

แนวทางความต้องการของประชาชนใน 4 ภูมิภาคต่อรายการโทรทัศน์
ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล
Guidelines for the Needs of the People in the Four Regions
Regarding the Television Programs of Thailand's Terrestrial Digital
Television Stations

วีรินทร์รภัฏ รักษธรรม¹ และทรงเกียรติ จรัสสันติจิต²
Weerinraphat Ruckthum¹ and Songkeat Jarutsantijit²

Received: July 24, 2023

Revised: November 28, 2023

Accepted: November 29, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางความต้องการรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับภูมิภาค 4 ภาค โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในระบบดิจิทัลระดับภูมิภาค 4 ภาค ใน 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น อุบลราชธานี จันทบุรี กาญจนบุรี สุราษฎร์ธานี และภูเก็ต จำนวน 83 คน

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางความต้องการรายการสรุปได้ 3 ประเด็นสำคัญ คือ 1) แนวทางความต้องการด้านประเภทรายการ เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ความเป็นท้องถิ่น ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและแหล่งข่าว การใช้ภาษา ผู้ประกาศข่าวและผู้ดำเนินรายการ เวลาในการออกอากาศ เนื้อหารายการข่าว รูปแบบการนำเสนอรายการและงบประมาณ 2) แนวทางความต้องการรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ การใช้ภาษา เนื้อหารายการและการนำเสนอรายการในแต่ละภูมิภาค และ 3) การพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนในสังคม ได้แก่ การให้ข้อมูลความคิดเห็น การวางแผนการผลิตและเผยแพร่รายการ ผลการวิจัยนำไปเป็นแนวทางให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในการพัฒนารายการต่าง ๆ รวมถึงเป็นแนวทางในการผลิตรายการทางสื่อออนไลน์และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: แนวทางความต้องการ รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีทีดิจิทัล

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เบอร์ 0835665533 e-mail: kornnika_r@payap.ac.th

² อาจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เบอร์ 0946355693 e-mail: stjtit@gmail.com

Abstract

This study aimed to examine the guidelines for the needs of the people in the four regions regarding the television programs of Thailand's terrestrial digital television stations. It utilized a qualitative research approach. Focus group interviews with stakeholders associated with the television programs of Thailand's terrestrial digital television stations in the four regions were used as a data collection tool for this research. The study was conducted in eight provinces, including Chiang Mai, Phitsanulok, Khon Kaen, Ubon Ratchathani, Chanthaburi, Kanchanaburi, Surat Thani, and Phuket, and involved 83 participants.

The research findings revealed three key guidelines for program needs. 1) The needs for program types, content, news and television program presentation formats included localization, content trustworthiness and news sources, language usage, news anchors and program hosts, broadcast timing, news content, presentation format, and budget allocation. 2) The needs for online platform television programs included language usage, program content, and presentation format in each region. And, 3) the development of community involvement in society included providing feedback, planning and producing programs, and broadcasting them. The research findings provided guidelines for those in charge of producing programs for Thai television stations and online media content. It also facilitated genuine community participation to meet the true needs of the public.

Keyword: Guidelines for the Needs, Television Programs, The National Broadcasting Services of Thailand, NBT Digital

บทนำ

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) หรือภาษาอังกฤษ National Broadcasting Services of Thailand (NBT) เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นสื่อหลักเผยแพร่ข่าวสารและนโยบายจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน ด้วยวิสัยทัศน์การเป็นสถานีหลักในด้านข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งของสังคม เพื่อพัฒนาประเทศสู่สากล ตามพันธกิจ 1) ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ 2) ให้คำปรึกษาและวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างเป็นระบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ 3) บริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 4) พัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ

และ 5) พัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรทัศน์ และ New media ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพและทันสมัยเสมอ

ปัจจุบัน สทท. มีการประกอบกิจการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ส่วนภูมิภาค จำนวน 8 สถานี โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันเป็น 4 ภาค คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคเหนือ (NBT North) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NBT Northeast) ภาคกลาง (NBT Central) และภาคใต้ (NBT South) ซึ่งในการพัฒนารายการโทรทัศน์ให้ทันต่อความต้องการของประชาชนนั้น ในระยะเวลาทุก 2 ปี จะหมุนเวียนให้สถานีในแต่ละภูมิภาคจัดทำโครงการพัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค 4 ภาค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายในการเปิดรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งล่าสุดในปี พ.ศ. 2564 ได้มีการจัดทำกรวิจัยภายใต้โครงการนี้ขึ้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, 2564) แต่ไม่ปรากฏประเด็นการศึกษาเรื่องการผลิตรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมาทางสถานีโทรทัศน์ฯ แต่ละภูมิภาค ยังไม่มีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน ทำให้เข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ล่าช้า ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2566 ทางคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการสำรวจความต้องการในประเด็นนี้ ทั้งนี้ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลให้พฤติกรรมประชาชนในการรับชมรายการโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านเวลาและพื้นที่ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบให้ตอบสนองต่อความต้องการของทุกกลุ่ม อีกทั้งยังต้องมองหาช่องทางใหม่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และที่สำคัญคือ จะทำอย่างไรให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับทางสถานีโทรทัศน์ได้ จากเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความต้องการการรับชมรายการในระบบโทรทัศน์และดิจิทัล รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ ซึ่งผลการศึกษารั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการพัฒนารายการของทางสถานี เพื่อให้สอดคล้องต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจของกรมประชาสัมพันธ์ และตอบสนองความต้องการของประชาชนทั้ง 4 ภูมิภาคอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางความต้องการของประชาชนรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค 4 ภาค

ปัญหานำการวิจัย/คำถามการวิจัย

ผู้ชมรายการโทรทัศน์จากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค 4 ภาค จาก 8 จังหวัด มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนารายการข่าวและรายการโทรทัศน์อย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา คณะผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นที่มุ่งศึกษาในประเด็นรูปแบบและเนื้อหา รายการข่าวและรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ NBT ใน 3 ประเด็น 1) แนวทางความต้องการด้านประเภทรายการ เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ 2) แนวทางความต้องการรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และ 3) การพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนในสังคม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ (Television Program)

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อสารมวลชนที่มีอิทธิพลกับประชาชน ทั้งยังเป็นตัวกลางเชื่อมการถ่ายทอดเนื้อหาสาระระหว่างผู้ผลิตรายการไปสู่ผู้ชมเป้าหมายจำนวนมาก เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม ถ่ายทอดและปลูกฝังความเชื่อผ่านเนื้อหาและรูปแบบที่หลากหลาย จากองค์ประกอบด้านภาพ ข้อความ และเสียง ที่จะทำให้งานรายการมีความโดดเด่นเฉพาะตัว ทั้งนี้ การผลิตรายการโทรทัศน์แบ่งได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) รายการสด (Live Program) เป็นรายการที่ถ่ายทำพร้อมออกอากาศทันที แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ (1.1) รายการสดถ่ายทำในห้องส่ง และ (1.2) รายการสดถ่ายทำนอกสถานที่ผ่านรถถ่ายทอดสัญญาณ 2) รายการบันทึกเทปโทรทัศน์ เป็นการถ่ายทำและบันทึกการรายการในห้องส่งหรือสถานที่ภายนอก โดยไม่มีการเผยแพร่ในทันที แต่จะนำเนื้อหารายการมาตัดต่อให้สมบูรณ์ภายหลัง (อุษา ศิลป์เรืองวิไล, 2561) ทั้งนี้ ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ กรมการสื่อสารมวลชน และกรมการวิทยุ (2558) ให้ความหมายรูปแบบรายการโทรทัศน์ (Program Format) คือ การใช้เทคนิคการผลิต วิธีการทำงาน และลีลาเฉพาะตัวนำเสนอเนื้อหาสาระ ผ่านองค์ประกอบทางภาพและเสียง เพื่อให้รายการดึงดูดความสนใจผู้ชม และบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ผู้ผลิตต้องการ ดังนั้น การออกแบบรูปแบบรายการควรสอดคล้องกับเนื้อหาและความสนใจของผู้ชมภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ โดยในประเทศไทย (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๖, 2556) กำหนดรูปแบบรายการโทรทัศน์ไว้ 16 ประเภท มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) รายการข่าว 2) รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย 3) รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม 4) รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม 5) รายการเด็กและเยาวชน 6) รายการท้องถิ่น 7) รายการวิทยาศาสตร์ 8) รายการกีฬา 9) รายการข่าวสารและบันเทิง 10) รายการบันเทิง 11) รายการพิเศษ 12) รายการเพลง 13) รายการภาพยนตร์ 14) รายการตลก 15) รายการละคร และ 16) รายการภาพยนตร์สารคดี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (Digital Media)

Birkerts (2015 อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2564) ให้ความหมาย “สื่อดิจิทัล” คือ การผสมผสานด้านเทคโนโลยีและการผลิตเทคนิคเนื้อหาไว้ด้วยกัน เพื่อการเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต

ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาด้านเนื้อหาของสื่อดิจิทัลของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ หรือ ผู้รับสารที่สามารถสร้างสารด้วยตนเอง (User Generated Content: UGC) เพื่อแบ่งปัน ออกแบบ และสร้างสรรค์ข้อมูลต่าง ๆ ได้หลากหลายรูปแบบ โดยสื่อดิจิทัลสามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ 1) สื่อที่ต้องชำระเงินเพื่อเผยแพร่ (Paid Media) 2) สื่อที่ผู้อื่นสร้างให้ (Earned Media) และ 3) สื่อที่องค์กรเป็นเจ้าของ (Owned Media) อีกทั้งสื่อดิจิทัลยังมีการนำเสนอผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ (Website) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Program) โซเชียลมีเดีย (Social Media) วิดีโอ (Video) โฆษณาดิจิทัล (Digital Advertising) โปสเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ (Digital Poster) และแอปพลิเคชัน (Application)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

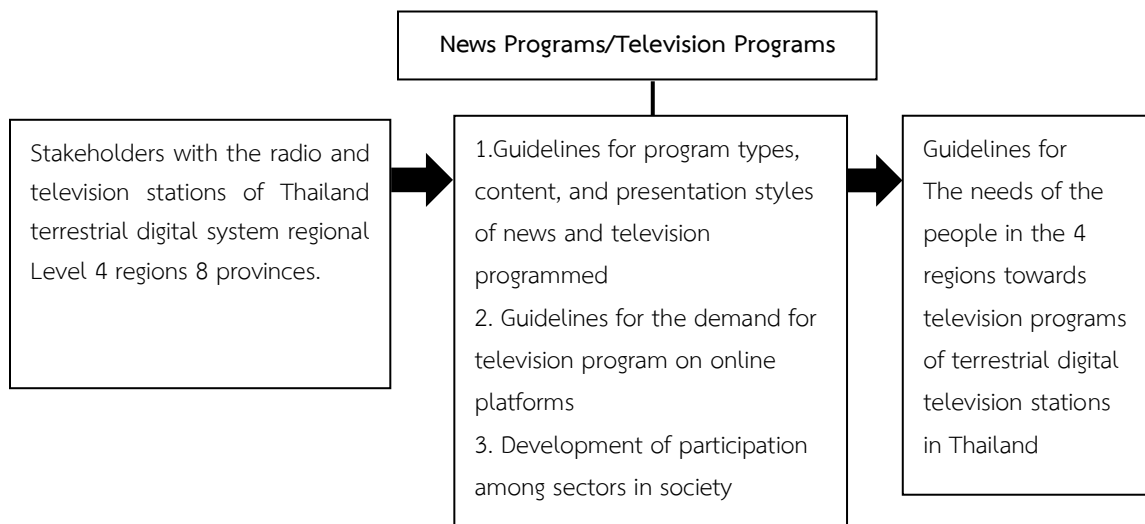
ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2543) ให้ความหมายการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการฝึกสมาชิกในสังคมเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมกันฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนร่วมกันค้นหาแนวทางและตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสามารถแยกแยะได้เป็น 2 ลักษณะ คือการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine participation) และการมีส่วนร่วมแบบเทียม (Pseudo-participation) (Arnstein, 1969, อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล และคนอื่น ๆ , 2549)

ส่วนกาญจนา แก้วเทพ และคนอื่น ๆ (2543) แบ่งการมีส่วนร่วมในการสื่อสารออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชม/ผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ในระดับต้น เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในการเสนอแนะ ร่วมแจ้งข่าวสาร หรือ ดิชมรายการผ่านช่องทางต่าง ๆ 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้แสดง (Sender/Producer/Co-Producer/Performance) เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอก สามารถแบ่งระดับการมีส่วนร่วมตามขั้นตอนการผลิตรายการ ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต (Pre-production Stage) ขั้นตอนการผลิต (Production Stage) และขั้นหลังการผลิต (Post-production Stage) และ 3) การมีส่วนร่วมในระดับบริหารงาน (Policy Maker/Planner) เป็นระดับสูงสุด โดยให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมวางแผน กำหนดนโยบายเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

ทั้งนี้ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่ายสามารถสลับบทบาทเป็น “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “คู่สื่อสาร” ผ่านเวทีการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน ความเท่าเทียมกัน และการทำงานร่วมกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) สำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จาก 4 ภูมิภาค 8 จังหวัด ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคเหนือ (NBT North) จากเชียงใหม่และพิษณุโลก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NBT Northeast) จากขอนแก่นและอุบลราชธานี ภาคกลาง (NBT Central) จากจันทบุรีและกาญจนบุรี และ ภาคใต้ (NBT South) จากสุราษฎร์ธานีและภูเก็ต คัดเลือกมาจังหวัดละ 10 คน โดยสุภาพรณ์ สุธหนองบัว (2565) ได้เสนอเกณฑ์การคัดเลือกจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่เหมาะสมควรอยู่ที่จำนวนตั้งแต่ 4 ถึง 12 คน ดังนั้น ทางคณะผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลจังหวัดละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 80 คน ทั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยออกเก็บข้อมูลภาคสนามจริงพบว่า กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ จันทบุรี และกาญจนบุรี มีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกจังหวัดละ 1 คน ส่งผลให้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 83 คน

อนึ่ง คณะผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. เป็นบุคคลจากกลุ่มผู้ผลิตรายการ ผู้แทนกลุ่มที่เข้าร่วมรายการ ผู้แทนสมาชิกสภาผู้ชมผู้ชมรายการ นักวิชาการ และนักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องในด้านสื่อสารมวลชน
 - 1.1 ต้องอาศัยหรือมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสำนักประชาสัมพันธ์เขต
 - 1.2 เคยร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยใน 4 ภูมิภาค
 - 1.3 เคยมาใช้บริการหรือเป็นแหล่งข้อมูล ให้แก่ทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในแต่ละภูมิภาค

ทั้งนี้ ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก คณะผู้วิจัยได้ประสานกับหัวหน้าฝ่ายรายการสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในแต่ละจังหวัด เป็นผู้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ร่วมกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแน่นอน (Structured or Standardized Interview) ผ่านกิจกรรมในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในรูปแบบผสมผสานทั้งการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (On-site) และการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-meeting) ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลทุกคน เพื่อขอจัดบันทึกข้อมูลระหว่างการสนทนาและบันทึกเสียงการสนทนากลุ่มตั้งแต่ต้นจนจบ

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ศึกษาแนวทางการความต้องการรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค 4 ภาค สามารถสรุป 3 แนวทางหลักในการพัฒนารายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ได้แก่ 1) แนวทางความต้องการด้านประเภทรายการ เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ 2) การพัฒนาการนำเสนอรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และ 3) การพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนในสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวทางความต้องการด้านประเภทรายการ เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ แบ่งออกเป็นแนวทางการต่อรายการข่าว และแนวทางการต่อรายการโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 แนวทางการต่อรายการข่าว

1.1.1 การตอบสนองความพึงพอใจต่อรายการข่าว

1.1.1.1 ความเป็นท้องถิ่น การนำเสนอข่าวท้องถิ่นด้วยภาษาท้องถิ่น สะท้อนการให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ของผู้ชมในแต่ละภูมิภาค สามารถสร้างให้ผู้ชมรู้สึกผูกพันถือเป็นจุดเด่นที่ทำให้ในแต่ละภูมิภาคมีความโดดเด่นแตกต่างกัน

1.1.1.2 ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาข่าวและแหล่งข่าวมีความน่าเชื่อถือ การนำเสนอข่าวมีความเป็นกลางในทิศทางบวก และมีความเที่ยงตรงสูง

1.1.1.3 การใช้ภาษา คือ เครื่องมือสะท้อนอัตลักษณ์สถานีโทรทัศน์แต่ละท้องถิ่น ทำให้คนท้องถิ่นเข้าถึงได้ง่าย ทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจในการรักษาวัฒนธรรมของตน

1.1.1.4 ผู้ประกาศข่าวและผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นมืออาชีพ ควรมีจำนวน 2 คน เพื่อรับ-ส่งประเด็นข่าว มีลีลาการพูดและน้ำเสียงน่าฟัง ควรสร้าง “นักข่าวพลเมือง” เพื่อให้เกิดภาคีเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่ และเปิดพื้นที่ให้กลุ่มเด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมผลิตรายการข่าว และสร้างช่องทางการสื่อสารสองทางเชื่อมโยงเนื้อหาจากโทรทัศน์ไปสู่โซเชียลมีเดีย โดยอินฟลูเอนเซอร์มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์แต่ละท้องถิ่นเข้ามาช่วยดึงดูด

1.1.1.5 เวลาในการออกอากาศ การวางแผนรายการข่าวไม่ควรยืดเวลาเปิดสถานีจากส่วนกลางเป็นหลัก แต่ควรเปิดเวลาสถานีสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้ชม ตั้งแต่ช่วงเช้าเวลา 05.00 น.

1.1.1.6 เนื้อหารายการข่าว เนื้อหาข่าวจากส่วนกลางควรเน้นการประชาสัมพันธ์จากฝ่ายรัฐบาล ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวหลากหลายประเด็นในชีวิตประจำวัน เช่น ปัญหาปากท้อง ช่องทางสร้างรายได้ การเกษตร การแก้ไขปัญหาสังคม และภัยอันตราย รวมถึงควรมีการขยายผล เจาะลึก และตามติดประเด็นรายละเอียดข่าวอย่างต่อเนื่องในประเด็นมิติต่าง ๆ เป็นต้น

1.1.1.7 การนำเสนอรายการ ควรนำเสนอในรูปแบบการเล่าข่าว เพื่อลดความเป็นทางการ มีการสรุปข่าวต้นชั่วโมง ข่าวนวนเพื่อสร้างความใกล้ชิด หรือการนำข่าวกลับมาเสนอซ้ำ (Re-Run) ในขณะที่ข่าวท้องถิ่น ควรมีการนำเสนอรายการประเภทคุยหลังข่าว ข่าวเด่นประเด็นร้อนแบบเรียลไทม์ (Real-Time) ในพื้นที่นำเสนอด้วยเทคนิคที่สอดคล้องกับจริตของคนรุ่นใหม่ ควรมีการนำเสนอไฮไลท์ข่าวสำคัญหรือประเด็นข่าวที่มีประโยชน์ต่อปากท้องของประชาชน ต่อผู้ชมในช่วงการออกอากาศระหว่างวัน และจัดทำสรุปข่าวสั้น ส่วนการประชาสัมพันธ์ควรเป็นเชิงรุก ผู้ชมควรรับทราบผังรายการก่อนมีการออกอากาศอย่างต่อเนื่อง และต้องนำเสนอรายการสด (Live Program) จากเหตุการณ์ในท้องถิ่น หรือรายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมไปถึงรายการสาระบันเทิง

1.1.1.8 งบประมาณรายการ ทุกภูมิภาคให้ความสำคัญในเรื่องการขอเพิ่มงบประมาณในการผลิตรายการข่าว เพื่อจะสามารถผลิตรายการนอกสถานที่ได้อย่างต่อเนื่อง อาทิ การผลิตรายการสดแบบสัญจรลงพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น รวมถึงต้องมีการรับบุคลากรคนรุ่นใหม่เข้ามา และควรพัฒนาความรู้แก่บุคลากรในองค์กรสม่ำเสมอ และทางสถานี NBT ต้องเป็นหน่วยงานกลางในการประสานบูรณาการข้อมูลจากทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อนำเสนอเนื้อหารายการที่สร้างคุณประโยชน์แก่ท้องถิ่นและสังคมไทย

1.2 แนวทางความต้องการต่อรายการโทรทัศน์

1.2.1 การใช้ภาษา ทุกภูมิภาค ยกเว้นภาคกลางให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาถิ่นในการจัดรายการโทรทัศน์ เพราะสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นและรากเหง้าทางวัฒนธรรม รวมทั้งภาษาถิ่นทำให้รู้สึกใกล้ชิดและคล้อยตามได้ง่าย ซึ่งต่างจากภาคกลาง ใช้สำเนียงและภาษาราชการฟังดูเป็นแบบแผน และแข็งกระด้างจนเกินไป

1.2.2 เนื้อหารายการโทรทัศน์ เป็นหัวใจสำคัญที่ดึงดูดผู้ชมให้ชมรายการและมีส่วนร่วม ควรเน้นผลิตเนื้อหารายการที่กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์ SME ของดีชุมชน แหล่งท่องเที่ยว อาหาร และวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละภูมิภาค หรือต้องเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่เข้ามาแลกเปลี่ยนร่วมกับบุคลากรของสถานี NBT ให้เกิดรูปแบบและเนื้อหารายการใหม่

1.2.3 การนำเสนอรายการ ในแต่ละภูมิภาคมีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ภาคเหนือ ต้องการรายการที่ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนา ส่วนภาคใต้ ภาคกลาง

และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องการรายการเกี่ยวข้องกับปากท้อง ทั้งเรื่องการประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสร้างรายได้แก่ประชาชน เป็นต้น

ในทุกภูมิภาคมีความต้องการคล้ายกันในรายการตอบคำถามคลายความสงสัย และรับเรื่องราว ร้องทุกข์ในการคลายปัญหาระหว่างประชาชนกับรัฐ และที่สำคัญรายการโทรทัศน์ ควรเปิดโอกาสให้ คนในพื้นที่เป็นผู้เล่าเรื่องราว นำเสนอข้อมูล ชูจุดขายที่โดดเด่น เน้นให้ผู้คนรู้จักชุมชนของตน นำเสนอ วิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น ในรูปแบบรายการปกิณกะ หรือทำเป็นคลิป สกู๊ปขนาดสั้น และจัดหาพิธีกร ผู้ดำเนินรายการที่มีบุคลิกน่าจดจำและน่าสนใจ เพื่อสร้างการจดจำรายการ

อีกทั้งยังมีความต้องการเช่นเดียวกับรายการข่าวในด้านการใช้คนรุ่นใหม่ที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์ มาจัดรายการ และต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบในการจัดรายการ เช่น การใช้จิงเกิ้ล (Jingle) รายการให้ติดหู การออกแบบฉาก การจัดแสงสี การใช้ตัวอักษร และกราฟิกให้ทันสมัย

2. การพัฒนาด้านการนำเสนอรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์

ผลการศึกษาการพัฒนาด้านการนำเสนอรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ แบ่งออกเป็น ด้านรายการข่าว และด้านรายการโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านรายการข่าว

2.1.1 สถานี NBT ต้องเพิ่มช่องทางไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ ควรจัดตั้ง กองบรรณาธิการและทีมงานที่ผสมผสานระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบราชการมาผลิตรายการข่าวบนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะ

2.1.2 ควรนำรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งดี หรือสร้างสรรค์ รายการใหม่ มานำเสนอลงในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การตัดไฮไลท์สั้นมานำเสนอ เพื่อจูงใจ ไว้ในแพลตฟอร์ม ตี๊กต็อก (TikTok) และเชื่อมโยงให้ผู้ชมไปชมรายการเต็ม ไปยังแพลตฟอร์ม ยูทูบ (YouTube) ส่วนแพลตฟอร์ม เฟซบุ๊ก (Facebook) ตัดเนื้อหาเอาเฉพาะประเด็นสำคัญ นำมาทำเป็น คลิปปรายการสั้น และใช้จิงเกิ้ลเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์ชวนให้จดจำ หรือเน้นถ่ายทำในสถานที่จริง

2.2 ด้านรายการข่าว

2.2.1 รายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ควรทำรายการไลฟ์สด งานประเพณี งานบุญ หรืองานกิจกรรมเฉพาะจังหวัดที่สำคัญในแต่ละภูมิภาคผ่านแพลตฟอร์ม ยูทูบ ตี๊กต็อก หรือ โปรแกรมประยุกต์ (Application) ของทางสถานี

2.2.2 ด้านเนื้อหารายการ ควรนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น การเกษตรและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในแต่ละพื้นที่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม ชุมชน ซึ่งผลที่ตามมาคือการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนนั้น ๆ หรือการผลิตรายการเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ในสังคม เช่น รายการถามตอบประเด็นกฎหมาย การเงิน ความเท่าเทียมชาติพันธุ์ หรือ เรื่องราว ชวนสงสัยในสังคม เป็นต้น

ทั้งนี้ ทั้งรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ ควรมีลีลาการนำเสนอแบบผ่อนคลาย ไม่ยึดติดระบบ ราชการ ความยาวไม่เกิน 30 วินาที ถึง 3 นาที พร้อมเนื้อหาที่สมบูรณ์ และทุกแพลตฟอร์มต้องติด แฮชแท็ก (Hashtag) ชื่อรายการ สถานี หรือเนื้อหาเหมือนกัน อีกทั้งในช่วงท้ายคลิปต้องพูดเชิญชวน

หรือสร้างตอนจบให้น่าติดตาม (Cliffhanger) หรือมีการเชิญชวนด้วยคำกระตุ้นการตัดสินใจ (Call to Action) หรือทำไฮเปอร์ลิงก์ (Hyperlink) เพื่อนำไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์อื่นที่เป็นทางการต่อไป

3. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนในสังคม

การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนในสังคม เช่น ผู้ชมทางบ้าน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญในสายงาน ผู้ที่อยู่ในแหล่งความรู้ ประชาชนชาวบ้าน ครูภูมิปัญญา ภาคเอกชน ภาคประชาชนในชุมชนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา กลุ่มเปราะบางในสังคม หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ เด็กและเยาวชน เป็นต้น เข้ามามีส่วนร่วมกับสถานี NBT ซึ่งในการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับควรต้องมีคุณสมบัติ เช่น ระดับ 1 การให้ข้อมูลความคิดเห็น อาจจะเป็นกลุ่มบุคคลทั่วไปที่ติดตามชมรายการ ต้องการแสดงความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุง หรือส่งเสริมคุณภาพรายการ ระดับ 2 การวางแผน เป็นบุคคลที่เข้าร่วมให้คำปรึกษาจำเป็นต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในด้านกระบวนการผลิตรายการ การจัดสรรงบประมาณ การดูแลแผนการผลิต และร่วมวางแผนกลยุทธ์ระยะสั้น รวมถึงการออกกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการสถานี NBT และระดับ 3 การผลิตและเผยแพร่สถานี NBT เป็นบุคคลที่มีทักษะด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ และรู้จักวิธีการประเมินรายการจากความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วนในสังคม ในกรณีเป็นบุคคลทั่วไปที่อยากเข้าร่วมการผลิต อาจมีการอบรมพัฒนาทักษะการเป็นนักข่าวพลเมือง (Mobile Journalism) ให้แก่อาสาสมัครและประชาชนผู้สนใจ นอกเหนือจากนี้ สถานี NBT สามารถจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การจัดเวทีแสดงความคิดเห็น การจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group) การทำประชาพิจารณ์ (Public hearing) การลงพื้นที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ หรือมีการจัดสรรเวลารายการสำหรับเด็กและเยาวชน โดยให้เด็กและเยาวชนช่วยคิดค้นเนื้อหารายการ (Content) มีเจ้าหน้าที่สถานี NBT เป็นโค้ช (Coaching)

อนึ่ง ผลจากการสัมภาษณ์ พบข้อสังเกตใหม่ว่า ในการมีส่วนร่วมสามารถดำเนินการแบบผสมผสานในทุกระดับได้ กล่าวคือ ไม่เจาะจงเพียงระดับใดระดับหนึ่ง แต่สถานี NBT ต้องเปิดพื้นที่รับฟังความเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ว่าพวกเขาต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด ไม่จำเป็นต้องกำหนดคุณสมบัติ แต่ทางเจ้าหน้าที่สถานีจะคอยทำหน้าที่เป็นตัวกลางคอยประสานและช่วยเหลือให้เกิดการร่วมมือได้

อภิปรายผล

จากผลสรุปการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายแนวทางพัฒนารายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ได้ดังต่อไปนี้

1. แนวทางความต้องการด้านประเภทรายการ เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอรายการข่าว และรายการโทรทัศน์

ด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลข่าวและรายการจากสถานีโทรทัศน์ NBT เป็นจุดเด่นสำคัญที่ผู้ชมให้ความไว้วางใจ ความโดดเด่นได้เปรียบสถานีโทรทัศน์อื่น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ภูมิภาค ต่างชื่นชมและรู้สึกภาคภูมิใจกับรายการข่าวท้องถิ่น เพราะเป็นการผลิตรายการ

โดยคนในท้องถิ่นเพื่อคนในท้องถิ่น สะท้อนให้เห็นความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค ผ่านทุกองค์ประกอบในรายการโทรทัศน์อย่างแท้จริง เช่น การมีผู้ประกาศข่าวเป็นคนท้องถิ่น ภาษาและสำเนียง เสื้อผ้า ผู้ร่วมรายการ แหล่งข้อมูล เนื้อหารายการ ฯลฯ

ด้านเนื้อหารายการข่าวท้องถิ่น ปัญหาหลัก คือ ถูกนำเสนอมาจากส่วนกลาง ส่งผลให้ข้อมูลมีการคลาดเคลื่อนในบางครั้ง ส่งผลทำให้ลดทอนความสนใจติดตามของผู้ชม และที่สำคัญรายการข่าวท้องถิ่นในแต่ละจังหวัดถูกลดทอนเวลาลง บางพื้นที่ถูกนำเสนอเฉพาะช่วงรายการข่าวเย็น ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญเรื่องการเพิ่มเวลาการออกอากาศรายการ หรือนำเสนอเป็นรายการข่าวท้องถิ่นทุกต้นชั่วโมง เพื่อให้ผู้ชมได้ติดตามความเคลื่อนไหวได้ทันทั่วทั้งพื้นที่ และทางสถานี NBT ควรมอบเวลาคืนให้แต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะเมื่อมีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ รวมถึงการจัดผังรายการข่าวและรายการโทรทัศน์ควรสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้ชมในแต่ละภูมิภาคให้มากที่สุด (กัญญรัตน์ งามพริ้ง, 2543) โดยหนึ่งหทัย ขอผลกลาง (2560) ได้ศึกษาแนวทางการใช้สื่อท้องถิ่น พบว่า ผู้บริหารสื่อท้องถิ่นโดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ มีศักยภาพในการบริหารจัดการผังรายการและสัดส่วนของเนื้อหารายการได้ ซึ่งผู้บริหารที่รับผิดชอบจากกรมประชาสัมพันธ์ ควรให้อำนาจแก่ผู้บริหารสื่อท้องถิ่นในการจัดการเนื้อหารายการ และสามารถปรับเปลี่ยนผังและเนื้อหาตามความต้องการผู้รับชมในท้องถิ่นตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ด้านเนื้อหาข่าว ควรเจาะลึกและให้รายละเอียดรอบด้าน โดยเฉพาะประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ต้องนำเสนอประเด็นอย่างต่อเนื่อง และเนื้อหาข่าวควรเน้นประเด็นการชี้ช่องทางการทำมาหากิน หรือการพัฒนาคุณภาพชีวิต ขณะที่รายการโทรทัศน์ ซูประเด็นความเป็นท้องถิ่นหาจุดขายจากสถานที่หรือวัฒนธรรมที่สำคัญมาเป็นไฮไลต์ นอกเหนือจากนี้ควรมีเนื้อหาเน้นด้านการพัฒนาการด้านการเรียน ภาษา ทักษะการใช้ชีวิต จริยธรรม คุณธรรม และการส่งเสริมให้เคารพในสถาบันชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์ ในรายการสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชนให้มากขึ้น

ในรายการข่าวที่มาจากส่วนกลาง มีรูปแบบเป็นทางการ ควรปรับให้มีท่าทีผ่อนคลายในลักษณะของการเล่าข่าว การนำเสนอข่าวเป็นสื่อบุคคล ให้มีเนื้อหาและรูปแบบที่หลากหลาย ส่วนรายการโทรทัศน์ควรเพิ่มประเภทรายการบันเทิง และสาระความรู้ เช่น รายการละครคุณธรรม รายการแสดงความสามารถ หรือรายการสารคดี ส่วนรูปแบบรายการต้องมีความหลากหลาย เน้นการลงพื้นที่ด้านพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เครื่องแต่งกายต้องเน้นอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ใช้ภาษาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ ส่วนจำนวนผู้ดำเนินรายการควรมีมากกว่าหนึ่งคนเพื่อการสนทนาตอบโต้ อีกทั้งผู้ดำเนินรายการที่จะมาเล่าข่าว ต้องมีคุณสมบัติในการเรียบเรียงเนื้อหา เชื่อมโยงเรื่องราว และจดจำรายละเอียดข่าวได้ครบถ้วนและแม่นยำ สามารถแสดงความคิดเห็น อธิบายความ และวิเคราะห์ข้อมูลถึงเบื้องหน้าและเบื้องหลังได้อย่างครบถ้วน หรืออาจสอดแทรกเกร็ดความรู้ สาระความคิดเห็นของนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญได้ อีกทั้งควรทำนายเหตุการณ์ในอนาคตได้ พร้อมทั้งสามารถเชื่อมโยงเหตุการณ์ในปัจจุบัน และในอดีตได้ในทุกบริบทของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับคุณสมบัติที่ดีของผู้ดำเนินรายการจากงานศึกษาของสรรพชัย เกียรธนานนท์ (2563) พบว่าด้านแซ่รับเชิญ ควรคัดเลือก

ผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในข้อมูล หรือจากแหล่งข่าวในพื้นที่เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และควรมีบรรณาธิการข่าวที่แม่นยำในแต่ละภูมิภาค เพื่อป้องกันการนำเสนอข้อมูลข่าวที่ผิดพลาดหรือตกหล่น

ด้านการออกแบบฉาก ควรสะท้อนอัตลักษณ์หรือจุดเด่นในแต่ละภูมิภาค กราฟิก การใช้สีสันทันสมัย ขนาดตัวอักษรควรมีขนาดใหญ่ให้อ่านง่าย การจัดแสงควรเน้นแสงและเงาเพื่อให้ฉากเกิดมิติ รวมถึงภาพประกอบควรใช้ภาพข้อมูล (Infographic) หรือใช้เทคโนโลยีที่ช่วยจำลองเหตุการณ์ (Immersive Graphic) ช่วยอธิบายเหตุการณ์ ส่วนเรื่องการจัดหางบประมาณด้านอุปกรณ์ และการเพิ่มจำนวนบุคลากรสายการผลิตเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยให้สถานี NBT มีกำลังในการผลิตรายการให้มีเนื้อหาและรูปแบบที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น

2. แนวทางความต้องการรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์

ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและการใช้สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป หลังจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ความต้องการของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ภูมิภาคไปในทิศทางเดียวกันคือ ควรพัฒนารายการของสถานี NBT ทั้งทางสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการนำเสนอควบคู่กัน โดยสื่อออนไลน์ควรเป็นอีกหนึ่งช่องทางหลักในการให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลข่าวและรายการโทรทัศน์แบบตามเวลาจริง (Real Time) เช่น มีการโพลประเด็นหรือรายละเอียดข่าวที่เกิดขึ้นในสังคมแบบทันทีทันใดพร้อมกับทางรายการโทรทัศน์ หรือมีการไลฟ์สด (Live Streaming) ควบคู่ไปกับเหตุการณ์ข่าวที่นำเสนอบนหน้าจอโทรทัศน์ เพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้ในหลากหลายช่องทาง อันสอดคล้องกับพฤติกรรมในการชมโทรทัศน์ของประชาชนในปัจจุบันที่ไม่มีเส้นแบ่งของช่วงเวลาและสถานที่ (Time & Space) มาขวางกั้น

ทั้งนี้ สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการคือ แพลตฟอร์ม เฟซบุ๊ก และยูทูบ สอดคล้องกับรายงานข้อมูลการวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-platform Rating) ประจำเดือนพฤศจิกายน 2565 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2565) พบว่า พฤติกรรมประชาชนในประเทศไทยชมเนื้อหาหารายการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลทั่วประเทศพบว่า 3 อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ เฟซบุ๊ก และติ๊กต็อก ดังนั้น สถานี NBT ควรใช้แพลตฟอร์ม เฟซบุ๊กเป็นช่องทางหลักบนพื้นที่ออนไลน์ในการสื่อสารกับประชาชนในการนำเสนอข่าวสาร ข้อเขียนนำเสนอเอกสารข่าว คลิปวิดีโอ ภาพข้อมูล (Infographic) การโค้ดคำพูด รวมถึงการใช้ เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ลิงก์ (Link) หรือ ตัวระบุที่อยู่ (URL) (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สำนักประชาสัมพันธ์, 2561) ที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุดม ไพรเกษตร และปิยากร หวังมหาพร (2560) ที่ว่าด้วยช่องทางบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หน่วยงานราชการเลือกใช้ส่วนใหญ่คือ เฟซบุ๊กเพราะการใช้เฟซบุ๊ก มีลักษณะเป็นเพจ (Page) ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงาน โดยแต่ละหน่วยงานจะเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดูแล มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์กับประชาชน

ขณะเดียวกันแพลตฟอร์ม ยูทูบ เป็นอีกช่องทางหลักบนออนไลน์ในการนำเสนอข่าวสาร และเนื้อหาหารายการแบบคู่ขนาน (Parallel) ไปพร้อมกับรายการบนโทรทัศน์ หรือนำรายการมาลงให้ดูย้อนหลังได้ หรืออาจนำรายการที่มีความยาวมากนำมาตัดบางส่วนให้เป็นไฮไลท์สำคัญของรายการ

เพื่อนำเสนอในแพลตฟอร์ม ดั๊กต็อกก่อน แล้วทำเป็นคลิปรายการขนาดสั้น ประมาณ 1 - 5 นาที เพื่อเรียกน้ำย่อย ก่อนแนะนำให้ไปชมเนื้อหาสมบูรณ์บนยูทูบ ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้นำรายการข่าว รายการท้องถิ่น และรายการส่งเสริมสถาบันพระมหากษัตริย์ มานำเสนอลงในแพลตฟอร์มดังกล่าวด้วย และสุดท้ายในการผลิตรายการและออกอากาศบนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้สำเร็จนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ภูมิภาคมีความเห็นตรงกันว่า ควรมีการตั้งกองบรรณาธิการและทีมงานคอยดูแลการผลิตรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะ ไม่ปะปนกับรายการข่าวหรือรายการทางโทรทัศน์ โดยผู้รับผิดชอบต้องจัดสรรงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีจำนวนเพียงพอต่อการผลิต อีกทั้งการนำเสนอรายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาจคัดเลือกเฉพาะรายการที่ได้รับความนิยมจากรายการทางโทรทัศน์มานำเสนอ โดยไม่จำเป็นต้องนำรายการทั้งหมดที่มีอยู่ในสถานีมา และสำหรับรายการโทรทัศน์ที่ไม่ได้นำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถตัดเฉพาะไฮไลท์เนื้อหารายการที่น่าสนใจ นำมาทำเป็นทีเซอร์รายการ (Teaser) เพื่อเรียกน้ำย่อย ชักชวนให้ไปชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ แต่ในมุมกลับ พัชรภา เอื้ออมรนิช (2561) ได้ชวนให้ตระหนักถึงการนำเสนอข่าวสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ว่า โดยทั่วไปข่าวสารที่ถูกแชร์มักไม่มีผู้ตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอ ดังนั้น การมีนายทวารข่าวสาร (Gate Keeper) ซึ่งในที่นี้คือ กองบรรณาธิการข่าวทางออนไลน์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะหลายครั้งที่สื่อมวลชน นำประเด็นข่าวจากโลกออนไลน์ หรือนำคลิปข่าวจากสื่อมาแชร์โดยปราศจากการตรวจสอบ ซึ่งหลายครั้งอาจจะเป็นข่าวปลอม หรือข่าวลือก็เป็นได้ อีกทั้งเมื่อเผยแพร่ออกไปเนื้อหาข่าวสารนั้นจะยังคงอยู่ตลอดไป ดังนั้น ผลเสียจะเกิดขึ้นกับผู้รับสารที่ไม่ได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลจากทุกภูมิภาค (มหาวิทยาลัยพายัพ สาขาวิชานิติศาสตร์, 2565) กล่าวว่า ถ้าสถานี NBT จะมุ่งนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ควรต้องจัดตั้งกองบรรณาธิการและมีทีมงานคนรุ่นใหม่เข้ามาที่มีความคิดสร้างสรรค์นอกกรอบ โดยทีมงานของสถานีเป็นเหมือนพี่เลี้ยง ส่วนทีมงานรุ่นใหม่เป็นเหมือนมันสมองในการลงมือปฏิบัติ โดยเฉพาะการฝึกให้ทีมคนรุ่นใหม่รู้จักการลงพื้นที่เก็บข้อมูล และตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลเป็น อันจะทำให้ข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปจะน่าเชื่อถือ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมได้

3. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนในสังคม

จากผลการสัมภาษณ์ ทั้ง 4 ภูมิภาค พบความเป็นจริงว่า บุคคลทั่วไปในฐานะผู้ชมยังคงอยู่ที่ระดับ 1 คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชมเท่านั้น มีเพียงนักวิชาการหรือผู้มีความรู้จากภาคเอกชน หรือหน่วยงานภาครัฐ ที่เข้ามาส่วนร่วมในระดับ 2 และระดับ 3 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูษิตต์ ภูริปาณิก (2557) ได้ศึกษาเรื่อง โครงสร้างโทรทัศน์สาธารณะ Thai PBS กับการมีส่วนร่วมของพลเมือง และงานวิจัยของเพชรรัตน์ เวสสวัฒน์ (2549) การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการคนค้นคนนั้น พบระดับการมีส่วนร่วมของบุคคลทั่วไปที่ชมรายการจะอยู่ในระดับ 1 เท่านั้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยการศึกษาของจินตนา สุจิตานนท์ (2549) ที่พบว่า บันไดแห่งการมีส่วนร่วมของพลเมืองโดยเฉพาะบุคคลทั่วไปต่อหน่วยงานภาครัฐ มักจะเป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนแบบเทียม (Pseudo - Participation) ดังนั้น ผู้รับผิดชอบของทางสถานี ถ้าต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

(Genuine Participation) จำเป็นต้องเปิดพื้นที่ให้บุคคลทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวน ด้วยการทำหน้าที่เป็นโค้ชช่วยพัฒนาความรู้และทักษะให้พวกเขายกระดับจากระดับที่ 1 ไปสู่ระดับที่ 3 ให้ปรากฏผลสำเร็จ

ซึ่งจากผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า พฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ อพยพตนเองจากโทรทัศน์ไปสู่สมาร์ทโฟน และมีความต้องการเนื้อหาแบบวีดิโอสั้น (Short-form Video Content) ที่สั้นกระชับ นำเสนอในลีลาที่น่ารู้ใจและเรียกร้องให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง ที่จะสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ประเด็นจึงเป็นความท้าทายใหม่สำหรับผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ที่จะก้าวไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์และการสร้างมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากการวิจัยมีข้อค้นพบในประเด็นที่ควรศึกษาต่อยอดเพื่อพัฒนาความรู้เชิงวิชาการ ได้แก่

1. แนวทางการผลิตรายการทางสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงกลยุทธ์การใช้สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารในชุมชน รวมถึง การศึกษาแนวทางการสร้างผู้นำเด็กและเยาวชนเพื่อการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ออนไลน์และการสื่อสารในท้องถิ่น
2. แนวทางการสร้างรายการโทรทัศน์บนสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นพื้นที่สาธารณะ โดยใช้แนวคิด Jürgen Habermas มาใช้ในการศึกษา สำหรับการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน
3. ความเป็นไปได้ในการกำหนดนโยบาย การจัดผังรายการ เพื่อการบริหารเวลาของรายการโทรทัศน์จากสถานี NBT ในระดับจังหวัด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายการศึกษาด้านการใช้ประโยชน์จากการวิจัยเพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์ในอนาคตอย่างเป็นรูปธรรม และเพิ่มเติมการประเมินผลเป็นระยะจากชุมชนท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ภายหลังจากที่ได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์ตามข้อเสนอจากการวิจัยที่ผ่านมา

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผู้อำนวยการสถานี หัวหน้าฝ่ายโทรทัศน์ หัวหน้าฝ่ายข่าวโทรทัศน์ และหัวหน้าฝ่ายช่างเทคนิค สามารถนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการ ความต้องการรูปแบบและเนื้อหารายการข่าว และรายการโทรทัศน์ และการปรับแนวทางไปสู่การผลิตรายการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปปรับปรุงรายการให้ตอบสนองความต้องการพร้อมสร้างคุณภาพชีวิตและปากท้องของผู้ชมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัฐ อินทรทัศน์ และกรรพม บัญหวิ. (2558). แนวคิด ประเภท และรูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น สาขาวิชานิตศศาสตร (พิมพ์ครั้งที่ 4, หน่วยที่ 1-7, น 1-35). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กัญญรัตน์ งามพริ้ง. (2543). กลยุทธ์การบริหารการข่าวของยูบีซี. [รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ปรินญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงษ์, รุจิรา สุภาษา, และวีระพงษ์ พงนิกรกิจ. (2543). สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- จินตนา สุขจานันท์. (2549). การศึกษาและการพัฒนาชุมชน. โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๖. (2556, 27 กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 130 ตอนพิเศษ 27 ง, หน้า 22-27, ภาคผนวก.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543). องค์ประกอบในการขับเคลื่อนประชาสังคม. ใน อนุชาติ พวงสำลี (บก.), ประชุมทางวิชาการประชาสังคมครั้งที่ 1 ในวันที่ 2-4 เมษายน 2542 ณ หอประชุมณัฐ รมรประวัติ สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา นครปฐม (น.17-22). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, ดวงพร คำนูนวัฒน์, ฤทัย ขัดนาถ, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน, และจำเริญ โยชิด. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พนม คลีฉายา. (2564). การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารแบบบูรณาการ. โครงการตำราคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2561). สื่อสังคมออนไลน์ แหล่งข่าวยุคดิจิทัล. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 9(2), 1-9. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodi/article/view/230540>
- เพชรรัตน์ เวสสวัฒน์. (2549). การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการสารคดี "คนค้นคน". [วิทยานิพนธ์ปรินญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2006.1318
- ภูษิตต์ ฐิริปาณิก. (2557). โครงสร้างโทรทัศน์สาธารณะ Thai PBS กับการมีส่วนร่วมของพลเมือง. วารสารวิจัย มสธ, 10(1), 97-111.
- มหาวิทยาลัยพายัพ สาขาวิชานิตศศาสตร. (2565). รายงานโครงการพัฒนาศาสนาวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ระดับภูมิภาค 4 ภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. ผู้แต่ง.

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ. (2564). รายงานโครงการพัฒนา
สถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับภูมิภาค 4 ภาค ประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. 2564. ผู้แต่ง.
- สรพพัชญ์ เจียรนันทน์. (2563). การพัฒนารายการสนทนาข่าวทางโทรทัศน์เพื่อการนำเสนอข้อเท็จจริง
เชิงลึก. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 14(2), 49-82. [https://so01.tci-
thaijo.org/index.php/dpuca/article/download/245040/165749/863830](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/download/245040/165749/863830)
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
(2565). *เรตติ้งทีวีดิจิทัลข้ามแพลตฟอร์ม ประจำเดือนพฤศจิกายน (รายงานฉบับเต็ม)*.
<https://www.adteb.or.th/content/29835>
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สำนักประชาสัมพันธ์. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม
ออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)*. ผู้แต่ง. [https://borc.anamai.moph.go.th/web-
upload/24xe82d9421a764bd38b31a4171c44f37a6/filecenter/KPI64/F1/Level1/F1-
1-15.pdf](https://borc.anamai.moph.go.th/web-upload/24xe82d9421a764bd38b31a4171c44f37a6/filecenter/KPI64/F1/Level1/F1-1-15.pdf)
- สุภาภรณ์ สุตหนองบัว. (2565). *เอกสารประกอบการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ด้านสังคมและ
พฤติกรรมศาสตร์*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. [https://www.graduate.
cmru.ac.th/Uploads/formthesis/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%
AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%
81%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%
9A%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A2.pdf](https://www.graduate.cmru.ac.th/Uploads/formthesis/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A2.pdf)
- หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง. (2560.) *รายงานการวิจัย แนวทางการใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพใน
เขตตะวันออก*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
[http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream
/123456789/7816/2/Fulltext.pdf](http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/7816/2/Fulltext.pdf)
- อุดม ไพรเกษตร และปิยากร หวังมหาพร. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านทางสื่อสังคม
เฟสบุ๊กของหน่วยงานภาครัฐไทย. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 7(1), 39-57.
- อุษา ศิลป์เรืองวิไล. (2561) นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. *EAU HERITAGE JOURNAL Social Science and Humanity*,
9(3), 84-98.