

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย” ในครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาดังต่อไปนี้

- แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ (Concept of Reproduction)
- ทฤษฎีสื่อสารองค์กร (Organizational Communication Theory)
- แนวคิดเกี่ยวกับรายการเรียลลิตีทีวีในประเทศไทย (Concept of Reality Television in Thailand)
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางอารมณ์ (Concept of Emotional Behavior)
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ (Concept of Reproduction)

สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่อง Production และ Reproduction เอาไว้ว่า เมื่อมีการผลิตสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาแล้ว จำเป็นต้องมีการผลิตซ้ำสืบทอดอยู่เสมอ จึงจะเป็นหลักประกันความต่อเนื่องยืนยาวของสิ่งนั้น หากขาดการผลิตซ้ำ สิ่งนั้นๆ จะสูญสลายไป

จากหลักการนี้ Raymond Williams (1981) นักคิดสำนักวัฒนธรรมนิยมชาวอังกฤษ ได้นำมาประยุกต์และอธิบายถึงความหมายของการผลิตซ้ำ (Reproduction) ไว้ว่า

ในช่วง ศตวรรษ 19 “การผลิตซ้ำ” (Reproduction) หมายถึง การทำซ้ำ (Copy or making a copy) เช่นการทำภาพเขียน หรือการทำอะไรก็ตามที่เหมือนกับของเดิมขึ้นมาใหม่อีกครั้งหนึ่งหรือหลายๆ ครั้ง ซึ่งการทำซ้ำนี้อาจจะอาศัยเทคนิคหรือวิธีการต่างๆ เข้ามาช่วยด้วยก็ได้

ในทางชีววิทยา “การผลิตซ้ำ” (Reproduction) หมายถึง การให้กำเนิดสิ่งมีชีวิตขึ้นมาใหม่ ภายใต้อาณัติของตัวมัน นั่นคือ เป็นการสืบทอดสายพันธุ์ของตัวเองให้ยืนยาวต่อไปนั่นเอง

ต่อมา เมื่อมีการนำแนวคิดเรื่องการผลิตซ้ำ มาใช้ในการอธิบายกระบวนการทางวัฒนธรรม จึงเกิดปัญหาว่า ความหมายใดที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทดังกล่าวนี้ได้ เนื่องจากกระบวนการทางวัฒนธรรมนั้นมีบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ หรือการ

ถ่ายสำเนา (ความหมายที่ 1) และในขณะเดียวกันก็มีบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ หรือเรื่องทางชีววิทยา (ความหมายที่ 2) เช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะชี้ชัดลงไปว่าการผลิตซ้ำในกระบวนการทางวัฒนธรรมนั้นมีความหมายเช่นไร

Raymond Williams (1981) ได้อธิบายแนวคิดเรื่อง “การผลิตซ้ำข้ามวัฒนธรรม” โดยเริ่มต้นจากข้อเท็จจริงที่ว่า วัฒนธรรมต่างๆ ล้วนถูกผลิตขึ้นอยู่ตลอดเวลา ในทุกสถานที่ เช่น การเกิดความคิดใหม่ๆ การสร้างคำใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา หรือมีเครื่องแต่งกายแปลกๆ ปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมที่ถือกำเนิดขึ้นมาใหม่นี้ หากไม่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดในครั้งต่อไป วัฒนธรรมใหม่นั้นก็จะมอดสูญสิ้น แล้วสูญหายไป แม้แต่วัฒนธรรมเก่าแก่ดั้งเดิม ก็ต้องเป็นไปตามหลักการนี้เช่นกัน ดังนั้น กระบวนการการผลิตซ้ำข้ามวัฒนธรรมจึงนับว่าเป็นกระบวนการที่รองรับความยั่งยืนวัฒนธรรมหนึ่งๆนั่นเอง

นอกจากนี้ Williams ยังมีความเห็นว่า ในกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) ไม่ว่าจะเป็วัฒนธรรมแบบรูปธรรม หรือวัฒนธรรมแบบนามธรรมก็ล้วนแล้วแต่มีผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นโดยเกิดจากการที่สภาพแวดล้อมในขณะนั้นเข้ามามีส่วนกำหนดกระบวนการผลิตดังกล่าวด้วย

อย่างไรก็ดี ในกรณีของผลผลิตทางวัฒนธรรมที่อยู่ในลักษณะที่เป็นรูปธรรม เช่น เครื่องใช้ หรือเครื่องแต่งกาย สามารถแสดงให้เห็นถึงการรวมตัวของปัจจัย และองค์ประกอบในการผลิตได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ผลผลิตทางวัฒนธรรม ที่อยู่ในรูปนามธรรม เช่น ค่านิยม ทักษะคิด จะมองเห็นองค์ประกอบและปัจจัยได้ยาก เนื่องจากต้องอาศัยการถ่วงถอง และการคัดเลือก เพื่อนำมาใช้ให้เกิดวิถีคิดแบบใหม่ๆ โดยนำความรู้เดิม หรือทักษะคิดแบบเก่ามาผสมผสานให้สอดคล้องกันอย่างถูกต้อง

กระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) สามารถเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่แวดล้อมอยู่รอบตัวบุคคล เช่น สถาบันครอบครัว หรือ สถาบันการศึกษา นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันได้ถูกถ่ายทอดออกมาในลักษณะที่มีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-Mediated Culture) ด้วย โดยมี Raymond Williams (1981) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า “ในขณะที่ทุกวันปฏิบัติการทางสังคม (Social Practices) จะก่อให้เกิดวัฒนธรรมผ่านสื่อต่างๆอยู่ตลอดเวลา แต่ในระยะยาวแล้วจะมีเพียงบางวัฒนธรรมเท่านั้นที่จะคงมีชีวิตยืนยาวได้ เพราะได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง” (Williams, 1981 อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2539:26)

Stuart Hall มีความคิดว่า การผลิตซ้ำใหม่ (Reproduction) นั้นหากมองในแง่ของระบบความหมาย อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรก “การผลิตซ้ำขึ้นมาใหม่แต่ยังคงความหมายเดิม” และอีกประเภทหนึ่ง “การผลิตซ้ำขึ้นมาใหม่เพื่อสร้างความหมายใหม่ที่ขัดแย้งต่อความหมายเก่าที่มีอยู่หรือขัดต่อสามัญสำนึกที่ผู้รับสารมีอยู่ หรือคัดค้านต่อความรู้ที่ยอมรับกันโดยปริยาย” (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยด้านการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Institute for Communication Research, Stanford University) ได้ให้คำนิยามในเรื่องของการเผยแพร่ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural broadcasting) ไว้ว่า เป็นการเผยแพร่ในรูปแบบใดๆ ก็ตาม ที่มีการผลิตในกลุ่มวัฒนธรรมหนึ่ง โดยที่มีอีกกลุ่มวัฒนธรรมหนึ่งเป็นผู้รับสาร ซึ่งสถานการณ์เหล่านี้ อาจเกิดขึ้นได้ทั้งต่อกลุ่มคนภายในประเทศเดียวกัน หรือระหว่างประเทศก็ได้

รูปแบบหนึ่งที่มีมักจะเห็นได้ในการผลิตซ้ำก็คือ วิธีการนำเสนอซ้ำ (Representation) โดยใน Shorter Oxford English Dictionary ได้ให้นิยามของการนำเสนอซ้ำไว้สองความหมาย (อ้างถึงใน Stuart Hall (1997 : 16) คือ

1. เป็นการนำเสนอซ้ำบางสิ่งเพื่ออธิบาย หรือพรรณนาให้เห็นภาพ เป็นการเรียกความทรงจำ หรือความรู้สึก ผ่านการใช้คำอธิบาย การแสดงภาพ หรือการใช้จินตนาการ
2. เป็นการใช้สัญลักษณ์แทน แทนที่ เป็นแบบอย่าง หรือทดแทนต่อบางสิ่ง

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอซ้ำ หมายถึง การผลิตความหมายของแนวคิดซึ่งอยู่ในความคิด ผ่านทางการใช้ภาษา โดยมีการเชื่อมโยงกันระหว่างแนวคิด และภาษา ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารสามารถอ้างกลับถึงภาพในโลกของความเป็นจริงต่อวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ได้ หรือแม้ไปจนถึง การตีความในเชิงจินตนาการจากเรื่องแต่ง นวนิยาย ต่างๆ ทั้งในเชิงวัตถุ บุคคล หรือสถานการณ์ เช่นกัน

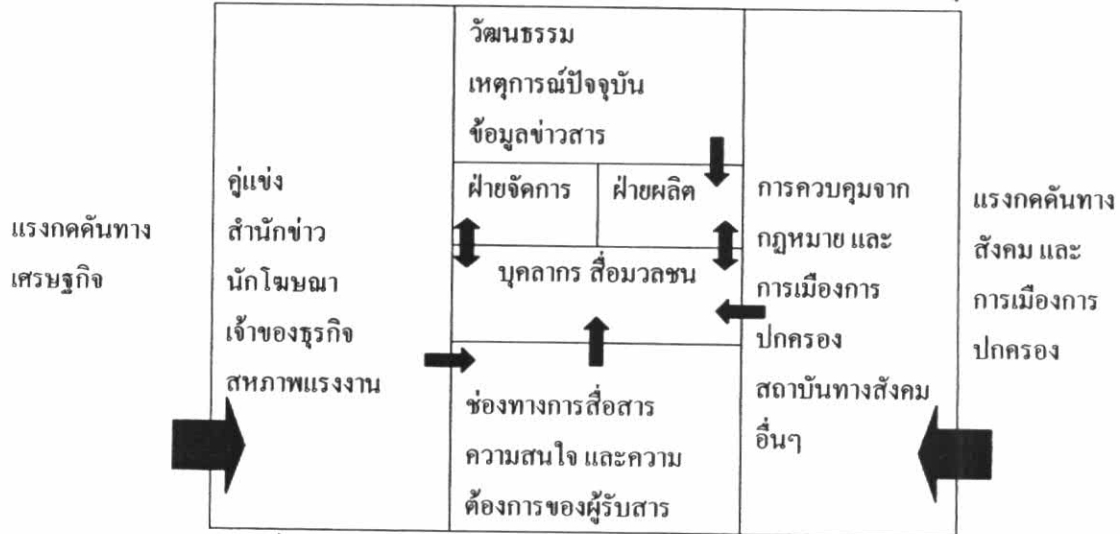
สำหรับวิธีการผลิตซ้ำนั้นอาจจะมีได้หลายรูปแบบ เช่น อาจจะมีการรักษาทั้งรูปแบบเนื้อหา และความหมายดั้งเดิมเอาไว้ทั้งหมด หรืออาจจะเป็นการดัดแปลงรูปแบบ แต่ยังคงรักษาเนื้อหาดั้งเดิมเอาไว้ หรือในทางตรงกันข้าม คือการรักษารูปแบบเดิมเอาไว้ แต่ได้เปลี่ยนเนื้อหา และความหมายไปแล้ว

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตซ้ำ (Reproduction) มาใช้เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่าการซื้อลิขสิทธิ์รายการ บิ๊กบราเธอร์มาผลิตซ้ำเป็น รายการ บิ๊กบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย นั้น มีกระบวนการในการผลิตซ้ำอย่างไรให้เหมาะสมกับผู้ชมในประเทศไทย

**ทฤษฎีการสื่อสารองค์กร (Theory of Organization Communication)**

ในการผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนนั้น จะต้องพบกับแรงบีบบังคับหลายอย่าง เช่น แรงบีบบังคับอันเกิดจากการควบคุมภายในองค์กรสื่อเอง กล่าวคือ ต้องไม่เสนอเนื้อหาที่ขัดแย้งกับองค์กร หรือเกิดจากการควบคุมของรัฐที่ผลักดันให้สื่อมวลชนแสวงหาความมั่นคงปลอดภัยให้ตนเองโดยไม่เสนอเนื้อหาที่ขัดแย้งกับกฎระเบียบข้อบังคับในสังคมมากนัก

สื่อโทรทัศน์ถือเป็นองค์กรหนึ่งของสื่อมวลชน ที่ต้องมีหน้าที่รับใช้สังคมร่วมกับวัตถุประสงค์ด้านธุรกิจ ดังนั้น ในการดำเนินกิจการและจัดรูปแบบองค์กรธุรกิจสื่อมวลชน จึงมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจัดองค์กร การจัดการ และเนื้อหาของสื่อมวลชน ดังแบบจำลองของ Dennis McQuail ซึ่งอาศัยแนวคิดของ Gerbner แสดงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ส่งสารหรือองค์กรสื่อมวลชน ซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายจัดการ ฝ่ายผลิต และนักสื่อสารมวลชน รวมถึงการบริหารงานภายใต้แรงกดดันและผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร เช่น เหตุการณ์ปัจจุบัน วัฒนธรรม ข่าวสาร การควบคุมโดยกฎหมาย สถาบันทางสังคมอื่นๆ ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร ตลอดจนแรงกดดันทางธุรกิจ เช่น คู่แข่ง สำนักข่าว ผู้โฆษณา ซึ่งในภาวะเหตุการณ์เช่นนี้ การจัดรูปแบบองค์กรที่เหมาะสมจะมีส่วนช่วยลดความขัดแย้งระหว่างสื่อมวลชนกับปัจจัยภายนอก และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งทางด้านการรับใช้สังคมและด้านธุรกิจ

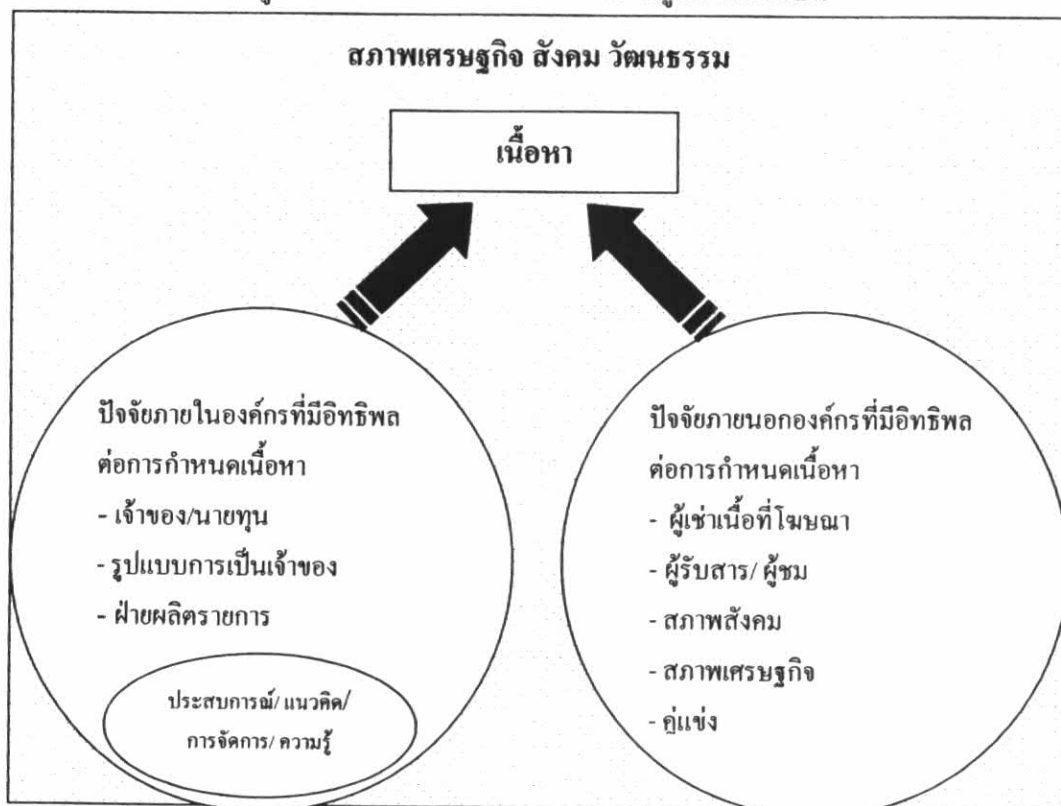


ภาพที่ 2.1 แบบจำลององค์กรสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันทางสังคม

จากแผนผังจะเห็นได้ว่าองค์กรสื่อมวลชนอยู่ภายใต้แรงกดดันทางสังคม การเมือง และที่สำคัญคือแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ด้วยเหตุที่องค์กรสื่อมวลชนทุกองค์กร ล้วนแต่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจ การผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงอยู่ภายใต้ความกดดันของความต้องการในการขยายตลาด และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ ผลที่ตามมาก็คือ องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่ (ศิริชัย สิริกษะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531)

จากการที่องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายตลาด และแสวงหามูลค่าส่วนเกินจากปัจจัยการผลิต เพื่อผลกำไรที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้บริบททางสังคม อาทิเช่น พฤติกรรมของผู้บริโภค เหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือความเคลื่อนไหวของกลุ่มแข่งขัน เป็นสิ่งที่องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งต้องให้ความสนใจ ปรับตัวให้สอดคล้อง และสามารถอยู่รอดได้ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ในกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา ประเด็น และรูปแบบที่น่าสนใจจากฝ่ายผู้ผลิต เพื่อนำเสนอแก่ผู้ชมของสื่อโทรทัศน์จึงถูกแวดล้อมไปด้วยปัจจัยหลายประการ ทั้งปัจจัยภายในองค์กรที่คนสังกัดอยู่ และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังแผนภูมิภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดแสดงองค์ประกอบของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการโทรทัศน์

ดังนั้น ในการศึกษาเรื่อง "การผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย" ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการสื่อสารองค์กรเป็นกรอบในการพิจารณา และวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อแนวทางที่ผู้ผลิตใช้เป็นแนวทางในการผลิตซ้ำรายการบิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทยกับรายการต้นแบบ

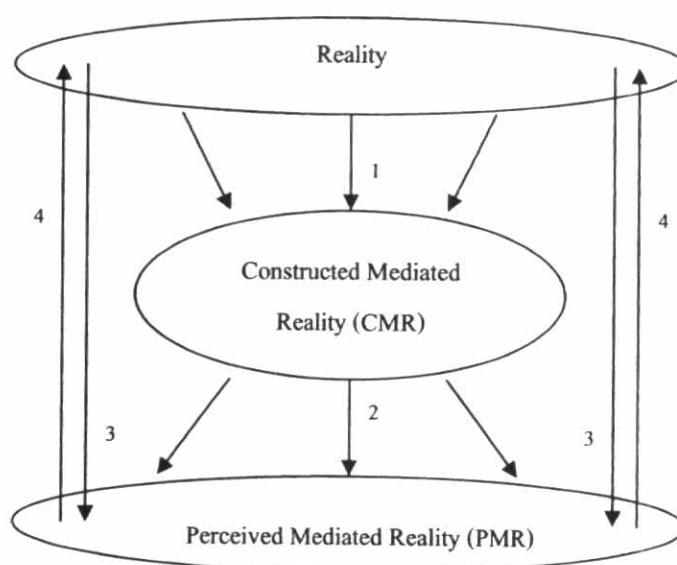
### แนวคิดเกี่ยวกับรายการ เรียลลิตีทีวีในประเทศไทย ( Concept of Reality Television in Thailand)

รายการเรียลลิตีทีวี (Reality TV) เป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Hill (2005 อ้างถึงใน เมธา เสรีชนาวงศ์, 2549 : 2) ได้อธิบายถึงรายการเรียลลิตีทีวีที่ว่าเป็นรูปแบบของรายการที่ประกอบด้วยความบันเทิงที่หลากหลายรูปแบบ โดยคาบเกี่ยวระหว่างสาระบันเทิง สารคดี และละครซึ่งความผสมผสานกัน ระหว่างสาระบันเทิงนี้ อาจเรียกได้ว่ามีลักษณะเป็นรายการสาระบันเทิง (Infotainment) ซึ่ง Rayner (2004 อ้างถึงใน เมธา เสรีชนาวงศ์, 2549 : 3) ได้นิยามของรายการเรียลลิตีทีวี โดยระบุไว้ว่า รายการควรประกอบขึ้นด้วยการบันทึกเหตุการณ์ในชีวิตจริงของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ด้วยกล้องติดผนังหรืออุปกรณ์ถ่ายทำที่มีน้ำหนักเบา มีการสร้างหรือจำลองเหตุการณ์ในชีวิตจริงผ่านรูปแบบที่หลากหลายของการประกอบสร้างเชิงละคร (Dramatised Reconstruction) มีการตัดต่ออย่างเหมาะสมจากเทปหรือวัสดุดิบเพื่อให้ได้รายการโทรทัศน์ที่มีความยาวที่พอเหมาะและลงตัวที่จะทำให้ความจริงนั้นเป็นที่น่าเชื่อถือ และความน่าเชื่อถือนี้เองที่ผู้ชมจะใช้อำนาจส่วนคนในการพิจารณาว่ารายการเรียลลิตีทีวีใดที่มีความจริงน่าเชื่อถือ หรือรายการเรียลลิตีทีวีใดมีลักษณะที่เสแสร้ง ซึ่งหากภาพความจริงที่ปรากฏไม่สอดคล้องกับประสบการณ์จริงความจริงของผู้ชม เมื่อนั้นการปฏิเสธที่จะรับชมก็มีโอกาสจะเกิดขึ้น

เมธา เสรีชนาวงศ์ (2549 : 12) กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของรายการเรียลลิตีทีวี คือ ผู้เข้าร่วมรายการหรือผู้เข้าร่วมแข่งขันในรายการเรียลลิตีทีวี ที่ไม่มีการแข่งขันจะนำเสนอชีวิตจริงของผู้เข้าร่วมรายการ โดยมากมักเป็นบุคคลธรรมดาใช้ชีวิตตามปกติทางสังคม แต่ก็มีบ้างที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตปกติของบุคคลมีชื่อเสียง ในการเฝ้าติดตามผู้เข้าร่วมรายการนั้น รายการเรียลลิตีทีวีที่กำหนดขอบเขตเวลาหรือสถานที่ที่ชัดเจน มีลักษณะของการเริ่มต้นและการสิ้นสุดจริง ไม่ว่าจะ เป็น 100 วัน หรือ 24 ชม. การกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนเช่นนี้เป็นเงื่อนไขที่ผู้เข้าร่วมแข่งขันรับรู้ด้วยเช่นกัน แต่เมื่อนำเสนอทางโทรทัศน์ เวลาจริงดังกล่าวจะถูกตัดต่อและมักนำเสนอเป็นชุด โดยมีการบอกวันที่หรือสถานที่ประกอบอยู่ด้วยเสมอ นอกจากนี้ ยังมีการมอบหมายหรือกำหนดภารกิจเพื่อให้ผู้ร่วมรายการประพฤติปฏิบัติ ภารกิจที่กำหนดรวมถึงกฎกติกา ระเบียบต่างๆที่ผู้ผลิตรายการตกลงร่วมกันกับผู้เข้าร่วมรายการ ภารกิจนี้อีกนัยหนึ่งก็คือบทบาทสำหรับการดำเนินรายการโทรทัศน์ ดังนั้นความจริงที่มีในรายการประเภทนี้ล้วนเป็นความจริงที่

ประกอบสร้าง (Reconstruct) ขึ้นมาเหมือนกับรายการที่อยู่บนพื้นฐานความจริงทั้งสิ้น (Reality-Based Program) ความจริงในโลกแห่งความเป็นจริงเมื่อนำมาถ่ายทอดผ่านสื่อสู่สายตาผู้ชมล้วนแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นทั้งสิ้น การประกอบสร้างความจริงในโทรทัศน์เริ่มตั้งแต่การคิดที่จะนำเสนอเรื่องจริงในชีวิตของใคร

Whetmore (1991 อ้างถึงใน เมธา เสรีธนาวงศ์ , 2549 : 3-4) ได้เสนอแบบจำลองที่เกี่ยวกับการประกอบสร้างความจริง (Reality Construction) ซึ่งแบบจำลองนี้มีชื่อว่า The Double Cone Model ซึ่งแบบจำลองนี้มีส่วนประกอบสำคัญที่แตกต่างกัน 3 ส่วน คือ 1) ความจริง (Reality) 2) ความจริงที่ถูกสร้างขึ้นผ่านสื่อ (Constructed Mediated Reality – CMR) 3) ความจริงที่รับรู้ผ่านสื่อ (Perceived Mediated Reality – PMR) จากแบบจำลองสามารถอธิบายได้ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 คือ ผู้สื่อสารหรือผู้ผลิตรายการใช้ลักษณะบางประการของประสบการณ์หรือเหตุการณ์ในชีวิตจริงเพื่อสร้างความจริงที่ถูกสร้างขึ้นผ่านสื่อ (CMR)



ภาพที่ 2.3 รูปแบบจำลองที่เกี่ยวกับการประกอบสร้างความจริง (Reality Construction) The Double Cone Model

ความจริงที่นำมาสร้างขี้นนี้ปรากฏในรูปแบบของรายการประเภทต่างๆ เช่น ข่าว ละคร คนตรี ถึงแม้ว่าความจริงที่ถูกสร้างขึ้นตามขั้นตอนนี้จะอยู่บนพื้นฐานของความจริง แต่ก็มีความแตกต่างจากความจริงที่รับรู้ผ่านสื่อ (PMR) ความจริงที่ถูกสร้างขึ้นมีความเป็นละคร (Dramatic) น่าสนใจ มีพลั้ง และเร็วกว่าชีวิตจริง เพราะว่าความจริงที่ถูกสร้างขึ้นนี้เป็นการขยายชีวิตจริง ผู้ชมไม่ได้สนใจเพียงแต่ความเป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้น หากยังหวังว่าความจริงนั้นจะยิ่งใหญ่กว่าชีวิตจริงด้วย ผู้ชมต้องการให้ความจริงที่ถูกสร้างขึ้นเสนอสิ่งที่แตกต่างไปจากปกติธรรมดา มิฉะนั้นแล้ว

คงไม่มีเหตุผลที่จะหยุดพักชีวิตจริงเพื่อประโยชน์ของความจริงที่กำลังนำเสนอขึ้นตอนที่ 2 ความจริงที่ถูกสร้างขึ้นถูกส่งผ่านไปยังผู้ชม ผ่านกระบวนการเปิดรับ การรับรู้ การเก็บไว้ (Retention) รับเอาลักษณะบางประการของความจริงที่ถูกสร้างขึ้น โดยถือว่านั่นคือความจริงสิ่งที่คุณชมยอมรับ และรับรู้ว่าเป็นความจริง เรียกว่า ความจริงที่รับรู้ผ่านสื่อ (PMR) ในขั้นตอนนี้เต็มไปด้วยกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ผู้ชมเลือกช่องทางการสื่อสาร ผู้ชมเลือกที่จะเปิดรับสาร (Selective Exposure) เลือกที่จะอ่านหรือตีความสาร (Selective Perception) และเลือกที่จะเก็บหรือจดจำ (Selective Retention) กลไกการเลือกขั้นตอนนี้ที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว เพราะการที่คุณสามารถเลือกรับชมความจริงที่รับรู้ผ่านสื่อได้อย่างอิสระ ผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตรายการจึงจำเป็นที่จะต้องประกอบสร้างความจริงขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกันกับความต้องการของผู้ชม

ขั้นตอนที่ 3 คือ เหตุการณ์จริงในชีวิตประจำวันจำนวนหนึ่งเคลื่อนที่เข้าสู่การรับรู้ของผู้ชมโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการสื่อสารมวลชน และในขณะเดียวกันก็มีการเคลื่อนที่จากความจริงที่รับรู้ผ่านสื่อไปยังความจริงในชีวิตประจำวัน ในขั้นตอนที่ 4 ดังจะเห็นได้จากการรับเอาข้อมูลข่าวสารจำนวนมากจากสื่อแล้วประยุกต์ใช้ข้อมูลต่างๆเหล่านั้นในชีวิตจริง

เมธา เสรีชนาวงศ์ (2549 : 13) กล่าวว่า ความจริงในโลกแห่งความเป็นจริงเมื่อนำมาถ่ายทอดผ่านสื่อสู่สายตาผู้ชมล้วนแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นทั้งสิ้น การประกอบสร้างความจริงในรายการโทรทัศน์เริ่มตั้งแต่การคิดที่จะนำเสนอเรื่องจริงในชีวิตของใครให้เป็นที่น่าสนใจ เพราะไม่ใช่ทุกคนที่จะมีสิทธิปรากฏตัวผ่านจอโทรทัศน์นี้ การคัดเลือกผู้เข้าร่วมรายการที่มีบุคลิกแตกต่างกัน จะส่งผลต่อการกำหนดโครงในการเล่าเรื่อง หรืออาจรวมไปถึงกติกายของรายการบางอย่าง การนำเสนอความจริงในรายการโทรทัศน์ล้วนอยู่ภายใต้การพิจารณาของผู้ผลิตรายการทั้งสิ้น ผู้ผลิตรายการเป็นคนตัดสินใจว่าจะนำเสนอความจริงใดออกอากาศ แล้วความจริงของบุคคลนั้นจะนำเสนออย่างไร ผ่านการแข่งขัน ผ่านการติดตาม ผ่านการเฝ้าสังเกต ผ่านการพูดคุย ฯลฯ ส่วนการบันทึกภาพเหตุการณ์ก็เป็นการประกอบสร้างในอีกลักษณะหนึ่ง ผู้ผลิตรายการสามารถเลือกบันทึกภาพเหตุการณ์จากการช้อนกล้องซึ่งจะทำให้เห็นภาพที่เป็นธรรมชาติอย่างแท้จริงของผู้ร่วมรายการมากที่สุด ในการบันทึกภาพผู้ร่วมรายการด้วยกล้องวงจรปิด จะให้ภาพความจริงแตกต่างกันออกไป เพราะถึงแม้ว่าจะไม่มีบุคคลอื่นนอกจากผู้เข้าร่วมการแข่งขันอยู่ด้วยก็ตาม แต่ทุกคนรับรู้ว่ามีกล้องบันทึกภาพอยู่ตลอดเวลา และเป็นเรื่องปกติของมนุษย์ที่จะมีพฤติกรรมต่อหน้ากล้องและลับหลังกล้องแตกต่างกันกับการพยายามทำให้พฤติกรรมดูเป็นปกติเหมือนในชีวิตจริง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้เข้าแข่งขันทุกคน เพราะในความเป็นจริงแล้วมนุษย์ทุกคนต่างมีโลกส่วนตัวของตนเองเสมอ ส่วนภาพที่ได้รับการบันทึกนั้นก็ต้อนำมาเลือกเพื่อนำเสนอออกอากาศเป็นชุด ผู้ผลิตรายการจะเลือกที่เสนอความจริงของใคร หรือเลือกที่จะให้พื้นที่แก่ใครใครเหมาะสมที่จะได้รับการเลือกเพื่อนำเสนอมากกว่ากัน และรายการเรียลลิตีที่วีทีวีนิยมใช้



ลักษณะการแอบดู (Voyeurism) ความแตกต่างระหว่างการแอบดูและการรับชม การแอบดูสะท้อนถึงพฤติกรรมที่ออกนอกกรอบนอกทาง ขณะที่การรับชมเป็นพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในสังคม รายการเรียลลิตีทีวีที่วีซีอีเชิญผู้ชมให้หันมาสนใจสิ่งรอบข้าง และกระตุ้นผู้ชมให้สนุกสานไปกับการติดตามชีวิตคนธรรมดา (Hill, 2005 อ้างถึงใน เมธา เสรีชนาวงศ์ , 2549 : 2) ทำให้ผู้ชมรายการเรียลลิตีทีวีที่มีอำนาจเหนือกว่าในการที่ได้ล่วงรู้ความลับของผู้อื่นผ่านการแอบดู โดยเฉพาะรายการที่ใช้การซ่อนกล้อง ภาพที่เกิดจากการถ่ายทำโดยซ่อนกล้องสามารถตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้ชมรายการได้เป็นอย่างมาก สามารถสร้างความรู้สึกมีอำนาจเหนือกว่าให้เกิดขึ้นกับผู้ชมรายการ เพราะเป็นผู้กุมความลับบางอย่าง อันเนื่องมาจากการได้เห็นพฤติกรรมของบุคคลอื่น โดยที่บุคคลนั้นไม่รู้ตัว ส่วนการถ่ายทำโดยกล้องวงจรปิดสามารถตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นได้ไม่น้อยไปกว่ากัน เพราะการเคลื่อนไหวเพื่อจับภาพของกล้องวงจรปิด นั้นได้ให้ความรู้สึกว่าจะเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในเหตุการณ์หรือพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมรายการ โดยที่ผู้เข้าร่วมรายการอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกจับภาพอยู่

ด้านองค์ประกอบของความปฏิสัมพันธ์กับคนดู ความนิยมในรายการเรียลลิตีทีวีเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการก้าวหน้าในการปฏิสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นการเลือกรับชมรายการผ่านอินเทอร์เน็ตได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ หรือการมีเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ชมรายการได้เข้าไปอ่านข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับรายการ หรือข่าวสารของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน การแสดงความคิดเห็นซึ่งต่อมาทำให้เกิดการจัดตั้งกลุ่มแฟนคลับของผู้เข้าแข่งขันแต่ละคนทั้งที่ปรากฏในโลกเสมือนและสำหรับบางคนที่สามารถสร้างกระแสจนพบปะกันในโลกแห่งความเป็นจริงด้วย การให้อำนาจในการสื่อสารเช่นนี้ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นเสมือนเจ้าของรายการคนหนึ่ง นอกเหนือจากเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตจะตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นแล้ว การนำระบบโหวตผ่านทางโทรศัพท์มาใช้ในรายการยังเป็นการมอบอำนาจให้อีกหนทางหนึ่ง ซึ่งสัดส่วนของค่าตอบแทนนี้แบ่งเป็นสองฝ่าย 50 : 50 แต่ทางผู้ผลิตรายการต้องแบ่งอีกส่วนให้กับทางฝ่ายผลิตเนื้อหา (Content Provider) ส่วนข้อความที่แสดงความคิดเห็น การให้กำลังใจต่อผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ที่ขึ้นออกอากาศทางโทรทัศน์ นอกจากจะเป็นช่องทางการเพิ่มค่าตอบแทนให้กับทางรายการแล้ว ก็ยังกลายเป็นพื้นที่สาธารณะของการสนทนา ระหว่างผู้ชมในอีกรูปแบบหนึ่งด้วย (พิศเพลิน ศรีบุรินทร์, 2548 : 120)

รายการแรกที่เป็นต้นแบบของรายการเรียลลิตีทีวีที่ได้รับการกล่าวขวัญมากที่สุดและมีชื่อเสียงมากที่สุด คือ รายการ An American Family ในปี ค.ศ. 1973 ซึ่งเป็นการนำเสนอเรื่องราวของครอบครัวของนาย William Loud ชาวซานตาบาร์บารา คาลิฟอร์เนีย ที่อนุญาตให้ทีมงานรายการโทรทัศน์ติดตามชีวิตของเขาและครอบครัวของเขาเป็นเวลา 7 เดือนเต็ม มีเทปวัตถุดิบ

ยาวกว่า 300 ชั่วโมง และถูกนำมาตัดต่อเป็นรายการที่มีความยาวเพียง 12 ตอน แต่สิ่งที่ทำให้รายการเรียลลิตีทีวีเป็นรายการที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ก็คือ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีของสื่อ และการผนวกรวมของสื่อกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (อินเทอร์เน็ต) ที่ผู้คนสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย และรวดเร็ว ทำให้รายการเรียลลิตีทีวีเป็นรายการที่มีส่วนผสมที่หลากหลายไม่ตายตัวมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบได้อย่างมากมาย หลากหลายรูปแบบ แต่ในทุกรูปแบบก็จะยังคงแกนหลักไว้คือ มีสิ่งที่เกิดขึ้น และการตอบสนองที่เป็นจริงหรือเป็นการเสนอประสบการณ์การตอบสนองของผู้คนต่อเรื่องที่เกิดขึ้นกับตนเอง (Andrejevic, 2004 : 61-65)

อริยา จินตพานิชการ (2548:19) ได้ให้คำจำกัดความแก่รายการเรียลลิตีทีวีไว้ว่าเป็น "รูปแบบหนึ่งของรายการโทรทัศน์ ที่กล้องติดตามถ่ายทำชีวิตจริงของผู้คนอย่างใกล้ชิด หรืออาจนิยามได้ว่า "Real people doing real things" สิ่งที่เรียลลิตีทีวีแตกต่างจากรายการโทรทัศน์ทั่วไปคือเรียลลิตีทีวี นั้นไม่ต้องมีบท ไม่มีนักแสดง และไม่มีการแสดง ในขณะเดียวกัน สิ่งที่เรียลลิตีทีวีต้องมี คือ **ความจริง คนจริง และเรื่องจริง**

รายการเรียลลิตี ทีวีในรูปแบบของวงการอเมริกัน จำแนกประเภทโดยใช้ "หน้าที่ของกล้อง" และ "ความรู้สึกของผู้ถูกจับตามอง" เป็นเกณฑ์ จึงถูกแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. Hidden Camera : กล้องซ่อนอยู่ คนในกล้องถูก "แอบถ่าย" ต้นกำเนิดเกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1953 โคนนาย Allen Funt ที่ประดิษฐ์ Candid Microphone สำเร็จและกลายเป็นที่มาของรายการ Candid Camera

2. Document Style : กล้องไม่ซ่อน คนในกล้องรู้ว่าถูกถ่าย แต่ไม่มีการจัดฉาก รายการเรียลลิตีทีวีที่ประเภทนี้มีลักษณะคล้ายสารคดี (Documentary) มาก เพราะไม่มีการจัดฉาก ผู้ที่อยู่ในกล้องก็เป็นคนจริงๆ ดำเนินชีวิตไปจริงๆ โดยผู้ผลิตรายการไม่เข้าไปกำหนดสิ่งแวดล้อมหรือเงื่อนไขใดได้

3. Reality Game Show : กล้องไม่ซ่อน คนในกล้องรู้ว่าถูกถ่าย แต่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่ภายใต้สถานการณ์แวดล้อมที่ผู้ผลิตรายการกำหนด รายการเรียลลิตีทีวีที่ประเภทนี้เน้นไปที่การแข่งขัน ชิงชัย หรือค้นหา โดยผู้ร่วมรายการที่ชนะการแข่งขันที่วันนี้จะได้รับรางวัลหรือผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งเป็นการตอบแทน ลักษณะเด่นของรายการเรียลลิตีทีวี เกมโชว์ คือผู้ร่วมรายการมักมาอยู่ร่วมกันในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง มีการสร้างกติกาในการอยู่ร่วมกัน และมีกำจัดผู้แข่งขันออกไปทีละคน ด้วยการโหวตออกหรือด้วยวิธีอื่น

อริยา จินตพานิชการ (2548) ยังเพิ่มเติมว่า รายการเรียลลิตี้ทีวี นอกจากจะสามารถแบ่งตามหน้าที่ของกล้องแล้ว ยังมีลักษณะสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน หรือสามารถแบ่งตามลักษณะออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. ประเภท A life it is : ชีวิตที่เป็นอยู่ รายการเรียลลิตี้ทีวี กลุ่มนี้เน้นชีวิตที่เป็นชีวิต ชีวิตคือการต่อสู้ ชีวิตอย่างที่ยังเป็นและชีวิตอย่างที่เราเห็น ไม่ว่าจะคนนั้นจะเป็นดารารหรือคนธรรมดาที่ไม่รู้จัก

2. ประเภท A life to reach : ชีวิตที่ไขว่คว้า รายการเรียลลิตี้ทีวี กลุ่มนี้มุ่งเน้นชีวิตที่มีเป้าหมาย และต้องทำทุกวิถีทางเพื่อไปสู่เป้าหมายนั้นให้ได้

3. ประเภท A life to choose : ชีวิตที่เลือกได้ รายการเรียลลิตี้ทีวี กลุ่มนี้มุ่งเน้นชีวิตที่ต้องการการเปลี่ยนแปลง อาจเป็นการปรับปรุงให้เป็นอย่างที่ต้องการ หรือทดลองสัมผัสชีวิตที่ไม่เคยมีโอกาสมสัมผัส

อย่างไรก็ดี หากแบ่งตามกลุ่มของเนื้อหา Infoplease.com ได้แบ่งประเภทรายการเหมือนจริงหรือถ่ายทอดชีวิตจริงทั้งหมดที่มีอยู่ในขณะนี้ออกเป็น 12 ประเภท ได้แก่

1. กลุ่ม “คาราอำเป็น” (Hidden Camera) หมายถึง กลุ่มที่ติดตามแอบถ่าย โดยผู้ร่วมรายการไม่รู้ตัว

2. กลุ่ม “ชีวิตคุณละคร” (Documentary style) หมายถึง รูปแบบการนำเสนอแบบสารคดีดั้งเดิม สถานที่จริง เหตุการณ์จริง คนจริง

3. กลุ่ม “ชีวิตต้องสู้” (Reality Game Show) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวี ที่จับคนจำนวนหนึ่งมาอยู่ร่วมกันเพื่อแข่งขันชิงชัย

4. กลุ่ม “ค้นฟ้าคว้าฝัน” (Talent Searches) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวีประเภทประกวดผู้เพื่อให้ได้งาน แข่งขันกันเพื่ออาชีพ

5. กลุ่ม “แอบคุณคนดัง” (Starring celebrities) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวีประเภทตามถ่ายชีวิตคนดัง

6. กลุ่ม “ตามหารักแท้” (Dating) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวีประเภทหาคู่

7. กลุ่ม “ขอให้ (ไม่) เหมือนเดิม” (Makeover) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวีประเภทแปลงโฉมหรือปรับบุคลิก

8. กลุ่ม “ชีวิตที่เลือกได้” (Lifestyle change) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวีประเภทที่จับผู้ร่วมรายการมาเปลี่ยนไลฟ์สไตล์หรือวิถีดำรงชีวิต

9. กลุ่ม “เรื่องจริงผ่านจอ” (Law Enforcement / Military) หมายถึง รายการเรียลลิตี้ทีวีประเภทตามถ่ายทำการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หรือภารกิจลูกผู้ชาย

10. กลุ่ม “ฝันที่เป็นจริง” (Fantasy fulfilled) หมายถึง รายการเรียลลิตีทีวีที่สร้างความฝันที่เป็นไปไม่ได้ให้เป็นจริง

11. กลุ่ม “ขายอดีต” (Historical re-creation) หมายถึง หมายถึง รายการเรียลลิตีทีวีประเภทย้อนอดีต

12. กลุ่ม “ทีวีตวงโลก” (Spoofs) หมายถึง ทีวีที่สร้างสถานการณ์หลอกผู้ร่วมรายการให้เข้าใจผิดเพื่อคุุปฏิกริยาของผู้ถูกหลอก

รายการเรียลลิตีทีวี เป็นรายการที่ถือกำเนิดขึ้น โดยมีพื้นฐานจากรายการสารคดีและละคร สิ่งที่แสดงให้เห็นว่ารายการเรียลลิตีทีวีนั้นมีพื้นฐานจากรายการสารคดีและละคร นั่นคือ การใช้เทคนิคในการถ่ายทำในรายการเรียลลิตีทีวีจะใช้ลักษณะเดียวกับการถ่ายทำสารคดี กล่าวคือ การบันทึกภาพในบางภาพจะอยู่ในลักษณะไม่นิ่งเนื่องจากถ่ายจาการใช้กล้องแบบ hand-held หรือองค์ประกอบของภาพที่ได้นั้นจะมีลักษณะไม่สมดุลการเหมือนกับฉากที่ได้จัดไว้ดังเช่นรายการโทรทัศน์รูปแบบอื่นๆ ลักษณะภาพที่ได้จะอยู่ในลักษณะที่เกิดจากการถ่ายแบบสังเกตการณ์การดำเนินชีวิตหรือการกระทำใดๆ ที่เกิดขึ้นโดยตัวละครจริงซึ่งไม่มีการสวมบทบาทหรือการแสดงใดๆ ทั้งสิ้นโดยปราศจากบทหรือการกำกับการแสดงที่ผู้ผลิตได้กำหนดไว้ ภาพที่ได้จากการถ่ายทำเกิดจากปฏิกริยาจริงของตัวละครนั้นๆ ซึ่งหลังจากบันทึกภาพแล้ว จะมีการนำมาตัดต่อให้เป็นเรื่องราว ซึ่งตรงจุดนี้การนำเสนอในลักษณะเดียวกับการนำเสนอละครจะเข้ามามีบทบาทสำคัญเพื่อให้เกิดความหน้าติดตามของรายการ การนำเสนอในลักษณะนี้ถือเป็นการผสมผสานระหว่างข้อมูลและความบันเทิง

สาเหตุที่รายการเรียลลิตีทีวีนั้นถือกำเนิดขึ้นก็เพื่อต้องการแก้ปัญหาที่เกิดจากการที่สถานีโทรทัศน์นั้นๆ ได้รับความนิยมน้อยลง และการแข่งขันที่สูงขึ้นในแต่ละสถานี ผู้ผลิตจึงต้องค้นหารายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ๆ ที่มีความแหวกแนวออกไปจากเดิมที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ องค์กรประกอบสำคัญที่ทำให้รายการเรียลลิตีทีวีแตกต่างจากรายการประเภทอื่นคือ

1. ตัวละครในรายการนั้น ไม่ว่าจะ เป็นบุคคลธรรมดา หรือ ผู้มีชื่อเสียง จะถูกถ่ายทำภาพการดำเนินชีวิตปกติ ราวกับว่าไม่มีกล้องมาติดตามถ่ายทำการดำเนินชีวิตนั้น หรือ ในอีกลักษณะเป็นการนำตัวละครเข้ามาอยู่ในสถานการณ์ที่กดดัน ออกแบบ หรือ ควบคุมโดยผู้ผลิต

2. จุดประสงค์ของรายการเรียลลิตีทีวีนั้นเน้นไปที่การให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อคนกลุ่มใหญ่ที่มีผลกระทบต่อตัวละครเพียงตัวเดียว หรือการที่ตัวละครนั้นมีการตอบสนองต่อคนกลุ่มนั้น (Bignell 2004:33)

เนื่องจากรายการเรียลลิตีทีวีเป็นรายการที่สามารถขายรูปแบบรายการเพื่อผลิตและออกอากาศไปในหลายประเทศทั่วโลก เพื่อให้รายการได้รับความนิยม และประสบความสำเร็จ สิ่งจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการนำรายการเรียลลิตีทีวีนี้ไปเผยแพร่ในชาติต่างๆ คือ แต่ละชาติจะต้องมีช่องทางการออกอากาศที่สามารถรองรับการนำเสนอรายการออกไปได้จากทศวรรษที่ 1890 เป็นต้นมา มีการผลิต และ ออกอากาศรายการต่างเรียลลิตีทีวี ไปยังประเทศอื่นๆ อย่างแพร่หลาย จากจุดนี้จึงแสดงให้เห็นว่ามีเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยมากขึ้น การใช้เคเบิล ดาวเทียม หรือการใช้ระบบการส่งผ่านอื่นๆ ได้เข้ามามีส่วนช่วยให้สามารถออกอากาศรายการเรียลลิตีทีวีได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือการใช้อินเทอร์เน็ตในการออกอากาศสดในโอกาสต่างๆ

รายการบิกบราเธอร์เป็นรายการที่นำคน 12 คนเข้ามาอยู่ร่วมกันในที่หนึ่ง โดยอยู่ร่วมกันในระยะเวลาประมาณ 100 วัน ผู้เข้าแข่งขันจะต้องถูกตัดขาดจากโลกภายนอก ตัดขาดจากการติดต่อสื่อสารกับโลกภายนอกหรือแม้กระทั่งคนรัก ภายใต้ความรู้สึกที่ถูกตัดขาดจากโลกนั้น ความจริงคือยังมีผู้ชมทั่วประเทศที่จับจ้องพวกเขา กิจกรรมต่างๆ ที่สมาชิกในบ้านทำทุกกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการกิน นอน ร้องไห้ หรือแม้กระทั่งกิจวัตรประจำวันอื่นๆ ในห้องน้ำ จะถูกบันทึกและแพร่ภาพออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือแม้กระทั่งข้อความบนมือถือ การโหวตออกถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญของรายการ ผู้เข้าแข่งขันทุกคนจะต้องเสนอชื่อตนเอง หรือ ผู้เข้าแข่งขันอื่นอย่างน้อย 2 คนออกจากบ้านไป และผู้ชมจะเป็นผู้ตัดสินว่าผู้เสนอชื่อคนใดจะได้อยู่ในบ้านต่อการโหวต และผู้เข้าแข่งขันที่ได้ออกจากบ้านเป็นคนสุดท้ายจะถือเป็นผู้ชนะ (<http://www.endemol.com>, 2007)

รายการบิกบราเธอร์ เป็นรายการเรียลลิตีทีวีรายการหนึ่งที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ในหลายประเทศประสบความสำเร็จมาแล้วมากมาย จากการศึกษาค้นคว้าของ Hill (2002: 325-6) เกี่ยวกับความสำเร็จของรายการบิกบราเธอร์ในแต่ละประเทศ พบว่า นอกจากรายการบิกบราเธอร์ในแต่ละประเทศจะประสบความสำเร็จในเรื่องของเรตติ้งที่สูง และการตอบรับที่ดีจากผู้ชมแล้ว บิกบราเธอร์ยังสร้างแบรนด์ให้แก่สถานีที่ออกอากาศและยังสร้างชื่อเสียงให้แก่สถานีอีกด้วย รายการบิกบราเธอร์เวอร์ชันแรกนั้นผลิตและออกอากาศในประเทศเนเธอร์แลนด์ทางสถานี Veronica ผู้ผลิตรายการนี้คือ Endemol Productions ซึ่งเป็นบริษัทของชาวเนเธอร์แลนด์ที่ตั้งอยู่ในประเทศอังกฤษ ต่อมา บริษัทนี้ได้ถูกไปเป็นของบริษัท Telefonica ประเทศสเปน บริษัท Endemol นี้เป็นผู้ผลิตรายการเรียลลิตีทีวีต่างๆ มากมาย เช่น Fame Academy, Fear Factor, Changing Rooms และ The Salon

ช่วงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของรายการบิกบราเธอร์ปีแรก ในประเทศเนเธอร์แลนด์ นั้นคือช่วงที่ออกอากาศตอนผู้เข้าแข่งขัน 2 คนร่วมรักกัน ๗ ตอนนั้นมีผู้ชมเป็นจำนวนถึง 6,000,000 คน จากจุดนี้สามารถส่งผลไปสู่เรตติ้งที่สูงของรายการ และจากเรตติ้งที่สูงนี้เอง ทำให้หลายประเทศทั่วโลก มีความสนใจในการนำรูปแบบมาผลิตและออกอากาศในประเทศของตน นอกจากหลักฐานในเรื่องของเรตติ้งจะเป็นสิ่งพิสูจน์ให้เห็นถึงความเป็นที่นิยมของรายการแล้ว การกล่าวถึงรายการในเรื่องต่างๆ ทั้งเรื่องของผู้เข้าแข่งขัน ผลการแข่งขัน หรือ สถานการณ์ในรายการ ในลักษณะปากต่อปากถือเป็นเครื่องพิสูจน์อีกสิ่งสำคัญที่ทำให้รายการนั้นประสบความสำเร็จ และยังส่งผลต่อความสำเร็จของสถานีโทรทัศน์ไปทั่วโลก

ความสำเร็จของรายการบิกบราเธอร์ในประเทศเยอรมนีที่ออกอากาศที่สถานี RTL และ RTL2 เห็นได้จากการที่เริ่มจัดทำรายการบิกบราเธอร์ปีที่ 2 ในช่วงที่มีการออกอากาศปีที่ 1 ในช่วงฤดูร้อน เพื่อให้ได้เริ่มรายการในช่วงฤดูใบไม้ร่วง ทันทีหลังจากที่ปีแรกจบลง

สำหรับประเทศออสเตรเลียนั้น South Star บริษัทผู้ผลิตรายการบิกบราเธอร์ได้ผันตัวเองจากการเป็นผู้ผลิตละครมาเป็นผู้ผลิตรายการบันเทิงที่น่าเสนอเรื่องราวที่เป็นจริง ผู้ผลิตใช้สวนสนุก Dreamworld ในรัฐควีนส์แลนด์ เป็นสถานที่ถ่ายทำรายการ บริเวณรอบบ้านบิกบราเธอร์ที่อยู่ใน Dreamworld นี้ ยังสามารถรองรับกลุ่มผู้ชมจำนวนมาก ที่ต้องการเข้าชมรายการสดในวันตัดสินว่าผู้เข้าแข่งขันคนใดต้องออกจากบ้านไป ซึ่งเป็นการถ่ายทอดสดในวันอาทิตย์ ในการผลิตรายการบิกบราเธอร์ออสเตรเลีย จะต้องใช้ทีมงานผู้ผลิตถึง 170 คน กล้อง 25 ตัว และไมโครโฟนอีก 36 ตัว นอกจากนั้นการออกอากาศวันพฤหัสบดีจะมีการนำเสนอบิกบราเธอร์ uncut ในวันเสาร์มี Saturday Show และยังมีถ่ายทอดสดทางอินเทอร์เน็ต สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่ามีการลงทุนผลิตบิกบราเธอร์ออสเตรเลียมากที่สุด โดยมีมูลค่าถึง 13-16 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย (Bignell:54)

การใช้ชีวิตในบ้านบิกบราเธอร์ออสเตรเลียจะเน้นการใช้ชีวิตในกิจกรรมลักษณะนอกสถานที่ เช่น การทำกิจกรรมที่สระว่ายน้ำ การปิ้งบาร์บีคิว หรือการออกกำลังกายแบบโยคะ หรือ Jogging ซึ่งเป็นรูปแบบการใช้ชีวิตแบบเดียวกับวัยรุ่นชาวออสเตรเลีย แต่ไม่เน้นกิจกรรมในบ้านมากนัก งานวิจัยของ Roscoe (2004) ชี้ให้เห็นว่า ผู้เข้าแข่งขันชาวออสเตรเลียจะไม่สนใจที่จะปฏิบัติภารกิจให้สำเร็จ เหมือนต่างชาติอื่นๆ แต่จะให้ความสนใจกับการสร้างความสนุกสนาน หรือกิจกรรมที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของชาวออสเตรเลียโดยทั่วไป

สำหรับกรณีของไทย หากกล่าวถึงรายการเรียลลิตีทีวี ผู้ชมชาวไทยจะนึกถึงรายการที่มีการนำบุคคลจริงไม่ว่าจะเป็น ดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือ บุคคลธรรมดา มาปฏิบัติภารกิจ

ที่ผู้ผลิตได้ออกแบบขึ้นมา เรียลลิตี้ทีวีในมุมมองของผู้ชมโทรทัศน์ชาวไทยนั้น จะต้องมีส่วนประกอบพื้นฐานดังนี้ คือ

## 1. ตัวละคร

1.1. ตัวละครซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียง ตัวละครนี้ จะอยู่ในรายการที่มีรูปแบบที่นำผู้มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมนจากผู้ชม มาปฏิบัติภารกิจใดภารกิจหนึ่งที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน ซึ่งเป็นจุดเด่นของรายการ เช่น การให้คุณสมบัติ ซึ่งเป็นคาราตลกที่มีความพิการทางสมอง โบกปรกเพื่อไปดูหมีแพนด้าที่สวนสัตว์เชียงใหม่ในรายการเจาะใจ สิ่งที่ผู้ชมต้องการรับชมคือการที่บุคคลที่เขารู้จักได้ทำสิ่งที่ไม่ใช่การแสดง แต่เป็นกิจกรรมที่บุคคลนั้นไม่เคยทำมาก่อน

ผู้ชมแต่ละคนจะมี “พระเอก-นางเอก ตัวโกง-เพื่อนพระเอกนางเอก” ตามการรับรู้ที่ผ่านของตัวเอง Anuska Ban ผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์บริษัท Endemol International จำกัด เจ้าของลิขสิทธิ์รายการบิกบราเธอร์ได้ กล่าวไว้ว่า

“การเลือกผู้เข้าแข่งขันเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เป็นตัวชี้ความสำเร็จของรายการเรียลลิตี้ได้เหมือนกัน เรายังคงบอกอะไรมาไม่ได้เพราะว่าเป็นความลับ แต่มันสำคัญมากสำหรับคนที่อยู่ในบ้านบิกบราเธอร์ เพื่อให้เกิด Group dynamic เราต้องการความแตกต่างที่มีอยู่ในคนทุกประเภทมาอยู่ในบ้านนี้โดยจำลองสังคมจริงๆเข้ามา” (Ban, <http://www.endemol.com>, 2007)

## 2. กิจกรรม (Activity) หรือ ภารกิจ (Assignment)

กิจกรรม หรือ ภารกิจ จะถูกคัดสรรและจำเป็นต้องถูกทดลองมาแล้วเพื่อให้ตัวละครแต่ละคนแสดงอารมณ์ต่างๆ กัน เรียลลิตี้ทีวีจะจำกัดสถานการณ์ของตัวละคร ไว้ในบริเวณหนึ่งเสมือนให้อิสระ แต่กักขังด้วยกิลเลส ที่เกิดจากความต้องกาฝ่าฟันอุปสรรค หรือ ความต้องการเป็นผู้ชนะจากผลรางวัลขนาดใหญ่มอบให้กับผู้ที่อยู่ในสถานการณ์ดังกล่าวได้สำเร็จ

ประเด็นสำคัญคือ กิจกรรมที่คัดเลือกมาทั้งการแข่งขันและ โจทย์ต่างๆมุ่งเน้นเพื่อสร้างอารมณ์ความรู้สึกแบบละคร เช่น ท้อแท้ ผิดหวัง ชนเซ่ เสรี โศก ทะเลาะเบาะแว้ง ควบคู่ไปกับการหาผู้ชนะเลิศภายในข้อกำหนดของการแข่งขัน

สำหรับในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับรายการเรียลลิตี้ทีวีในประเทศไทยนั้น เหมาะสมในการศึกษารายการ บิกบราเธอร์ที่ผลิตในประเทศไทย เนื่องจากสามารถเป็นกรอบ

สำหรับการศึกษาการผลิตซ้ำของรายการบิกบราเธอร์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นรายการเรียลลิตีที่ผลิตในประเทศไทย

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางสังคม (Concept of Emotional Behavior)

ความแตกต่างของบุคคลซึ่งทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน มีผลกระทบต่อพฤติกรรมที่ทำให้บุคคลแตกต่างกันได้ โดยความแตกต่างเหล่านั้นพิจารณาจากร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ สังคม เพศ ความถนัด ความสนใจ เจตคติ แรงจูงใจทางสังคม ค่านิยม รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม การศึกษา การได้รับการเลี้ยงดูหรืออบรม อายุ เหล่านี้เป็นต้น ในแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นทางกาย ความคิด หรือจิตใจ เมื่อเรายอมรับความจริงว่าแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันในทุกๆ ด้านก็ต้องมีการปรับตัวให้ได้ มนุษย์แต่ละคนมีความแตกต่างกันหลายด้าน ซึ่งเราสามารถจะพิจารณาได้ดังนี้ (ลักขณา สรวิวัฒน์, 2544 : 22-24)

1. ความแตกต่างทางด้านร่างกาย (Physical) เช่น หน้าตา ท่าทาง ผิวพรรณ รูปร่าง โครงกระดูก ผิว ผม ฯลฯ ซึ่งเราเองเห็นได้ชัด ดังนั้น ความแตกต่างทางกายนั้นหมายถึง รูปร่าง ลักษณะทางกายที่เห็นได้จากภายนอกนั่นเอง ความแตกต่างทางกายนี้อาจนำไปสู่ความแตกต่างทางด้านอื่นๆ ได้อีกเพราะร่างกายของคนเราต้องทำงานสัมพันธ์กันทั้งหมด เช่น ร่างกายที่อ้วนหรือผอมมากๆ ย่อมไม่กระฉับกระเฉงเหมือนคนที่แข็งแรง และไปไหนมาไหนคนชอบล้อชอบกระเซ้าจนทำให้เกิดปมด้อยในการเข้าสังคม นอกจากนี้ความแตกต่างทางด้านร่างกายยังรวมไปถึงความสามารถอันเกิดจากการกระทำหรือการแสดงออกทางร่างกายด้วย เช่น คนหนุ่มสาวย่อมแสดงออกถึงพลังได้ดีกว่าคนสูงอายุหรือเด็ก หรือคนในวัยเดียวกันถ้าร่างกายได้รับการฝึกฝนดีก็ย่อมจะดีกว่าคนที่ไม่ได้รับการฝึกฝนหรือฝึกฝนน้อย เป็นต้น

2. ความแตกต่างทางด้านสติปัญญา (Intelligence) หมายถึง การแตกต่างกันในเรื่องของการแก้ปัญหา คนปัญญาดีหรือเรียกว่า ไอคิวสูง (ตั้งแต่ I.Q. 100 ขึ้นไป) จะคิดได้หลายแง่หลายมุม มีความละเอียดอ่อนแก้ปัญหาได้มากกว่า สำหรับคนที่มีปัญญาคือ หรือที่เรียกว่า ไอคิวต่ำ (I.Q. 90 ลงมา) จะคิดได้น้อยและมีกรอบความคิดที่ไม่กว้างนัก การแก้ปัญหาเกิดขึ้นได้ยาก หากได้เรียนหนังสือก็อาจเรียนไม่จบหรือต้องออกกลางคัน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นก็จะประสบผลสำเร็จได้ยากด้วยเหตุนี้ นักการศึกษาปัจจุบันจึงพยายามหาวิธีการช่วยเหลือให้เด็กตั้งแต่วัยทารกได้เพิ่มพูนสติปัญญามากขึ้น เช่น หารให้เล่นของเล่นที่มีการเคลื่อนไหว ให้มีการต่อภาพ หรือให้เล่นของเล่นที่ฝึกให้มีการตัดสินใจ เป็นต้น เนื่องจากการฝึกให้เล่นสิ่งของเหล่านี้เป็นการฝึกประสบการณ์ในการแก้ปัญหาเมื่อไปเผชิญปัญหาในชีวิตประจำวันก็จะมีการแก้ไขได้โดยง่าย



3. ความแตกต่างทางด้านสังคม (Society) หมายถึง ความสามารถที่แสดงออกในหมู่คณะ หรือระหว่างคนซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าแม้จะมีสติปัญญาพอๆกัน แต่ความสามารถในการเข้าสังคมย่อมมีได้เหมือนกัน สถาบันแรกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับในสังคมคือ ครอบครัว และสถาบันที่สองคือ โรงเรียน จึงต้องตระหนักและมีการวางแผนแนวการศึกษาฝึกฝนในตัวเด็กให้มีความสามารถในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นได้ เพราะคนที่เข้าสังคมได้คือคนที่ยอมเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา เพื่อนฝูงระดับเดียวกันหรือผู้ใต้บังคับบัญชาย่อมนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าได้ดีกว่าคนที่เข้าสังคมได้ไม่ดี หรือมีอุปสรรคในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

4. ความแตกต่างทางความต้องการ (Needs) เป็นปัจจัยสำคัญมากเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ ของความแตกต่างของบุคคล เพราะเป็นความรู้สึกภายในและได้รับอิทธิพลมาจากหลายๆ ประการด้วยกัน คือความต้องการเป็นผลรวมของปัจจัยต่างๆ จากจิตที่สั่งออกมา การสั่งออกมาในรูปของความต้องการนี้ มีผลทำให้ร่างกายเกิดพฤติกรรมทั้งที่พึงปรารถนาและไม่พึงปรารถนาทางสังคม

Abraham H. Maslow (อ้างในลักษณะ สรวิวัฒน์, 2544 : 26) ได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ชั้น (Maslow's Hierarchy of Needs) คือ

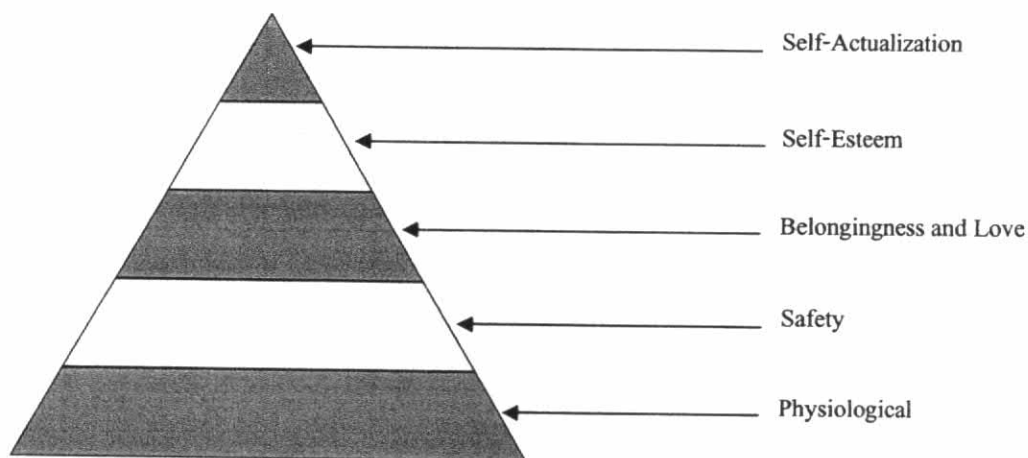
4.1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ชาวพุทธเรียกว่า ปัจจัย 4 แต่ทางตะวันตกรวมความต้องการทางเพศ (Sex) ด้วย

4.2. ความต้องการความปลอดภัย (Security Needs) เป็นความต้องการทั้งร่างกายและจิตใจให้ได้รับความปลอดภัยจากภัยต่างๆ ทั้งปวง

4.3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่ได้อยู่ในหมู่หรือพวก (Belongingness) หรือต้องการความรัก (Love Needs)

4.4. ความต้องการเกียรติยศ หรือความนับถือจากผู้อื่น (Self-Esteems)

4.5. ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในสิ่งที่ปรารถนา (Self-Actualization)



ภาพที่ 2.4 ความต้องการของมนุษย์ 5 ชั้น (Maslow, 1970 อ้างใน นพมาศ อึ้งพระ, 2546 : 285)

5. ความแตกต่างทางด้านอารมณ์ (Emotion) หมายถึง การแสดงออกทางอารมณ์หรือความรู้สึกต่างๆ เช่น ดีใจ เสียใจ โกรธ อิจฉา ก้าวร้าว เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกทางอารมณ์มีมากน้อยไม่เท่ากันและแสดงออกมาไม่เหมือนกัน การควบคุมทางอารมณ์ก็เช่นเดียวกันถ้าคนเรามีความแตกต่างกัน บางคนมีความสามารถในการควบคุมทางอารมณ์ได้ดี แต่อีกหลายๆ คนควบคุมให้ดีไม่ได้ปล่อยให้ไปไปตามอารมณ์ที่เกิด ซึ่งได้รับอิทธิพลมาตั้งแต่วัยทารกเป็นต้นมาปัจจุบันทางสังคมได้ให้ความสำคัญแก่คนที่มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ได้อย่างเหมาะสมเป็นอย่างมาก ที่เรียกกันว่า มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ หรือมีอีคิว คนที่ได้รับความสำเร็จในชีวิตไม่ใช่อยู่ที่มีอีคิวสูงอย่างเดียวแต่ต้องมีอีคิวเป็นส่วนประกอบด้วย

คำว่า “อารมณ์” (Emotion) ปราชญ์ชาวกรีกโบราณอธิบายว่าเป็น “จิตภายในที่แสดงออกปฏิกิริยาออกมาภายนอก” (The soul or spirit was making exit emotion) แต่จิตวิทยายุคใหม่จะให้คำอธิบายที่ต่างออกไปบางส่วน โดยให้คำจำกัดความของอารมณ์ว่าเป็นภาวะที่บุคคลถูกกระตุ้นจนได้รับผลกระทบกระเทือนที่มากกว่าการถูกกระตุ้นธรรมดา โดยเกิดความรู้สึกทางใจ และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสรีระ” (Bruno อ้างใน ปราณี รามสูตร, 2542 : 196) ซึ่งจากคำจำกัดความนี้จะเห็นได้ว่าจิตวิทยายุคใหม่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างการเกิดอารมณ์และระบบทางชีววิทยา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบอร์สไตน์และคนอื่นๆ (Bernstein et. al. อ้างใน ปราณี รามสูตร, 2542 : 196) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาเรื่องของอารมณ์ก็คือ การศึกษาจิตวิทยาเชิงชีวภาพ (Biological Psychology) นั่นเอง

จากความหมายของ “อารมณ์” ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเรื่องของอารมณ์นั้นเป็นผลจากการที่บุคคลถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าที่มีความเข้มข้นกว่าปกติ และเกิดปฏิกิริยาตอบสนองที่เข้มข้นกว่าปกติ เช่นเดียวกัน ซึ่งถ้าพูดภาษาชาวบ้านอาจใช้คำว่า “เสียศูนย์” (tending to disrupt homeostatic baseline) หรือ “น้อตหลุด” ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกและมีการเปลี่ยนแปลงทางสรีระ เกิดเป็นแรงผลักดันให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมบางอย่างออกไปโดยเข้มข้นผิดธรรมดา

ที่กล่าวมาอาจสรุปได้ว่า อารมณ์เป็นภาวะการเกิดความรู้สึกและการเปลี่ยนแปลงทางสรีระของบุคคลที่เนื่องมาจากการได้รับสิ่งกระตุ้นที่มีความเข้มข้น ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมที่ต่างไปจากเวลาปกติ และเนื่องจากอารมณ์เป็นภาวะการเกิดความรู้สึกและการเปลี่ยนแปลงทางสรีระ โดยสรุปได้ดังนี้ (ปราณี รามสูตร, 2542 : 196)

### 1.1 ความรู้สึก

ความรู้สึก (feeling) ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดอารมณ์ อาจแยกได้เป็น 2 ชนิด ดังนี้

- (1) ความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นภาวะของอารมณ์ดี เช่น ความรู้สึกสุข ร่าเริง สบายใจ ปลอดภัย ยินดี คีใจ
- (2) ความรู้สึกไม่พึงพอใจซึ่งอาจเรียกว่าเป็นภาวะของอารมณ์ไม่ดี เช่น ความรู้สึกโกรธ เศร้า เสียใจ กลัว ตกใจ ตื่นเต้น ไม่พอใจ เครียด

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงทางสรีระ

สมองส่วนที่ควบคุมการเกิดอารมณ์ซึ่งอยู่ลึกลงไปใต้อะมิกดาลา (limbic system) ซึ่งประกอบด้วยส่วนประกอบที่สำคัญคือ ฮิปโปแคมปัส (hippocampus) และอะมิกดาลา (amygdale) เมื่อถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดอารมณ์ สมองส่วนนี้จะทำงานและส่งผลกระทบต่อรูปร่างกาย คือ จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในร่างกายทั่วไป ซึ่งนักจิตวิทยาบางคนเรียกภาวะการเปลี่ยนแปลงทางสรีระนี้ว่า “การตื่นตัว” (arousal)

ธรรมชาติพฤติกรรมทางอารมณ์ของบุคคลอาจแยกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้คือ

1. พัฒนาการทางอารมณ์ของคนเรา ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลทั้งจากธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูในวัยเด็ก นักจิตวิทยาบางคนมีความเห็นว่า เด็กแรกคลอดไม่มีอารมณ์ใดๆ เกิดขึ้น พอรู้จักสิ่งแวดล้อมขึ้นมาอีกสักนิดหน่อยจึงเริ่มมีอารมณ์เกิดขึ้น แต่ นักจิตวิทยาอีกเป็นจำนวนมากเชื่อว่า เด็กเริ่มมีอารมณ์เกิดขึ้นตั้งแต่แรกคลอด เช่น วัตสัน (John B. Watson) ได้ให้ความเห็นว่า เด็กแรกคลอดมีอารมณ์ใน 3 ลักษณะได้แก่ อารมณ์กลัว โกรธ รัก แล้วต่อไปก็มีอารมณ์อื่นๆ ตามมา ส่วน บริดจ์ส (K.M.B. Bridges) ได้เขียนแสดงแนวคิดไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1930 (Bruno 1980 : 198) ว่าเด็กแรกคลอดมีอารมณ์ที่แยกได้ไม่ชัดเจน เกิดในลักษณะรวมๆ กัน คือมีอาการตื่นเต้น (excitement) แยกได้ไม่ชัดเจนว่าเป็นอารมณ์เชิงบวกหรือเชิงลบ เข้าเดือนที่ 3 เริ่มแสดงอารมณ์ยินดี (delight) และอารมณ์ไม่รื่นรมย์ (distress) ให้เห็น พอเข้าเดือนที่ 6 จึงเริ่มมีอารมณ์กลัว อารมณ์เกลียด อารมณ์โกรธชัดเจนขึ้น แล้วหลังจากนั้นก็มีการพัฒนาของอารมณ์รัก อารมณ์อิจฉา ฯลฯ เพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการทางสังคมของเด็กด้วย

2. อารมณ์ก็เหมือนพฤติกรรมอื่น โดยทั่วไปคือ เป็นเรื่องของวุฒิภาวะและการเรียนรู้ เช่น ทารกคลอดใหม่จะหัวเราะไม่เป็น ถึงแม้จะมีความพึงพอใจก็ยังไม่หัวเราะ พอโตหน่อยจึงหัวเราะเป็น แล้วพอโตขึ้นอีกก็เรียนรู้ว่าแม้จะพอใจ อยากหัวเราะ แต่ก็ต้องเลือกว่าในสถานการณ์อย่างไร จะหัวเราะได้เช่น เมื่อเห็นคนอ้วนหกล้มถึงจะรู้สึกว่าเป็นภาพที่น่าขบขันแต่ก็ไม่ควรหัวเราะ หรือเมื่ออยู่ต่อหน้าผู้ใหญ่ก็ต้องสำรวม จะหัวเราะเล่นมากไปเหมือนอยู่กับเพื่อนฝูงตามลำพังไม่ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นอิทธิพลของวุฒิภาวะและการเรียนรู้ต่อการแสดงออกทางอารมณ์

3. เมื่อบุคคลปะทะสัมพันธ์กับสิ่งเร้าจะทำให้เกิดอารมณ์ แต่ละคนจะมีระดับความรุนแรงของอารมณ์ที่เกิดขึ้น ไม่เท่ากัน และเกิดอารมณ์ต่าง ๆ กันแม้ว่าสิ่งเร้า นั้นจะเป็นสิ่งเดียวกัน ขึ้นกับปัจจัยหลายประการ เช่น สภาพร่างกายในขณะนั้นว่า ปกติหรือไม่ และขึ้นกับเจตคติ หรือความคิดเห็นของแต่ละบุคคลซึ่งไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเมื่อบุคคลถูกเพื่อนเรียกโดยชื่อบิดาของเขาแทนชื่อตัว คนหนึ่งอาจทนได้โดยมองเห็นเป็นสิ่งขบขัน แต่อีกคนอาจเห็นว่าเป็นการดูถูก เกิดอารมณ์โกรธอย่างรุนแรงก็เป็นได้

4. ถึงแม้คนแต่ละคนมีอารมณ์เดียวกัน ระดับความรุนแรงเท่าๆกัน แต่การแสดงออกซึ่งอารมณ์นั้นๆ ของแต่ละบุคคลอาจต่างกัน ได้ คำว่า “การแสดงออก” ในที่นี้ เป็นพฤติกรรม 3 อย่างต่อไปนี้คือ

4.1 ปฏิกริยาภายใน (implicit reaction) ซึ่ง ได้แก่ ปฏิกริยาหรือการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะภายใน เช่น ต่อมมีท่อ ต่อมไร้ท่อ หัวใจ ปอด ความดัน ภาวะอาหาร ภาวะปัสสาวะ เป็นต้น

4.2 ปฏิกริยาภายนอก (explicit reaction) เช่น สีหน้า น้ำเสียง ท่าทางถึง โสค หรือเศร้าหมอง ร้องไห้ วางเฉย ทำลายข้าวของ กำหมัดแน่น กระตืบเท้า เป็นต้น

4.3 การมีใจผูกพันจดจ่อ (awareness) ในสิ่งที่ทำให้เกิดอารมณ์อาจทำให้สนใจสิ่งอื่น ๆ น้อยลงไป ทำงานอื่นๆ ได้ประสิทธิภาพน้อยลง

เมื่อบุคคลปะทะสัมพันธ์กับสิ่งเร้าจนทำให้เกิดอารมณ์ จะเกิดกลไกการปรับตัวในบุคคลเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า นั้น การปรับตัว จึงหมายถึง กระบวนการที่บุคคลพยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตนเองไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านอารมณ์ หรือปัญหาด้านบุคลิกภาพ และปัญหาด้านความต้องการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมจนเป็นสภาพการณ์ที่ตนสามารถทนอยู่ได้ในสังคม สภาพแวดล้อมนั้นๆ

อย่างไรก็ดี ลัชณา สรวิวัฒน์ (2544) ได้จำแนกลักษณะการปรับตัวออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1. การปรับตัวที่สมบูรณ์ (Integrative Adjustment) เป็นลักษณะการปรับตัวที่บุคคลสามารถแก้ปัญหาได้แล้ว ทำให้ตนเองเกิดความสบายใจ ไม่มีข้อข้องใจหรือสงสัยเหลืออยู่

2. การปรับตัวไม่สมบูรณ์ (Non-integrative Adjustment) เป็นการปรับตัวที่บุคคลไม่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ แต่เขามีวิธีทำให้คลายเครียดภายในใจให้ลดลงได้บ้าง ยังมีความไม่สบายใจค้างอยู่ การปรับตัวแบบนี้อาศัยกลไกทางจิตหรือกลไกป้องกันตนเอง

จากสภาพต่างๆ ที่เราต้องเผชิญอยู่ทุกวันนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกทั้งทางบวกและทางลบ ถ้าพบทางบวกเป็นส่วนใหญ่จะทำให้รู้สึกมีกำลังใจ แต่ผู้เผชิญอยู่กับสภาพทางลบจำเป็นต้อง

ปรับปรุงด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ตนเองสามารถอยู่อย่างมีความสุข ซึ่งสิ่งต่างๆที่เป็นสาเหตุหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคคลมีดังนี้

1. **ความคับข้องใจ (Frustration)** หมายถึง สภาพของจิตใจ หรือความรู้สึกที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความปรารถนาที่เรามุ่งหวังถูกขัดขวาง ไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย ซึ่งโดยทั่วไปแล้วทุกชีวิตไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองได้ทุกประการ เพราะต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ ซึ่งมาขัดขวางความต้องการหรือความพยายามของเรา ทำให้เกิดความหงุดหงิด โกรธ กระทบกระวายใจ กลุ้มใจ กลัว สภาวะต่างๆ ดังกล่าว เรียกว่า ความคับข้องใจ ซึ่งจะสามารถแยกสาเหตุความคับข้องออกเป็น 2 ประการ คือ

1.1 สาเหตุส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะของบุคคลทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น ความบกพร่องทางร่างกาย การมีโรคประจำตัว เชื้อไวรัส HIV/AIDS ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง เหล่านี้เป็นต้น องค์ประกอบที่อยู่ภายในใจของคนแต่ละคนซึ่งมาขัดขวางความพอใจของแรงขับอาจทำให้เกิดความคับข้องใจอย่างรุนแรงได้

1.2 สาเหตุของสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สถานที่ทำงาน ที่อยู่อาศัย อุบัติภัยต่างๆ และสิ่งแวดล้อมทางสังคม เช่น ความล่าช้าของระบบงาน ฐานะทางสังคม และทางเศรษฐกิจ สำหรับสังคมในปัจจุบันสภาพการณ์ที่ก่อให้เกิดความคับข้องใจมีดังต่อไปนี้

1.2.1 ความคับข้องใจอันเนื่องมาจากความขาดแคลน บุคคลที่มีความคับข้องใจเพราะขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิต เช่น อาหาร ยา รักษาโรค ที่อยู่อาศัย บางคนขาดความสมบูรณ์ของร่างกาย ตลอดจนขาดความรัก ความอบอุ่น สัมพันธภาพระหว่างบุคคล การขาดในเรื่องต่างๆ ดังกล่าวล้วนก่อให้เกิดความคับข้องใจทั้งสิ้น

1.2.2 ความคับข้องใจอันเนื่องมาจากความสูญเสียอันทำให้เกิดความคับข้องใจยิ่งกว่าการขาดแคลน อันได้แก่ การสูญเสียความรัก บุคคลที่เรารัก วัตถุสิ่งของที่มีค่า เงิน ทอง อิศรภาพ เป็นต้น

1.2.3 ความคับข้องอันเนื่องมาจากความพ่ายแพ้ ไม่สมหวัง หรือไม่ประสบผลสำเร็จ และหากเขาไม่พยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับเหตุผลในเรื่องนั้นๆ ได้ อาจจะทำให้เขาเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัย เกิดความท้อถอย อ่อนล้า และในที่สุดก็จะเกิดความท้อแท้และสิ้นหวัง

1.2.4 ความคับข้องใจอันเกิดจากความรู้สึกว่าตนเองไร้ความสามารถ ไม่มีค่าและไม่มี ความหมาย

**2. ความขัดแย้งในใจ (Conflicts)** หมายถึง สภาวะที่ทำให้บุคคลเกิดความขัดแย้งในตนเอง เกิดความลำบากใจ หนักใจ อึดอัดใจ ที่จะต้องตัดสินใจเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสภาวะการณ์ที่เขาเผชิญอยู่ ลักษณะอินทรีย์มีแรงจูงใจหลายอย่างในเวลาเดียวกัน และจุดหมายที่ได้ก้ำกึ่งกัน ความขัดแย้งหรือความกำกึ่งนี้ หมายความว่า เรามีเหตุการณ์อยู่มากกว่าหนึ่งขึ้นไปที่จะต้องตัดสินใจเลือกเอาเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น และในระหว่างเหตุการณ์ที่มีให้เลือกเหล่านั้น มีน้ำหนักมากพอๆกัน ถึงกับว่าถ้าเลือกอย่างใดแล้วก็จะผิดหวังที่จะไม่ได้เลือกในอีกอย่างหนึ่ง หรือไม่อาจเลือกเอาทั้งสองอย่างได้ เราเรียกว่า เกิดความรู้สึกในลักษณะความขัดแย้งในใจ ความขัดแย้งนี้เป็นตัวการก่อให้เกิดความลังเล ความไม่แน่ใจ และเกิดความเครียด ความไม่สบายอารมณ์ขั้นได้ในที่สุด

2.1 ความขัดแย้งแบบนิมาน-นิมาน (Approach-Approach Conflict) คือการที่อินทรีย์มีสิ่งพึงประสงค์สองอย่างในเวลาเดียวกัน จึงเกิดเป็นความพึงประสงค์ความขัดแย้ง เนื่องจากชอบของสองสิ่งเท่าๆกัน แต่ต้องเลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่ง เข้าทำนองรักที่เสียคายน้อง แต่ความขัดแย้งในใจที่เกิดขึ้นอาจจะไม่รุนแรงมากนัก เพราะสิ่งที่ต้องเลือกให้ผลในทางบวกทั้งคู่ การแก้ปัญหาของความขัดแย้งแบบนี้ทำได้ไม่ยากนัก คิดเสมอว่าแม้ผิดหวังจากการที่ไม่ได้ทั้งสองสิ่งอย่างใด เราก็ยังได้ไว้อย่างหนึ่งแทนที่จะไม่ได้เลย ความเสียใจก็จะมีไม่มากนัก

2.2 ความขัดแย้งแบบนิเสธ-นิเสธ (Avoidance-Avoidance Conflict) คือการที่อินทรีย์ได้รับสิ่งที่นำมาเสนอไม่พึงประสงค์ทั้งสองอย่าง และอินทรีย์จะต้องเลือกเอาเพียงอย่างหนึ่งซึ่งไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ เป็นความขัดแย้ง เนื่องจากต้องตัดสินใจเลือกจากสิ่งที่ไม่ชอบทั้งสองอย่าง หรือไม่อยากได้ เข้าทำนองหนีเสือปะจระเข้ หรือถ้าไม่อยากดื่มน้ำก็ต้องคายหญ้า ในกรณีแบบนี้จะมีการหาทางออกทางเดียวของความกำกึ่ง และถ้าเป็นไปได้จะไม่เลือกเลยทั้งสองอย่าง ดังนั้นจึงต้องคิดเสียว่า สิ่งที่เราเลือกนั้นให้ความทุกข์น้อยกว่าอีกสิ่งหนึ่ง

2.3. ความขัดแย้งแบบนิมาน-นิเสธ (Approach-Avoidance Conflict) คือการที่อินทรีย์จะต้องเลือกในสิ่งที่ชอบและไม่ชอบพร้อมกันในเวลาเดียวกัน เป็นความขัดแย้ง เนื่องจากตัดสินใจไม่ได้ว่าจะเลือกเอาของสิ่งนั้นไว้หรือทิ้งของสิ่งนั้นไป เพราะมีความชอบและไม่ชอบเท่าเทียมกัน เข้าทำนองทั้งรักทั้งชัง หรือเกลียดปลาไหลกินน้ำแกง รักด้วยเกลียดด้วย จะเห็นว่า ทั้ง 3 แบบนี้ แสดงความหมายของความต้องการเลือกสิ่งที่ชอบมากกว่า 2 หรือเท่ากับ 2 สถานการณ์ และระหว่างสิ่งที่เกลียดเท่ากัน 2 และมากกว่า 2 สถานการณ์ เป็นต้น

สาเหตุของความขัดแย้งในใจ ได้แก่

- (1) ความขัดแย้งในใจที่สืบเนื่องมาจากความต้องการส่วนบุคคลและความต้องการของสังคมขัดกัน ซึ่งบางครั้งเราไม่สามารถปฏิบัติตามความต้องการของสังคมได้
- (2) ความขัดแย้งในใจที่สืบเนื่องมาจากการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เราไม่ประสงค์จะเกี่ยวข้องด้วย
- (3) ความขัดแย้งในใจที่สืบเนื่องมาจากการที่ความต้องการเผชิญความจริงการหลีกเลี่ยงหรือไม่กล้าเผชิญความจริง
- (4) ความขัดแย้งที่สืบเนื่องมาจากความซื่อสัตย์และการแสวงหาประโยชน์ส่วนตน
- (5) ความขัดแย้งในใจที่สืบเนื่องมาจากความปรารถนาทางเพศ และข้อห้ามข้อจำกัดเกี่ยวกับความปรารถนาทางเพศ

**3. ความวิตกกังวล (Anxiety)** เป็นความไม่สบายใจซึ่งจะออกมาในรูปของความกลัว (Fear) เช่นกลัวสอบเรียนต่อมหาวิทยาลัยไม่ได้ กลัวสอบตก กลัวเรียนจบออกมาแล้วไม่มีงานทำ ซึ่งความกลัวเหล่านี้จะก่อให้เกิดความไม่สบายใจซึ่งอาจเกิดขึ้นก่อนหรือหลังสถานการณ์ที่บุคคลนั้นต้องประสบ อาจเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้าทั้งภายนอกแลภายใน เช่น ค่านิยม ความเชื่อถือ สภาพสังคมเศรษฐกิจ

**4. ความเครียด (Stress)** เมื่อร่างกายมีความปรารถนาในสิ่งใดสิ่งหนึ่งและเกิดมีอุปสรรคมาขัดขวางไม่ให้ร่างกายได้รับสิ่งที่ต้องการ ความคับข้องใจจะเกิดขึ้น หรือสภาวะการตัดสินใจเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ ความขัดแย้งในใจก็จะเกิดขึ้น และความเครียดในอารมณ์หรือในความรู้สึกก็จะเกิดขึ้น ร่างกายจะต้องหาทางปรับตัวเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดหรือชดเชยความผิดหวัง แต่ในกรณีที่ร่างกายหาทางปรับตัวไม่ได้ ไม่สามารถผ่อนคลายความตึงเครียดได้ร่างกายก็จะรับแต่ความผิดหวังเข้าไว้เรื่อยๆ และถ้าถมทับเป็นทวีคูณมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในที่สุดร่างกายไม่สามารถทนทานอีกอีกต่อไปได้แล้ว ก็จะถึงจุดแตกหักได้ นั่นคือ มีความผิดปกติทางจิตเกิดขึ้นนั่นเอง

เมื่อบุคคลประสบปัญหาหรือความไม่สบายใจที่เกิดจากการกระตุ้นทางอารมณ์ จะมีวิธีการต่างๆ เพื่อลดความไม่สบายใจนั้น วิธีการดังกล่าวได้แก่

1. ปฏิกริยาทางร่างกายเพื่อปรับตัว (Reaction of Adjustment) หากมีตัวเร่งความเครียดเกิดขึ้นก็จะเกิดปฏิกริยาทางร่างกายเพื่อปรับตัว 3 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 อาการบอกเหตุ (Alarm Reaction Stage) จะเกิดขึ้นเฉพาะแห่ง อันเนื่องมาจากตัวเร่งให้เกิดความเครียด ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นจะเกิดโดยผ่านระบบประสาทและต่อมไร้ท่อ เช่น ต่อมพิทูอิทารี จะหลั่งฮอร์โมนออกมา ทำให้ร่างกายสามารถต่อต้านตัวเร่งความเครียด และปรับร่างกายให้อยู่ในภาวะสมดุล

1.2 อาการต่อต้าน (Resistance Stage) ในระยะช่วงนี้การเปลี่ยนแปลงทางชีววิทยาจะเกิดขึ้นเพื่อรักษาสภาพต่อต้านของสิ่งมีชีวิตต่อตัวเร่งความเครียด ในบางสถานการณ์ทำให้เกิดระดับการสมดุลทางสรีรวิทยาเกิดขึ้น

1.3 ขั้นหยุดการทำงาน (Exhaustion Stage) ถ้ามุขยู่อยู่ภายใต้เหตุการณ์ที่มีความเครียดนานๆ ความต้านทานไม่สามารถจะทำให้ร่างกายคงรักษาสภาพคงที่ไว้ได้ และ ความเครียดยังมีอยู่ต่อไป อาจเกิดอาการตายได้ เพราะอวัยวะหยุดทำงาน

## 2. วิธีการเผชิญปัญหาหรือได้ตอบปัญหาโดยอัตโนมัติ ได้แก่

2.1 การร้องไห้ นับว่าเป็นการตอบโต้ปัญหาแบบหนึ่งเมื่อบุคคลต้องเผชิญปัญหาเพราะการร้องไห้จะช่วยปลดปล่อยอารมณ์เครียด ความปวดร้าว ความเจ็บใจ ความน้อยใจ ความเสียใจ หรือความวิตกกังวลให้คลายลงได้ และภายหลังการร้องไห้อารมณ์ของบุคคลนั้นจะค่อยๆสงบ คลายความวิตกกังวล หรือความเครียดเข้าสู่สภาพปกติได้

2.2 การระบายออกด้วยคำพูดเป็นกลไกที่ช่วยลดอารมณ์เครียด ช่วยให้บุคคลระบายความอัดอั้นตันใจ ความทุกข์ร้อนต่างๆ และจะทำให้สามารถเข้าใจสถานการณ์หรือปัญหาแจ่มชัดขึ้น ความคิดต่างๆ ใหม่ๆ อาจเกิดขึ้นได้ในช่วงที่พูด นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสที่เขาจะ ได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับบุคคลอื่น และอาจจะนำแนวคิดต่างๆ มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมของตนให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2.3 การหัวเราะ บุคคลบางคนเมื่อเผชิญปัญหาอาจจะหัวเราะ ไม่ว่าจะด้วยตั้งใจหรือประชดประชันก็ตาม หรืออาจทำตลกเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือความเศร้า หรือความวิตกกังวลใจ โดยทั่วไปการหัวเราะและการมีอารมณ์ขันมีแนวโน้มที่จะช่วยลดความเครียดและพฤติกรรมก้าวร้าวลงได้

2.4 การเสาะแสวงหาแหล่งให้ความช่วยเหลือ เมื่อบุคคลเผชิญกับสภาวะวุ่นวายใจก็มักจะหาแหล่งที่จะให้ข้อมูลหรือแสวงหาความช่วยเหลือและกำลังใจ เมื่อบุคคลที่เขาไปขอความช่วยเหลือจะต้องเป็นบุคคลที่เขาไว้วางใจ และมีความเชื่อมั่นว่าจะรักษาความลับของเขาไว้ได้

2.5 การพักผ่อนนอนหลับภายหลังการพักผ่อนนอนหลับแล้ว ความรุนแรงของปัญหาจะค่อยๆ คลี่คลายลงไปบ้าง ขณะที่กำลังหลับก็อาจจะฝันดีหรือร้ายก็แล้วแต่เมื่อตื่นขึ้นมา เขาก็จะคิดถึงประสบการณ์ที่เขาได้จากการฝัน และจากช่วงเวลาที่ได้นอนหลับไปนั้น อาจช่วยให้เขา



ตระหนักวิเคราะห์สภาพการณ์ต่างๆ อันจะทำให้เข้าใจเหตุการณ์ได้ดีขึ้น ซึ่งจะเป็นผลให้เขาได้ระงับความรู้สึก ความเครียด ความผิดหวัง และความไม่สบายใจต่างๆ ได้

สำหรับในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางอารมณ์นั้นเหมาะสมในการศึกษาการผลิตซ้ำรายการบ็อกบราเธอร์ในประเทศไทย เนื่องจากสามารถเป็นกรอบสำหรับการศึกษาปัจจัยในการผลิตซ้ำของรายการบ็อกบราเธอร์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นรายการที่เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของผู้เข้าแข่งขัน เมื่อได้รับกระสุนอารมณ์ โดยแฝงอยู่ในส่วนประกอบต่างๆ ของรายการ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Steven Reiss และ James Wiltz (2002) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Why People Watch Reality TV” โดยการวิจัยนี้เป็นการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อประเมินจุดดึงดูดของรายการประเภท เรียลิตีทีวี ซึ่งจะทำการสำรวจจากกลุ่มผู้ชมชาวอเมริกันจำนวน 239 คน พบว่า มีจำนวนผู้ชมที่สนใจในเรื่องที่มีสาระสำคัญเป็นแฟนรายการเรียลิตีทีวีมากกว่าผู้ชมที่นิยมเรื่องไร้สาระ นอกจากนั้น การวิจัยนี้ยังสำรวจการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทเรียลิตีทีวี อีกด้วย ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่ผู้ชมกลุ่มหนึ่งเลือกรับชมรายการ เรียลิตีทีวีนั้น มีความแตกต่างกับกลุ่มผู้ชมรายการทั่วไป เนื่องจากผู้ชม เลือกชมรายการเรียลิตีทีวี โดยเกิดจากแรงจูงใจที่ตนต้องการมีสถานภาพทางสังคม และไม่ต้องอยู่ในข้อจำกัดต่างๆ สนใจในเรื่องการแก้แค้น ต้องการมีเพื่อน ไม่ต้องคำนึงเรื่องศีลธรรม มีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อรับชม และ สนใจในเรื่องรักใคร่ ผลการวิจัยนี้ยังนำเสนอวิธีการศึกษาสื่อในแนวใหม่อีกด้วย วิธีนี้จะมีพื้นฐานมาจากศักยภาพในการใช้ความพึงพอใจของมนุษย์ ที่ต่างกัน 16 ชนิด ผู้ชมเลือกที่จะเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ที่กระตุ้นให้ตนรู้สึกมีคุณค่ามากที่สุด ซึ่งจะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

สุธีรา อินทรวงษ์ (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการผลิตซ้ำข้ามวัฒนธรรมของรายการที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี” พบว่าการผลิตซ้ำรายการที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซีแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ รายการที่รักษาทั้งรูปแบบเนื้อหา และความหมายของรายการดั้งเดิมเอาไว้ทั้งหมด และรายการที่ดัดแปลงรูปแบบแต่ยังคงรักษาเนื้อหาดั้งเดิมของรายการเอาไว้ โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการ 2 ประเภทคือ ปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยเงื่อนไขการทำสัญญา รูปแบบของรายการ บุคลากร และค่าใช้จ่าย และปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะของผู้ชม ความต้องการของผู้รับสาร และวัฒนธรรม

ณรรุพพงษ์ ผู้กักดี (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อรายการสารคดีสำรวจโลก” การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการคัดแปลงในการผลิตซ้ำของรายการสำรวจโลก เพื่อผู้ชมคนไทย และเพื่อศึกษาการตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อรายการสำรวจโลก การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า บริษัท เน็กซ์สเตป จำกัด ได้ทำการคัดแปลงรูปแบบในการนำเสนอรายการสำรวจโลก เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ชมซึ่งเป็นคนไทย โดยการแปลบทสารคดีต้นฉบับภาษาอังกฤษให้เป็นภาษาไทยที่เข้าใจได้ง่าย ทั้งมีการลงเสียงพากย์ด้วยลีลา น้ำเสียงที่ทำให้บรรยากาศอารมณ์สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง และมีการเพิ่มพิธีกรคนไทยเข้าไปเสริมเพื่อเชื่อมโยงให้เกิดความต่อเนื่องในรายการ บางครั้งจะมีการตัดทอนคำพูดและภาพบางส่วนเพื่อให้ลงตัวกับจำนวนเวลาของรายการ โดยสาระของเนื้อเรื่องยังคงอยู่อย่างครบถ้วน เนื่องจากต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพของรายการจากทางต้นลิขสิทธิ์ สำหรับการตอบสนองของผู้รับสารนั้น พบว่ารายการสำรวจโลก ได้เปิดช่องทางในการตอบกลับสามช่องทางด้วยกัน คือ ทางตู้ไปรษณีย์ ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และทางเว็บไซต์ ซึ่งผู้ชมรายการมาจากทั่วประเทศ และมีคุณลักษณะที่หลากหลาย ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ และระดับการศึกษา นอกจากนี้ ผู้ชมส่วนใหญ่ได้ตอบสนองกลับเข้ามาทางรายการในสองด้านหลัก คือ ในเชิงอารมณ์ความรู้สึก ผู้ชมได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น และประทับใจในเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอของรายการ และในเชิงการรับรู้ ผู้ชมเห็นคุณค่าประโยชน์และคุณค่าของเนื้อหาสารคดี ที่ให้ทั้งความรู้ ความคิด และการปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องของชีวิต และธรรมชาติ