

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว

จากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกในกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว ที่มีผลงานออกอากาศในช่วงเวลาหลังข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 และในช่วงเวลาก่อนข่าว และหลังข่าวทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในปีพ.ศ. 2539 จำนวนทั้งสิ้น 12 ท่าน ผู้วิจัยได้พบว่า ผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละราย ต่างมีตราสินค้าเป็นของตนเอง และใช้ตราสินค้านั้นเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ทำให้เกิดความแตกต่างจากตราสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น ๆ และส่งผลให้ความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละรายเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม เอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละรายนั้น ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์แยกกันอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกวิเคราะห์องค์ประกอบของเอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวออกมาในแต่ละองค์ประกอบ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) สภาพแวดล้อม (Environment) การสื่อสาร (Communication) และพฤติกรรม (Behavior) และได้สังเคราะห์ให้เห็นเป็นแนวความคิดหลัก (Central Idea) ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว รวมไปถึงการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว และแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของเอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวอีกด้วย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ละครบรรดคาซท์

"บรรดคาซท์" เป็นคำเรียกสั้น ๆ ของบริษัทบรรดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด บริหารงานโดยคุณอรุณชา ภาณุพันธุ์ อดีตผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ภายหลัง ได้จัดตั้งบริษัทบรรดคาซท์ฯ ขึ้นเพื่อผลิตรายการให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยเริ่มจากรายการสารคดี จนมาถึงรายการละครโทรทัศน์เมื่อประมาณปลายปีพ.ศ. 2535

ละครบรอดคาซท์ เป็นตราสินค้าที่นำเสนอออกมาสู่สาธารณชนในนามของบริษัทผู้ผลิต ซึ่งมีความแตกต่างจากตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่ของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งมักจะเป็นที่รู้จักกันในนามของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย สาเหตุของความต่างกันในเรื่องนี้นั้น คุณอรุ โธชา ภาณุพันธุ์ ผู้บริหารบริษัทบรอดคาซท์ฯ ได้ให้ความเห็นว่า เกิดขึ้นเนื่องจากสถานภาพ และนโยบายของบริษัทที่มีความแตกต่างกัน ละครบรอดคาซท์จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทผู้ผลิต แต่ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นั้น มักจะเป็นดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีอยู่แล้วของผู้ชมละครโทรทัศน์ การสร้างตราสินค้าในนามบริษัทผู้ผลิตของดารานักแสดงเหล่านี้ จึงเป็นไปได้ค่อนข้างยาก

... ก็เพราะดิฉันไม่ใช่ดารา ดิฉันไม่ต้องการเอาตัวเองเข้าไปผูก ดิฉันต้องการให้คนจำชื่อบริษัท นโยบายมันแตกต่างกัน เพราะถ้าถามว่า คนที่ทำเป็นดาราย่อมเลี้ยงได้ยากว่า เขาอยากนำเสนอชื่อบริษัท แต่มันเลี้ยงไม่ได้ที่คนจะติดกับตัวดารามากกว่า เช่น เขาคนธรรมดาไปออกหนังสือพิมพ์ 10 ครั้ง ก็ไม่มีใครจำได้ ถึงแม้ตัวดิฉันเอง ก็มีเพียงแต่คนวงในเท่านั้นที่จะรู้จัก ลงในหนังสือพิมพ์ไป 10 ครั้ง ก็ไม่มีใครจำคุณอรุ โธชาได้ แต่ถ้าถามว่าเห็นดาราแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องพูดอะไรอีกแล้ว หน้าเป็นโลโก้ มันเป็นไปโดยทันที อย่างไม่รู้ก็ดี ดิฉันไม่ต้องการที่จะนำเสนอว่าเป็นละครของคุณอรุ โธชา ดิฉันไม่ได้ต้องการตัวนั้น ควรเป็นตราของบริษัทมากกว่า ถ้าเป็นตราของบริษัทนี้ เราดูแลให้งานมันมีคุณภาพ... (อรุ โธชา ภาณุพันธุ์, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2540)

1.1 ผลลัพธ์

ละครบรอดคาซท์ มักจะผลิตออกมาเป็นละครแนววัยรุ่น สลับกับละครแนวชีวิต หรือละครที่ไม่ใช่แนววัยรุ่นบ้างในแต่ละปี เช่น "เงาราหู" ละครแนวจิตวิทยา "ดวงยิว" ละครสร้างสรรค์ สังคม อย่างไรก็ตาม ละครบรอดคาซท์จะเน้นหนักไปที่ละครแนววัยรุ่น เพราะมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คือ กลุ่มวัยรุ่น และเป็นแนวละครที่ยังไม่มีผู้ผลิตละครโทรทัศน์รายใดทำกันอย่างจริงจัง

... เพราะในความเป็นจริงแล้ว เราดูที่ตลาดว่า ตั้งแต่ตอนนั้นถึงตอนนี้ยังไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง ผู้จัดที่มีอยู่ก็ทำกันมาตลอด เช่น คุณจิม มยุรฉัตร ก็จะเป็นละครแนวชีวิต คุณไก่อีกจะถนัดเป็นแนวพีเรียด เรื่องของสวย ๆ งาม ๆ เรื่องของเสื้อผ้าฮอลลีวูด ทุกคนจะมีแนวถนัดของตัวเองอยู่แล้ว แต่แนวที่คนยังไม่ได้จับคือ แนววัยรุ่น ถ้าถามว่าทำไมถึงมองแนววัยรุ่น ทีมงานของดิฉันก็ยังคงเด็ก ๆ กันทั้งนั้น ยังเป็นวัยรุ่นกันอยู่ และถ้าถามว่าเราจะไปเทียบกับรุ่นใหญ่ เราจะทำได้หรือไม่ในสิ่งที่เขาทำกันไปแล้ว เราก็ไม่อยากจะซ้ำ คนที่ทำมาแล้วก็จะมีคามชำนาญ รู้ระบบทุกอย่างเป็นอย่างดี เพราะฉะนั้น เรามาทำอะไรใหม่ ๆ แล้วก็หากลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ ๆ ดีกว่า ก็คือกลุ่มของละครวัยรุ่น เพราะจนถึงตอนนี้ ถ้าถามว่า กลุ่มผู้ผลิตละครที่ทำละครแนววัยรุ่นให้วัยรุ่นดูจริง ๆ นั้น มีน้อยมาก แต่จะมีละครที่ทำละครแล้วเอาวัยรุ่นมาเล่น แต่เนื้อเรื่องเป็นของผู้ใหญ่ อย่างไรก็ตาม เราจะแยกประเภทของละครก็คือว่า เนื้อเรื่องกับตัวแสดงก็ต้องไปด้วยกัน เนื้อเรื่องก็ต้องสนุกसान ออกเป็นแนววัยรุ่นชอบ และอยากที่จะดู อย่างที่บอกไปเมื่อสักครู่นี้ การที่บางที ตัวแสดงเด็กแล้วไปใส่บทผู้ใหญ่ ไม่ได้เป็นละครวัยรุ่น เพราะฉะนั้นบรรดาคาซท์จึงจัดแนวอันนี้ขึ้นมา... (อรุโณชา ภาณุพันธุ์, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2540)

ละครบรรดาคาซท์ ส่วนใหญ่มักจะนำเอาลิขสิทธิ์ของบทภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จ มาดัดแปลงเป็นบทละครโทรทัศน์ เช่น "หวานมันส์ฉันคือเธอ" "พริกขี้หนูกับหมูแฮม" และในอนาคตอันใกล้นี้ จะได้พบกับ "ชิมน้อยหน่อ กะล่อนมากหน่อ" "ปลื้ม" "ฉลุย" สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากความที่เป็นผู้ผลิตละครโทรทัศน์รายใหม่ ทำให้ประสบปัญหาในเรื่องของการขาดแคลนบทประพันธ์ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับการซื้อไปแล้วจากทางสถานี หรือจากทางผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่อยู่มานาน

... เรื่องแรกคือเรื่อง "หวานมันส์ฉันคือเธอ" เราเป็นผู้จัดใหม่ ปัญหาที่เราประสบก็คือ เรื่องบทประพันธ์ในท้องตลาด ซึ่งถูกกว้านซื้อไปเก็บไว้จากบรรดาช่อง 3 และช่อง 7 และจากบรรดาผู้จัดที่ทำละครมาเป็นระยะเวลาประมาณ 20 ปีขึ้นไป ปัญหาของเราก็คือ เราไม่มีบทประพันธ์ เรื่องที่เราชอบก็ถูกซื้อไปเก็บไว้ ทำหรือไม่ทำเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ... พอคิดว่า แนวที่เราตั้งเอาไว้เป็นแนววัยรุ่น แต่บทประพันธ์ที่เขียนขึ้นมักจะเขียนโดยนักเขียนรุ่นเก่า คนรุ่นใหม่ยังไม่เขียนเรื่องเป็นนิยาย คนรุ่นใหม่ที่จะเขียนก็จะมีกึ่งฉัตรเพียงคนเดียว ซึ่งไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด และดิฉันก็ไม่สามารถที่จะนำเรื่องสั้นมาทำเป็นละครได้ เพราะมันสั้นไป เพราะฉะนั้น ภาพยนตร์จะเป็นทางออกที่เหมาะสม... (อรุโณชา ภาณุพันธุ์, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2540)

1.2 สภาวะแวดล้อม

ละครบรอดคาซท์ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ซึ่งทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะอยู่ในฐานะเจ้าของงาน ซึ่งจะมีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย และมอบหมายงานให้กับทางบริษัทบรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อย่างไม่รู้ดี ในการมอบหมายงานให้กับทางบริษัทผู้ผลิตนั้น ทางสถานีโทรทัศน์จะได้พิจารณาถึงแนวละครที่ผู้ผลิตถนัดเป็นสำคัญ

... เขาเป็นเจ้าของงาน เขาจะดูแล้ว สมมติว่าเขามี 10 ผู้จัด ละครที่แนวที่เขาต้องการ บรอดคาซท์ผลิตละครวัยรุ่น คุณมยุรฉัตร แนวชีวิต คุณพิศาล แนวชาดิสม์ เขาจะมอบให้ทุกคนไปทำงานในแนวของตัวเอง ... สถานีจะรู้ดีที่สุดว่าใครทำอะไร ถ้าดิฉันไม่ถนัดเรื่องผี จะมาบอกหรือบังคับให้ทำเรื่องผี อาจทำได้ไม่ดี จริง ๆ แล้ว ทางช่อง 3 ดีมาก คุณคิดว่าทำแล้วดี อยากทำอะไรก็ทำ ช่องจะให้เกียรติ เมื่อช่อง 3 ชื่นชอบประพันธ์มา เขาก็จะให้ดู แล้วถามว่าจะทำหรือไม่ เราดูแล้ว ถ้าดี ก็ขอทำ ถ้าได้ ก็ทำ แต่ถ้าอ่านแล้วไม่ถนัด สมมติว่ามันเป็นแนวพีเรียด เราไม่เคยทำ ไม่ถนัด ไม่แน่ใจว่าจะทำได้ดีหรือไม่ ก็บอกเขาไป ตรงนี้ไม่มีปัญหา... (อรุโณชา ภาณุพันธุ์, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2540)

1.3 การสื่อสาร

ละครบรอดคาซท์มักจะเป็นละครแนววัยรุ่น ที่ต้องการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ได้รับความสนุกสนานจากดารานักแสดงวัยรุ่น และเนื้อเรื่องที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวัยรุ่น และเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับกลุ่มวัยรุ่นอย่างแท้จริง

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครบรอดคาซท์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมนั้น นอกจากจะได้รับความช่วยเหลือจากทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในการลงโฆษณาละครบรอดคาซท์ผ่านทางสถานี และในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ละครบรอดคาซท์ผ่านทางรายการบันเทิงของสถานี ไม่ว่าจะเป็นรายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สีสันบันเทิง" แล้ว ทางบรอดคาซท์เอง ยังได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ละครของตนในนามของบริษัทผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์อีกด้วย

... ถ้าเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ เราต้องแข็งแกร่งอ่อนว่า บรรดาคาซท์เป็นผู้ผลิต เพราะโดยปกติ มันจะควบคู่กันไประหว่างชื่อละครกับผู้ผลิต เช่นละครเรื่องนี้ บรรดาคาซท์เป็นผู้ผลิต ... เพราะเราต้องบอกว่า ผลงานของเราเป็นอย่างไร เป็นหลักธรรมดาของการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้คนทราบถึงผลงานของเรา... (อรุ โณชา ภาณุพันธุ์, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2540)

1.4 พฤติกรรม

จากการที่ละครบรรดาคาซท์เน้นหนักไปที่การผลิตละครในแนววัยรุ่น นโยบายสำคัญของบริษัทนโยบายหนึ่ง ก็คือ พยายามที่จะให้โอกาส และสร้างดารานักแสดงคนใหม่ ๆ ขึ้นมาประดับวงการ ทดแทนดารานักแสดงเก่า ๆ ซึ่งปัจจุบันมีวงจรชีวิตสั้นลง เพื่อรองรับกับการผลิตละครในแนวที่บริษัทนัด "... นโยบายอีกอันหนึ่งคือ ดิฉันต้องการสร้างคนใหม่ ๆ เพราะคนเก่า ๆ นั้นมีมากอยู่แล้ว และปัจจุบันนี้ วงจรชีวิตของดาราที่สั้นลง เพราะฉะนั้น เราก็พยายามมองในสิ่งใหม่ ๆ พยายามให้โอกาสคนใหม่ ๆ ..." (อรุ โณชา ภาณุพันธุ์, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

จะเห็นได้ว่า ละครบรรดาคาซท์จะเป็นละครแนววัยรุ่นเพื่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นอย่างแท้จริง ถึงแม้ว่า ในแต่ละปี บรรดาคาซท์จะมีการผลิตละครแนวชีวิต หรือละครที่ไม่ใช่แนววัยรุ่นออกมาบ้างก็ตาม แต่โดยหลัก ๆ แล้ว ละครบรรดาคาซท์จะเน้นหนักในการผลิตละครแนววัยรุ่น ซึ่งจะเป็นเรื่องราวที่สนุกสนาน เหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของละครบรรดาคาซท์ และการคัดเลือกนักแสดงในละครบรรดาคาซท์ ยังเหมาะสมกับบุคลิกของนักแสดงวัยรุ่นที่ได้รับบทบาทเป็นไปตามวัย ทำให้ผู้ชมกลุ่มวัยรุ่นได้รับอรรถรสจากละครแนวที่เหมาะสมสำหรับตนเองอย่างเต็มที่

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุดเพียงอย่างเดียวของละครบรอดคาสท์ก็คือ โลโก้ของละครบรอดคาสท์ ซึ่งจะมีลักษณะเป็นตัวอักษรย่อขนาดใหญ่ "บี" ในภาษาอังกฤษสีแดง และด้านล่างของตัวอักษรย่อ จะประกอบไปด้วยชื่อของบริษัทบรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ทั้งที่เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาไทย ตัวอักษรสีดำ ซึ่งโลโก้ดังกล่าวจะได้รับการนำเสนอในช่วงของไตเติลเปิดและปิดของละครบรอดคาสท์ทุกครั้ง ดังภาพที่ 1 อย่างไรก็ตาม ในเรื่องของสีของโลโก้ นั้น จะไม่มีความแน่นอนตายตัว บางครั้งตัวอักษรย่อ "บี" อาจจะกลายเป็นสีทอง ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และสีพื้นของตำแหน่งที่ใช้ในการนำเสนอ โลโก้ในแต่ละครั้ง

ภาพที่ 1 ภาพแสดง โลโก้ของละครบรอดคาสท์



ที่มา : บริษัทบรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครบรอดคาสท์ จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) เนื่องจากไม่ว่าละครบรอดคาสท์จะผลิตออกมาในแนวละครวัยรุ่น แนวละครชีวิต หรือแนวละครรูปแบบใดก็ตาม ละครบรอดคาสท์ก็จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทบรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด เพียงอย่างเดียวทุกครั้งไป

2. ละครพิศาล

ชื่อของคุณพิศาล อัครเศรณี เริ่มมีชื่อเสียงในวงการบันเทิงจากการเป็นนักแสดงอาชีพ ต่อจากนั้นได้ผันตัวเองมาเป็นผู้กำกับการแสดง กำกับภาพยนตร์ และกำกับละครโทรทัศน์ในนามบริษัทอัครเศรณี โปรดักชั่น จำกัด ภายหลังจากได้แยกตัวเองออกจากบริษัทอัครเศรณีฯ และรับผลิตละครโทรทัศน์ลงข่าวให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในนามบริษัทอัครพล โปรดักชั่น จำกัด เมื่อประมาณกว่า 5 ปีที่ผ่านมา

ละครพิศาล เป็นที่รู้จัก และจดจำได้ของผู้ชมละครโทรทัศน์ในนามของผู้ผลิต มากกว่า ละครในนามของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นบริษัทอัครเศรณีฯ หรือบริษัทอัครพลฯ ก็ตาม "... ถึงแม้จะเป็นอัครเศรณี หรืออัครพล แต่ถ้าเป็นตัวพิศาล ละครก็จะเป็นรูปแบบของผม ... ของผมมันควบคู่กันไป อยู่ที่ว่าผมจะไปปะกับอะไร..." (พิศาล อัครเศรณี, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2540)

2.1 ผลผลิตภัณฑ์

ละครพิศาล จะมีแนวละครที่ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความต้องการในขณะนั้นของผู้ผลิต ซึ่งพยายามผลิตละครในแนวที่ไม่ซ้ำซากจำเจจนเกินไป อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าพอใจที่สุดสำหรับละครพิศาลก็คือ ความจริงจังที่ปรากฏขึ้นในละครแต่ละเรื่อง จนทำให้ผู้ชมละครสามารถรับรู้ได้

... ผมจะผลิตละครไม่ค่อยซ้ำกัน ผมจะหนีตลอด อย่างเรื่องนี้จะทำลักษณะนี้ อีกเรื่องเป็น อย่างนี้ ผมจะโยน ไปตลอด ถ้ามันซ้ำ จำเจเกินไป ไม่ใช่คนดูจะเบื่อ ตัวเราเองก็เบื่อด้วย ผมชอบทำอะไรที่มันไม่ซ้ำกับความรู้สึกของเรา ... ในเรื่อง ก็จะมีบางอย่างที่จะบ่งบอกให้ เขาเห็นเหมือนกันว่า ละครเรื่องนี้คงเป็นละครของพิศาล เพราะมันก็มีอะไรที่ทำให้ เขาเห็นถึงความจริงจัง ... คือ ถ้าหากจะเป็นละครของผมแท้ ๆ ก็คงจะรู้ว่า เป็นรูปแบบที่ รุนแรง จริงจัง บางทีผมก็จะหลอกเขาก่อน แล้วถึงจะค่อย ๆ รู้... (พิศาล อัครเศรณี, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2540)

2.2 สภาวะแวดล้อม

ละครพิศาล ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ โดยทางผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะของผู้รับจ้างผลิตละครให้กับทางสถานี อย่างไรก็ตาม ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ค่อนข้างที่จะให้อิสระแก่ผู้ผลิตในการปฏิบัติงานภายหลังจากที่ผู้ผลิตได้มีการนำเสนอแผนงาน และเจรจาตกลงกับทางสถานีจนกระทั่งเป็นที่เข้าใจในงานละครดังกล่าวตรงกัน และถึงแม้ว่าในการทำงานบางครั้ง ความคิดเห็นระหว่างสถานี และผู้ผลิตจะไม่ตรงกัน แต่ก็จะมีการประนีประนอมตกลงกันได้ในที่สุด

... อย่างผมทำงาน เขาก็ไม่เคยมาคุมเลย จะมีการตกลงกันก่อนว่า ทำเรื่องนี้ เอาดาราคณะนี้ งบเท่านี้ เขาก็จะปล่อยเลย เขาไม่มาสนใจคุณเลย ... จะพูดจากตกลงกันก่อนจนกระทั่งเข้าใจกันแล้ว ถึงจะสร้างเรื่องนั้นขึ้นมา ซึ่งบางทีเขาอาจจะรวบรัดให้ผมรีบสร้าง ผมก็ไม่เอามันต้องแจ่มชัดทั้งเขาและเรา ถึงจะตกลงกัน เหมือนอย่างครั้งหนึ่ง ผมเคยทำเรื่อง "ไฟรักอสูร" และผมเอานาถยา แดงบุหงา มาแสดง เขาก็บอกว่า ไม่ควรจะเอามาแล้ว คงขายไม่ได้แล้ว นี่ก็จุดที่แตกต่างกัน บางทีเขายังมีความต้องการถึงการขาย แต่อย่างผม จะมีความต้องการถึงความเหมาะสม ความจริงจิงของเรื่อง เมื่อออกมาแล้ว ทุกอย่างมันจะไปได้สวย แล้วตอนหลัง ผมก็เลยขอเขา เขาก็ให้ แล้วก็ปรากฏว่า มันได้ตามที่เราต้องการ ทุกอย่าง... (พิศาล อัครเศรณี, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2540)

2.3 การสื่อสาร

ละครพิศาล มักจะสื่อสารให้กลุ่มผู้รับชมละครโทรทัศน์ได้รับทราบถึงความจริงจัง และความรุนแรงจากการแสดง และการดำเนินเรื่อง ไม่ว่าจะละครพิศาลจะผลิตออกมาในแนวละครรูปแบบใดก็ตาม

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครพิศาล ส่วนใหญ่จะได้รับความช่วยเหลือจากทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยการลงโฆษณาละครพิศาลผ่านทางสถานี และโดยการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ละครพิศาล ผ่านทางรายการบันเทิงต่าง ๆ ของทางสถานี อันได้แก่ รายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สี่สันทันบันเทิง" ทางด้านผู้ผลิตเองจะไม่ได้เน้นหนักในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ด้วยตัวเอง "... ส่วนมากจะเป็นช่อง 3 เขาทำให้ แต่เขาอาจจะมาขอแนวความคิดจากเราว่า ควรจะหันเหไปในทิศทางใด... " (พิศาล อัครเศรณี, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2540)

2.4 พฤติกรรม

เป็นที่สังเกตได้ชัดว่า ละครพิศาลจะออกมาในลักษณะที่จริงจัง สาเหตุหนึ่งเกิดขึ้นเนื่องมาจากความชอบโดยส่วนตัวของผู้ผลิต ผู้ผลิตจึงให้ความสำคัญ และให้ความพิถีพิถันกับการทำงานตรงจุดนี้มาก

... มีอันเดียวที่มั่นใจ คือ เราทำงานจริงจังเท่านั้นเอง ... ผมชอบอะไรที่มันเป็นสาระ เนื้อหา และเป็นความจริงจัง ... เราควรจะทำอะไรที่ใกล้ตัวเราที่สุด แล้วเราจะรู้สึก ว่า ทำให้คนดูไม่ค่อยผิดหวัง ทำให้คนดูเขาได้ บางทีเขาอาจจะไม่ได้ แต่ในความรู้สึกของเรา เราทำในสิ่งที่ใกล้ตัวเรา เราทำได้เต็มที่ เรามีความรู้สึกว่า เราให้เขาได้มากกว่า ... เหมือนอย่างตัวโฉม ซึ่งเล่นเป็นลูกสะใภ้ วันนี้ถ่ายเขาทั้งวัน บางที 10 เทก ผมไม่ให้ผ่านเลย ซึ่งเขาไม่เคยเล่นอย่างนี้เลย เขาเล่นละครมา 10 กว่าปีแล้ว แต่ก็ไม่เคยมาเจอละครที่ผมจะต้องให้มันจริงจัง... (พิศาล อัครเศรณี, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

จะเห็นได้ว่า ละครพิศาล จะเป็นละครที่เน้นหนักในรูปแบบของความรุนแรง ความจริงจังของนักแสดง และการดำเนินเรื่อง เพราะไม่ว่าละครพิศาลจะผลิตออกมาในแนวละครรูปแบบใดก็ตาม จุดเด่นของละครพิศาลในส่วนที่เกี่ยวกับความจริงจังดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้ชมสามารถที่จะรับทราบได้ในละครพิศาลทุกเรื่อง

สัญลักษณ์

ละครพิศาล จะไม่มีสัญลักษณ์ออกมาในรูปแบบของโลโก้บริษัท แต่สัญลักษณ์ที่สามารถแสดงออกถึงความเป็นละครพิศาลได้ดีที่สุด นั่นก็คือ ตัวของคุณพิศาล อัครเศรณีนั่นเอง เพราะเมื่อผู้ชมนึกถึงคุณพิศาล ผู้ชมจะสามารถมองภาพของละครพิศาลออกได้ในทันทีว่า จะต้องเป็นละครในรูปแบบของความจริงจัง และรุนแรงอย่างแน่นอน

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครพิศาลจะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) นั่นคือ ไม่ว่าละครพิศาลจะผลิตออกมาในรูปแบบของแนวละครในแนวใดก็ตาม ละครพิศาลก็จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทอัครพล โปรดักชั่น จำกัด เพียงชื่อเดียวทุกครั้ง

3. ละครทีวีจีน

ทีวีจีน บริษัทผู้ผลิตรายการที่เริ่มดำเนินการเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2534 บริหารงานโดย คุณณัฐนันท์ ฉวีวงษ์ ผลิตรายการประเภทสารคดี และรายการละคร โดยเน้นหนักไปที่การผลิต ละครโทรทัศน์จนประสบความสำเร็จ จนได้รับการยอมรับจากผู้ชมละครโทรทัศน์ในนามของ ละครทีวีจีนไปโดยปริยาย ซึ่งแตกต่างจากผู้ผลิตละครโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ส่วนใหญ่ที่มักจะเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีของผู้ชมละครโทรทัศน์ในนามของผู้ผลิตเอง ด้วยสาเหตุ ดังกล่าว คุณณัฐนันท์ ฉวีวงษ์ ผู้บริหารของบริษัททีวีจีนฯ ได้ให้ความคิดเห็นว่า เกิดขึ้น เนื่องจาก การที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เป็นดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาก่อน

... อธิบายง่าย ๆ ได้เลยว่า ส่วนใหญ่ผู้จัดจะเป็นดารามาก่อน คุณจิมก็เป็นดารามาก่อน คุณก้อยก็เป็นดารามาก่อน ของยูม่าก็มีคุณตุ้ คุณไก่อก็เป็นดารา คุณดา หทัยรัตน์ ก็เป็นดารา ทุกคนเป็นดารามากเลย มีเราคนเดียวที่ไม่ใช่ดารา เพราะฉะนั้น ถึงเราบอกชื่อตัวเราเองไป คนก็ไม่รู้จัก ส่วนมากเราจึงเน้นในรูปแบบบริษัทมากกว่า ... เราไม่ได้เน้นตรงนั้นมาก แต่คนจำได้เองว่าเป็นทีวีจีน ปัจจุบันนี้ คนจะรู้จักทีวีจีนมากขึ้นจากละครต่าง ๆ หลาย ๆ เรื่อง ที่ผ่านมา... (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2540)

3.1 ผลิตรายการ

ละครทีวีจีน มักจะเป็นละครที่สร้างจากบทประพันธ์ของว. วนิชฉัยกุล ทมยันตี สีฟ้า และกฤษณา อโศกสิน และทุกเรื่องของละครทีวีจีน จะต้องเป็นชื่อเรื่องที่มีความหมายเป็นนัย ได้แก่ "เรียมมนุษย์" "ไม่มีสวรรค์สำหรับคุณ" "ไม้อ่อน" "ทานตะวัน" แนวละครของทีวีจีน จะเน้นหนักไปที่ละครชีวิตเข้มข้นที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นจริงของชีวิตมนุษย์ ซึ่งผู้ชมละครทีวีจีนจะได้รับ ทั้งสาระ พร้อมทั้งความบันเทิงไปด้วย

... เราไม่ค่อยเลือกผลิตแนวรักริชยา พิศवास แต่เรามักจะเลือกเรื่องที่มีความหมาย ที่ต้อง
 แปล ... แล้วก็ชอบอะไรที่เข้มข้น ไม่ใช่เรื่องหวาน ๆ เราจะไม่ทำเรื่องหวาน ๆ รักโรแมนติก
 ชอบเรื่องอะไรที่เป็นความเป็นจริงที่สะท้อนให้เห็นถึงชีวิตคนจริง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็น
 ละครชีวิต ... เป็นละครชีวิต แต่ไม่ใช่หนักหนาสาหัสสากรรจ์ หรือเป็น โสเภณี แต่เป็น
 ละครชีวิตที่สะท้อนให้เห็นภาพชีวิตจริงของคน ... มันจะต้องให้ทั้งสาระ และความ
 สนุกสนาน จะต้องมีความบันเทิงด้วย... (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2540)

ละครทีวีจีน จะเล็งไปที่กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม โดยพยายามทำให้มีผู้ชมละครให้ได้
 มากที่สุด ดังนั้น ละครทีวีจีนจึงมักที่จะมีดารานักแสดงมาประชันบทบาทกันค่อนข้างมาก
 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมละครโทรทัศน์ทุกกลุ่ม

... ในทุกเรื่อง เราจะมองแล้วว่า เราจะทำอย่างไรให้คนส่วนใหญ่ของประเทศดูให้ได้ วัยรุ่น
 คุณก็ไม่เซย เรื่องน้ำเน่าก็แล้วแต่ แต่ต้องวัยรุ่นมาดูได้ คุณหญิงคุณนายต้องดูได้ แม่ค้าต้องดูได้
 เช่น เรื่อง "เยี่ยมวิมาน" ธรรมดาแล้ว มันน่าจะเป็นวัยรุ่นที่ดู เพราะมีพิม ซอนย่า มีซาเลตต์
 แล้วเราจะทำอย่างไรที่จะดึงคนดูกลุ่มอื่นได้บ้าง เช่น เอาคุณมยุรมาแสดงเพื่อดึงคนดูกลุ่ม
 แม่ค้า แล้วเอาคาราที่มีฝีมือทางการแสดง เช่น คุณกาญจนา คุณจวี คุณอัจฉราพรรณ มาดึง
 กลุ่มคนดูที่เป็นคอละครที่อยากดูละครที่มีฝีมือจริง ๆ ... (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์,
 2 มีนาคม 2540)

นอกจากจะใช้ดารานักแสดงมาประชันบทบาทกันเป็นจำนวนมากแล้ว ละครทีวีจีนมักจะ
 เปลี่ยนบุคลิก (Character) ของตัวแสดงอีกด้วย ซึ่งเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ละครทีวีจีนประสบความสำเร็จ

... บางครั้ง เมื่อคนดูได้ยื่นซื้อละคร คนดูก็ไม่ดูแล้ว แต่เราต้องมีวิธี ทำอย่างไรให้คนดู
 ติดตามละครของเราให้ได้ ถ้านางเอกโบราณหน่อย ๆ เรียบร้อย ที่คนมองคิดว่า นางเอกจะ
 ต้องเป็นคนนี้แน่ ๆ เราจะไม่เอา เราจะเอาคนที่ฉีกบุคลิกไปเลยจากสาวสมัยใหม่ นักเรียน
 นอก กลายมาเป็นชาวบ้าน ... ก็มีบ้างที่คนมองว่า ทำไมเอาคนนี้มาเล่น แต่พอเป็นละคร
 ออกไปแล้ว ก็ประสบความสำเร็จดี... (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2540)

3.2 สภาวะแวดล้อม

ละครทีวีจีน ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ซึ่งทางผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะผู้รับจ้างผลิตละครหลังข่าวให้กับทางสถานีโทรทัศน์ โดยจะต้องมีการนำเสนอเนื้อเรื่อง งบประมาณ และนักแสดงผ่านขึ้นไป เพื่อขอการอนุมัติจากทางสถานี อย่างไรก็ตาม ในบางครั้ง ความคิดเห็นระหว่างสถานี และผู้ผลิตอาจจะไม่ลงรอยกัน แต่ก็จะมีการพูดคุยตกลงกัน ด้วยเหตุผล

... โดยทั่วไป เราเป็นผู้เสนอเรื่อง บทประพันธ์ขึ้นไป และให้เหตุผลว่า ทำไมเราถึงอยากจะทำเรื่องนี้ มีเหตุผลที่ดีที่เหมาะสมที่จะออกอากาศอย่างไร มีสาระอย่างไร แล้วก็เสนองบขึ้นไป ถ้าเรื่องผ่าน เราก็ต้องเสนอตัวแสดงขึ้นไป คนเขียน คนกำกับ ดารา ทุกอย่างเราต้องเสนอขึ้นไป ... ในบางเรื่องที่เราคิดว่า เราอยากทำมาก แต่ช่องบอกว่ายังไม่ใช่ ซึ่งขัดแย้งกับเรามาก แต่เราก็จะมีเหตุผลให้กัน อย่างเช่น ช่องบอกว่า ตอนนี้ ตลาดคนดูคือวัยรุ่น อยากให้ทำวัยรุ่นหวานแหวว เราก็บอกว่า ของเราต้องเป็นวัยรุ่นที่มีสาระ ที่เป็นชีวิตวัยรุ่น... (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2540)

3.3 การสื่อสาร

ละครทีวีจีน มักจะเป็นละครชีวิตที่สะท้อนความเป็นจริงของชีวิตมนุษย์ สื่อสารให้ผู้ชมสามารถได้รับความสนุกสนานจากการชมละครทีวีจีน พร้อมทั้งได้รับสาระ ข้อคิดที่เป็นประโยชน์จากละคร อันจะนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตัวเองได้

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทีวีจีนค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญกับการทำข่าวประชาสัมพันธ์ละครของตนเอง เพราะนอกจากจะมีการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์โดยทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นผู้จัดทำไว้ โดยการลงโฆษณาละครทีวีจีนผ่านทางสถานี และรายงานข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการบันเทิงของสถานี ไม่ว่าจะเป็นรายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สีสันบันเทิง" แล้ว ทีวีจีนยังมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่จะเขียนข่าวละครของตนเองส่งประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ทุกวันอีกด้วย "... เรามีฝ่ายประชาสัมพันธ์ของเราเอง จะมีการเขียนข่าวทุกวัน ส่งทุกวัน ซึ่งเราเสียค่าใช้จ่ายกับการถ่ายรูปมาก แต่เราไม่เสียดาย ถ่ายแล้วให้เขาไปเลือกกันเอาเอง..." (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2540)

3.4 พฤติกรรม

จากการที่ผู้ผลิตละครทีวีซึ่งไม่ได้มีรากฐานมาจากการเป็นดารานักแสดง เพราะฉะนั้น แนวในการคัดเลือกตัวแสดง แนวในการคัดเลือกเรื่อง และการมองตลาดจึงแตกต่างจากผู้ผลิตละครโทรทัศน์รายอื่น ๆ

... เราไม่ได้คิดว่า จะต้องแตกต่างจากคนอื่น แต่เราไม่ได้มาจากความเป็นดารา เพราะฉะนั้น มุมมองของเราอาจจะแตกต่างจากคนอื่น โดยไม่เจตนา หมายถึงว่า อย่างคุณก็อาจจะมองว่า เรื่องนี้สนุก เรื่องนี้เหมาะกับดาราคนนี้ เหมาะสมในด้านบุคลิกลักษณะ แต่เราจะมองอีกรูปแบบหนึ่ง เราจะมองว่า คนนี้มีฝีมือ ถ้าเอาคนนี้มาเปลี่ยนให้มาเล่นบทนี้จะเป็นอย่างไร คือ มุมมองจะแตกต่างกัน เราจะมองในด้านการตลาดอีกอย่างหนึ่ง มันก็เลยแตกต่างจากคนอื่น ... เราก็จะไปเป็นอีกแนวหนึ่ง คือ แนวในการเลือกคัดเลือกตัวแสดงซึ่งแตกต่างจากคนอื่น เลือกเรื่องที่แตกต่างกัน ... เพราะว่าเราจะมองตลาดเป็นจุดสำคัญ ส่วนท่านอื่น ๆ อาจจะมองถึงในด้านของการแสดง แต่เป็นเพราะว่าเราเป็นคนซึ่งไม่ได้เกิดจากความเป็นดารา มุมมองก็เลยแตกต่างจากคนอื่น... (ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครทีวีซึ่ง มักจะต้องเป็นละครแนวชีวิตเข้มข้น ซึ่งเรื่องที่น่ามาสร้าง จะต้องเป็นชื่อเรื่องที่ต้องแปลความหมายอีกทีหนึ่ง และในแต่ละเรื่องของละครทีวีซึ่ง จะต้องมีการนักแสดงมาประชันบทบาทกันเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมละครในทุกกลุ่มให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครทีวีซึ่งมีเพียงอย่างเดียว คือ การนำเสนอโลโก้ของละครทีวีซึ่ง ในช่วงของไตเติลเปิด และปิดรายการละครทีวีซึ่งทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รูปแบบของโลโก้ละครทีวีซึ่ง จะเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษสีดำคำว่า "TV SCENE" (ทีวีซึ่ง) บนพื้นสีหลายหลากสี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีเขียว และสีน้ำเงิน ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 ภาพแสดงโลโก้ของละครทีวีจีน



ที่มา : บริษัททีวีจีน จำกัด

โครงสร้างของเอกลักษณะ

โครงสร้างของเอกลักษณะของละครทีวีจีน จะอยู่ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) เพราะละครทุกเรื่องของทีวีจีน จะได้รับการนำเสนอสู่สาธารณชนในนามของบริษัททีวีจีน จำกัด เพียงอย่างเดียวทุกครั้งไป

4. ละครมยุรฉัตร

ชื่อของคฤมยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช เริ่มมีชื่อเสียงในวงการบันเทิงจากการเป็นนักแสดงอาชีพ รับจ้างแสดงทั้งภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ หลังจากนั้น ได้ผันตัวเองมาประกอบอาชีพเป็นผู้จัดละครโทรทัศน์ ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2522 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ในนามบริษัทเมคเกอร์ กรุ๊ป จำกัด และบริษัทมายโซว์ โปรดักชั่น จำกัด อย่างไรก็ตาม ผู้ชมละครโทรทัศน์มักจะคุ้นเคยกับละครมยุรฉัตร ในนามของผู้ผลิตมากกว่าละครในนามของบริษัทผู้ผลิต หากแต่ในปัจจุบัน คฤมยุรฉัตรก็พยายามสร้างชื่อของบริษัทให้เป็นที่จดจำได้ของผู้ชมละครโทรทัศน์ทั่วไป เพื่อเป็นการปูรากฐานบริษัทสำหรับบุคลากรรุ่นต่อไป และทำให้ละครมยุรฉัตรอยู่ได้ในนามของบริษัทผู้ผลิต

... ส่วนใหญ่แล้ว ถ้าจะขาย คือ จะขายชื่อคิฉัน เหมือนอย่างไปเข้าอินเทอร์เน็ต เขาก็บอกว่า จะเข้าเมคเกอร์ กรุป หรือว่าจะเข้ามาขาย โห้ว คิฉันก็ขอเข้าชื่อตัวเอง คือ คนกคคอยู่แล้วจะรู้จัก มากกว่า ก็ไม่รู้ว่าคิดถูก หรือคิดผิดที่ทำอย่างนั้น เพราะว่าจริง ๆ แล้ว ควรที่จะเสนอในนามของบริษัทมากกว่า เพราะต่อไป ถ้าใครทำต่อ หรือสานต่อไป ชื่อบริษัทมันจะยังคงอยู่ แต่ที่นี้คนส่วนใหญ่เขาจะรับตรงนี้ไปแล้ว ก็เลยกำลังพยายามที่จะแก้ตรงนี้อยู่ เพราะว่า อีกไม่กี่ปีข้างหน้า คิดว่า ลูกคงจะมารับตรงนี้ ซึ่งอยากจะสร้างชื่อเป็นชื่อของบริษัทเอาไว้ มากกว่า ... แต่คิฉันผิเองที่ไปนำเสนอตัวเอง คงจะเป็นเพราะว่าความเป็นนักแสดงของเราที่เข้ามาตั้งแต่แรก คนก็เลยมารับตรงจุดนี้ไปแล้ว แต่จากนี้ไป พยายามที่จะเปลี่ยน... (มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2540)

4.1 ผลិតภัณฑ์

ละครมยุรฉัตรส่วนใหญ่จะเน้นหนักไปที่ละครแนวชีวิตหนัก ซึ่งจะนำเสนอในนามของบริษัทเมคเกอร์ กรุป จำกัด ส่วนละครมยุรฉัตรที่นำเสนอในนามของบริษัทมายโห้ว โปรดักชั่น จำกัด จะเป็นแนวที่ถีกออกไปจากแนวชีวิตหนัก "... เมคเกอร์จะเป็นแนวชีวิตหนัก เหมือนอย่าง 'เพลิงบุญ' 'ไฟในทรวง' แต่ว่าอย่าง 'ดาวเรือง' 'จินตปาตี' จะเป็นแนวที่หลากหลายออกมาจากชีวิตหนัก ก็จะเป็นมายโห้ว..." (มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2540)

อย่างไรก็ดี ละครมยุรฉัตรมักจะนำเสนอออกมาในลักษณะของความเป็นครอบครัว และความเป็นคน เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว ซึ่งผู้ชมละครมยุรฉัตรสามารถที่จะเข้าถึงตัวละครในแต่ละเรื่องได้ "... คือ คิฉันจะไม่ทำละครที่ห่างจากคนดู คือ หมายความว่า คนดูทุกคนสามารถที่จะเป็นพระเอกนางเอกในละครที่คิฉันทำได้ เอาตัวเองเข้าไปเป็นตัวละคร อันนี้คือ ความเป็นชีวิตจริงที่เราสามารถที่จะทำให้คนดูเข้าถึงงานของเรา..." (มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2540)

4.2 สภาวะแวดล้อม

ละครมยุรฉัตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ซึ่งผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับจ้างสถานีโทรทัศน์ในการผลิตละคร โทรทัศน์หลังข่าว ทำหน้าที่นำเสนอละครเรื่องที่สนใจ และดารานักแสดงในละครเรื่องดังกล่าวให้กับทางสถานี หลังจากนั้น จะมีการประชุมหารือกันถึงความเหมาะสม เพื่อหาข้อตกลง และในส่วนของกรปฏิบัติงานจริงนั้น ทางสถานีจะมีทีมงานฝ่ายผลิตรายการมาให้กับผู้ผลิต ส่วนทางผู้ผลิตจะมีทีมงานฝ่ายผลิตละครเป็นของตัวเอง

... คือ เราจะเริ่มตั้งแต่ เราอ่านหนังสือแล้วเราชอบ เราก็จะทำเรื่องย่อเสนอเข้าไปให้ทางช่อง 3 คว้า สนใจหรือไม่ อันนั้นคือ ขั้นตอนแรก พอเรื่องผ่าน เราก็จะมาวางตัวละคร คือโดยรวมแล้ว 80 % จะเป็นหน้าที่ของเรา ... ช่องจะให้ผู้กำกับรายการ ให้ทีมงาน หมายถึงทีมงานฝ่ายผลิตรายการ แต่ทีมงานฝ่ายผลิตละครก็จะเป็นของเรา ทีมงานของเขาก็จะมีช่างไฟ มีโอบี มีซีซียู มีผู้กำกับรายการ มีผู้กำกับเวที แล้วก็ส่วนที่เหลือก็คือ เขาจะมีสิทธิที่จะคัดเลือกนักแสดงร่วมด้วยกับเรา หมายถึงว่า เขาจะต้องดูตลาดด้วยว่า นักแสดงที่เราเสนอมา ขายได้หรือไม่ ควรที่จะเปลี่ยนเป็นตัวนี้ได้หรือไม่ จะคุยกันเพื่อหาความเหมาะสม... (มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2540)

4.3 การสื่อสาร

ละครมยุรฉัตร จะเป็นละครชีวิตที่ใกล้ชิดตัว ที่พยายามสื่อสารให้ผู้ชมสามารถที่จะเข้าถึงตัวละครในละครมยุรฉัตรทุกเรื่องได้ และสามารถนำสาระที่ได้จากตัวละครมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเองได้

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครมยุรฉัตรนั้น จะเป็นหน้าที่ร่วมกันของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งจะมีโฆษณาละครออกอากาศผ่านทางสถานี และมีการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ละครออกอากาศในรายการบันเทิงของทางสถานี อันได้แก่ รายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สี่สັນบันเทิง" และทางผู้ผลิตเองก็จะมีประชาสัมพันธ์ของตัวเองในการที่จะประชาสัมพันธ์ละครในส่วนที่ต้องการจะเน้นให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ได้ทราบ "... ประชาสัมพันธ์ช่อง 3 ก็มี แต่ว่าเขาก็ทำหลายเรื่อง ถ้าอันไหนที่เราต้องการจะเน้น เราจำเป็นที่จะต้องทำเอง..." (มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2540)

4.4 พฤติกรรม

ละครมยุรฉัตร โดยหลักการทำงานของผู้ผลิตแล้ว มักจะผลิตละครแนวชีวิต แนวครอบครัว ซึ่งจะมีความหลากหลายของตัวละคร หลากหลายนิสัย เพื่อที่จะนำเสนอข้อคิดให้ผู้ชมได้ติดตาม และนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตัวเองเมื่อถึงคราวที่ตนประสบปัญหาเหมือนกับตัวละคร ซึ่งเปรียบเสมือนกับการคืนกำไรให้กับผู้ชมละครโทรทัศน์ด้วย

... หลักของการทำงานของตนเองจะมีอยู่ 3 ข้อ หนึ่ง คือ เราจะเลือกเรื่องซึ่งจะต้องให้ความสนุกสนานกับคนดูได้มากที่สุด ในความเป็นละครแล้ว จะมีความหลากหลายของตัวละคร คือ ชอบทำละครที่มีตัวแสดงเยอะ ๆ เท่าที่เลือกเรื่องออกมา จะทำละครซึ่งสามารถที่จะรวมบุคคลต่าง ๆ สารพัดนิสัย เสนอให้คนเห็น ข้อสอง คือ ในการเลือกเรื่อง จะมองว่าถ้านำเรื่องนี้มาทำ อะไรคือจุดที่เราจะคืนให้สังคม ตรงนี้คือหลักการทำงานของตนเองว่าในการทำงานชิ้นหนึ่ง เราต้องการกำไร เราต้องการคนดู เราต้องการความนิยมชมชอบ และเราต้องการให้อะไรกลับคืนไปกับสังคมที่เราอาศัยอยู่ อันนี้คือหลักของการเลือกเรื่องที่จะทำ แล้วข้อสามก็คือ จะไม่เอากำไรจากคนดูมากเกินไป... (มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครมยุรฉัตร จะเป็นละครชีวิตหนักที่พยายามนำเสนอเรื่องที่ใกล้ตัวผู้ชม และใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง เพื่อให้ผู้ชมสามารถที่จะเข้าร่วมไปกับตัวละครในเรื่องได้ และสามารถนำสาระที่ได้จากละครไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุดที่แสดงความเป็นละครมยุรฉัตร นั่นก็คือ ตัวของคุณมยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช เพราะละครมยุรฉัตรจะไม่มีการนำเสนอโลโก้ออกไปสู่สาธารณชนเลย แต่เมื่อนึกถึงคุณมยุรฉัตร ผู้ชมสามารถที่จะนึกได้ว่า แนวละครของคุณมยุรฉัตรจะต้องออกมาในแนวชีวิตหนักตามภาพลักษณ์ของตัวเอง

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครมยุรฉัตร จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นตราสินค้า (Branded) เนื่องจากละครมยุรฉัตรจะได้รับการนำเสนอออกมาในนามของบริษัท 2 บริษัท นั่นคือ ถ้าหากเป็นละครในแนวชีวิตหนัก จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทแมคเกอร์ กรุ๊ป จำกัด แต่ถ้าหากเป็นละครในแนวที่หลากหลายไปจากแนวชีวิตหนักนั้น จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทมายโซว์ โปรดักชั่น จำกัด

5. ละครหทัยรัตน์

ชื่อของคุณหทัยรัตน์ อมตะวนิช เริ่มมีชื่อเสียงในวงการบันเทิงจากการเป็นนักแสดงอาชีพ จนกระทั่งได้กลายมาเป็นนักแสดงในสังกัดสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หลังจากนั้น จึงได้ผันตัวเองมาเป็นผู้จัดละครโทรทัศน์ ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เมื่อประมาณกว่า 5 ปีที่ผ่านมา ในนามของบริษัทปรีนซ์ โปรดักชั่น จำกัด อย่างไรก็ตาม ละครหทัยรัตน์จะเป็นที่รู้จักของผู้ชมละครโทรทัศน์ในนามของผู้ผลิต มากกว่าที่จะเป็นในนามของบริษัท ทั้งนี้ คุณหทัยรัตน์ อมตะวนิช ได้ให้ความคิดเห็นว่า เนื่องมาจากระบบของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะมาจากความเป็นนักแสดงของทางสถานี ชื่อของบริษัทผู้ผลิตจึงไม่เด่นชัดเท่ากับชื่อของผู้ผลิตเอง

... คือ อย่างช่อง 3 ทุกคนที่ผลิตมาเริ่มตั้งแต่คุณภัทราวดี ไล่มาถึงคุณมยุรฉัตร คุณทาทิภา หรือคุณไก่อ วราวุฒ ที่เข้ามาในช่วงแรก ๆ หรือเจ้าอื่น ๆ ที่เลิกราไปแล้ว มันจะเป็นระบบคนเก่าคนแก่ หรือคนที่เขาเห็นว่ามีความสามารถ เคยอยู่ แล้วลุกขึ้นมาช่วยสร้างงานกันจริง ๆ แรก ๆ ระบบของช่อง 3 ในด้านการเป็นบริษัท หรือตราสินค้า โลโก้ มันไม่เด่นชัดเลย มันคือ ทำในทีมของช่อง 3 หรือแม้กระทั่งในความรู้สึกของดิฉันเองในปัจจุบัน คนก็จะมองว่า ละครวราวุฒ ละครมยุรฉัตร คงจะน้อยคนมากที่รู้ว่า มยุรฉัตรทำบริษัทอะไร นี่คือลักษณะเฉพาะของช่อง 3 ที่มันจะเป็นขายตัวผู้จัด ... แล้วในความรู้สึกของดิฉัน อย่างทีวีซีนเข้ามา พอทีวีซีนไม่ใช่นักแสดงมาก่อนอย่างคุณปิ่น อาจเป็นนักธุรกิจ นักบริหาร แล้วสนใจที่จะทำงานในแวดวงนี้ รูปแบบในการเริ่มต้นมันจะเป็นธุรกิจ แต่อย่างช่องอื่นก็คือ จะเป็นกันตนา หรือคาราวีดีโอ ไปเลย หรือเอ็กแซ็กท์ เขาก็ต้องการให้คำว่า "เอ็กแซ็กท์" ติดเป็นตราคุณภาพ คือ มันเข้ามาเป็นอีกระบบหนึ่ง แต่ในขณะที่ช่อง 3 จะต่างกัน เช่น ล่าสุด คุณก๊วย คุณหนุ่ม คุณเหม่ม จินตหรา ก็คือ เหมือนเป็นลูกหม้อของเรา ที่ช่อง 3 ได้เห็นโครงการที่เสนอขึ้นไป แล้วเขาเชื่อมั่นว่า น่าจะทำได้ตามที่เสนอไป... (หทัยรัตน์ อมตะวนิช, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2540)

5.1 ผลลัพธ์

ละครหทัยรัตน์ จะผลิตออกมาเป็น 2 แนว คือ มักจะผลิตละครแนวชีวิต สลับกับละครแนวเบา ๆ ไม่ว่าจะเป็นละครแนวตลก หรือละครแนวรักก็ก๊ก อยู่เป็นประจำ

... ที่ผ่านมาก็เป็นชีวิตเรื่องหนึ่ง แล้วก็เป็นเบาเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นตลก หรือเป็นละครรักก็ก๊ก มันก็จะกลายเป็น 2 แนวหลักที่ดิฉันทำ ดิฉันจะไม่ทำละครผี ละครบู๊ หรือละครฆาตกรรม ... ละครของดิฉันอาจจะเป็นชีวิตเข้มข้นเช่นเดียวกับคุณมยุรฉัตร หรือเป็นเรื่องสมัยใหม่ในแนวเดียวกับของเอ็กแซ็กท์ หรือเป็นรักก็ก๊ก หวาน ๆ แบบคุณไก่บ้าง แต่ของคุณไก่จะหลากหลาย แฟนตาซี สมัยใหม่ไปจนถึงพีเรียค... (หทัยรัตน์ อมตะวนิช, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2540)

จากแนวละครที่ถนัด ละครหทัยรัตน์จึงเหมาะกับผู้ชมละครโทรทัศน์ที่เป็นผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ แต่หากเป็นละครแนวตลก อาจจะถูกกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ชายด้วย

... เพราะฉะนั้น มันจะอยู่ในมุมมองของแนวละครที่อาจจะเป็นผู้หญิงดู ... อาจไม่ใช่พวกนักบู๊อย่างผู้ชายดู แต่ถ้าเป็นละครตลก บางทีผู้ชายเขาก็จะดู เพราะผู้ชายจะดูอะไรที่ไม่ต้องคิดมาก ดูแล้วหัวเราะ แล้วเข้านอน แต่ก็คงไม่มีถึงขั้นเป็นแฟนละครผู้หญิงอะไรมากมาย มันสามารถเป็นกลุ่มของนักศึกษา วัยรุ่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตัวนักแสดง และความแตกต่างของเรื่อง แต่แนวของงานคงไม่ดูคั้น หรือเป็นละครแนว "ดีใหญ่" แน่นนอน... (หทัยรัตน์ อมตะวนิช, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2540)

5.2 สภาวะแวดล้อม

ละครหทัยรัตน์ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ โดยผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะของผู้รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวให้กับทางสถานี โดยจะมีหน้าที่นำเสนอเรื่องที่ตัวเองสนใจ และมีความพร้อมที่จะผลิตจริง ๆ ไปให้ทางสถานีได้พิจารณาคราวละ 1 เรื่อง พร้อมทั้งเหตุผลที่จะทำให้สถานีพิจารณาอนุมัติไปพร้อมด้วย ซึ่งทางสถานีก็จะมีหน้าที่ในการพิจารณา และอนุมัติเรื่องที่จะทำการผลิตต่อไป "... แต่สิ่งที่เกิดขึ้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ ดิฉันยังไม่เคยเสนอหลายเรื่องให้เขาเลือก จะส่งไปที่ละครเฉพาะที่อยากทำ และมีความพร้อมด้วย ... ในขั้นต้นที่เขาจะอนุมัติเรื่อง เราจะต้องสู้ให้ได้ว่า เราอยากทำเรื่องนี้แล้วเขาเห็นด้วย คือ ถ้าเขาไม่เอา ก็คือ "ไม่ได้ทำ..." (หทัยรัตน์ อมตะวนิช, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2540)

5.3 การสื่อสาร

ละครหทัยรัตน์ จะเป็นละครแนวชีวิต สลับกับละครตลกเบาสมอง หรือละครรักคู่ก๊ก ที่พยายามสื่อสารให้ผู้ชมได้รับความสนุกสนานจากเนื้อเรื่อง และมักจะสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงเป็นหลัก

ในส่วนของ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครหทัยรัตน์นั้น ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ให้ความช่วยเหลือในการลงโฆษณาละครหทัยรัตน์ผ่านทางสถานี และนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ละครหทัยรัตน์ผ่านทางรายการบันเทิงของสถานี ไม่ว่าจะเป็นรายการบันเทิง "เวดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สีสันบันเทิง" อย่างไรก็ดี ทางผู้ผลิตก็ได้มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองเฉพาะข่าวที่มีความสำคัญด้วย เนื่องจากไม่ได้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ของตัวเอง "... ปกติก็คือ ถ้าวันนี้มีฉากรวมตัวนักแสดงครบ พระเอก นางเอกครบ หรือเป็นฉากงานเลี้ยงฉากใหญ่ เราก็จะมีแฟลชไปถึงนักข่าวที่เรามีรายชื่ออยู่ แล้วเขาก็จะมา แล้วข่าวประชาสัมพันธ์ก็จะแพร่ออกไปโดยการที่เขามาแล้วกลับไปเขียนข่าว หรือบางทีก็คือ ช่อง 3 จะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ช่วยบ้าง..." (หทัยรัตน์ อมตะวนิช, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2540)

5.4 พฤติกรรม

ลักษณะการทำงานของผู้ผลิตละครหทัยรัตน์นั้นค่อนข้างที่จะคำนึงถึงสถานี และมีความต้องการความไว้นื้อเชื่อใจจากทางสถานีเป็นสำคัญ โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างละครในนามของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก และจดจำได้ของผู้ชมละครโทรทัศน์โดยทั่วไป

... ดิฉันมีความสุขกับการทำงานตรงนี้ แล้วเรารู้ว่า งานที่ทำออกไป คนที่จะเห็นก็คือ คุณประวิทย์ คุณสมรักษ์ คุณเกียรติทอง ที่เป็นฝ่ายผู้บริหารที่จะอนุมัติการผลิตที่เราว่า งานเราประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ... และสิ่งที่อยากได้คือความเชื่อใจจากสถานีมากกว่า เพื่อที่ว่าเวลาที่เราจะผลิตอะไร เราจะมีอะไรที่จะไปต่อสู้กับสิ่งที่เรามองเห็นให้เขายอมรับมากขึ้นเรื่อย ๆ ... ในส่วนของดิฉัน ดิฉันไม่ได้มองว่า ดิฉันจะก้าวไปผลิตอะไรต่อไป ดิฉันมีความสุขกับตรงที่ว่า ช่อง 3 เขามีความสุขกับหทัยรัตน์ หมายถึงว่า ถ้าเรามั่นคงกับสถานีตรงนี้ แล้วเราได้ผลิตสิ่งที่เรารักด้วยความสม่ำเสมอแล้ว ดิฉันก็มีความสุขแล้ว และก็มีความสุขกับความสำเร็จของมัน โดยที่ไม่ต้องการให้ปรีนซ์ เป็นอะไรที่ประชาชนมั่นใจว่า ปรีนซ์เลิศแล้ว ปรีนซ์ก็สามารถไปอยู่ช่อง 5,7,9... (หทัยรัตน์ อมตะวนิช, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครหทัยรัตน์เป็นละครแนวชีวิต สลับกับละครแนวเบาสมอง ซึ่งอาจจะเป็นละครตลก หรือไม่ก็ละครรักกึ่งกึ่ง แนวละครหทัยรัตน์จึงเหมาะสำหรับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เป็นกลุ่มของผู้หญิงมากกว่ากลุ่มของผู้ชาย

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครหทัยรัตน์จะไม่ได้นำเสนอออกมาเป็นเครื่องหมายโลโก้บริษัทแต่อย่างใด สัญลักษณ์ที่แจ่มชัดที่สุดของละครหทัยรัตน์ นั่นก็คือ ตัวคุณหทัยรัตน์ อมตะวานิชนั่นเอง เพราะเมื่อผู้ชมนึกถึงคุณหทัยรัตน์ ผู้ชมก็จะนึกภาพละครหทัยรัตน์ออกมาเป็นละครแนวชีวิต หรือละครแนวใส ๆ เช่นเดียวกับภาพลักษณ์ของคุณหทัยรัตน์ที่แสดงออกมา

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครหทัยรัตน์ จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) คือ ไม่ว่าจะละครหทัยรัตน์จะออกมาในแนวชีวิต หรือละครในแนวเบาสมอง ทั้งที่เป็นละครตลก หรือละครรักกึ่งกึ่งก็ตาม ละครหทัยรัตน์จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทปรีนซ์โปรดักชั่น จำกัด เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

6. ละครยูม่า

"ยูม่า" เป็นชื่อเรียกสั้น ๆ ของละครโทรทัศน์ที่ผลิตโดยบริษัทยูม่า 99 จำกัด (นามบริษัท จดทะเบียน) เริ่มตั้งแต่เมื่อปีพ.ศ. 2536 บริหารงาน โดยคุณยุวดี ไทยหิรัญ ซึ่งอดีตเคยคร่ำหวอดอยู่ในวงการภาพยนตร์ไทย พร้อมทั้งหุ้นส่วนอีกประมาณ 3 คนในปัจจุบัน อันได้แก่ คุณชูชัย งามอาจชัย ผู้กำกับแสดง คุณนพพล โกมารชุน และคุณเกรียงไกร อุณหะนันท์ ซึ่งหุ้นส่วนส่วนใหญ่จะเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง แต่ละครยูม่าก็ได้เป็นที่รู้จัก และจดจำได้ของผู้ชมทั่วไปในนามบริษัทยูม่าฯ ซึ่งในเรื่องนี้ คุณยุวดี ไทยหิรัญ ผู้บริหารของบริษัท ได้ให้ความคิดเห็นว่า การนำเสนอละครในนามของบริษัทดีกว่าในนามของตัวบุคคล เนื่องจากบริษัทจะอยู่ได้ต่อไปด้วยบุคลากรที่เปลี่ยนแปลงไป และการผลิตละครเรื่องหนึ่ง ๆ ไม่ได้มาจากการทำงานของบุคคลคนใดคนหนึ่งเพียงคนเดียว "... เป็นบริษัทมันดีกว่าเป็นตัวบุคคล เพราะอย่างน้อย ถ้าคนนั้นเกิดตาย หรือต้องออกไปจากวงจรตอนนี้ ไม่ได้แปลว่า ตรงนี้หายไปในการรู้สึก แล้วจริง ๆ มันไม่ใช่เพียงเราคนเดียวที่ทำงานชิ้นหนึ่ง ๆ สำเร็จ มันคงมีองค์ประกอบมากกว่าคนหนึ่ง..." (ยุวดี ไทยหิรัญ, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2540)

6.1 ผลลัพธ์

ละครยูม่า ไม่ได้ผลิตโดยยึดแนวใดแนวหนึ่งเป็นหลัก แต่ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ความเหมือนจริง ความสนุกสนาน และสิ่งที่จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ชม โดยให้ความสำคัญกับการผลิตผลงานให้อยู่ในคุณภาพที่ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นไปตามรสนิยมของผู้ผลิต

... สิ่งที่ดีคืออยู่ที่คือว่า ทำดี ๆ แล้วทำตามที่เราฝันให้มันสวยงาม แต่ไม่ใช่ว่า ทุกเรื่องจะต้องเสียดสีสังคมหมด เราจะทำเรื่องตลก เรื่องหยาบคาย เรื่องเลวร้ายก็ได้ แต่ทำกับมันดี ๆ เท่านั้นเอง ... คนที่เลือกงานมาทำแต่ละชิ้น จะขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้ทำ ถ้าเป็นยูม่า เรื่องมันจะค่อนข้างเหมือนจริง เจ็บเล็กน้อย สนุกนิด ๆ แต่ในสนุกนิด ๆ ต้องไปเก็บรายละเอียดเอาเอง หรืออย่างคุณไก่อเป็นคนสวยงาม แล้วสิ่งที่เขาชอบก็คือ ชอบความสวยงาม เขาถึงถ่ายทอดในมุมนั้น ความรักโรแมนติก เขาทำตรงนั้นได้ดีที่สุดด้วย สมมติถ้าให้เขาเรื่องรักโรแมนติกมาก ๆ มาให้เราทำ เราจะทำไม่ได้ดี เพราะเราไม่โรแมนติก คนจะถ่ายทอดอะไรมันอยู่ที่รสนิยมของเขาเป็นตัวกำหนดมากกว่า ซึ่งก็จะกลายเป็นจุดเด่นของเขาในที่สุด... (ยุวดี ไทยหิรัญ, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2540)

6.2 สภาวะแวดล้อม

ละครยูม่า ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ โดยทางบริษัทผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวให้กับทางสถานี ซึ่งทางสถานีจะเป็นผู้พิจารณาตัดสินใจเลือกสิ่งที่คุณผลิตนำเสนอไป โดยจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาตลาดเป็นสำคัญ "... เพราะฉะนั้น เขาก็ต้องการตลาดของเขา ถ้าเรานำเสนอไปแล้วดี เขาจะไม่เอาด้วยเหตุผลอะไร ... อย่าไปพูดว่าเขามาเกี่ยวพันมากำหนด เขาคงกำหนดในบางคนที่เห็นว่ามันเสนอมาย่างนี้ แล้วมันจะขายได้อย่างไร ในเมื่อเขามีโอกาสเลือกจากคน 10 กว่าคณะ เขาย่อมต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุด..." (ยูดี ไทยทีวี, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2540)

6.3 การสื่อสาร

ละครยูม่า จะพยายามสื่อสารให้ผู้ชมได้รับความสนุกสนานจากการเปิดรับชมละครยูม่า ที่ค่อนข้างพิถีพิถันให้ภาพที่ออกมาเหมือนจริง และผู้ชมจะได้รับสาระไปพร้อม ๆ กับความสนุกสนานดังกล่าวด้วย

ในส่วนของ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ละครยูม่านั้น บริษัทผู้ผลิตยังไม่ได้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นของตัวเอง แต่ได้พยายามให้ข่าวประชาสัมพันธ์กับทางนักข่าวอยู่เป็นประจำ อย่างไรก็ตาม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครยูม่า ยังคงได้รับความช่วยเหลือจากทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในการลงโฆษณาละครยูม่าผ่านทางสถานี และช่วยนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ละครผ่านทางรายการบันเทิงของทางสถานี อันได้แก่ รายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สีสันบันเทิง"

... ตัวเราไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ แต่พยายามจะส่งข่าว เวลาพวกนักข่าวมา ก็พยายามจะฝากฝัง เอรูบให้เขาบ้าง เพราะว่าเราไม่มีประชาสัมพันธ์ประจำบริษัทเลย มันก็ทำให้คนมาดูงานเราน้อย ... อีกวิธีหนึ่ง เราก็พยายามประมวลงานของเราใส่เป็นแฟ้มให้เป็นต้นว่า เรื่องนี้มีประเด็นในการนำเสนออะไร เพราะเขาไม่มารู้ลึกซึ้ง แล้วเขาก็เอาไปตีความ ถูกบ้าง ผิดบ้าง แต่ในขณะที่นักข่าวมาหาเรา เราก็จะเอาแฟ้มนี้ให้เขา ส่งรูปให้เขาก็ใช้วิธีนี้เอา... (ยูดี ไทยทีวี, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2540)

6.4 พฤติกรรม

วิธีการทำงานของผู้ผลิตละครยูม่า นั้น มักจะไม่ได้จำกัดแนว และคิดถึงจุดขายเป็นหลัก แต่จะคำนึงถึงประเด็นเรื่องที่จะนำเสนอเป็นอันดับแรก และสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบจึงจะเป็นสิ่งที่พิจารณาในอันดับถัดมา "... คิดเรื่องก่อน ถึงจะคิดวางตัวแสดง และคิดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ร้อยเข้ามาด้วย มันถึงจะเกิดความน่าสนใจ เลือกตัวแสดงก็ต้องอยู่ในภาวะที่น่าสนใจ ความสามารถที่จะถ่ายทอดในสิ่งที่เราอยากจะบอกในเรื่องนั้นเป็นสิ่งสำคัญ..." (ยูวดี ไทยหิรัญ, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครยูม่าจะเน้นหนักไปที่ความเหมือนจริง ความสนุกสนาน และสิ่งที่เป็นสาระประโยชน์สำหรับผู้ชม ซึ่งผู้ชมจะต้องเก็บรายละเอียดที่เป็นสาระประโยชน์เหล่านั้นจากการชมละครยูม่าด้วยตนเอง ทั้งนี้ ละครยูม่าจะให้ความสำคัญกับการผลิตละครให้อยู่ในคุณภาพที่ดีเป็นสำคัญ

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครยูม่าได้รับการนำเสนอสู่สาธารณชนเพียงอย่างเดียวในรูปของโลโก้ของละครยูม่า โดยมีลักษณะเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษสีแดงคำว่า "UMA" (ยูม่า) อยู่ด้านบน และด้านล่างจะเป็นตัวเลขสีแดง "1991" วางขนานชื่อบริษัทยูม่า จำกัด ทั้งที่เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาไทย อยู่ตรงกลาง บนพื้นสีดำ ดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 ภาพแสดงโลโก้ของละครยูม่า



ที่มา : บริษัทยูม่า 99 จำกัด

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครบูมา จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) เนื่องจาก ไม่ว่าละครบูมาจะผลิตออกมาในรูปแบบของแนวละครแนวใดก็ตาม จะได้รับการนำเสนอสู่สาธารณชนในนามของบริษัทบูมา 99 จำกัด เพียงชื่อเดียวเท่านั้น

7. ละครวรายุทธ

ชื่อของคุณวรายุทธ มิลินทจินดา เริ่มมีชื่อเสียงในวงการบันเทิงจากการเป็นนักแสดงอาชีพ หลังจากนั้น ได้กลายมาเป็นผู้ช่วยให้กับผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงหลายต่อหลายท่าน ได้แก่ คุณภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ คุณมยุรฉัตร เหมือนประสิทธิ์เวช คุณทาริกา ธิดาทิตย์ ก่อนที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้จัดละครโทรทัศน์ด้วยตนเอง ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จากวันนั้นถึงวันนี้ นับเวลาได้ประมาณกว่า 10 ปีมาแล้ว ปัจจุบันได้ผลิตละครโทรทัศน์ในนามบริษัทชู แอนด์ ชู โปรดักชั่น จำกัด บริษัทรีโมเน่ จำกัด และบริษัทโน พร็อบเบลิ้ม จำกัด โดยผลิตเปลี่ยนผลิตละครภายใต้นามบริษัททั้ง 3 นี้ไปตามลำดับหมุนเวียนไป อย่างไรก็ตาม ผู้ชมละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักจะคุ้นเคยกับละครในนามละครวรายุทธมากกว่า ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ผลิตหลายรายที่นำเสนอละครโทรทัศน์ออกมาในนามของบริษัท ทั้งนี้ คุณวรายุทธ มิลินทจินดา ได้ให้เหตุผลว่า เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่ของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะมีชื่อเสียงมาจากความเป็นนักแสดงมาก่อน หากแต่ละครที่ออกมาในนามของบริษัทนั้น มีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ผู้ผลิตไม่ได้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้ชมมาก่อน "... เพราะว่าตรงนั้น คนที่ทำคือมาจากไหนก็ไม่มีคนรู้จัก ... แล้วเขาไม่ได้มาจากดารา ช่อง 3 ส่วนมากจะมาจากนักแสดง คนรู้จักจากนักแสดง วรายุทธก็จากนักแสดง มยุรฉัตรก็จากนักแสดง หทัยรัตน์ก็จากนักแสดง ทาริกาก็จากนักแสดง รัชฎ์ก็จากนักแสดง เพราะตอนนั้น ทุกคนจะพูดว่า ละครรัชฎ์ ละครวรายุทธ ละครทาริกา..." (วรายุทธ มิลินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

7.1 ผลิทธิกัณฑ์

ละครวราวุฑ จะผลิตออกมาหลายหลากแนว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวละครที่เป็นจุดเด่นของละครวราวุฑก็คือ ละครพีเรียด ซึ่งผู้ผลิตจะให้ความพิถีพิถันอย่างมากในเรื่องของเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายของตัวละครในยุคนั้น ๆ "... เวลาเสนอละครแต่ละเรื่อง จะไม่ให้ซ้ำแนวกัน จะเป็นคนละแนวหมด เพราะว่ามันไม่ชอบ ทำอะไรซ้ำซากน่าเบื่อ ... ชอบทำละครหลาย ๆ แนว แต่ส่วนมากที่ทำคือ ชอบทำละครสวย ละครพีเรียด ... ถ้าเป็นละครพีเรียด คนจะนึกว่า ต้องเป็นละครวราวุฑ เพราะส่วนมากจะชอบทำละครพีเรียด ทำละครเสื้อผ้า..." (วราวุฑ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

ถึงแม้ว่าละครวราวุฑจะมีหลากหลายแนวก็ตาม แต่จุดสำคัญของละครวราวุฑที่สามารถสังเกตได้ในละครวราวุฑทุกเรื่องก็คือ ความสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นความสวยงามของตัวแสดงนำ สถานที่ถ่ายทำ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของนักแสดง และรายละเอียดต่าง ๆ ในองค์ประกอบทุกส่วนของละคร อีกทั้งผู้ชมจะได้รับความสนุกสนานจากละครไปในเวลาเดียวกันด้วย "... คำว่า 'พระเอกนางเอก' ของชาวบ้าน คือ สิ่งที่สวยงาม คนเราอยากดูอะไร อยากดูสวย ๆ มากกว่าที่ไม่สวย เพราะฉะนั้น ต้องทำแล้วให้เขาดู แล้วให้เขาอึ้งทุกอย่าง แม้กระทั่งกินกับข้าวก็ตาม มันต้องอร่อยแล้วสวยด้วย ซึ่งเหมือนกับละครวราวุฑ ต้องดูแล้วสนุกด้วย แล้วสวยด้วย..." (วราวุฑ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

ละครวราวุฑส่วนใหญ่จะเป็นละครโทรทัศน์ที่สร้างจากบทประพันธ์ ซึ่งจะนำมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยจะขึ้นอยู่กับมุมมองของตนเองเป็นหลัก

... ส่วนมากจะเป็นบทประพันธ์ เรื่องที่คิดพล็อตขึ้นเองจะมีน้อยมาก นอกจากนี้จะมีเรื่องแปล และถ้าเป็นบทประพันธ์ เราก็จะมาปรับปรุงให้เข้ากับสมัย แล้วเราก็จะคิดว่า เรื่องนี้เรานำเสนอตรงจุดใด เพราะว่าละครแต่ละเรื่องในผู้จัดแต่ละคน มุมมองจะไม่เหมือนกัน การนำเสนอแต่ละคณะที่จะดึงจุดของละครแต่ละเรื่องออกมา จะไม่เหมือนกัน ให้ 5 คณะทำ ก็ออกมา 5 แบบไม่เหมือนกัน... (วราวุฑ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

7.2 สภาวะแวดล้อม

ละครวรายุทธ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ โดยบริษัทผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะที่เป็นผู้รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานี และทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะทำหน้าที่เป็นผู้อนุมัติเรื่อง และนักแสดง เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถดำเนินการผลิตต่อไป "... ช่อง 3 จะเป็นผู้อนุมัติเรื่อง อนุมัตินักแสดงในการทำงานทั้งหมด แล้วเขาจะมีผู้กำกับรายการที่จะคอยควบคุมเวลาที่เรารผลิตด้วย คุณคุณภาพด้วย..." (วรายุทธ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

7.3 การสื่อสาร

ละครวรายุทธ จะสื่อสารออกมาให้ผู้ชมได้เห็นถึงความสวยงามขององค์ประกอบต่าง ๆ ในละคร ไม่ว่าจะเป็นนักแสดง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สถานที่ถ่ายทำ เครื่องประดับฉาก เป็นต้น

ในส่วนของกรโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครวรายุทธนั้น นอกเหนือจากความช่วยเหลือของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่ช่วยลงโฆษณาละครวรายุทธผ่านทางสถานี และนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ให้ผ่านทางรายการของทางสถานี อันได้แก่ รายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สี่ส้นบันเทิง" แล้ว ทางฝ่ายผู้ผลิตเอง ยังได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ โดยการเน้นประชาสัมพันธ์ละครด้วยตัวเอง ทำให้ผู้ชมได้รู้จักละครวรายุทธไปโดยปริยาย

... ใช้ตัวเองประชาสัมพันธ์ละครตัวเอง จะเป็นคนให้ข่าว ส่งข่าว บอกข่าว ... เราจะพยายามสร้างข่าว สร้างประชาสัมพันธ์เอง จะทำทุกอย่าง จะปล่อยข่าวเอง แจกข่าวเอง บางครั้งก็เขียนข่าวเอง ... เราจะใช้ตัวเราเองเป็นประชาสัมพันธ์ เขาก็รู้อยู่แล้วว่า เป็นละครของเรา เพราะเราไม่ได้ประชาสัมพันธ์ให้ละครคนอื่น แต่แนวการทำประชาสัมพันธ์ของเราแต่ละเรื่องจะไม่เหมือนกัน แม้กระทั่งการจัดเปิดละครบนเวที เราก็คงจะไม่เหมือนกับคนอื่น... (วรายุทธ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

ถึงแม้ว่า ละครวรายุทธจะสามารถนำไปประชาสัมพันธ์ในรายการ "ดาวล้านดวง" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ เนื่องจากเป็นรายการของผู้ผลิตเอง แต่ผู้ผลิตกลับไม่ให้ความสำคัญกับการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการนี้ เนื่องจากมีความคิดเห็นว่า มุมมองในการนำเสนอจะไม่ได้มีความแตกต่างไปจากเดิม แต่ควรที่จะนำเสนอการประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการอื่น เพื่อที่จะได้มุมมองเพิ่มมากขึ้น

... เพราะว่าเรามองมุมเดียว เราจะเห็นเพียงมุมเดียว เพราะฉะนั้น เราเอาเขามาสัมภาษณ์แล้ว มันก็จะออกมุมที่เรารู้ แต่ถ้าหากเราส่งไปทไวไลท์ ทไวไลท์เขาจะมองอีกมุมที่เราไม่ได้มอง เราจะช่วยกันประชาสัมพันธ์ในตรงนั้น แต่ละรายการจะมีจุดนำเสนอไม่เหมือนกัน ... ถ้าหากเราเอา "สองนรี" ขึ้นมาขายในรายการตัวเอง ขายได้ แต่เราก็มุมมองเหมือนเดิม มันไม่แปลกไปกว่าพิธีกรอื่น หรือรายการอื่นที่เขา มอง แล้วเขาคือออกมาอีกแบบหนึ่ง...
(วรายุทธ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

7.4 พฤติกรรม

ลักษณะการทำงานของผู้ผลิตละครวรายุทธนั้น จะเป็นผู้ผลิตที่ให้ความสำคัญกับการสร้างผลงานที่มีคุณภาพ และเน้นหนักในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ละครแต่ละเรื่องให้เป็นที่รู้จักของผู้ชมมากกว่าที่จะประชาสัมพันธ์ตัวเอง " ... ไม่ได้สร้างชื่อ คือ เราอยากทำในสิ่งที่ตัวเองรัก ก็เลยอยากทำตรงนี้ให้มันดีกับสิ่งที่เรารัก ... เน้นผลงานของตัวเอง และเน้นการทำประชาสัมพันธ์... "
(วรายุทธ มิตินทจินดา, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครวรายุทธ ไม่ว่าจะออกมาในแนวใดก็ตาม จุดเด่นที่เห็นได้ชัดในละครวรายุทธก็คือ ความสวยงามขององค์ประกอบต่าง ๆ ในละครที่นำเสนอออกมา ไม่ว่าจะเป็นดารานักแสดง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สถานที่ถ่ายทำ และเครื่องประกอบฉากต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็ตาม

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครวรายุทธ ไม่ได้นำเสนอออกมาเป็นเครื่องหมายอะไรแต่อย่างใด ละครวรายุทธจะมีสัญลักษณ์ที่เด่นชัด คือ ตัวของคุณวรายุทธ มลิณฑจินดา นั้นเอง เนื่องจากเมื่อผู้ชมได้นึกถึงคุณวรายุทธแล้ว ผู้ชมจะนึกไปถึงละครที่มีพระเอกหล่อ นางเอกสวย สถานที่ถ่ายทำ หรือฉากที่งดงาม

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครวรายุทธ จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นตราสินค้า (Branded) นั่นคือ ละครวรายุทธจะได้รับการนำเสนอภายใต้ชื่อบริษัททั้งหมด 3 บริษัทหมุนเวียนสับเปลี่ยนกันไป อันได้แก่ บริษัทสตูดิโอ เอ็นด์ สตู โปรดักชั่น จำกัด บริษัทรีโมเน่ จำกัด และบริษัทโน พร็อบเบลิ้ม จำกัด โดยที่ไม่ได้มีการกำหนดตายตัวลงไปว่า แต่ละบริษัทจะเน้นหนักในการนำเสนอแนวละครในรูปแบบใด

8. ละครทาริกา

ชื่อของคุณทาริกา ธิดาทิตย์ เริ่มมีชื่อเสียงในวงการบันเทิงจากการเป็นนักแสดงอาชีพ จนกระทั่งเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2520 ได้พลิกผันตัวเองมาเป็นผู้จัดละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในนามบริษัทมาสเตอร์วัน วิดีโอโปรดักชั่น จำกัด ภายหลังจากเมื่อทางสถานีมีนโยบายให้ร่วมผู้จัด คุณทาริกาจึงได้ร่วมกับคุณวีระประวัติ วงศ์พัทพัน คุณอัจฉราวดี เกาเสถียร และคุณสุภักษร ผลิตละครโทรทัศน์ออกมาในนามบริษัทนิวเบรน จำกัด แต่ในปัจจุบันคุณทาริกาได้กลับไปผลิตละครในนามบริษัทของตัวเอง หลังจากบริษัทนิวเบรนฯ ได้ปิดตัวไป อย่างไรก็ตามผู้ชมละครโทรทัศน์ก็จะคุ้นเคยกับละครในนามของละครทาริกามากกว่า ซึ่งคุณทาริกา ธิดาทิตย์ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้ว่า เนื่องด้วยความมีชื่อเสียงทางการแสดงมาก่อน ทำให้ผู้ชมติดชื่อของผู้ผลิตมากกว่าที่จะเป็นชื่อบริษัท

... คนจะคิดว่า เป็นละครชื่อของเรา เพราะว่าสมัยก่อน เท่าที่ทำมา มันไม่มีการสนับสนุนชื่อ เป็นของบริษัท เราเป็นคนเก่าคนแก่ แต่ว่าในระยหลัง เอ็กแซ็กท์ก็ไม่ได้ชื่อของคุณบอย ต้องเป็นเอ็กแซ็กท์ของคุณบอย แล้วต้องมีถกเถียงด้วย หรือยูมา คุณยูก็มาจากธุรกิจ อีกส่วนหนึ่งเขาก็จะไม่ใช้ชื่อเขา ทุกคนก็จะไม่รู้จัก คือ คุณยูไม่ได้เป็นนักแสดงมาก่อน คือ การที่เราเป็นนักแสดงมาก่อน ทำให้เราได้เปรียบ อย่างบริษัทดิฉัน คุณจิม คุณไก่อ ทำมาหลายบริษัทแล้ว แต่ไม่มีใครใส่ใจ... (ทาริกา ธิดาทิตย์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

8.1 ผลลัพธ์

ละครทาริกา ส่วนมากจะสร้างจากบทประพันธ์ โดยเน้นหนักไปที่ละครชีวิตหนัก ซึ่งจะ สอดแทรกเกร็ดชีวิตที่ผู้ชมสามารถพบเจอในชีวิตประจำวันเข้าไปไว้ในละครด้วย ละครทาริกา จะเป็นละครชีวิตของคนจริง ๆ จะไม่ใช่ละครผี หรือละครที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน ละครทาริกามีการพัฒนาโดยการให้ความสำคัญกับการนำนักแสดงวัยรุ่นที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ เข้าไปเป็นนักแสดงนำในละคร โดยไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นคาราในสังกัด

... โดยจุดขายเวลานี้ก็คือว่า เราพยายามที่จะเอานักแสดงวัยรุ่นเข้ามาร่วมในยุคของเรา ซึ่งเราก่อนข้างเป็นรุ่นดึกดำบรรพ์ ... สิ่งนี้คือการวางจุดขายให้กับสาธารณชน เพราะเวลานี้ โดยสินค้าแล้ว จะเป็นที่นิยมกับเด็กมากกว่า แต่โดยความละเอียดอ่อนของการทำละคร ของเราที่จะเสนอแนะให้กับผู้ชม ก็คือ จะเด่นแนวเก่า คือ เนื้อเรื่อง ความหนักแน่นของเรื่อง การที่เป็นเรื่องชีวิต เรายังไม่เคยเสนอแนะละครตลก หรือละครวัยรุ่น ละครของคนอื่น ก่อนข้างที่จะแปลกแยกออกไป เพราะเรามีความฝังหัวในชีวิตปัจจุบัน ซึ่งมันเวียนว่าย ตายเกิดอยู่ตรงนี้ว่า การที่คนเรามาเกิด มาผูกกันเป็นเรื่องละคร มาเจอกัน แล้วจะได้รับผลดี ผลชั่ว เราจึงสอดแทรกอยู่ในละครตลอดเวลาในการที่จะพยายามแก้ไข้แนะทางแก้ไขปัญหา ในชีวิตประจำวันของคน ... เป็นละครชีวิตที่ค่อนข้างหนักด้วย แต่ว่าระยะนี้ ที่มาเสนอแนะ สำหรับสถานภาพปัจจุบันคือ เอาดารารุ่นเล็กเข้ามา ... แต่ก็ต้องดูว่า เด็กเหล่านั้นสามารถ ที่จะถ่ายทอดความลึกของอารมณ์ออกมาได้ ... เราจะพยายามที่จะไม่เอาเพื่อนฝูงที่ เห็นหน้าแล้ว คือกลุ่มของเรา เข้ามาเล่น เราจะพยายามเอาคนใหม่ๆ เข้ามา ... ไม่ใช่ว่า พอหน้านี้ออกมาแล้ว จะต้องเป็นละครคุณก้อย แต่ถ้าเป็นชีวิตหนักต้องเป็นของเรา แน่นนอน... (ทาริกา ธิดาทิตย์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

8.2 สถานะแวดล้อม

ละครทริกา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ โดยผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะของผู้รับจ้างผลิตละคร โทรทัศน์หลังข่าวให้กับทางสถานี และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะอยู่ในฐานะของผู้ซื้อผลงานละครที่ตรงตามความต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตจะต้องนำเสนอขึ้นไป

... สถานีคือผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะเป็นผู้กำหนด เราก็จะต้องเป็นคนที่จะเสนอวัตถุดิบที่จะมาขายตรงนี้ คุณต้องการตัวของเราพอดีกันหรือไม่ เราก็เอาตัวของเราใส่ได้ แต่ถ้าหากที่ตั่งแผงขึ้นไปว่าที่จะขายเรื่องนี้ ตัวแสดงแผงนี้ สถานีชอบหรือไม่ มีข้อจำกัดอะไรหรือไม่ สามารถที่จะหยิบออกมาได้ ผสมปนเปกัน จนกระทั่งสูตรนั้นจะอร่อย เอามาให้ประชาชน... (ทริกา ธิดาทิพย์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

8.3 การสื่อสาร

ละครทริกา จะเป็นละครชีวิต ซึ่งสื่อสารให้ผู้ชมได้รับทราบถึงสาระของชีวิต อันจะเป็นประโยชน์ที่สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และในปัจจุบัน ละครทริกาพยายามที่จะนำเสนอนักแสดงวัยรุ่นให้มามีบทบาทเป็นนักแสดงนำในการสื่อสารละครชีวิตให้เป็นที่สนใจของคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครทริกา จะได้รับความช่วยเหลือจากทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นหลัก ในการที่จะลงโฆษณาละครทริกา และนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ละครผ่านทางสถานีในรายการบันเทิงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการบันเทิง "แควดวงบันเทิง" และรายการข่าวบันเทิง "สีสันบันเทิง" เป็นต้น ทางด้านผู้ผลิตเอง ยังไม่ได้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นของตนเอง "... เพราะว่าเราทำละครช่อง 3 ช่องเป็นคนทำ แล้วเราก็ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว ซึ่งเขาก็จะติดตามถามกันว่า วันนี้ถ่ายที่ไหน ถ้าหากว่า มันมีดาราน้อย ซึ่งเขารู้อยู่แล้วว่าเป็นใคร เราก็จะไม่รบกวน แต่ถ้าวันนี้ฉากใหญ่ มีดารารอบ ก็จะเรียกมาทำข่าว..." (ทริกา ธิดาทิพย์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

ในอดีต ละครทาริกาจะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นของตัวเอง แต่ปัจจุบันล้มเลิกไป เนื่องจากงานผลิตละคร โทรทัศน์เป็นเรื่องของความพร้อม ซึ่งไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน และไม่ได้มีมาตลอดเวลาเท่าใดนัก ผู้ผลิตจึงมองไม่เห็นถึงความจำเป็นในการที่จะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นของตัวเอง

... เมื่อก่อนทำ แต่เป็นเพราะว่า เราไม่ได้มีอย่างอื่น โยงด้วย ถ้าเราจ้างประชาสัมพันธ์มาเป็นเรื่องเป็นราวให้ทำข่าวทุกวัน มันก็น่าเบื่อเหมือนกันสำหรับละคร อย่างของคุณปิ่น เขามีวิทยุ มีการขายของเขาเอง เขาทำได้ แต่อย่างเรา ถ้าพร้อมก็ทำ ไม่พร้อมก็ไม่ทำ ประชาสัมพันธ์ก็ไม่ต้องจะเขียนอะไร เขียนไปมาก ๆ มันก็น่าเบื่อ แต่ถ้าเป็นอย่างนี้ เราก็จะดูช่วงจังหวะว่า ช่วงนี้โหม หรือช่วงนี้ไม่เอา ทำอย่างนี้ก็เป็นการประหยัดเงินด้วย... (ทาริกา รัตนาทิพย์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

8.4 พฤติกรรม

หลักการงานของผู้ผลิตละครทาริกานั้น จะขึ้นอยู่กับความพร้อมในการผลิต และการรักษาระดับคุณภาพของละครของตนเองเท่านั้น โดยที่ไม่พยายามแข่งขันกับใคร ละครทาริกา จึงมีจำนวนไม่มากนักในแต่ละปี

... เราจะถือว่า เราแข่งกับตัวเอง เรื่องนี้เรามีจุดบกพร่องอย่างไร เก็บเอาไว้ แล้วก็พยายามที่จะแก้ไข ... เราจะแข่งกับตัวเองไปเรื่อย ๆ รักษาอันดับของตนเอง ไม่ต้องไปยุ่งกับคนอื่น ไม่ใช่ว่า เราเคยทำความนิยมมา 9,10 คนอื่นทำมา 18,19 จะไปแข่งกับเขา เราก็แข่งไม่ไหว ด้วยหลาย ๆ ปัจจัย แต่ถ้าหากว่าเราทำเรื่องหน้าแล้ว ความนิยมของเราตกลงมาถึง 7,8 เรายอมไม่ได้ เราต้องรักษาระดับ ... คือ เราจะไม่ทำอะไรที่มันวุ่นวายมาก ทำได้ก็ทำไป เราไม่ได้ต้องการชื่อเสียง ... ความพร้อมเท่านั้นเองที่สำคัญ ถ้าเขาให้เปิด 3 เรื่อง แต่เราไม่พร้อมเลย พอถึงเวลา เงินเขาก็เสีย งานก็ยังไม่เสร็จ เขาก็ไม่เอาเราอยู่ดี ... (ทาริกา รัตนาทิพย์, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครทาริกา เป็นละครชีวิตหนักของมนุษย์ ที่สามารถให้ข้อคิดกับผู้ชม นำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ และปัจจุบัน ได้ให้นักแสดงวัยรุ่นที่มีความสามารถ และเหมาะสมกับบทบาท มารับหน้าที่เป็นนักแสดงนำ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้ชมให้มากขึ้น

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครทาริกานั้น ไม่ได้มีการนำเสนอออกมาในรูปของเครื่องหมายแต่อย่างใด ละครทาริกาจะมีสัญลักษณ์อยู่ที่ตัวของคุณทาริกา ธิดาทิตย์นั่นเอง เพราะเมื่อผู้ชมนึกถึงคุณทาริกา ผู้ชมจะสามารถคิดได้ว่า ละครทาริกาจะต้องเป็นละครแนวชีวิตหนัก ตามภาพลักษณ์ของคุณทาริกา

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครทาริกา จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) นั่นคือ ละครทาริกาทุกเรื่องจะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทมาสเตอร์วัน วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด เพียงชื่อเดียวเท่านั้น

9. ละครกันตนา

"กันตนา" ถือกำเนิดมาจากละครวิทยุนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2494 หลังจากนั้นในปีพ.ศ. 2519 กันตนาได้จัดตั้ง "คณะส่งเสริมส่งเสริมศิลป์" ผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นละครสั้นจบในตอนเดือนละครึ่ง เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นแนวสะท้อนชีวิต และสร้างสรรค์สังคม ผู้แสดงจะไม่ใช่นักแสดงอาชีพ แต่จะเป็นนิสิตนักศึกษา ผลแห่งความสำเร็จส่งผลให้กันตนาได้ผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ในนามของบริษัทกันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด หรือเป็นที่รู้จักกันดีของผู้ชมละครโทรทัศน์โดยทั่วไปในนามของ "ละครกันตนา" นั่นเอง ซึ่งในเรื่องนี้ จิตรลดา กัลย์จาฤก ผู้บริหารของบริษัทได้ให้เหตุผลว่า เนื่องมาจากความเป็นธุรกิจของครอบครัว ไม่ใช่ธุรกิจของคนใดคนหนึ่ง "... ตราของเราคือ 'กันตนา' กันตนาในความรู้สึกของคน มันเป็นธุรกิจครอบครัว แต่ในกรณีคุณไก่อ เขาทำบริษัทของเขาเอง นั่นก็คือ ละครของคุณไก่อ ในลักษณะนี้ คือ เขาตั้งด้วยตัวของเขา..." (จิตรลดา กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

9.1 ผลิตรายณ์

ละครกันตนา จะมีหลากหลายแนว โดยเฉพาะแนววีรจโย ซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ชมละครโทรทัศน์โดยทั่วไป "... คนคุณก็มีความรู้สึทว่า ชอบวีรจโย คือ ถ้ากันตนาทำวีรจโยแล้วจะถล่นหลายได้ถึงใจ บ้าเลือด แต่ว่ากันตนาสามารถทำได้หมด แต่ไม่ถนดตลก ทำอย่างไรก็ไม่ตลก..." (จิตรลดา กัลยจายุก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

ละครกันตนา จะเน้นหนักละครเชิงสร้างสรรค์ เป็นละครที่มีเหตุมีผล และนำเสนอข้อคิดให้กับผู้ชมละคร นอกจากนี้ คารานักแสดงในละครกันตนายังมักที่เป็นคาราหน้าใหม่อยู่เป็นประจำ ไม่ได้เน้นหนักในการที่จะใช้คารานักแสดงที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วมาแสดงนำ

... ละครของเราจะสร้างสรรค์ คือ เราเกิดจากละครสร้างสรรค์ เราทำงานโทรทัศน์ในตอนแรกที่ทำช่วง "ส่งเสริมศิลป์" เราก็จับกลุ่มนิสิตนักศึกษา และคาราของเราเราก็จะไม่เน้นว่าจะต้องเป็นคาราดัง ส่วนมากเราจะปั้นเด็กใหม่ กันตนาจะไม่ค่อยเน้นคารา ... แล้วละครของเราก็จะมุ่งว่า จะต้องสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะทำอะไรก็ตาม ถึงแม้จะทำเรื่องน่า ก็ต้องน่าแบบมีเหตุผล น่าแบบสร้างสรรค์ ต้องใส่อะไรเข้าไปเสมอ... (จิตรลดา กัลยจายุก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

9.2 สภาวะแวดล้อม

ละครกันตนา ในปัจจุบัน ผลิตเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำ ประจำวันจันทร์-อังคาร และออกอากาศในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ประจำวันอาทิตย์ โดยผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะเป็นผู้เช่าเวลาของทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นอกจากนี้ ยังได้ผลิตเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ประจำวันพุธ-พฤหัสบดี โดยผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะของผู้รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวให้กับทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

ละครกันตนาที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ส่วนใหญ่จะเน้นไปในแนวละครสร้างสรรค์ สร้างจากบทละครโทรทัศน์ที่แต่งขึ้นเองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนละครกันตนาที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 นั้น มักจะสร้างจากบทประพันธ์ และค่อนข้างที่จะออกไปในแนวละครตลาด

... เรื่องของช่อง 7 จะเป็นเรื่องที่ออกแนวตลาด แต่ถ้าเป็นช่อง 5 มันจะเป็นจุดของเรา เราขายเรื่องเกี่ยวกับสร้างสรรค์ คือ เรามีสิทธิ์เลือกได้เต็มที่ เพราะเป็นเวลาของเรา เราทำเอง ขายเอง แต่ช่อง 7 คือ เราจ้างผลิต พุดง่าย ๆ ก็คือ ช่อง 7 จ้างผลิต ช่อง 5 เราผลิตเอง ขายเอง ข้อแตกต่างในการเลือกรื่องมันต้องมี ตั้งแต่ทั้งเรื่อง ทั้งดารา ทุกอย่าง... (จิตรลดา กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

นอกจากนี้ ละครกันตนาที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในช่วงเวลา ก่อนข่าวภาคค่ำ และหลังข่าวภาคค่ำ ยังมีความแตกต่างกัน ไปอีก โดยละครกันตนาที่ออกอากาศ ในช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำนั้นจะมีหลากหลายแนว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อันได้แก่ ตลาด คู่แข่ง เป็นต้น ส่วนละครกันตนาที่ออกอากาศในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำนั้น จะเป็นละครชุด ในแนวสร้างสรรค์สำหรับครอบครัว

... ต่างกันตรงที่เวลา หลังข่าวช่อง 5 วันอาทิตย์ เราตั้งไว้ตลอดทั้งปีว่า เวลาช่วงนี้ในปีนี้ เราจะทำเป็นเกี่ยวกับครอบครัว เราก็ตั้งไว้ว่าเป็น "อัศจรรย์วันครอบครัว" เราเปิดด้วยเรื่อง "มอม" "อัศจรรย์วันครอบครัว ชุด 'มอม'" แล้วต่อไปก็จะเป็น "อัศจรรย์วันครอบครัว ชุด 'แก้วจอมแก่น'" ที่เป็นบทพระราชนิพนธ์ของพระเทพฯ แต่ก็จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับครอบครัว เพราะเห็นว่า มันเป็นวันอาทิตย์ แต่ช่วงก่อนข่าววันจันทร์ นี้คือ หลากกรส ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยต่าง ๆ เช่น ตลาด คู่แข่ง อันนี้คือ สิ่งที่บริษัทคิดเอง ทำเองกันหมด... (จิตรลดา กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

ละครกันตนาที่ผลิตเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นั้น สถานีจะอยู่ในฐานะเป็นผู้ให้เช่าเวลา ผู้ผลิตเพียงแต่ทำเรื่องเสนอเข้าไปขออนุญาตผลิตเท่านั้น "... เวลาเราจะทำ ละครเรื่องอะไร เราก็ต้องส่งเรื่องไปขออนุญาตทางสถานีก่อนด้วย ... ส่วนมากเขาจะเคร่งเรื่องนี้ว่า ถ้าเรื่องมันแรงมาก เขาก็จะมีเซ็นเซอร์ ช่อง 5 เขายังมีอย่างนี้อยู่... " (จิตรลดา กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

ส่วนละครกันตนาที่ผลิตออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีจะอยู่ในฐานะนายจ้างที่มีอำนาจในการสั่งการ องค์กรใด ก็จะมีการเจรจาประชุมตกลงกันระหว่างสถานี และผู้ผลิต เพื่อหาข้อสรุปที่ดีที่สุดก่อนที่จะผลิตละครในแต่ละเรื่อง

... ก็เหมือนเขาจ้างทำของ จ้างเราทำ เราก็ต้องทำตามนายจ้าง แต่ไม่ใช่ว่า เขาจะมาสั่งเรา
 ทุกอย่างอย่างเดียว เราต้องปรึกษากันด้วย คือ ไม่ใช่ว่า เขาบอกอย่างนี้แล้วเราจะไม่มี
 ความเห็นเลย เราก็มีการปรึกษากัน ตกลงกัน... หรือบางที เราก็อาจจะเอาเรื่องที่
 เราอยากทำไปให้เขาดู แต่ที่ต้องปรึกษา เพราะว่า ช่อง 7 เขาวางแผนของเขาอยู่ เขาทำเวลา
 ละคร 7 วัน ถ้าหากเราจะ ไปบอกว่า เราอยากทำเรื่องนั้นเรื่องนี้ บางทีมันเป็นไปได้
 เพราะใน 7 วัน เขาก็ต้องปรับวาง ว่า 2 วันนี้เป็นชีวิต 2 วันนี้เป็นพีเรียด 2 วันนี้เป็นวัยรุ่น
 ไม่ใช่ว่ามีวัยรุ่น 7 วันเลย ... แต่ในจุดใหญ่ ๆ แล้ว เราต้องทำตามผู้ว่าจ้าง เช่น ผู้ว่าจ้าง
 กำหนดมาว่า เรื่องนี้เอาเพียง 14 ตอนจบ เราต้องตาม ... เราต้องพยายามตัด จะเห็นว่า ละคร
 ช่อง 7 ของเราส่วนมากตอนจบจะจบอย่างกะทันหัน มันคือมาจากปัญหาดังกล่าว ...
 มันหลายเรื่อง มันเรื่องเกี่ยวกับการขายโฆษณาที่เขาขายล่วงหน้าไปแล้วด้วย ... แต่ทุกอย่าง
 ก็คือ เขาไม่ได้มาสั่งว่า จะต้องเอาเรื่องนี้ หรือจะต้องเอาคนนี้เป็นพระเอก แต่ว่ามันเป็น
 ลักษณะของการทำงานที่ว่า เขาเอามาให้เราเลือก เห็นพ้องต้องกัน ทุกคนเห็นด้วย ในเรื่อง
 ของดารา เราจะเป็นคนเสนอขึ้นไป แล้วจึงตกลงเลือกกัน แต่มันก็มีบ้างเหมือนกันที่ขอทำ
 เพื่อจะเอาคนนี้ ๆ ... (จิตรลดา กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

9.3 การสื่อสาร

ละครกันตนา มักจะผลิตออกมาในเชิงสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตออกมาในแนวละคร
 รูปแบบใดก็ตาม เพื่อที่จะสื่อสารให้กลุ่มผู้ชมละครกันตนาสามารถที่จะได้รับสาระ และข้อคิดที่มี
 ประโยชน์จากการเปิดรับชมละครกันตนาได้

ในส่วนของ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครกันตนา ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของทางสถานี
 โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ที่ให้ความช่วยเหลือในการ
 ประชาสัมพันธ์ละครกันตนาผ่านทางรายการข่าวบันเทิงประจำสถานี ส่วนทางบริษัทผู้ผลิตเองจะ
 ไม่ค่อยเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากมีความคิดเห็นว่า ละครกันตนาเป็นที่รู้จักของ
 ผู้ชมละครโทรทัศน์โดยทั่วไปอยู่แล้ว และในอีกส่วนหนึ่งอาจจะเนื่องมาจากนิสัยของผู้บริหาร
 ที่ค่อนข้างจะเก็บตัว "... คงเป็นด้วยนิสัยผู้บริหารด้วยที่ไม่ค่อยจะสังคมสังสรรค์ ... และอาจจะ
 เกี่ยวกับตราด้วย คือ มีความรู้สึกว่า อยู่ได้ด้วยตนเอง แท้จริง ๆ แล้ว มันไม่ใช่ความคิดที่ถูกต้อง..."
 (จิตรลดา กัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน ทางผู้ผลิตละครกันตนาเริ่มที่จะให้ความสำคัญในการส่งเสริม การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ละครของตน โดยการลงโฆษณาในสื่อป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Billboard) บริเวณทางด่วน และลงป้ายโฆษณาเคลื่อนที่หลังรถประจำทางอีกด้วย

9.4 พฤติกรรม

ละครกันตนาจะส่งเสริมการสร้างคารานักแสดงคนใหม่ ๆ ขึ้นมาประดับวงการ มาโดยตลอด เพื่อแก้ปัญหาในเรื่องของคิวดาราที่มีชื่อเสียงแล้ว และยังสามารถที่จะใช้งานนักแสดง คนใหม่ ๆ นั้นไปได้อีกนานด้วย "... มันเป็นเรื่องที่เราทำมาโดยตลอด เราชอบที่จะทำแบบนี้ เพราะ บางครั้งมันก็น่าเบื่อในเรื่องคิวของดารา ถ้าปีนั้นใหม่ เราก็ได้ใช้ไปอีกนาน ..." (จิตรลดา ภัลย์จาฤก, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครกันตนา จะเป็นละครเชิงสร้างสรรค์สังคม ซึ่งโดยเนื้อหาของละครแล้ว จะต้อง นำเสนอข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และเป็นสาระกับผู้ชมละครกันตนาบ้างไม่มากก็น้อย และมักที่จะ ส่งเสริมการสร้างคารานักแสดงหน้าใหม่ ๆ ขึ้นมาประดับวงการบันเทิงอีกด้วย

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครกันตนา จะออกมาในเชิงสร้างสรรค์เช่นเดียวกับแนวความคิดหลัก นั่นคือ จะมีการเล่นลูกเล่นในการนำเสนอในช่วงไตเติลเปิดละครกันตนา นั่นคือ จะเป็นภาพ เคลื่อนไหวของวงน้ำ และคลื่นน้ำ ประกอบกับการตกลงมาของดวงดาวบนผืนน้ำ จนกระทั่งเกิด เป็นคำว่า "กันตนา" ในภาษาไทยอยู่บนสายน้ำดังกล่าว

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครกันตนา จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) เนื่องจาก ละครกันตนาทุกเรื่อง ไม่ว่าจะผลิตออกมาในรูปแบบแนวละครในแนวใด ก็ตาม จะได้รับการนำเสนอออกไปในนามของบริษัทกันตนา วิดีโอ โปรดัคชั่น จำกัด เพียงชื่อเดียว เท่านั้น

10. ละครอัครมีเดีย

"ละครอัครมีเดีย" หรือ "ละครอัคร" เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในช่วงเวลาบ่ายของวันอาทิตย์ ในอดีต ละครอัคร ผลิตออกอากาศในนามบริษัทอัครเสรี โปรดัคชั่น จำกัด บริหารงานโดยคุณกิติ อัครเสรี และคุณกนกวรรณ ด้านอุดม และเมื่อประมาณ 2 ปีที่ผ่านมา ได้ร่วมหุ้นกับบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ (มหาชน) จำกัด ผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศในนามบริษัทอัครมีเดีย จำกัด "... เพื่อให้เป็นสากล เพราะว่าเราร่วมกับมีเดีย ออฟ มีเดียส์ เราจึงเอาคำว่า 'อัคร' คำหนึ่ง และ 'มีเดีย' อีกคำหนึ่ง มันจะได้เป็นสากลด้วย ... เราเป็นบริษัทที่เข้าเวลาทำละคร และมอบให้มีเดีย ออฟ มีเดียส์ ขยายโฆษณา หามาโฆษณาไปขาย..." (กนกวรรณ ด้านอุดม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

10.1 ผลกระทบ

ละครอัครมีเดีย จะผลิตออกมาเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายระดับล่าง และระดับกลาง ดังนั้น แนวละครอัครมีเดีย จะเป็นแนวตลาดหลากหลายแนว มีโครงเรื่องที่ง่ายต่อการเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย แนวเรื่องที่จะผลิตออกมา จะได้รับการพิจารณาไม่ให้ซ้ำแนวกันในละครเรื่องนี้ออกอากาศติดต่อกัน

... ละครของเราโดยมากจะเป็นละครที่ติดดิน เราจะดูช่วงเวลา ช่วงเวลาของเราในละครช่อง 9 ช่วงบ่ายโมง เราทำละครระดับสูงไม่ได้เลย จะไม่มีคนดู ไม่ประสบความสำเร็จ ความนิยมจะตกทันที เคยลองทำมาแล้ว เพราะฉะนั้น ต้องทำละครติดดินที่ชาวบ้านดูรู้เรื่อง ส่วนละครช่อง 5 ก็จะต้องขึ้นมาเล็กน้อย ... เรายึดตลาดล่าง ตลาดกลางอยู่แล้ว ... เราทำได้ทุกแนว ละครตลาดล่าง ละครผี ละครตลก ละครบู๊ เพียงแต่เราจะดูว่า เรื่องที่แล้วเป็นประเภทไหน เราก็ควรจะหาเรื่องกันด้วยความไม่ให้ซ้ำ จะให้เปลี่ยนแนวไปเรื่อย ๆ แต่ไม่ทิ้งตลาด... (กนกวรรณ ด้านอุดม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

นอกจากนี้แล้ว ในปัจจุบัน ละครอัครมีเดียยังพยายามที่จะสอดแทรกสาระประโยชน์ลงไป ในละคร เพื่อให้ผู้ชมได้รับความสนุกสนาน พร้อมทั้งข้อคิดจากละครด้วย

... ละครของเราส่วนมาก เราจะแทรกสิ่งที่ให้ประโยชน์ต่อสังคมด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในระยะหลัง คือ นอกจากจะได้รับความสนุกสนานแล้ว ยังได้ประโยชน์ ได้รู้ว่า การที่เราทำไม่ดี มันควรจะแก้อย่างไร ละครสมัยก่อนจะเป็นละครน้ำเน่า อิจฉาริยา กัน แต่ในปัจจุบัน เราก็จะแทรกว่า คนทำดีจะได้ผลตอบแทนอย่างไร แล้วถ้าคนทำไม่ดี จะได้ผลตอบแทนอย่างไร ... เท่าที่เราจะแทรกเข้าไปได้ให้มันเหมาะสม... (กนกวรรณ คำานอุดม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

10.2 สภาวะแวดล้อม

ละครอัครมีเดีย ออกอากาศในช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ประจำวันพุธ-พฤหัสบดี โดยผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะของผู้เช่าเวลาสถานี และทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จะอยู่ในฐานะที่เป็นผู้ให้เช่าเวลา ภารกิจดี บริษัทผู้ผลิตจำเป็นต้องส่งเรื่องย่อให้ทางสถานีพิจารณาก่อนการผลิต "... ช่อง 5 จะดูเนื้อเรื่อง เราจะต้องส่งเรื่องย่อให้กับช่อง เขาก็จะพิจารณาว่า มันผิดศีลธรรม ผิดวัฒนธรรมหรือไม่ ถ้ามันผิด ก็จะมีการดึงมาว่าให้แก้ไขตรงนี้ตรงนั้น..." (กนกวรรณ คำานอุดม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

10.3 การสื่อสาร

ละครอัครมีเดีย จะเป็นละครที่สื่อสารไปสู่กลุ่มคนระดับล่าง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของละคร ดังนั้น เนื้อเรื่อง และภาษาที่ใช้สื่อสารกันในละครอัครมีเดีย จำเป็นที่จะต้องไม่สลับซับซ้อน และใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครอัครมีเดีย จะเป็นหน้าที่ของทางบริษัทผู้ผลิต ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ละคร โทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ตามสื่อต่าง ๆ ด้วยตัวเอง "... เราทำเองหมดทุกอย่าง ช่องมีหน้าที่ให้เช่าเวลาอย่างเดียว..." (กนกวรรณ คำานอุดม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

10.4 พฤติกรรม

เป็นที่น่าสังเกตว่า ละครอัครมีเดียมักจะมีการสร้างดารานักแสดงหน้าใหม่ขึ้นมาประดับในวงการละครโทรทัศน์ เพื่อทดแทนนักแสดงเก่า ๆ ที่หมดอายุไป สิ่งนี้ถือเป็นนโยบายที่สำคัญของบริษัทผู้ผลิต จนถึงกับมีคำริที่จะเปิด โรงเรียนสอนการแสดงในอนาคต "... สำคัญอันดับหนึ่งเลย เพราะว่าเราต้องการสร้างนักแสดงใหม่ ๆ ขึ้นมาเสริม เพื่อทดแทนนักแสดงเก่า ๆ แต่เรายังไม่มีเวลาสร้างนัก เคยคิดจะเปิดโรงเรียนการแสดงหลายครั้ง แต่มันไม่มีเวลา แต่ก็คาดว่าจะทำ... "

(กนกวรรณ ด่านอุดม, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2540)

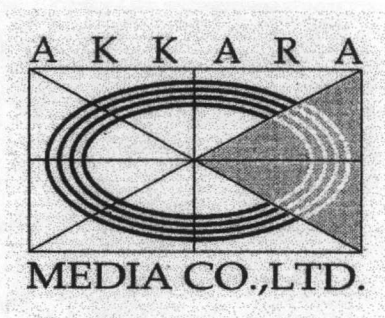
แนวความคิดหลัก

ละครอัครมีเดีย จะเน้นไปที่เนื้อเรื่องที่มีโครงเรื่องเป็นที่เข้าใจได้ง่าย เพื่อตอบสนองของกลุ่มคนระดับล่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของละครอัครมีเดีย อย่างไรก็ตาม ละครอัครมีเดียในปัจจุบัน พยายามที่จะสอดแทรกสาระ เพื่อให้ข้อคิดให้กับผู้ชมละครบ้างไม่มากก็น้อย

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครอัครมีเดีย ได้แก่ การนำเสนอออกมาในรูปแบบของโลโก้ของบริษัทอัครมีเดีย จำกัด ซึ่งทางบริษัทได้ให้ผู้รู้เป็นผู้ออกแบบให้มีทางเข้าของเงิน และงาน สัญลักษณ์ดังกล่าวจะมีการนำเสนอในช่วงของไตเติลเปิด และปิดรายการละครอัครมีเดีย มีลักษณะและสีดังภาพที่ 4 นอกจากนี้ ละครอัครมีเดียยังมีการนำเสนอสโลแกนกำกับทุกครั้งในช่วงไตเติลปิดของรายการละครอัครมีเดีย นั่นคือ "เราไม่กล้าทำให้ใครผิดหวัง"

ภาพที่ 4 ภาพแสดงโลโก้ของละครอัครมีเดีย



ที่มา : บริษัทอัครมีเดีย จำกัด

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครอัครมีเดีย จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์ (Monolithic) เนื่องจากละครอัครมีเดียทุกเรื่อง จะได้รับการนำเสนอออกสู่กลุ่มผู้ชมในนามของบริษัทอัครมีเดีย จำกัด เพียงชื่อเดียวเท่านั้น

11. ละครเอ็กแซ็กท์

ละครเอ็กแซ็กท์ เป็นละครที่ผลิตในนามบริษัทเอ็กแซ็กท์ จำกัด บริษัทในเครือบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด บริหารงานโดยคุณถกลเกียรติ วีรวรรณ ถือกำเนิดขึ้นเมื่อประมาณปลายปีพ.ศ. 2534 เพื่อผลิต และพัฒนารายการละครโทรทัศน์ด้วยมาตรฐานการผลิตที่สูง และดารายอดนิยมที่มากด้วยฝีมือทางการแสดง ในปัจจุบัน ละครเอ็กแซ็กท์ส่วนใหญ่จะเป็นละครแนวซิตคอม (Situation Comedy) ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ "สามหนุ่มสามมุม" และ "รวมพลคนน่าใช้" และออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เรื่อง "พี่ชายที่แสนดี" นอกจากนี้ เอ็กแซ็กท์ยังมีละครเรื่องยาว ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำอีกด้วย

11.1 ผลิตภัณฑ์

ละครเอ็กแซ็กท์จะมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ด้วยแนวละคร และด้วยวิธีการผลิตที่แตกต่างจากบริษัทผู้ผลิตรายอื่น ๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีการศึกษา

... กลุ่มเป้าหมายของเราตอนนี้ค่อนข้างชัดว่า เป็นกลุ่มของนักศึกษา เป็นกลุ่มของคนทำงาน เป็นกลุ่มของคนในระดับค่อนข้างจะมีการศึกษา ... เพราะฉะนั้น แนวละครของเราก็คือทำขึ้นเพื่อกลุ่มนี้โดยเฉพาะ ถ้าเป็นโรแมนติก ก็จะไม่หวานเยิน ถึงขนาดว่า วนอยู่ในวังวนแต่จะมีอะไรที่มันออกไปทางมีกลิ่นเทศบ้าง มีกลิ่นของเมืองนอกบ้างพอสมควร ถ้าเป็นละครที่เกี่ยวกับแนวอื่น แนวชีวิต เราก็จะมีบุคลิกที่เฉพาะ คือ ไม่โหดเหี้ยม ร้องไห้รันทด มันจะไม่ชีวิตขนาดนั้น จะมีระดับของมันอย่างหนึ่ง และในส่วนของการผลิตที่แตกต่างก็คือ เราค่อนข้างจะลงทุนในส่วนของรายละเอียดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความสมจริงสมจังของฉาก แสง สี พวกนี้ เราค่อนข้างที่จะละเอียดกับมันมาก... (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

แนวของละครเอ็กแซ็กท์ พยายามที่จะให้มีหลากหลายแนว แต่ส่วนใหญ่จะเป็นแนวตลกโรแมนติก (Romantic Comedy) และแนวละครที่ประสบความสำเร็จมากของละครเอ็กแซ็กท์คือ แนวชีวิต

... เราพยายามที่จะให้มีหลากหลาย พยายามไม่ให้มันรู้สึกว่าเป็นแนวเดียว แนวที่เป็นเอ็กแซ็กท์ตอนนี้ ก็คือ ตลกโรแมนติก แต่ที่มีชื่อเสียง มันจะออกเป็นแนวชีวิต เช่น "อยากหยุดตะวัน" "ทอฝันกับมาวิน" แต่ในความเป็นจริงแล้ว แนวของเอ็กแซ็กท์ค่อนข้างที่จะหลากหลาย แต่ในช่วงปีนี้ มันค่อนข้างจะเป็นตลกโรแมนติกหลายเรื่อง และบังเอิญว่าคุณจัดไม่ทำ ไม่เช่นนั้นแล้ว คุณจัดก็จะทำให้ละครของเราค่อนข้างที่จะฉีกแนว เช่น "บัลลังก์เมฆ" คือ กราฟของแนวละครออกจะขึ้น ๆ ลง ๆ ตลอด หลากหลายนะ... (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

ละครเอ็กแซ็กท์ส่วนใหญ่จะสร้างมาจากเรื่องที่ตั้งใจขึ้นเอง สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากไม่สามารถที่จะซื้อบทประพันธ์ได้ทัน อย่างไรก็ตาม ละครเอ็กแซ็กท์ก็ยังมีสร้างจากบทประพันธ์บ้าง และมีแนวโน้มที่จะผลิตละครจากบทประพันธ์มากขึ้น

... ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่คิดพล็อตเรื่องขึ้นเอง เพราะว่าแย่งซื้อบทประพันธ์กันไม่ทันจริง ๆ แล้ว ได้มีการริเริ่มที่จะทำตรงนี้เหมือนกันว่า จะมีฝ่ายที่จะดูแลทางด้านบทประพันธ์ แต่ด้วยความที่เราจะไม่ได้เริ่มตรงนี้ตั้งแต่ต้น เราก็เลยค่อนข้างช้ากว่าคนอื่น ... แต่เราไม่ได้ไปกำหนดว่า มันจะต้องเป็นลักษณะเฉพาะของเอ็กแซ็กท์ เราสามารถเอาบทประพันธ์มาได้ แต่ความแตกต่างตรงนี้ก็คงจะทำให้มันชัดขึ้นด้วย... (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

ละครเอ็กแซ็กท์ ค่อนข้างที่จะให้ความพิถีพิถันในการดำเนินเรื่อง ซึ่งถึงแม้ว่าละครเอ็กแซ็กท์จะเป็นละครตลาด แต่ก็ยังเป็นละครตลาดที่ค่อนข้างมีเหตุมีผลในการดำเนินเรื่องราว

... คุณถกเถียงเคยบอกว่ามีคนพูดว่า ละครเอ็กแซ็กท์ไม่ใช่ละครตลาด แต่เขาจะเถียงเสมอว่า มันเป็นละครตลาด แต่มันเป็นตลาดอีกแบบหนึ่ง มันจะไม่ใช่ตลาดสด มันอาจจะไปซูเปอร์มาร์เก็ต หรือมันอาจจะไปเป็นตัวแทนที่จับจ่ายซื้อสินค้า คือมีแนวของตลาด แต่เป็นมุมมองที่สะอาดกว่า คุณมีอารมณ์มากกว่า เช่น จากตบ ... ถ้าให้เอ็กแซ็กท์ทำ มันก็จะต้องมีต้นเหตุมีปลายเหตุที่มีอารมณ์สมควรที่จะตบ คือเราก่อนข้างพิถีพิถันกับการดำเนินเรื่อง มีเรื่องราวที่พอจะทำให้อารมณ์ตรงนั้นมันไปถึงวิถีทางที่จะต้องตบจริง ๆ ... (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

ละครเอ็กแซ็กท์ส่วนใหญ่จะนำศิลปินเพลงจากบริษัทแกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มาเป็นนักแสดงนำของเรื่อง อย่างไรก็ตาม ละครเอ็กแซ็กท์ค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญ และพิถีพิถันกับการคัดเลือกนักแสดงที่จะต้องเหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับด้วย

... ถ้าถามว่า การที่เอ็กแซ็กท์ไปเอานักร้องในศิลปินจากแกรมมี่มาเป็นดารา มีเหตุผลของการเกื้อกูลกันระหว่างบริษัทแม่กับบริษัทลูกหรือไม่ ต้องบอกว่ามี แต่การเกื้อกูลกันนั้นก็ดูว่า ศิลปินคนนั้นมีบุคลิกเหมาะกับบทหรือไม่ ถ้าไม่เหมาะ มันขัดแย้งกันมาก เราก็ไม่เอา คือ ให้ความช่วยเหลือกัน แต่ความเป็นมาตรฐานของเอ็กแซ็กท์ก็ต้องรักษาไว้ด้วย ... ไม่ได้เป็นสัญญาว่า ทุกครั้งที่เอ็กแซ็กท์จัดละคร ต้องเอาศิลปินแกรมมี่มาเล่น... (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

11.2 สภาวะแวดล้อม

ละครเอ็กเช็กต์ที่เป็นเรื่องยาว ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในช่วงเวลา ก่อนข่าวภาคค่ำ ประจำวันศุกร์-อาทิตย์ ทางผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะเป็นผู้เช่าเวลาของทางสถานี และ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จะอยู่ในฐานะของผู้ให้เช่าเวลา และทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติ เรื่องก่อนการผลิต "... ทุกครั้งที่เราจะทำละครเรื่องหนึ่ง โครงการทั้งหมดจะต้องผ่านไปให้ทาง สถานีอนุมัติก่อน ... เหมือนกับให้เช่าพิจารณาเพียงแต่ว่า เรื่องราวไม่น่าเกลียด แล้วก็ไม่มีฉากอะไร ที่โป๊เปลือย ก็จะเป็นที่ตกลง เขาก็จะผ่านเรื่องมาให้ แล้วเราก็ผลิตได้..." (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

11.3 การสื่อสาร

ละครเอ็กเช็กต์ เป็นละครตลาดที่มีความพิถีพิถันในการดำเนินเรื่อง และจะมีความ สมเหตุสมผลในการดำเนินเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นละครในรูปแบบใดก็ตาม เพื่อสื่อสารไปยัง กลุ่มเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ค่อนข้างมีการศึกษา

ในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครเอ็กเช็กต์ จะเป็นหน้าที่ของทางบริษัท ผู้ผลิตเองที่จะประชาสัมพันธ์ละครของตนเอง ผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งเท่าที่ผ่านมา การ ประชาสัมพันธ์ละครเอ็กเช็กต์นั้น จะให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ละครของตนในนาม ของบริษัทผู้ผลิต

... เมื่อก่อนเน้น คือ สร้างลักษณะเฉพาะของตัวเอ็กเช็กต์ขึ้นมา ข่าวที่ออกมาจะต้อง มีเอ็กเช็กต์ คือ จะต้องพยายามย้าว่า มีบริษัทนี้ขึ้นมาแล้ว ผลิตละคร ลักษณะนี้ เพื่อให้ คนได้ผ่านหูผ่านตา เพราะเมื่อก่อน คนยังไม่รู้จักเอ็กเช็กต์ แต่เมื่อมันเริ่มชัดขึ้น ในส่วน ของละครแต่ละเรื่อง เราอาจจะมึเพียงในช่วงต้นว่า มันเป็นของเอ็กเช็กต์ แล้วหลังจากนั้น ก็คือปล่อยแล้ว... (สราญภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

11.4 พฤติกรรม

ในส่วนของการปราศจากละครเอ็กเซ็กต์ ปัจจุบันมีเพียง 1 คนเท่านั้น คือ คุณเกริกพล มัสยวานิช เนื่องจากนอกจากจะเป็นดารานักแสดงของเอ็กเซ็กต์แล้ว คุณเกริกพลยังเป็นนักร้องให้กับบริษัทเอ็กเซ็กต์อีกด้วย จึงจำเป็นที่จะต้องทำสัญญาเพื่อป้องกันผลกระทบในเรื่องของภาพพจน์ด้วยเหตุผลดังกล่าว ในอนาคต เอ็กเซ็กต์อาจจะมีโครงการเซ็นสัญญาดาราในสังกัดต่อไป

... ในอนาคต เอ็กเซ็กต์คงจะต้องเปลี่ยนระบบพอสมควร อาจจะต้องมีสัญญาเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะในปัจจุบัน ธุรกิจมันมากขึ้น หลายอย่างที่เราไม่คิดว่า มันจะมีผลกระทบ มันก็อาจจะมีผลกระทบ ดังนั้น เราอาจจะต้องมีสัญญาขึ้นมา ... บางครั้ง การเอานักแสดงหน้าใหม่มาป็น เราก็อยากให้เขามีพัฒนาการ มีลำดับของการเจริญเติบโตพอสมควร แต่บางครั้ง ถ้าสมมติว่า เขาเล่นบทนี้กับเรา ได้ภาพลักษณ์ที่ดีอยู่ แล้วเขาเกิดไปทำอะไร ซึ่งมันไปกลบภาพตรงนั้น ก็ทำให้ลำดับต่อไปที่เราจะป็นเขาเสียไปด้วย เราก็ควรจะมียุทธศาสตร์นี้ขึ้นมา แต่อย่างไม่มีนะตอนนี้ ... (สรายุภัทร หอมสุวรรณ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2540)

แนวความคิดหลัก

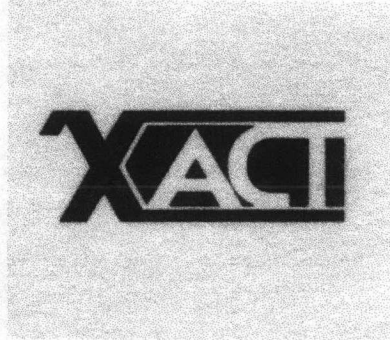
ละครเอ็กเซ็กต์ เป็นละครตลาดที่มีลักษณะเฉพาะตัว ค่อนข้างที่จะมีเหตุผลในการดำเนินเรื่องราว และให้ความสำคัญอย่างมากกับการคัดเลือกนักแสดงที่จะต้องสามารถสวมบุคลิกไปตามตัวละครในเรื่องได้

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครเอ็กเซ็กต์ มีเพียงอย่างเดียวที่เห็นชัดที่สุด คือ การนำเสนอออกมาในรูปของโลโก้ที่เป็นตัวภาษาอังกฤษเขียนคำว่า "XACT" ดังภาพที่ 5 ซึ่งมีความหมายแบ่งแยกออกได้เป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ 'X' กับ ACT ซึ่ง 'X' จะเปรียบเสมือนตัวแปรในวิชาพีชคณิต ส่วน ACT หมายถึง การแสดง ดังนั้น 'XACT' จึงหมายถึง การแสดงที่สามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตามสถานการณ์ ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปอย่างไร

โดยปกติแล้ว สีของโลโก้ที่นำเสนอออกอากาศในช่วงของไตเติลเปิด และปิดละคร
เอ็กซ์แฉีก์นั้น จะมีพื้น และตัวอักษร 'X' เป็นสีดำ แต่ในบางโอกาส สีดำอาจจะกลายเป็นสีอื่น ๆ
เช่น บนหัวกระดาษเขียนจดหมาย จะกลายเป็นสีน้ำเงิน หรือในนามบัตร จะกลายเป็นสีทอง
แต่ในส่วนตัวอักษร ACT นั้นจะเป็นสีขาวคงที่ในทุกโอกาส

ภาพที่ 5 ภาพแสดงโลโก้ของละครเอ็กซ์แฉีก์



ที่มา : บริษัทเอ็กซ์แฉีก์ จำกัด

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครเอ็กซ์แฉีก์ จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของลักษณะที่เป็นเอกพันธ์
(Monolithic) เนื่องจาก ละครเอ็กซ์แฉีก์ทุกเรื่อง ไม่ว่าจะผลิตออกมาในรูปแบบแนวละครในแนวใด
ก็ตาม จะได้รับการนำเสนอในนามของบริษัทเอ็กซ์แฉีก์ จำกัด เพียงชื่อเดียวเท่านั้น

12. ละครดาราวิดีโอ

ละครดาราวิดีโอ เป็นละครโทรทัศน์ที่ผลิตออกมาในนามบริษัทดาราวิดีโอ จำกัด บริหารงานโดยคุณไพรัช สังวริบุตร ผู้ก่อตั้งบริษัทเมื่อประมาณกว่า 35 ปีที่ผ่านมา เริ่มแรกได้ผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ตั้งแต่ยุคแรก ในนามบริษัทสยามฟิล์ม ภายหลังได้เปลี่ยนเป็นบริษัทดาราฟิล์ม จนในที่สุด ได้เป็นที่รู้จักของผู้ชมละครโทรทัศน์ทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชมละครจักร ๆ วงศ์ ๆ ในนามของละครดาราวิดีโอ ซึ่งอยู่ในรูปของนามบริษัท ซึ่งแตกต่างจากละครของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งมักจะเป็นที่รู้จักกันในนามของผู้ผลิต"... ของเรามันเป็นรูปบริษัท ช่อง 7 จ้างเป็นรูปบริษัท แต่ช่อง 3 เขาก็ยังมีเป็นรูปบริษัท แต่คนติดปากกันว่า เจ้าโน้นเจ้านี้ เพราะว่ามีหลายเจ้า ช่อง 7 มีแต่กันตนา กับดารา..." (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

12.1 ผลិតภัณฑ์

ละครดาราวิดีโอ ก่อนข้างจะเป็นแนวละครที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระดับล่าง และระดับกลาง เพราะฉะนั้น โครงเรื่องจะไม่สลับซับซ้อน เข้าใจง่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก่อนข้างจะเป็นตลาดมวลชน

... จากดั้งเดิม ละครจักรวงศ์เป็นละครที่เอานิยายปรัมปราผลิต ปัจจุบันนี้ไม่ได้ทำกลางคืนแล้ว แต่แนวอันนั้นยังเป็นแนวซึ่งคุณไพรัชวางเอาไว้คร่าว ๆ คือ แนวที่จับตลาดล่างถึงกลาง ในระยะหลัง ก็ได้มีการทำละครสร้างสรรค์ ทำอะไรสำหรับคนอีกรุ่นหนึ่งขึ้นมา ... แต่โดยหลักแล้ว โดยเฉพาะช่อง 7 ละครจะเป็นมหาชนมากกว่า คือ การดูโครงสร้างของเรื่องจะง่าย ๆ อย่าให้มันวุ่นมาก เพราะเราคำนึงถึงประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเป็นหลักรวมทั้งลักษณะเงินที่เข้ามาด้วย สินค้าของช่อง 7 หรือช่องอื่น ๆ ก็คงจะคล้าย ๆ กัน คือ เป็นลักษณะของผลิตภัณฑ์มวลชน พวกสินค้าที่ใช้แล้วหมดไป ... เพราะฉะนั้น ตรงนั้นเขาคิดต่อประชากรอยู่แล้ว เป็นค่าความนิยมโฆษณาออกมาก็จะคิดต่อหัวของประชากรหารออกมา เพราะฉะนั้น โดยหลักทั่ว ๆ ไป ละครมันน่าจะเป็นผลิตภัณฑ์มวลชนมากกว่า ผลิตภัณฑ์มวลชนก็ต้องคำนึงถึงคนระดับที่ต่ำที่สุด ไปเอาคนระดับสูงแล้วระดับต่างดูไม่รู้เรื่องก็ไม่ได้... (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

ละครดาราวิดีโอ ส่วนใหญ่มักจะผลิตจากบทประพันธ์ แต่ในอนาคต อาจจะมีการผลิตจากเรื่องที่ตั้งขึ้นใหม่เองมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยในเรื่องของการขาดแคลนบทประพันธ์

... การคิดพล็อตเรื่องขึ้นเองยังมีไม่มาก แต่ต่อไปคงจะมีมากขึ้น เพราะในปัจจุบันเค้าโครงเรื่องมีน้อยลง และผู้เขียนก็ถูกจองตัวโดยช่อง และบริษัทผลิตละครที่มีเป็นจำนวนมาก เพราะฉะนั้น แนวโน้มก็คงจะเป็นลักษณะของการคิดพล็อตขึ้นเองมากขึ้น สิ่งเหล่านี้มันเป็นไปตามวงจรธุรกิจ สมัยก่อน โทรทัศน์มาก ผู้ผลิตน้อย ก็สามารถเลือกซื้อได้ แต่ปัจจุบันคนเขียนเรื่องที่มีความสามารถ จะถูกจองตัวกันล่วงหน้า ... (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

12.2 สภาวะแวดล้อม

ละครดาราวิดีโอ ออกอากาศในช่วงเวลาหลังข่าว ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ประจำวันจันทร์-อังคาร และประจำวันศุกร์-อาทิตย์ ซึ่งทางผู้ผลิตจะอยู่ในฐานะของผู้รับจ้างผลิต ละครโทรทัศน์หลังข่าวให้กับทางสถานี และทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 จะอยู่ในฐานะของผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีอำนาจในการสั่งการ และกำหนดนโยบายต่าง ๆ ของละคร แต่ในทางปฏิบัติ จะมีการพูดคุยตกลงกันระหว่างผู้ว่าจ้าง และบริษัทผู้ผลิตละครในฐานะผู้รับจ้าง

... ช่อง 7 เป็นเจ้าของกิจการ เป็นเจ้าของสถานี และเป็นผู้ว่าจ้าง ดาราวิดีโอเป็นผู้รับจ้าง เพราะฉะนั้น ผู้ว่าจ้างสามารถสั่งได้ทุกอย่าง ... แต่ในความเป็นจริง เขาก็ไม่ได้สั่ง จะมีการประชุมระดมสมองกัน ผู้ร่วมประชุมจะมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านเรื่อง คุณแดงจะเป็นนักการตลาด ของเราก็จะมีในด้านการผลิต จะใช้วิธีเป็นระดมสมองกัน ไม่ได้สั่งกันลงมา แต่ตามหลักแล้ว เขาสั่งได้ เพราะเขาเป็นผู้ว่าจ้าง เราเป็นผู้รับจ้าง ... เพราะละครกลางคืนเป็นละครที่สถานีจ้าง ทั้งดาราวิดีโอ และกันตนา ได้ค่าตอน ไม่ใช่ละครที่หาผู้อุปถัมภ์รายการเองที่เราสามารถที่จะตัดสินใจเองได้หมด ตรงนี้เป็นละครที่เขาจ้าง เพราะฉะนั้น เขาสั่งได้ บางอย่างเขาก็สั่ง แต่ส่วนใหญ่เขาไม่สั่ง ... คือ ทุกเรื่องจะมีเหตุผลมาหักล้างกัน ไม่ได้มีเผด็จการอะไร... (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

แนวของละครดาราวิดีโอที่ออกอากาศประจำวันจันทร์-อังคาร จะแตกต่างจากแนวของละครที่ออกอากาศประจำวันศุกร์-อาทิตย์ ซึ่งทางผู้บริหารของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 จะเป็นผู้กำหนดแนวการตลาตมาให้ โดยแนวละครดาราวิดีโอประจำวันศุกร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่จะเป็นละครแนวรัก โรแมนติก ส่วนแนวละครดาราวิดีโอประจำวันจันทร์-อังคาร จะเป็นแนวที่หลากหลายออกไป "... สุกรี เสาร์ อาทิตย์ จะเป็นละครรัก จันทร์ อังคาร จะพ่วงเรื่องแปลก ๆ เข้ามาบ้าง ไม่ว่าจะเป็นละครสร้างสรรค์ ละครผี ละครตลก ละครที่หลากหลายออกไป แต่โดยหลักแล้ว คุณสุรางค์ ช่อง 7 จะเป็นผู้กำหนดเรื่องแนวการตลาตมาให้..." (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

12.3 การสื่อสาร

ละครดาราวิดีโอ มีวัตถุประสงค์ที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั่วไปที่เป็นตลาดมวลชนให้ได้มากที่สุด ดังนั้น โครงเรื่องของละครดาราวิดีโอจึงเป็นเรื่องที่ไม่สลับซับซ้อน สามารถเป็นที่เข้าใจได้ง่ายของคนทั่วไป

ในส่วนของ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครดาราวิดีโอ จะเป็นหน้าที่ร่วมกันระหว่าง สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 และบริษัทดาราวิดีโอ โดยทางฝ่ายสถานีจะช่วยเหลือในการลงโฆษณา และนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการ และวารสารของสถานี ส่วนทางบริษัทผู้ผลิตเองจะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ "... สถานีจะมีฝ่ายรายการ ฝ่ายข่าว ฝ่ายวารสาร ของเราก็จะมีการส่งข่าวหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ มันจะเป็นหน้าที่ร่วมกัน..." (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

12.4 พฤติกรรม

ผู้ผลิตละครดาราวิดีโอ ค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญกับการปลูกจิตสำนึกของคนไทยในเรื่องของความรักชาติ ดังนั้น ในช่วงปีที่ผ่านมา ละครดาราวิดีโอส่วนใหญ่จึงผลิตออกมาในแนวพีเรียด นำเสนอในเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติไทย เพื่อให้คนไทยมีจิตสำนึกในเรื่องนี้มากขึ้น

... ช่วงหลังจะมีละครพีเรียดมาก เพราะเริ่มจากปีกาญจนาภิเษกในปีที่ผ่านมา เราเริ่มจาก "สายโลหิต" "ญาติกา" "รัตน โกสินทร์" มันต่อเนื่องกันมา เพราะพอดีเป็นปีที่เราต้องการเฉลิมฉลองในหลวง ก็เลยมีละครที่เกี่ยวกับราชวงศ์ เกี่ยวกับรัตน โกสินทร์ เกี่ยวกับการรักชาติ ซึ่งเหมาะกับสมัยนี้ เพราะว่าคนไทยไม่ค่อยรักชาติแล้ว ทุกคนรักแต่ตัวเองกันทั้งนั้น ถ้ามีส่วนทำให้คนรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของชาติ มันก็ได้ประโยชน์โดยทางอ้อมอยู่แล้วสนุก รู้ประวัติศาสตร์ แล้วก็รักชาติด้วย ... ตรงนี้ก็อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่เราตั้งใจให้มันเป็นอย่างนั้น คนดูเขาจะ ได้รู้ว่า มันเป็นส่วนแผ่นดิน แล้วอยู่กันได้ทุกวันนี้ มันเพราะอะไร... (สยาม สังวริบุตร, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540)

แนวความคิดหลัก

ละครดราม่าวีดีโอ จะคำนึงถึงประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเป็นสำคัญ ดังนั้น ตลาดของละครดราม่าวีดีโอ จึงเป็นตลาดมวลชน โครงเรื่องของละครดราม่าวีดีโอ จึงเป็นเรื่องที่ง่ายต่อความเข้าใจของกลุ่มผู้ชม โดยทั่วไป

สัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของละครดราม่าวีดีโอ จะมีเพียงอย่างเดียว คือ โลโก้ของบริษัทดราม่าวีดีโอ จำกัด ซึ่งจะนำเสนอในช่วงไตเติลเปิด และปิดรายการละครดราม่าวีดีโอทางโทรทัศน์ ลักษณะสัญลักษณ์ของละครดราม่าวีดีโอ จะมีลักษณะเหมือนตัวอักษรพยัญชนะภาษาไทย "ด" ซึ่งโดยปกติ เมื่อนำเสนอในช่วงไตเติลนั้น จะเป็นสีขาว แต่ในบางโอกาส เช่น บนหัวกระดาษเขียนจดหมาย หรือบนซองจดหมาย ตัวโลโก้จะมี 3 สี ได้แก่ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน โดยมีชื่อดราม่าวีดีโอ ตัวอักษรสีดำกำกับอยู่ด้านล่างของโลโก้สัญลักษณ์ของละครดราม่าวีดีโอ ดังภาพที่ 6

ภาพที่ 6 ภาพแสดงโลโก้ของละครดาววิดีโอ



ที่มา : บริษัทดาววิดีโอ จำกัด

โครงสร้างของเอกลักษณ์

ละครดาววิดีโอ จะมีโครงสร้างของเอกลักษณ์ในรูปแบบของโมโนลิธิค (Monolithic) เนื่องจาก ละครดาววิดีโอทุกเรื่อง ไม่ว่าจะผลิตออกมาในรูปแบบแนวละครแนวใดก็ตาม จะนำเสนอในนามของบริษัทดาววิดีโอ จำกัด เพียงชื่อเดียวเท่านั้น

จากการวิเคราะห์เอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวทั้ง 12 ราย ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละตราสินค้า ต่างมีเอกลักษณ์ของตราสินค้าเป็นของตนเอง แตกต่างกันไปตามองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า อย่างไรก็ตาม เอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละราย ยังไม่มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product) นั้น ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว แต่ละตรา จะมีความแตกต่างกันในด้านของแนวละคร วิธีการนำเสนอ มุมมองในการนำเสนอ แนวในการคัดเลือกนักแสดง และวิธีการผลิต ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายของละครของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย ความถนัด ความชอบ และรสนิยมในการผลิตละครของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละราย

ทางด้านสภาวะแวดล้อม (Environment) นั้น ราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละตราสินค้า จะมีความแตกต่างกันในส่วนของสถานี และช่วงเวลาในการออกอากาศละครโทรทัศน์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย อันได้แก่ ช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำ และหลังข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และในช่วงเวลาหลังข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 นอกจากนี้ สถานภาพของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวทางสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี ยังมีความแตกต่างกันอีก นั่นคือ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 จะอยู่ในฐานะของผู้รับจ้างผลิตละครให้กับทางสถานี ซึ่งมักจะถูกจำกัดสิทธิในการนำเสนอละครซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่แท้จริงของราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจากทางสถานี อย่างไรก็ตาม ในส่วนของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จะอยู่ในฐานะของผู้เช่าเวลาสถานี สิทธิในการนำเสนอละครซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่แท้จริงของราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจึงมีมากกว่า

ในเรื่องของการสื่อสาร (Communication) ราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละตราสินค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ของตนแตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบธุรกิจ และการตระหนักถึงความสำคัญของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละราย อย่างไรก็ตาม ในส่วนของ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์นี้ มักจะได้รับความช่วยเหลือจากทางสถานีโทรทัศน์ที่ราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละรายได้ออกอากาศ โดยการนำเสนอโฆษณาละครผ่านทางสถานี และการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการข่าวบันเทิงประจำสถานี

นอกจากนี้ ในส่วนของพฤติกรรม (Behavior) จะเป็นส่วนของการปฏิบัติงาน หรือหลักการ ทำงานของราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละตราสินค้า ซึ่งจะเป็นส่วนสนับสนุนให้ ความเป็นเอกลักษณ์ของราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละตรานั้น แตกต่างกันอย่างชัดเจน ยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ในส่วนของพฤติกรรมนั้น ผู้ผลิตส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นในการปฏิบัติไปสู่กลุ่ม เป้าหมายภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับชมละครโทรทัศน์ หรือสถานีโทรทัศน์ แต่ในส่วนของ กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรนั้น ผู้ผลิตไม่ได้ให้ความสำคัญเลย ดังนั้น เอกลักษณ์ของราคาสินค้าจึง ไม่สามารถเกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเท่าที่ควร เนื่องจากคนในองค์กรยังไม่ได้ให้ความสำคัญตรงจุดนี้ แต่อย่างใด

บทบาทของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว

จากการศึกษาในส่วนของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว ผู้วิจัยได้พบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละตราสินค้าต่างมีเอกลักษณ์ของตราสินค้าเป็นของตนเอง ซึ่งจะมีความแตกต่างจากตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์รายอื่น ๆ ถึงแม้ว่าเอกลักษณ์ของตราสินค้าดังกล่าวไม่ได้มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดก็ตาม ดังนั้น สิ่งที่ผู้วิจัยได้ศึกษาต่อไปก็คือ ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวที่เกิดขึ้นนั้น มีบทบาทอย่างไรบ้างต่อผู้ชมละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ และผู้ประกอบการ

1. บทบาทของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวที่มีต่อผู้ชมละครโทรทัศน์

จากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกในกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผู้ที่ติดตามชมละครโทรทัศน์หลังข่าวอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกวัน หรือเกือบทุกวันในระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 7 ปีขึ้นไปจนถึงปัจจุบัน จำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน ผู้วิจัยได้พบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว ไม่ได้มีบทบาทต่อการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์แต่ประการใด กลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์หลังข่าวจะให้ความสำคัญกับการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ โดยพิจารณาดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบ หรือเป็นดารานักแสดงที่มีความสามารถในการแสดง และพิจารณาเนื้อเรื่องที่ตนเองสนใจ และให้ความสนุกสนาน เข้มข้นเป็นหลัก

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ดารานักแสดงกลับแสดงบทบาทหน้าที่ในการเป็นตราสินค้าให้กับบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว เนื่องจากผู้ชมละครโทรทัศน์จะติดตามชมละครโทรทัศน์หลังข่าวด้วยการติดตามดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบ หรือเป็นดารานักแสดงที่มีความสามารถในการแสดงเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ดี ผู้ชมละครโทรทัศน์บางรายได้มีความคิดเห็นว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์บางรายมีบทบาทในเรื่องเกี่ยวกับการรับประกันคุณภาพ เช่น จากการศึกษาพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์บางรายจะมีความเชื่อถือในคุณภาพของละครกันตนา เนื่องจากเป็นละครที่ได้รับความนิยม และประสบความสำเร็จอย่างมากมาตั้งแต่ครั้งที่เป็นละครวิทยุ นอกจากนี้ ผู้ชมละครโทรทัศน์บางรายยังให้ความเชื่อถือในคุณภาพของละครเอ็กแซ็กท์ และละครวราวุฒ โดยมองเห็นว่าตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์เหล่านี้ จะต้องผลิตละครที่ดี มีคุณภาพ ทำให้ได้รับความสนุกสนาน และได้รับอรรถรสจากการเปิดรับชม อันจะส่งผลสืบเนื่องให้ผู้ชมละครโทรทัศน์เหล่านั้นเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์นั้น ๆ ต่อไป ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจึงมีบทบาทในเรื่องเกี่ยวกับการเปิดรับชมซ้ำไปด้วย

จากการศึกษา ยังพบอีกว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวไม่ได้มีบทบาทต่อผู้ชมละครโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าแต่อย่างใด เนื่องจากไม่มีผู้ชมละครโทรทัศน์รายใดที่เปิดรับชมละครโทรทัศน์ของผู้ผลิตเพียงรายใดรายเดียวเลย พฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชมส่วนใหญ่จะเปิดรับชมละครโทรทัศน์หลังข่าวมากกว่า 1 เรื่องในช่วงเวลาเดียวกัน โดยจะเปิดรับชมเรื่องที่ตนเองสนใจมากกว่าเป็นหลัก และจะเปลี่ยนไปรับชมละครเรื่องอื่นทุกครั้งในระหว่างช่วงที่มีการโฆษณา

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้พบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวมีบทบาทต่อผู้ชมละครโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ เนื่องจากเมื่อผู้วิจัยได้ถามถึงภาพลักษณ์ของแต่ละตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว ผู้ชมละครโทรทัศน์จะสามารถบอกถึงแนวละคร หรือจุดเด่น หรือคाराในสังกัดของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์บางรายได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย ระยะเวลาของการเกิดตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละรายที่จะส่งเสริมให้ผู้ชมละครโทรทัศน์สามารถจดจำ และเกิดภาพลักษณ์ในตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์นั้น ๆ ได้

จะเห็นได้ว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจะมีบทบาทต่อผู้ชมละครโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับการรับประกันคุณภาพ การเปิดรับชมซ้ำ และการสร้างภาพลักษณ์ แต่จะไม่มีความเกี่ยวข้องกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าแต่อย่างใด

2. บทบาทของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวที่มีต่อสถานีโทรทัศน์

จากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกในกลุ่มตัวแทนของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และตัวแทนจากบริษัทผู้ผลิตที่รับจ้างผลิตละครหลังข่าวให้กับทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ไม่ว่าจะเป็นบริษัทคาราวิดีโอ จำกัด หรือบริษัทกันตนา วิดีโอโปรดักชั่น จำกัด ผู้วิจัยได้พบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวไม่ได้มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกผู้ผลิตละครโทรทัศน์ของทางสถานีโทรทัศน์เลยแม้แต่น้อย หากแต่ทางสถานีโทรทัศน์จะพิจารณาคัดเลือกผู้ผลิตละครโทรทัศน์ หรือขายเวลาให้กับผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยที่จะให้ความสำคัญกับความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย และพิจารณาผลงานที่ผ่านมาของผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสังเกตว่า ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มักจะเป็นผู้ที่เคยมีส่วนเกี่ยวข้องกับทางสถานีโทรทัศน์มาก่อน ไม่ว่าจะเป็นอดีตคาราวิดีโอในสังกัด หรืออดีตเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการของทางสถานี

จากการศึกษา ผู้วิจัยยังพบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจะมีบทบาทต่อสถานีในเรื่องเกี่ยวกับการเปิดรับตราซ้ำ นั่นคือ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หรือสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 จะว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์รายเดิมๆ เป็นประจำ จะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดในเรื่องที่ว่าบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จะมีหลายรายมากกว่าสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ที่มีเจ้าประจำอยู่เพียง 2 ราย คือ ละครกันตนา และละครคาราวิดีโอเท่านั้น นอกจากนี้ ในส่วนของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เปิดโอกาสให้บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ได้มาเช่าเวลานั้น ก็มีนโยบายในการเปิดรับตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวเจ้าประจำ เช่นเดียวกัน "... คือ จะมีนโยบายข้อหนึ่งที่ว่า เราพยายามที่จะดึงลูกค้าเก่าของเรา พยายามที่จะไม่ไปทำลาย เพราะถ้าหากว่า เราตัดเขาไป เราก็ไปหุบหม้อข้าวของเขาเหมือนกัน เพราะเขาก็จะไม่มีช่องทางที่จะออกอากาศ..." (อำนาจ ทองสุโชติ, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2540)

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาวิจัยพบว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวไม่ได้มีบทบาทแต่อย่างใดต่อผู้ชมละครโทรทัศน์ในเรื่องที่เกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หรือสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ที่เจ้าของบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับทางสถานีมากกว่า 1 บริษัท หรือแม้กระทั่งการให้เช่าเวลาของทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ก็ได้รับการพิจารณามากกว่า 1 บริษัท ทั้งนี้ มีสาเหตุเนื่องมาจากความต้องการความหลากหลายของมุมมองในการนำเสนอ และเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้พบอีกว่า ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจะมีบทบาทต่อสถานีโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์อีกด้วย สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจะมองเห็นภาพลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละรายได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในฐานะของเจ้าของงานที่ทำหน้าที่เป็นผู้ว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์แต่ละราย อันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 เนื่องจากทางสถานีโทรทัศน์จะต้องเป็นผู้วางนโยบายกว้าง ๆ ให้กับบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และจะต้องเป็นผู้มอบหมายงานในส่วนที่บริษัทผู้ผลิตละครรายนั้น ๆ ถนัด

ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ภาพลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวในทัศนะของคุณสมรักษ์ ณรงค์วิชัย หัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีดังต่อไปนี้

... คุณพิศาล จะมีวิธีการคิด วิธีกำกับอีกแบบหนึ่ง ซึ่งเราเห็นแล้วว่า ละครของเขา ถ้ามีตัวละครมากจะสนุก เพราะเขาเป็นคนที่แจ่มแจ้งบทได้เก่ง และสามารถที่จะควบคุมใครให้เป็นอย่างเขาได้ ... บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น เราก็มองว่า เป็นคนรุ่นใหม่ ไส ๆ เบา ๆ ละครขายความสนุกสนาน อาจจะไม่ต้องเข้มงวดกับตัวละครถึงกับต้องให้เป็นตัวละครตัวนั้น แต่ให้เขาเป็นตัวของตัวเอง ... ทิวสิน เลือกเรื่องที่ค่อนข้างแน่น ตัวละครต้องประชันบทบาทกัน จะเป็นละครชีวิตที่ค่อนข้างเข้มข้น ตัวละครแต่ละตัวต้องมีความสำคัญ ... ยูม่า จะเป็นละครที่ค่อนข้างจะแปลกใหม่ ถ้าเป็นนวนิยายที่คนเขียนก็เป็นนวนิยายที่คนไม่กล้าทำ ... เขาจะลองของแปลก ๆ แล้วเขาก็ไม่สนใจเลยที่จะทำบทละครเมียน้อยเมียหลวงชิงรักหักสวาท ความขัดแย้งเหล่านี้ มันง่ายเกินไป มันตื่นไป ความขัดแย้งของเขาจะเป็นอีกแบบหนึ่ง คือ เขาค่อนข้างวิจารณ์สังคม เสียดสีสังคม ... ละครวราวุฒ องศ์ประกอบค่อนข้างดี ไม่ว่าจะเป็สถานที่ถ่ายทำ เครื่องแต่งกาย แล้วเขาจะคิดมาก แต่ทำได้อย่างที่เขาฝัน ... เขาจะจุกจิกไปหมด ของที่ตั้งอยู่ในฉาก คือของที่เขาตั้งใจทั้งหมด ... ละครคุณจิม ละครคุณก้อย และละครคุณดา จะชีวิตคล้าย ๆ กัน แต่วิธีการเล่าเรื่องของคุณจิมจะเจ็บแสบกว่า รูปแบบก็จะไม่ค่อยเหมือนกัน ... คุณดาชอบทำอะไรเบา ๆ ทำละครตลก ละครกึ่งกึ่ง คือ เขาจะไม่ค่อยเป็นรูปแบบของการเอาจริงเอาจัง ... คุณก้อยจะเป็นนิยายลักษณะที่ว่า ลงหนังสือดาราภาพยนตร์ เป็นนิยายค่อนข้างระดับต่ำลงมา ที่เราให้เขาทำตรงนั้น เพราะเราเห็นว่า นิยายตรงนี้มีหลากหลาย คือ เขาจะเอานิยายหลาย ๆ เรื่องจับต้นชนปลายผสม รวมรสกันดี ทำให้ดูแตกต่างจากคนอื่น ... (สมรักษ์ ณรงค์วิชัย, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2540)

จะเห็นได้ว่า ราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว จะมีบทบาทต่อสถานีโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับการเปิดรับตราซ้ำ และการสร้างภาพลักษณ์ของราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่ละราย

3. บทบาทของราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวที่มีผลต่อผู้ประกอบการ

จากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกในกลุ่มผู้ประกอบการ โดยเลือกเฉพาะตัวแทนจากบริษัทเจ้าของสินค้า และตัวแทนจากบริษัทตัวแทนโฆษณา จำนวนทั้งสิ้น 10 ท่าน ผู้วิจัยได้พบว่า ราคาสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสนับสนุน โดยการลงโฆษณาในรายการละครของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวแต่อย่างใด หากแต่ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงความนิยม (Rating) ของรายการละครเรื่องต่าง ๆ เป็นหลัก เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ากับจำนวนเงินมหาศาลที่ได้เสียไปกับการลงโฆษณาในรายการละครนั้น ๆ

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวไม่ได้มีบทบาทแต่อย่างใดต่อผู้อุปถัมภ์รายการ ก็คือ ระบบโควต้าของการขายเวลาโฆษณาให้กับบริษัทตัวแทนโฆษณา หรือให้กับบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรงของทางสถานีโทรทัศน์ที่เป็นเจ้าของรายการละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นในสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ก็ตาม ทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการต่าง ๆ ไม่สามารถที่จะให้ความสำคัญในการพิจารณา หรือคำนึงไปถึงตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวได้

นอกจากนี้ ในส่วนของการอุปถัมภ์รายการนั้น บางครั้งไม่ได้มีเหตุผลที่สมควรในการเลือกลงโฆษณาในรายการละคร โดยพิจารณาจากค่าความนิยม (Rating) แต่อย่างใด ในการเลือกอุปถัมภ์รายการนั้น ยังมีปัจจัยในเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ส่วนตัวยุติระหว่างผู้ผลิตละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ และผู้อุปถัมภ์รายการ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทเจ้าของสินค้าเอง หรือจะเป็นทางบริษัทตัวแทนโฆษณาก็ตาม ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะทำให้เกิดนโยบายทางธุรกิจที่ไม่แน่นอนได้

ดังนั้น ด้วยปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าวจึงไม่มีบทบาทต่อผู้อุปถัมภ์รายการ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องเกี่ยวกับอะไรก็ตาม