

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในสภาพปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลสูงมาก และคงเป็นสื่อที่มีแนวโน้มว่าจะทรงอิทธิพลอยู่ต่อไปตามสภาพของเศรษฐกิจและสังคมที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และเนื่องจากการสื่อสารมวลชนไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลใด ๆ โดยเฉพาะ แต่เป็นการสื่อสารที่จำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ขององค์ประกอบย่อยต่าง ๆ เพื่อก่อตั้งขึ้นเป็นระบบการสื่อสารมวลชนอีกทีหนึ่ง ซึ่งการสื่อสารมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์จะมียุทธศาสตร์ประกอบทางการสื่อสาร ดังนี้

ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งผ่านไปยังผู้รับสารอีกทอดหนึ่ง ซึ่งอาจมองผู้ผลิตอย่างองค์รวมในรูปขององค์กรการผลิต อันได้แก่ตัวสถานีโทรทัศน์เอง หรือบริษัทผู้รับจัดทำรายการ ซึ่งย่อมประกอบไปด้วยหน่วยย่อยของการผลิตอีกมากมาย เช่น ผู้กำกับ ผู้เขียนบท ช่างเทคนิค ผู้แสดง ฯลฯ และผู้ผลิตนี้ยังจะต้องมีบทบาทมีความเกี่ยวข้องกับนายทุน หรือผู้อุปถัมภ์รายการอีกทอดหนึ่ง

รายการโทรทัศน์ คือ เนื้อหาของสารที่ถูกผลิตขึ้นโดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งจะมีรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกันออกไปอย่างมากตามวัตถุประสงค์ของการผลิตที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์โดยตรง หรือการกำหนดโดยอ้อมจากความต้องการของผู้บริโภค

ผู้รับสาร ได้แก่ ผู้ชมรายการโทรทัศน์โดยทั่ว ๆ ไป ซึ่งจะมีลักษณะของการเป็นมวลชนที่มีความผันแปรในคุณลักษณะเฉพาะตัวที่ต่าง ๆ กันออกไป

ระบบการควบคุม ได้กำหนดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมองค์ประกอบที่กล่าวมานี้ในด้านของกฎหมาย โดยเป็นผู้กำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ ทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ นอกจากนี้ระบบเศรษฐกิจและสังคมก็จะเข้ามาเป็นตัวควบคุมสื่อมวลชนประเภทนี้ได้เช่นเดียวกัน

การศึกษาริวิจัยเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" จึงเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาไปยังผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์โดยตรง แต่ดังที่ได้กล่าวแล้วว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำต้องมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบรายอื่น ๆ ทางการสื่อสารมวลชน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี่จึงต้องพิจารณาบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ในแง่ภาพรวมของความสัมพันธ์ทั้งหมด

การดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์

ในปัจจุบันการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายการผลิตแบบอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูปของ "อุตสาหกรรมบันเทิง" (Entertainment Industry) ซึ่งมีเป้าประสงค์ในการผลิตเพื่อเป็นธุรกิจการค้า (commercial business) และธุรกิจบริการ (service business) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด ดังนั้นจึงก่อให้เกิดสภาพของการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง มีบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์เกิดขึ้นตลอดเวลา โดยอาศัยปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ทุน ทรัพยากรแรงงาน และผู้ประกอบการเป็นตัวช่วยเกื้อหนุนต่อการดำเนินงาน กอปรเข้ากับสภาพการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีการขยายตัวของธุรกิจโทรทัศน์เพิ่มขึ้นทั้งในแง่ของจำนวนสถานีโทรทัศน์ ซึ่งมี 5 สถานีหลัก หรือเวลาของการออกอากาศที่แต่ละสถานีได้รับอนุมัติให้ขยายเวลาในการออกอากาศเพิ่มขึ้นจากเดิม ทำให้เกิดแรงหนุนต่อการ "เปิดตัว" ของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์รายใหม่ ๆ ขึ้น การแข่งขันกันทางธุรกิจจึงทวีความเข้มข้นอยู่ตลอดเวลา บริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละแห่งจึงต้องพยายามพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อคงสภาพของสถานะความอยู่รอดในทางธุรกิจเอาไว้

การดำเนินงานธุรกิจโทรทัศน์ถือเป็นการผลิตสินค้า เพื่อนำสินค้านั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในรูปของผู้รับสารโดยตรง หรือเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ หรือแม้แต่สถานีผู้เป็นเจ้าของเวลา การผลิตสินค้าดังกล่าวนี้จะมีลักษณะพิเศษ คือเป็นการผลิตเพื่อมวลชน (Mass production) โดยผลิตออกมาในรูปของเนื้อหาสาร (Message) เพื่อส่งไปยังมวลชนเป้าหมาย โดยมีเป้าประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของมวลชนเหล่านั้น ในแง่ต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อสนองตอบความต้องการรู้ ความต้องการที่จะเข้าใจหรือสนองความบันเทิง ทั้งนี้สินค้าแต่ละตัวอาจถูกผลิตขึ้นเพื่อเป้าประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ หรือเพื่อเป้าประสงค์อย่างรวม ๆ กัน

ผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์

ไฮเบลล์ และอัลลอทท์¹ (Hybels & Ulloth) ได้กล่าวถึงผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตรายการโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกาไว้ว่าประกอบไปด้วย 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. ผู้ผลิตในระดับท้องถิ่น (Local Productions) ซึ่งได้แก่การผลิตรายการโดยทางสถานีโทรทัศน์ที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นนั่นเอง โดยจะมีการผลิตรายการข่าว หรือรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชุมชนนั้น ๆ และมักจะหลีกเลี่ยงการผลิตรายการที่อยู่ในลักษณะของรายการบันเทิงเต็มรูปแบบ โดยทางสถานีท้องถิ่นจะหันไปซื้อรายการประเภทบันเทิงจากบริษัทที่รับบริการทางด้านรายการโทรทัศน์ (Syndication Companies) และจากสถานีเครือข่าย (Network)

¹Hybels S. and Ulloth D., Broadcasting and Introduction to Radio and Television (New York : D Van Nostrand Company, 1978), pp. 143-145.

2. บริษัทผู้ผลิตรายการ

- บริษัทที่รับบริการทางด้านรายการโทรทัศน์ (Syndication Companies) จะทำหน้าที่ในการผลิตรายการ เพื่อขายให้แก่สถานีลูกข่ายอิสระที่ไม่ได้เป็นสถานีเครือข่ายย่อย โดยตรงหรืออาจทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการนำรายการที่ได้ออกอากาศทางสถานีเครือข่ายไปแล้วไปขายต่อให้สถานีลูกข่ายอิสระอีกทอดหนึ่ง

- บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ (Independent productions companies) อาจจะเป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะ หรือเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ในเครือของฮอลลีวูด รายการที่ผลิตจะถูกขายให้กับสถานีเครือข่ายใหญ่ (Network)

3. การผลิตรายการโดยสถานีเครือข่าย (Network Programming) ซึ่งได้แก่ เครือข่ายยักษ์ใหญ่ของวงการโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา เช่น CBS, NBC, ABC เป็นต้น สถานีเครือข่ายเหล่านี้จะผลิตรายการ เพื่อป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ในเครือ (Affiliate stations) โดยตรง

แนวคิดเรื่องระบบการสื่อสารมวลชน

ทฤษฎีสังคมมวลชน ทฤษฎีนี้จะมองระบบการสื่อสารมวลชนทั้งระบบในฐานะสถาบันหนึ่งในสังคมที่จะต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รัฐบาล วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ²

²กาญจนา แก้วเทพ, "แนวทางการศึกษาและทฤษฎีสื่อสารมวลชน," เอกสารประกอบคำบรรยาย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532, โรเนียว หน้า 8.

เมื่อระบบการสื่อสารมวลชนถูกพิจารณาว่าเป็นระบบย่อยที่อยู่ในระบบสังคมโดยรวม อีกทีหนึ่ง ดังนั้นระบบการสื่อสารมวลชนจึงไม่สามารถดำเนินงานไปได้โดยอิสระด้วยตัวของมันเอง แต่จะต้องถูกกำหนดทั้งทางด้านรูปแบบและเนื้อหาจากตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคม ไม่ว่าจะ เป็นด้านเศรษฐกิจจากผู้ที่เป็นเจ้าของเงินทุน เจ้าของกิจการ หรืออาจจะถูกควบคุมจากด้าน มิติทางการเมือง หรือแม้แต่การถูกควบคุมผ่านทางด้านวัฒนธรรมหรือค่านิยมต่าง ๆ

ภายใต้แนวคิดที่ว่า การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการทางสังคมนี้ จำเป็นจะต้องทำ การศึกษาสถาบันการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ความเป็นมาและมีเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มี อิทธิพลโยงใยระหว่างการสื่อสารมวลชนกับเงื่อนไขเหล่านั้นด้วย

ในการศึกษาเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" นี้ถือ ว่าบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ก็คือตัวผู้ส่งสารในแบบจำลองของกระบวนการ การสื่อสารนั่นเอง และตัวผู้ส่งสารนี้ไม่ได้มีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคล หากแต่มีลักษณะการ ดำเนินงาน เป็นแบบองค์กรที่ประกอบไปด้วยผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมากซึ่งถูกจัดแบ่งออกโดยระบบ การแบ่งงานกันทำ (division of labour) และถือว่าบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการ โทรทัศน์ก็คือองค์กรทางสังคมองค์กรหนึ่งที่จะต้อง เกี่ยวข้องกับมิติทาง เศรษฐกิจและมิติทางการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

แนวคิดเรื่ององค์กร

เนื่องจากบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะ เป็นองค์กรทาง เศรษฐกิจ ประเภทหนึ่งที่ถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อผลิตสินค้าสำหรับจ่ายแจกไปยังกลุ่มผู้บริโภค การศึกษาถึง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" จึงจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดในเรื่องของ องค์กรมาประกอบในการพิจารณา

เลวิต และ ฮาร์โรวด์ (Leavitt and Harold)³ กล่าวว่าองค์กรต่าง ๆ จะต้องประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการ คือ

1. หน้าที่และเป้าหมายขององค์กร ว่าองค์กรมีเป้าหมายอย่างไรและบรรลุเป้าหมายนั้นได้อย่างไร
2. โครงสร้างภายในองค์กรว่าลักษณะภายในองค์กรแบ่งออกเป็นอย่างไร
3. เครื่องมือในการบริหารองค์กรว่าจะมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อความคุ้มครองปฏิบัติงานขององค์กรให้เกิดความมั่นคงได้อย่างไร
4. คนในองค์กรจะมีลักษณะแนวความคิดเป็นอย่างไร มีวิธีใดที่จะสร้างความพร้อมให้เกิดขึ้น

ดังนั้น องค์กรใหญ่ ๆ จึงต้องมีลักษณะสำคัญใน 4 ประการ คือ

1. งาน (Tasks) องค์กรจะออกแบบ หรือสร้างสิ่งหนึ่งขึ้นเพื่อบริการ ซึ่งมีเป้าหมายที่แน่นอน
2. โครงสร้าง (Structure) องค์กรจะต้องมีโครงสร้างของการปฏิบัติงานของคนในองค์กรซึ่งมีลักษณะแบ่งตามสายงาน
3. องค์กรต้องมีเครื่องมือ (Tools) ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเป็นอุปกรณ์ในการปฏิบัติการ และช่วยเหลือการบริหารให้มีประสิทธิภาพ
4. คนในองค์กร (People) ซึ่งมีลักษณะของพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

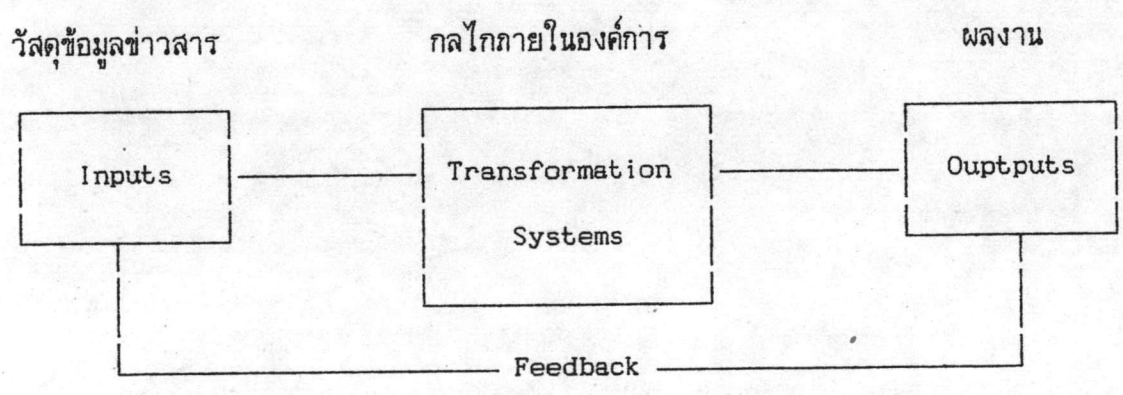
³Leavitt J. Harold, et al., The Organizational World (New York: Harcourt Brace, 1973), p. 4.

การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบ

การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบอาจแยกพิจารณาศึกษาได้เป็น 2 แนวทาง คือ

- (1) การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบเปิด (Open Systems Strategy)
- (2) การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบปิด (Closed Systems Strategy)

พงศ์สิทธิ์ และ ชลิตา⁴ เสนอว่า การมององค์กรในลักษณะของระบบเปิด ทำให้เรามองสังคมเป็นระบบที่เคลื่อนไหวมีความสัมพันธ์กับภาวะแวดล้อม เช่น มีการรับสิ่งต่าง ๆ จากสภาวะแวดล้อมในรูปของวัตถุ พลังงาน ข่าวสาร มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปของผลผลิตขององค์กร โดยระบบเปิดมิได้คำนึงแต่ด้านความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม แต่ระบบเปิดยังคำนึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่ในองค์กรเอง ระบบเปิดปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมตลอดเวลาโดยการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและขบวนการของปัจจัยต่าง ๆ ภายใน



⁴พงศ์สิทธิ์ ศรีสมทรัพย์ และ ชลิตา ศรีมณี, หลักการจัดการองค์การและการจัดการ (กรุงเทพมหานคร : คูณพิมพ์อักษรกิจ, 2528), หน้า 112-114.

เมื่อเราพิจารณาองค์กรในลักษณะของระบบเปิด องค์กรจะถือเป็นระบบ ๑ หนึ่ง จะประกอบไปด้วยระบบย่อย ๑ ที่ต่าง ๑ กัน องค์กรได้รับทรัพยากรในรูปของพลังงานข่าวสาร และวัตถุ จากสภาพแวดล้อมและมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรดังกล่าวนี้ (Transformation Systems) เพื่อให้ได้ผลผลิตกลับไปสู่สภาพแวดล้อม ในทัศนะนี้้องค์กร มิได้เป็นระบบทางเทคนิค หรือระบบธรรมดา ๑ ในสังคม (ทางกายภาพ, ทางชีวภาพ) หากแต่ว่าองค์กรเป็นระบบที่มีโครงสร้าง มีการรวบรวมการทำงานของมนุษย์ โดยอาศัยเทคโนโลยี ที่แตกต่างกัน เทคโนโลยีดังกล่าวมีอิทธิพลต่อรูปแบบของการทำงานรวมถึงผลงานของระบบ อย่างไรก็ตามระบบทางสังคมจะเป็นผู้กำหนดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในอันที่จะใช้เทคโนโลยี นั้น ๑

ลักษณะขององค์กรเปิดจะมีลักษณะดังนี้

1. มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา
2. ได้รับ input หลายด้าน
3. ผลิต output ไปสู่สิ่งแวดล้อม
4. ส่วนต่าง ๑ มีความสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา
5. มีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม
6. มีการรักษาคุณภาพขององค์กรกับสิ่งแวดล้อม
7. มีลักษณะต่อเนื่องกันอยู่ตลอดเวลาและไปในทางของการพัฒนา
8. มีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอ
9. มีสภาพไม่แน่นอนสูง ในองค์กรทางธุรกิจจะเห็นได้ชัดมาก เช่นระบบการผลิต

จะเปลี่ยนแปลงตามอิทธิพลของแฟชั่น อิทธิพลทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ จะมีลักษณะของการเป็นองค์กรในลักษณะขององค์กรเปิดที่จะต้องมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในตัวขององค์กรเอง และจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อรักษาคุณภาพในอันที่จะคงสถานะของตัวเององค์กรเองไว้ และพร้อมที่จะพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลาถ้ามีความพร้อมในปัจจัยด้านต่าง ๑ อย่างเพียงพอ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ "บริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" โดยตรงนั้น อาจกล่าวได้ว่าแทบไม่มีผู้ใดเคยทำวิจัยเอาไว้เลย ทั้งนี้เนื่องมาจากการศึกษาในประเด็นนี้ค่อนข้างจะมีข้อจำกัดในหลายประการ เช่น เป็นการศึกษาที่มุ่งไปที่ตัวของผู้ส่งสารโดยตรงซึ่งค่อนข้างจะลำบากในการเก็บข้อมูล และยังเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบการดำเนินธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขันกันอยู่ในที่ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ประยุกต์งานวิจัยทางการสื่อสารมวลชนที่มีส่วนสัมพันธ์กับการศึกษาในเรื่องของผู้ส่งสารมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ เช่น

เพาวิภา ภมรสกิตย์^๕ ได้ศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับสังคมไทย" เพื่อศึกษาว่าละครโทรทัศน์กับสังคมไทยมีความสัมพันธ์กันหรือมีบทบาทต่อกันอย่างไร โดยอาศัยแนวคิดที่ว่ามนุษย์กับสังคมมีความสัมพันธ์ต่อกัน เมื่อละครโทรทัศน์เป็นกิจกรรมทางสังคมอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นจากมนุษย์ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม ละครโทรทัศน์จึงถือได้ว่าเป็นเรื่องทางสังคมที่มีผลกระทบและได้รับผลกระทบจากสังคมทั้งสิ้น ละครโทรทัศน์และกลุ่มบุคคลที่สร้างสรรค์งานจึงต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสังคมหรือองค์กรต่าง ๆ ไปตามบริบทของสังคมและยุคสมัย งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการศึกษาในระหว่างปีพ.ศ. 2498 ซึ่งเป็นปีที่มีละครโทรทัศน์เป็นครั้งแรก จนถึงปี พ.ศ. 2516

ผลการศึกษานพบว่าตลอดช่วงเวลา 19 ปีที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์และมีบทบาทกับสังคมไทยทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ในด้านการเมือง

^๕ เพาวิภา ภมรสกิตย์, "ความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับสังคมไทย," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528).

ละครโทรทัศน์เป็นเครื่องมือของผู้ปกครองในการสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ให้ประชาชนรับรู้ได้ โดยที่ประชาชนไม่รู้ตัวโดยผ่านทางละครการ์ตูน ละครพิเศษต่าง ๆ และผ่านทางคณะผู้จัดทำละคร สำหรับละครโทรทัศน์ที่จัดเสนอโดยคณะละครนั้นรัฐบาลจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวในด้านเนื้อเรื่องหลักเกณฑ์ และข้อบังคับในการพิจารณาบทละครออกอากาศให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลแต่ละสมัยโดยผ่านทางสถานี ในด้านเศรษฐกิจและสังคมผู้อุปถัมภ์รายการ และผู้ชมมีส่วนกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของละครโทรทัศน์ ภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมมีส่วนกำหนดทิศทางในการจัดทำละครของคณะละครและรสนิยมของคนดู

งานวิจัยชิ้นนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" ในแง่ที่ช่วยให้ผู้วิจัยทราบว่าได้มีการจัดทำละครโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทหนึ่งมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกของการเปิดสถานีโทรทัศน์ โดยการจัดทำของทางสถานีเอง หรือเจ้าหน้าที่ของทางสถานีรวมกลุ่มกันตั้งเป็นคณะละครขึ้น และยังมีกลุ่มผู้จัดทำละครจากภายนอกสถานีเข้ามาบริหารจัดการให้ทางสถานี แต่ก็ยังเป็นไปในลักษณะของการเข้ามาใช้อุปกรณ์หรือบุคลากรทางเทคนิคในการทำรายการจากทางสถานีโดยตรง โดยไม่ได้อยู่ในรูปของบริษัทที่รับดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์อย่างในปัจจุบัน แต่อย่างใด

คมกมล ลิ้มปิชัย^๕ ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทของระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง" โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงประวัติความเป็นมา วิวัฒนาการ และสภาพการดำเนินธุรกิจเทปเพลงไทยสากลจวบจนปัจจุบัน ตลอดจนลักษณะการสร้างสรรค์ผลงานเพลงของศิลปินผลการวิจัยพบว่า "การสร้างสรรค์ผลงานเพลงของศิลปินนั้น ต้องเป็นไป

^๕คมกมล ลิ้มปิชัย, "บทบาทของระบบธุรกิจเทปเพลงไทยต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532)

ตามแนวทางที่ผู้ผลิตวางไว้และตามทิศทางของตลาด ทั้งนี้เพราะธุรกิจเทปเพลงไทยสากลได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนศิลปินให้มีความพร้อมในการสร้างสรรค์งานมากขึ้น แต่ทว่าขณะเดียวกันก็เป็นการบั่นทอนจินตนาการของศิลปินที่ไม่อาจสร้างสรรค์งานตามความต้องการของตนได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าศิลปินมุ่งสร้างงานออกมามาก เพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าการสร้างงานตามครรลองแห่งศิลปะ"

ในส่วนที่เกี่ยวกับระบบการผลิตโดยตรงนั้น ผู้วิจัยพบว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเทปเพลงไทยสากลในปัจจุบันมีจำนวนประมาณ 30 บริษัทด้วยกัน และบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วจะประกอบกิจการทั้งในด้านการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลงและการทำโปรโมชั่นควบคู่กัน และพบว่าในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2522-2532) วงการเทปเพลงไทยสากลได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย ทั้งในส่วนของพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของเพลง การเพิ่มปริมาณของบริษัทเทปเพลงไทยสากล การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันบริษัทเทปเพลงรายใหญ่กำลังแผ่อำนาจเพื่อหวังครอบครองตลาดด้วยการดำเนินธุรกิจในลักษณะครบวงจร โดยอาศัยกำลังทางทุนทรัพย์เป็นเครื่องมือ ซึ่งได้ส่งผลให้บริษัทเทปเพลงรายเล็กไม่สามารถดำรงอยู่ได้ เนื่องจากไม่สามารถทุ่มงบประมาณให้กับการทำโปรโมชั่นเพื่อแข่งขันกับบริษัทเทปเพลงรายใหญ่ได้

งานวิจัยดังกล่าวนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ "ระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากล" ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" โดยการมองจากส่วนของบริษัทผู้ผลิตและสร้างสรรค์ผลงานเพลงซึ่งมีลักษณะของการเป็น "ผู้ส่งสาร" เช่นเดียวกับบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยทราบว่า มีปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามาเป็นตัวกำหนดในกระบวนการของการผลิตงานเพื่อการสื่อสารมวลชนในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไปตามสภาพของสังคมในขณะใดขณะหนึ่งอยู่ตลอดเวลา