บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ละครโทรทัศน์ เริ่มต้นขึ้นในสังคมไทยเวลาเดียวกับกิจการโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้นตั้งแต่ยุคแรก รูปแบบของละครโทรทัศน์ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบความบันเทิงของ "ละคร" อันได้แก่ละครนอกละครใน ละครโนราห์ ทำให้การแสวงหาความบันเทิงภายนอกบ้านของผู้รับชมเป็นความบันเทิงภายในบ้านแทน

ละครโทรทัศน์ จึงกลายเป็นรูปแบบความบันเทิงภายในบ้าน โดยประสิทธิภาพการเข้าถึงของสื่อโทรทัศน์ที่แพร่หลายกว้างไกลสู่ทุกครัวเรือนดังที่ โจชัว เมโรวิตซ์ (2533: 21) อาจารย์ประจำวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนิวแฮมเชียร์ สหรัฐอเมริกา กล่าวว่า "เมื่อมีโทรทัศน์เราแทบไม่ต้องลงแรงอะไรเลย การดูโทรทัศน์ทำได้ง่าย ๆ สะดวกสบาย ไม่ต้องลำบากเดินทางไปถึงโรงละคร หรือต้องใช้หัวคิดอ่านหนังสือ" กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือความแพร่หลายของสื่อโทรทัศน์ช่วยทำให้เรารับชม "ละคร" สะดวกสบายขึ้น เพราะสื่อนำความบันเทิงมาให้รับชมถึงบ้าน

ลักษณะของละครโทรทัศน์ในฐานะความบันเทิงภายในบ้านดังกล่าวนี้เอง ได้มีผู้ขนานนามสื่อทางโทรทัศน์ว่าเป็น "Medium for tired businessmen" หรือ "สื่อสำหรับนักธุรกิจผู้เหนื่อยหน่าย" ซึ่งแน่นอนที่สุดย่อมหมายความว่า สิ่งที่ผู้ซึ่งเหน็ดเหนื่อยจากธุรกิจการงานมาทั้งวันต้องการมากที่สุด ก็คือการพักผ่อนหย่อนใจดังนั้น ละครโทรทัศน์จึงมุ่งให้ "ความบันเทิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ" เหนือสิ่งอื่นใด (สดใส พันธุมโกมล, 2530 : 270) มูลเหตุนี้เองที่ทำให้ผู้เบื่อหน่ายกับชีวิตการงานต้องการหลีกหนีจากสภาพชีวิตจริง ยอมรับ "ละครโทรทัศน์" เข้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

ดังนั้นแนวเนื้อหาละครโทรทัศน์ จึงเข้าไปใกล้ชิดและมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับชมมากขึ้นทุกขณะ ซึ่ง Rosen (1985 : 45) กล่าวว่า "ละครโทรทัศน์สามารถทำให้ชีวิตที่เงียบเหงาและน่าเบื่อหน่ายมีชีวิตชีวามากขึ้น ทั้งยังช่วยแนะนำสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายความรักการครองชีวิตคู่ การอบรมเลี้ยงดูบุตรหลาน ตลอดจนการจัดการกับเรื่องความผิดหวังในความรัก โดยการแนะนำโดยตรงไปตรงมา หรือโดยนัย "ทำให้ละครโทรทัศน์สามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งความรู้เป็นตัวแทนขัดเกลาทางสังคม (Socializing Agent) ในการบอกสมาชิกให้รู้ถึงเป้าหมายค่านิยมบทบาทและแบบอย่างของสังคม ผู้ชมละครจึงเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ในลักษณะที่ไม่รู้ตัว

นอกเหนือจากนั้นแนวทางการนำเสนอการดำเนินเรื่องที่ต่อเนื่อง ยังทำให้ผู้รับชมไม่เพียงแต่รับชมเท่านั้น หากแต่ยังรู้สึกเสมือนอยู่ในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย ทั้งนี้เพราะละครโทรทัศน์เป็นรูปแบบความบันเทิงแบบเล่าเรื่องดำเนินต่อเนื่องยาวนาน โดยนำเสนอเป็นตอน ๆ และใช้เวลาออกอากาศนานหลายตอนจบ วิธีการนี้ทำให้ผู้ชมละครรู้สึกว่าได้เรียนรู้ความเป็นจริงด้วยประสบการณ์ของตนเอง มีความสมจริงใกล้เคียงกับชีวิตของผู้ชมละครทำให้ผู้ชมละครรู้สึกเหมือนเป็นตัวละคร (Identify) นั้น โดยมักเปรียบเทียบกับการกระทำของตัวละครกับสิ่งที่ตนคิดจะทำถ้าเป็นตัวละครนั้น (Allen, 1985 : 79) จากมูลเหตุดังกล่าว เป็นผลให้ละครโทรทัศน์สามารถครองใจผู้ชมจนเป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดรายการหนึ่ง

จากรายงานผลการสำรวจความนิยมโดย VMR MONTHLY REPORT ถึงรายการทีวีที่คนดูมากที่สุด เป็นการสอบถามจากผู้ชมทีวีในกรุงเทพฯรวม 1,574 คน ว่า รายการทีวีที่มีเป็นประจำ (ในช่วงเดือน มิถุนายน 2535)ผู้ชมดูรายการไหนบ้างพบว่า รายการทีวีที่คนดูเป็นประจำ (%) 10 อันดับแรกนั้นเป็นรายการละครโทรทัศน์ 5 รายการ (นิตยสารมีเดีย , 2535 : 159)

รายการประเภทละครโทรทัศน์ จึงเป็นรายการที่อยู่ในความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์อย่างมาก เมื่อเทียบกับรายการประเภทอื่นที่ได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะรายการละครโทรทัศน์ในช่วงเวลาหลังข่าวภาค 20.00 น. เป็นรายการที่ผู้ชมรับชมเป็นประจำถึง 4 รายการ ได้แก่ละครภาพอาถรรพณ์ ละครชีวิตเปื้อนฝุ่น ละครคุณหญิงนอกทำเนียบ ละครทายาทอสูร

ผลจากความนิยมที่ผู้ชมมีต่อรายการละครโทรทัศน์ ยังเป็นปัจจัยสำคัญของเจ้าของสินค้าผู้อุปถัมภ์รายการ ให้การสนับสนุนรายการละครในช่วงเวลาหลังข่าวภาค 20.00 น. โดยเหตุผลในแง่จิตวิทยาการศึกษากลุ่มผู้รับชมเป้าหมายต่อการซื้อสินค้านั้น พบว่า "ผู้ชมจะอยู่ในอารมณ์ที่อยากจะซื้อของหรือ Spending Mood เมื่อมีความสุขกาย สบายใจ เมื่อไม่มีปัญหาหนักสมอง เมื่อไม่มีความรู้สึกว่าการซื้อของฟุ่มเฟือยนั้นเป็นการทำลายเศรษฐกิจของชาติ หรือขัดต่อความรับผิดชอบของสังคม ฯลฯ" (สดใส พันธุมโกมล, 2530:272) กรณีที่จะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึก "อยากซื้อ" สินค้านั้นนักโฆษณาสินค้าจำเป็นต้องทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอยู่ในสภาวะอารมณ์ที่อยากจะใช้เงินทองเพื่มพูนความสุขของตนเองก่อน ช่วงอารมณ์อยากจะซื้อของ(Spending Mood) นั้น เป็นอารมณ์ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างง่ายดายเมื่อผู้ชมอยู่ในอารมณ์ Romantic Mood หรือความรู้สึกที่ว่าทุกสิ่งทุกอย่างในโลกหวานชื่น ซึ่งย่อมเกิดขึ้นได้จากการสื่อความหมายทางเนื้อหาและอารมณ์ของละครโทรทัศน์ แก่ผู้บริโภค

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่เจ้าของสินค้าผู้อุปถัมภ์รายการให้การสนับสนุนรายการละครโทรทัศน์ คือ การที่เจ้าของสินค้าเห็นความสำคัญของการโฆษณาทางโทรทัศน์ในฐานะ "เป็นเส้นทางที่สั้นที่สุดจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค" (Mattelart, 1979 : 236) โดยใช้กลยุทธในการเข้าถึงผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสาร ซึ่งการเปิดรับต่อสื่อโฆษณาเพียงครั้งเดียวจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้อย การตอกย้ำสารโฆษณาจึงเป็นสิ่งจำเป็น การยิงสารโฆษณาจึงตั้งอยู่บนหลักการที่ว่าผู้บริโภคจะมีการเปิดรับสื่อ ในระดับที่สม่ำเสมอ และคาดการณ์ได้ ผู้บริโภคไม่เพียงแต่จะดูรายการใดรายการหนึ่งแต่จะต้องคาดหวังถึงตอนต่อไปในวันต่อ ๆ มาด้วย ละครโทรทัศน์จึงเหมาะสมในการยิงสารโฆษณา เพราะสามารถยืนยันได้ถึงความสม่ำเสมอในการดูรายการ จากลักษณะพฤติกรรมการรับชมละครที่ซื่อสัตย์ (Loyal) ของผู้ชมละคร (Allen : 47)

การที่ความนิยมของผู้ชมละครโทรทัศน์ มีส่วนต่อการตัดสินใจยิงสารโฆษณาของเจ้าของสินค้า ทำให้อัตราค่าโฆษณาในช่วงเวลาออกอากาศของละครโทรทัศน์เพิ่มสูงขึ้น กว่ารายการอื่นโดยเฉพาะช่วงเวลาหลังข่าวภาค 20.00 น.ซึ่งจัดว่าเป็นช่วงเวลาระดับเอ (Prime Time หรือ Peak Time)ซึ่งหมายถึงช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับโทรทัศน์ (ดวงทิพย์ วรพันธ์ ,2527:23) และเป็นช่วงที่รายการได้รับความนิยม อัตราค่าเวลาในช่วงเวลาไพร์ไทม์จึงมีอัตราสูงสุด จะเห็นได้จากอัตราค่าโฆษณาในช่วงเวลาดังกล่าว ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีอัตราสูงสุดถึงนาทีละ 150,000 บาท (นิตยสารทีวีพูล,2535 : 64) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีอัตราค่าโฆษณานาทีละ 140,000 บาท (นิตยสารทีวีพูล, 2535:64) ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น จะมีอัตราค่าโฆษณาใกล้เคียงกันทำให้สถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ มีรายได้หลักจากโฆษณาสินค้าเป็นมูลค่าสูงต่อปี หากเทียบกับช่วงเวลาการโฆษณา 1 ชั่วโมง ต่อ 12 นาที ตามระเบียบคณะกรรมการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518

นับแต่ ปี พ.ศ. 2524 คณะกรรมการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ได้กำหนดให้สถานีโทรทัศน์ทุกช่องเสนอรายการของไทย ซึ่งจะเป็นรายการอะไรก็ได้ แทนรายการต่างประเทศในช่วงเวลาหลังข่าวภาค 20.00 น. (ปนัดดา ธนสถิตย์, 2531 : 7) ซึ่งรายการยอดนิยมในช่วงเวลานั้นคือ ภาพยนตร์และละครจีน สถานีวิทยุโทร-ทัศน์ทุกช่องจึงดำเนินการผลิตรายการละครโทรทัศน์ ลักษณะเรื่องยาวหลายตอนจบ (Soap Operas) เพื่อออกอากาศในเวลาดังกล่าว โดยการดำเนินการผลิตรายการจากทั้งผู้ผลิตรายการ หรือจากเจ้าของสถานีเอง

การดำเนินการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นั้น นับตั้งแต่เริ่มเปิดสถานีเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2513 สถานีก็เริ่มมีรายการละครออกอากาศในเดือนพฤษภาคมปีเดียวกัน ซึ่งขณะนั้นสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ยังขาดความพิถีพิถันในการผลิต อาทิ ยังมีการบอกบทและแสดงสดอยู่ จนกระทั่งเทปละครโทรทัศน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในการผลิตในปี พ.ศ. 2519 ทำให้ละครโทรทัศน์เริ่มมีการบันทึกเทป ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เองได้มีการรื้อฟื้นโครงการผลิตรายการละครขึ้นอีกครั้ง โดยคุณภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ เป็นผู้จัดรายการละครในนามของบริษัท พี.เค.โปรดักชั่น ริเริ่มการแสดงละคร

โดยมิต้องใช้ผู้บอกบทซึ่งทางสถานีได้กำหนดหลักการไว้กว้าง ๆ ว่าควรให้ผู้แสดงศึกษาบทมาก่อนล่วงหน้าอย่างลึกซึ้ง และสามารถจำบทได้โดยไม่ต้องอาศัยผู้บอกบท ต้องจัดให้มีการซ้อมการแสดงล่วงหน้า หลังจากนั้นก็ให้มาซ้อมเข้ากับฉากในแต่ละฉากแต่ละตอน และทำการบันทึกเทปเอาไว้เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์มากที่สุดก่อนที่จะออกอากาศ (วารสารครบรอบ 20 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, 2533 : 86-87) นอกจากนี้ยังปรับปรุงการจัดฉาก และการกำกับการแสดงให้ละครมีความสมจริงและพิถีพิถันมากขึ้น การปรับปรุงการผลิตรายการโทรทัศน์ในครั้งนี้ จึงถือว่าสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 "ปฏิวัติการละครโทรทัศน์สมัยใหม่" ให้กับวงการละครอีกด้วย

และต่อมาทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้มีการขยับขยายเพิ่มเวลาการเสนอละครให้มากขึ้น รวมทั้งได้เปิดโอกาสให้ผู้จัดละครรายอื่น ๆ เข้ามาแสดงฝีมือมากขึ้นอีก ซึ่งผู้จัดละครแต่ละท่านที่ก้าวเข้ามา ก็ได้ทำให้วงการละครโทรทัศน์เริ่มเป็นที่น่าสนใจของผู้ชมมากขึ้นเป็นลำดับอย่างต่อเนื่องและดำเนินการจัดตั้งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ ทั้งนี้ผลจากโอกาสที่เอื้ออำนวยในการสนองตอบความต้องการของผู้ชมละครโทรทัศน์ ทำให้การดำเนินการของผู้จัดละครขยายตัวและเข้าสู่รูปแบบเชิงธุรกิจมากขึ้นทุกที

อย่างไรก็ตามผู้จัดละครของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งต่างก็ดำเนินการผลิตรายการละครโทรทัศน์ในเชิงธุรกิจการค้า ยังมีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องต่อระบบการดำเนินงานซึ่งล้วนมีผลกระทบไม่โดยทางตรงก็โดยอ้อม ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านสังคม หรือสภาพการเมือง รวมไปถึงการให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์อันเป็นปัจจัยประการหนึ่งในการแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจ

เกรนแฮม (Garnham อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531:73)ได้กล่าวถึงสถาบันสื่อมวลชน ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจว่าการผลิตเนื้อหาสื่อมวลชนจะอยู่ภายใต้ความกดดันของความต้องการในการขยายตลาด และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ของเจ้าของ หรือผู้ประกอบการ ผลประโยชน์เหล่านี้ก็คือการแสวงหากำไรจากการดำเนินงาน

ด้วยเหตุนี้ ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของผู้ผลิตรายการและเจ้าของสถานีจึงมุ่งความสนใจที่การผลิตรายการที่ "ทำเงิน" และสามารถแสวงหากำไรโดยการรักษาระดับความนิยม (Rating) และการรักษาคุณภาพการผลิต ดังที่ เคอเรน และ ซีตัน (Curren และ Seaton 1985:219) กล่าวว่า สถานีโทรทัศน์ผลิตผู้ชมไม่ใช่ผลิตรายการ เวลาที่ผู้อุปถัมภ์รายการซื้อเพื่อรวมณาก็คือ การซื้อผู้ชม ราคาที่จ่ายให้สถานีก็กำหนดมาจากจำนวนผู้ชมที่คาดว่าจะได้ดูรวมณานั้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การชมละครโทรทัศน์หรือรายการใดก็ตามแตกต่างจากการซื้อหนังสือหรือซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ เพราะโทรทัศน์ดูฟรีไม่ต้องจ่ายเงินโดยตรงในการรับชมรายการ แต่ผู้ชมก็ยังได้ดูรายการ สถานีโทรทัศน์จึงเป็นผู้ผลิตผู้ชม และราคาที่ผู้อุปถัมภ์รายการต้องจ่ายก็ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ชมที่จะดูรวมณาของเขา ดังนั้นจึงเป็นความจำเป็นที่ว่า การผลิตรายการละครโทรทัศน์นั้นสถานีโทรทัศน์ทุกช่องต่างให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์คือ ความต้องการแสวงหากำไรจากการดำเนินงานโดยกำหนดเงื่อนไขจาก ความนิยมรายการละครโทรทัศน์เพิ่มขึ้น สถานีโทรทัศน์ก็จะได้ผลกำไรจากอัตราค่ารวมณาเพิ่มขึ้น

ผลงานละครโทรทัศน์จึงเปรียบเสมือนสินค้าที่ต้องสร้างความนิยมให้มากที่สุดในตลาดเช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป แม้ว่าการผลิตละครโทรทัศน์จะต้องอาศัยทุน และมาตราฐานการผลิตสูง แต่หากเป็นที่นิยมของตลาดโดยดัชนีบ่งชี้ความนิยม (Rating) ก็สามารถได้รับการสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์รายการ

ด้วยเหตุที่การดำเนินธุรกิจการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของผู้จัดละคร ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนี้ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา และการดำเนินงานผลิตรายการละครโทรทัศน์ดังกล่าวซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารมวลชนทั้งโดยผู้ส่งสาร ตัวเนื้อสารและยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับสารนั้น อาจกล่าวได้ว่าการดำเนินการผลิตรายการละครโทรทัศน์ในเชิงธุรกิจการค้าในปัจจุบัน มีความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารมวลชนในการกำหนดทิศทางหรือรูปแบบรายการละครโทรทัศน์ดังเช่นที่เป็นอยู่ ประกอบกับรายการละครโทรทัศน์ได้เข้ามาทำหน้าที่ให้ความบันเทิงต่อรูปแบบชีวิตประจำวัน และยังแทรกตัวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคนในสังคมมากขึ้นทุกที การศึกษาถึงระบบการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์จึงเป็นประเด็นที่ควรแก่การศึกษาวิเคราะห์เป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้จะทำการศึกษาการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพื่อให้ได้ภาพรวมของการผลิตผลงานละครโทรทัศน์ในเชิงธุรกิจต่อไป

ปัญหานำวิจัย

1. การดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในปัจจุบันเป็นเช่นใด

2. ผลสืบเนื่องจากการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ มีต่อการสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในปีพ.ศ.2535

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อระบบการดำเนินธุรกิจ การผลิตรายการละครโทรทัศน์

3. เพื่อทราบถึงผลสืบเนื่องของการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ที่มีต่อการสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของระบบการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์และลักษณะของละครโทรทัศน์ที่ทำการศึกษาดังนี้

1. เป็นการศึกษาถึง การดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในสภาพการณ์ปัจจุบัน คือ ปี พ.ศ.2535 โดยการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์ล

2. เป็นการศึกษาถึงผลงานละครโทรทัศน์ ที่เกิดขึ้นระบบการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ในลักษณะเรื่องยาวติดต่อกันหลายตอนจบ ออกอากาศหลังข่าวภาค 20.00 น.

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยใคร่ขออธิบายคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัยนี้ดังต่อไปนี้

ละครโทรทัศน์ หมายถึง ละครที่ออกอากาศเป็นละครเรื่องยาวหลายตอนจบ ซึ่งมีเรื่องราวดำเนินติดต่อกันไปโดยใช้ผู้แสดงชุดเดียวกันโดยตลอด ความยาวประมาณ 20 - 25 ตอนจบ ออกอากาศเป็นประจำ 2 -3 วันต่อสัปดาห์ หรือ 4 วันต่อสัปดาห์

ธุรกิจ หมายถึง ระบบทุนอย่างหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นได้จากการรวมตัวกันของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั้งหมด ตลอดจนองค์การและสาธารณชนทั้งหลาย (Organization and Institution) ซึ่งต่างก็มีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อบำบัดความต้องการของมนุษย์ (Human needs)

ธุรกิจละครโทรทัศน์ หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของสมาชิกในสังคม ให้ได้รับความบันเทิงและเพลิดเพลินจากการรับชมละครโทรทัศน์ โดยมุ่งหวังผลกำไรจากผู้อุปถัมภ์ทางการเงิน

ผู้ผลิตและสร้างสรรค์ผลงานละคร หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการคัดเลือกเรื่อง บทประพันธ์ ผู้แสดง และทีมงานผลิตตลอดรวมไปถึงควบคุมดูแลการผลิตละครโทรทัศน์

ผลงานละคร หมายถึง ละครที่นำมาเสนอออกอากาศปรากฏต่อสายตาผู้รับชมมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ เนื้อเรื่อง และตัวละคร ตลอดจนเครื่องแต่งกายและฉากที่บ่งชี้ถึงแนวเนื้อเรื่องนั้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อตกลงเบื้องต้น

การดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

1. การดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ เป็นผลทำให้การสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ

2. การดำเนินงานธุรกิจละครโทรทัศน์มีส่วนทำให้การสร้างสรรผลงานละครมีลักษณะเป็นผลงานที่สามารถสนองตอบความต้องการคนดูที่เป็นกลุ่มมวลชนได้มากที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจถึงบทบาทของการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ ที่มีต่อการสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์ไทย

2. ทำให้เข้าใจถึงการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

3. ทำให้เข้าใจถึงปัจจัย ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจการผลิตรายการละครโทรทัศน์

4. ทำให้ผู้ผลิตและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องการผลิตละครโทรทัศน์ไทย ได้ทราบถึงบทบาทในการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานละคร และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพละครโทรทัศน์ให้มีมาตรฐานดียิ่งขึ้น

5. เพื่อประโยชน์และใช้เป็นแนวทาง ในการศึกษาอ้างอิงเกี่ยวกับการวิจัยเรื่องละครโทรทัศน์ไทยต่อไป และยังเป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาตัวผู้ส่งสารตามกระบวนการสื่อสารมวลชนโดยตรง จึงเป็นแนวทางในการศึกษาอ้างอิงเกี่ยวกับผู้ส่งสารอีกแนวทางหนึ่ง