

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

สังคมยุคดิจิทัลเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบสัญญาณการออกอากาศโทรทัศน์จากระบบแอนะล็อก (analog) มาเป็นระบบดิจิทัล (digital) ออกอากาศด้วยระบบภาพที่มีความคมชัดสูง (high-definition) ทำให้พ.ศ.2557 ทางคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้เปิดย่านความถี่ระดับสูงหรือที่นิยมเรียกว่ายูเอชเอฟ (ultra-high frequency) ระหว่างช่องสัญญาณที่ 26 จนถึงช่องสัญญาณที่ 60 สำหรับการใช้ออกอากาศโดยแบ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ 3 ประเภท ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ภาคบริการสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ภาคบริการทางธุรกิจ และสถานีโทรทัศน์ภาคบริการชุมชน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สถานีโทรทัศน์ภาคบริการสาธารณะ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

สถานีโทรทัศน์ภาคบริการทางธุรกิจ ได้แก่ ประเภทรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว ประเภทรายการข่าวสาร และสาระ ประเภทรายการทั่วไป ภาพคมชัดปกติ และประเภทรายการทั่วไป ภาพคมชัดสูง

สถานีโทรทัศน์ภาคบริการชุมชน เป็นโครงการในอนาคตของช่องเลขหมาย 37-48 ที่รระบบช่องแอนะล็อกเดิมหมดสัมปทาน และจึงนำมาจัดสรรให้เป็นสถานีโทรทัศน์ที่บริการชุมชนและเพื่อประโยชน์ของชุมชน (ศุภลวัฒน์ คณารศ, 2557)

การเปิดย่านความถี่ทำให้เกิดกิจการโทรทัศน์รายใหม่ ทำให้มีการเพิ่มจำนวนสถานีโทรทัศน์จากเดิมที่มีเพียง 6 สถานีเพิ่มขึ้นเป็น 48 สถานี ซึ่งการเกิดกิจการโทรทัศน์รายใหม่ทำให้มีการขยายค่าละครถึง 170 บริษัท มีปริมาณการออกอากาศของละครโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีเพียง 4 ช่อง คือ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 ปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็น 12 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3

ช่อง 7 ช่องวัน ช่อง 8 ช่องเวิร์คพอยท์ ช่องพีพีทีวี ช่องจีเอ็มเอ็ม25 ช่องทรูโฟรยู ช่องโมโน 29 ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 9 เอ็มคอตเอชดี และช่อง 5 ในขณะที่งบประมาณการโฆษณาเมื่อเท่าเดิมทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ค่าละครและสถานีโทรทัศน์ต้องแข่งขันกันผลิตละครเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้มากที่สุดและเพื่อสร้างอัตราความนิยมในระดับสูงเพื่อเอาชนะสถานีคู่แข่งและเพื่อให้มีรายได้จากค่าโฆษณาเพื่อสร้างผลกำไรจากการประกอบกิจการ บ้างจึงดังกล่าวส่งผลให้ค่าละครและสถานีโทรทัศน์มีการปรับเปลี่ยนแนวคิด กลยุทธ์ วิธีการในการสร้างสรรค์และผลิตละครให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ได้มากที่สุด

เทคโนโลยีดิจิทัลยังทำให้เกิดการหลอมรวมของสื่อหลายชนิดเข้าด้วยกันทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียงแพร่ภาพ สื่ออินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดสื่อใหม่ (new media) โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (social network) มีการสร้างแอปพลิเคชัน (application) เพื่อการสื่อสารชนิดใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ (YouTube) กูเกิ้ล (Google) และเว็บไซต์ (Website) เป็นต้น ที่มีการเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตกับคอมพิวเตอร์ (computer) โทรศัพท์มือถือ (smart phone) และแท็บเล็ต (tablet) เป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนเข้าถึงสื่อ ผลิตสื่อ ใช้สื่อ และเผยแพร่สื่อ ในลักษณะสื่อส่วนบุคคลมากขึ้น ประชาชนมีอิสระเสรีในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่าง ๆ ได้กว้างขวาง แสดงออกถึงสิ่งที่ตนชอบไม่ชอบ พอใจไม่พอใจ เรียกร้องสิ่งที่ตนเองต้องการได้ ซึ่งการมีแอปพลิเคชันในการสื่อสารใหม่บน เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ และเว็บไซต์ เป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้ชมละครที่สามารถแสดงออกบนพื้นที่สื่อส่วนตัวของผู้ชมด้วยการสนทนา (chat) การแบ่งปัน (share) การกดถูกใจ (like) การแสดงความคิดเห็น (comment) (จิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน, 2560) ซึ่งทำให้ผู้ชมละครมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ผ่านทางพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ทางค่ายละครและสถานีโทรทัศน์ได้รับทราบและนำไปปรับปรุงการดำเนินงาน การเกิดสื่อใหม่ยังทำให้มีช่องทางการรับชมเพิ่มผู้ผลิตจึงได้เพิ่มช่องทางใหม่ในการรับชมละครบนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ และเว็บไซต์ ในการแพร่ภาพสดบนสื่อใหม่คู่ขนานกับการออกอากาศบนสื่อโทรทัศน์ และการรับชมย้อนหลังบนสื่อใหม่ เป็นปรากฏการณ์ที่เข้ามา “เขย่า” วัฒนธรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย เพราะทำให้เกิดการกระจายการรับชมออกไปในวงกว้างจึงเกิดเสรีภาพด้านเวลา ผู้ชมสามารถเลือกเวลาที่ต้องการรับชมไม่จำเป็นต้องรับชมละครตามเวลาการออกอากาศของทางสถานีโทรทัศน์อีกต่อไป ทำให้การสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีสภาพการแข่งขันในการผลิตละครให้มีอัตราความนิยม (rating) ที่สูงอย่างเต็มกำลัง

ปรากฏการณ์ของสื่อใหม่และการเกิดกิจการโทรทัศน์รายใหม่ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อวงการละครโทรทัศน์ มีการปรับเปลี่ยนตนเองให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เทคโนโลยี และการแข่งขัน มีการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบรวมทั้งการผลิตละครโทรทัศน์หลายประเด็น แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนว่าค่ายละคร สถานีโทรทัศน์ และผู้ผลิตละครควรจะมีการปรับเปลี่ยนตนเองในเรื่องใดบ้าง เพื่อให้ละครโทรทัศน์ที่ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม สร้างความนิยมในละคร สร้างอัตราความนิยมการชมละครที่สูงขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากการโฆษณา เพื่อความคุ้มค่าในการประกอบกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งยังไม่มีการศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่องการเปลี่ยนผ่านละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เหมาะสมสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมละครได้ดียิ่งขึ้น และเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการประกอบกิจการละครโทรทัศน์ทั้งในด้านค่ายละคร ผู้ผลิตละคร ผู้จัดละคร ผู้เขียนบทละคร ผู้กำกับละคร และผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. ประเด็นปัญหาการวิจัย

- 2.1 ละครโทรทัศน์ไทยมีกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลอย่างไร
- 2.2 กระบวนทัศน์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลมีการสร้างสรรค์อย่างไร
- 2.3 รูปแบบและเนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลเป็นอย่างไร
- 2.4 กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย
- 3.2 เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย

3.3 เพื่อศึกษากระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยในยุคแอนะล็อกและยุคดิจิทัลที่ผลิตละครประสบความสำเร็จมีอัตราความนิยม (rating) ที่สูงผลิตละครมากกว่า 10 เรื่อง และมีประสบการณ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์แบบคนเดียว และแบบกลุ่ม จำนวน 13 คน ได้แก่ ผู้จัดละคร ผู้กำกับ ผู้เขียนบท

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทัศน์ รูปแบบและเนื้อหา กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่องวัน และสถานีโทรทัศน์ช่อง 8

4.3 ขอบเขตด้านเวลา มุ่งศึกษาละครโทรทัศน์ไทยในยุคแอนะล็อก พ.ศ.2530-2540 และยุคดิจิทัล พ.ศ.2541-ปัจจุบัน

5. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การเปลี่ยนผ่าน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทัศน์ รูปแบบและเนื้อหาวิธีการผลิตในเทคโนโลยีการสื่อสารและการผลิตของละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลใน 6 ประเด็น ได้แก่ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ฉาก มุมมองในการเล่าเรื่อง และตอนจบ

5.2 กระบวนทัศน์ หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม พฤติกรรมการแสดงออก และความต้องการของผู้ชมที่เกี่ยวข้องกับบริบททางสังคม เทคโนโลยีการสื่อสารและการผลิต การแข่งขันที่ส่งผลต่อกระบวนการทัศน์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ที่ได้รับอิทธิพลมาจากเทคโนโลยีในยุคแอนะล็อกและเทคโนโลยียุคดิจิทัล

5.3 เทคโนโลยีการสื่อสารยุคแอนะล็อก หมายถึง การติดตามเรื่องย่อละคร ข่าวเกี่ยวกับละครในการอ่านหนังสือพิมพ์ การเขียนจดหมายถึงผู้ผลิต และการรับชมละครทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชม

5.4 เทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัล หมายถึง การสื่อสารบนสื่อใหม่ของผู้ชมในการแสดงความคิด การแบ่งปัน การสนทนา การกดถูกใจ เกี่ยวกับละครที่ได้รับชมบนแอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ และเว็บไซต์ โดยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตกับโทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ตของผู้ชม

5.5 รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง การนำเสนอของละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ ละครชุดขนาดยาว (series) ละครเรื่องยาวหลายตอนจบ (serial) ละครชุดขนาดสั้น (miniseries) ละครชุดจบในตอน (anthology)

5.6 รูปแบบของเรื่อง หมายถึง รูปแบบของเรื่องที่จำแนกตามเนื้อหาในลักษณะของละครประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ละครชีวิต ละครชีวิตเรียมย์ ละครตลก ละครการต่อสู้ ละครผี ละครย้อนยุค ละครอิงประวัติศาสตร์ ละครตื่นเต้นผจญภัย ละครแฟนซี ละครลึกลับสยองขวัญ ละครฆาตกรรม ละครสืบสวนสอบสวน ละครพื้นบ้าน ละครเพลง ที่มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล

5.7 รูปแบบการเล่าเรื่อง หมายถึง การเล่าเรื่องในขั้นตอนการดำเนินเรื่อง ได้แก่ การเริ่มเรื่อง (Exposition) การดำเนินเรื่องไปสู่ปมปัญหา (Development & Rising Action) ภาวะวิกฤตหรือจุดสูงสุดของเรื่อง (Crisis) ขึ้นภาวะคลี่คลาย (Falling Action) ยุติเรื่อง (Ending) ที่มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล

5.8 เนื้อหา หมายถึง เนื้อหาของเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรักระหว่างชายหญิง คนรักเพศเดียวกัน ความรักระหว่างชนชั้น การชิงดีชิงเด่น ความรักชาติ ที่มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล

5.9 การผลิตสร้างสรรค์ละครในยุคแอนะล็อก หมายถึง การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์จากการเล่าเรื่อง ได้แก่ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ฉาก มุมมองในการเล่าเรื่อง และตอนจบ โดยอาศัยหลักการพื้นฐานทางเทคโนโลยีแอนะล็อก

5.10 การผลิตสร้างสรรค์ละครในยุคดิจิทัล หมายถึง การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์จากการเล่าเรื่อง ได้แก่ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ฉาก มุมมองในการเล่าเรื่อง และตอนจบ โดยอาศัยหลักการพื้นฐานทางเทคโนโลยีดิจิทัล

5.11 กระบวนการผลิต หมายถึง การผลิตละครโทรทัศน์ที่มีกระบวนการตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต ที่มีการผลิตจากเทคโนโลยีในยุคแอนะล็อกและเทคโนโลยียุคดิจิทัล

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในยุคแอนะล็อกและยุคดิจิทัลไปพัฒนาในวิชาชีพของผู้สร้างสรรค์บทและลำดับภาพตัวอย่างละครโทรทัศน์ไทย

6.2 นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในยุคแอนะล็อกและยุคดิจิทัลไปสร้างสรรค์ละครที่มีเนื้อหาด้านคุณธรรม

