



การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ
ด้วยสื่อดิจิทัล

นางสาวเรณู เขมาปัญญา

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 14
สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล

โดย

นางสาวเรณู เขมาปัญญา

รหัสประจำตัว 65-14-44


สถาบันพระปกเกล้า

รายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ
ด้วยสื่อดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษา :


.....
(อาจารย์กุกกีแยรติ ภูมิรัตน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม :


.....
(นายวิวัฒน์ ชัยภาคภูมิ)

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 14


.....
(นายวิวัฒน์ ชัยภาคภูมิ)
เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า

บทคัดย่อ

- ชื่อผู้จัดทำ : นางสาวเรณู เขมาปัญญา
 นักศึกษาสถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
 สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญฯ รุ่นที่ 14
- ชื่อหัวข้อเอกสาร : การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล
- อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์กัญเกียรติ ภูมิรัตน์
- อาจารย์ที่ปรึกษา (ร่วม) : อาจารย์วิฑูรย์ ชัยภาคภูมิ

การศึกษาเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และการกำหนดแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับสารได้อย่างมีคุณภาพ และสามารถสนับสนุนการเผยแพร่ข่าวสารของฝ่ายนิติบัญญัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาเฉพาะการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ TPchannel และยูทูป TPchannel

ผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล พบว่าเกิดจากองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ด้านเนื้อหาข่าว ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล และด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร โดยพบว่า การใช้ศักยภาพสื่อดิจิทัลทั้ง 4 แพลตฟอร์มให้เป็นประโยชน์ในเชิงเสริมมิติข้อมูลข่าวสารระหว่างกันยังไม่เกิดขึ้น เพราะไม่มีการแตกยอดเนื้อหาหรือปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับธรรมชาติของแพลตฟอร์ม และขาดการผลิตสื่อประกอบการนำเสนอที่เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์ม จึงไม่สามารถตอบสนองผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์มนั้นได้ อีกทั้งไม่มีการต่อยอดประเด็นจากความเห็นของผู้รับสารมาผลิตเป็นข่าว จึงไม่สามารถสร้างความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของประเด็นร่วมกันระหว่างสถานีฯ กับผู้รับสารให้เกิดขึ้นได้ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับสารรู้จักช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ยังไม่เต็มที่เท่าที่ควร ส่วนผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา มีความแตกต่างกันในแง่ของการใช้

ความคิดสร้างสรรค์ การใช้สื่อดิจิทัลและทักษะการสรุปความที่ส่งผลให้เนื้อหาข่าวส่วนหนึ่งจึงยังเป็นภาษาที่เข้าใจยากทำให้ผู้รับสารอาจเล็งการรับรู้ การนำเสนอข่าวบนสื่อดิจิทัลยังไม่สามารถดึงดูดให้ผู้รับสารอยากติดตาม ทำให้การแลกเปลี่ยนความเห็นบนพื้นที่สื่อดิจิทัลของสถานีฯ น้อยลงตามไปด้วย นอกจากนี้ในเชิงโครงสร้างของสถานีฯ ที่แยกฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับฝ่ายสื่อใหม่ และอำนาจหน้าที่การเผยแพร่ข่าวฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาเผยแพร่ข่าวที่ผลิตได้เฉพาะทางเว็บไซต์เท่านั้น และทั้งสองส่วนงานก็ไม่ได้มีการหารือหรือมีข้อตกลงในการทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะการไลฟ์เหตุการณ์ในสนามข่าว ที่ยังไม่สามารถทำได้ในทันที ทำให้การเผยแพร่ข่าวมีความติดขัด ล่าช้า

การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา จึงควรทำการแก้ไขและพัฒนา ทั้ง 4 องค์ประกอบไปพร้อมกัน โดยปรับระบบภายในฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ด้วยการสร้างทีมย่อยเป็นลักษณะทีมข่าวเฉพาะกิจ ดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข่าวนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล โดยหมุนเวียนผู้สื่อข่าวเข้าร่วมทีมเพื่อเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งการเขียนข่าวและการใช้เทคโนโลยีผลิตสื่อประกอบการนำเสนอ แลกเปลี่ยนความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัล ขณะเดียวกันควรมีการตั้งวอร์รูมร่วมกันระหว่างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับฝ่ายสื่อใหม่ เพื่อกำหนดทิศทางการทำงานร่วมกันและมีการประเมินผลงานร่วมกันเป็นระยะ ลดอุปสรรคและทำให้เส้นทางการทำงานระหว่างสองส่วนงานมีความกระชับ เผยแพร่ข่าวได้อย่างรวดเร็วและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น พร้อมกับให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องข้ามสื่อ นำเสนอข่าวสารด้วยเนื้อหาในมิติต่าง ๆ ด้วยการแตกยอดประเด็นรอบด้านจากแก่นของเรื่อง โดยวางเนื้อหาให้เหมาะกับคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อใช้ธรรมชาติของสื่อดิจิทัลสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร และสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์ม เข้าสู่แก่นของเรื่องร่วมกัน ทำให้ผู้รับสารสามารถต่อยอดความคิดต่อข่าวสารได้ด้วย โดยเน้นใช้คุณสมบัติของสื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์มให้เกิดประโยชน์ทำให้กระดานข่าวบนสื่อดิจิทัลเป็นทั้งเวทีข่าวที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร สามารถดึงพลังการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร และเป็นเวทีสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างรัฐสภากับประชาชน 1.เว็บไซต์ www.tpchannel.org ควรเพิ่มคลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิกประกอบการนำเสนอด้วย เนื่องจากผู้รับสารต้องการติดตามหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นรายละเอียดชัดเจนการพาดหัวเรื่องควรอ่านแล้วเข้าใจได้ทันที 2. เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ เน้นไปที่การแสดงความคิดเห็นของข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดการติดตามและเข้ามาร่วมสนทนามากยิ่งขึ้น 3. ทวิตเตอร์ @TPchannel เป็นเครือข่ายสังคมและไมโครบล็อก ควรเน้นความเร็ว การแจ้งความคืบหน้าอย่างทันสถานการณ์ และควรเน้นสร้างการสนทนาให้กับกลุ่มผู้ติดตามด้วย เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นพื้นที่แบ่งปัน

เรื่องราวต่าง ๆ ที่กระจายได้กว้างและรวดเร็ว 4. ยูทูป TPchannel ควรมีการให้ข้อมูลแบบคลิปวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว เนื่องจากผู้รับสารต้องการติดตามข่าวสารที่เป็นคลิปวิดีโอหรือรับชมย้อนหลัง ทดแทนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ สามารถไลฟ์เพื่อรับชมสดและแลกเปลี่ยนความเห็นแบบเรียลไทม์ได้

พร้อมกันนี้ ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาควรนำความเห็นของผู้รับสารมาต่อยอดผลิตเป็นข่าวสารเพื่อทำให้ผู้รับสารรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของประเด็นร่วมกับสถานีฯ และควรให้ความสำคัญกับการทำข้อมูลให้โดดเด่นบน Google ด้วยการทำ SEO เพื่อให้ช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพิ่มโอกาสในการเข้ามาติดตามช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ

นักศึกษาได้มีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การเสนอข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลให้ชัดเจน ทั้งการจัดโครงสร้างบุคลากร และด้านงบประมาณ สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านของภูมิทัศน์สื่อทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงควรศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารในเชิงลึก ทั้งพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับสาร ปฏิบัติการตอบกลับจากผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สร้างแนวทางการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร ส่วนข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาควรตรวจสอบและทำการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้รับสารบนสื่อออนไลน์อยู่เสมอ เพื่อตอบข้อสงสัย สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ชจัดความขัดแย้งที่เกิดจากประเด็นข่าวสาร พร้อมกันนี้ควรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ร่วมกันระหว่างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาและฝ่ายสื่อใหม่ เพื่อนำไปสู่การค้นคว้าวิธีแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำเอกสารวิชาการส่วนบุคคลเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสาร
นิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ภูเกียรติ ภูมิตริน
และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ชี้แนะและให้คำปรึกษาในการศึกษาค้นคว้า ทำให้การจัดทำเอกสารวิชาการฉบับ
นี้มีความถูกต้องอย่างสมบูรณ์ รวมถึงบุคลากรของสถาบันพระปกเกล้าทุกท่านที่สละเวลาให้คำแนะนำต่อ
การจัดทำเอกสารวิชาการให้ครบถ้วนและถูกต้อง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และเจ้าหน้าที่
ผู้เกี่ยวข้องในการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการอบรมหลักสูตรในครั้งนี้ ที่สำคัญคือ
ทีมข่าววิทยุรัฐสภาที่ร่วมให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ประกอบการศึกษาค้นคว้าการจัดทำเอกสารวิชาการฉบับนี้
ซึ่งผู้ศึกษาจะนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์
ต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต่อไป

เรณู เชมมาปัญญา

นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง

สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่น 14

สถาบันพระปกเกล้า

3 เมษายน 2566

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	3
1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.4 แนวทางการศึกษา	3
1.5 ระเบียบวิธีการศึกษา	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์	5
2.2 แนวคิดข่าวในยุคสื่อดิจิทัล	9
2.3 แนวคิดการทำข่าวที่โดดเด่นบนสื่อดิจิทัล	12
2.4 แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ	16
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	21
3.1 วิธีการศึกษา	21
3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา	22
3.3 ประชากรในการศึกษา	22
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	22
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของ สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา	24
1. ข้อมูลทั่วไปของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	24
2. การดำเนินงานของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา	25
3. การให้บริการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติของ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาทางสื่อดิจิทัล	28
4. วิเคราะห์การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล	33
5. วิเคราะห์กระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าว ในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล โดยระดมความเห็นผู้สื่อข่าว	36
6. จุดเด่นและจุดที่ควรได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ ทางสื่อดิจิทัลและกระบวนการทำงานของทีมข่าววิทยุรัฐสภา	37
7. ปัญหาและสาเหตุที่ส่งผลให้การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ด้อยประสิทธิภาพ	41
4.2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล	42
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	50
5.1 บทสรุป	50
5.2 ข้อเสนอแนะ	54
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	56
ประวัติผู้ศึกษา	57

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงการผลิตข้าวสารนิตินิติบัญญัติของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566	27
ตารางที่ 2 ผลสำรวจช่องทางเปิดรับชมและรับฟังรายการ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปี 2565	29
ตารางที่ 3 แสดงจุดเด่นและจุดที่ควรได้รับการพัฒนา การเผยแพร่ข้าวสารนิตินิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล	40

สารบัญภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 แผนผังแสดงโครงสร้างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา	26
แผนภาพที่ 2 แผนผังแสดงกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านสื่อดิจิทัลของสถานีฯ	28
แผนภาพที่ 3 แสดงการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ ทางเว็บไซต์ www.tpchannel.org	30
แผนภาพที่ 4 เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา	30
แผนภาพที่ 5 ทวิตเตอร์@TPchannel ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	31
แผนภาพที่ 6 ยูทูป TPchannel ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	32
แผนภาพที่ 7 แสดงการโปรยเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์และทวิตเตอร์ของสถานีฯ	35
แผนภาพที่ 8 แสดงการเผยแพร่ข่าวข้ามแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล	45

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นฝ่ายธุรการของสภาผู้แทนราษฎร มีภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนข้อมูลวิชาการและอำนวยความสะดวกให้กับฝ่ายนิติบัญญัติ ตลอดจนส่งเสริมและเผยแพร่การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของประชาชนในด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเป็น SMART Parliament” เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูง มีคุณธรรมจริยธรรมและความโปร่งใส พร้อมปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัล เพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน โดยมีพันธกิจเสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพมาตรฐานสากล เสริมสร้างบทบาทความร่วมมือในเวทีรัฐสภาระหว่างประเทศ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันนิติบัญญัติ และบริหารจัดการองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง และแข่งขันได้ด้วยนวัตกรรม ซึ่งมีสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ทำหน้าที่เป็นสื่อของฝ่ายนิติบัญญัติขับเคลื่อนการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตย และกระบวนการนิติบัญญัติ

ฝ่ายข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา อยู่ในความรับผิดชอบกลุ่มงานข่าวและประเมินผล สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา มีหน้าที่รับผิดชอบมีหน้าที่ศึกษา วิเคราะห์การเผยแพร่ข่าว เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบการเสนอและการรายงานข่าว ตลอดจนผลิตและเผยแพร่รายการข่าว สกู๊ปข่าว โดยเน้นข่าวสารและองค์ความรู้ในแวดวงนิติบัญญัติ ขณะที่ภารกิจของฝ่ายข่าววิทยุกระจายเสียงรัฐสภาในฐานะสื่อของฝ่ายนิติบัญญัติ และถูกคาดหวังถึงการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติกับประชาชน ด้วยความเป็นกลาง ถูกต้อง ทันสมัย และประชาชนเข้าถึงง่ายได้อย่างกว้างขวาง

สื่อดิจิทัลส่งผลให้การบริโภคข่าวสารของผู้ฟังเปลี่ยนไป จากเดิมที่รับข้อมูลจากสื่อดั้งเดิมได้เปลี่ยนมารับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดิจิทัลมากขึ้น และมีแนวโน้มจะรับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สถานีฯ มีการนำสื่อดิจิทัลหลายแพลตฟอร์มมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติ อาทิ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ ยูทูป ไลน์ออฟฟิศเชียล อย่างไรก็ตาม ข่าวสารของทุกสำนักข่าว ต่างหลั่งไหลเข้าสู่ช่องทางของสื่อดิจิทัลด้วย

รูปแบบการนำเสนอ การเล่าเรื่อง การถ่ายทอดข่าวสารที่แตกต่างกันไป ส่งผลให้ผู้รับสารมีทางเลือกมากมายในการรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหากสถานีฯ ไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป หรือไม่พัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารให้ตอบสนองต่อความต้องการการรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารได้ ข่าวสารนิติบัญญัติที่เผยแพร่โดยสถานีฯ ก็จะไม่อยู่ในความสนใจ ถูกลืม และถูกกลืนหายไปในที่สุด

การทำข่าวในเชิงสร้างสรรค์ (creative news) ถูกพูดถึงกันมากขึ้นในวงการสื่อดิจิทัล และสำนักข่าวออนไลน์ โดยข่าวเชิงสร้างสรรค์ไม่ได้หมายถึงข่าวดี หรือข่าวในด้านบวกเท่านั้นแต่เป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบสนองกลุ่มผู้รับสารทุกกลุ่ม ด้วยเทคนิคที่ทันสมัยและใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์¹ ในยุคสื่อดิจิทัลสิ่งสำคัญคือ จุดแข็งของการมีสื่อหลายแพลตฟอร์มโดยผนวกข้อดีของสื่อเก่า และสื่อดิจิทัลเข้าด้วยกัน และลดช่องว่างของสื่อดั้งเดิมกับพฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป² ผู้ศึกษาในฐานะผู้ปฏิบัติงานข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ตระหนักดีว่าการนำสื่อดิจิทัลมาใช้ต้องมีใช้หวังผลเพียงการเผยแพร่ข่าวสารได้หลายช่องทางเท่านั้น แต่ควรใช้ศักยภาพการสื่อสารสองทางของสื่อดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารกับผู้รับสาร รวมถึงมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์ม และเพื่อให้สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา สามารถรับมือยุคแห่งข้อมูลข่าวสารภายใต้อิทธิพลของสื่อดิจิทัลได้ ทั้งในแง่ของเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติไปสู่สาธารณะอย่างกว้างขวาง ถูกต้อง รวดเร็ว และมีความน่าสนใจ พร้อมกับทำหน้าที่เป็นสื่อกลางรับการตอบกลับจากผู้รับสาร เป็นสื่อกลางที่สามารถเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐสภากับประชาชนให้เกิดขึ้นได้ จึงได้ทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงทางด้านบุคลากรข่าว ที่ควรมีการจัดระบบหลักคิดการทำงานและพัฒนาทักษะด้านการผลิตและเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัลด้วย เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมรับความท้าทายยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ด้วยศักยภาพแห่งการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงต่อสถานการณ์ข่าวสารภายใต้อิทธิพลของสื่อดิจิทัล

¹ ชนิกา รอดหุ่ย. (2563). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. วารสารปริชาติ ปีที่33 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม), หน้า 30.

² สกุลศรี ศรีสารคาม, “การพัฒนานวัตกรรมเชิงเนื้อหาด้วยกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อสำหรับรายการโทรทัศน์” บทความย่อ, วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์ 12, 1 (2561), หน้า 193-194.

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบ กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง

ข่าวสารนิติบัญญัติ หมายถึง ข่าวสารในแวดวงรัฐสภาและข่าวเกี่ยวกับบทบาทและภารกิจของรัฐสภา

ฝ่ายนิติบัญญัติ หมายถึง รัฐสภา สมาชิกรัฐสภา คณะกรรมาธิการ คณะกรรมาธิการวิสามัญ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา

แพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา หมายถึง ระบบสำหรับเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตไปยังกลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์TPchannel และยูทูปTPchannel

1.4 แนวทางการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเฉพาะการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติที่ผลิตโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา กลุ่มงานข่าวและประเมินผล สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์TPchannel และยูทูปTPchannel

1.4.2 ระยะเวลาในการศึกษา

พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566

1.5 ระเบียบวิธีการศึกษา

ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อรวบรวมปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพปัญหาที่ทำให้การเผยแพร่ไม่มีประสิทธิภาพ

พร้อมเสนอแนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล แก่สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา โดยศึกษาดังนี้

1.5.1 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.5.2 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย ข้อมูล สถิติ การปฏิบัติงานของฝ่ายข่าววิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 – 2564 รายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และรายงานผลการนำเสนอข่าวนิติบัญญัติของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566

1.5.3 การสังเกตการณ์การเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และระดมความเห็นจากกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวจำนวน 9 คน ทบทวนการปฏิบัติงานข่าวที่ผ่านมา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงสภาพปัญหาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ของฝ่ายข่าววิทยุกระจายเสียงรัฐสภา สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ที่นำไปสู่กระบวนการค้นหาสาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไขและพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6.2 ทราบถึงแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของฝ่ายข่าววิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาประกอบเป็นแนวทางการจัดทำแผนการเผยแพร่ข่าวสารของสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุรัฐสภา ในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับสารได้อย่างมีคุณภาพ และสามารถสนับสนุนการเผยแพร่ข่าวสารของฝ่ายนิติบัญญัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดข่าวในยุคสื่อดิจิทัล แนวคิดการทำข่าวที่โดดเด่นบนสื่อดิจิทัล และแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ดังนี้

2.1 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์³

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อช่องทางพาณิชย์ที่ใช้พื้นที่บนอินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจการสื่อสาร สามารถทำให้การสื่อสารระหว่างผู้คนจำนวนมาก โดยสื่อออนไลน์นี้มีระบบสมาชิกหรือผู้ที่มีความสนใจคล้ายคลึงกันมาร่วมใช้งานด้วยกันกับเจ้าของแพลตฟอร์ม ซึ่งผู้บริโภคมามีส่วนร่วมสร้างเนื้อหาสื่อในเครือข่ายนั้น ๆ (User Generated Content) อันหมายความว่าผู้บริโภคสามารถเป็นทั้งผู้ผลิตสื่อและในขณะเดียวกันสามารถเป็นผู้รับสารในคราวเดียวกัน ทั้งนี้ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ใช้อุปกรณ์สมาร์ทโฟนเพื่อเป็นศูนย์รวมการสื่อสาร การทำกิจกรรมและธุรกรรมของคนยุคนี้ เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายใยแมงมุมได้ทุกที่ทุกเวลา การรับข้อมูลข่าวสารดังกล่าวจะถูกกำกับตามนโยบายของแต่ละเจ้าของธุรกิจสื่อหรือเจ้าของแพลตฟอร์ม ซึ่งบริหารจัดการด้วยระบบสมองกลที่เปิดและปิดข้อมูลให้ผู้บริโภคได้เห็นตามแต่นโยบายของเจ้าของธุรกิจนั้น ๆ (พิจิตรา สีคามิโต้, 2561, น.22)

จากการสื่อสารทางเดียว (One Way Communication) ของสื่อมวลชนมาสู่การสื่อสารแบบหลายทาง (Many To Many Communication) ของโลกอินเทอร์เน็ต ที่ไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นสามารถผลิตสื่อพร้อมทั้งยังแชร์ข้อมูลเรื่องราวต่าง ๆ ได้ นับเป็นปรากฏการณ์ที่การแข่งขันสำหรับนักสื่อสารมวลชนเป็นอย่างยิ่ง และเมื่อผนวกกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการสื่อออนไลน์หลายแขนงเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ (Website) ทวิตเตอร์ (Twitter) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube)

³ วุฒิพร โพธิ์ศรีทอง. (2561). การบริหารธุรกิจสื่อสำนักข่าวออนไลน์ กรณีศึกษา เดอะ สแตนดาร์ด (THE STAZNDARD). การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อินสตาแกรม(Instagram) หรือไลน์ (Line) ให้กลายเป็นแพลตฟอร์มหลักในการสื่อสารในชีวิตประจำวันของมนุษย์และยังทำให้พบเห็นถึงความสลับซับซ้อนในความสัมพันธ์ของมนุษย์และบทสนาบนโลกออนไลน์ ที่นอกจากจะนำพาผู้คนที่ไม่รู้จักหน้าตาให้มาเจอกบนโลกออนไลน์ได้แล้วนั้น ยังมีระบบคัดกรองสมาชิกเพื่อการรับรู้เนื้อหาที่มี

การสื่อสารออกมาในลักษณะเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจเนื้อหาในรูปแบบเดียวกันจะดึงดูดกันให้เข้ามาจับกลุ่มหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องราวที่สนใจในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ได้แปลงพื้นที่สาธารณะของอินเทอร์เน็ตให้กลายเป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มสาธารณะหรือมวลชนที่มีกฎระเบียบ รวมถึงวิธีการส่งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของตนเองระบุว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นกลุ่มของการสื่อสารรูปแบบใหม่ผ่านสื่อออนไลน์ทั้งหมดห้าคุณลักษณะเฉพาะดังต่อไปนี้ Mayfield (อ้างถึงใน สุพัต ทีปะลา, 2557, น.30-31)

1. การมีส่วนร่วม (Participation) สื่อสังคมออนไลน์จะกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและความคิดเห็นจากทุกคนในเครือข่ายจนไม่สามารถแยกออกกระหว่างบทบาทของสื่อและผู้รับสาร

2. การเปิดกว้าง (Openness) สื่อสังคมออนไลน์ส่วนมากเปิดให้ผู้ที่เข้ามาร่วมชมสามารถแสดงความคิดเห็น การสนับสนุน และการมีส่วนร่วมในการออกเสียงในการลงคะแนน แสดงความคิดเห็น และแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนการเข้าถึงเพื่อใช้ประโยชน์ในข้อมูลเนื้อหาผ่านระบบที่ต้องใส่รหัสความปลอดภัย

3. การสนทนา (Conversation) สื่อสังคมออนไลน์สามารถพัฒนารูปแบบการเปลี่ยนแปลงจากการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารทิศทางเดียวให้ไปในทิศทาง การสื่อสารที่รวดเร็วและว่องไวยิ่งขึ้นสามารถส่งข้อความหรือเนื้อหาไปยังผู้รับสารได้ทันทีหรือที่เรียกว่าสามารถเป็นผู้รับและผู้ส่งเนื้อหาได้ทันที

4. ความเป็นชุมชน (Community) สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างเครือข่ายชุมชนได้อย่างรวดเร็วผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีการสื่อสารกันในเครือข่ายชุมชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และยังมีการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ประสบการณ์ และสิ่งที่ชอบในลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน

5. การเชื่อมโยง (Connectedness) ลักษณะเด่นของสื่อสังคมออนไลน์คือการเชื่อมโยงในรูปแบบของเครือข่ายตามกลุ่มลักษณะการใช้งานกับกลุ่มคนหลากหลายในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การจำแนกสื่อสังคมออนไลน์สามารถแยกตามบทบาทหน้าที่ ได้ทำ การแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด 8 ประเภทดังต่อไปนี้ มาณะ ตรียยาภิวัฒน์ และ ชุตินธรา วัฒนกุล (อ้างถึงใน สุพัต ที่ปะลา, 2557: 201-204)

1. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถให้ผู้ใช้งานแสดงความคิดเห็นของข้อมูลเนื้อหาและความสัมพันธ์ในเครือข่ายของตนเองและยังสามารถเข้าถึงผู้อื่นและกลุ่มสังคมที่มีลักษณะคล้ายคลึงหรือเหมือนกันได้ อาทิเช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), กูเกิลพลัส (Google+) ลิงก์อิน (LinkedIn) และอื่นๆอีกมากมาย จัดได้ว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลในปัจจุบัน

2. บล็อก (Blog) เป็นคำย่อของ “Web log” หรือ Weblog ใช้ครั้งแรกในช่วงปลายปี 1997 คิดค้นชื่อนี้โดย John Barger หมายถึงเว็บไซต์ส่วนตัวที่ผู้สร้าง (blogger) จัดทำเพื่อบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนแสดงเรื่องราว ความคิดเห็นทัศนคติ หรือการนำเสนอเนื้อหาใหม่ ๆ บล็อกนั้นมีความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ คือความเป็นกันเอง คือ บล็อกเกอร์ (Blogger) สามารถเขียนหรือถ่ายทอดเรื่องราวแบบไม่เป็นทางการ และยังสามารถใช้ภาษาตามความนิยมเป็นภาษาพูดเล่าเรื่องถ่ายทอดเรื่องราวเสมือนการพูดคุยแบบเพื่อนมากกว่าการใช้ภาษาอย่างเป็นทางการ

3. ไมโครบล็อก (Microblog) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เป็นลักษณะข้อความสั้นๆ ในปัจจุบันไมโครบล็อกที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดคือ ทวิตเตอร์ (Twitter) ที่สามารถส่งข้อความได้ครั้งละไม่เกิน 280 ตัวอักษร เปรียบเสมือนการส่งข้อความแลกเปลี่ยนไปมาบนอุปกรณ์สมาร์ตโฟน เป็นลักษณะที่มีความคล้ายกับการส่งข้อความแบบสั้น (Short Message Service: SMS)

4. คอนเทนต์แชร์ริง (Content Sharing) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแลกเปลี่ยนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพนิ่ง ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอคลิป เป็นต้น ซึ่งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันได้แก่ ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) มัลติพลาย (Multiply)

5. การแสดงความคิดเห็นแบบแลกเปลี่ยนพูดคุยในรูปแบบกลุ่ม (Board Discussion) เป็นแพลตฟอร์มให้ผู้ใช้หรือกลุ่มสมาชิกได้แสดงความคิดเห็น แสดงความรู้สึกรู้สึกหรือให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนคุยกัน ในเครือข่ายออนไลน์ โดยให้กลุ่มคนที่มีความสนใจหรือสมาชิกสามารถเข้าไปตั้งกระทู้โพสต์ ตั้งประเด็นในรูปแบบหัวข้อแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือที่ในสังคมไทยนิยมเรียกว่าเว็บบอร์ด โดยเว็บบอร์ดในเมืองไทยที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมคือ พันทิป.คอม (pantip.com) ที่มีห้องสนทนาย่อย

หลายหมวดหมู่ซึ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการอีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนเรื่องราวในประเด็นได้

นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับ Search Engine Optimization (SEO) ซึ่งเป็นการปรับแต่งเว็บไซต์ รวมถึงการปรับปรุงเนื้อหาและการเพิ่ม Backlink เพื่อให้เว็บไซต์ติดอันดับเด่น บนหน้าจอแสดงผลค้นหา เมื่อกรอกคำค้นหาผ่าน SEO อาทิ Google จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ เนื่องจากมีผู้ค้นหาข้อมูลผ่าน Google จำนวนมาก ซึ่งในฐานะผู้ผลิตด้านเนื้อหาซึ่งมีหน้าที่นำเข้าข้อมูลผ่านระบบควรทำเนื้อหาที่มีโครงสร้างที่ดี มีการใส่คำค้นที่ดี มีการจัดเรียงเนื้อหาที่เป็นที่ต้องการของ Google มีการวางตำแหน่งภาพที่ถูกต้อง⁴

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพในการสื่อสารสองทาง ซึ่งผู้รับสารที่มีความสนใจหรือมีรสนิยมในการรับข่าวสารที่คล้ายกัน จะเข้าร่วมหรือรับข่าวสารจากแพลตฟอร์มนั้น และเกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความเห็นระหว่างกัน ขณะเดียวกันผู้รับสารจากแพลตฟอร์มหนึ่ง อาจนำข้อมูลข่าวสารจากแพลตฟอร์มนั้น มาเผยแพร่ในอีกแพลตฟอร์มได้เช่นกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็น และการส่งต่อข้อมูลออกไปเป็นวงกว้าง อันเริ่มจากความสนใจ สู่การเข้ามามีส่วนร่วม และเกิดปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ในที่สุด ทั้งการปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมแพลตฟอร์ม หรือข้ามแพลตฟอร์ม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับองค์กรที่ใช้แพลตฟอร์มนั้น โดยแต่ละแพลตฟอร์มจะมีการเข้าถึงผู้รับสารด้วยเนื้อหาและรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ฝ่ายข่าววิทยุกระจายเสียงรัฐสภา มีการนำสื่อดิจิทัลหลายแพลตฟอร์มมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติ อาทิ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ ยูทูบ ไลน์ออฟฟิศเชียล ซึ่งข่าวสารของทุกสำนักข่าว ต่างหลั่งไหลเข้าสู่ช่องทางของสื่อดิจิทัลด้วยรูปแบบการนำเสนอ การเล่าเรื่อง การถ่ายทอดข่าวสารที่แตกต่างกันไป ส่งผลให้ผู้รับสารมีทางเลือกมากมายในการรับข้อมูลข่าวสาร สถานีฯ จึงควรปรับตัวได้ทันกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป คำนึงถึงศักยภาพในการสื่อสารสองทางของสื่อสังคมออนไลน์ และการตอบสนองต่อความต้องการการรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารได้ รวมถึงการทำให้ข่าวสารนิติบัญญัติติดอันดับเด่นในการค้นหาทาง Google เพื่อข่าวสารด้านนิติบัญญัติที่เผยแพร่ออกไป ถูกจดจำ เกิดการติดตาม ถูกส่งต่อ ที่นำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วม และมีปฏิสัมพันธ์ตอบรับหรือตอบกลับในข่าวสารด้านนิติบัญญัติที่เผยแพร่ออกไป

⁴ การทำ SEO 2023 เตรียมความพร้อมให้เว็บไซต์ขึ้นอันดับ1 Google. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566, จาก <http://padveeweschool.com/>

2.2 แนวคิดข่าวในยุคสื่อดิจิทัล⁵

ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล จึงไม่ได้เป็นเพียงข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่เป็นข้อมูลสารสนเทศ (information) จำนวนมหาศาลที่เผยแพร่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย มีแง่มุมความคิดที่แตกต่าง ข้อมูลมีความรอบด้านและมีความลึกมากขึ้นด้วย นิยามของข่าว เนื้อหา และลีลาการนำเสนอในสื่อดิจิทัลจึงมีความหมายที่กว้างกว่าข่าวในสื่อดั้งเดิม ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคในปัจจุบันก็สามารถรับข่าวสารได้ทุกที่ ทุกเวลา จากหลากหลายช่องทาง และสามารถในการเลือกรับเนื้อหาที่ตนต้องการในเวลาใดก็ได้ มีลักษณะเป็นผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น (active audience หรือ active seeker) เช่น หากเราอ่านไม่หลับในช่วงกลางดึก เราจะลุกขึ้นมาอ่านข่าว หรือดูหนังในเวลานั้นจากสื่อดิจิทัลก็ทำได้ การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในยุคนี้จึงต้องปรับตัวด้วย โดยข่าวในยุคนี้ต้อง สั้น กระชับ อ่านง่าย ตรงประเด็น เน้นวิเคราะห์ และมีคุณภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่ในส่วนของเนื้อหาเท่านั้นที่ทำให้ข่าวในยุคดิจิทัลมีความเปลี่ยนแปลงไปจากข่าวในสื่อดั้งเดิม กระบวนการทำงานหรือการสื่อข่าวก็จะต้องปรับตัวไปตามความทันสมัยของเทคโนโลยีเช่นเดียวกัน ดังที่พาฟลิก (Pavlik, John, 1999) ได้วิเคราะห์ถึงบทบาทของสื่อดิจิทัลที่มีต่อกระบวนการทำงานข่าวไว้ ดังนี้

1. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารจะทำให้หลากหลายวิธีมากขึ้น ทำให้การรายงานข่าวที่สำคัญมีเนื้อหาที่ดีขึ้น ถูกต้องมากขึ้น รอบด้านและมาจากหลายมุมมองมากขึ้น รวมถึงสามารถตรวจสอบเหตุการณ์นั้นหรือระบุสิ่งที่เกิดขึ้นได้เร็ว

2. ในแง่ของเนื้อหาข่าว (content) สื่อใหม่ทำให้เนื้อหาข่าวมีอยู่ทั่วไป การเลือกรับสาร การมีปฏิสัมพันธ์ และมัลติมีเดียเป็นเรื่องสำคัญในการผลิตเนื้อหาข่าว ส่งผลให้ข่าวที่น่าสนใจมีความหลากหลาย มีมุมมอง ความลึก และเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น แต่สิ่งที่ต้องระวังในการใช้สื่อออนไลน์ คือ การตรวจสอบข้อเท็จจริงและปัญหาในเรื่องความเร็วที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการรายงานข่าว

3. การเปลี่ยนแปลงการทำงานของห้องข่าวหรือกองบรรณาธิการ online news ที่มาจากองค์กรข่าวที่เริ่มต้นจากการทำข่าวออนไลน์เลยจะมีความยืดหยุ่นในการปรับองค์กรมากกว่าสื่อดั้งเดิม ปรับองค์กรรับสื่อใหม่ ยกตัวอย่าง TheStreet.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่รายงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงิน การลงทุนและหุ้น จาก Wall Street มีรูปแบบของกองบรรณาธิการข่าวที่ทำงานคล่องตัว มีระดับขั้นตอนของการทำงานน้อยกว่าสื่อดั้งเดิม มีการรวมข้อมูลการทำงานไว้ ที่ศูนย์กลางแต่ก็มีการบูรณาการ (Integrated) การทำงานมากกว่า มีการสื่อสารที่ตีระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรและ

⁵ ชนิกา รอดหุ่ย. (2563). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. วารสารปริชาติ ปีที่33 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม), หน้า 27-30.

ระหว่างผู้สื่อข่าว ส่งผลให้เว็บไซต์ TheStreet.com สามารถผลิตข่าวที่มีความสร้างสรรค์ มีประเด็น มุมมองใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ และมีการรายงานอย่างต่อเนื่องและสามารถรายงานการเปลี่ยนแปลงของหุ้น นาที่ต่อนาที่ได้อย่างแม่นยำหนักแน่น

นอกจากนั้น การเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำงานของห้องข่าวหรือกองบรรณาธิการอีก ประการ คือจะมีนักข่าวที่เป็น freelance หรือ stringers มากขึ้น เพื่อทำงานในพื้นที่ที่ห่างไกลออกไป แล้วส่งข่าวเข้ามาให้โต๊ะข่าว สามารถรายงานข่าวได้จากทุกที่ ทำให้ค่าใช้จ่ายของกองบรรณาธิการลดลง แต่นักข่าวมีความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น ดังนั้น โดยสรุปแล้วสื่อดิจิทัลจึงทำให้เกิดความ เปลี่ยนแปลงกับข่าว ทั้งในแง่ของค่านิยม กระบวนการทำงาน ผู้สื่อข่าว ช่องทาง ตลอดจนผู้รับสารด้วย

นอกจากหลักการวิเคราะห์ผู้รับสารที่สามารถสร้างความสำเร็จให้กับการผลิตเนื้อหา (content) ของสื่อมวลชนแล้ว ในการสร้างเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลยังมีแนวทางอื่น ๆ ที่ผู้สื่อข่าวหรือผู้สร้าง เนื้อหาควรศึกษาและใช้เป็นโอกาสในการเข้าถึงผู้รับสาร การทำข่าวในเชิงสร้างสรรค์ (creative news) ถูกพูดถึงกันมากขึ้นในวงการสื่อดิจิทัล และสำนักข่าวออนไลน์ โดยข่าวเชิงสร้างสรรค์ไม่ได้หมายถึงข่าวดี หรือข่าวในด้านบวกเท่านั้นแต่เป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบสนองกลุ่มผู้รับสารทุกกลุ่ม ด้วยเทคนิคที่ ทันสมัยและใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ เช่น การนำเสนอประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ แต่ใช้วิธีการ นำเสนอในมุมมองที่ต่างออกไปโดยใช้กราฟิกประกอบข่าวเพื่อดึงดูดความสนใจ และเทคนิคการพาดหัว หรือโปรยข่าวที่หลากหลาย เช่น การตั้งคำถาม การอ้างอิงผลสำรวจความคิดเห็น (โพล) และการอ้างอิง หรือ quote คำพูดของบุคคลสำคัญ ๆ กับประเด็นข่าว เป็นต้น จากการวิเคราะห์บริบทต่าง ๆ ทำให้สามารถ สรุปแนวทางการนำเสนอข่าวบนสื่อดิจิทัล ได้ดังต่อไปนี้

1. นำเสนอข้อมูลให้สั้นและกระชับ เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ การอ่านข่าวที่มี เนื้อหาหรือรายละเอียดจำนวนมากไม่เหมาะกับวิถีชีวิตคนในปัจจุบัน เพราะการอ่านข่าวบน โทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางสื่อสังคมได้ในทุก ๆ ที่ ทุก ๆ เวลา เป็นสิ่งที่สร้างความสะดวกสบายและ สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันได้มาก ข้อมูลข่าวจึงควรเป็นไปเพื่ออธิบายเหตุการณ์อย่าง กระชับ สามารถอ่านให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว

2. ใช้คุณสมบัติด้านความเร็วให้คุ้มค่า คุณสมบัติด้านความเร็วของสื่อดิจิทัลยังเป็น ข้อได้เปรียบสื่อมวลชนดั้งเดิมอยู่มาก ดังนั้น การนำเสนอข่าวผ่านสื่อดิจิทัลจึงสามารถตอบสนองผู้รับสาร ได้แบบเรียลไทม์คือ ทันทีทันใด เมื่อเกิดสถานการณ์ขึ้นก็สามารถรายงานข่าวได้ทันที ทั้งในรูปแบบการ สรุปข่าว ข่าวด่วนหรือ การรายงานสด (live) ซึ่งนิยมใช้กันมากในปัจจุบัน อีกทั้งองค์ประกอบของข่าว ก็ ให้ความสำคัญในด้านความเร็วอยู่แล้ว และสื่อมวลชนทุกประเภทจึงต้องทำงานแข่งกับเวลาเพื่อให้

ข่าวที่นำเสนอไปถึงผู้รับสารโดยเร็วที่สุด อย่างไรก็ตาม การรายงานข่าวผ่านสื่อดิจิทัลนั้นก็สามารถทำได้รวดเร็วกว่าสื่อดั้งเดิม เพราะได้ลดขั้นตอนในกระบวนการสื่อข่าวบางกระบวนการออกไป อาทิ กระบวนการคัดกรองข่าวสาร กระบวนการออกแบบและจัดหน้าของสื่อหนังสือพิมพ์ กระบวนการถ่ายทำและตัดต่อของสื่อโทรทัศน์ หรือกระบวนการอัดเทปรายการหรือรอเวลาออกอากาศของสื่อวิทยุ

3. ตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้อง แนวทางการนำเสนอข่าวในเรื่องความถูกต้องนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการใช้คุณสมบัติด้านความเร็วของสื่อดิจิทัลโดยขาดความระมัดระวัง รอบคอบ ทำให้พบข้อผิดพลาดในการรายงานข่าวเป็นประจำ และทำให้ฐานะของสื่อดิจิทัลยังไม่สามารถยกระดับเป็นสื่อมืออาชีพได้เช่นเดียวกับสำนักข่าวที่เผยแพร่ในช่องทางของสื่อกระแสหลัก ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในข้อมูลข่าวทางสื่อดิจิทัลนั้นยังทำให้ความน่าเชื่อถือในตัวผู้สื่อข่าว สำนักข่าว และสื่อน้อยลงด้วย ดังนั้น ในการนำเสนอข่าวมวลชนทางสื่อดิจิทัล ผู้สื่อข่าวและสำนักข่าวเองก็ต้องให้ความสำคัญต่อความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารด้วย เพื่อการยกระดับความน่าเชื่อถือ และเป็นที่พึงพาให้กับสังคมต่อไป

4. เลือกใช้ข้อมูล (ข้อความ/ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/กราฟิก) อย่างเหมาะสม ถึงแม้ว่าศักยภาพในการเผยแพร่ข้อมูลของสื่อดิจิทัลจะมีรูปแบบที่หลากหลาย แต่การเลือกนำเสนอข้อมูลให้เหมาะสมก็มีความสำคัญต่อการเข้าถึงผู้รับสารด้วยเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวต้องสามารถแยกแยะประเภทของข้อมูลและพิจารณาดูว่า ข่าวในลักษณะอย่างไร ควรนำเสนอด้วยข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือใช้การออกแบบกราฟิกเข้ามาช่วย เช่น หากเป็นข้อมูลที่เป็นผลการวิจัยที่ต้องรายงานตัวเลขเชิงสถิติ การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพกราฟิกก็อาจจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น หรือหากได้คลิปวิดีโอการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความสำคัญต่อเหตุการณ์มาก ๆ ก็ควรนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอหรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับ ข้อความสั้น ๆ ที่สามารถบอกให้ผู้รับสารรู้ได้ว่า เป็นเหตุการณ์เกี่ยวกับอะไร มีความสำคัญและควรจะดูคลิปวิดีโอนั้นจนจบหรือไม่ เป็นต้น จากเหตุผลที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้ผู้สื่อข่าวในปัจจุบันต้องมีทักษะที่จำเป็นในการรายงานข่าวที่หลากหลาย รอบด้าน หรือ multi skill คือสามารถผลิตเนื้อหาได้หลายรูปแบบ เนื่องจากสำนักข่าวส่วนใหญ่จะนิยมจ้างผู้สื่อข่าวที่มีลักษณะดังกล่าวเพื่อการประหยัดงบประมาณในการจ้างคนด้วยนั่นเอง

5. ใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติการสื่อสารสองทางของสื่อ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนสื่อดิจิทัลนั้น เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารสองทาง (two way communication) มากขึ้น ทำให้ความสัมพันธ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูล รับฟังและสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย สามารถเปิดประเด็นข่าวให้กว้างและลึกขึ้น ตลอดจนเป็นการเปิดมุมมองใหม่ของการทำข่าวสู่ความหลากหลายที่ต่างจากกระบวนการสื่อข่าวแบบดั้งเดิม เช่น

การไลฟ์สดสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่นิยมทำกันมากขึ้นในปัจจุบันนั้น บางครั้งผู้สื่อข่าวหรือผู้ดำเนินรายการก็เปิดโอกาสให้ผู้รับสารตั้งคำถามกับแหล่งข่าวผ่านการแสดงความคิดเห็น (comment) เป็นต้น

สรุปได้ว่า การรายงานข่าวในยุคดิจิทัล นอกจากการมีเนื้อหาที่น่าสนใจแล้ว ต้องสามารถตอบสนองกับการใช้ชีวิตของผู้รับสารในปัจจุบัน โดยควรมีลักษณะเนื้อหาที่กระชับและเหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ตลอดจนควรใช้คุณสมบัติการสื่อสารสองทางของสื่อดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ในการเข้าถึงและสื่อสารกับประชาชน เข้าถึงผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลได้กว้างยิ่งขึ้น และแม้ว่าความเร็วเป็นสิ่งสำคัญในการเสนอข่าวในยุคดิจิทัล แต่ต้องคำนึงเสมอว่า ความถูกต้องของข่าวเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

2.3 แนวคิดการทำข่าวที่โดดเด่นบนสื่อดิจิทัล

ปกป็อง จันวิทย์⁶ กล่าวว่า รายงานชื่อ Journalism that Stands Apart เป็นข้อเสนอสำคัญของ ๒๐๒๐ Group หรือกลุ่มศึกษา ๒๐๒๐ ของหนังสือพิมพ์ The New York Times ในการปรับเปลี่ยนการทำสื่อ ปรับเปลี่ยนคนทำสื่อ และปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการทำงานสื่อ เพื่อสร้างสรรค์สื่อคุณภาพเพื่อตอบโจทย์คนอ่าน โดยใช้โมเดลธุรกิจสื่อแห่งอนาคตคือผู้อ่านต้องมาก่อน (subscription-first business) โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับ mission เหนือ tradition โดยทบทวนว่า อะไรคือภารกิจที่เราควรทำ เพราะมีความสำคัญต่อคุณค่าที่ยึดถือ ไม่ใช่ลงมือทำแบบเดิมตามความเคยชินเรื่อยมา ผลสำรวจชี้ว่า งานที่คนอ่านไม่สนใจคืองานที่นักข่าวต้องทำเพราะเป็นหน้าที่ งานชิ้นเล็กชิ้นน้อยที่ไม่มีบริบทเชื่อมโยงกับชีวิตของผู้คน งานไร้ภาพ และงานที่หาอ่านที่ไหนก็ได้

2. เนื้อหาการรายงานข่าวต้องมีความหมาย แตกต่างจากคู่แข่ง เข้าใจง่าย ชัดเจน เห็นภาพ คิดถึงคนอ่าน และใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ไม่สิ้นเปลืองกับการลงทุนลงแรงกับงานที่ไร้คนสนใจ ไม่มีศักยภาพในการดึงดูดคนอ่าน กระนั้นก็พร้อมลงทุนในงานสื่อที่สอดคล้องกับภารกิจหลักที่เป็นเรื่องใหญ่และสำคัญ หรืองานที่มีคุณค่าต่อสังคมสูงแม้จะมีสัดส่วนคนอ่านไม่มากก็ตาม

3. คิดใหม่ทำใหม่เรื่องวิธีการนำเสนอ ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่อง (storytelling) ใช้รูปแบบการเขียนอย่างสร้างสรรค์ (creative writing) ในทางที่สอดคล้องกับเนื้อหาอย่างลงตัว

⁶ ปกป็อง จันวิทย์, บรรณาธิการ, “Editor’s Note ๒๐๒๐ : ทางรอดของสื่อยุคดิจิทัล “สื่อต้องเป็นสื่อ และกลับคืนสู่มือประชาชน”, <https://www.the1๐๑.world/editors-note-๒๐๒๐/> (สืบค้นเมื่อ ๑ มีนาคม ๒๕๖๕).

4. ปรับการเล่าเรื่องด้วยการเติมสไตล์แบบคนดิจิทัล (digital native) เข้ากับรูปแบบงานสื่อมาตรฐาน เพื่อสร้างบรรยากาศพูดคุยกับคนอ่านมากขึ้น ลดความเป็นทางการลง สั้นกระชับ ทำให้คนอ่านเข้าใจได้ง่ายทันที ตัวอย่างเช่นในเช็คชั้นสรุปข่าวเด่นประจำวัน (Briefing)

5. ผลิตและผสมผสานงานสื่อด้านภาพ (visual journalism) มากขึ้นในรูปแบบต่างๆ เช่น ภาพถ่าย กราฟิก วิดีโอ ผลสำรวจชี้ชัดว่า การเล่าเรื่องด้วยมัลติมีเดีย (multimedia storytelling) ทำให้คุณภาพของชิ้นงานดีขึ้น และคนอ่านสนใจมากขึ้น ทีมงานด้านภาพต้องร่วมออกแบบการทำงานตั้งแต่ต้น และไม่ได้สนับสนุนเฉพาะด้านรูปแบบและสไตล์เท่านั้น แต่ต้องช่วยแลกเปลี่ยนด้านเนื้อหาด้วย ขณะที่นักข่าวสายเขียนก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะด้านภาพมากขึ้น มองเห็นการใช้ประโยชน์จากภาพในการเล่าเรื่อง

6. สร้างทีมพิเศษมารับผิดชอบในประเด็นเฉพาะที่ทีมข่าวให้ความสำคัญสูง (Thematic team) เพื่อเป็นเจ้าภาพกลางในการสร้างผลงานสื่อเรื่องเด่น โดยดึงบุคลากรข้ามโต๊ะข่าวมาร่วมกันทำงาน ผลงานจะได้มีพลัง ลึก และรอบด้าน

7. บุคลากรในทีมข่าวต้องออกจากวัฒนธรรมต่างคนต่างทำงาน (siloe nature of newsroom) โดยนักข่าวต้องทำงานร่วมกันกับทีมข้อมูล ช่างภาพ บรรณาธิการ คนดูแลระบบเว็บ กราฟิก ดีไซน์เนอร์ เพื่อออกแบบผลงานสื่อร่วมกันตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด

8. ปรับเปลี่ยนบทบาทของบรรณาธิการใหม่ จากเดิมที่เน้น line editing และ copy editing ซึ่งทำงานหลังจากได้รับต้นฉบับ เช่น แก้ไขคำผิด ปรับประโยค สลับย่อหน้า ให้ทันสมัย conceptual editing โดยทำงานร่วมกับนักข่าวอย่างใกล้ชิดตั้งแต่ต้นทาง เช่น ช่วยจัดกรอบประเด็น ปรับแนวคิด เป็นเจ้าของประเด็นร่วมกัน นอกจากนั้น ยังให้ความสำคัญกับการจัดการเนื้อหาเว็บไซต์หน้าบ้าน (front-end editing) ด้วย

9. ทีมสื่อกับทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product team) ต้องทำงานร่วมกันมากขึ้น โดยเฉพาะการร่วมกันสร้างประสบการณ์การอ่าน-ดู-ฟังที่มีคุณภาพให้กับสมาชิก ที่ผ่านมา ทีมสื่อมักสนใจยุทธศาสตร์การทำงานแบบวันต่อวัน ขณะที่ทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์สนใจยุทธศาสตร์การทำงานระยะยาว โจทย์สำคัญคือจะผสมผสานจุดเด่นของทั้งสองทีมให้เข้าใจและร่วมกันทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไร

10. พัฒนาคนทำงานสื่อให้มีทักษะใหม่ที่จำเป็น เช่น ความเข้าใจเบื้องต้นในการใช้เครื่องมือใหม่ต่าง ๆ ทำชาร์ตและแผนที่พื้นฐานได้ ทำวิดีโอเบื้องต้นได้ รวมถึงทักษะการเขียนแบบใหม่ เช่น การเขียนเชิงสร้างสรรค์ การเขียนโปรยหัวข้อข่าว การเขียนสื่อสารกับคนวงกว้างให้ดีขึ้น

11. เพิ่มสมาชิกใหม่ในตำแหน่งที่ขาดแคลน เช่น visual journalist, creative director, นักข่าวที่มีความเป็นนักเขียน, นักข่าวที่เขียนโค้ดได้, บรรณาธิการที่ช่วย shape ความคิดและประเด็นได้ รวมถึงดึงตัวทีมงานระดับ ‘ข้างเผือก’ จากสื่อใหม่ที่น่าสนใจ

12. เป็นแหล่งรวมผู้เชี่ยวชาญที่รู้สึกจริงจังในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในเรื่องที่สังคมให้ความสนใจ เพื่อทำสื่อให้ลึกกว่าสื่ออ่านฟรีทั่วไป

13. ปรับองค์ประกอบทีมข่าวให้หลากหลายทั้งในแง่เพศสภาพ เชื้อชาติ รุ่น หลักรวมเชื่อ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงภูมิลำเนา กระทั่งความเป็นคนในเมือง-นอกเมือง ทีมงานที่หลากหลายจะยังมีมุมมองที่หลากหลาย สามารถสร้างผลงานที่หลากหลาย และช่วยขยายฐานคนอ่านให้หลากหลายได้ตามไปด้วย

14. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ใหม่ แม้อายุจะอยู่ที่สื่อดิจิทัล แต่สิ่งพิมพ์ก็ยังมีอนาคต โจทย์สำคัญคือทำอะไรให้หนังสือพิมพ์กระดาษยังอยู่ในชีวิตของคนอ่านและคนโฆษณา และออกแบบระบบการทำงานภายในองค์กรที่ไม่ให้การทำสื่อสิ่งพิมพ์ขัดขวางการทำงานสื่อในโลกดิจิทัล แต่ต้องเสริมความเข้มแข็งของกันและกัน

15. ขยายฐานคนอ่านใหม่ ดึงลูกค้าใหม่ เช่น งานสื่อบริการ (service journalism) บริการที่นิวยอร์กโหมส้งมือทำแล้ว เช่น บริการให้คำปรึกษาด้านการออกกำลังกายรายบุคคล บริการให้คำแนะนำด้านการทำอาหาร ในปัจจุบัน สองเช็คชั้นเสริมที่มีพลังดึงดูดสมาชิกได้มากคือ The Crossword ที่รวบรวมคลังครอสเวิร์ดย้อนหลังกว่า ๒๕ ปี และเกมอื่นๆ และ NYT Cooking ที่รวบรวมสูตรทำอาหารกว่าสองหมื่นเมนู พร้อมวิดีโอสอนทำอาหาร ส่วนเช็คชั้นที่มาแรงในหมู่คนอ่านรุ่นใหม่คือ NYT Watching พื้นที่แนะนำหนังและซีรีส์

16. แสวงหาพื้นที่ใหม่ นิวยอร์กโหมส้งเริ่มทำรายการข่าวโทรทัศน์ The Weekly ทางช่อง FX และสามารถดูผ่านระบบสตรีมมิ่งได้ทาง Hulu นอกจากนั้นยังมีสัญญาพาร์ทเนอร์หลักในการนำเสนอข่าวกับเฟซบุ๊กด้วย

17. สร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมและการทดลอง เช่น ตั้งทีมนวัตกรรม ทำหน้าที่ระดมไอเดีย คิดไปให้ไกลกว่าจังหวะเดินของปัจจุบัน ทดลอง และหาวิธีทำให้เกิดเป็นจริง โดยทุกนวัตกรรมความคิดต้องมีแก่นความเป็นสื่อที่เข้มแข็งอยู่เบื้องหลัง

18. ยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้อ่าน สร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชน เช่น เช็คชั้น Reader Center ที่บอกเล่าเบื้องหลังการทำงานสื่อ ชวนกลุ่มผู้อ่านคิดและนำเสนอประเด็น และแลกเปลี่ยนความ

คิดเห็นระหว่างทีมสื่อกับคนอ่าน รวมถึงการเปิดพื้นที่ให้มีการแลกเปลี่ยนถกเถียงกันโดยมีระบบกำกับดูแลที่ออกแบบอย่างดี

ขณะที่ชนิกา รอดหยู⁷ ได้กล่าวถึงหลักการทำข่าวที่โดดเด่นของ The New York Times (Thematter, 2021) ว่า

1. ข่าวจะต้องสื่อสารด้วยภาพมากขึ้น โดยยกสถิติการแชร์ข่าวที่มีการสื่อสารด้วยภาพ พวกเขาพบว่าปัญหาเดิมของการรายงานข่าวที่ผ่านมา คือ นักข่าวไม่ได้เรียนรู้ หรือไม่มีความสามารถพอที่จะใส่ภาพที่เหมาะสมลงในข่าว เช่น ข่าวรถไฟใต้ดินในนิวยอร์กในปี 2016 ที่โทมส์ก็ถูกล้อเลียนเพราะไม่ใช่แผนที่ใต้ดินไว้ด้วยการขาดการสื่อสารด้วยภาพที่เหมาะสม อาจเป็นผลลัพธ์จากระบบจัดการคอนเทนต์ของโทมส์ด้วย (ชื่อว่า Scoop) ที่ทำให้การใส่ภาพเป็นความจำเป็นหลัง ๆ (afterthought) ซึ่งฝ่ายโปรแกรมของโทมส์ก็เริ่มใช้เครื่องมือชื่อว่า Oak เพิ่มเติม เพื่อแก้ปัญหานี้ พวกเขาคิดว่าจะต้องฝึกอบรมทั้งนักข่าวและบรรณาธิการ ในเรื่องการสื่อสารด้วยภาพ และช่างภาพ คนถ่ายวิดีโอ และฝ่ายกราฟิกจะมีบทบาทสำคัญในการปรับตัวนี้

2. ข่าวจะต้องใช้การผสมผสานสื่อดิจิทัลให้ดีกว่านี้ ทีมศึกษายกตัวอย่าง “ข่าวเด่นประจำวัน” (daily briefing) ที่พวกเขา รู้สึกว่าประสบความสำเร็จมาก มีผู้ติดตามจำนวนมาก นี่เป็นนวัตกรรมที่ควรใช้ให้มากกว่านี้ควรทำให้เกิดมากกว่านี้ พวกเขาคิดว่านักข่าวควรใช้สื่อ อย่างเช่น จดหมายข่าว การแจ้งเตือน FAQ (คำถามที่ถามบ่อย) ตารางคะแนน เสียง ภาพ และสื่ออื่น ๆ เพื่อช่วยในการรายงานข่าวมากขึ้น ที่น่าสนใจ คือ พวกเขาคิดว่า การใช้สื่อพวกนี้จะทำให้โทมส์มีความ “เป็นสถาบัน” ลดลง และมีความเป็น “บทสนทนา” (conversational) มากขึ้น ซึ่งปกติแล้วนักข่าวของโทมส์ก็ใช้สไตล์บทสนทนาในการเล่าข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดีย โทรทัศน์และวิทยุอยู่แล้ว และสไตล์บทสนทนานี้ก็เป็นธรรมชาติของอินเทอร์เน็ต

3. เราต้องทำข่าวสลับด้วยวิธีใหม่ ๆ และทำ ‘บริการ’ ให้มากขึ้น ในช่วงที่ผ่านมา โทมส์ได้ทดลองโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เช่น เปิดหน้าสูตรอาหาร Cooking (ซึ่งสามารถสั่งซื้อเครื่องปรุงและส่วนประกอบได้ทันที) และเปิดหน้า Watching แนะนำรายการโทรทัศน์ ซึ่งเซกซ์ชั่นไลฟ์สไตล์พวกนี้ เดิมทีเกิดมาเพื่อหาโฆษณาอยู่แล้ว นี่เป็นเป้าหมายที่เกิดมาตั้งแต่ปี 1970 แต่ว่าทีมศึกษารู้สึกว่า ตอนนี้เป้าหมายก็ไม่ได้เคลื่อนไปจากเดิมเลยพวกเขาประเมินว่าผู้อ่านต้องการคำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ จากโทมส์อยู่แล้ว พวกเขาจึงต้องทำงานเพื่อสนองความต้องการนี้ให้ดีขึ้น

⁷ ชนิกา รอดหยู. (2563). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. วารสารปริชาติ ปีที่33 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม), หน้า 31-32.

4. ผู้อ่านจะต้องมีส่วนมากขึ้นในการรายงาน ไทมส์บอกว่า ตนเองมีส่วนคอมเมนต์ที่ “อัยยาศัยดีและประสบความสำเร็จมากที่สุด” เป็นอันดับต้น ๆ ของวงการข่าว แต่ก็ยังไม่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมมากเพียงพอ จึงต้องมีความพยายามในส่วนนี้มากขึ้นในอนาคต เพื่อสร้างสังคมผู้อ่าน

สรุปได้ว่า การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน ปรับเปลี่ยนวิธีทำสื่อ และปรับเปลี่ยนมุมมองและพัฒนาทักษะผู้สื่อข่าวในผลิตข่าวสาร เป็นสิ่งสำคัญในการเผยแพร่ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล ดังนั้น ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ควรมีการประยุกต์ใช้หลักการดังกล่าว เพื่อช่วยให้การเผยแพร่ข่าวในยุคสื่อดิจิทัลมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการความต้องการของผู้รับสาร ด้วยเนื้อหาและมิติข่าวที่กระชับ ชัดเจน ทั้งความเร็วที่ทันสถานการณ์ และความลึกที่อธิบายเบื้องลึกเบื้องหลังข่าวได้อย่างรอบด้าน พร้อมปรับเปลี่ยนวิธีทำสื่อด้วยการหันมาใช้เทคโนโลยี สร้างสื่อประกอบการนำเสนอ เพื่อความชัดเจนและน่าสนใจยิ่งขึ้น ขณะที่การปรับรูปแบบการทำงาน ที่เน้นการระดมสมองและทักษะ สร้างพลังแห่งการสร้างสรรค์อย่างเท่าทันยุคสื่อดิจิทัล ด้วยการพัฒนาทีมข่าวให้เป็นทีมข่าวนวัตกรรม จะทำให้ออกจากวัฒนธรรมต่างคนต่างทำงาน ออกจากกรอบการนำเสนอข่าวที่ซ้ำเดิม สู่การบูรณาการข่าวนิติบัญญัติกับเทคโนโลยีของสื่อดิจิทัลได้อย่างทันสมัยมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียง และไม่ได้มีเนื้อหาที่เพียงการอยู่ในกรอบ 5Ws1H แต่ยกระดับให้พื้นที่ข่าวนิติบัญญัติเป็นทางเลือกใหม่ เป็นพื้นที่เอกลักษณ์อันโดดเด่น ที่เป็นเวทีข่าวดึงดูดให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็น ทศนะของผู้รับสารด้วย

2.4 แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ⁸

Robert Pratten (2010) นิยามว่าการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ว่าเป็นการคำนึงถึงองค์ประกอบ 6 เรื่อง คือเรื่อง (Story) ผู้ชม (Audience) โมเดลธุรกิจ (Business model) กลยุทธ์ที่เป็นเลิศ (Execution) แพลตฟอร์ม (Platform) ประสบการณ์ (Experience) ซึ่งรวม ๆ แล้ว มันคือการอธิบายทั้งเรื่องของการตลาดและการออกแบบข้อความ การผลิต และสร้างสรรค์ให้เรื่องเล่านั้นถูกเล่าข้ามสื่อได้อย่างบูรณาการ

Pratten (Haley Moore, 2012) นิยามว่า การเล่าเรื่องข้ามสื่อ ก็คือ การเล่าเรื่องข้ามสื่อและช่องทางที่เหมาะสม แม้มันจะไม่เกิดบ่อยนัก แต่มันอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ปฏิสัมพันธ์แบบร่วมคิดร่วมทำ ในการเล่าเรื่องข้ามสื่อ นั้น การเชื่อมโยงที่สำเร็จเกิดจากการเชื่อมต่อผู้ชมเข้าไว้ด้วยกันที่ความบันเทิง สนุกสนาน และน่าดึงดูดใจไปที่เรื่องราว เพื่อที่จะทำสิ่งนี้ได้สำเร็จ นักเล่าเรื่องข้ามสื่อจะต้องทำ

⁸ ธานี เชื้อสถาปนศิริ. (2558). เล่าเรื่องข้ามสื่อ. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย.), หน้า 64-76.

เนื้อหาเรื่องเล่า นั้น ๆ ให้กลายเป็นรูปธรรมที่เด่นชัดในแต่ละสื่อที่ผู้ชมจะได้เสพความบันเทิงใจนั้นได้อย่าง ชิมชั้มมากขึ้น

Pratten (2010) เปรียบเทียบระหว่างการเล่าเรื่องในยุคเก่า กับยุคใหม่ ว่า การเล่าเรื่องในยุค เก่านั้น เรื่องแต่ละเรื่องจะถูกผลิตและสร้างขึ้นโดยที่ไม่สามารถนำมาประกอบเข้าส่วนภาพเต็มสมบูรณ์ กันได้ แต่ถ้าเป็นการเล่าเรื่องในยุคใหม่นี้ เรื่องแต่ละเรื่องจะเสมือนเป็นชิ้นจิ๊กซอว์ย่อย ๆ ต่างสื่อและเมื่อนำมาประกอบกันจะได้ภาพเต็มสมบูรณ์ โดยที่เรื่องเล่าย่อย ๆ นั้น จะมีส่วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันอย่างแข็งแรง

ขณะที่ Henry Jenkins นักวิชาการนิเทศศาสตร์ชาวอเมริกัน ได้นิยามความหมายของคำว่า “เล่าเรื่องข้ามสื่อ”(Transmedia storytelling) ว่าหมายถึง “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ คือ กระบวนการ นำเสนอองค์ประกอบย่อยที่กระจัดกระจายกันให้มาเป็นระบบมากขึ้น ผ่านระบบช่องทางสื่อที่หลากหลาย ผ่านสื่อด้วยวัตถุประสงค์ในการสรรค์สร้างสื่อความหมายเพื่อความบันเทิงที่แตกต่างกัน โดยแนวคิดแล้ว แต่ละสื่อต่างก็มีแนวทางเฉพาะที่จะนำพาเนื้อหาสื่อและบอกเล่าเรื่องราวของมันเอง”

Henry อธิบายต่อไปว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” ซึ่งมักมีหลายคำให้เรียก เช่น “Transmedia narrative” หรือ “Multiplatform storytelling” (การเล่าเรื่องข้ามสื่อ หรือ การเล่าเรื่องข้ามแพลตฟอร์ม) ว่าหมายถึง “เทคนิคในการเล่าเรื่องเดียวหรือการสร้างประสบการณ์ผ่านเรื่องเล่าข้ามช่องทางสื่อที่หลากหลายโดยการใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัล และไม่ควรจะไปสับสนกับ การทำสื่อสาขา (Media franchises), เรื่องต่อเนื่อง (Sequel) หรือ เรื่องดัดแปลง (Adaptations)” หากมองในมุมมองของ กระบวนการผลิต การเล่าเรื่องข้ามสื่อ คือ การสร้างเนื้อหาที่เชื่อมโยงเข้ากับวิธีที่ผู้รับสื่อใช้งานสื่อต่าง ๆ นั้น ในชีวิตประจำวันของพวกเขา

ตาม เชื้อสถาปนศิริ สรุปลความหมายของคำว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” ว่าหมายถึง (1) การเล่า เรื่องเอก (Main story) ผ่านเรื่องย่อย (Sub story) หลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน (2) โดยที่เรื่องย่อยหนึ่ง ๆ นั้น ต่างก็มีความครบถ้วนสมบูรณ์ได้ด้วยตัวมันเอง (3) ใช้เทคนิคการนำเสนอที่แตกต่างกัน ผ่านรูปแบบช่องทางสื่อต่าง ๆ กัน (4) โดยคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อพฤติกรรมผู้รับสารกิจวัตรประจำวันช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม (5) ซึ่งเรื่องต่าง ๆ จะถูกเชื่อมโยง สัมพันธ์ บูรณาการ สหสัมพันธ์กันโดยเจตนาของผู้ผลิตและความตั้งใจและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (6) ผู้ส่งสารเพียงให้กำเนิดเรื่องหลัก และพัฒนาเรื่องนั้นต่อไปร่วมกับผู้ใช้ผู้รับสารด้วยประสบการณ์และจินตนาการของเขาเอง

Alison Norington นักวิชาการสื่อสาร ชาวอังกฤษ อธิบายหลักการเล่าเรื่องข้ามสื่อจากการประชุม เอเชียมีเดียฟอรัม ที่ประเทศอินโดนีเซีย 2013 ว่าการเล่าเรื่องข้ามสื่อ มีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงดังนี้

1. เริ่มต้นที่ “เรื่องเล่า” การเล่าเรื่องข้ามสื่อที่ดี คือต้องมี (หรือหา) เรื่องดีและเล่าเรื่องดี ๆ นั้น ได้อย่างน่าสนใจ ในโลกสื่อสารปัจจุบัน มีความท้าทายสองอย่างที่นักสื่อสารต้องคิดให้หนัก หนึ่ง คือวันนี้เรื่องเล่ามีมากขึ้น ผู้คนในโลกออนไลน์กำลังเล่าเรื่องตัวเองกันอย่างคึกคัก สนุกสนาน และ สองพวกเขาเล่าเก่งกว่านักเล่าเรื่องในวงการสื่อสาร หรือ คนสื่อในยุคแรก เราอาจเรียกว่า นี่คือยุคของผู้ใช้สื่อเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (User-generated content) ในฐานะคนทำสื่อมืออาชีพ นักเล่าเรื่องกำลังเจอความท้าทายจากผู้รับสารในโลกสื่อเก่าที่ลุกขึ้นมาทำหน้าที่นักเล่าเรื่องได้อย่างท้าทายนักเล่าเรื่องต้องพัฒนาวิธีการเล่าเรื่องให้น่าสนใจและดูเป็นมืออาชีพมากขึ้น ไม่น่าว่าหลักการเล่าเรื่องแบบเดิม ๆ ใช้ไม่ได้อีกต่อไป “การเล่าเรื่องข้ามสื่อยิ่งยากขึ้นไปอีก” หมายความว่า หากมีเรื่องอยู่เรื่องหนึ่ง เราไม่สามารถเอาเรื่องนั้นทั้งหมดไปเล่าในสื่อที่แตกต่างกันด้วยวิธีการเล่าเรื่องแบบเดิม แต่นักเล่าเรื่องต้องดัดแปลงตัดทอน ย่อยส่วนต่าง ๆ ของเรื่องเล่าเหล่านั้น และออกแบบวิธีการเล่าเรื่องให้เหมาะกับธรรมชาติของสื่อ นั้น หรือกลุ่มผู้รับสารในสื่อ นั้น หรือกระทั่ง “รสชาติ” (Mood & Tone) ของเรื่องนั้น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของคนเสพสื่อ เรื่องนั้นอาจสั้นลงมากเพียง สองสามบรรทัด เมื่ออยู่ในอินเทอร์เน็ต แต่อาจยาวมากถึงสามพันคำในข่าวหน้าหนังสือพิมพ์ หรือลดเวลาลงเหลือสี่สิบห้าวินาทีในข่าวโทรทัศน์ หรือยาวสองชั่วโมงในภาพยนตร์ ฯลฯ

2. มองคนฟังให้หลากหลาย ในยุค “ผู้ใช้สาร/ผลิตสาร” (User-generated content) เป็นยุคที่ผู้รับสารทุกคนมีอำนาจ มีหน้า มีตา ไม่สามารถคิดถึงผู้ชม ผู้ฟัง ผู้รับสารแบบตรง ๆ ทื่อ ๆ ในโลกของการสื่อข้ามสื่อ มีผู้รับสารที่หลากหลาย เขาอาจรับสื่อแบบกระตือรือร้น แบบเฉื่อยชา หรือแบบมีปฏิสัมพันธ์หนักหน่วงแบบเหมือนคอกเกม การเล่าเรื่องในสื่อยุคแรกนักนิเทศศาสตร์มักใส่ใจว่าผู้รับสารจะรับสารอย่างไร หรือถอดรหัสได้ตรงกับที่ผู้ส่งสารใส่รหัสส่งไปหรือไม่ การสื่อสารในยุคสื่อใหม่จะใส่ใจที่ว่ากิจกรรมเกี่ยวข้อง บริบทรอบข้าง จะมีส่วนให้ผู้รับสารปฏิเสธสารที่ส่งไปอย่างไร มีเงื่อนไข เบาะแสใดบ้างที่จะทำให้ผู้ส่งสารเข้าใจผู้รับสารมากขึ้น (ข้อมูลประเภท เพศ รายได้ อายุ อาจไม่เพียงพอ) นักสื่อสารต้องหาลักษณะทางสังคมใหม่ ๆ ที่จำเพาะมากขึ้น (กลุ่มหลากหลายทางเพศ กลุ่มผู้บริโภคแบบใหม่ เจนวาย กระทั่งกลุ่มคนว่างงาน วัยรุ่นต่างจังหวัด เหล่านี้คือผู้รับสารที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น) แน่แน่นอนว่า กลุ่มคนที่มีความสนใจทางการเมือง สังคม วัฒนธรรมแปลก ๆ ก็สามารถเป็นผู้รับสารได้ และที่อยากคือ กลุ่มคนที่มีลักษณะพิเศษแบบนี้ “มีไวยากรณ์ภาษาสื่อสารแบบเฉพาะกลุ่มแบบหนึ่ง” ซึ่งนักสื่อสารสามารถเข้าใจภาษาของผู้รับสารได้ ก็ด้วยการมองหาบริบทชีวิต กิจวัตรประจำวัน และค่านิยม ความเชื่อ วิถีชีวิตของผู้รับสารนั่นเอง

3. สร้างประสบการณ์ให้พวกเขา นักเล่าเรื่องอาจมีรายการโทรทัศน์ดี ๆ แต่เปล่าประโยชน์ ถ้าผู้ชมไม่สามารถจดจำเนื้อหามันได้ การดูสนุก แล้วก็จบกันไป มิใช่ความคาดหวังที่ดีนักจากผู้ชม การเป็น

นักเล่าเรื่องข้ามสื่อต้องการความท้าทายที่มากกว่านั้น คือ ต้องสร้างความทรงจำที่ดีในรายการ จะทำเช่นนั้นได้ “ความทรงจำที่ดี” เรื่องที่ดีต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นตราประทับตราตรึงในสมองให้ผู้คนจดจำ ในระดับจิตสำนึกและไร้สำนึก แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่ออยู่บนสมมติฐานที่ว่าผู้รับสารวันนี้ต้องการมากกว่าการรับชมเนื้อหาสาระ แต่มากกว่าคือประสบการณ์ เรื่องเล่าที่ดีต้องทำให้ผู้ชม “ลุกเข้ามาทำอะไรสักอย่างต่อหน้าจอรายการ” ไม่ใช่การนั่งเอนหลังฟังเก้าอี้บนโซฟาและดูมันอย่างเอื่อยเฉื่อย เรื่องเล่าที่ดี ต้องเล่าได้ดี ทั้งในโลกสื่อ และโลกจริง วิธีการคือ เรื่องนั้น ๆ จะต้องถูกเล่าได้สองครั้ง คือ ขณะที่ได้รับชมรายการ และ หลังจากรับชม (หรือก่อนรับชมรายการ) เช่น “เมื่อคืนคุณได้ดูรายการ XXX ใหม่ สนุกมากเลยนะ ฉันไม่รู้ว่าเราควรคิด หรือมีความรู้สึกอย่างไรกับการแสดงของคนนั้น ฉันว่ามันค่อนข้างที่น่าทึ่ง แล้วเธอละคิดอย่างไร?” เรื่องเล่าหนึ่ง (ในรายการ) ต้องก่อให้เกิดอีกเรื่องเล่าหนึ่ง นั่นจะถือว่ารายการได้สร้างประสบการณ์และแตกออก ต่อขยายเรื่องเล่า (การตลาดยุคปัจจุบัน ตามแนวคิดของ Philip Kotler คือ ยุค 4.0 ที่เน้นเรื่องของการ “แชร์คุณค่าบางอย่างในสังคม” (Shared value) ทำให้มันมีการต่อยอดบางอย่างเรื่องเล่าที่ดี คือ เรื่องเล่าแบบเปิด (Opened story) มันอนุญาตให้ผู้ชมสามารถแตกประเด็น ต่อความคิด มีส่วนร่วมในการถกเถียงออกไปได้นั้นเกิดมาจากความคาดเดาไม่ได้ของเรื่องเล่าที่ผู้คนต่าง ๆ แพร่กระจายออกไปอย่างไรทิศทาง หลุมพองอากาศนี้ไร้รูปแบบ สะเปะสะปะ แต่แพร่กระจายไปทั่วทั้งชีส มันเป็นไปได้เพราะเกิดจากจุดเดือดของเรื่องเล่านั้น อุณหภูมิโดยรวมและความดัน คือปฏิกริยาของผู้คน/สังคมต่อเรื่องเล่านั้น ๆ)

4. ทำให้เรื่องเล่า ไร้กาลเวลา (ในอนาคต) เมื่อหาเรื่องดี ๆ ได้ น่าเสียดายที่เมื่อมันเล่าไปครั้งแรก ครั้งเดียว (ในการออกอากาศรายการของช่องคนทำสื่อ) แล้ว ก็หมดอายุ เหมือนกล่องนมที่หมดอายุกินไม่ได้อีก เช่นนั้นจะมีประโยชน์อะไรในการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ข้ามแพลตฟอร์ม นักเล่าเรื่องต้องเล่าเรื่องแบบ “ข้ามกาลเวลาได้ด้วย” พุดง่าย ๆ คือ เรื่องนั้น ไม่ว่าจะถูกนำมาเล่าอีกในวันไหน ในอนาคต (เราไม่พูดถึงอดีต) มันก็ยังคงเล่าเรื่องได้สนุกอยู่เสมอ (อย่างน้อย ๆ ก็ไม่เขย) คนทำสื่อต้องคิดมากขึ้น เพราะคนรับสารมีพฤติกรรมมารับสารที่ไม่เป็นหน่วยเวลาแบบเส้นตรง (Linear) แต่พวกเขาได้รับสารตามความสะดวก ตามกาลเทศะของพวกเขา (Non linear) ไม่ใช่ของในมุมมองของคนทำสื่อ ดังนั้น ควรแน่ใจว่า หากพวกเขาได้รับเรื่องเล่าของคนสื่อ (ซึ่งอาจให้หลังอีกสักสองสามสัปดาห์ สองเดือน ในอนาคต) มันจะยังคงดูสดใหม่ และน่าสนใจอยู่เช่นเดิมที่สำคัญต้อง “โหมโรงเรื่องเล่า” โดยใช้สื่ออื่น ๆ มากขึ้น ในที่นี้ คือ สื่อใหม่เช่นเฟซบุ๊กกับทวิตเตอร์ ซึ่งวิธีการใช้ก็แตกต่างกัน เพราะฐานคนใช้มีลักษณะต่างกัน หากเรื่องดี ก็สามารถเอาไปขายแฟรนไชส์สื่อได้ อาทิ รายการยอดฮิตทั่วโลก เช่น Got Talent Series หรือรายการเกมโชว์ต่าง ๆ แท้จริงแล้วผู้ผลิตเหล่านี้ไม่ได้ขายอะไรนอกจาก “เรื่องของคนที่อยากจะอวดความสามารถ

ตัวเอง” เรื่องนี้ขายดีทั่วโลก และต้องรู้ว่ามันค่อนข้างถูกจริตคนดู ในแต่ละประเทศสามารถดัดแปลงเรื่องเล่านี้ให้เหมาะสมกับแต่ละประเทศได้เรื่องเล่าต้อง “ถูกเล่าในบริบทของประเทศนั้น ๆ ด้วยระบบสังคมนั้น ๆ อาจทำให้เรื่องเล่าเหล่านั้น ๆ “มีเสน่ห์มากขึ้นก็ได้”

5. เล่าเรื่องข้ามสื่อ เรื่องเล่าข้ามแพลตฟอร์มเพราะสื่อกำลังหลอมรวม เนื้อหาสื่อกำลังหลอมรวม เรื่องเล่าก็ต้องถูกสื่อสารแพร่กระจายออกไปในหลากหลายช่องทาง นั่นหมายความว่า นักเล่าเรื่องมีโอกาสทำให้เรื่องเล่าเหล่านั้น ๆ ไปถึงกลุ่มคนที่ใช้สื่อแตกต่างกันได้เรื่องเล่า อาจสื่อสารผ่านหนังสือ กิจกรรมสื่อสังคม ทำเกม หรือแอปพลิเคชันเสริมในโทรศัพท์มือถือ หรือสื่อที่องค์กรมีอยู่และ จะดีมากเมื่อมันสามารถ “ลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้ลงมาก” เพราะนักเล่าเรื่องแค่เพิ่มช่องทางการขาย และเพิ่มมูลค่าของเรื่องเล่าได้มากขึ้น ต้นทุนการคิดเรื่องเล่าที่สูงกว่าต้นทุนการขายเรื่องเล่าในช่องทางที่หลากหลายขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งนั่นคือเหตุผลว่าทำไม นักเล่าเรื่องจึงไม่ควรปฏิเสธหลักการหลอมรวมสื่อ เพราะพูดเรื่องเงิน ต้นทุน และกำไร อย่างไรก็ตาม ลักษณะธรรมชาติของแต่ละสื่อก็มีความสำคัญมาก ที่จะกำหนดลักษณะผู้อ่านที่แตกต่างกัน ต้องออกแบบเรื่องเล่าใหม่ให้เหมาะสมกับสื่อเหล่านั้น ๆ ด้วย ซึ่งโดยปกติ มีตัวแปรสามตัว คือ เวลา พื้นที่ และระดับจินตนาการของผู้รับสาร อาทิ เสียง แสง สี สัมผัส

สรุปได้ว่า การเผยแพร่ข่าวสารมิใช่เพียงการนำข่าวสารเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อในแพลตฟอร์ม แต่ความสำคัญอยู่ที่ เนื้อหา แพลตฟอร์ม บริบทรอบข้าง และความลงตัวของการจัดลำดับเนื้อหา ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ควรมีเนื้อหาที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม และเหมาะสมกับบริบท รวมทั้งการจัดลำดับและวิธีการเผยแพร่เนื้อหา และคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการข่าวสารของกลุ่มผู้รับสารที่แตกต่างกัน เพราะจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่แตกต่างกันในเรื่องรสนิยมส่วนตัว ความชื่นชอบในแต่ละแพลตฟอร์ม อีกทั้งยังทำให้เข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขึ้นด้วย นอกจากนี้ เป้าหมายในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ มิใช่เพียงการตั้งให้เกิดการรับสารเท่านั้น แต่ควรนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและการกระทำที่เป็นไปในกรณีปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารด้วย

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในการดำเนินการศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ผู้ศึกษาได้นำวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาเป็นหลักในการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย

3.1 การศึกษาวิจัยเอกสาร (Documentary Research) มาใช้ดำเนินการกระบวนการศึกษา โดยทบทวนศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย ข้อมูล สถิติ การปฏิบัติงานของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 – 2564 รายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และ รายงานผลการนำเสนอข่าวนิติบัญญัติของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566

3.3 การศึกษาแบบสังเกตโดยใช้ประสบการณ์การปฏิบัติงานข่าวของผู้ศึกษา ในฐานะบรรณาธิการข่าว ดังนี้

3.3.1 สังเกตและทบทวนการปฏิบัติงาน รวมถึงรวบรวมปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน การเผยแพร่ข่าวด้วยสื่อดิจิทัลบน 4 แพลตฟอร์มของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ TPchannel และ ยูทูป TPchannel

3.3.2 การระดมความเห็นจากกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา จำนวน 9 คน เกี่ยวกับกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัลของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาเพื่อทบทวนการปฏิบัติงานและรวบรวมปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้ศึกษาดังกล่าวข้างต้นมาวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุพร้อมทั้งเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล เพื่อสนับสนุนงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุรัฐสภา ในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับสาร

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาเฉพาะเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลที่ผลิตโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา กลุ่มงานข่าวและประเมินผล สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์TPchannel และยูทูปTPchannel เนื่องจากเป็น 4 แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสาร

3.3 ประชากรในการศึกษา

ผู้ศึกษายึดหลักการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีลักษณะตรงกับขอบเขตการศึกษา โดยใช้วิธีระดมความเห็นจากกองบรรณาธิการ และผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา รวม 9 คน ได้แก่

- 3.2.1 บรรณาธิการข่าว 1 คน ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
- 3.2.2 ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว 1 คน ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
- 3.2.3 ผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา จำนวน 7 คน ประกอบด้วย
 - 1) นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ จำนวน 2 คน
 - 2) นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ จำนวน 2 คน
 - 3) พนักงานราชการ ตำแหน่ง ผู้สื่อข่าว จำนวน 3 คน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 แบบสัมภาษณ์ โดยเป็นการสัมภาษณ์ 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล โดยสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวสาร ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา
- 2) ด้านการทำงานของกองบรรณาธิการ โดยสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับการวางแผนงานในการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัล การประสานงานระหว่างหน่วยปฏิบัติในการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัล และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

- 3) ด้านการทำงานของผู้อ่าน โดยสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับทักษะการปฏิบัติงาน ผู้อ่าน ทักษะการใช้สื่อดิจิทัล และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา
- 4) ด้านเนื้อหาข่าว โดยสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาข่าว
- 5) ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริหาร โดยสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนากระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริหาร

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการดำเนินการศึกษานี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะเชิงพรรณนา (Description) โดยพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ด้วยข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาข้อมูล ทฤษฎี การศึกษาวิจัยเอกสาร ได้นำมาประมวลและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริง และวิเคราะห์ในลักษณะพรรณนา เพื่อนำไปสู่คำตอบในการศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล เพื่อสนับสนุนงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุรัฐสภา ในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริหาร

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 สภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

1. ข้อมูลทั่วไปของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เป็นหน่วยงานระดับสำนักที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบครอบคลุมทั้งรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา เพื่อสนับสนุนภารกิจในการส่งเสริมความรู้ด้านนิติบัญญัติ และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐสภากับประชาชน ทั้งด้านการถ่ายทอดการประชุมสภาฯ การถ่ายทอดการสัมมนา และการร่วมผลิตรายการกึ่งองค์กรเครือข่าย ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน เนื่องจากมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของสถานีฯ ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ระเบียบบริหารราชการฝ่ายรัฐสภา พ.ศ. 2554 ประกาศรัฐสภา และระเบียบ ก.ร. ที่เกี่ยวข้อง หรืออื่น ๆ นัยหนึ่งกล่าวได้ว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ทำหน้าที่เป็นสื่อของฝ่ายนิติบัญญัติ ขับเคลื่อนการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตย และกระบวนการนิติบัญญัติ ดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ “สื่อนิติบัญญัติ เสริมสร้างคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ เพื่อประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของประชาชน” กำหนดพันธกิจ 3 ประการ ได้แก่ เสริมสร้างและพัฒนางานสื่อนิติบัญญัติ เพื่อประโยชน์และการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เสริมสร้างบทบาทความเป็นสื่อสาธารณะ เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ และเสริมสร้างศักยภาพองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยยึดเป้าหมายประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติและมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยได้รับบริการที่มีคุณภาพของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สอดคล้องกับความต้องการอย่างทันสมัย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา มีหน้าที่และอำนาจในการปฏิบัติภารกิจ 5 ประการ

1. ดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สาระความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการทำงานด้านนิติบัญญัติและกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในด้านต่างๆ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิก
รัฐสภากับประชาชน

2. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่าง
รัฐสภากับประชาชน

3. ดำเนินการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา
คณะกรรมการและการสัมมนาของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา ทั้งในและนอกสถานที่ทั่วประเทศ

4. วิเคราะห์และประเมินผลการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา เพื่อนำมา
ปรับปรุงรายการให้มีประสิทธิภาพ

5. เป็นศูนย์ข่าวรัฐสภาและศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในการเผยแพร่ข่าวสารของ
รัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และเป็นสื่อกลางในการแสดง
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองการปกครองของประชาชน

โครงสร้างบริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา แบ่งส่วน
ราชการภายในออกเป็น 5 กลุ่มงาน ได้แก่

1. กลุ่มงานบริหารทั่วไป
2. กลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
3. กลุ่มงานผลิตรายการโทรทัศน์
4. กลุ่มงานข่าวและประเมินผล
5. กลุ่มงานเทคนิค

ทั้งนี้ กลุ่มงานข่าวและประเมินผล แบ่งเป็น ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาและฝ่ายประเมินผล
โดยการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา

2. การดำเนินงานของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. ศึกษา วิเคราะห์ เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบการเสนอข่าวและการรายงานข่าว
2. ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารในแวดวงนิติบัญญัติ รายการข่าว และสื่อบันทึกทางสถานี

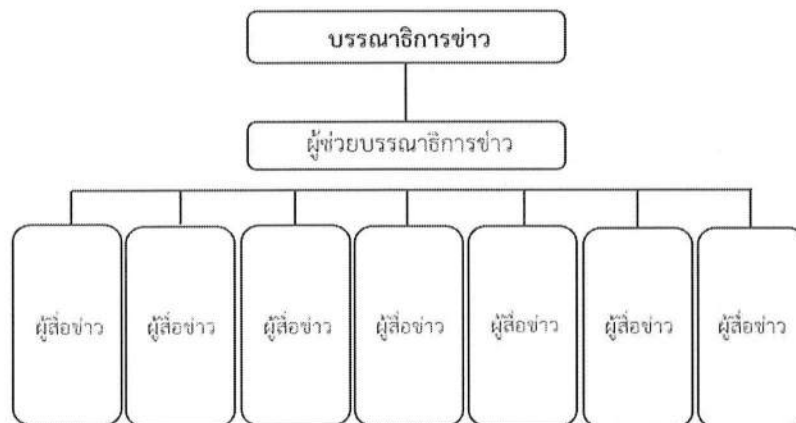
วิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและสื่อดิจิทัล แบ่งเป็น

2.1 ข่าวสารนิติบัญญัติประจำวัน ได้แก่ ข่าวการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทน
ราษฎรและคณะกรรมการ ข่าวการทำงานของสมาชิกวุฒิสภาและคณะกรรมการ ข่าวการ
ประชุมรัฐสภาระหว่างประเทศ ข่าวกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภา
ผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา

2.2 สื่อบันทึก ได้แก่ สื่อบันทึกวาทะถาวรกิจกรรมสมาชิกรัฐสภา สื่อบันทึกด้านกฎหมาย
สื่อบันทึกด้านอาเซียน สื่อบันทึกด้านรัฐสภาระหว่างประเทศ

2.3 รายการข่าว ได้แก่ รายการสถานีนิติบัญญัติเป็นรายการเล่าข่าวเกี่ยวกับข่าวสารในแวดวงนิติบัญญัติและข่าวความเคลื่อนไหวทางการเมืองในรอบวัน และ รายการจับกระแสแลสกา เป็นรายการสัมภาษณ์สมาชิกวุฒิสภาและนักวิชาการ โดยเป็นการสัมภาษณ์เจาะประเด็นเด่น 1 ประเด็น เกี่ยวกับข่าวสารในแวดวงนิติบัญญัติและข่าวความเคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่ในกระแสที่เป็นที่นิยมของประชาชน

โครงสร้างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา



แผนภาพที่ 1 แผนผังแสดงโครงสร้างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา

ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ประกอบด้วย บุคลากร จำนวน 9 คน ได้แก่ บรรณาธิการข่าว 1 คน ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว 1 คน และผู้สื่อข่าว 7 คน โดยผู้ศึกษาทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการข่าว ทั้งนี้ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่วางแผนงานข่าว รวบรวมวาระข่าวสารและคัดเลือกวาระข่าวสารนิติบัญญัติ ก่อนมอบหมายวาระงานข่าวให้ผู้สื่อข่าวดำเนินการ เมื่อผู้สื่อข่าวได้รับมอบหมายหมายข่าวจากบรรณาธิการแล้ว จะดำเนินการติดตามผลผลิตข่าวสารนิติบัญญัติในรูปแบบข่าวสารประจำวัน สก๊ิปข่าว และรายการข่าว และรายการข่าว ตามที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้ ข่าวประจำวัน สก๊ิปข่าว และรายการข่าว เผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุรัฐสภาและสื่อดิจิทัล สามารถจำแนกหน้าที่ได้ดังนี้

1. บรรณาธิการข่าว มีหน้าที่วางแผนงานและประสานงานระหว่างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา กับฝ่ายสื่อใหม่ รวบรวมหมายข่าวและคัดเลือกหมายข่าวที่จะผลิตและเผยแพร่ มอบหมายงานให้กับผู้สื่อข่าว ตลอดจนรับผิดชอบดูแลภาพรวมของการผลิตและเผยแพร่ข่าว สก๊ิปข่าว และรายการข่าวของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหาและภาพรวมของข่าวสก๊ิป

ข่าวและรายการข่าวในรอบสุดท้าย ก่อนดำเนินการเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและสื่อออนไลน์

2. ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว มีหน้าที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของบรรณาธิการข่าว ในการรวบรวมหมายข่าวเพื่อเสนอต่อกองบรรณาธิการ ประสานงานกับผู้สื่อข่าวภาคสนาม ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของสื่อประกอบการนำเสนอ อาทิ ภาพข่าว เสียงประกอบข่าว คลิปวิดีโอ

3. ผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา มีหน้าที่ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เขียนข่าว ถ่ายภาพ คลิปวิดีโอ บันทึกเสียงแหล่งข่าว เพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ และสนับสนุนงานของฝ่ายสื่อใหม่ (New media)

ตารางที่ 1 แสดงการผลิตข่าวสารนิติบัญญัติของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา

พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566

เดือน	ประเด็นข่าว					รวม
	ข่าวการทำงานของ ส.ส. และ กมธ.	ข่าวการทำงานของ ส.ว. และ กมธ.	ข่าวการประชุมรัฐสภาระหว่างประเทศ	ข่าวกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ สنج.เลขาธิการสภาฯ และ สنج.เลขาธิการวุฒิสภา	สื่ूपข่าว	
พ.ย. 2565	155	92	23	13	99	372
ธ.ค. 2565	158	72	5	6	106	347
ม.ค. 2566	160	80	11	23	100	374
รวม	473	244	39	42	305	1,093

ที่มา : รายงานผลการนำเสนอข่าวนิติบัญญัติของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566

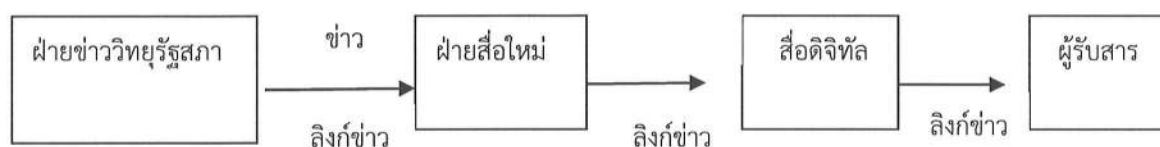
สถิติการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ ที่รวบรวมตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 - เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 เป็นระยะเวลา 3 เดือน แบ่งประเด็นการนำเสนอเป็น ข่าวการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) และคณะกรรมการ (กมธ.) สภาผู้แทนราษฎร ข่าวการทำงานของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) และคณะกรรมการ (กมธ.) วุฒิสภา ข่าวการประชุมรัฐสภา ระหว่างประเทศ ข่าวกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา และสื่ूपข่าว โดยพบว่ามีส่วนของข่าวที่เกี่ยวกับการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและคณะกรรมการ (กมธ.) สภาผู้แทนราษฎร มากที่สุด 473 ข่าว

รองลงมา คือ ข่าวการทำงานของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) และคณะกรรมการการ (กมธ.) วุฒิสภา 244 ข่าว รองลงมา คือ สกู๊ปข่าว 42 ข่าว และข่าวกิจกรรมและประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภาน้อยที่สุด 39 ข่าว ตามลำดับ ขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนด้วย โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภามีเป้าหมายการทำงานข่าวในแต่ละวัน คือ ผลิตและเผยแพร่ข่าวให้ได้ครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมาย และมีสัดส่วนข่าวของแต่ละฝ่ายที่ใกล้เคียงกัน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการถูกกล่าวหาว่าเลือกปฏิบัติ

3. การให้บริการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาทางสื่อดิจิทัล

สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ให้บริการข้อมูลข่าวสารโดยเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล 8 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์, เฟซบุ๊กแฟนเพจ, ทวิตเตอร์, อินสตาแกรม, ไลน์ออฟฟิเชียล, ยูทูป, Tiktok และแอปพลิเคชัน โดยมีฝ่ายที่รับผิดชอบในการเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อดิจิทัลเป็นหลัก คือ ฝ่ายสื่อใหม่ (New media) สังกัดกลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ขณะที่ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติ ดังนั้น ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสกากับฝ่ายสื่อใหม่ (New media) จึงมีความเกี่ยวข้องกัน ในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล

กระบวนการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านสื่อดิจิทัล



แผนภาพที่ 2 แผนผังแสดงกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านสื่อดิจิทัลของสถานีฯ

การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา เน้นการเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเป็นหลัก และได้มีการผ่านสื่อดิจิทัลควบคู่ไปด้วย โดยการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลที่ฝ่ายวิทยุรัฐสภาดำเนินการเอง ได้แก่ การเผยแพร่ทางเว็บไซต์ www.tpchannel.org และทวิตเตอร์ส่วนตัวของผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา โดยข่าวสารนิติบัญญัติที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ใหญ่เป็นข่าวสารประจำวัน มีโครงสร้างแบบประมิตหัวกลับ ประกอบไปด้วย พาดหัวข่าว (headline) วรรคนำหรือโพรย (lead) ส่วนเชื่อม (neck) และเนื้อหาข่าว (content) มีภาพนิ่งประกอบการนำเสนอเสมอ ส่วนคลิปประกอบการนำเสนอยังคงมีสัดส่วนที่น้อยมาก จากนั้นฝ่ายสื่อใหม่จะดำเนินการแชร์ลิงก์ข่าวจากเว็บไซต์สู่การเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามดุลยพินิจของฝ่ายสื่อใหม่

ขณะที่สื่อกีฬา ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาจะดำเนินการประสานงานกับฝ่ายสื่อใหม่ เพื่อเผยแพร่ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจหรือยูทูป โดยมีเสียงและภาพนิ่งประกอบการนำเสนอ ส่วนรายการข่าวเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและเว็บไซต์

ตารางที่ 2 ผลสำรวจช่องทางเปิดรับชมและรับฟังรายการ

สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปี 2565

จำนวนผู้ตอบ (n=845)

ช่องทางเปิดรับชมสื่อของสถานีฯ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ช่อง 10	738	61.45
สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ระบบ FM และ AM	168	13.99
ช่อง YouTube/TPchannel	112	9.33
แฟนเพจ "วิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา"	72	6.00
ทวิตเตอร์ TPchannel10		
เว็บไซต์ www.tpchannel.org	65	5.41
Lineofficial @TPchannel	42	3.50
อื่นๆ	4	0.33
รวม	1,201	100.00

ที่มา : รายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ผลการสำรวจรายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 แสดงถึงผลสำรวจช่องทางเปิดรับชมและรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา โดยช่องทางสื่อดิจิทัลที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสารกลุ่มตัวอย่างเพื่อติดตามข่าวสารนิติบัญญัติ มากที่สุด ได้แก่ ยูทูป TPchannel และ เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ TPchannel10 เว็บไซต์ www.tpchannel.org ตามลำดับ

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติ โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา กลุ่มงานข่าวและประเมินผล สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 – เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 ใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ @TPchannel10 และ ยูทูป TPchannel เนื่องจากเป็น 4 แพลตฟอร์มดิจิทัล ที่ผู้รับสารนิยมติดตามข่าวสารนิติบัญญัติ ดังนี้

ตัวอย่าง เว็บไซต์ www.tpchannel.org



แผนภาพที่ 3 แสดงการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ ทางเว็บไซต์ www.tpchannel.org

เว็บไซต์ www.tpchannel.org เป็นแพลตฟอร์มที่ลิงก์การเผยแพร่ทุกกิจกรรมจาก สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา โดยในการเผยแพร่ข่าวจะใช้ในการนำเสนอข่าวสารนิติบัญญัติแบบ เนื้อหาเต็ม ซึ่งผ่านการเรียบเรียงเนื้อหา กระบวนการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมจากฝ่าย ข่าววิทยุรัฐสภา ตั้งแต่พาดหัวข่าว โปรรายข่าว เนื้อข่าว ทั้งนี้ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เป็น ช่องทางสื่อดิจิทัลที่ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาสามารถดำเนินการเผยแพร่ได้เอง บรรณาธิการและผู้ช่วย บรรณาธิการ สามารถใส่ภาพประกอบข่าว คลิปวิดีโอ ไฟล์เสียงเพิ่มเติมในเนื้อหาข่าวได้ เพื่อให้ผู้อ่าน สามารถเลือกรับชมหรือรับฟังได้ เหมาะกับการนำเสนอเนื้อหาที่มีความยาว มีรายละเอียดของข่าว มาก ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ของการนำเสนอข่าววิทยุรัฐสภานบนเว็บไซต์ เป็นภาพนิ่งประกอบการนำเสนอ

ตัวอย่าง เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา



แผนภาพที่ 4 เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา

เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา มีผู้ติดตามจำนวน 307,133 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 26 ม.ค. 66) ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางหลักในการนำเสนอข่าวสารนิติบัญญัติ เน้นถ่ายทอดสดการประชุมรัฐสภา การประชุมสภาผู้แทนราษฎร และการประชุมวุฒิสภา เชื่อมต่อรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มานำเสนอในรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) นอกจากนี้ข่าวสารนิติบัญญัติแล้ว ยังมีการเผยแพร่ข่าวสารอื่น ๆ ที่มีประโยชน์กับประชาชน อาทิ มติคณะรัฐมนตรี พยากรณ์อากาศ สถานการณ์โรคโควิด-19 มีการสร้างสรรค์อินโฟกราฟิกประกอบการนำเสนอ ทั้งนี้ การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติซึ่งเป็นข่าวประจำวันที่เกิดโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ฝ่ายสื่อใหม่จะทำการแชร์ลิงก์ข่าวจากเว็บไซต์ www.tpchannel.org และใช้โปรยข่าวเดิมโดยไม่ได้มีการเขียนโปรยข่าวขึ้นใหม่ หากผู้บริโภคข่าวสารต้องการอ่านข่าวแบบเต็มจะต้องคลิกเข้าไปตามลิงก์ดังกล่าวเพื่อเข้าไปอ่านข่าวฉบับเต็มทางเว็บไซต์ ส่วนสื่อบริโภคข่าวที่ผลิตโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา เผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยมีเสียงอ่านและภาพนิ่งประกอบการนำเสนอ

ตัวอย่าง ทวิตเตอร์ @TPchannel



แผนภาพที่ 5 ทวิตเตอร์@TPchannel ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

ทวิตเตอร์ @TPchannel10 มีผู้ติดตามจำนวน 116,300 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 26 ม.ค. 66) มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกวาระการประชุมรัฐสภา การประชุมสภาผู้แทนราษฎร และการประชุมวุฒิสภา ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติจากแพลตฟอร์มเว็บไซต์ www.tpchannel.org พร้อมแนบลิงก์ข่าวจากเว็บไซต์ และใช้คำว่า “อ่านต่อที่” เพื่อให้ผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวฉบับเต็มในเว็บไซต์แทน โดยในทวิตเตอร์ ยังคงเป็นการใช้พาดหัวข่าวของลิงก์ข่าวต้นฉบับ ไม่ได้มีการเขียนพาดหัวข่าวในทวิตเตอร์ขึ้นใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการ Retweet ข่าวสารจากทวิตเตอร์ของผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภาด้วย

ตัวอย่าง ยูทูป TPchannel



แผนภาพที่ 6 ยูทูป TPchannel ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

ยูทูป TPchannel มีผู้ติดตามจำนวน 52,600 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 26 ม.ค. 66) เป็นช่องทางที่สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ใช้ถ่ายทอดสดการประชุมรัฐสภา การประชุมสภาผู้แทนราษฎร และการประชุมวุฒิสภา เป็นหลัก รวมถึงเทปรายการย้อนหลัง ขณะที่การถ่ายทอดสดจะถูกบันทึกในรูปแบบคลิปวิดีโอเอาไว้ ซึ่งผู้รับสารสามารถกลับมาดูย้อนหลังการถ่ายทอดสดหรือรายการ และร่วมแสดงความคิดเห็นขณะรับชมได้ ทั้งนี้ รายการที่เผยแพร่ผ่านทางยูทูปส่วนใหญ่เป็นรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ส่วนผลผลิตจากฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาที่เผยแพร่ผ่านทางยูทูปส่วนใหญ่เป็นสื่อบันทึกข่าวเผยแพร่โดยมีเสียงอ่านประกอบภาพนิ่ง ขณะที่รายการข่าวของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ แต่ไม่มีการเผยแพร่ทางยูทูป

ขณะที่ผลการสำรวจรายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 แสดงถึงผลสำรวจความคิดเห็นของแฟนรายการหรือผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับข้อความว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ควรพัฒนาช่องทางสื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook / YouTube / Twitter) ในเรื่องใดบ้าง ให้สอดคล้องกับความต้องการข่าวสาร และการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ได้สะท้อนมุมมองว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ได้พัฒนาช่องทางรับการรับชมและรับฟังรายการที่หลากหลายตอบโจทย์ความต้องการข่าวสาร และพฤติกรรมเปิดรับสื่อของประชาชน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่เปิดรับสื่อดิจิทัลมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม ส่วนข้อเสนอแนะที่ต้องการให้สถานีฯ ดำเนินการเพิ่มเติม คือ การเพิ่มรายการที่เผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อของประชาชนที่สามารถเปิดรับชม

รายการได้ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้สะดวกมากกว่าเปิดรับผ่านวิทยุหรือโทรทัศน์ที่บ้าน/ที่ทำงาน รวมถึงสถานีฯ อาจพิจารณาช่องทางการจัดรายการรูปแบบใหม่ผสมผสานกับรายการรูปแบบเดิม อาทิ Clubhouse หรือ Podcast เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการปรับรูปแบบที่น่าสนใจ หรือจัดรายการให้หลากหลาย ตอบโจทย์ผู้รับสารใหม่ ๆ⁹

ส่วนข้อความถามว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ควรพัฒนาการผลิตรายการให้ตอบโจทย์การเป็นสื่อสาธารณะที่สนับสนุนการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติและการมีส่วนร่วมของประชาชนได้อย่างไร ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นสอดคล้องกันโดยเห็นว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ผลิตรายการให้ตอบโจทย์การเป็นสื่อสาธารณะที่สนับสนุนการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติได้เป็นอย่างดี มีช่องทางการติดตามรับชมและรับฟังหลากหลาย แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักและติดตามในวงกว้าง ขณะที่ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น สถานีฯ ควรเปิดช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้ดำเนินรายการมากขึ้น โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่สนใจเรื่องการเมือง รวมถึงมีการสำรวจความต้องการข่าวสารกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง¹⁰

4. วิเคราะห์การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล

จากการวิเคราะห์การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล 4 แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสาร ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ @TPchannel และยูทูป TPchannel สามารถแยกแยะปัญหาในแต่ละแพลตฟอร์ม ดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านเว็บไซต์ www.tpchannel.org

การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านเว็บไซต์ เป็นการเผยแพร่ข่าวแบบให้รายละเอียด มีเนื้อหาค่อนข้างยาว โดยมีการใช้ภาษาเป็นทางการ มีการศัพท์เฉพาะจำนวนมาก อาทิ การแปรญัตติ กรรมาธิการวิสามัญ อย่างไรก็ตาม ด้วยความจำเป็นในการใช้ภาษาข่าวที่เป็นทางการหรือการต้องใช้ศัพท์เฉพาะมากเกินไป อาจทำให้เข้าใจยาก ผู้รับสารรู้สึกเป็นเรื่องไกลตัวที่ไม่จำเป็นต้องรู้ ขณะภาพประกอบข่าวส่วนใหญ่เป็นภาพนิ่ง มีข่าวจำนวนน้อยที่มีคลิปประกอบการนำเสนอ ทั้งที่เว็บไซต์สามารถใส่คลิปประกอบการนำเสนอข่าวได้ ทำให้เสียโอกาสในการดึงความสนใจจากประชาชน

⁹ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา, “รายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565,” หน้า 100.

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 98.

2. การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านเฟซบุ๊กวิทย์และโทรทัศน์รัฐสภา

การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านเฟซบุ๊ก เป็นการเผยแพร่ข่าวที่สามารถรองรับรูปแบบการนำเสนอที่ได้อย่างหลากหลาย มีความยืดหยุ่น เพื่อนำไปสู่การแชร์ต่อ ๆ กัน หรือการร่วมแสดงความคิดเห็นในหัวข้อข่าวนั้น ๆ โดยไม่ต้องคลิกเข้าไปดูข่าวในเว็บไซต์เสียด้วยซ้ำ แต่พบว่ายังคงใช้วิธีการเดียวกับที่เผยแพร่ผ่านทวิตเตอร์ ซึ่งเฟซบุ๊กมีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่มากกว่า นอกจากนี้ฝ่ายข่าววิทย์รัฐสภา ไม่ได้สนับสนุนแคปชันที่น่าสนใจประกอบภาพ หรือสนับสนุนการสร้างเนื้อหาใหม่ เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามาติดตามข่าวสารหรือแสดงความคิดเห็น อีกทั้งไม่มีการเข้าไปตอบกลับหรือร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้รับสาร ซึ่งนับว่าเป็นการใช้ศักยภาพการเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊กน้อยเกินไป

3. การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านทวิตเตอร์ @TPchannel

การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านทวิตเตอร์ เป็นการเผยแพร่ข่าวผ่านแพลตฟอร์มที่เน้นการเผยแพร่ข่าวสารอย่างรวดเร็ว ผ่านตัวอักษรที่ถูกจำกัด สามารถใส่รูปภาพหรือคลิปวิดีโอได้ และมีการใส่เครื่องหมายแฮชแท็ก (Hashtags) หรือเครื่องหมาย “#” เพื่อจัดหมวดหมู่ของข่าวสารหรือเทรนด์ในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม พบว่า การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านทวิตเตอร์ ไม่มีการปรับเนื้อหาข่าวให้สั้น กระชับ และรวดเร็ว ไม่มีการใส่เครื่องหมายแฮชแท็กตามหมวดหมู่เรื่องที่เกี่ยวข้อง การนำเสนอเป็นการโปรยหัวข่าวและนำลิงก์ข่าวมาวางไว้ เพื่อให้ผู้รับสารกดเข้าไปอ่านในเว็บไซต์เอง ซึ่งไม่ต่างจากแพลตฟอร์มอื่น เนื่องจากผู้สื่อข่าววิทย์รัฐสภาไม่ได้สนับสนุนการโปรยหัวข่าวที่สั้นน่าใจให้กับฝ่ายสื่อใหม่ รวมถึงไม่ได้นำเสนอ “#” เพิ่มเติมเพื่อจัดหมวดหมู่ข่าวสาร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้นหาและการเข้าถึงข่าวสารของผู้รับสารรวมถึงส่งผลกระทบต่อการทำความรู้จักสื่อดิจิทัลของสถานีฯ นอกจากนี้ การใช้ศักยภาพของทวิตเตอร์ที่เป็นแพลตฟอร์มที่เน้นส่งเนื้อหาที่สั้น ถูกต้องและเร็ว ยังมีน้อยมาก

4. การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านยูทูบ TPchannel

การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติผ่านยูทูบ เป็นการส่งข่าวผ่านแพลตฟอร์มที่เป็นแหล่งเผยแพร่คลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมและสามารถถ่ายทอดสดได้ และเป็นสื่อดิจิทัลหนึ่งในสี่ที่ได้รับการติดตามจากผู้รับสารของสถานีฯ เป็นจำนวนมาก แต่พบว่า ฝ่ายข่าววิทย์รัฐสภา ไม่ได้มีการเผยแพร่รายการข่าวผ่านทางยูทูบ มีเพียงการเผยแพร่สื่อบทสัมภาษณ์ด้วยเสียงอ่านและภาพนิ่งเท่านั้น ทำให้ขาดโอกาสในการเข้าถึงผู้รับสาร ซึ่งการถ่ายทอดสดรายการข่าวผ่านยูทูบ สามารถทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อข่าวกับผู้รับสารได้ สามารถโต้ตอบกันได้แบบเรียลไทม์ แต่ฝ่ายข่าววิทย์รัฐสภาไม่ได้ประสานกับฝ่ายนิเวศมีเดียเพื่อใช้ศักยภาพดังกล่าวของยูทูบ

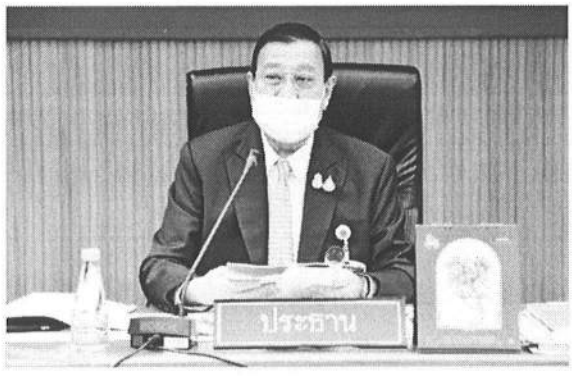
ตัวอย่าง การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางเว็บไซต์และทวิตเตอร์

วุฒิสภา นัดประชุม 23 ม.ค.นี้ พิจารณาดัง กมร.สามัญตรวจสอบประวัติฯ ผู้ได้รับการเสนอชื่อ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน

20 ม.ค. 66 - วุฒิสภา นัดประชุม 23 ม.ค.นี้ พิจารณาดัง กมร.สามัญตรวจสอบประวัติฯ ผู้ได้รับการเสนอชื่อให้ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน

Share Tweet Like

20 ม.ค. 66 - วุฒิสภา นัดประชุม 23 ม.ค.นี้ พิจารณาดัง กมร.สามัญตรวจสอบประวัติฯ ผู้ได้รับการเสนอชื่อให้ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน



ประธานวุฒิสภาได้สั่งการให้... (Caption text describing the image content)

- ข่าวฉลวย**
- 1 รัฐสภา 50 ปี... (News item 1)
 - 2 ภาย... (News item 2)
 - 3 ภาย... (News item 3)
 - 4 ภาย... (News item 4)
 - 5 ภาย... (News item 5)

TPchannel @TPchannel10 · 20 ม.ค.

สื่อในสังกัดของรัฐ ไทย

วุฒิสภา นัดประชุม 23 ม.ค.นี้ พิจารณาดัง
กมร.สามัญตรวจสอบประวัติฯ ผู้ได้รับการเสนอชื่อ
ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน
อ่านต่อที่ tpchannel.org/radio/news/199...

#วิทย์และโทรทัศนรัฐสภา #TPchannel

👍 🔄 ❤️ 🗨️

แผนภาพที่ 7 แสดงการโปรยเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์และทวิตเตอร์ของสถานี

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า ทั้ง 2 แพลตฟอร์ม ยังคงมีการโปรยเนื้อหาเหมือนกัน โดยทวิตเตอร์ได้คัดลอกหัวข้อข่าวจากเว็บไซต์ข่าวดังกล่าว จากนั้นทำการแชร์ลิงก์ข่าวจากเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ ส่วนแฮชแท็ก เป็นเพียงการใส่ไว้ หน้าชื่อหน่วยงานและช่องทาง ไม่มีแฮชแท็กสำหรับค้าสืบค้นโดยเฉพาะ

5. วิเคราะห์กระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล โดยระดมความคิดเห็นของทีมข่าววิทยุรัฐสภา

เพื่อให้การประเมินการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล ของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ผู้ศึกษาจึงระดมความคิดเห็นของผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา ในการประเมินกระบวนการทำงานและการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อดิจิทัลของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าว รวม 9 คน ใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1. ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล 2. ด้านการทำงานของกองบรรณาธิการ 3. ด้านการทำงานของผู้สื่อข่าว 4. ด้านเนื้อหาข่าว และ 5. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร สรุปผลการระดมความคิดเห็นได้ดังนี้

1. ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ ผู้สื่อข่าวมีความแตกต่างกันในเรื่องของการจัดทำสื่อประกอบการนำเสนอ ส่วนใหญ่จึงเป็นการใช้ภาพนิ่งประกอบการนำเสนอ ซึ่งทำให้สีสันการนำเสนอข่าวสารขาดหายไป เนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์มีความถูกต้องเนื่องจากมีความรอบคอบในการจัดทำเนื้อหา แต่เนื้อหาข่าวค่อนข้างยาว และเป็นภาษาที่เข้าใจได้ยาก ด้วยความจำเป็นเนื่องจากเป็นข่าวที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม ผู้สื่อข่าวจะเน้นพาดหัวข่าวและโปรยข่าว เนื่องจากเป็นส่วนของข่าวที่ฝ่ายสื่อใหม่จะนำไปใช้เพื่อเผยแพร่ต่อ นอกจากนี้เห็นว่า ควรจัดทำเนื้อหาเป็นการเฉพาะกับแต่ละแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล น่าจะตอบสนองผู้รับสารของแพลตฟอร์มนั้นได้ดียิ่งขึ้น

2. ความสามารถที่แตกต่างกันของผู้สื่อข่าวในการจัดทำเนื้อหาข่าว แม้ผู้สื่อข่าวมีความรู้ด้านนิติบัญญัติ และสามารถถ่ายทอดออกมาผ่านข่าวสารและสื่อบุคคลได้อย่างถูกต้อง แต่สำหรับผู้สื่อข่าวบางคนอาจยังไม่สามารถถ่ายทอดออกมาให้เข้าใจได้ง่าย และแม้ว่าการเขียนสรุปความที่ดีจะเป็นทักษะเฉพาะบุคคล แต่ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการเขียนข่าวระหว่างกันเพื่อสร้างทักษะการเขียนให้เข้าใจง่าย และผู้สื่อข่าวควรฝึกฝนการใช้แคปชันผ่านสื่อออนไลน์เพื่อฝึกการเขียนที่กระชับ ตรงประเด็นและน่าสนใจ

3. ผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภาไม่ได้มีส่วนร่วมโดยตรงกับฝ่ายสื่อใหม่ในการจัดทำเนื้อหาเป็นการเฉพาะเพื่อเผยแพร่ทางเฟซบุ๊กวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ @TPchannel และยูทูป TPchannel ทำให้ผู้สื่อข่าวขาดแรงกระตุ้นในการสร้างสรรค์การเผยแพร่ข่าวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของสถานีฯ อีกทั้งยังมีผลต่อสถานการณ์ในการเผยแพร่ข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพลาดโอกาสรายงานสดผ่านทางเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มของสถานีฯ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก หากมีการประสานงานกันในเชิงโครงสร้าง จะทำให้การทำงานสะดวก สามารถเผยแพร่ข่าวสารได้คล่องตัวยิ่งขึ้น

4. แผนงานภายในคือการจัดทีมเฉพาะกิจภายใน และแผนการทำงานร่วมกันของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาและฝ่ายสื่อใหม่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะสามารถช่วยในการวางแผนการเผยแพร่ข่าวในแพลตฟอร์มให้เป็นระบบได้ และช่วยกระตุ้นให้ผู้สื่อข่าวมีแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานข่าว เกิดประโยชน์ต่อการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติของสถานีฯ ในภาพรวม

5. ช่องทางสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย ทำให้ข่าวสารนิติบัญญัติเข้าถึงผู้รับสารได้กว้าง เพราะช่องทางให้เลือกติดตามข่าวสารนิติบัญญัติได้สะดวกยิ่งขึ้น และสามารถลดข้อจำกัดของการเผยแพร่ข่าวทางวิทยุกระจายเสียงที่ไม่สามารถกลับมาฟังย้อนหลังได้ และเห็นว่าปัจจุบันผู้รับสารปัจจุบันจะค้นหาข่าวด้วย คำค้น หรือ แฮชแท็ก (Hashtags) “#” ดังนั้นจึงควรใส่เป็นประจำให้ครบทุกข่าว

6. การเข้าไปที่กระดานข่าวดิจิทัลเพื่อสร้างความสัมพันธ์ อธิบายความ พุดคุยหรือสร้างความเข้าใจแก่ผู้รับสารเข้าใจไม่เคยปรากฏขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกถึงการสื่อสารสองทางระหว่างสถานีฯกับผู้รับสาร แต่เป็นเพราะฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาไม่ได้มีอำนาจหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัลโดยตรง การตั้งคำถามเพื่อเก็บประเด็นหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้รับสารบนกระดานข่าวอาจยังดูติดขัด

7. ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภายังไม่มีรูปแบบการนำเสนอใหม่ ๆ ซึ่งมีผลต่อการเข้ามาติดตามข่าวหรือเข้าร่วมแสดงความเห็นของผู้รับสาร แต่ในขณะเดียวกันความเห็นของผู้รับสารส่วนหนึ่งอาจเป็นเหมือนใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล นำมาต่อยอดประเด็นได้ยาก แม้มีประเด็นความเห็นจากผู้ฟังที่นำต่อยอดผลิตข่าวได้ แต่ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภายังนำมาใช้ประโยชน์น้อย

8. ข่าวสารด้านนิติบัญญัติมีเอกลักษณ์เฉพาะที่น่าจดจำ ควรทำให้เห็นถึงเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐสภากับประชาชน ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาควรหันมาให้ความสำคัญกับความเห็นของผู้รับสารที่แลกเปลี่ยนไว้บนกระดานข่าว เพราะนำไปสู่การแตกยอดประเด็นที่มาจากความร่วมมือของผู้รับสาร ทำให้ข่าวมีคุณค่าในแง่ของการมีส่วนร่วมระหว่างรัฐสภากับประชาชน

6. จุดเด่นและจุดที่ควรได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล และกระบวนการทำงานของทีมข่าววิทยุรัฐสภา

จากวิเคราะห์การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล 4 แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสาร และวิเคราะห์กระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัลโดยระดมความคิดของผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา พบจุดเด่นและจุดที่ควรได้รับการพัฒนา ดังนี้

การเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติผ่าน 4 แพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ @TPchannel และยูทูป TPchannel รวมถึงการปฏิบัติงานข่าว เมื่อพิจารณาจะพบองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 4 ประการ คือ ผู้

ส่งสารคือบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา สารคือข่าวสารนิติบัญญัติ ผู้รับสาร และการมีปฏิสัมพันธ์หรือปฏิกิริยาตอบกลับของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับผู้รับสารผ่านกระดานข่าวบนสื่อดิจิทัล โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาเป็นฝ่ายผลิตเนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติ เพื่อส่งต่อให้ฝ่ายสื่อใหม่นำไปเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ยกเว้นเว็บไซต์ www.tpchannel.org ที่ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาสามารถดำเนินการผลิตข่าวและเผยแพร่ได้เอง โดยไม่ต้องผ่านฝ่ายสื่อใหม่ ในแง่ดีคือทำให้ข่าวสารนิติบัญญัติที่ถูกผลิตโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภามีช่องทางในการเผยแพร่มากขึ้นและรวดเร็ว เนื่องจากทำการเผยแพร่ได้ทันทีหลังผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากบรรณาธิการ อีกทั้งจากเดิมข่าวสารนิติบัญญัติเผยแพร่ทางสื่อดั้งเดิม (Old media) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเพียงช่องทางเดียวนั้น

การเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ @TPchannel และยูทูป TPchannel ทำให้เข้าถึงผู้รับสารได้รวดเร็ว และเข้าถึงได้กว้าง มีช่องทางสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย เป็นช่องทางให้เลือกติดตามข่าวสารนิติบัญญัติได้สะดวกยิ่งขึ้น สามารถลดข้อจำกัดของการเผยแพร่ข่าวทางวิทยุกระจายเสียงที่ไม่สามารถกลับมาฟังย้อนหลังได้ อีกทั้งการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลยังเป็นการสื่อสารสองทาง (Two way communication) กับผู้รับสาร ที่มีการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเสนอแนะข้อมูลต่าง ๆ ได้ไปในคราวเดียวกัน แต่ต้องยอมรับว่าการเข้ามาแสดงความคิดเห็นส่วนหนึ่งจะเป็นลักษณะระบายอารมณ์ มากกว่าแลกเปลี่ยนมุมมอง ในขณะที่เดียวกันผู้ส่งสารคือฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาไม่ได้เข้าไปร่วมสนทนา ชี้แจงถึงข้อมูลต่าง ๆ ร่วมกับประชาชนบนกระดานความเห็นของสื่อดิจิทัลนอกจากนี้ แม้มีช่องทางสื่อดิจิทัลหลากหลายให้ติดตามข่าวสาร แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จัก ขณะที่การทำให้ช่องทางสื่อออนไลน์เป็นที่รู้จัก หรือการประชาสัมพันธ์ช่องทางการเข้าถึงข่าวสารทางสื่อออนไลน์ผ่านข่าวนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ แต่ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภายังละเลย อาทิ ไม่มีการใส่ลิงก์ข่าวเพื่อเชื่อมโยงไปยังข่าวอื่นที่เกี่ยวข้อง หากมองในแง่ของการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารยังบกพร่องในการให้ความสะดวกกับผู้รับสาร ขาดการสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และหากมองในแง่การเข้าถึงผู้รับสาร ทำให้เสียโอกาสในการเข้าถึงผู้รับสาร การเข้าถึงผู้รับสารขาดความต่อเนื่อง

ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาไม่สามารถเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติได้เองในหลายแพลตฟอร์ม ทำให้มีความติดขัดในการเผยแพร่ข่าว และยังส่งผลให้การใช้สื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติยังไม่มีประสิทธิภาพ โดยรายการข่าวไม่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล ในขณะที่ข่าวประจำวันและสื่อบข่าวยุติเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ ผู้รับสารเข้ามาแสดงความคิดเห็นน้อยกับข่าวที่เผยแพร่บนสื่อดิจิทัล เนื่องจากขาดรูปแบบที่น่าสนใจในแต่ละแพลตฟอร์ม และแม้มีการแสดงความคิดเห็นของ

ผู้รับสารเกี่ยวกับข่าวสารนิติบัญญัติที่เผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล แต่กลับขาดการนำความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับสารที่แสดงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาต่อยอดประเด็นเพื่อผลิตเป็นข่าว

เนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติมีความเป็นอัตลักษณ์ มีความเฉพาะเจาะจง เกี่ยวข้องกับประชาชน ประเทศชาติ มุ่งเน้นข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ อีกทั้งอยู่ใกล้ชิดแหล่งข่าวคือสมาชิกรัฐสภา จึงได้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน ผู้สื่อข่าวยังมีความรู้ด้านนิติบัญญัติที่ถูกต้อง และสามารถถ่ายทอดออกมาผ่านข่าวสารและสื่อกฎหมายได้ แต่สำหรับผู้สื่อข่าวบางคนอาจยังไม่สามารถถ่ายทอดออกมาให้เข้าใจได้ง่าย และขาดแรงกระตุ้นการสร้างสรรครูปแบบการเผยแพร่ที่น่าสนใจ ซึ่งทำให้ผู้รับสารตีความว่าข่าวสารนิติบัญญัติเป็นเรื่องยาก หรือเป็นเรื่องที่ไม่น่าสนใจ จนอาจมองข้ามหรือเลี่ยงการรับรู้ รวมถึงการใช้ภาษาข่าวที่มีความเป็นทางการสูงตลอดเวลา อาจทำให้ผู้รับสารรู้สึกเข้าไม่ถึง ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารเข้ามาร่วมสะท้อนความเห็นข้อเสนอแนะ บนแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์น้อยลงไปด้วยเช่นกัน

ในฐานะสื่อของฝ่ายนิติบัญญัติมีความเป็นสถาบันข่าวที่ชัดเจน ประชาชนยังคงให้ความเชื่อถือ ข่าวบนสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารบนสื่อดิจิทัล ในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล ยังคงเป็นเนื้อหาเดียวกันทุกแพลตฟอร์ม ไม่มีการปรับให้เหมาะกับคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์ม ทำให้ขาดความน่าสนใจ และอาจไม่ตอบสนองกับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของแต่ละแพลตฟอร์ม อีกทั้งการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติในแต่ละแพลตฟอร์มยังคงเป็นเนื้อหาในรูปแบบเดียวกันทุกแพลตฟอร์ม ไม่มีการใช้คุณสมบัติและศักยภาพของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน อาทิ ไม่ใช่ความเร็วของทวีตเตอร์ในการโปรยประเด็นที่สั้น ๆ แต่สามารถเรียกความสนใจให้เกิดการติดตามข่าวที่กำลังจะเกิดขึ้น หรือไม่ใช่ความเร็วของทวีตเตอร์เพื่อรายงานข่าวแบบสั้นกระชับให้ได้รู้ถึงความเคลื่อนไหวก่อนไปติดตามรายละเอียดแบบยาวในเว็บไซต์ ไม่ใช่ความเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊ก ในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอ หรือสร้างประเด็นข่าวที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามาแสดงความเห็นเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3 จุดเด่นและจุดที่ควรได้รับการพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล
และกระบวนการทำงานของทีมข่าววิทยุรัฐสภา

จุดเด่น	จุดที่ควรได้รับการพัฒนา
<p>1. ข่าวสารนิติบัญญัติที่ผลิตโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภามีช่องทางในการเผยแพร่มากขึ้นและรวดเร็วผ่านสื่อดิจิทัล</p> <p>2. การเป็นสื่อของรัฐสภาอยู่ใกล้ชิดแหล่งข่าวด้านนิติบัญญัติทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง</p> <p>3. ข่าวสารนิติบัญญัติมีความเป็นอัตลักษณ์ มีความเฉพาะเจาะจง เกี่ยวข้องกับประชาชนประเทศชาติ</p> <p>4. ประชาชนให้ความเชื่อถือข่าวบนสื่อดิจิทัลของสถานีฯ และนำไปประกอบการอ้างอิง</p> <p>5. ผู้สื่อข่าวมีองค์ความรู้ด้านนิติบัญญัติที่ถูกต้อง เชื่อถือได้</p> <p>6. การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านสื่อดิจิทัลช่วยลดข้อจำกัดเรื่องการกลับมาฟังย้อนหลัง ของข่าวที่เผยแพร่ผ่านทางวิทยุกระจายเสียง</p> <p>7. การเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัล มีพื้นที่รับฟังความเห็นข้อเสนอของผู้รับสารมากขึ้น ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล</p> <p>8. ช่องทางสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย มีหลายช่องทางให้เลือกติดตามข่าวสารนิติบัญญัติได้สะดวกยิ่งขึ้น</p>	<p>1. การใช้สื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติยังไม่มีควมสม่ำเสมอ รายการข่าวไม่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล ในขณะที่ข่าวประจำวันและสื่อบข่าเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล</p> <p>2. ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาไม่สามารถเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติได้เองในทุกแพลตฟอร์มดิจิทัล ทำให้มีความติดขัดในการเผยแพร่ข่าว</p> <p>3. ไม่มีการปรับเนื้อหาให้เหมาะกับคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์ม สื่อดิจิทัลไม่สนับสนุนข้อมูลซึ่งกันและกัน</p> <p>4. ไม่มีการวางแผนจัดการภายใน และขาดการประสานงานกับฝ่ายสื่อใหม่ ในการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ</p> <p>5. ผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภามีความแตกต่างเรื่องทักษะการใช้สื่อดิจิทัล และการเขียนข่าวและสื่อบข่า</p> <p>6. ภาษาข่าวยังคงมีความเป็นทางการสูง ซึ่งอาจทำให้ผู้รับสารรู้สึกเข้าไม่ถึง และเลียงที่รับรู้</p> <p>7. ขาดการนำความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับสารที่แสดงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาต่อยอดประเด็นเพื่อผลิตเป็นข่าว รวมถึงขาดการสนทนาร่วมกับผู้รับสารบนสื่อดิจิทัล</p> <p>8. ยังบกพร่องในการประชาสัมพันธ์หรือเชื่อมโยงเส้นทางการเข้ารับบริการข่าวสาร</p>

7. ปัญหาและสาเหตุที่ส่งผลให้การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ด้อยประสิทธิภาพ

ผู้ศึกษาปฏิบัติหน้าที่บรรณาธิการฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา มีการปฏิบัติงานด้วยตนเองในการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ และมีหน้าที่ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา รวมทั้งได้มีการทบทวนการปฏิบัติงานของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ประเมินภาพรวมการทำงานตลอดจนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานของบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาแล้วนั้น จากการวิเคราะห์ดังกล่าวได้ค้นพบปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน การผลิตและเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติบนสื่อดิจิทัล 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์ @TPchannel และยูทูป TPchannel โดยสามารถสรุปเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา

1.1 ความแตกต่างในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา ซึ่งผู้สื่อข่าวแต่ละคนมีไม่เท่ากัน บางคนเขียนข่าวได้ดี แต่ไม่มีความถนัดในการใช้เทคนิคสื่อดิจิทัลในการผลิตสื่อประกอบการนำเสนอ หรือถนัดเพียงแพลตฟอร์มเพียงใดแพลตฟอร์มหนึ่งเท่านั้น

1.2 ความแตกต่างในการเขียนข่าวและสื่อกับข่าว ที่ผู้สื่อข่าวบางคนยังไม่สามารถสรุปเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ซึ่งมีผลต่อการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ที่ผู้รับสารต้องการรับข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ กระชับ เข้าใจง่าย

1.3 ขาดแรงกระตุ้นในการใช้ความคิดสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ หรือต่อยอดประเด็นข่าว ทำให้การนำเสนอข่าวนิติบัญญัติบนสื่อดิจิทัลขาดความน่าสนใจ

1.4 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาไม่มีหน้าที่และอำนาจในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติได้เองในทุกแพลตฟอร์มดิจิทัล ทำให้มีความติดขัด ล่าช้า ในการเผยแพร่ข่าว

2. ด้านเนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติ

2.1 ไม่มีการปรับเนื้อหาให้เหมาะกับคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์ม เนื้อหาทุกแพลตฟอร์มคือเนื้อหาเดียวกัน ทำให้ขาดความน่าสนใจ และอาจไม่ตอบสนองกับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของแต่ละแพลตฟอร์ม

2.2 ข่าวสารนิติบัญญัติที่เผยแพร่บนสื่อดิจิทัล ยังคงเป็นเนื้อหาที่เข้าใจยาก ซึ่งอาจผู้รับสารอาจมองข้ามหรือเลี่ยงการรับรู้

2.3 ความเป็นทางการของเนื้อหาตลอดเวลา ทำให้ความสามารถในการดึงดูดทำให้เกิดการร่วมแลกเปลี่ยนความเห็นบนพื้นที่สื่อดิจิทัลน้อยลง

3. ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล

3.1 ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักและติดตามในวงกว้าง

3.2 การใช้สื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติยังไม่มีประสิทธิภาพ เสียโอกาสในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร

3.3 ไม่มีการใช้ศักยภาพสื่อดิจิทัลแต่ละประเภทให้เป็นประโยชน์ ไม่เกิดการสนับสนุนในเชิงมิติข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ทุกแพลตฟอร์มถูกใช้เผยแพร่ข่าวสารในลักษณะเดียวกัน คือการแชร์ลิงก์ข่าว

4. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร

4.1 ละเลยการใช้ศักยภาพการสื่อสารสองทางของสื่อดิจิทัล ไม่มีการเข้าไปร่วมแลกเปลี่ยนทัศนะ ความเห็นร่วมกับผู้รับสารบนสื่อออนไลน์

4.2 ขาดการนำความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับสารที่แสดงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาต่อยอดประเด็นเพื่อผลิตเป็นข่าว

4.2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล

การดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา มีเป้าหมาย คือ ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติและมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยได้รับบริการที่มีคุณภาพของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สอดคล้องกับความต้องการอย่างทันสมัย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาสภาพปัญหาและสาเหตุในการเผยแพร่พบสภาพปัญหา 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ด้านเนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติ ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล และด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางในการดำเนินการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ดังนี้

1. การแก้ไขและพัฒนาด้านบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา

1.1 การปรับปรุงแบบการทำงานในฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ด้วยการสร้างทีมย่อยในทีมใหญ่ เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานข่าวอย่างสร้างสรรค์และคล่องตัว

บุคลากรนับเป็นต้นทางของการพัฒนา หากบุคลากรขาดทักษะความรู้ความสามารถ ขาดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การพัฒนาในด้านใด ๆ ย่อมเกิดขึ้นได้ยาก ซึ่งรวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ที่บุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาจะเป็นต้นทาง การจัดระบบงานโดยการสร้างทีมข่าวที่เข้มแข็ง และส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน โดยการสร้างทีมข่าวเฉพาะกิจเพื่อรับผิดชอบดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข่าวนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล โดยให้มีการหมุนเวียนผู้สื่อข่าวทุกคนให้เข้าร่วมทีม เพื่อให้ผู้สื่อข่าวได้เติมเต็มองค์ความรู้ในส่วนที่ขาด เกิดการ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิบัติงานร่วมกัน ทั้งการเขียนข่าว สก๊อปข่าว การใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัล เพื่อผลิตข่าวสารได้ทันสถานการณ์ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการผลิตสื่อประกอบการนำเสนอเพื่อความชัดเจนและน่าสนใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้การสร้างทีมย่อยในทีมใหญ่ ในลักษณะทีมเฉพาะกิจ ยังเป็นการเปิดให้มีการหารือแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาการเผยแพร่ข่าวนิตยบัญญัติทางสื่อดิจิทัล รับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพกับบริบทใหม่ทางเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลที่เกิดการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นด้วยกันอยู่เสมอ เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการร่วมกันสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ ตลอดจนเกิดการผลิตข่าวสารที่หลากหลายยิ่งขึ้นทั้งข่าวสารประจำวัน และข่าวเชิงลึกด้านต่าง ๆ ที่มาจากการต่อยอดประเด็นจากความเห็นของผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ รวมถึงข้อมูลจากผู้รับสารที่เข้ามามีส่วนร่วมแสดงความเห็นบนกระดานสื่อดิจิทัล ผู้สื่อข่าวได้มีโอกาสเป็นมากกว่าผู้รับคำสั่งเพื่อปฏิบัติงาน แต่ยังสามารถเป็นผู้เปิดประเด็นข่าว เสนอประเด็นข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อการเสนอข่าวสารนิตยบัญญัติของสถานีฯ ส่วนบรรณาธิการข่าวไม่ใช่เป็นเพียงผู้สั่งการวางแผนงานแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ยังสามารถรับข้อมูลประเด็นที่เป็นประโยชน์จากผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลข่าวจากสนามข่าวโดยตรงนำไปสู่การต่อยอดประเด็นและผลิตข่าวสารนิตยบัญญัติที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ การจัดการการภายในฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาด้วยการสร้างทีมย่อยในทีมใหญ่ จะทำให้บรรณาธิการและผู้สื่อข่าวรู้ถึงภารกิจที่ชัดเจน เกิดความคล่องตัว บริหารจัดการในฝ่ายได้อย่างรวดเร็วแล้ว ยังเป็นการง่ายและสะดวก เมื่อต้องการวางตัวผู้ประสานงานระหว่างส่วนงาน คือฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับฝ่ายสื่อใหม่อีกด้วย

1.2 ตั้งวอร์รูมเฉพาะกิจระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน ลดอุปสรรคและเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวนิตยบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล

ด้วยข้อจำกัดด้านโครงสร้างขององค์กร ไม่สามารถที่จะควรวางฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาและฝ่ายสื่อใหม่ได้ แต่ทั้ง 2 ส่วนงาน สามารถจัดการภายในของส่วนงานตนเองได้ ก่อนนำไปสู่การประสานงานระหว่างส่วนงานเพื่อสนับสนุนเนื้อหาและสนับสนุนช่องทางสื่อดิจิทัลระหว่างกัน ดังนั้น ในการประสานงานระหว่างส่วนงานคือฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาและฝ่ายสื่อใหม่ ควรตั้งวอร์รูมเฉพาะกิจขึ้น ซึ่งวิธีการที่สะดวกคือการสร้างกลุ่มสนทนาทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line) เพื่อเป็นวอร์รูมกลางในการประสานงานร่วมกัน โดยแต่ละส่วนงานจะกำหนดผู้ประสานงานในแต่ละวัน ให้เป็นผู้ประสานงานหลักระหว่างส่วนงาน ซึ่งจะทำให้การผลิตงานข่าวที่ถูกต้องทั้งเนื้อหาและเหมาะสมกับช่องทางสื่อดิจิทัล ลดการสื่อสารที่ผิดพลาด ลดความซ้ำซ้อน มีความคล่องตัว เกิดความรวดเร็วในการทำงาน ทั้งนี้ ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภามีบุคลากร 9 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้สื่อข่าวปฏิบัติงานในสนามข่าว 7 คน ขณะที่ฝ่ายสื่อใหม่มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 5 คน มีภารกิจดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลของสถานีฯ ดังนั้น

การบูรณาการฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับฝ่ายสื่อใหม่ จะเป็นการสนับสนุนด้านเนื้อหาแบบลึกและกว้างให้กับฝ่ายสื่อใหม่ ขณะเดียวกันทำให้การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งมีทิศทางการทำงานร่วมกัน ดังนี้

1.2.1 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาจะทำการสนับสนุนด้านเนื้อหาให้เหมาะกับแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล จากเดิมที่มีการผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์เท่านั้น

1.2.2 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาจะทำการสนับสนุนด้านข้อมูล สถิติ ในรูปแบบอินโฟกราฟิก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการนำเสนอในประเด็นที่เป็นการวิเคราะห์ข่าว หรือ สนับสนุนด้านข้อมูล สถิติ แก่ฝ่ายนิวมีเดียนำไปผลิตเป็นสื่อประกอบการนำเสนอต่าง ๆ เมื่อฝ่ายสื่อใหม่ร้องขอ

1.2.3 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาประสานงานร่วมกับฝ่ายสื่อใหม่ ผลิตรายการข่าวไลฟ์ผ่านยูทูปเพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับผู้รับสารในลักษณะเรียลไทม์

1.2.4 ในกรณีแถลงข่าวด่วนหรือสถานการณ์ด่วน ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาประสานงานกับฝ่ายสื่อใหม่ โดยให้ผู้สื่อข่าวภาคสนามสามารถไลฟ์เหตุการณ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาได้ทันที เพื่อความรวดเร็วในการรายงานข่าว

1.2.5 มีการประเมินผลการทำงานร่วมกันเป็นระยะ การตั้งเป้าหมายผลผลิตร่วมกัน เพื่อปรับปรุงการทำงานร่วมกันให้ดียิ่งขึ้น โดยอาจวางตัวชี้วัดผลสำเร็จจากการกดแชร์ส่งต่อข้อมูลของผู้รับสาร จำนวนการเข้ารับชมข่าวสาร และการเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นทางกระดานข่าวบนสื่อดิจิทัล

2. การแก้ไขและพัฒนาด้านเนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติ

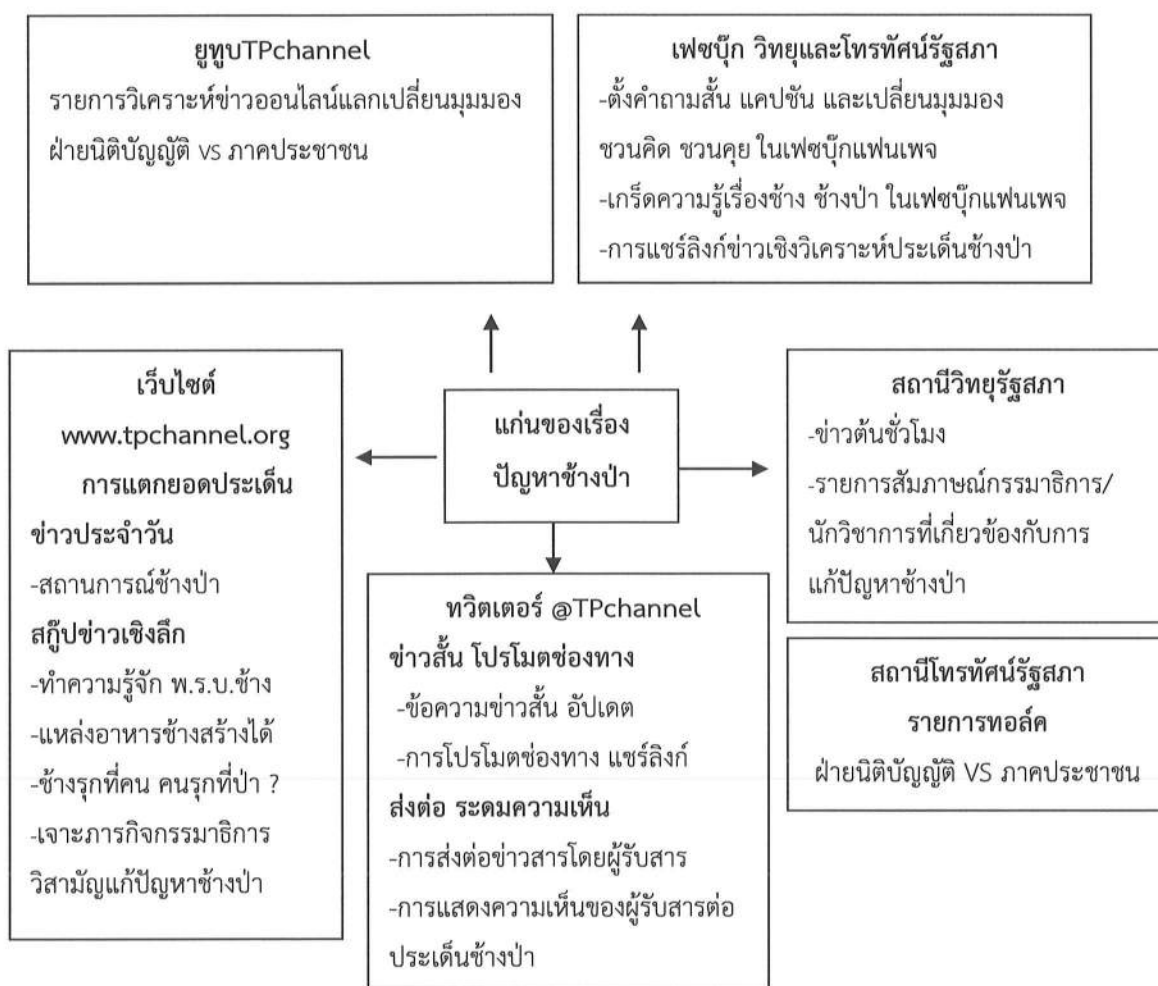
2.1 ปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหา โดยเน้นทำให้เรื่องยากให้กลายเป็นเรื่องเข้าใจง่าย ดึงความสนใจได้อย่างรวดเร็ว

การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล นอกจากความถูกต้องและเชื่อถือได้ ควรเน้นถึงการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตปัจจุบันที่ผู้รับสารนิยมการติดตามข่าวสารด้านต่าง ๆ ที่เข้าใจง่าย ซึ่งหมายความว่า ข่าวนั้นไม่จำเป็นต้องสั้นเสมอไป หากยาวแต่มีความกระชับในเนื้อหาอย่างมีคุณค่า ดังนั้น ควรมีการอธิบายที่ทำให้เรื่องยากกลายเป็นเรื่องง่าย มีการอธิบายศัพท์เฉพาะเพียงไปในข่าว หรือเพิ่มความหนักแน่นให้กับเนื้อหาโดยมีการใช้สถิติ อินโฟกราฟิกประกอบการนำเสนอ ซึ่งนอกจากจะเป็นการให้ความรู้ด้านนิติบัญญัติเพิ่มเติมแก่ผู้รับสารแล้ว ความเข้าใจง่ายของข่าวยังสร้างความน่าสนใจ ความน่าติดตามในเนื้อหาข่าวนั้นได้เช่นกัน รวมถึงใช้เป็นแหล่งข่าวอ้างอิงทางวิชาการได้

2.2 ปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการเล่าข้ามสื่อ

เมื่อพิจารณาถึงความยาวในการนำเสนอ สื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์มต่างก็รองรับการเผยแพร่ที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงการกำหนดรูปแบบและวิธีการนำเสนอให้เหมาะสมอย่างไร นั้นก็มีความแตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารนิตិบัญญัติข่าวใดข่าวหนึ่งนั้น จะต้องมีการปรับ “เนื้อหา” ซึ่งหมายถึงการออกแบบวิธีการถ่ายทอดข่าวสาร ย่อ ขยาย ดัดแปลง ให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์ม ซึ่งจะสามารถตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของผู้รับสารของแพลตฟอร์ม และทำให้ผู้รับสารสามารถต่อยอดความคิดต่อข่าวสารที่ได้รับรู้

การจัดระบบเผยแพร่เนื้อหาข่าวข้ามแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล



แผนภาพที่ 8 แสดงการเผยแพร่ข่าวข้ามแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล

ตัวอย่างในข้างต้น แสดงถึงการเผยแพร่ข่าวการแก้ปัญหาข้างป่า โดยมีวิธีการเชื่อมโยงให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้รับสาร นอกจากนี้ ในขณะที่สื่อวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยเสียงผ่านช่วงข่าวต้น

ชั่วโมงและรายการข่าว การจัดการเนื้อหาที่เหมาะสมผ่านสื่อดิจิทัลจะเป็นส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนการเผยแพร่ข่าวสารให้กับสื่อวิทยุกระจายเสียงด้วย และช่วยลดข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียงที่มีอาจกลับมาฟังย้อนหลังได้ สื่อดิจิทัลทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลออนไลน์ นำเสนอข่าวสารด้วยเนื้อหาในมิติต่าง ๆ ด้วยการแตกยอดประเด็นรอบด้านจากแก่นของเรื่อง โดยวางเนื้อหาให้เหมาะกับคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อใช้ธรรมชาติของสื่อดิจิทัลสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร และสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์ม เข้าสู่แก่นของเรื่องร่วมกันคือ ปัญหาข้างป่า อีกทั้งการเสนอข่าวสารนิติบัญญัติบนสื่อดิจิทัล ยังกลายแหล่งประเด็นที่สถานีโทรทัศน์รัฐสภาหรือสื่อสำนักอื่นนำไปใช้ต่อยอดในการผลิตรายการหรือข่าวได้อีกด้วย

2.3 ปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหา โดยชวนสนทนา สร้างความใกล้ชิดกับผู้รับสาร

ข่าวสารนิติบัญญัติที่มีความเป็นทางการสูง อาจทำให้รู้สึกเข้าถึงได้ยาก ดังนั้นฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลได้ โดยปรับเป็นภาษากึ่งทางการที่ยังคงความสุภาพ เพิ่มเนื้อหาที่เป็นการแจ้เตือนถึงคำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับฝ่ายนิติบัญญัติในลักษณะชวนคิดชวนคุย การนำเสนอข่าวสารด้วย อินโฟกราฟฟิก เสียง ภาพ และสื่ออื่น ๆ เพื่อช่วยในการสื่อสารกับผู้รับสารที่นำเสนอใจยิ่งขึ้น เพราะการแจ้เตือนถึงคำถามที่ถามบ่อยและการใช้สื่อประกอบการนำเสนอดังกล่าว จะทำให้ ความ “เป็นสถาบัน” ลดลง และมีความเป็น “บทสนทนา” มากขึ้น¹¹ ข่าวสารนิติบัญญัติให้ความรู้สึกเป็นกันเองและใกล้ชิดกับผู้รับสารมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผลต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีและการได้รับปฏิริยาตอบกลับจากผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น เพราะเป้าหมายในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ มิใช่เพียงการตั้งให้เกิดการรับสารเท่านั้น แต่ควรนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและการกระทำที่เป็นไปในการมีปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารด้วย

3. การแก้ไขและพัฒนาด้านการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัล

3.1 การทำอันดับข้อมูลให้เด่น และเพื่อให้ช่องทางสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาในฐานะผู้นำเข้าข้อมูลข่าวสารระบบดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อส่งเสริมให้ช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ให้เป็นที่รู้จักของผู้รับสารมากยิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเข้ามาติดตามช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ¹² ดังนี้

¹¹ ชนิภา รอดหญ่. (2563). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. วารสารปริชาติ ปีที่33 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม), หน้า 32.

¹² SEO คืออะไร? อยากให้เว็บไซต์ติดอันดับบน Google ต้องรู้. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566,

3.1.1 ปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้มีคุณภาพและมีประโยชน์ เพื่อให้เว็บไซต์อื่นอ้างอิงเนื้อหา จนมีการเพิ่ม Backlink เพื่อซึ่กลับมายังเว็บไซต์ของสถานี เพื่อให้เว็บไซต์ติดอันดับเด่น

3.1.2 การปรับปรุงเนื้อหาโดยใส่ Internal Link เพื่อเชื่อมโยงการเข้าถึงสื่อดิจิทัลต่างใส่ลิงก์ของกันและกันไว้ท้ายข่าว สกู๊ปข่าว หรือรายการข่าวที่อยู่บนสื่อดิจิทัลของสถานี เพื่อเชื่อมต่อการเข้าถึงข่าวสาร ทำให้ผู้รับสารทราบถึงช่องทางสื่อดิจิทัลอื่นที่มีการเผยแพร่ข่าวสารนั้น สามารถเติมเต็มความรู้ความเข้าใจ ในข่าวสารนั้น ที่นำเสนอด้วยรูปแบบที่แตกต่างในแต่ละแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล

3.1.3 การใส่แฮชแท็กหรือคำค้นที่หลากหลาย อาทิ การใส่เครื่องหมายแฮชแท็ก (Hashtags) หรือเครื่องหมาย “#” เพื่อจัดหมวดหมู่ของข่าวสารหรือเทรนด์ในขณะนั้น โดยการแทรกไว้ในเนื้อหา การใส่คำค้นไว้ท้ายข่าว สกู๊ปข่าว และโปรยข้อความของรายการข่าว การใส่คำอธิบายภาพ รวมไปถึงการใส่เครื่องหมายแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารนิติบัญญัติด้วย อาทิ #ข่าวการเมือง #ข่าวรัฐสภา #นิติบัญญัติ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติค้นพบได้ง่าย

3.1.4 การใส่คำอธิบายของเว็บไซต์เสมอ เพื่อให้อันดับข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติโดดเด่นบน Google อาทิ การใส่คำอธิบายของเว็บไซต์ว่า “สื่อนิติบัญญัติ” “วิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา” “สื่อรัฐสภา เพื่อประชาชน” ซึ่งมีผลต่อการจัดอันดับของ Google เมื่อมีการค้นหาผ่านระบบของ Google จะพบส่วนที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ก่อนเสมอ

3.1.5 การใส่หัวข้อข่าวสารหรือรายการที่น่าสนใจ ซึ่งส่งผลต่อการค้นหา เมื่อผู้รับสารค้นหาและเห็นหัวข้อข่าวสารหรือรายการ จะสามารถเข้าใจได้ง่าย ว่าข่าว สกู๊ปข่าว หรือรายการข่าว นำเสนอเกี่ยวกับอะไร ที่ตรงกับผู้รับสารสนใจ นอกจากนี้ การใส่หัวข้อข่าวสารหรือรายการที่น่าสนใจ ยังดึงดูดให้เกิดการติดตามแบบบังเอิญ และพัฒนาเป็นฐานผู้รับสารที่ติดตามต่อเนื่องได้ด้วย

3.2 เพิ่มความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านสื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ

ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาควรผลิตข่าวสารเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล โดยเพิ่มความถี่ในการเผยแพร่อย่างเหมาะสม ซึ่งพิจารณาจากสถิติ (ข้อมูลหลังระบบนำเข้า) เพื่อหาช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์ รวมถึงเนื้อหาที่เป็นที่นิยมของผู้รับสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัลด้วยข่าวที่น่าติดตามมีคุณภาพควบคู่ไปกับความถี่ที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สกู๊ปข่าว และรายการข่าวที่ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาเผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียง รัฐสภาและเว็บไซต์ ควรเพิ่มการนำเสนอทางเฟซบุ๊กแฟนเพจและยูทูปอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงควรผลิต

รายการข่าวออนไลน์เผยแพร่ผ่านทางช่องยูทูป เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้รับสารและเกิดการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น

3.3 ใช้คุณสมบัติสื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อตอบสนองความต้องการผู้รับสารให้ตรงจุด

ผู้รับสารแต่ละแพลตฟอร์มย่อมมีรสนิยมในการรับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบที่ต่างกัน ดังนั้น ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาควรผลิตเนื้อหาข่าวสารตอบสนองความต้องการผู้รับสารในแต่ละแพลตฟอร์มได้อย่างตรงจุด เน้นใช้คุณสมบัติของสื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์มให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

3.3.1 เว็บไซต์ www.tpchannel.org

เว็บไซต์ควรให้รายละเอียดของข่าวสาร โดยนอกจากมีภาพนิ่งประกอบการนำเสนอแล้ว ควรเพิ่มคลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิกประกอบการนำเสนอด้วย เนื่องจากผู้รับสารต้องการติดตามหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นรายละเอียด ชัดเจน ไปจนถึงการใช้ข้อมูลข่าวสารอ้างอิงทางวิชาการได้ เนื้อหาไม่ควรซับซ้อนที่ทำให้ผู้รับสารสับสน มีการแบ่งเค้าโครงของข่าวเป็นหัวข้อหลัก หัวข้อย่อย ข้อความ สื่อประกอบการนำเสนอที่เหมาะสม สอดรับกัน การพาดหัวเรื่องควรอ่านแล้วเข้าใจได้ทันที และน่าติดตาม แบ่งย่อหน้าอย่างเหมาะสม อ่านง่าย

3.3.2 เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา

เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ เน้นการแสดงความคิดเห็นของข้อมูลข่าวสาร และเน้นถึงการสื่อสารสองทาง โดยให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นการแลกเปลี่ยนเรื่องราว เนื่องจากผู้รับสารต้องการรับรู้ข่าวสารและสามารถถ่ายทอดประสบการณ์และความเห็นร่วมกันได้ การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านเฟซบุ๊กนอกจากเนื้อหาที่เป็นข้อความแล้ว ควรมีการใช้สื่อประกอบการนำเสนออื่นๆ ร่วมด้วย อาทิ ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก ซึ่งจะดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดการติดตามและเข้ามาร่วมสนทนาบนพื้นที่ข่าวสารนิติบัญญัติที่อยู่บนเฟซบุ๊กมากยิ่งขึ้น

3.3.3 ทวิตเตอร์ @TPchannel

ทวิตเตอร์ เป็นเครือข่ายสังคมและไมโครบล็อก ควรเน้นความเร็วในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติและแจ้งความคืบหน้าอย่างทันสมัยการณ์ เนื่องจากผู้รับสารเน้นเข้าถึงข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เป็นข่าวที่สั้นกระชับ เชื่อถือได้ ขณะเดียวกันทวิตเตอร์ยังเป็นพื้นที่แบ่งปันเรื่องราวต่าง ๆ ที่กระจายได้กว้างและรวดเร็ว การเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านทวิตเตอร์จึงควรเน้นสร้างการสนทนามากับกลุ่มผู้ติดตามด้วย

3.3.4 ยูทูป TPchannel

ยูทูปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแลกเปลี่ยน แบ่งปันในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ การให้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติผ่านยูทูปจึงควรมีทั้งแบบภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวประกอบเสียง การให้ข้อมูลแบบคลิปวิดีโอภาพเคลื่อนไหว เนื่องจากผู้รับสารต้องการ

ติดตามข่าวสารที่เป็นคลิปวิดีโอหรือรับชมย้อนหลัง ทดแทนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังสามารถไลฟ์เพื่อรับชมสดและแลกเปลี่ยนความเห็นแบบเรียลไทม์ได้เช่นเดียวกับเฟซบุ๊ก

4. การแก้ไขและพัฒนาด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร

การนำเสนอข่าวสารนิตិบัญญัติทางสื่อดิจิทัลที่จะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้ นั้นคือการ ใช้ศักยภาพการสื่อสารสองทางของสื่อดิจิทัล ทำให้กระดานข่าวสารบนสื่อดิจิทัลเป็นเวทีข่าวเปิดรับฟังความเห็นประชาชน เพื่อตั้งพลังการมีส่วนร่วมของประชาชน ในขณะที่เดียวกันต้องเป็นเวทีสะท้อนนโยบายภารกิจองค์กรและฝ่ายนิติบัญญัติ ที่แสดงออกถึงการเชื่อมโยงระหว่างรัฐสภากับประชาชนด้วยเช่นกัน ดังนั้น ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาควรดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ดังต่อไปนี้

4.1 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาเผยแพร่ทางสื่อดิจิทัล ควรมีการติดตามความเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้รับสารที่ได้แสดงผ่านกระดานข่าวดิจิทัล รวมถึงเข้าไปตอบกลับสื่อสารร่วมกับผู้รับสารที่ได้แสดงความเห็นต่อประเด็นที่เป็นประโยชน์ ให้ผู้รับสารรู้สึกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีส่วนร่วมกับฝ่ายนิติบัญญัติในการร่วมสร้างวิจาร์ณญาณที่ดีต่อสังคมร่วมกัน

4.2 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาเผยแพร่ทางสื่อดิจิทัล ควรนำความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับสารที่แสดงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาต่อยอดประเด็นเพื่อผลิตเป็นข่าว ซึ่งจะทำให้ได้ข่าวสารที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ เป็นประเด็นข่าวที่เกิดจากความเห็นของผู้รับสาร จึงทำให้น่าสนใจน่าติดตามยิ่งขึ้น อีกทั้งทำให้ผู้รับสารที่ได้แสดงความเห็น รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของประเด็นร่วมกับสถานีฯ นำไปสู่การส่งต่อข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเป็นวงกว้าง

4.3 ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาเผยแพร่ทางสื่อดิจิทัล ควรเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติที่เน้นถึงความเชื่อมโยงระหว่างรัฐสภากับประชาชนและประเทศชาติ ทั้งความเคลื่อนไหวของรัฐสภา ประเด็นความเห็นของฝ่ายนิติบัญญัติ รวมถึงการทำงานของสมาชิกรัฐสภา เพื่อแสดงออกถึงการที่สถานีฯ พร้อมเป็นสื่อกลางเปิดพื้นที่บนสื่อดิจิทัลให้ผู้รับสารได้แสดงความเห็นส่งต่อไปยังฝ่ายนิติบัญญัติ ขณะเดียวกันข่าวสารนิติบัญญัติบนสื่อดิจิทัล ยังสะท้อนบทบาทและภารกิจของรัฐสภาไปสู่ระบบความคิดของผู้รับสาร ที่นำไปสู่ความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมกับฝ่ายนิติบัญญัติในระดับต่าง ๆ ได้ในที่สุด

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล” เพื่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาสภาพปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา และแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์TPchanne และยูทูปTPchannel เพื่อสนับสนุนงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงวิทยุรัฐสภา ในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับสารได้อย่างมีคุณภาพ โดยมีบทสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 บทสรุป

จากการศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติ โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา กลุ่มงานข่าวและประเมินผล สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ใน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์ www.tpchannel.org เฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์TPchannel และยูทูปTPchannel พบปัญหาและสาเหตุ ตลอดจนแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติพบว่า

5.1.1 ปัญหาและสาเหตุที่ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารด้านนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัล ของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ต้อยประสิทธิภาพ

1. ด้านบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ทักษะของบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา มีความแตกต่างในการใช้สื่อดิจิทัลและการผลิตข่าวสารนิติบัญญัติ กล่าวคือ แม้ผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภามีองค์ความรู้ด้านนิติบัญญัติ ข่าวที่เผยแพร่จึงมีเนื้อหาเข้มข้นมีความยาก แต่ผู้สื่อข่าวส่วนหนึ่งยังไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ขณะที่การมีสื่อประกอบการนำเสนอมีจำนวนน้อย เนื่องจากผู้สื่อข่าวขาดทักษะในการบูรณาการข่าวสารนิติบัญญัติกับเทคนิคการผลิตสื่อประกอบการเสนอที่มากกว่าภาพนิ่ง อีกทั้งขาดแรงกระตุ้นในการใช้ความคิดสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ ย่อมส่งผลต่อการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณะที่ทำให้ข่าวขาดความน่าสนใจ อย่างไรก็ตาม แม้ผู้สื่อข่าวส่วนหนึ่งจะมีทักษะในการการผลิตสื่อดิจิทัล แต่ด้วยบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาไม่มีหน้าที่และอำนาจในการเผยแพร่ข่าวได้เอง ในเฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยุ

และโทรทัศน์รัฐสภา ทวิตเตอร์TPchannel และยูทูปTPchannel ต้องรอกการประสานงานกับฝ่ายสื่อใหม่ ยิ่งทำให้มีความตึงเครียด ล่าช้า ในการเผยแพร่ข่าว

2. ด้านเนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติ

เนื้อหาข่าวสารนิติบัญญัติที่ผลิตโดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ไม่มีการปรับเนื้อหาให้เหมาะกับคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์ม เนื้อหาทุกแพลตฟอร์มคือเนื้อหาเดียวกันคือใช้เนื้อหาเดียวกับข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ www.tpchannel.org ไม่ตอบสนองกับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของแต่ละแพลตฟอร์ม รวมถึงเนื้อหาข่าวยังเข้าใจยาก และมีความเป็นทางการตลอดเวลา อาจทำให้ผู้รับสารอาจมองข้ามหรือเลี่ยงการรับรู้ ขาดแรงดึงดูดทำให้เกิดการร่วมแลกเปลี่ยนความเห็นกับข่าวสารนิติบัญญัติที่อยู่บนสื่อดิจิทัล

3. ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล

ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ซึ่งสามารถประชาสัมพันธ์ได้ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาในฐานะผู้ใช้งานระบบนำเข้าข้อมูลทางเว็บไซต์ ยังละเลยต่อการกำหนดคำค้นหาในระบบ SEO ที่ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ได้ก่อน อีกทั้งการใช้สื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติยังไม่มีความสม่ำเสมอ ทำให้เสียโอกาสในการเข้าถึงผู้รับสาร รวมถึงไม่มีการคำนึงถึงการใช้ศักยภาพสื่อดิจิทัลแต่ละประเภทให้เป็นประโยชน์ แพลตฟอร์มส่วนใหญ่ถูกใช้เผยแพร่ข่าวสารในลักษณะเดียวกันคือการแชร์ลิงก์ข่าวเท่านั้น ทำให้ความน่าสนใจลดลง

4. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร

ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาละเลยการใช้ศักยภาพการสื่อสารสองทางของสื่อดิจิทัล จึงทำให้พลาดโอกาสในการรวบรวมคัดเลือกประเด็นข่าวที่ถูกนำเสนอโดยผู้รับที่เสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นไว้บนกระดานข่าว อีกทั้งไม่มีการเข้าไปร่วมแลกเปลี่ยนทัศนะ ความเห็นร่วมกับผู้รับสารบนพื้นที่ข่าวสื่อดิจิทัลเท่ากับว่าไม่ใช่โอกาสนี้ในการสร้างความใกล้ชิดกับผู้รับสาร และไม่แสดงออกถึงการเป็นเจ้าของประเด็นข่าวร่วมกัน ซึ่งเท่ากับการละเลยการสร้างความรู้สึกที่สำคัญที่มีผลอย่างยิ่งในการกระตุ้นให้ผู้รับสารต้องการติดตามข่าวสารนิติบัญญัติบนสื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

5.1.2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลของสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา

1. การแก้ไขด้านบุคลากรฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ประกอบด้วย การปรับระบบภายในฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา และการประสานงานภายนอกคือบูรณาการการทำงานร่วมกับฝ่ายสื่อใหม่ ซึ่งเป็นส่วนงาน

ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติบนสื่อดิจิทัล กล่าวคือ ควรมีการปรับรูปแบบการทำงานในฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา ด้วยการสร้างทีมย่อยในทีมใหญ่ ในรูปแบบทีมข่าวเฉพาะกิจที่มีภารกิจผลิตข่าวบนสื่อดิจิทัล โดยให้ผู้สื่อข่าวภาคสนามหมุนเวียนเข้าทีมย่อย เพื่อเกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สื่อข่าว ทั้งด้านการเขียนข่าว และการใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลในการผลิตสื่อประกอบการนำเสนอเพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานข่าวที่มีความคล่องตัว บรรณาธิการและผู้สื่อข่าวมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นด้วยกัน อยู่เสมอ เกิดแรงบันดาลใจของทีมข่าวในการร่วมกันสร้างสรรค์ข่าวในรูปแบบที่น่าติดตามยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันควรตั้งวอร์รูมเฉพาะกิจระหว่างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับฝ่ายสื่อใหม่ ด้วยวิธีที่สะดวกและทำได้รวดเร็ว คือการสร้างกลุ่มสนทนาทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line) เพื่อเป็นวอร์รูมกลางในการประสานงาน และกำหนดทิศทางการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะทำให้การผลิตงานข่าวที่ถูกต้องทั้งเนื้อหาและเหมาะสมกับช่องทางสื่อดิจิทัล ลดการสื่อสารที่ผิดพลาด ลดความซ้ำซ้อน มีความคล่องตัว เกิดความรวดเร็วในการทำงานนำไปสู่การเผยแพร่ข่าวสารนิตินิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภากับฝ่ายสื่อใหม่ควรมีการประเมินผลการทำงานร่วมกันเป็นระยะ มีการตั้งเป้าหมายผลผลิตร่วมกัน เพื่อปรับปรุงการทำงานร่วมกันให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งอาจวางตัวชี้วัดผลสำเร็จจากการกดแชร์ส่งต่อข้อมูลของผู้รับสาร จำนวนการเข้ารับชมข่าวสาร และการเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความเห็นทางกระดานข่าวบนสื่อดิจิทัล

2. การแก้ไขด้านเนื้อหาข่าวสารนิตินิติบัญญัติ โดยปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหา โดยเน้นทำให้เรื่องยากให้กลายเป็นเรื่องเข้าใจง่าย ดึงความสนใจได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะบทสนทนา เชิญชวนร่วมแสดงทัศนะต่อข่าว เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับผู้รับสารด้วยการเพิ่มเนื้อหาที่เป็นการแจ้งเตือนถึงคำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับฝ่ายนิตินิติบัญญัติแบบชวนคิดชวนคุย การนำเสนอข่าวสารด้วยอินโฟกราฟฟิก เสียง ภาพ และสื่ออื่น ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้รับสาร พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการเล่าข้ามสื่อด้วยการออกแบบวิธีการถ่ายทอดข่าวสาร ย่อ ขยาย ดัดแปลง ให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์ม โดยมีวิธีการเชื่อมโยงให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้รับสาร ซึ่งจะสามารถตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของผู้รับสารของแพลตฟอร์ม และทำให้ผู้รับสารสามารถต่อยอดความคิดต่อข่าวสารที่ได้รับรู้

3. การแก้ไขด้านการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัล ฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาในฐานะผู้นำเข้าข้อมูลข่าวสารระบบดิจิทัล ควรให้ความสำคัญกับการทำ SEO เพื่อส่งเสริมให้ช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และเพิ่มโอกาสในการเข้ามาติดตามช่องทางสื่อดิจิทัลของสถานีฯ มากยิ่งขึ้น ทั้งการปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้มีคุณภาพและมีประโยชน์ เพื่อให้เว็บไซต์อื่นอ้างอิงเนื้อหา จนมีการเพิ่ม Backlink

เพื่อชี้กลับมายังเว็บไซต์ของสถานีฯ เพื่อให้เว็บไซต์ติดอันดับเด่นเมื่อมีการค้นหาผ่าน Google การปรับปรุงเนื้อหาโดยใส่ Internal Link เพื่อเชื่อมโยงการเข้าถึงสื่อดิจิทัลต่างไสลิงก์ของกันและกันไว้ท้ายข่าว สกู๊ปข่าว หรือรายการข่าวที่อยู่บนสื่อดิจิทัลของสถานีฯ การใส่แฮชแท็กหรือคำค้นที่หลากหลาย การใส่หัวข้อข่าวสารหรือรายการอย่างน่าสนใจซึ่งส่งผลต่อการค้นหา รวมถึงการใส่คำอธิบายของเว็บไซต์เสมอซึ่งเมื่อมีการค้นหาผ่านระบบของ Google จะพบส่วนที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาก่อนเสมอ ตลอดจนเพิ่มความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติผ่านสื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ และใช้คุณสมบัติสื่อดิจิทัลแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อตอบสนองความต้องการผู้รับสารให้ตรงจุด โดยคุณสมบัติของเว็บไซต์ควรสามารถบรรจุรายละเอียดต่าง ๆ ของข่าวสาร ได้ จึงควรมีทั้งเนื้อหา ภาพ เสียง คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิกประกอบการนำเสนอ ขณะที่เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ควรเน้นการแสดงความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสาร และเน้นถึงการสื่อสารสองทาง โดยให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นการแลกเปลี่ยนเรื่องราว เนื่องจากผู้รับสารต้องการรับรู้ข่าวสารและสามารถถ่ายทอดประสบการณ์และความเห็นร่วมกันได้ ส่วนทวิตเตอร์เป็นเครือข่ายสังคมและไมโครบล็อก ควรเน้นความเร็วในการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติ และเน้นสร้างการสนทนากับกลุ่มผู้ติดตามด้วย และยูทูปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการแลกเปลี่ยนแบ่งปันในรูปแบบต่าง ๆ จึงควรเน้นคลิปวิดีโอหรือการรับชมย้อนหลัง ทดแทนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งยูทูปยังสามารถไลฟ์เพื่อรับชมสดและแลกเปลี่ยนความเห็นแบบเรียลไทม์ได้เช่นเดียวกับเฟซบุ๊ก

4. การแก้ไขด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร ด้วยการใช้ศักยภาพการสื่อสารสองทางของสื่อดิจิทัล ทำให้กระดานข่าวสารบนสื่อดิจิทัลเป็นเวทีข่าวเปิดรับฟังความเห็นประชาชน เพื่อตั้งพลังการมีส่วนร่วมของประชาชน ในขณะเดียวกันต้องเป็นเวทีสะท้อนนโยบายภารกิจองค์กรและฝ่ายนิติบัญญัติ โดยฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาเผยแพร่ทางสื่อดิจิทัล ควรเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติที่เน้นถึงความเชื่อมโยงระหว่างรัฐสภากับประชาชนและประเทศชาติ สะท้อนบทบาทและภารกิจของรัฐสภาไปสู่ระบบความคิดของผู้รับสาร ที่นำไปสู่ความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมกับฝ่ายนิติบัญญัติในระดับต่าง ๆ รวมถึงควรมีการติดตามความเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้รับสารที่ได้แสดงผ่านกระดานข่าวดิจิทัล และเข้าไปตอบกลับสื่อสารร่วมกับผู้รับสารเพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ตลอดจนควรมีการต่อยอดประเด็นความเห็นของผู้รับสารนำมาผลิตเป็นข่าวสารซึ่งทำให้ผู้รับสารที่ได้แสดงความคิดเห็น รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของประเด็นร่วมกับสถานีฯ นำไปสู่การส่งต่อข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเป็นวงกว้าง

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการเสนอข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลให้ชัดเจน ทั้งการจัดโครงสร้างบุคลากร และด้านงบประมาณ สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านของภูมิทัศน์สื่อทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารในเชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สร้างแนวทางการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติทางสื่อดิจิทัล ได้แก่ การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้รับสาร ปฏิกริยาตอบกลับจากผู้รับสาร การออกแบบวิธีและรูปแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร

5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรตรวจสอบและทำการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้รับสารบนสื่อออนไลน์อยู่เสมอ เพื่อตอบข้อสงสัย สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดความขัดแย้งที่เกิดจากประเด็นข่าวสาร

2. ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ และเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันระหว่างฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภาและฝ่ายสื่อใหม่ ตลอดจนการให้คำปรึกษา คำแนะนำ และรับทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การค้นคว้าวิธีแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารนิติบัญญัติด้วยสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- การทำ SEO 2023 เตรียมความพร้อมให้เว็บไซต์ขึ้นอันดับ1 Google. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566,
จาก <http://padveewebschool.com/>
- ชนิกา รอดหยู่. (2563). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. วารสารปริชาติ ปีที่33 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม),
หน้า 27-30.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). เล่าเรื่องข้ามสื่อ. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า ปีที่2 ฉบับที่1
(ม.ค.-มิ.ย.), หน้า 64-76.
- ปกป้อง จันวิทย์. บรรณาธิการ. Editor's Note ๒๐๒๐ : ทางรอดของสื่อยุคดิจิทัล
สื่อต้องเป็นสื่อ และกลับคืนสู่มือประชาชน. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565,
จาก <https://www.the101.world/editors-note-๒๐๒๐/>
- วุฒิพร โพธิ์ศรีทอง. (2561). การบริหารธุรกิจสื่อสำนักข่าวออนไลน์ กรณีศึกษา เดอะ สแตนดาร์ด
(THE STAZNDARD). การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2561). การพัฒนานวัตกรรมเชิงเนื้อหาด้วยกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ
สำหรับรายการโทรทัศน์. บทความย่อ วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต ปีที่12 เล่มที่1,
หน้า 193-194.
- สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา. รายงานประเมินผลความพึงพอใจของประชาชน
ที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ประจำปีงบประมาณ
พ.ศ. 2565. หน้า 98-100.
- สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา. รายงานผลการนำเสนอข่าวนิติบัญญัติของ
สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พฤศจิกายน 2565 - มกราคม 2566.
หน้า 1-2.
- SEO คืออะไร? อยากให้เว็บไซต์ติดอันดับบน Google ต้องรู้. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566,
จาก <http://www.makewebeasy.com/th/blog/what-is-seo/>

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์ความเห็น

คำถามการศึกษาเชิงคุณภาพสำหรับกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าววิทยุรัฐสภา ประเมินกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวในการเผยแพร่ข่าวสารนิตยภัฏัติทางสื่อดิจิทัลของฝ่ายข่าววิทยุรัฐสภา

1. ด้านช่องทางสื่อดิจิทัล

การใช้ประโยชน์

ปัญหาที่พบ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

2. ด้านการทำงานของกองบรรณาธิการ

การวางแผนงานในการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัล

การประสานงานระหว่างหน่วยปฏิบัติในการเผยแพร่ข่าวทางสื่อดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

3. ด้านการทำงานของผู้สื่อข่าว

ทักษะการปฏิบัติงานข่าว

ทักษะการใช้สื่อดิจิทัล

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

4. ด้านเนื้อหาข่าว

จุดเด่น

ปัญหาที่พบ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

5. ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร

จุดเด่น

ปัญหาที่พบ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	เรณู เขมาปัญญา
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต รัฐศาสตร์การเมือง การปกครอง มหาวิทยาลัยรามคำแหง
สถานที่ติดต่อ	32/1 ซ.กรุงเทพ-นนท์ 27 ถ.กรุงเทพ-นนท์ แขวง/เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2244-5900 ต่อ 5562 มือถือ : 0-869-885526