การกำหนดวาระข่าวสาร ข่าวบันเทิง ดาราผู้มีชื่อเสียง ยุคดิจิทัล

Abstract

The agenda setting serves as an important device embedded into the working process of mass communication industry domestically and globally. This concept refers to the fact that when the messenger communicates or concentrates on any topics, the message inevitably affects perception of the recipients. In the past, this method was used with news concerning big issues and required understanding at the national level. However, as the times have changed, agenda setting is applied to present other types of news, especially entertainment news, in which famous celebrities are magnet in drawing attention from the audience. In addition, the digital era evolves more options for media and communication channel which favor convenient access and arouse quick response and interaction by the audience making the agenda setting emerges a new dimension.

The agenda setting in entertainment news about celebrities in the digital age, the changing and interesting issue is the fact that the recipients play the role in determining the news movement together with the mainstream media. This can be observed from many Facebook pages that continuously follows and updates the entertainment news. The methods, processes, and presentation styles are developed in accordance with technology and online channels allowing the entertainment news nowadays easily becomes a social agenda, conveniently reaches the target group and quickly creates public wide perception. These phenomena can be seen from VDO clips sharing, storytelling album, comments showing attitudes and information sharing by the recipients which serve as the key driving force for the mainstream media to further expand broadcasting the news about those celebrities.

Keywords : Agenda Setting , Entertainment News , Superstars , Digital Era

บทนำ

ย้อนกลับไปในอดีตมีการศึกษาประเด็นการผลิตข่าวในสังคม เพื่อสื่อสารความเข้าใจและบอกเล่าถึงเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ส่วนหนึ่งของการนำเสนอข่าวที่เกิดขึ้นนั้นมาจากการกำหนดวาระข่าวสาร ซึ่งใช้ในการนำเสนอข่าวหนัก (Hard News) เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ กล่าวได้ว่าเป็นข่าวที่ต้องผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ และประเด็นนั้นเป็นประเด็นสำคัญในระดับประเทศ หรือมีผลกระทบกับสังคมใหญ่เป็นหลัก จึงทำให้เกิดการใช้พื้นที่ข่าว ทั้งในมิติของความถี่ในการนำเสนอ มิติของประเด็น รวมถึงมิติของระยะเวลาในการถ่ายทอดข่าวนั้นๆ ที่มีระยะเวลายาวนานอย่างต่อเนื่อง และในแต่ละครั้งของการนำเสนอก็ใช้ให้ความสำคัญในเวลาที่มากกว่าข่าวอื่นๆ ด้วย

หากแต่ปัจจุบันกระแสสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป การนำเสนอข่าวในยุคที่มีการพัฒนาการนำเสนอข่าว ทุกองค์กรสื่อต้องการเป็นผู้นำในการนำเสนอข่าว และได้รับความนิยมในการติดตามรับชม (เรตติ้ง) จึงพัฒนาการนำเสนอข่าวให้อยู่ในการติดตามของคนรับชมเป็นหลัก ซึ่งหากข่าวไหนที่มีทิศทางของการรับชมอย่างต่อเนื่อง ข่าวจะถูกพัฒนาในการกำหนดวาระข่าวสารให้ออกมาสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในยุคของการเปลี่ยนในปัจจุบันที่ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเพิ่มพูนช่องทางทางการสื่อสารใหม่ๆ เกิดขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางที่เข้าถึงง่าย รวดเร็ว และทำให้ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม สร้างสรรค์ หรืออาจเป็นพื้นที่ในเชิงที่ก่อเกิดปัญหาที่ใหญ่ขึ้น เพราะช่องทางในปัจจุบันสามารถสื่อสารกับผู้คนได้มาก ในเวลาอย่างรวดเร็ว

โดยในอดีตสื่อที่ควบคุมเรื่องราว และเป็นผู้นำทางสังคม จะเป็นสื่อหลักอย่างสื่อโทรทัศน์ ซึ่งจากงานวิจัย การกำหนดวาระประเด็นดาราผู้มีชื่อเสียงผ่านข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ (กฤษณะ แสงจันทร์, 2558) ได้ค้นพบประเด็นที่ทำให้ข่าวบันเทิงกลายเป็นวาระแห่งชาติ มาจากปัจจัยในด้านต่างๆ ทั้งด้านชื่อเสียงของผู้เป็นข่าว ประเด็นที่เกิดขึ้น รวมถึงเวลาที่สถานีนั้นได้ใช้ถ่ายทอดออกอากาศ และนอกจากนั้นปัจจัยในด้านดาราในสังกัดสื่อก็มีส่วนด้วยเช่นกัน ซึ่งการค้นพบที่เกิดขึ้น ไม่จำเป็นต้องเป็นข่าวหนักเสมอไปที่จะทำให้เป็นวาระแห่งชาติ หากแต่เป็นข่าวเบาแต่มีเรื่องราว และมิติของความรู้ หรือข้อมูลที่ต้องทำความเข้าใจ ก็สามารถเป็นวาระแห่งชาติได้เช่นกัน ซึ่งการที่ข่าวบันเทิงที่มีดารา มีบุคคลที่มีชื่อเสียงนั้น จะกลายเป็นวาระที่ใหญ่ และเกิดการติดตามได้นั้น ก็ขึ้นอยู่กับผู้รับสารด้วยเช่นกัน เพราะถึงแม้การนำเสนอของสื่อที่ตั้งใจกำหนดวาระข่าวสารดาราไปยังผู้รับสาร สำหรับผู้รับสารทั่วไปอาจจะเกิดความเชื่อและเป็นไปตามการกำหนดวาระข่าวสาร แต่หากผู้รับสารที่เป็นแฟนคลับ มีความใกล้ชิดกับดาราที่เป็นข่าวนั้น ไม่ได้เชื่อสิ่งที่สื่อกำหนดวาระเสมอไป เพราะผู้รับสารกลุ่มนี้อยู่ใกล้ชิดกับดาราที่เป็นข่าวมากกว่าสื่อนั่นเอง

บุคคลผู้มีชื่อเสียงในข่าวบันเทิง กับการกำหนดวาระข่าวสาร

บุคคลผู้มีชื่อเสียง ดารา นักแสดง ต่างเป็นคนที่สังคมให้การติดตาม และความสนใจ ถือได้ว่าเป็นบุคคลสาธารณะที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ทำให้เป็นประเด็นสำคัญในการนำเสนอผ่านรายการข่าวต่างๆ เพราะเมื่อนำเสนอออกไป ก็จะได้รับการติดตามอย่างต่อเนื่องจากประชาชน จึงเป็นประเด็นสำคัญที่จะนำไปสู่การกำหนดวาระข่าวสารให้ประเด็นเกี่ยวกับบุคคลผู้มีชื่อเสียงนั้นยังคงอยู่ในกระแสสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการติดตามนั้นๆ โดยในยุคสมัยที่ช่องทางโทรทัศน์กำลังได้รับความสนใจในฐานะของการเป็นสื่อหลักนั้น การกำหนดวาระข่าวสารของดาราผู้มีชื่อเสียง เกิดขึ้นจากปัจจัยที่สำคัญและกระบวนการผลิต ของข่าว

โดยปัจจัยที่นำไปสู่การกำหนดวาระข่าวสารมาจากปัจจัยต่างๆ ที่สื่อหลักอย่างรายการข่าวทางโทรทัศน์ได้นำไปพัฒนาเพื่อสร้างวาระได้แก่ 4 ประเด็นสำคัญ

1. ความมีชื่อเสียงของดารา ถือเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะดารามีฐานแฟนคลับก็คือกลุ่มที่ติดตามและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง กับกลุ่มคนดูรายการโทรทัศน์โดยทั่วไปที่ไม่ได้เป็นแฟนคลับแต่ก็ชอบในเรื่องราวของข่าวบันเทิง เพราะถือได้ว่าเป็นประเภทข่าวเบา (Soft News) ก็ทำให้รายการข่าวมีความต้องการในการนำเสนอเป็นหลักเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้รับชม โดยเฉพาะหากเป็นข่าวในเชิงดรามาของดาราที่มีชื่อเสียงยิ่งทำให้เกิดการติดตาม และการนำไปเล่าต่อ เช่น การนำเสนอข่าวของนักร้องชื่อดัง ปองกูล สืบซึ้ง (ป๊อป) ศิลปินนักร้อง จากค่ายแกรมมี่ ที่ในวันแต่งงานมีการนำเสนอข่าวและมีประเด็นของการคบซ้อน ซึ่งเกิดเป็นความสนใจของนักข่าว และประชาชน หากกล่าวถึงประเด็นนี้ ในสังคมคนธรรมดาที่ไม่ได้มีชื่อเสียงก็มีเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้น แต่ไม่เป็นข่าว เพราะกลุ่มคนเหล่านั้นไม่ได้มีชื่อเสียง แต่เมื่อประเด็นดังกล่าวเกิดกับ ป๊อป ซึ่งเป็นนักร้องที่มีชื่อเสียง เป็นนักแสดง และพิธีกร ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนไทย การนำเสนอข่าวนี้จึงกลายเป็นกระแสและเกิดการกำหนดวาระข่าวสารขึ้น

2. เป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้เกิดการกำหนดวาระในการนำเสนอข่าวนั้นๆ เพราะสังคมให้การติดตามอย่างต่อเนื่อง และเป็นประเด็นที่ทั้งกลุ่มแฟนคลับของบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือดารา จะออกมากล่าวถึง ร่วมกับกลุ่มคนที่ติดตามข่าวบันเทิง ทำให้เรื่องนั้นจะอยู่ในความสนใจ และนำเสนอได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ประเด็นที่นักแสดงมาเป็นขูทูปเบอร์แล้วผลิตเนื้อหาทดลองใจพนักงานบริการบนเครื่องบินของสายการบิน การบินไทย จนเป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งเรื่องราวดังกล่าวเป็นข่าวที่ประชาชนกล่าวถึงอย่างมาก และให้ความสนใจ เพราะเป็นประเด็นที่สังคมต่างไม่เคยพบ

เจอ และมองว่ากรณีดังกล่าวเป็นอีกเหตุการณ์ที่น่าสนใจ และต้องให้ความสำคัญ จึงทำให้เกิดการกำหนดวาระข่าวสารขึ้นในการนำเสนอ

3. เวลาในการกำหนดวาระข่าวสาร เป็นองค์ประกอบที่ทำให้การกำหนดวาระข่าวสารประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะหากช่วงเวลานั้นไม่มีข่าวใดที่เป็นกระแส เมื่อเกิดข่าวที่ได้รับการกำหนดวาระข่าวสาร จะทำให้ข่าวนั้น เข้าถึงกลุ่มผู้ติดตามได้ดียิ่งขึ้น จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สำนักข่าวทางโทรทัศน์ นิยมใช้พิจารณาในการนำเสนอข่าว เช่น เมื่อเข้าสู่ข่าวประจำวัน การนำเสนอประเด็นร้อนแรงในเวลานั้น อย่างประเด็นการคบซ้อนของคุณปองกูล สืบซึ้ง (ป๊อป) นักร้องชื่อดัง มาเป็นข่าวลำดับแรก และให้เวลาในประเด็นนี้นาน ก็เป็นการกำหนดให้ผู้รับสารรับรู้ถึงความสำคัญ

4. นโยบายขององค์กับการเป็นดาราในสังกัดขององค์กรนั้นๆ ก็มีผลสำคัญในการกำหนดวาระข่าวสารของทางรายการโทรทัศน์ หากเป็นดารา หรือนักแสดงในสังกัดก็จะได้รับการนำเสนอเรื่องราวที่มากเป็นพิเศษ ในประเด็นต่างๆ เช่น เหตุการณ์ที่นักแสดงของช่อง 3 อย่างคุณวรินทร ปัญหกาญจน์ (เกรท) กับคุณพิมพ์ทอง วชิราคม (ดาว) ซึ่งครั้งหนึ่งเคยคบกันในฐานะแฟน แต่ไม่มีการเปิดเผย จนมาเป็นประเด็นเมื่อออกรายการที่สนทนาเรื่องความรักและพูดถึงประเด็นนี้ จนกลุ่มผู้ติดตามรับชมมีการสืบทราบ ในกรณีดังกล่าว ช่อง 3 ต้นสังกัดก็จะนำเสนอน้อยเพื่อคุ้มครองดาราของตนตามความเหมาะสม

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น เป็นปัจจัยสำคัญในยุคของการนำเสนอข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ที่สามารถนำมาสู่กระบวนการในการกำหนดวาระข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันเห็นได้ว่าหลายข่าว หลายเรื่องราวนั้น ก็ยังคงใช้ปัจจัยดังกล่าวในการเป็นฐานคิดวิเคราะห์ แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่นๆที่เข้ามามีส่วนในกำหนดวาระข่าวสาร และในด้านของรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ประเด็นนั้นกลายเป็นวาระข่าวสารของสังคม ก็มีการพัฒนาและต่อยอดในอีกหลายประเด็นด้วยเช่นกัน โดยความต้องการพื้นที่ข่าวดังกล่าวเป็นการสร้างให้เกิดการติดตามรายการ และสถานีข่าวนั้น เพื่อนำมาซึ่งฐานการรับชม ฐานของแฟนคลับ และมีผลต่อค่าโฆษณาที่จะเกิดขึ้น ซึ่งการพัฒนาการกำหนดวาระข่าวสารดังกล่าว เปลี่ยนแปลงและสอดรับไปกับสังคมปัจจุบันที่เข้าสู่ยุคดิจิทัล

พัฒนาการของสื่อในยุคดิจิทัล

เมื่อเข้าสู่ปัจจุบัน ยุคแห่งการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลก็พัฒนาขึ้น จากการสื่อสารผ่านช่องทางแอนะล็อกของโทรทัศน์ ก็เข้าสู่การพัฒนาไปในระบบดิจิทัล ควบคู่กับช่องทางสมัยใหม่ก็เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อิสตาแกรม

ต่างก็พัฒนาในรูปการณ์นำเสนอที่ทันสมัย รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น

การเข้ามาของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลส่งผลให้ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยอาศัยหรือพึ่งพิงในสื่อหลักอย่างโทรทัศน์ รวมถึงหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และเกิดพัฒนาการในแง่มุมของการศึกษาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (อภิภู กิติกำธร, 2019)

1. ตัวชี้วัดเรื่องหน่วยเวลา ในภูมิทัศน์ของสื่อใหม่จะพื้นที่ในการนำเสนออยู่ 1 วัน หรือต่ำกว่านั้น และจะมีผลคงอยู่ประมาณ 2-3 วัน แต่ผลของการวิจัยยังคงไม่ชัดเจน และยังมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม หรือหาข้อสรุปที่ชัดเจนอยู่เสมอ เพราะในปัจจุบันมีการนำเสนอข่าวนั้นใช้เวลาที่รวดเร็ว และเกิดขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา ใน 1 วันจะพบข่าวที่ถูกนำเสนออย่างไม่ซ้ำกัน ในทุกประเภทของข่าว แม้แต่ข่าวบันเทิงก็ยังมีหลากหลายเรื่องราวให้ได้ติดตามกัน

2. เกิดการพูดถึง กลายเป็นประเด็นและกระแสสังคม ซึ่งการนำเสนอนั้นจะผ่านการสอดแทรกเรื่องราวที่น่าสนใจ ไม่ให้เกิดความน่าเบื่อ โดยจะมีทิศทางของความบันเทิงและทำให้เกิดความเพลิดเพลิน

3. ประเด็นที่นำเสนอ จะพัฒนาอยู่ในประเด็นเดียวเพื่อต้องการสื่อสารให้กับผู้รับสารได้เข้าถึง ต้องนำเสนออย่างชัดเจนว่าต้องการสื่อสารอะไร เพื่ออะไร ให้ตรงประเด็นมากที่สุด

4. เข้าถึงได้ง่ายที่สุด โดยเรื่องราวหรือเนื้อหาที่นำเสนอนั้น ต้องนำเสนอออกมาให้เข้าใจได้ง่าย ไม่เกิดความซับซ้อน หรือเข้าใจยาก เพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงสิ่งที่จะสื่อสารออกมา ดังจะเห็นได้จากหลายเพจออนไลน์ที่เกิดการติดตามจากผู้รับชมมากขึ้นเรื่อยๆ เหตุผลสำคัญคือมีการนำเสนอข่าวอย่างชัดแจ้ง และสร้างความเข้าใจใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

จากพัฒนาการของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล จะเห็นได้ถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการนำเสนอของสื่อที่ต้องปรับตัวตามสถานการณ์ของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร ผู้บริโภคที่ง่ายขึ้น ในฐานะของการเป็นสังคมออนไลน์ที่เชื่อมโยงกันเร็วขึ้น และการสื่อสารผ่านสื่อที่เปลี่ยนแปลงจากอดีต ดังนั้นจึงมีผลอย่างยิ่งที่จะทำให้ข่าวดารา หรือข่าวบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีชื่อเสียงมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

การกำหนดวาระข่าวสารจากสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล

เมื่อเข้าถึงยุคดิจิทัล ยุคที่สังคมออนไลน์เข้ามามีกระแสมากขึ้นกว่ารายการข่าวทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน ก็จะเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวิธีการของการกำหนด

วาระข่าวสาร จากที่ในอดีตสื่อหลักอย่างโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ จะเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารให้ประชาชนเกิดการติดตามและเกิดการคิดวิเคราะห์ตามว่าจะเชื่อในสิ่งที่นำเสนอหรือไม่นั้น ปัจจุบันด้วยการพัฒนาทางเทคโนโลยีจึงเกิดช่องทางสื่อใหม่ๆ ที่ผู้บริโภคกลายเป็นทั้งผู้รับสาร และยังเป็นผู้ส่งสาร เกิดการกำหนดวาระข่าวสารในอีกรูปแบบ คือ การกำหนดวาระข่าวสารแบบผันกลับ (อภิภู กิติกำธร, 2019) เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ สื่อใหม่ หรือสื่อดิจิทัล กลายเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อสารของกลุ่มคนในสังคม ด้วยสถานการณ์เช่นนี้จึงทำให้เกิดการเอื้อให้ประชาชนทั่วไปสร้างเนื้อหาและเผยแพร่ได้ด้วยตัวเอง ส่งผลให้วาระข่าวสารหลายครั้งที่เกิดขึ้นในสังคม เกิดมาจากสิ่งที่ประชาชนให้ความสนใจ เรียกได้ว่า สาธารณชนเป็นผู้กำหนดวาระสื่อ ซึ่งสามารถเรียกได้ว่า เป็นการกำหนดวาระข่าวสารแบบผันกลับ

นอกจากนั้น การกำหนดวาระข่าวสารที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลนี้ หากกล่าวอีกนัยนั้นกล่าวได้ว่าเป็นการเปลี่ยนบทบาท โดยผู้รับสารได้เปลี่ยนบทบาทเข้ามาเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสาร (passive receiver to active seeker) (วรวุฒิ อ่อนน่วม, 2555) คือ เนื่องจากการสื่อสารในยุคดิจิทัล หรือการสื่อสารสื่อใหม่ เป็นยุคของการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่มีสามารถโต้ตอบกันได้ง่ายมากขึ้น นอกเหนือจากจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารแล้ว ยังทำให้บทบาทของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงด้วย เป็นการทำลายข้อจำกัดในด้านการสื่อสาร จากเดิมที่ผู้รับสารจะต้องรอเวลาในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น รายการข่าวทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงเช้า หรือเย็น ของทุกวัน หรือหนังสือพิมพ์ที่มีระยะเวลาการผลิตเป็น รายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ ซึ่งบทบาทดังกล่าว ผู้รับสารอยู่ในลักษณะของผู้ตาม (passive receiver) แต่ด้วยยุคดิจิทัลทำให้ผู้รับสารเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการทั้งในด้านเวลา สถานที่ และความสนใจ เมื่อผู้รับสารมีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองมากขึ้น จึงกลายเป็นบทบาทในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

โดยในยุคดิจิทัล เมื่อผู้รับสารเข้าถึงข่าวสารต่างๆได้เอง ก็ยังผลักดันโอกาสให้ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดเรื่องราวที่จะโต้ตอบ สื่อสาร ตามคุณลักษณะของสื่อใหม่ สื่อดิจิทัลอีกด้วยเช่นกัน ส่งผลให้การกำหนดวาระข่าวสารเปลี่ยนมือมาอยู่ในกลุ่มผู้รับสาร และทำให้สื่อหลักต้องให้ความสนใจและนำเสนอเนื้อหาตามทิศทางของสังคมมากขึ้น โดยกลับมานำเสนอในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ ซึ่งเมื่อกล่าวถึงลักษณะช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลในปัจจุบันจะเห็นคุณสมบัติที่ทำให้การกำหนดวาระข่าวสาร เข้ามามีบทบาทในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น

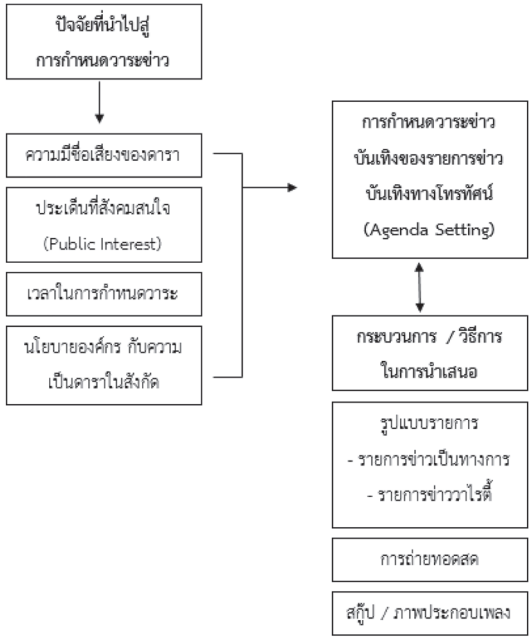
ดาราผู้มีชื่อเสียงกับการกำหนดวาระข่าวสารโดยผู้บริโภค

เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยุคแห่งการพัฒนาการสื่อสาร ที่ผู้รับสารมีส่วนในการร่วมเป็นผู้ผลิตเนื้อหา หรือสร้างประเด็นความสนใจ ก็นำไปสู่การกำหนดวาระข่าวบันเทิงในประเทศ โดยเฉพาะการเลือกใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียง ดารา นักแสดง ศิลปิน นักร้อง ไฮโซ และเซเลบริตี้ มาเป็นจุดหนึ่งในการนำเสนอ เพื่อสร้างการติดตามหรือประเด็นให้เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งกลุ่มผู้รับสารที่เป็นกลุ่มแฟนคลับ และกลุ่มผู้รับสารทั่วไปที่ติดตามเรื่องราวข่าวบันเทิง

โดยเฉพาะหากสอดรับกับการใช้ช่องทางดิจิทัลในการกำหนดวาระข่าวสาร ก็ยิ่งทำให้การโต้ตอบ ตามหา และสืบค้น เกิดขึ้นในวงกว้างขึ้น อย่างที่เห็นกันจากแฟนเพจเฟซบุ๊ก หากในกลุ่มเพจหรือกลุ่มสังคมออนไลน์มีการสืบทราบในประเด็นที่เป็นเบื้องหลังดารา เบื้องหลังคนดัง ก็จะมีการกล่าวถึง ทั้งที่บอกชื่อดารา และไม่บอกชื่อดารา แต่ก็กลายเป็นประเด็นที่สังคมนำไปเล่าสู่กันฟัง ตอบโต้ แสดงความคิดเห็น และสื่อหลักนำไปวิเคราะห์ในรายการข่าวบันเทิง เช่น เพจใต้เตียงดารา ที่กล่าวถึงเหตุการณ์ความรักของดาราคู่หนึ่งที่มีกระแสข่าวว่ากำลังเลิกกัน แต่ยังไม่เป็นข่าว โดยให้ข้อมูลบางอย่างที่คนในสังคมออนไลน์คาดการณ์และกล่าวถึงคู่ของ คุณชาคริต แย้มนาม และคุณวิริฒิพา ภักดีประสงค์ (วุ้นเส้น) จากนั้นสื่อหลักก็มีการนำประเด็นดังกล่าวไปกล่าวถึง และทำให้เกิดการสัมภาษณ์เพื่อหาคำตอบตามกระแสสังคมออนไลน์ กลายเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน และสุดท้ายก็ได้คำตอบว่าทั้งคู่ยุติการใช้ชีวิตคู่ ยิ่งเป็นการตอกย้ำให้เกิดความเชื่อในกระแสข่าวที่อยู่ในสังคมออนไลน์มากขึ้น

นอกจากนั้น การใช้ช่องทางดิจิทัลในการเผยแพร่ที่ควบคู่กับคุณลักษณะของสื่อเหล่านี้ คือประเด็นความเร็วที่เกิดขึ้น เมื่อดาราผู้มีชื่อเสียงสร้างประเด็นเกิดขึ้นในสังคม ก็จะเกิดการบันทึก การติดตามย้อนหลัง หรือการนำเสนอในลักษณะอื่นๆ ต่ออย่างรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้าง เช่น เหตุการณ์จากรายการการแข่งขันชกมวยของบุคคลผู้มีชื่อเสียง ดารา ในรายการ 10 Fight 10 ของบริษัท เวิร์คพอยท์เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เกิดประเด็นในการถ่ายทอดสดครั้งสุดท้ายของฤดูกาลที่ 1 ซึ่งเป็นการชกมวยระหว่าง คุณธิติ มหาโยธารักษ์ (แบงค์) กับ คุณจักรภัทร วรรธนะสิน (เจ้าขุน) ซึ่งเกิดเหตุหลายประการที่เป็นการแสดงออกของคุณเจ้าขุน อย่างไม่เหมาะสมบนเวทีการแข่งขัน ทั้งการแย่งไมค์พิธีกร การชูนิ้วกลางแสดงความไม่พอใจต่อกลุ่มคนดู แฟนๆ ที่มาให้กำลังใจ ทำให้เกิดการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์อย่างรวดเร็ว และเป็นในวงกว้าง ที่สำคัญการสื่อสารเหล่านั้น ได้นำเสนอผ่านวิธีการที่หลากหลายขึ้น ทั้งการนำเสนอเป็นคลิปวิดีโอ การนำเสนอเป็นภาพนิ่งเล่าเรื่อง การคิดแคปชันที่ตลกให้สอดรับกับภาพ เป็นต้น ทำให้วาระข่าวสารนี้อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นระยะๆ

แม้ว่าเมื่อความสนใจในตัวดาราที่ชกมวยจบไป วาระข่าวสารในเหตุการณ์นี้ยังคงอยู่ต่อในโลกออนไลน์ โดยนำเสนอเหตุการณ์ที่เชื่อมโยงบนเวที คือการที่โค้ชของทีมคุณเจ้าคุณ ก็คือ คุณอองตวน ปินโต ประกาศบนเวทีขอท้าชกใครก็ได้ โดยให้เกิดการรุม 3 ต่อ 1 โดยตนเลือกจะใช้แค่มือซ้ายข้างเดียว ซึ่งกระแสของคุณเจ้าขุนจบไป แต่กระแสการพูดถึงของคุณอองตวน ยังคงมีอยู่เป็นระยะๆ โดยหลังจากนั้น เริ่มมีนักการเมือง คนดัง ตอบโต้ผ่านช่องทางออนไลน์ จึงกลายเป็นวาระข่าวสารใหม่ที่เกิดขึ้น ทำให้ประเด็นข่าวที่เกิดบนเวทีการแข่งขันแห่งนี้ อยู่ต่อเนื่อง 2-3 วัน และยังอยู่ต่อได้ หากเกิดการตอบโต้ของแต่ละฝ่าย เป็นต้น



ภาพที่ 1 แบบจำลองแนวทางการกำหนดวาระข่าวบันเทิงของดาราผู้มีชื่อเสียงผ่านทางโทรทัศน์ (กฤษณะ แสงจันทร์, 2558)

จากแบบจำลองข้างต้นเป็นข้อค้นพบทางการวิจัย (กฤษณะ แสงจันทร์, 2558) ถึงปัจจัยและกระบวนการในการกำหนดวาระข่าวสารของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา ศิลปิน ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบหรือ

ศึกษาร่วมกับสถานการณ์ในการนำเสนอและกำหนดวาระข่าวสารที่เกี่ยวกับข้องกับดารา ผู้มีชื่อเสียงยุคดิจิทัล ก็มีความสอดคล้องในหลายประเด็น และมีสิ่งที่เกิดการพัฒนาการต่อยอดขึ้น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 กระบวนการและวิธีการในการนำเสนอข่าวบันเทิง

	รายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์	**ข่าวบันเทิงในยุคดิจิทัล**
กระบวนการและวิธีการในการนำเสนอ	- รายการข่าวบันเทิงที่เป็นนทางการ - รายการข่าววาไรตี้ - รายการถ่ายทอดสด - การผลิตสกู๊ปข่าว - การผลิตเนื้อหาภาพประกอบเพลงหรือดนตรี	- รายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ที่ตัดเนื้อหาสำคัญนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ - การถ่ายทอดสดทาง Facebook - การถ่ายทอดสดทาง Youtube - คลิปวิดีโอสั้นสรุปเหตุการณ์ - การผลิตอัลบั้มภาพเล่าเรื่อง - การสร้างแฟนเพจ - การสร้างภาพกราฟิก - ข้อความผ่าน Twitter

จากตารางข้างต้นจะเห็นถึงรูปแบบและวิธีการที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะเทคโนโลยีและยุคสมัยเกิดการเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็ว ซึ่งสำนักข่าว ผู้สื่อข่าว ก็ต้องปรับเปลี่ยนวิธีในการนำเสนอตามไปด้วย ซึ่งในด้านการนำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์ดิจิทัลยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แต่พื้นที่สื่อแห่งใหม่ที่นักวิชาชีพได้เข้ามามีบทบาทและขยายขอบเขตการทำงานเพิ่มขึ้น คือการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ หรือสังคมออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก ยูทูป ทวิตเตอร์ เป็นต้น เพื่อให้เป็นอีกช่องทางในการกำหนดวาระข่าวสาร โดยเฉพาะข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียงซึ่งได้รับความนิยม และเกิดเป็นประเด็นอย่างต่อเนื่องในทุกๆวัน

สรุป

สถานการณ์ของข่าวบันเทิงในปัจจุบันนั้น เกิดการปรับเปลี่ยนอย่างเห็นได้ชัดใน 2 มิติสำคัญ ทั้งในมิติของผู้ที่นำเสนอข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียง ซึ่งในอดีตนั้นผู้ที่กำหนดวาระข่าวสารจะเป็นสื่อหลักของสังคมอย่างรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์

หรือหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะโทรทัศน์ที่ใช้กระบวนการในการนำเสนอ ทั้งในลักษณะของรูปแบบรายการที่นำเสนอ การสร้างวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจโดยอาศัยปัจจัยประเด็นที่เกิดกับดาราผู้มีชื่อเสียง มานำเสนอเพื่อกำหนดวาระในเกิดการติดตามรายการนั้นๆ สถานีนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันผู้ที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดวาระข่าวสารคือกลุ่มคนที่ใช้สังคมออนไลน์ในการติดตาม สื่อสาร และเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญอีกประการที่ทำให้สื่อหลักนำไปเป็นประเด็นในการต่อยอดการนำเสนอข่าวอีกด้วย เหตุผลสำคัญเพราะในปัจจุบันสังคมออนไลน์ หรือสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ เป็นช่องทางที่ผู้รับสารหรือบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย และโต้ตอบกันได้อย่างทันท่วงที ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ประเด็นดาราผู้มีชื่อเสียง ได้รับความสนใจอย่างรวดเร็ว และเกิดขึ้นในวงกว้างของสังคม

นอกจากนั้นมิติที่สำคัญอีกประการที่ทำให้การกำหนดวาระข่าวสารเกิดการพัฒนาเพิ่มขึ้น คือมิติของการนำเสนอ หรือรูปแบบที่ใช้ในการนำเสนอ ซึ่งหากกล่าวถึงการกำหนดวาระข่าวสารในอดีตซึ่งเป็นสื่อกระแสหลักอย่างรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือวิทยุก็ตาม วิธีการ กระบวนการ หรือรูปแบบในการนำเสนอมีข้อจำกัด และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการที่ไม่หลากหลาย แต่เมื่อเข้าสู่ในยุคปัจจุบัน จะกล่าวได้ว่าเป็นยุค 4.0 หรือเป็นยุคพัฒนาทางเทคโนโลยี หรือเป็นยุคสื่อดิจิทัลก็ตาม ได้เกิดวิธีการ กระบวนการ และรูปแบบในการนำเสนอขึ้นมากมาย ส่งผลให้การกำหนดวาระข่าวสารเกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียงนั้น เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้มากขึ้น ได้หลากหลายกลุ่มขึ้น และเกิดกระบวนการโต้ตอบ และส่งต่อของกลุ่มผู้รับสาร กลายเป็นประเด็นสังคมใหม่ๆ ในแต่ละวัน

โดยการกำหนดวาระข่าวสารของข่าวบันเทิงนั้น มุ่งหวังการสร้างพื้นที่สื่อและการติดตามสื่อนั้นเป็นหลัก เพราะในปัจจุบันเกิดสื่อบันเทิงขึ้นหลากลาย และบางสื่อก็เป็นตัวบุคคลที่สร้างตัวตนจากการนำเสนอข่าวบันเทิง ทำให้เกิดการแข่งขันเป็นจำนวนมาก ซึ่งพยายามใช้เหตุการณ์ที่เป็นกระแสมานำเสนอเพื่อให้เกิดการติดตาม ซึ่งการเกิดการติดตามจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากพื้นที่ออนไลน์ด้วยอีกประการ และข่าวบันเทิงเรื่องราวบันเทิงเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้สถานการณ์ข่าวบันเทิงเกี่ยวกับดาราผู้มีชื่อเสียงในยุคดิจิทัลผ่านการกำหนดวาระข่าวสารนั้น เกิดขึ้นได้เร็ว และก็เปลี่ยนผ่านเรื่องได้เร็ว เพราะทุกวันจะเกิดประเด็นใหม่ๆ ขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอาจจะไม่ใช่แค่ดาราผู้มีชื่อเสียงอีกต่อไปในอนาคตที่เป็นข่าว ดาราน้องใหม่ ไม่มีผลงาน ก็พร้อมจะกลายเป็นข่าวที่ถูกกำหนดวาระข่าวสารได้เสมอ ด้านผู้รับสารที่ติดตามจะได้รับรู้ข่าวใหม่ๆ อยู่ตลอด และเกิดพื้นที่สังคมข่าวบันเทิง หากเพจใด หรือสำนักข่าวใด นำเสนอได้เข้าถึงผู้รับสาร และสื่อสารคำตอบของปัญหาได้ดี เพจหรือสำนักข่าวนั้นก็จะได้กลุ่มผู้รับสารที่เป็นแฟนคลับ และติดตามอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ แสงจันทร์. (2558). การกำหนดวาระข่าวสารประเด็นดาราผู้มีชื่อเสียงผ่านข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรวุฒิ อ่อนน่วม. (2555). ปรากฏการทางการสื่อสารยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่ง ประเทศไทย. ปีที่ 18 ฉบับเดือนพฤษภาคม, หน้า 212-220

อภิภู กิติกำธร. (2562). การกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อดิจิทัล : สถานภาพองค์ความรู้และงานวิจัยในอนาคต. วารสารการสื่อสารมวลชน. ปีที่ 7 ฉบับเดือน มกราคม - มิถุนายน 62, หน้า 99-132