

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์” เกิดขึ้นด้วยเหตุที่ละครโทรทัศน์เป็นรายการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากผู้ชมและเป็นรายการที่สร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้แก่บริษัทผู้ผลิตละครและสถานีโทรทัศน์ จึงส่งผลให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์จำเป็นต้องพิถีพิถันในการผลิตละครมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ละครโทรทัศน์นั้นได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จมากที่สุด แต่ถึงอย่างไรก็ตามผู้ผลิตละครก็ยังคงต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ซึ่งเมื่อก่อตัวสะสม หรือเกิดขึ้นรุนแรงก็ส่งผลกระทบต่อการผลิตละครได้อย่างมาก จนกลายเป็นภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ได้และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ก็สามารถใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติดังกล่าวได้อย่างลงตัว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์และแนวทางในการสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างซึ่งทำการคัดเลือกจากผู้ผลิตละครโทรทัศน์โดยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ได้กำหนดจากหลักความน่าจะเป็น (Non - Probability) ด้วยการใช้เทคนิคการคัดเลือกโดยการพิจารณาเปรียบเทียบ (Judgmental Sampling) จำนวน 8 คน และใช้การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติในการผลิตละครของผู้ผลิตละครโทรทัศน์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายในที่ส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติในการผลิตละครโทรทัศน์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ประกอบด้วย ผู้ผลิตละคร โทรทัศน์ บุคลากรฝ่ายผลิต นักแสดง และเทคโนโลยี สำหรับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์นั้น ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การละเมิดกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมาย สถานีโทรทัศน์ เอเจนซี ผู้ชม และสื่อมวลชน ซึ่งทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อองค์กรสื่อสารมวลชนของแมคเคवल

สำหรับการศึกษานี้ ผู้ศึกษาค้นพบรูปแบบของภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) วิกฤติในกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ 2) วิกฤติการบริหารงานองค์กรผลิตละครโทรทัศน์ 3) วิกฤติกรอบแนวคิดในการผลิตละคร 4) วิกฤติละครถูกต่อต้าน/โจมตี และ 5) วิกฤติภาพลักษณ์ โดยภาวะวิกฤติแต่ละประเภทยังจะเกิดจากปัจจัยที่

ส่งผลแตกต่างกัน โดยแต่ละปัจจัยจะสามารถส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติในการผลิตละครโทรทัศน์ของผู้ผลิตละครได้มากกว่าหนึ่งประเภทด้วย ในขณะที่บางประเภทวิกฤตินั้นสามารถเกิดจากปัจจัยที่มีส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติมากกว่าหนึ่งปัจจัยได้

แนวทางการสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติของผู้ผลิตละครโทรทัศน์นั้น เมื่อเกิดภาวะวิกฤติขึ้นผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่จะมีการจัดเตรียมการเกี่ยวกับการเกิดภาวะวิกฤติอย่างเป็นระบบ ส่วนผู้ผลิตละครขนาดกลางหรือขนาดเล็กจะไม่มีระบบในการเตรียมการเกี่ยวกับการเกิดภาวะวิกฤติที่ชัดเจน โดยผู้ผลิตละครโทรทัศน์ทั้งสองกลุ่มจะพิจารณาภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นและตัดสินใจว่าจะเลือกใช้แนวทางการสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤตินั้นหรือไม่ โดยพิจารณาเงื่อนไขลักษณะภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นและความเชื่อมั่นในตัวของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ว่าได้รับความเชื่อถือจากสังคมหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมากเพียงใด หากเลือกแนวทางการใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติแล้วผู้ผลิตละครจะพิจารณาองค์ประกอบในการสื่อสารทั้งกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร ข้อความที่จะสื่อสาร บุคคลที่จะเป็นผู้สื่อสาร รวมทั้งรูปแบบในการสื่อสาร