

## การเปลี่ยนผ่านละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล

ทิพย์าศิริ แก้วเทศ<sup>1</sup> ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน<sup>2</sup> ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์ และกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทย ช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ผลิตละครโทรทัศน์ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความคิด ความเชื่อ ค่านิยม พฤติกรรม ความต้องการของผู้ชม การขยายตัวของค่ายละคร การแข่งขันเพื่อช่วงชิงฐานผู้ชม และสื่อใหม่ ส่งผลต่อการสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย ด้านการสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์พบว่า มีการสร้างสรรค์แก่นเรื่องใหม่ที่สะท้อนวิถีชีวิตคนที่เคยอยู่นอกกระแสความสนใจนำมาสร้างเป็นตัวละครเอก โดยใช้วิธีการแต่งเรื่องใหม่ ใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบสลับที่ นำภาวะวิกฤติมาเริ่มเรื่องแล้วจึงโยงเข้าสู่เหตุการณ์ เล่าเรื่องในองก์ที่ 2 ให้กระชับ เด่นเรื่องเร็วขึ้น ด้านกระบวนการผลิตในยุคดิจิทัลมีการถ่ายทำด้วยกล้องดิจิทัล ใช้มุมภาพขนาดใหญ่มากขึ้น สร้างสรรค์ภาพแปลกใหม่ด้วยกล้องฮอตแฮดและกล้องโดรน ลำดับภาพและทำเทคนิคพิเศษด้วยคอมพิวเตอร์ บันทึกภาพด้วยระบบความคมชัดสูง นำไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล เว็บไซต์ และเฟซบุ๊กไลฟ์สด การส่งเสริมละครใช้วิธีการเสนอตัวอย่างละครทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล เว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก สร้างแรงจูงใจให้ชมโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับละคร ได้แก่ ตัวละคร เรื่องย่อ วันเวลาออกอากาศ ทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์

**คำสำคัญ :** การเปลี่ยนผ่าน ละครโทรทัศน์ไทย ยุคแอนะล็อก ยุคดิจิทัล

<sup>1</sup> หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
จังหวัดนนทบุรี e-mail: tippasiri.kaewthet@gmail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
จังหวัดนนทบุรี e-mail: nattawat\_ok@hotmail.com, nattawat.comart@gmail.com

<sup>3</sup> รองศาสตราจารย์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
จังหวัดนนทบุรี e-mail: paiboon1601@gmail.com

## THE TRANSITION OF THAI TV DRAMA FROM THE ANALOG TO THE DIGITAL ERA

Tipphasiri Kaewthet<sup>1\*</sup> Nattawat Suttiyotin<sup>2</sup> Paiboon Kachentaraphan<sup>3</sup>**Abstract**

The objectives of this research were to study factors that affected the paradigm in creation of TV drama, forms and content of TV drama, as well as the production process of TV drama during the transition from analog to digital era in the view of Thai TV drama producers. This study was a qualitative research collecting information from 13 persons who had been working for 10 years or more experience in TV production. Interview form was used as data collection tool. Data were analyzed using descriptive analysis

Ideological, belief, value factors, behavior, viewer demand, the expansion of the TV production industry, competition for viewership to try to gain a greater market share, and new media affect the creation of forms and content of Thai TV drama program. In term of the creation of forms and content of Thai TV drama program, it was found that new themes that reflected the way of life of people that had previously been outside the stream of public interest were created and have those people as main characters. New story was written using the out-of-sequence story telling in which a flash forward to a crisis situation is depicted at the beginning and then the rest of the story is presented in chronological order. A concise story telling was used to emphasize faster paced second-person narratives. In term of production process in digital era, digital cameras were used and more close up angles were used as well as new kinds of shots using hotheads and drones. Editing and special effects were done by computers. The images were recorded in high definition digital format. Broadcasting switched to digital TV stations, websites and Facebook Live. For promotion of TV drama program, sample scenes were presented on digital TV stations, websites, and Facebook. To motivate viewer to watch the program, the method of providing information about the program, such as the characters, a synopsis, and broadcasting dates and times via websites, Facebook and Line were used.

**Keywords :** TV Transition, Thai TV drama, Analog era, Digital era

---

<sup>1</sup> *Master of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi*  
e-mail: [tippasiri.kaewthetl@gmail.com](mailto:tippasiri.kaewthetl@gmail.com)

<sup>2</sup> *Associate professor Communication Arts Program, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi*  
e-mail: [nattawat\\_ok@hotmail.com](mailto:nattawat_ok@hotmail.com), [nattawat.comart@gmail.com](mailto:nattawat.comart@gmail.com)

<sup>3</sup> *Associate professor Communication Arts Program, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi*  
e-mail: [paiboon1601@gmail.com](mailto:paiboon1601@gmail.com)

## บทนำ

สังคมยุคดิจิทัลเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบสัญญาณการออกอากาศโทรทัศน์จากระบบแอนะล็อกมาเป็นระบบดิจิทัล ออกอากาศด้วยระบบภาพที่มีความคมชัดสูง มีการขยายจำนวนช่องโทรทัศน์จากเดิมที่มีเพียง 6 ช่องเพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง ทำให้เกิดกิจการโทรทัศน์ผลิตรายใหม่เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีเพียง 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 ช่องโมเดิร์นไนน์ทีวี และช่อง 5 ในขณะที่งบประมาณการโฆษณาเมื่ออยู่เท่าเดิมทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ค่ายละครและสถานีต้องแข่งขันกันผลิตละครเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้มากที่สุดและเพื่อสร้างเรตติ้งระดับสูงเพื่อเอาชนะสถานีคู่แข่งและเพื่อให้มีรายได้จากค่าโฆษณาเพื่อสร้างผลกำไรจากการประกอบกิจการ ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้ค่ายละครและสถานีมีการปรับเปลี่ยนแนวคิด กลยุทธ์ วิธีการในการสร้างสรรค์และผลิตละครให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้เทคโนโลยีดิจิทัลยังทำให้เกิดการหลอมรวมของสื่อหลายชนิดเข้าด้วยกันทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียงแพร่ภาพ สื่ออินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดสื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (social network) มีการสร้างแอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารชนิดใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อิน스타그램 ยูทูบ กูเกิ้ล และเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนเข้าถึงสื่อ ผลิตสื่อ ใช้สื่อ และเผยแพร่สื่อ ในลักษณะสื่อส่วนบุคคลมากขึ้น ประชาชนมีอิสระเสรีในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่าง ๆ ได้กว้างขวาง แสดงออกถึงสิ่งที่ตนชอบไม่ชอบ พอใจไม่พอใจ เรียกร้องสิ่งที่ตนเองต้องการได้ รวมทั้งเป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้ชมละคร สามารถแสดงออกบนพื้นที่สื่อส่วนตัวของผู้ชมด้วยการสนทนา (chat) การแบ่งปัน (share) การกดถูกใจ (like) การแสดงความคิดเห็น (comment) ซึ่งทำให้ผู้ชมละครมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ผ่านทางพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งทางค่ายละครและสถานีโทรทัศน์ได้รับทราบและนำไปปรับปรุงการดำเนินงาน

ปรากฏการณ์ของสื่อใหม่และการเกิดกิจการโทรทัศน์รายใหม่ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อวงการละครโทรทัศน์ มีการปรับเปลี่ยนตนเองให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เทคโนโลยี และการแข่งขัน มีการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบรวมทั้งการผลิตละครโทรทัศน์หลายประเด็น แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนว่าค่ายละคร สถานีโทรทัศน์ รวมผู้ผลิตละครควรจะมีการปรับเปลี่ยนตนเองในเรื่องใดบ้างเพื่อให้ละครโทรทัศน์ที่ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม สร้างความนิยมในละคร สร้างเรตติ้งการชมละครที่สูงขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้จากการโฆษณา เพื่อความคุ้มค่าในการประกอบกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งยังไม่มีการวิจัยในประเด็นดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่องการเปลี่ยนผ่านละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เหมาะสมสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมละครได้ดียิ่งขึ้น และเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการประกอบกิจการละครโทรทัศน์ทั้งในด้านค่ายละคร ผู้ผลิตละคร ผู้จัดละคร ผู้เขียนบทละคร ผู้กำกับละคร และผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย

2. เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย
3. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ประกอบด้วยผู้จัดละคร ผู้กำกับละคร และผู้เขียนบทละคร ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตละครโทรทัศน์ไม่น้อยมาแล้วกว่า 10 ปี ที่คัดเลือกมาแบบเจาะจงจำนวนรวม 13 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่นำมาศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) เอกสาร ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อบันเทิงละครโทรทัศน์ บทละครโทรทัศน์ และรายงานผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ผลิตละครที่เป็นผู้จัดละคร ผู้กำกับ และผู้เขียนบท คัดเลือกแบบเจาะจงโดยใช้เกณฑ์การมีประสบการณ์ด้านประกอบวิชาชีพด้านการเป็นผู้จัดละคร ผู้กำกับละคร และผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ 10 ปีขึ้นไป และมีการผลิตละครจำนวน 10 เรื่องขึ้นไป ซึ่งเป็นละครที่ประสบความสำเร็จในอัตราความนิยม (Rating) สูงทั้งในยุคแอนะล็อกและยุคดิจิทัล จำนวน 13 คน ได้แก่ (1) ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง (2) คุณสยาม สังวริบุตร (3) คุณเพ็ญลักษณ์ อุดมสิน (4) คุณแมนรัตน์ สุนทรพฤกษ์ (5) คุณแดง บุรพา (6) คุณทองสิทธิ์ โสดาโคตร (7) คุณณวัชร สังวริบุตร (8) คุณศัลยา สุขะนิวัตต์ (9) คุณสันต์ ศรีแก้วหล่อ (10) คุณพิมพ์มาตา พัฒนอลงกรณ์ (11) คุณวรรณฉวี สุขน้อย (12) คุณพิมพ์สิรินทร์ พงษ์วานิชสุข และ (13) คุณณัฐกฤตยา แยมศิริ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนคือ ส่วนแรกเป็นวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในเรื่อง 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล 2) กระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหา และกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยในยุคแอนะล็อกและยุคดิจิทัล ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากละครโทรทัศน์ในเรื่องที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึง โดยวิเคราะห์ในเรื่อง มุมมองการเล่าเรื่อง โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ฉาก และตอนจบ

### ผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยคือปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และปัจจัยการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า

#### 1.1 ปัจจัยด้านสังคม

1.1.1 ยุคแอนะล็อก (พ.ศ.2530-2540) ผู้ชมในยุคแอนะล็อกมีความคิด ความเชื่อ และค่านิยมเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์และกฎแห่งกรรม ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ของผู้ผลิตในการคัดเลือกบทประพันธ์มาผลิตละครโดยมักเลือกบทประพันธ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับไสยศาสตร์ที่สะท้อนถึงกฎแห่งกรรมในเรื่องการ

ทำได้ดีทำได้ชั่วได้ชั่ว โดยนำปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ทางสังคมมาแทรกไว้ในเนื้อหาของละครเพื่อเตือนภัยและให้แง่คิดศีลธรรมเพื่อการใช้ชีวิตประจำวัน

1.1.2 ยุคดิจิทัล (พ.ศ.2541-ปัจจุบัน) ผู้ชมในยุคดิจิทัลยังคงมีความคิด ความเชื่อ และค่านิยมเกี่ยวกับเรื่องไสยศาสตร์ ภูตผีทมิฬ แต่มีการเพิ่มเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์ การนับถือวัตถุ บุคคลที่ร่ำรวย นับตั้งแต่การคัดเลือกบทประพันธ์ โดยหากจะนำเสนอละครแนวนี้ต้องมีการพิสูจน์ความจริงทางวิทยาศาสตร์ โดยมีเนื้อหาที่นำปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ทางสังคมมาแทรกไว้ในเนื้อหาของละครเพื่อเตือนภัย และให้คติธรรมแง่คิดในการใช้ชีวิตประจำวัน

## 1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

1.2.1 ยุคแอนะล็อก (พ.ศ.2530-2540) ยุคนี้เป็นยุคของสื่อดั้งเดิม (traditional media) ผู้จัดละครใช้สื่อดั้งเดิมได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ โดยใช้หนังสือพิมพ์เผยแพร่เรื่องย่อละคร ข่าวการถ่ายทำละครในคอลัมน์ข่าวบันเทิง ใช้สื่อโทรทัศน์ออกอากาศละครและตัวอย่างละคร (Teaser) ส่วนการเขียนจดหมายถึงค่ายละคร ผู้จัดละคร ผู้กำกับ ผู้เขียนบทเป็นเพียงการส่งพลังใจให้ผู้ผลิตเท่านั้น การสื่อสารของผู้ชมจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในครอบครัว เพื่อนที่ทำงาน ตลาด ร้านค้า เกี่ยวกับละครที่ตนเองชื่นชอบ

1.2.2 ยุคดิจิทัล (พ.ศ.2541-ปัจจุบัน) เป็นยุคที่มีสื่อใหม่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เกิดการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์และนำมาใช้เป็นช่องทางการเผยแพร่ละคร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการรับชมละครของผู้ชม โดยหันไปรับชมละครทางสื่อใหม่ 4 ช่องทาง ได้แก่ เฟซบุ๊กไลฟ์สด ไลน์ทีวี ยูทูบ และเว็บไซต์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ของผู้ผลิตละครในด้านการสร้างออฟฟิเชียลไลน์ (Official line) การสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) การเผยแพร่เรื่องย่อละครบนเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ละคร กลุ่มผู้ชมได้จัดตั้งกลุ่มเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารถึงความรู้สึกที่มีต่อนักแสดงที่ชื่นชอบคนเดียวกันหรือละครเรื่องเดียวกัน ซึ่งบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นและความต้องการของตนเองได้ ทำให้ผู้ผลิตทราบถึงข้อบกพร่องของการผลิตและความต้องการของผู้ชมเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาภาววิถีการนำเสนอละคร เช่น พฤติกรรมการรับชมละครทางอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ ส่งผลให้ผู้ผลิตละครถ่ายภาพขนาดใหญ่มากขึ้น เช่น ภาพใกล้ ภาพใกล้มาก ภาพใกล้อย่างยิ่งยวด เพื่อให้ผู้ชมเห็นตัวละครและรายละเอียดในแต่ละฉากอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ และเว็บไซต์ ที่มีความรวดเร็วในการสื่อสารและเป็นสื่อแบบปฏิสัมพันธ์ (interactive media) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนได้อย่างทันทีทันใด ส่งผลให้ผู้ชมมีความใจร้อนต้องการรับการตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างรวดเร็วทันที่ทันใด ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ของผู้ผลิตละครในยุคดิจิทัลมีเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกจุดหนึ่งคือ การนำเสนอละครจะมีการเล่าเรื่องที่กระชับ ฉับไว เดินเรื่องให้เร็วตามใจผู้ชม

## 1.3 ปัจจัยด้านการแข่งขัน

1.3.1 ยุคแอนะล็อก (พ.ศ.2530-2540) มีการแข่งขันการผลิตละครโทรทัศน์ไทย 4 สถานี ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 ยังไม่ส่งผลที่รุนแรงต่อกระบวนการทัศน์ของผู้ผลิตในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์

1.3.2 ยุคดิจิทัล (พ.ศ.2541-ปัจจุบัน) การขยายตัวของค่ายละครทำให้มีการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด ผู้ผลิตต้องพยายามทำให้ละครมีอัตราความนิยม (Rating) ที่สูงเพื่อช่วงชิงฐานผู้ชมเพื่อสร้างรายได้จากค่าโฆษณา สถานะการแข่งขันส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ของผู้ผลิตละคร โดยมีการสร้างสรรค์เนื้อหาของละครให้มีความแปลกใหม่ มีแก่นเรื่องชีวิตคนกลุ่มหนึ่งในสังคมที่เคยอยู่นอกกระแสความสนใจ มีการนำเรื่องราวของบุคคล

ที่อยู่นอกกระแสมาเป็นตัวละครเอกของละคร มีการพัฒนาคุณภาพการผลิตละครในด้านการสร้างสรรค์มุมภาพ ฉาก แสง สี รวมทั้งในขั้นหลังการผลิต ได้แก่ การลำดับภาพ เทคนิคการทำคอมพิวเตอร์กราฟิก และเทคนิคการปรับสีภาพ

2. การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล ในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ผลการวิจัยพบว่า

2.1 ยุคแอนะล็อก (พ.ศ.2530-2540) 1) คัดเลือกเรื่องมาทำเป็นละครโดยเลือกจากบทประพันธ์ ดั้งเดิม 2) รูปแบบการนำเสนอเป็นละครเรื่องยาวหลายตอนจบ (serial) มีความยาวประมาณ 30 ตอนจบ และละครชุดจบในตอน (Anthology) 3) แก่นเรื่อง มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก (love theme) ศีลธรรมจรรยา (morality) อุดมการณ์ (idealism theme) อำนาจ (power Theme) อาชีพ (career theme) 4) มุมมองการเล่าเรื่องเป็นไปตามบทประพันธ์และตามมุมมองของคนเขียนบท 5) บทละครโทรทัศน์แบบดัดแปลงจากนวนิยาย 6) มีขั้นตอนการดำเนินเรื่องแบบเรียงลำดับตามชนบ ได้แก่ (1) การเปิดเรื่อง (Exposition) (2) การดำเนินเรื่องไปสู่ปมปัญหา (Rising Action) (3) ภาวะวิกฤต (Crisis) (4) ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) (5) ยุติเรื่อง (Ending) 6) ประเภทของละคร ได้แก่ ละครชีวิต ละครชีวิตเรียมย์ ละครตลก ละครต่อสู้ ละครผี ละครย้อนยุค ละครอิงประวัติศาสตร์ ละครพื้นบ้าน และละครเพลง 7) เนื้อหาเป็นความรักชายกับหญิง ความรักระหว่างชนชั้น ครอบครั้ว การแก่งแย่งชิงดีชิงเด่น ความรักชาติ 8) การสร้างตัวละครแบบแบน 9) ตอนจบของละครจบแบบสุขนานุกรม 10) การเขียนบทละครโทรทัศน์เป็นการเขียนแบบคนเดียวทั้งเรื่อง

2.2 ยุคดิจิทัล (พ.ศ.2541-ปัจจุบัน) การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่ เพิ่มรูปการนำเสนอใหม่ 2 รูปแบบ คือ ละครชุดขนาดยาว (series) ละครชุดขนาดสั้น (miniseries) และมีแนวละครเพิ่มขึ้นอีก 6 แนว คือ ละครตื่นเต้นผจญภัย ละครลึกลับสยองขวัญ ละครฆาตกรรม ละครสืบสวนสอบสวน ละครแฟนซี ละครแนวเพื่อผื่นมหัศจรรย์ ด้านบทประพันธ์มีการสร้างสรรค์เรื่องใหม่ โดยการเขียนโครงเรื่องใหม่ทำให้มีบทประพันธ์แต่งใหม่ และส่งผลให้มีบทละครโทรทัศน์สร้างสรรค์ใหม่ขึ้นมา ส่วนแก่นเรื่องของละครมีการสร้างสรรค์แก่นเรื่องใหม่ ๆ ขึ้นมา เป็นแก่นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตคนกลุ่มหนึ่งในสังคม (outcast theme) ซึ่งเคยเป็นคนที่เคยอยู่นอกกระแสความสนใจ ทำให้มีการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ เช่น ความรักของคนเพศเดียวกัน ผู้พิการทางสมอง เป็นต้น ในด้านการสร้างตัวละครมีการสร้างตัวละครแบบใหม่ ได้แก่ ตัวละครแบบกลมอันเป็นตัวละครที่มีมิติมีความเป็นมนุษย์มากขึ้นสมจริงมากขึ้น เป็นตัวละครที่สะท้อนสังคมเกี่ยวกับชีวิตคนกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย สำหรับมุมมองการเล่าเรื่อง มีมุมมองตามบทประพันธ์ ดั้งเดิมและตามมุมมองของคนเขียนบท จุดที่เปลี่ยนแปลงอีกจุดหนึ่ง คือ การดำเนินเรื่องเป็นการเล่าเรื่องแบบสลับโดยนำภาวะวิกฤต (Crisis) มาเล่าเรื่องในลำดับแรก ตามด้วยการเปิดเรื่อง การดำเนินเรื่องไปสู่ปมปัญหา ภาวะคลี่คลาย และการยุติเรื่อง ส่วนวิธีการเล่าเรื่องยังคงใช้โครงสร้างการเล่าเรื่องแบบสามองก์ แต่มีการกระชับมากขึ้นโดยเดินเรื่องเข้าอังก์ที่สองของเรื่องให้เร็วขึ้นเพื่อให้เข้าสู่เหตุการณ์ที่อยู่ในภาวะวิกฤตของแต่ละตอนอย่างรวดเร็ว ตอนจบของละครมีการสร้างสรรควิธีการจบเรื่องแบบใหม่ ได้แก่ โคกนาฏกรรม และความจริงในชีวิต ในด้านการเขียนบทละครโทรทัศน์มีทั้งสองแบบคือ การเขียนแบบคนเดียวทั้งเรื่อง และการเขียนแบบกลุ่ม

3. กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล ในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ผลการวิจัยพบว่า

3.1 ยุคแอนะล็อก (พ.ศ.2530-2540) มีการกำกับการแสดงในอารมณ์เกินความเป็นจริงของมนุษย์ มีการแต่งหน้าที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในสังคม กล้องและการบันทึกเทปเบต้าในระบบ PAL (Phase Alteration Line) การสร้างสรรค์ภาพระดับสายตา มุมต่ำ ขนาดภาพไกล (Long Shot) กลาง (Medium

Shot) ใกล้ (Close-up) จัดแสงด้วยหลอดไฟเซอเอ็มไอ (HMI) และทั้งสเตนฟิลาเมนต์ (Tungsten filament) การทำเทคนิคพิเศษโดยการถ่ายโคมาคีย์ บลูสกรีน นำมาทำเทคนิคพิเศษโดยใช้เครื่องลำดับภาพ ถ่ายทำทั้งในสตูดิโอ (In-door) และนอกสตูดิโอ (Out-door) สถานที่ทั้งในและต่างประเทศ การลำดับภาพระบบลิเนียร์ (liner)

3.2 ยุคดิจิทัล (พ.ศ.2541-ปัจจุบัน) มีการกำกับการแสดงในอารมณ์ที่คล้ายคลึงมนุษย์ มีการแต่งหน้าที่สอดคล้องกับความเป็นจริงในสังคม ใช้กล้องและแผ่นบันทึกความคมชัดสูงในระบบเอชดี (High-Definition) การสร้างสรรคภาพมุมสูงด้วยกล้องโดรน (Drone) กล้องฮอตเฮด (Hothead) และการถ่ายภาพขนาดใหญ่มากขึ้นเพื่อให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดได้ชัดเจนเมื่อชมละครบนโทรศัพท์มือถือมีการจัดแสงเพิ่มการใช้หลอดไฟแอลอีดี (LED) การทำเทคนิคพิเศษด้วยคอมพิวเตอร์ โดยการถ่ายโคมาคีย์ บลูสกรีน กรีนสกรีน การลำดับภาพระบบนอกลิเนียร์ (Non-liner) ด้วยคอมพิวเตอร์ การลำดับภาพมีการเล่าเรื่องด้วยจังหวะที่เร็ว

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากแอนะล็อกและยุคดิจิทัลในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านสังคม สังคมยุคแอนะล็อก (พ.ศ.2530-2540) ผู้คนยังมีความเชื่อทางไสยศาสตร์และสิ่งลึกลับ ผู้ผลิตจึงนำความเชื่อนี้มาสร้างสรรค์เป็นเรื่องราวในละครโทรทัศน์ เมื่อมาถึงยุคดิจิทัล (พ.ศ. 2541-ปัจจุบัน) แม้ผู้คนในสังคมจะยังมีความเชื่อทางไสยศาสตร์อยู่ แต่ผู้คนในสังคมต้องการการพิสูจน์ความจริงด้วยความรู้วิทยาศาสตร์ ผู้ผลิตจึงนำแนวคิดนี้มาทำเป็นเนื้อเรื่องของละคร โดยละครโทรทัศน์ไทยยังคงสอดแทรกความเชื่อทางไสยศาสตร์และการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์เพื่อค้นหาสิ่งที่เกิดขึ้นทางไสยศาสตร์ แต่ยังคงเวียนเกี่ยวกับความรักที่แสดงถึงกิเลสตัณหา ความอิจฉาริษยาของมนุษย์โดยมีการแบ่งแยกชนชั้นทางสังคมในการชิงดีชิงเด่น ซึ่งคนเขียนบทละครจะมีเจตนาธรรมให้ละครมีคติธรรมสอนใจผู้ชมในเรื่องของ “กฎแห่งกรรม” ทุกการกระทำของตัวละครจะมีบทสรุปถึงการ “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว” โดยมีบทพิสูจน์ของตัวละครเอกในการทำความดีจะได้รับผลดี และตัวละครร้ายที่ทำแต่ความชั่วจะได้รับผลกระทบตามสิ่งที่ได้กระทำไว้

ประเด็นเรื่องการทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ขึ้นอยู่กับการนิยามว่าอะไรคือความดีอะไรคือความชั่ว อันเกิดจากสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละยุคสมัยจะนิยามว่าสิ่งใดหรือการกระทำแบบใดจัดเป็น “ความดี” สิ่งใดหรือการกระทำแบบใดจัดเป็น “ความชั่ว” ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ตายตัว เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปการนิยามจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังเช่น การแต่งกายของสตรีในยุคอดีตใครที่เปิดเผยเรือนร่างมากจะถูกนิยามว่าเป็นผู้หญิงไม่ดี หรือผู้หญิงที่มีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานจะถูกนิยามว่าเป็นผู้หญิงไม่ดี ใจง่าย ไม่รักจนลวงสวณตัว แต่ในสังคมปัจจุบันที่เป็นยุคดิจิทัล สิ่งเหล่านี้สังคมกลับไม่ถือว่าเป็นเรื่องเสียหาย ผู้หญิงที่มีพฤติกรรมเหล่านี้ไม่ถูกสังคมตำหนิ การที่สังคมมีอำนาจในการนิยามสิ่งต่าง ๆ ว่าสิ่งดีหรือไม่ดี รวมทั้งการนิยามนี้สามารถแปรเปลี่ยนไปได้ตามยุคสมัยและบริบททางสังคมซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงของอัลเฟรด ชูทส์ (A. Schutz อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2546:7-31) ที่อธิบายว่าโลกแห่งความเป็นจริงในชีวิตประจำวันระหว่างความเป็นจริงที่หยิบมาจากคนอื่นบวกผสมกับความเป็นจริงที่เราสร้างขึ้นมาเองรวมทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสรรัตน์ จิรวรรวิสุทธิ์ (2554) ที่พบว่า บทละครโทรทัศน์ไม่ว่าจะยุคสมัยใดยังคงวนเวียนอยู่ที่การมุ่งสอนเรื่องคุณธรรมประเภท “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว” หรือ “ธรรมะย่อมชนะอธรรม”

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่าเทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัลเป็นการหลอมรวมของสื่อทำให้เกิดสื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ และเว็บไซต์ ทำให้มีช่องทางการรับชมเพิ่มและมีช่องทางใหม่ในการ

รับชมเกิดขึ้นเป็นอย่างมาก สถานีโทรทัศน์ และผู้ผลิตละครโทรทัศน์จึงสร้างช่องทางการสื่อสารบนสื่อใหม่ 2 ช่องทาง ได้แก่ ออฟฟิเชียลไลน์ (Line official) เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook fanpage) และสร้างช่องทางการแพร่ภาพบนสื่อใหม่ 4 ช่องทาง ได้แก่ เฟซบุ๊กไลฟ์สด ไลน์ทีวี ยูทูบ และเว็บไซต์

การเพิ่มช่องทางการรับชมละครบนสื่อใหม่ทำให้เกิดปรากฏการณ์การรับชมละครได้ “ทุกที่ทุกเวลา” ผู้ชมยังสามารถรับชมละครย้อนหลังได้ไม่จำเป็นต้องรับชมละครตามเวลาการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์อีกต่อไป บนช่องทางการรับที่หลากหลายนบนสื่อใหม่นั้นยังส่งผลกระทบต่อผู้ชมเกิดสภาวะความจรร้อนเกิดพฤติกรรม “ไม่ชอบแล้วเปลี่ยน” ช่องทางรับชมใหม่ทันที ผู้ผลิตจึงต้องใช้กลยุทธ์ “ดึงดูดใจ” ด้วยเรื่องเล่าละครที่รวดเร็ว กระชับ ฉับไว ด้วยการสลับขั้นตอนการดำเนินเรื่องโดยการจัดวางส่วนภาวะวิกฤติ (crisis) มาเริ่มเรื่อง แล้วจึงเชื่อมโยงเข้าสู่เรื่องไปตามเหตุการณ์ เน้นการกระชับการเล่าเรื่องในองก์ที่ 2 ให้เดินเรื่องเร็วขึ้นเพื่อให้ผู้ชมเห็นแล้วตีความความหมายความเข้าใจได้ทันที จะไม่มีการเอื้อนเอ่ยในบทสนทนามากมายนัก ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมของอัลวิน ทอฟเลอร์ (Alvin Toffler, 1980 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2541) ที่อธิบายว่า สื่อเป็นกลไกสำคัญที่กำหนดการสื่อสารและขึ้นาระบบสังคมในการกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะระบบจิตใจที่เกี่ยวเนื่องกับความคิด อารมณ์ และการแสดงออกต่าง ๆ ที่เป็นสภาวะภายในบุคคลที่มีความปรารถนาเป็นตัวกระตุ้นให้มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ (2554) ที่พบว่าการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ในยุคโลกาภิวัตน์ (พ.ศ. 2540-ปัจจุบัน) จะใช้กลยุทธ์ดึงดูดใจด้วยจังหวะการเล่าเรื่องเร็วขึ้น มักเข้าสู่ความขัดแย้งหรือวิกฤตอย่างใดอย่างหนึ่งในขณะที่เปิดเรื่อง อันเป็นอิทธิพลจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่แข่งขันด้วยความเร็วจึงนิยมใช้ภาพที่ผู้ชมเห็นแล้วตีความเข้าใจเลยไม่เน้นบทสนทนาที่ให้รายละเอียดมากมาย

การสร้างช่องทางการสื่อสารบนออฟฟิเชียลไลน์ และเฟซบุ๊กแฟนเพจของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิต ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์โต้ตอบระหว่างผู้ผลิตกับผู้ชมบนช่องทางออฟฟิเชียลไลน์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ผู้ชมสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อนักแสดงที่ชื่นชอบคนเดียวกันหรือละครเรื่องเดียวกัน การเอาใจช่วยตัวละคร ข้อเสนอแนะในการผลิตไปยังผู้ผลิต

การปฏิสัมพันธ์โต้ตอบระหว่างผู้ผลิตกับผู้ชม ทำให้การผลิตละครในลักษณะความบันเทิงแบบมวลชนเปลี่ยนเป็น “มวลชนมีส่วนร่วม” กับการผลิตละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งมาจากที่ผู้ผลิตและผู้ชมสามารถสนทนากับเฟซบุ๊กไลฟ์สด ไลน์ทีวี ยูทูบ และเว็บไซต์ จึงเกิดการสื่อสารสองทางซึ่งสื่อใหม่ได้สร้างปรากฏการณ์บน “การสื่อสารสองทางแบบมวลชน” ของผู้รับชมละครและผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมของเอเวอเรตต์ โรเจอร์ส (Everett Rogers อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2541) สื่อใหม่มีลักษณะที่สามารถตอบโต้กันกันระหว่างคนกับเทคโนโลยีได้อย่างทันที เพราะเดิมที่การสื่อสารเผชิญหน้าจะเกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น เทคโนโลยีเข้ามาสร้างปฏิสัมพันธ์การสื่อสารอีกครั้ง รวมทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสิริณัฐ สดประเสริฐ (2558) ที่พบว่าละครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กเป็นพื้นที่แสดงออกได้อย่างอิสระทำให้รูปแบบของผู้รับชมที่เคยทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร (Passive Audience) อย่างเดียว พัฒนามาเป็นผู้กระทำ (Active Audience) ต่อสาร

2. การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อก สู่ยุคดิจิทัล ในทัศนะของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ผลการวิจัยพบว่า

การแข่งขันในยุคดิจิทัลทำให้ผู้ผลิตละครพยายามสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาละครโดยมีการแต่งเรื่องใหม่ด้วยการนำเสนอแก่นเรื่องและเนื้อหาของชีวิตคนกลุ่มหนึ่งในสังคม (outcast theme) ที่เคยอยู่



นอกจากแสวงหาความสนใจ เช่น ความรักเพศเดียวกันระหว่างชายรักชาย หญิงรักหญิง ผู้พิการทางสมอง บุคคลที่มีสมาธิสั้น บุคคลที่เป็นโรคซึมเศร้า ให้เป็นตัวละครเอกของเรื่อง

การสร้างสรรคแก่นเรื่องของชีวิตคนกลุ่มหนึ่งในสังคมที่เคยอยู่นอกกระแสความสนใจ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ตัวละครเพื่อเป็นภาพตัวแทนของคนกลุ่มนั้นในสังคม เป็นการสร้างตัวละครที่เกิดขึ้นจริงในบริบทสังคมที่เป็นอยู่นั้น ซึ่งตรงกับทฤษฎีการสร้างภาพตัวแทนของมิเชล ฟูโกต์ ได้อธิบายไว้ว่า สิ่งที่เราเรียกว่า “ความเป็นจริง” (Reality) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการทำงานของสถาบันทางสังคมและสื่อมวลชน โดยได้สร้างภาพตัวแทน (Representation) และสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ขึ้นมาเพื่อใช้ในการสื่อสารอันเกิดจากการประกอบสร้างความเป็นจริงขึ้นมาโดยสื่อมวลชน (กาจัญญา แก้วเทพ, 2555) ทั้งนี้ในยุคดิจิทัลผู้คนมีอำนาจสื่ออยู่ในมือการเปิดเผยตัวตนต่อสาธารณะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้อย่างง่ายดาย โดยใช้สื่อใหม่นำเสนอเรื่องราวของตนเอง เช่น ความรักของคนรักเพศเดียวกัน เป็นต้น ทำให้สังคมได้เห็นและเกิดการยอมรับ เมื่อสังคมยอมรับบุคคลที่เคยอยู่นอกกระแส ผู้ผลิตจึงสร้างตัวละครที่นำบุคคลหรือสถานการณ์นั้นมาสะท้อนความจริงที่เกิดขึ้นในสังคมได้ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีสถาบันวัฒนธรรมศึกษาของมิเชล ฟูโกต์ และคาร์ล มากซ์ (Michel Foucault , 1988 Karl Marx, 1852 อ้างถึงในฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน) ที่อธิบายว่าตัวตนและอัตลักษณ์ของมนุษย์ถูกสร้างขึ้นตามบริบทของสังคมที่มนุษย์อาศัยอยู่ มนุษย์จึงต้องเลือกใช้ “วัตถุดิบ” ที่มีอยู่ในบริบทของสังคมนั้นมาสร้างและหล่อหลอมอัตลักษณ์และตัวตนซึ่งสื่อโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความและเนื้อหา ที่ถือว่าเป็นวัตถุดิบอันสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และตัวตนในยุคปัจจุบันที่เรียกว่ากำลังเข้าสู่ยุคสังคมหลังสมัยใหม่ รวมทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน (2556) ที่พบว่าสื่อใหม่มีบทบาทในฐานะเป็นพื้นที่การแสดงออกความเป็นตัวตน โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดียถือเป็นพื้นที่สำคัญในการแสดงออกด้านตัวตนและอัตลักษณ์ในด้านต่าง ๆ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภลวัฒน์ คณารส (2558) ที่พบว่าการบริหารจัดการรายการละครโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลคือผู้ผลิตควรสร้างสรรค์เนื้อหาละครให้มีความแปลกใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ มีการควบคุมคุณภาพเนื้อหาของรายการ มีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับฐานผู้ชมในยุคดิจิทัล

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

1.1 ผู้ผลิตต้องทำการวิเคราะห์ถึงสภาวะการแข่งขันของละครโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล โดยการวิเคราะห์สภาวะการณ์การผลิตละครของรูปแบบและเนื้อหาจากสถานีโทรทัศน์ในช่องต่าง ๆ เพื่อการสร้างสรรคละครให้มีเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ โดยมีการสำรวจความต้องการของผู้ชมว่าต้องการรับชมรูปแบบและเนื้อหาในลักษณะใด โดยใช้ช่องทางการสำรวจจากสื่อใหม่ เช่น วิจารณ์ทวิต เป็นต้น เพราะการผลิตละครที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมจะทำให้ละครได้รับอัตราความนิยม (Rating) ที่สูง

1.2 เพิ่มช่องทางการแพร่ภาพให้ครบทุกแอปพลิเคชันที่ผู้ชมนิยม เพราะในปัจจุบันบางสถานีจะมีการแพร่ภาพสดทางเฟซบุ๊กไลฟ์สดเท่านั้น แต่บางสถานีมีการแพร่ภาพสดละครทุกช่องทางบนแอปพลิเคชันของสื่อใหม่ เพื่อการก้าวทันกับสถานีโทรทัศน์อื่น ๆ

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

2.1 ศึกษาค้นคว้าถึงความต้องการด้านเนื้อหาและรูปแบบของละครโทรทัศน์ไทยในยุคดิจิทัล

2.2 ศึกษาค้นคว้าผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ในทุกสถานีถึงกระบวนการตัดสินใจในการผลิตละครโทรทัศน์ไทย

ในยุคดิจิทัล

2.3 คว้าการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์บนช่องทางสื่อสารชนิดอื่น เช่น ไลน์ทีวี (line tv) เป็นต้น

### กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์จากที่ได้โอกาสในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย ผู้เขียนต้องขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค ที่ให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณธร ปัญญาโสภณ ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบปกป้องวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้จัดละคร ผู้กำกับ ผู้เขียนบท ในวงการละครโทรทัศน์ไทยที่ให้ข้อมูลพร้อมให้คำแนะนำตลอดจนให้ความร่วมมือให้ความช่วยเหลือทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

เหนือสิ่งอื่นใดกราบขอบพระคุณ คุณแม่ พี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ให้กำลังใจ และดูแลเอาใจใส่ผู้วิจัยด้วยความรัก ความเมตตาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นกตัญญูตาแต่บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีอุปการะคุณทุกท่าน

### เอกสารอ้างอิง

กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2557). **ทฤษฎีการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมาธิราช

กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). **คู่มือสื่อใหม่ศึกษา**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนภาพพิมพ์จำกัด.

ชยพล สุทธิโยธิน. (2554). **การสร้างสารด้วยการแสดง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. 2560. **โซเชี่ยลมีเดียเทคโนโลยีแห่งตัวตนและการสร้างอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่**. สุทธิปริทัศน์, 31(97) 247-258

ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. 2556. **บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน สันติ เกษมสิริทัศน์. (2554). **การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์**. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2549) **การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง** นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ศุกลวัฒน์ คณารศ. 2557. **การบริหารจัดการ รายการละครโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันกันตนา นครปฐม.

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจ็ววงศ์. 2557. **การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล**. ปัญญาวิวัฒน์, 7(2)

สรรัตน์ จีรวรรวิสุทธ์. 2554. **พัฒนาการและสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์บทละครในโทรทัศน์**. ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.

สิริณัฐ สดประเสริฐ. 2558. **การรับรู้พฤติกรรมแสดงความคิดเห็น หลังชมละครผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท เฟสบุ๊ก**. วารสารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ.

องอาจ สิงห์ลำพอง. (2557). **กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.