



แนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์
ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

นางสาวรัตติยา บัญสูง
รหัสนักศึกษา 63-12-58

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12

สถาบันพระปกเกล้า พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



แนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์
ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

นางสาวรัตใจยา บุญสูง
รหัสนักศึกษา 63-12-58

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12

สถาบันพระปกเกล้า พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

สถาบันพระปกเกล้า


รายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์
ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

อาจารย์ที่ปรึกษา :



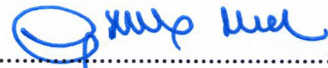
.....
(อาจารย์วิทวัส ชัยภาคภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม :



.....
(อาจารย์กิตติมา บุนนาค)

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12



.....
(ศาสตราจารย์วุฒิสาร ตันไชย)
เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า

บทคัดย่อ

- ชื่อผู้จัดทำ** : นางสาวรัตติญา บุญสูง
 นักศึกษาสถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
 สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญฯ รุ่นที่ 12 เลขที่ 63-12-58
- ชื่อหัวข้อเอกสาร** : แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและ
 วิทยุโทรทัศน์รัฐสภา
- อาจารย์ที่ปรึกษา** : อาจารย์วิทวัส ชัยภาคภูมิ
- อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม** : อาจารย์กิตติมา บุญนาค

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา” วัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษากระบวนการขั้นตอน ปัญหา และอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา 2) เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ 3) เพื่อหาข้อเสนอแนะ และกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้ โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลจากการสังเกตในการปฏิบัติงานจริง และใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1) กระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา พบว่า การผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภามีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเป็นระบบดิจิทัล สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนการผลิต ขั้นหลังการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตโทรทัศน์ แบบ 3P และแบบ 4P เป็นต้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา 1) มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ทำให้เกิดความไม่เสถียรของเครื่องมือและอุปกรณ์เสื่อมไปตามกาลเวลาไม่ทันสมัยทำให้ส่งผลต่อการตอบสนองในการผลิต 2) ระบบการจัดเก็บไฟล์ข้อมูล (สต็อกซ็อต) มีเนื้อที่ในการจัดเก็บไม่เพียงพอกับปริมาณงาน และ 3) ระยะเวลาในการผลิตและเผยแพร่รายการจำกัด อาทิ การเตรียมข้อมูล การถ่ายทำการตัดต่อ และการเรนเดอร์ไฟล์วิดีโอ ซึ่งเป็นภาพที่ซับซ้อนมาก ๆ การสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยเครื่องมือที่สร้างจากแนวคิดทางคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ช่วยในการสร้าง ดัดแปลง และให้แสงและเงาตลอดจนการประมวลผลการเคลื่อนไหวที่ต่าง ๆ สำหรับไฟล์ชิ้นงานใช้เวลา

2) ด้านการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ พบว่า การเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ด้วยระบบ

โทรทัศน์ดิจิทัลทางสถานีช่อง 10 TPchanal ซึ่งเป็นช่องของทางราชการเป็นรูปแบบการออกอากาศ เป็นรายการโทรทัศน์แบบการถ่ายทอดสด และรายการทั่วไป (บันทึกเทป) รถถ่ายทอดสด (OB) และมีการถ่ายทอดสดทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook วิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา เป็นต้น

3) ด้านการหาข้อเสนอแนะและกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่ รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมา ประยุกต์ใช้ พบว่า ด้านการใช้สื่อใหม่สามารถนำสื่อใหม่ และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องการถ่ายภาพ ด้วยกล้องดิจิทัลที่มีคุณภาพสูง เช่น การนำ “อากาศยานไร้คนขับ” (Drone) มาใช้ในการถ่ายภาพ การส่ง ข่าว และรายการ ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ตไลน์ เฟซบุ๊กทวิตเตอร์ แอปพลิเคชัน ในมือถือสมาร์ทโฟน กลุ่มแอปพลิเคชันไลน์ของสำนักงานฯ เป็นต้น

แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สามารถดำเนินการได้ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและความสำคัญของการผลิตเผยแพร่รายการ โทรทัศน์ประสบผลสำเร็จเกิดประโยชน์ทั้งต่อประชาชนทั่วไปที่ได้รับชม และภาพลักษณ์อันดี ของสถาบันนิติบัญญัติ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิชาการเรื่อง “แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำเร็จขึ้นมาได้ด้วยความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์วิทวัส ชัยภาคภูมิ รองเลขาธิการสถาบันพระปกเกล้าที่ได้สละเวลาตรวจทานและให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ ตลอดจนผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในการเปิดโอกาสในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ ตลอดจนเพื่อนข้าราชการที่ช่วยสนับสนุนจนสามารถศึกษาวิจัยได้เสร็จสิ้นผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารวิชาการฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานต่อไป

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ทีมงานข้าราชการรัฐสภาสามัญที่ปฏิบัติงานทางด้านการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ในการสนับสนุนข้อมูล ประสพการณ์จากการปฏิบัติงานผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์โดยตรง ซึ่งผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์และประมวลผลในการจัดทำเอกสารวิชาการจนเสร็จสมบูรณ์ได้ข้อมูลครบถ้วนต่องานศึกษาเป็นอย่างดีและผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารวิชาการฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานต่อไปในอนาคต

ขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสถาบันพระปกเกล้าที่กรุณาให้การสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ และสิ่งที่เป็นประโยชน์ จากเอกสารฉบับนี้ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาแนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ต่อไป

นางสาวรัตติยา บุญสูง
นักศึกษาลัทธิสุตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12

สถาบันพระปกเกล้า

8 ต.ค. 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญแผนภาพ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญของการศึกษา	1
2. วัตถุประสงค์การศึกษา	4
3. ขอบเขตการศึกษา	4
4. นิยามศัพท์เฉพาะ	4
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
1. แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561-2564	5
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	11
2.1 รายการโทรทัศน์	11
2.2 การผลิตรายการโทรทัศน์	16
2.3 การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์	25
3. กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์	35
3.1 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์	35
3.2 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์	38
3.3 การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X	40
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและการวิเคราะห์ออกแบบด้านมัลติมีเดีย	41
4.1 สื่อดิจิทัล	41
4.2 การวิเคราะห์ออกแบบด้านมัลติมีเดีย	45
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์	48

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	71
7. กรอบแนวคิดในการศึกษา	76
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน	77
1. ระเบียบวิธีการศึกษา	77
2. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	78
4. ขั้นตอนการศึกษา	78
บทที่ 4 ผลการศึกษา	79
1. กระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา	79
1.1 อำนวยการหน้าที่สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	79
1.2 กระบวนการ ขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์	82
1.3 ปัญหา อุปสรรค ในการผลิตรายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	91
2. การเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบ เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่	94
3. การหาข้อเสนอแนะและกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่ รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้	99
4. การติดตามประเมินผล	99
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	101
1. สรุปผลการศึกษา	101
2. อภิปรายผล	102
3. ข้อเสนอแนะ	143
บรรณานุกรม	
ประวัติผู้ศึกษา	

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 แสดงภาพองค์ประกอบของมัลติมีเดีย	46
แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	76
แผนภาพที่ 3 แสดงภาพขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์รัฐสภา	88
แผนภาพที่ 4 แสดงภาพตัวอย่างการทำกราฟิกตาม สคริป/บทวีดิทัศน์ เพื่อเป็นกรอบแสดงเรื่องราว	87
แผนภาพที่ 5 แสดงภาพกระบวนการการถ่ายทำ	88
แผนภาพที่ 6 แสดงภาพกำลังบันทึกการถ่ายทำการตั้งกระตุ้มถ้ามแยก	88

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	แสดงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของนักวิชาการโสตทัศนศึกษา สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา	81
ตารางที่ 2	แสดงผลเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของรูปแบบการใช้สื่อออนไลน์	98
ตารางที่ 3	แสดงผลการศึกษากระบวนการสำคัญตามขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่ รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา รวมทั้งปัญหาและอุปสรรค	101
ตารางที่ 4	แสดงผลการศึกษากระบวนการสำคัญตามขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่ รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา รวมทั้งปัญหาและอุปสรรค	102
ตารางที่ 5	แสดงผลการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชน ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่	102
ตารางที่ 6	แสดงผลการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชน ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่	103
ตารางที่ 7	แสดงผังรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ปี 2563 (สมัยประชุมสามัญประจำปี ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2563)	105

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (High Performance Organization) เพื่อสนับสนุนบทบาทภารกิจสถาบันนิติบัญญัติให้เกิดประโยชน์สุข ต่อประชาชน โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรง และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561–2564 เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติ ที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) แผนดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ระเบียบ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ ว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาความจำเป็นการใช้คลื่นความถี่และกำหนดระยะเวลาการคืนคลื่นความถี่ใน กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ข้อบังคับการประชุมสมานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2560 นโยบายประธานและรองประธานสมานิติบัญญัติแห่งชาติแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 – 2564 แผนยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา พ.ศ. 2561 – 2564 และแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2557 – 2560 รวมทั้งสอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทการเปลี่ยนทางเทคโนโลยี รวมถึงภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นรูปธรรมและมุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 – 2564 และแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2557 – 2560 รวมทั้งสอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทการเปลี่ยนทางเทคโนโลยีรวมถึงภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นรูปธรรมและมุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน¹

สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภามีอำนาจหน้าที่ดำเนินการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา รวมถึงการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่สาระความรู้ และข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการทางด้านนิติบัญญัติ และกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

¹ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561-2564. (2560)

ในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกรัฐสภากับประชาชน ดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” โดยมีพันธกิจ (Mission) ในการสนับสนุนการผลิตรายการ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ เผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ส่งเสริมและสนับสนุนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองและการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขส่งเสริม และสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภา ระหว่างประเทศ รวมทั้งองค์กรสื่อสารมวลชนอื่นทั้งในและต่างประเทศ และส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาช่องทางการรับฟังและรับชมรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาเป็นหน่วยงานของรัฐสภาในสังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2549 มีบทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดสดการประชุมสภาผู้แทนราษฎร การประชุมวุฒิสภาและการประชุมร่วมกันของรัฐสภา โดยดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สาระความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการด้านนิติบัญญัติและกิจกรรมของรัฐสภาสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา โดยดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สาระความรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการด้านนิติบัญญัติ ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและ สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ช่อง 10 เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของรัฐสภา เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐสภากับประชาชน ทั้งด้านการถ่ายทอดการประชุมสภาฯ การถ่ายทอดการสัมมนา และการร่วมผลิตรายการกับองค์กรเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน เนื่องจากมีการกำหนดหน้าที่ของสถานีฯ ไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนมีหน้าที่ในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมบทบาทภารกิจของสมาชิกรัฐสภาและคณะกรรมการทุกคณะ โดยการสร้างสรรค์ผลิตรายการในรูปแบบต่าง ๆ สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ในฐานะสื่อของฝ่ายนิติบัญญัติ ได้ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อนำเสนอต่อผู้รับชมหลากหลายรายการ อาจกล่าวได้ว่า ทรัพยากรบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร ในขณะที่บุคลากร ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา บางส่วนยังขาดความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ การทำงานเป็นทีมและการทำงานเชิงรุกจึงควรมีการจัดหาบุคลากรที่จะทำให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีการวางแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการวิเคราะห์ความต้องการด้านทรัพยากรบุคคล ในอนาคตสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาจึงต้องกำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากร และ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ที่เหมาะสมกับคนและงาน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาพิจารณาเห็นว่า แนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาดำเนินงานตามนโยบายของสถาบันนิติบัญญัติเพื่อความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาภายใต้วิสัยทัศน์ของสถานี “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” ที่มีเป้าหมายการติดตามรับชมของผู้ชมรายการได้รับข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ของสถาบันนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพซึ่งดำเนินการภายใต้กลยุทธ์พัฒนาเนื้อหา รูปแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงผู้รับบริการได้สะดวกกว้างขวางและครอบคลุม และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในปัจจุบัน ผู้ศึกษาในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบ คือ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ โดยจากการปฏิบัติงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ผ่านมาทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงปัญหา อุปสรรค และกระบวนการในการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภามีความสำคัญมากเพราะเป็นสถานีโทรทัศน์ ที่นำเสนอรายการด้านนิติบัญญัติ ในส่วนของการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น มีความสำคัญมากเพราะถ้ากระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ สมบูรณ์ทุกขั้นตอน การนำเสนอรายการต่าง ๆ ก็จะมีควม น่าสนใจและน่ารับชม

ผู้ศึกษาจึงใคร่แนะนำเสนอในส่วนของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ว่ากว่าจะมาเป็นรายการโทรทัศน์สักรายการหนึ่ง ขั้นตอนในการผลิตรายการโทรทัศน์ มีองค์ประกอบใดบ้างเพื่อจะได้เสนอรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและตอบสนองการติดตามรับชมของผู้ชมรายการจากสถานีโทรทัศน์รัฐสภาภายใต้วิสัยทัศน์ของสถานี “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ”

ด้วยเหตุผลดังกล่าวควรจัดทำเอกสารวิชาการ เรื่อง แนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา อันเป็นการให้ความรู้เบื้องต้น สำหรับงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อนำไปใช้ได้จริงสำหรับการพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในงานผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับบุคลากรได้สร้างสรรค์รายการให้น่ารับชมและน่าสนใจต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา

2.2 เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่

2.3 เพื่อหาข้อเสนอแนะ และกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาคั้งนี้มุ่งการศึกษากระบวนการขั้นตอนปัญหา อุปสรรค ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่รวมถึงแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้

3.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาคั้งนี้จัดเก็บข้อมูลระหว่าง มกราคม-กรกฎาคม 2563

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิต หมายถึง การผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

เผยแพร่ หมายถึง เผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

การผลิตและเผยแพร่รายการสถานีโทรทัศน์รัฐสภา หมายถึง การผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ได้รับทราบถึงกระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา

5.2 ได้เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่

5.3 ได้ข้อเสนอแนะและกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษา และวิเคราะห์เพื่อหาศึกษาการเปิดรับข้อมูลแต่ละปัจจัยที่มีผลศึกษาการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2.1 รายการโทรทัศน์

2.2 การผลิตรายการโทรทัศน์

2.3 การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์

2.4 การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P กับการผลิตรายการโทรทัศน์

3. กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในระบอบประชาธิปไตยและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

3.1 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

3.2 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ แบบ 4P

3.3 การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์และออกแบบด้านมัลติมีเดีย

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7. กรอบแนวคิดในการศึกษา

1. แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564 และการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561-2564 จัดทำขึ้นเพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ และกรอบแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อบรรลุเป้าหมายและ ผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาอย่างมีประสิทธิภาพและใช้เป็นแนวทางการบริหารและขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพผล เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติ ที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการ และสร้างพลังการมีส่วนร่วมของ ประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” สำหรับกรอบแนวคิดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาฉบับนี้ มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับกฎหมาย แผนและนโยบายระดับประเทศประกอบด้วยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) แผนดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคม พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ระเบียบ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาความจำเป็นการใช้คลื่นความถี่และกำหนดระยะเวลาการคืนคลื่นความถี่ใน กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ข้อบังคับการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2560 นโยบายประธานและรองประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 – 2564 แผนยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา พ.ศ. 2561 – 2564 และแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2557 – 2560 รวมทั้งสอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี รวมถึงภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นรูปธรรมและมุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 – 2564 ดำเนินการครอบคลุมการพิจารณาและวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (SWOT Analysis) ประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนขององค์กรและการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) โอกาสและภัยคุกคามหรืออุปสรรคในมิติต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ความคาดหวังของประชาชนรวมถึงผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งถือเป็นหัวใจในการให้บริการ โดยจากการวิเคราะห์ ดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจเป้าประสงค์เชิง ยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด และแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ที่กำหนดออกมาในรูปของแผนงาน โครงการและกิจกรรม

สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 –2564 สรุป ดังนี้

วิสัยทัศน์ เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการ และสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ

พันธกิจ

1. สนับสนุนการผลิตรายการและข่าวสารนิติบัญญัติ เผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2. ส่งเสริมและสนับสนุนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมทาง การเมืองและการพัฒนาระบบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

3. ส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ รวมทั้งองค์กรสื่อสารมวลชนอื่นทั้งในและต่างประเทศ

4. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาช่องทางการรับฟังและรับชมรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

ประชาชน ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้าถึงบริการที่ดีของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย และตรงต่อความต้องการประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1

1. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติที่สนับสนุนความเป็นประชาธิปไตยและพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2. ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร และสาระความรู้ด้านนิติบัญญัติอย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ และมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

กลยุทธ์

1. พัฒนาการผลิตรายการและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมตามวิถีประชาธิปไตย และความคาดหวังของประชาชน

2. เสริมสร้างโอกาสและเสรีภาพการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตย ตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และพัฒนาองค์กร

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. ประชาชนมีความเชื่อถือและมีทัศนคติที่ดีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2. สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา มีโครงสร้างการกำหนดตำแหน่งและการจัดอัตรากำลังที่เหมาะสมกับอำนาจหน้าที่และภารกิจ

3. บุคลากรมีความรู้และความสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับตำแหน่งสายงาน

กลยุทธ์

1. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ และทัศนคติที่ดีของประชาชน

2. เพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา และขยายเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ทั้งในและต่างประเทศ

3. วางแผนโครงสร้างและอัตรากำลังให้เหมาะสมกับภารกิจองค์กร

4. สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและการเรียนรู้ของบุคลากร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 นำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่มาใช้เพิ่มคุณภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสาร

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา มีขีดความสามารถในการพัฒนาคุณภาพบริการเพิ่มขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่

กลยุทธ์

1. เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่

2. นำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การประเมินผล

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภามีการพัฒนา ระบบประเมินผลการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

กลยุทธ์ วางแผนพัฒนาระบบประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

แนวทางการแปลงแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติกำหนดดังนี้

1. สร้างความรู้ความเข้าใจถึงแนวคิดสาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 - 2564 ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและพร้อมเข้าร่วมในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ สู่การปฏิบัติและมีส่วนร่วมให้การสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ให้เกิดการบูรณาการในการดำเนินงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายเดียวกัน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อให้การสร้างความรู้ ความเข้าใจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง

2. สร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 - 2564 ไปสู่การปฏิบัติ โดยการจัดทำฐานข้อมูลสนับสนุนการดำเนินงาน การศึกษาและปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการดำเนินงาน และการสร้างช่องทางให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

3. ส่งเสริมให้มีการบริหารยุทธศาสตร์ตามแผนอย่างจริงจัง โดยผลักดันให้เกิดการบริหารยุทธศาสตร์ในลักษณะที่เป็นองค์รวมมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยส่งเสริมให้มีการประสานการทำงานในแนวราบระหว่างกลุ่มงานมากขึ้น

4. ถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ เป้าหมายและกรอบแนวทางการดำเนินงานสู่กลุ่มงานต่าง ๆ ทั้ง 5 กลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไป กลุ่มงานข่าวและประเมินผล กลุ่มงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง กลุ่มงานผลิตรายการโทรทัศน์ และกลุ่มงานเทคนิค

5. เสริมสร้างศักยภาพผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการใช้แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 -2564 ให้มีความพร้อมสามารถดำเนินงานตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่กระบวนการ วางแผน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมติดตามประเมินผล เพื่อเป็นการตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ยุทธศาสตร์และพันธกิจภายใต้แผนยุทธศาสตร์ฯ

6. จัดทำแผนปฏิบัติการในระดับต่าง ๆ ให้มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 - 2564 โดยกำหนดโครงการ/กิจกรรมตัวชี้วัดและเป้าหมาย ตลอดจนผู้รับผิดชอบ และงบประมาณให้มีความสอดคล้องและตอบสนองเป้าหมายตามยุทธศาสตร์และดำเนินการตามแผน มีการกำกับติดตาม รวมทั้งสามารถประเมินผลงาน ตามแผนฯ ที่กำหนดไว้และให้มีการเชื่อมโยงผลงานตามยุทธศาสตร์สู่การประเมินผล

7. การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 - 2564 ควรดำเนินงานแบบบูรณาการ โดยการจัดทำโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณภายใต้แผนปฏิบัติการ 4 ปี รวมถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการ เพื่อให้สามารถดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. การขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ โดยผลักดันโครงการสำคัญ (Flagship Project) ที่บรรจุภายใต้แผนปฏิบัติการตามแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 – 2564 เพื่อเป็นกลไกในการได้รับการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม

9. การจัดทำฐานข้อมูลและสร้างเครือข่ายข้อมูล เพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจและการบริหารจัดการร่วมกันระหว่างกลุ่มงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

10. กำหนดระบบติดตามประเมินผลให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกรอบการติดตามประเมินผลแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 – 2564 ตลอดระยะเวลา 4 ปี

11. จัดตั้งคณะทำงานติดตามและประสานการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ โดยนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากคณะทำงาน มาปรับปรุงแผนปฏิบัติการให้เหมาะสมกับความสามารถในการดำเนินการตามภารกิจได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากที่สุดและเสนอผู้บริหารเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รัฐสภา ต่อไป

12. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รัฐบาล พ.ศ. 2561 – 2564 ในช่วงกลางและปลายของแผนฯ พร้อมปรับปรุงแนวทางการติดตาม ประเมินผลทุกระดับ และจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลแผนฯ เพื่อให้แผนสอดคล้อง กับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการรวบรวมปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานตามแนวทางการ ปฏิบัติที่ได้เสนอไว้ในแผน มาใช้ประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐบาล ในระยะต่อไป

การติดตามและประเมินผล มีแนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตาม ยุทธศาสตร์ กำหนดดังนี้

1. การสร้างระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อรับทราบ ผลการดำเนินงานรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ โดยพิจารณาจากข้อมูลต่าง อาทิ ผลการตรวจ ติดตามการดำเนินงานของหน่วยงาน ผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองฯ ผลการประเมินองค์กร ตาม เกณฑ์ PMQA ผลการสำรวจความพึงพอใจจากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงให้เหมาะสมต่อไป

2. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่ออำนวยความสะดวก ในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ รวมทั้งทำให้ได้ข้อมูลที่สะท้อน ผลการดำเนินงานอย่างถูกต้องมากที่สุด

3. การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management : PM) ประกอบด้วย การปฏิบัติงาน การพัฒนาผลการปฏิบัติงาน การติดตามผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผล การปฏิบัติงานโดยการประเมินและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ปีละ 1 ครั้ง และสิ้นสุดแผน (ปี 2564) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนปัจจัยที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับ ระดับความสำเร็จ (Critical Success Factors) ของการดำเนินการตามแผนฯ เพื่อให้ ทราบผลการดำเนินงานและพร้อมปรับเปลี่ยนการดำเนินงานหากมีปัญหาเกิดขึ้นและเพื่อนำมา ปรับปรุงกลยุทธ์ให้บรรลุตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

4. การทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและแก้ไข ปัญหาอุปสรรคปัญหาให้ทันต่อสถานการณ์ในทุกปีหรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้น สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐบาลจำเป็นต้องมีการประชุมคณะทำงานเพื่อทบทวน และปรับแผนยุทธศาสตร์ให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง²

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ผู้ศึกษาได้นำแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐบาล พ.ศ. 2561 – 2564 เป็นแนวทางการดำเนินงานในการ ปฏิบัติภารกิจ และศึกษาแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและ

² สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560) แผนยุทธศาสตร์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์รัฐบาลพ.ศ.2561-2564. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2563 pchannel.org/uploads/documents/4_20200522094727.pdf

วิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างเป็นรูปธรรม และเกิดประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชนอย่างแท้จริง โดยจัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติราชการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาและกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กรที่สถานีฯ ต้องการปฏิบัติให้บรรลุ เป้าหมายภายในปี 2564 ภายใต้บทบาทภารกิจในการเป็นหน่วยงานเพื่อรองรับและสนับสนุนภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติ ตลอดจนเพื่อเป็นการกำหนดรูปแบบ ของการปฏิบัติราชการของสถานที่ช่วยส่งเสริมการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management : NPM) ที่ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และภายใต้การดำเนินงานตามแนวทางการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี หรือธรรมาภิบาล (Good Governance) แผนยุทธศาสตร์ฯ จึงมีความสำคัญต่อสถานีฯ ในการดำเนินงาน ให้เกิดความเป็นเอกภาพและสอดคล้องกันภายใต้หลักการบริหารจัดการโดยยึดยุทธศาสตร์ (Strategy-Based Management) เพื่อให้สถานีฯ บรรลุวิสัยทัศน์ในการ “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ”ต่อไป ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์

2.1 รายการโทรทัศน์ (Television)

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อหรือตัวกลางที่พาเนื้อหาสาระ ไปยังประชากรหรือกลุ่มคนจำนวนมากๆ พร้อมในเวลาเดียวกันหรือด้วยความรวดเร็วเที่ยงตรงและประหยัดเวลา ในฐานะเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เป็นแหล่งความรู้ สามารถกระตุ้นและดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สิ่งพิมพ์ และภาพยนตร์ โทรทัศน์นับเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญและทรงอิทธิพลต่อประชาชนในสังคมสูง ทุกประเทศทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ของตน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความเคลื่อนไหวของประชาชนและประชากรโลก ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน เศรษฐกิจ การพาณิชย์ การเมืองการปกครอง การศึกษา การทหาร เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาสังคมและประเทศ (เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. 2545:437)

ความสำคัญของรายการโทรทัศน์ บทบาทและความสำคัญของรายการโทรทัศน์มีมากมาย และเป็นที่ยอมรับมายาวนานอย่างมากต่อทัศนคติและพฤติกรรมแบบแผนแห่งการดำรงชีพของประชากรในสังคมนั้น และมีพัฒนาการก้าวหน้ามาโดยตลอดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกิจกรรมต่าง ๆ ในสถาบัน/หน่วยงานองค์กร ต่างให้ความสำคัญที่จะต้องมีเครื่องรับโทรทัศน์ รวมถึงเครื่องเล่นเทปโทรทัศน์ หรือแผ่นบันทึกรายการวิดีโอไว้ใช้งาน บางหน่วยงานให้ความสำคัญถึงการผลิตรายการโทรทัศน์ขึ้นใช้งาน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกันในองค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจการของตนการถ่ายทอดสาระความรู้ต่าง ๆ หรือแม้แต่กิจกรรม ความบันเทิงภายในครอบครัว

ก็ตามจะรู้สึกดูดีไม่น้อยหากบันทึกไว้ด้วยวิดีโอ เนื่องจากวิดีโอเป็นสื่อที่สามารถบันทึกได้ทั้งภาพที่เคลื่อนไหวและเสียงที่สมจริง อีกทั้งยังถ่ายทอดเหตุการณ์ได้ทันทีทันใดและทรงอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของคนทุกเพศทุกวัย ทุกชนชั้นทุกสถานะในสังคม เห็นได้จากเกือบทุกหลังคาเรือนจะต้องมีเครื่องรับโทรทัศน์ไว้อย่างน้อย 1-2 เครื่อง

วิชาญ สารบุตร (2543 : 64) กล่าวว่า หัวใจของศิลปะภาพยนตร์หรือวิดีโอ คือ ภาพต้องเป็นตัวนำเสียงเป็นตัวหนุนเสริม ความเข้าใจของผู้ชมจะบังเกิดผลจากการมองเห็นด้วยตา มากกว่าการได้ยินทางหู ฉะนั้นการมองเห็นทางตาจะช่วยให้จดจำได้ดีกว่าทางหู ภาพสามารถดำเนินเรื่องราวและสื่อความหมายได้ด้วยตนเองถึงร้อยละ 90 ส่วนเสียงนั้น จะเป็นตัวช่วยเสริมให้การสื่อความหมายของภาพสมบูรณ์ขึ้นเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น

การเผยแพร่รายการโทรทัศน์เป็นการส่งสัญญาณภาพและเสียงจากสถานีส่ง ที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน เช่น ช่อง 3 5 7 9 NBT Thai PBS รวมทั้ง Cable TV (โทรทัศน์บอกรับสมาชิก) หรือจากเครื่องเล่นวิดีโอไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ ซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือต่างสถานที่กันก็ได้ ปัจจุบันแม้ว่า เทคโนโลยีการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย มีการใช้อินเทอร์เน็ต มีการใช้สื่อผสมที่รู้จักกันทั่วไปว่า มัลติมีเดีย (Multimedia) รายการโทรทัศน์ก็ยังคงมีบทบาทไม่ด้อยลงไป และเผยแพร่ไปได้กว้างขวาง และจะมีบทบาทมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

2.1.1 ประเภทของรายการโทรทัศน์ (VIDEO Program) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

(ก) รายการเพื่อการบันเทิง (Entertainment Program) เป็นรายการที่ผลิตขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจของผู้ชม ในสังคมนั้น ๆ มีกระบวนการสร้างการลงทุนและมีการแข่งขันสูงมาก เช่น รายการละคร เกมโชว์ กีฬา เพลง การ์ตูน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการนำเข้รายการจากต่างประเทศ มีการนำแนวความคิดหรือบทประพันธ์ มาทำเป็นรายการโทรทัศน์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของสังคม มีการจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายชัดเจน เพื่อความเหมาะสมของผู้ชม ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ผู้หญิง-ชาย อย่างไรก็ตามการผลิตรายการประเภทนี้ ผู้ผลิตรายการจะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นพื้นฐานในด้านการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และวัฒนธรรมอันดีงามควบคู่กันไปด้วย

(ข) รายการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ (Commercial Program) รายการประเภทนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจบริการ เช่น การเสนอขายสินค้า บริการหรือผลิตภัณฑ์ของตนเป็นหลัก มีการแข่งขันการประกวดผลงานโฆษณา ซึ่งจัดโดยสถาบันต่าง ๆ มากมาย มีการควบคุมบรรณรงค์ให้เจ้าของผลิตภัณฑ์แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากยิ่งขึ้นโดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว เช่น สินค้าประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกาย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงรายการประเภท การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานองค์กรของภาคราชการและหน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไรด้วย เช่น การรณรงค์ส่งเสริมสุขภาพร่างกายของประชาชน

(สสส.) การรณรงค์เรื่องความรักความสามัคคีของคนในชาติการรณรงค์เรื่องการประหยัดพลังงาน กิจกรรมของภาครัฐและเอกชนที่จัดขึ้น เช่น การแถลงข่าวการจัดงานประจำปี เป็นต้น

(ค) รายการข่าว (NEWS Programs) เป็นรายการที่เสนอข่าวความเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งแวดล้อม และบุคคลที่เป็นที่สนใจ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มุ่งเน้นที่การรายงานด้วยความรวดเร็วของข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน มีการรายงานสด จากผู้สื่อข่าวที่อยู่ในสถานที่นั้น ๆ เข้ามายังสถานีโทรทัศน์ มีการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องประกอบการรายงานข่าว มีการจัดทำสื่อบข่าวก ปัจจุบันรายการข่าวมีการพัฒนาแข่งขันกันสูงมาก และมีมูลค่ามหาศาลมีการร่วมแสดงความคิดเห็นจากผู้ชมได้ตลอดเวลาจากการส่ง SMS เข้าไปในรายการ เนื่องจากผู้ชมให้ความสนใจและเพื่อให้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในสถานการณ์นั้นมากยิ่งขึ้น รายการข่าวจึงกลายเป็นรายการที่มีความสำคัญ และ ขยายตัวไปสู่กลุ่มผู้ชมในสังคมเป็นอย่างดี

(ง) รายการเพื่อการศึกษา (Educational Program) เป็นรายการโทรทัศน์ อีกประเภทที่มีความสำคัญจำเป็นต่อสังคมไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ารายการประเภทอื่น เนื่องจากเป็นรายการที่สามารถช่วยให้สังคมเกิดการเรียนรู้ สร้างสรรค์สังคม เป็นรายการที่ให้สาระความรู้ แก่คนทั่วไป มิได้มุ่งใช้กับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น สารคดีเกี่ยวกับชีวิตสัตว์ต่าง ๆ รายการท่องเที่ยว รายการเกษตร กฎหมาย ธรรมะ สุขภาพพลาสมา ยศ ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ เป็นต้น ผู้ชมรายการจะได้รับประโยชน์ควบคู่ไปกับความบันเทิง เพลิดเพลิน สามารถปรับตนเองให้เข้ากับสังคมได้อย่างรวดเร็ว

2.1.2 รูปแบบของรายการ จากการส่งคลื่นสัญญาณโทรทัศน์ที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สื่อโทรทัศน์ จึงถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนเป็นอย่างมากจากการรับชมรายการที่ให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) การศึกษา (Education) และ ส่งเสริมความเข้าใจอันดี (Good Understanding) ให้เกิดขึ้นในสังคมที่ส่งผ่านมาทางรูปแบบและเนื้อหาในรายการต่าง ๆ ที่ทางสถานีโทรทัศน์จัดขึ้น โทรทัศน์จึงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและการให้บริการประชาชนในหลาย ๆ ด้าน รูปแบบของรายการนั้น เป็นการจัดกลุ่มรายการโทรทัศน์ ออกเป็นกลุ่ม ๆ ซึ่งสามารถจำแนกได้หลายวิธี เช่น การจำแนกตามวัตถุประสงค์ การจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายและการจำแนกตามเนื้อหารายการในประเทศไทย การนำเสนอรายการโทรทัศน์นิยมเสนอรายการหลากหลายรูปแบบมีทั้งรูปแบบดั้งเดิมและรูปแบบที่ประยุกต์ขึ้นใหม่ ด้วยการผสมผสานรูปแบบหนึ่งกับอีกรูปแบบหนึ่งจนเกิดเป็นรูปแบบรายการใหม่ขึ้น โดยสามารถแบ่งรูปแบบของรายการออกได้เป็น 19 รูปแบบ ดังนี้ (อ้างถึงในสาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช หน่วยที่ 1-5, 2550:45-49)

(ก) รายการข่าว (News) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม มีพื้นฐานตั้งอยู่บนข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำไม่เน้นการให้ความบันเทิง

(ข) รายการสารคดี (Documentary) เป็นรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริง เรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียวด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลายและน่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลินในการรับชม ไปพร้อมกับการได้รับสาระความรู้ต่าง ๆ

(ค) รายการละคร (Drama) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องจริงเสมอไป อาจเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจินตนาการขึ้นมาก็ได้ มีหลักสำคัญอยู่ที่กลวิธีการวางโครงเรื่อง การผูกปมเรื่อง การสร้างความขัดแย้ง การทวีความขัดแย้งจนนำไปสู่จุดไคลแมกซ์ของเรื่องและคลี่คลายในที่สุด ทำให้เรื่องราวสนุกสนานได้อรรถรสในการชม

(ง) รายการเกมส์ (Game) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการแข่งขันของผู้ร่วมเล่นเกมส์ ในรายการเน้นการใช้ทักษะร่างกายเป็นสำคัญ โดยการแข่งขันภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นภายในเวลาอันจำกัด รายการประเภทนี้ ผู้ชมจะมีส่วนร่วมด้วยการเชียร์ หรือลุ้นผู้เล่นเกมส์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ทำให้เกิดความสนุกสนาน

(จ) รายการตอบคำถาม (Quiz) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการแข่งขันคล้ายรายการเกมส์แต่แตกต่างกันตรงที่รายการตอบคำถามจะเน้นการแข่งขันกันโดยอาศัยความรู้ไหวพริบและสติปัญญาของผู้เล่นเกมส์มากกว่าการใช้ทักษะร่างกาย

(ฉ) รายการพูด (Talk show) เป็นรายการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพูด โดยพิธีกรผู้ดำเนินรายการที่จะพูดคุยกับแขกรับเชิญ

(ช) รายการวาไรตี้ (Variety) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบรายการที่หลากหลายไม่จำกัดแต่โดยมากมักมีสิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ ดนตรีและเพลง ความตลก ขบขันการสนทนากับแขกรับเชิญ

(ซ) รายการดนตรี (Music) เป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงเรีงรมย์แก่ผู้ชม ในอรรถรสของการบรรเลงดนตรี การขับร้องเพลง

(ฌ) รายการกีฬา (Sport) เป็นรายการที่มีลักษณะเฉพาะ มุ่งเน้นการแข่งขันในเกมส์กีฬาประเภทใดประเภทหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นรายการถ่ายทอดสดและมีการนำเทปบันทึกการแข่งขันกีฬามาประยุกต์เป็นรายการใหม่ขึ้นมา

(ญ) รายการถ่ายทอดสด (Live) เป็นรายการที่นำเสนอภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมายังผู้ชมโดยตรง โดยผู้ชมจะได้รับชมไปพร้อมกันในเวลาเดียวกันกับที่เกิดเหตุการณ์นั้น ๆ

(ฎ) รายการสารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เป็นรายการที่นำประเด็นข่าวมานำเสนอใหม่ โดยใช้รูปแบบรายการสารคดีมานำเสนอ

(ฏ) รายการวิจารณ์ข่าว (News Commentary) เป็นรายการที่นำประเด็นข่าวมาพูดคุย วิพากษ์วิจารณ์ด้วยมุมมองของผู้ดำเนินรายการเองหรือมุมมองของแขกรับเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อแสดงทัศนะความคิดเห็นต่อประเด็นเรื่องที่เป็นข่าว

(ฐ) รายการพูดคุยสนทนาเชิงวิเคราะห์ข่าว (News and Talk) เป็นรายการที่หยิบยกประเด็นข่าวที่น่าสนใจมาพูดคุยซึ่งมีทั้งแบบดำเนินรายการคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟังหรือผู้ดำเนินรายการสองคนขึ้นไปพูดคุยกัน

(ฑ) รายการสารละคร (Docu-Drama) เป็นรายการที่นำเรื่องราวข้อเท็จจริงต่าง ๆ มานำเสนอด้วยรูปแบบการแสดงเป็นละคร มีการพูดเรื่องเช่นเดียวกับละคร มีตัวละครเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงท่าทางและการพูด แทนที่จะใช้ภาพและเสียงบรรยาย ดังเช่นรายการสารคดี

(ฒ) รายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ (Variety Talk Show) เป็นรายการที่นำรูปแบบการพูดคุยมาผสมกับรายการวาไรตี้ กล่าวคือ มีการพูดคุยกับแขกรับเชิญเป็นหลัก แต่จะมีการนำเสนอรูปแบบความบันเทิงชนิดอื่น ๆ ผสมเข้ามาเพื่อสร้างความน่าสนใจ เช่น การเพิ่มส่วนที่เป็นการแสดงความสามารถพิเศษของแขกรับเชิญหรือการเพิ่มการแสดงตลกเข้าไปในรายการ ซึ่งตามปกติรายการพูดคุยมักไม่นำเสนอ

(ณ) รายการวาไรตี้เกมส์โชว์ (Variety Game Show) เป็นรายการที่นำเสนอรูปแบบเกมส์มาผสมกับรูปแบบวาไรตี้ กล่าวคือ มีพื้นฐานอยู่ที่การเล่นเกมส์การแข่งขันของผู้ร่วมรายการแต่จะผสมผสานความบันเทิงรูปแบบอื่น ๆ เข้าไป เช่น การเพิ่มส่วนการแสดงตลก

(ด) รายการข่าวบริการ (Service) เป็นรูปแบบการบริการพื้นที่ การออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ในการนำเสนอข่าวของหน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอไปยังประชาชน

(ต) รายการโฆษณา (Advertising) เป็นรายการประกาศสินค้าหรือบริการที่ต้องการให้ประชาชนโดยทั่วไปทราบ จุดประสงค์เพื่อให้คนทั่วไปรู้จักสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

(ถ) รายการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นรายการที่แสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ³

ดังนั้นจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาสามารถนำแนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาเพราะโทรทัศน์นับเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญและทรงอิทธิพลต่อประชาชนในสังคมสูง สื่อหรือตัวกลางที่พาเนื้อหาสาระ ไปยังประชากรหรือกลุ่มคน จำนวนมาก ๆ พร้อมในเวลาเดียวกันหรือด้วยความรวดเร็วเที่ยงตรงและประหยัดเวลา ในฐานะเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเป็นแหล่งความรู้สามารถกระตุ้นและดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สิ่งพิมพ์ และภาพยนตร์และทุกประเทศทั่วโลก ต่างให้ความสำคัญกับการจัดตั้ง

³ รายการโทรทัศน์ (Television) อ้างถึงใน สาขาวิชานิเทศศาสตรมหาวิทาลัยสุโขทัยธรรมาราช หน่วยที่ 1-5, 2550:45-49

สถานีโทรทัศน์ของตน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความเคลื่อนไหวของประชาชน และประชากรโลก ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน เศรษฐกิจ การพาณิชย์ การเมืองการปกครอง การศึกษา การทหาร เป็นต้น

2.2 การผลิตรายการโทรทัศน์

2.2.1 การผลิตรายการโทรทัศน์สามารถแบ่งเป็นประเภทได้แก่ การผลิตรายการโทรทัศน์รายการสด เป็นรายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดสด ๆ แล้วออกอากาศแพร่ภาพในทันทีที่รายการสดนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

(ก) รายการสดในสตูดิโอ หมายถึง รายการที่ทำกันในสถานีห้องสตูดิโอแล้ว มีการออกอากาศกันเลยทีเดียว เช่น รายการแสดงละคร การรำการละเล่นต่าง ๆ เป็นต้น

(ข) รายการสดนอกสถานี คือ รายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานที่แล้วส่งสัญญาณออกอากาศ โดยมีรถสำหรับอุปกรณ์ในการถ่ายทอดรายการไปครบถ้วน เช่น รายการถ่ายทอดสด กีฬา หรือพิธีต่าง ๆ เพื่อลดจำนวนผู้ชมไม่ให้เห็นทางไป ณ สถานที่นั้น ๆ

ส่วนรายการบันทึกเทปโทรทัศน์อาจเรียกว่ารายการแห้ง นิยมทำกันมากในต่างประเทศ และสำหรับบ้านเราบางสถานีก็ทำกันเป็นส่วนใหญ่ แต่วิทยุโทรทัศน์บ้านเรามีรายการสดมากกว่า รายการบันทึกเทป รายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีวิธีการผลิตที่ถูกต้อง เพราะการบันทึกเทปโทรทัศน์ไม่ได้ แพร่ภาพในทันทีเพราะสามารถเก็บไว้แพร่ภาพในภายหลัง ซึ่งเมื่อทำการบันทึกเทปแล้วอาจมีการแก้ไข ตัดต่อลำดับภาพได้จึงทำให้คุณภาพของการผลิตรายการมีคุณค่าและมาตรฐานสูง ซึ่งต่างจากรายการสด เพราะต้องซักซ้อมการแสดงมากและถ้ามีการผิดพลาดก็ต้อง ออกอากาศไปอย่างนั้น หรือมีการตัดรายการในทันทีซึ่งเป็นเสี่ยงที่ไม่นิยมทำกัน นอกจากจำเป็นจริง ๆ การบันทึกเทปจึงนับว่าดีกว่าและสามารถเตรียมการไว้ล่วงหน้าได้รายการที่จัดไว้ดำเนินไปอย่างถูกต้องตามแบบแผน โดยหาข้อบกพร่องได้น้อยและประหยัดรายการภาพยนตร์อาจเป็นรายการภาพยนตร์สำเร็จรูป หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นมาก สำหรับรายการโทรทัศน์ซึ่งมีทั้งที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ บางสถานีผลิตภาพยนตร์ขึ้นเอง โดยเฉพาะภาพยนตร์ข่าวและสารคดีทางสถานีในประเทศส่วนมากทำเอง ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ต้องมีกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับทีมหลาย ๆ ฝ่ายและต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งแต่ละฝ่ายก็มีความชำนาญเฉพาะด้าน ในหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบอยู่และต่างก็มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เท่าเทียมกัน ซึ่งการทำงานถ้าขาดฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไป จะทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ อาจเป็นเหตุให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นไม่มีคุณภาพ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ดังนั้น สิ่งสำคัญในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์คือ การทำงานเป็นทีมที่ต้องใช้ความรู้และความสามารถทั้งในด้านการสร้างสรรค์และการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตให้ผสมผสานกัน ออกมาเป็นรายการโทรทัศน์ได้อย่างมีคุณภาพโดยทีมงานในแต่ละฝ่ายจะต้องรู้หน้าที่ของตนเอง และต้องร่วมมือประสานงานกันอย่างดีจึงจะสามารถผลิตรายการโทรทัศน์ และผู้ศึกษาได้นำมา

เป็นกรอบในการศึกษาแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2.2.2 ขั้นตอนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ การผลิตรายการโทรทัศน์จะประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ๆ 3 ขั้นตอน คือ

(ก) การเตรียมการก่อนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ (Pre-Production) การเตรียมการก่อนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ควรมีขั้นตอนการเตรียมการที่ดีเพื่อให้รายการวิทยุโทรทัศน์เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ดังนี้

อรนุช เลิศจรยารักษ์ (2539) และศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา (2531) กล่าวถึง การเตรียมการก่อนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

(ข) การวางแผนความคิด ภายหลังจากได้รับมอบหมายงานการผลิตรายการมาแล้ว ผู้ผลิตก็จะเริ่มวางแผนความคิด ในการผลิต แนวความคิดในการผลิตทำได้ 2 วิธี

1) เริ่มจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์จากนั้นก็แปลความคิดให้เป็นจริง เป็นจิ้ง โดยจัดงบประมาณและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เข้ากับความคิด วิธีนี้มีส่วนดี คือ ช่วยให้เกิดงาน สร้างสรรค์ด้านศิลปะมากแต่มีข้อเสียในแง่ที่ว่าถ้ายึดเอาความคิดสร้างสรรค์ มากเกินไป อาจจะไม่ ส่งผลสำเร็จในช่วงการแปลงความคิดให้เป็นจริงเป็นจิ้ง ซึ่งอาจเกิดความยุ่งยาก ฎอยู่เบื้องหน้าที่จะตามมามากมายและเวลาที่จะใช้ดำเนินการก็เพิ่มมากขึ้น

2) เป็นการพัฒนาแนวคิดในการผลิตโดยใช้วิธีมองข้อจำกัดต่าง ๆ ที่มีนับตั้งแต่เครื่องมือ บุคลากร สถานที่ ภาวะเศรษฐกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากนั้น จึงคิดว่าจะทำรายการอะไรและทำอย่างไรวิธีนี้มีส่วนดี คือ สามารถทำให้การแปลงความคิด สร้างสรรค์ให้เป็นจริง

(ค) การวิเคราะห์เนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย

1) รวบรวมเอกสารและงานวิจัย (Research) ในขั้นนี้เป็นขั้นที่ผู้ผลิตต้อง รวบรวมตำรา เอกสาร รายงานการวิจัยต่าง ๆ

2) วิเคราะห์เนื้อหา เอกสาร รายงานการวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนภาพยนตร์ และสไลด์ที่รวบรวมได้มาจากขั้นที่แล้วนั้น ในขั้นนี้จะเป็นขั้นนำเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าวมาวิเคราะห์ และ คัดเลือกเอาเฉพาะที่เกี่ยวข้องและจำเป็นจะต้องใช้ในการเขียนบท

3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายเมื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่จะผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ได้แล้วก็ควรจะต้องจัดทำรายการวิทยุโทรทัศน์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย

4) กำหนดจุดเน้น/จุดประสงค์ การกำหนดจุดเน้นและจุดประสงค์ในการ ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ต้องกำหนดให้แจ่มแจ้งแน่ชัดลงไปว่ามีจุดเน้นจุดประสงค์ในการผลิต รายการอย่างไรบ้าง และควรมีการประชุมร่วมกันของผู้รับผิดชอบฝ่ายต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันว่าจุดเน้นของรายการอยู่ที่ใดมีจุดประสงค์ของรายการอย่างไร และขอบข่ายของ

รายการ มีมายน้อยเพียงใด เพื่อให้เกิดความชัดเจนในกระบวนการผลิตรายการและให้สอดคล้องกับความรู้ ของกลุ่มเป้าหมาย

5) กำหนดรูปแบบและสร้างสรรค์รายการ กำหนดรูปแบบรายการวิทยุ โทรทัศน์เป็นการกำหนดรูปแบบของรายการว่า เป็นรูปแบบใด เช่น รูปแบบสารคดี การสัมภาษณ์ บรรยาย ละคร ฯลฯ เพื่อให้การนำเสนอให้มีความน่าสนใจเหมาะสมกับเนื้อหารายการ จุดเน้นและ จุดประสงค์ของรายการ และสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

6) เขียนบทโทรทัศน์และตรวจสอบความถูกต้อง ในการผลิตรายการวิทยุ โทรทัศน์ทุกรายการ บทวิทยุโทรทัศน์นับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ของรายการ ดังมีผู้กล่าวว่า บทดีมี ช่วยไปกว่าครึ่ง หมายความว่า ความคิดที่ดีของผู้ผลิตรายการ เมื่อได้นักเขียนบทผู้ซึ่งสามารถ สร้างสรรค์รายการออกมาจากแนวคิดเบื้องต้นและวัตถุประสงค์ของรายการได้อย่างมีศิลปะ ในการเขียนและการนำเสนอ (Presentation) ที่ดีช่วยให้รายการน่าสนใจไปครั้งหนึ่งแล้ว ผู้ผลิตรายการมองเห็นความสำคัญของบทซึ่งเป็นพื้นฐานของรายการทุกรายการจึงนำเรื่อง การพิจารณาผู้เขียนบทวิทยุโทรทัศน์สู่ที่ประชุมการผลิต เพื่อคัดเลือกผู้เขียนบท ซึ่งอาจจะเป็น นักเขียนประจำของทีมงานผลิต ผู้เขียนอิสระซึ่งรับจ้างเขียนบท ซึ่งการผลิตรายการบางรายการ มีหลายตอนอาจจะต้องจ้างนักเขียนบทหลายคนก็ได้ และบางครั้งถ้าเรื่องที่จะผลิตเป็นเรื่องเฉพาะ ด้านไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ วิทยาศาสตร์ประวัติศาสตร์หรือศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่ง ซึ่งต้อง อาศัยข้อมูลพิเศษ ผู้ผลิตรายการอาจจะต้องจ้างผู้มีความชำนาญในเรื่องนั้น ๆ มาเป็นที่ปรึกษาให้ นักเขียนบทหรือทั้งทีมงานวิจัยก่อนการเขียนบทก็ได้ด้วยเหตุที่ผู้ผลิตรายการหลายท่านเห็นว่า บทวิทยุโทรทัศน์นั้นเป็นพื้นฐานสำคัญในการผลิตรายการผู้ผลิตรายการหลายท่านจึงมักจะเป็น ผู้เขียนบทวิทยุโทรทัศน์เองด้วย

7) กำหนดสถานที่ถ่ายทำ/ศิลปกรรม/จัดเตรียมอุปกรณ์ ในขั้นนี้เป็นขั้นที่ ต้องเตรียม เพื่อการบันทึกภาพตามตารางเวลา (Schedule) ที่กำหนดไว้วัสดุ และอุปกรณ์ ที่จะใช้มีอะไรบ้าง และใครเป็นผู้ที่รับผิดชอบบ้าง การถ่ายทำนั้นจะถ่ายทำที่ไหน ในห้องบันทึกภาพ (Studio) หรือเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ (Outside Studio หรือ Outdoor Recording) หากจะ มีงานคัดเลือกผู้ร่วมรายการ ผู้ร่วมรายการ หมายถึง พิธีกรผู้ดำเนินรายการ นักร้อง นักดนตรี ผู้อ่านข่าวผู้บรรยายผู้สัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ ครูอาจารย์ผู้สอนผ่านสื่อโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้ ผู้ผลิตรายการจะต้องประชุมกับกรรมการผลิตรายการ เพื่อตัดสินใจก่อนการผลิตรายการจะเริ่มขึ้น ทั้งนี้ จะต้องดูความเหมาะสมทางเลือก และงบประมาณประกอบด้วย

8) การเตรียมตารางการผลิตรายการ การเตรียมตารางการผลิตรายการ จะเริ่มขึ้นภายหลังจากเมื่อได้บทส่งเขามาผู้ผลิตรายการได้มอบหมายงานในหน้าที่ต่าง ๆ ให้กับ ผู้กำกับรายการผู้กำกับการผลิตฝ่ายศิลปกรรม หัวหน้าฝ่าย ห้องส่งผู้กำกับรายการฝ่ายเทคนิค ผู้ประสานงาน ติดต่อการแสดงและบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านอื่น ๆ จนครบถ้วน ผู้ผลิตรายการจึงเริ่ม จัดเตรียมตารางการผลิตประโยชน์ของตารางการผลิตรายการ คือ ทำให้ผู้ผลิตรายการได้รู้ว่กิจกรรม

อะไรทำในช่วงไหน เสร็จเมื่อใด ใครรับผิดชอบกิจกรรมนั้น ๆ ผู้ผลิตรายการก็จะเห็นภาพรวมของการผลิตรายการทั้งหมดอย่างคร่าว ๆ และสามารถควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามตารางการผลิตรายการ

นอกจากนี้ ตารางรายการยังช่วยให้ผู้ผลิตรายการ ช่วยตรวจสอบความคืบหน้าในรายการ และแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ก่อนที่ปัญหาเหล่านั้นจะเป็นอุปสรรคในการผลิตรายการต่อไป ในตารางการผลิตรายการจะประกอบด้วยกิจกรรมในด้านการผลิตรายการ ดังนั้นวิทยุ โทรทัศน์ ผู้ร่วมรายการ ฉาก แสง เสียง กราฟิก เครื่องแต่งตัวอุปกรณ์เทคนิคอุปกรณ์ และวัสดุประกอบฉาก การตัดต่อ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่น ๆ กำหนดวันเสร็จ วันออกอากาศและผู้รับผิดชอบเป็นต้น

2.2.3 การปฏิบัติงานระหว่างการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ (Production) การปฏิบัติงานระหว่างการผลิต เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ต้องปฏิบัติ เพื่อให้รายการที่ผลิตเป็นไปตามวัตถุประสงค์

อรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2539) และศุภย์ เทคโนโลยีทางการศึกษา (2531) ได้กล่าวถึง การปฏิบัติงานระหว่างการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

(ก) การเตรียมความพร้อมก่อนถ่ายทำในขั้นการปฏิบัติงานระหว่างผลิต การเตรียมความพร้อมเป็นงานสำคัญอีกงานหนึ่งในการผลิตรายการผู้ผลิตรายการจะต้องตรวจสอบความพร้อมทุกด้านโดยดูจากกระดาษบันทึกซึ่งเรียกว่า Fax Sheet หรือ Facility Sheet ผู้ผลิตรายการจะจดรายละเอียดและข้อความที่จำเป็นด้าน วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากร ด้านเทคนิค ด้านการแสดงคนงานและอื่น ๆ ที่ต้องการไว้ ซึ่งผู้ผลิตรายการจะจดไว้ตรวจสอบเองหรือจะจัด Fax Sheet เป็นรูปฟอร์ม เพื่อแจกจ่ายให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการให้ทราบโดยทั่วกัน

นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการ ต้องตรวจสอบตารางปฏิบัติงานซึ่งประกอบด้วยตารางเวลาที่กำหนดในการปฏิบัติงานเรียงตามลำดับแล้วหนดเวลาที่บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ จะเข้าประจำหน้าที่ทั้งหมดเป็นกำหนดการที่จะต้องปฏิบัติในห้องส่งตามเวลาช่วงต่าง ๆ อย่างไรก็ตามงานอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการจะต้องตรวจสอบ คือ ตารางการถ่ายทำว่าใน วันที่ถ่ายทำ ถ่ายทำในหรือนอกห้องส่ง สตูดิโอหรือบันทึกเทปและมีใครต้องมาเข้าฉากบ้าง ช่วงเช้าหรือบ่าย เวลาเท่าใด ตารางถ่ายทำ (Shooting Schedule) มีไว้เพื่อจะช่วยให้การทำงานมี ประสิทธิภาพ ประหยัดเวลาผู้แสดง ประหยัดคนงานและอุปกรณ์พิเศษอื่น ๆ เพราะการถ่ายทำบางครั้ง ตลอดทั้งวันผู้แสดงที่ยังไม่เข้าฉากตอนเช้าจะได้ไม่ต้องรอคอยกันให้เสียเวลา

(ข) การกำกับและถ่ายทำรายการ

1) การฝึกซ้อม ผู้ผลิตรายการจะกำหนดตารางฝึกซ้อมไว้ล่วงหน้า โดยจะต้องระบุ วันเวลา สถานที่ให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องมาซ้อม ส่วนใครที่ไม่เกี่ยวข้องก็ยังไม่ต้องมา สำหรับรายการยากจะมีการซ้อมก่อนวันผลิตรายการและบุคลากรสำคัญ ๆ ผู้กำกับรายการผู้ช่วยผู้กำกับผู้กำกับเวทีและฝ่ายเสียงจะต้องมาดูเพื่อให้เข้าใจตรงกันโดยตลอด

2) การถ่ายทำรายการขั้นนี้ เป็นขั้นที่บันทึกภาพเมื่อทุกอย่างได้เตรียมกัน

เรียบร้อยก็ถึงเวลาที่รอคอยนั่นก็คือ การบันทึกภาพต่าง ๆ ตามเนื้อหาในบทเทปโทรทัศน์แต่ก่อนที่ จะถึงเวลาที่บันทึกภาพผู้กำกับรายการควรตรวจสอบสิ่งต่าง ๆ ว่าเรียบร้อยและพร้อมที่จะถ่ายทำ หรือไม่ เมื่อทุกอย่างทุกอย่างเตรียมเรียบร้อยแล้วก็พร้อมที่จะถ่ายทำได้ และในขณะที่ถ่ายทำ รายการนั้น ผู้กำกับจะต้องตรวจสอบแสง สี ความคมชัด และความถูกต้อง ของภาพตามบท จาก TV Monitor

นอกจากนั้นก็ควบคุมดูแลการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ อีกด้วยและเมื่อบันทึกภาพ เสร็จแล้วควรจะมีการ Rewind เทปเพื่อดูภาพที่บันทึกไปนั้นคมชัดและถูกต้องหรือไม่ และมีอะไร บกพร่อง หรือไม่หากพบสิ่งบกพร่อง ก็จะได้ถ่ายซ่อมใหม่ซึ่งเทปโทรทัศน์ นั้นมีคุณสมบัติที่ดีกว่า ภาพยนตร์เพราะไม่ต้องเสียเวลาล้างฟิล์ม (Develop) และทำแล้วผู้กำกับก็สามารถตรวจสอบภาพ ในเทปโทรทัศน์ได้ในขณะที่บันทึกภาพ และตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อความแน่นอนใจ หลังจาก การบันทึกภาพแล้วซึ่งหากพบข้อบกพร่องก็ควรบันทึกใหม่ได้ทันทีไม่เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการ กลับไปถ่ายภาพอีกครั้งหนึ่ง การควบคุมกล้องและการจัดภาพ การกำหนดการเคลื่อนไหวที่เกิดจาก การทำงานของกล้องถ่ายโทรทัศน์นับได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งของกล้องไปพร้อมกับการ บันทึกภาพ และจะมีผลทำให้ภาพเปลี่ยนแปลง ลักษณะภาพ รูปแบบและเนื้อหาของการนำเสนอ ภาพไปด้วยการเคลื่อนไหวกล้องที่มีเหตุผล และมีความเชี่ยวชาญจะเป็นส่วนช่วยเสริมภาษาของภาพ และผู้ชมเกิดบทบาทร่วมที่เป็นจริงมากขึ้นกับการนำเสนอภาพในช่วงนั้น

(ค) การเคลื่อนไหวกล้อง ในเทคนิคการเคลื่อนไหวกล้องมีหลักการขั้นพื้นฐาน ที่นำมาใช้ในการถ่ายภาพ 4 ประการ ดังนี้

1) การแพน (Pan) เป็นวิธีการเคลื่อนที่กล้องถ่ายในลักษณะการส่ายกล้อง เคลื่อนที่ไปในแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal) อาจเริ่มจากซ้ายไปขวา (Pan Right) หรือจาก ขวาไปซ้าย (Pan Left) ก็ได้วัตถุประสงค์ของการแพนกล้องอาจเกิดขึ้นได้จากวัตถุประสงค์ ของการนำเสนอหลายประการ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์หรือเกิดเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ถ่ายสองสิ่ง อยู่ห่างกัน หรือพื้นที่ของการถ่ายที่แยกอยู่ห่างกัน

2) การซูม (Zoom) สามารถสามารถเปลี่ยนขนาดภาพขณะกำลังบันทึกภาพ โดยไม่ต้องเคลื่อนไหวกล้อง หรือเปลี่ยนตำแหน่งการตั้งกล้องในลักษณะการเปลี่ยนขนาดภาพถ้า เปลี่ยนจากภาพขนาดมุมกว้างมาเป็นมุมแคบ จะเรียกว่า Zoom in ถ้าตรงข้ามกันจะเรียกว่า Zoom out ผลที่เกิดในความรู้สึกของผู้ชม คือ จะรู้สึกว่าสิ่งที่ถ่ายถูกดึงเข้ามาใกล้ตัว หรือถอยห่างออกไป เกิดการเคลื่อนไหวขึ้นในภาพ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงขนาดของภาพอย่างต่อเนื่อง

3) การทิลท์ (Tilting) เป็นการเคลื่อนไหวกล้องอีกลักษณะหนึ่ง เช่นเดียวกัน การแพนแต่เป็นการแพนโดยวิธีการเคลื่อนกล้องในแนวตั้ง วิธีการถ่ายภาพในแบบการทิลท์กล้องถ่าย ยังคง รักษาระดับตำแหน่งความสูง-ต่ำ คงที่จะเปลี่ยนแปลงไปก็แต่เพียงมุมการบันทึกภาพเท่านั้น ที่ถูกขยับไปในองศาที่สูงขึ้นกว่าเดิม หรือองศาถูกกดต่ำกว่าเดิม ซึ่งกระทำได้โดยการกระดกกล้อง ถ่ายภาพขึ้นหรือค่อย ๆ กดกล้องให้มุมรับภาพลงต่ำในระหว่างการถ่ายทำถ้าหากในขณะที่

ที่ทำการ ถ่ายภาพผู้ถ่ายกระดกกล้องถ่ายภาพให้สูงขึ้นกว่าระดับเดิมจะโดยเหตุผลของการนำเสนอภาพเพื่อผลในการใด ๆ ก็ตามดังที่กล่าวมาแล้วเรียกกันว่า ทิลท์-อัพ (Tilt-up) และในทางกลับกัน ถ้าหากกดกล้องให้มุมรับภาพค่อย ๆ เปลี่ยนในทิศทางที่ต่ำลงกว่าเดิมเรียกว่า ทิลท์-ดาวน์ (Tilt Down)

4) การดอลลี (Dollying) เป็นวิธีการเคลื่อนไหวกล้องในรูปแบบการตั้งอยู่บนพาหนะที่มีล้อ ซึ่งเคลื่อนไปมาบนพื้น หรือเลื่อนไปตามราง ทำให้สามารถเคลื่อนที่ตามภาพเหตุการณ์ได้ในมุมมองต่าง ๆ กันเหมาะสำหรับการบันทึกภาพอย่างต่อเนื่องเป็นช็อตยาว ดอลลีจะมีลักษณะการเคลื่อนกล้องเข้าหาสิ่งที่ถ่าย เรียกว่า ดอลลีอิน (Dolly in) และถ้าเคลื่อนกล้องถอยห่างจากสิ่งที่ถ่าย เรียกว่า Dolly out

5) การทริคท์ (Trucking or Tracking) เป็นการเคลื่อนไหวของกล้องในลักษณะและวิธีการเคลื่อนไหวในรูปแบบคล้ายกับดอลลีแตกต่างกันในเรื่องของการกำหนดทิศทางเท่านั้นทิศทางของการทริคท์จะใช้การเคลื่อนกล้องในแนวทางข้างเคียงสิ่งที่ถ่าย ในบางกรณีการเคลื่อนที่ของกล้องอาจไม่เป็นแนวตรง แต่จะเคลื่อนในลักษณะเฉียงโค้ง (Curve Track) ในบางครั้งการนำเสนอภาพในรูปแบบการทริคท์ จะใช้การเคลื่อนที่ตามขนานกับสิ่งที่ถ่ายอาจเป็นระดับการเคลื่อนไหวที่คู่เคียงกันไป หรือตำแหน่งของกล้องหน้า วัตถุเคลื่อนที่ตาม นอกจากนี้ ยังได้นำมาใช้ เพื่อการเปลี่ยนตำแหน่งและทิศทางของกล้อง เพื่อกำหนดรูปแบบของการนำเสนอภาพในแนวทางใหม่เป็นการหลีกเลี่ยงความซ้ำ ๆ กัน ซึ่งทำให้น่าเบื่อหน่ายของสิ่งที่ถ่าย

6) การอาร์ค (Arking) หมายถึง การเคลื่อนไหวกล้องในแนวเฉียงเป็นรูปครึ่งวงกลมไปทางซ้าย (Ark left) หรือไปทางขวา (Ark right) เพื่อเปลี่ยนมุมมองไปทางด้านข้างของวัตถุ

7) การบูมหรือเครน (Booming/Craning) หมายถึง การถ่ายภาพพร้อมกับขาค้างกล้องในแนวตั้งเรียกว่า “บูม” ถ้าเคลื่อนขึ้น เรียกว่า Boom Up ส่วนเคลื่อนลง เรียกว่า Boom Down และถ้าเคลื่อนกล้องขึ้นลงโดยใช้เครน เรียกว่า Crane Up และ Crane Down เมื่อต้องการเคลื่อนกล้องลงด้วยเครนวัตถุประสงค์เพื่อต้องการคงมุมมองที่ต้องการจากมุมสูงและต่ำอย่างต่อเนื่อง

8) สติลช็อต (Still Shot) หมายถึง การถ่ายภาพโดยไม่เคลื่อนกล้องใช้มากในการถ่ายทำรายการทั่วไป โดยปกติกล้องจะโฟกัสอยู่บนวัตถุหรือบุคคลที่ต้อการออกอากาศมากที่สุดในการถ่ายแบบนี้ จำเป็นต้องจัดองค์ประกอบภาพให้ดี

2.2.4 การกำหนดมุมมอง การกำหนดมุมมองหนึ่งที่จะช่วยให้รูปแบบของภาพที่เสนอไปยังผู้ชมประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น รูปแบบของการกำหนดมุมมองเกี่ยวกับการถ่ายภาพโทรทัศน์ในลักษณะต่าง ๆ จะมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ชม ดังนี้

(ก) มุมกล้องในระดับสายตานก (Bird's eye view) เป็นการตั้งกล้องในตำแหน่งเหนือศีรษะโดยตรงของสิ่งที่ถ่าย ภาพที่ดูกับบันทึกจะมีมุมมอง เช่นเดียวกับสายตานกที่มองดิ่งลง

มายังพื้นดิน มุมกล้องนี้ให้ความรู้สึกสิ้นหวัง หรือช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ รวมทั้งตกอยู่ภายใต้อำนาจการควบคุมของผู้ที่อยู่เหนือกว่า

(ข) มุมกล้องระดับสูง (High Angle) ตำแหน่งของกล้องจะอยู่ในระดับที่สูงกว่าสิ่งที่ถ่ายเวลาบันทึกภาพจึงต้องกดลงมามุมนี้จะทำให้มองเห็นเหตุการณ์ทั่วถึงเหมาะที่จะใช้กับฉากที่ต้องการแสดงความงามของทัศนียภาพอีกทั้งมุมนี้ยังทำให้สิ่งที่ถ่ายมองดูเล็กลงทำให้รู้สึกต่ำต้อย

(ค) มุมกล้องระดับสายตา (Eye Level) เป็นการตั้งกล้องในระดับเดียวกันกับสายตาของผู้ชมการเสนอมุมแบบนี้ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนอยู่ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยตนเอง

(ง) มุมกล้องระดับต่ำ (Low Angle) กล้องจะตั้งในระดับต่ำกว่าสิ่งที่ถ่ายเวลาบันทึกภาพต้องยกกล้องขึ้น ภาพมุมต่ำจะมีลักษณะตรงข้ามกับมุมสูง คือ จะให้ความรู้สึกที่ว่าสิ่งที่ถ่ายนั้น มีอำนาจ มีค่ายิ่งใหญ่ น่าเกรงขาม แสดงถึงความสง่างาม และชัยชนะ

2.2.4 ลักษณะของการจัดภาพและขนาดของภาพ

Whannel (อ้างถึงใน วรพจน์อัศวพงษ์โชติ) ได้จัดรูปแบบภาพในลักษณะต่าง ๆ คร่าว ๆ ออกได้ ๕ ประการ คือ การแปรเปลี่ยนภาพ (Visual Transformation) จากเหตุการณ์จริงมาใส่ไว้ในจอโทรทัศน์ด้วย คือ สำหรับการขยายภาพ (zoom in) นั้น Whannel ให้ทัศนะว่า เป็นธรรมชาติอยู่แล้วที่คนย่อมต้องการจะเห็นเหตุการณ์สำคัญ (action) ในขณะที่ยังเกิดขึ้นอย่างใกล้ชิดและชัดเจนในการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา จึงมีแบบแผนการจับภาพจากภาพกว้างสู่ภาพขนาดกลางในช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญต่อเนื่อง

นอกจากนิยมจับภาพขนาดใกล้ใบหน้าของนักกีฬาภายหลังจากที่เหตุการณ์สำคัญนั้น ๆ จบลงแล้ว ซึ่งถ้าไม่ใช่ใบหน้าของความยินดี เมื่อสามารถทำคะแนนได้ก็จะเป็นสีหน้าของความผิดหวังเมื่อพลาดไป และนอกจากนี้ ยังมีช็อตพื้นฐาน (basic shots) เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะ และขนาดของภาพที่จะถ่าย ดังนี้

(ก) ภาพระยะไกลมาก Extreme Long shot (ELS) หมายถึง การถ่ายภาพในระยะที่อยู่ไกลมาก เพื่อให้เห็นถึงบรรยากาศโดยรอบของสถานที่ หรือสภาพแวดล้อมที่ไม่มีการเน้นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

(ข) ภาพระยะไกล Long shot (LS) หมายถึง การถ่ายภาพวัตถุในระยะไกลเพื่อแสดงที่ตั้ง หรือส่วนประกอบในฉาก หรือแสดงสัดส่วนของขนาดวัตถุเปรียบเทียบกับส่วนประกอบ อื่น ๆ ในฉาก เช่น ภาพเต็มตัว

(ค) ภาพระยะไกลปานกลาง Medium Long shot (MLS) หมายถึง การถ่ายภาพวัตถุในระยะไกลที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของวัตถุ

(ง) ภาพระยะปานกลาง Medium shot (MS) หมายถึง การถ่ายภาพวัตถุในระยะปานกลาง เพื่อตัดฉากหลังและรายละเอียดอื่น ๆ ที่ไม่จำเป็นออกไป อีกทั้งยังเป็นการถ่ายภาพวัตถุให้เห็นภาพที่ใหญ่กว่าเดิม เน้นส่วนละเอียดมากขึ้น เช่น ภาพครึ่งตัว

(จ) ภาพระยะปานกลางใกล้ Medium Close Up shot (MCU) หมายถึง

ภาพถ่ายวัตถุในระยะปานกลาง ที่ถ่ายเน้น รายละเอียดของวัตถุให้เข้าใกล้มากขึ้น

(ฉ) ภาพระยะใกล้ Close Up (CU) หมายถึง ภาพถ่ายระยะใกล้วัตถุ เพื่อเน้น วัตถุ หรือ บางส่วนของวัตถุขจัดสิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ต้องการแสดงออกไปขยายให้เห็นรายละเอียดเฉพาะ ของวัตถุให้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ภาพครึ่งหน้าอก

(ช) ภาพระยะใกล้มาก Extreme Close Up (ECU) หมายถึง ภาพถ่ายที่เน้นให้ เห็นส่วนใดส่วนหนึ่งของวัตถุอย่างชัดเจน เช่น นัยน์ตา เพื่อแสดงอารมณ์ของผู้ที่อยู่ในภาพ

2.2.5 การดำเนินงานหลังการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ (Post Production) ในการ ดำเนินงานหลังการผลิตเป็นขั้นตอนที่ดำเนินการหลังจากการผลิตเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไข พร้อมทั้งการประเมินผลรายการ ซึ่งศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (2545) อรุณช เลิศจรยารักษ์ (2539) และศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา (2531) ได้กล่าวถึง การดำเนินงานหลังการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

(ก) การตัดต่อลำดับภาพและผสมเสียง ภายหลังจากการปฏิบัติการผลิตและ บันทึกลงเทปทั้งในห้องส่งและนอกห้องส่งแล้ว ทีมตัดต่อก็จะนำภาพที่บันทึกมาลำดับเรียงตามที Continuity ได้จัดบันทึกไว้อย่างละเอียดว่าช่วงไหน ตอน ไหน จะตัดต่อด้วยตอนไหน บางรายการ จะนำเทคนิคพิเศษ เช่น การหมุนภาพ พลิกภาพมาใส่ ในช่วงไตเติ้ลรายการ บางครั้งผู้ผลิตรายการก็ อาจจะจ้างบริษัทผลิตไตเติ้ลทำไตเติ้ลมา 30 วินาที แล้วตัดใส่หัวเรื่องของรายการทุก ๆ ครั้ง

(1) การตัดต่อลำดับ ภาพมีการตัดต่อแบบต่อชน คือ แต่ละตอนแต่ละช่วง ของรายการถ่ายทำมาสมบูรณ์แล้วเพียงนำมาเชื่อมรายการเท่านั้นการตัดต่อแบบนี้ทำได้ง่ายบาง รายการจะเป็นการลำดับภาพใหม่มีการเลือกภาพใหม่บางส่วนใดควรใส่ภาพสอดแทรก ช่วงใดควรเป็น ภาพมุมที่สวยกว่า ช่วงใดควรใส่ภาพใกล้ภาพไกล ภาพกลาง ภาพ Cut Away การตัดต่อ และลำดับ ภาพแบบนี้ ต้องอาศัยศิลปะในการตัดต่อ และลำดับภาพอย่างมาก จึงจะได้ภาพที่รวบรวม และแต่ ละภาพจะสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ ได้ตามจินตนาการที่ทีมงานการผลิตได้วางแนวโครงเรื่องไว้ ในส่วนของผู้ผลิตรายการแล้วจะปล่อยให้เป็นที่ของผู้กำกับรายการ ผู้ตัดต่อลำดับภาพ รับผิดชอบ ผู้ผลิตรายการจะดูอย่างผิวเผิน บางครั้งอาจจะดูหลังจากการตัดต่อครั้งแรกและให้ คำแนะนำก่อนที่จะตัดต่อเสร็จครั้งสุดท้ายอย่างไรก็ตามการใส่ภาพพิเศษ กราฟิกการซ้อนตัวหนังสือ และการใส่ภาพพิเศษอื่น ๆ บางครั้งอาจจะสิ้นเปลืองงบประมาณสูงแต่ถ้าตัดต่อใส่ภาพพิเศษแล้วทำ ให้รายการดีขึ้นอย่างมากผู้กำกับรายการอาจขอความเห็นจากผู้ผลิตรายการในการตัดสินใจเพิ่ม งบประมาณส่วนนี้เข้าไป

(2) การผสมเสียง หมายถึงรวมถึงการใส่เสียงเพลง เสียงคนบรรยายเสียง ประกอบและเสียง จริงลงไปรายการเพื่อให้รายการสมบูรณ์เสียงเป็นส่วนสำคัญ เช่นกันถ้ารายการ ดีภาพดีเรื่องดีแต่การผสมเสียงลงในแถบเสียงไม่ดีผิดพลาดหรือผู้บรรยายเสียงไม่ดีจะทำให้รายการ ทั้งรายการเสียไปด้วย ดังนั้น ผู้ผลิตรายการในช่วงวางแผนจะต้องเลือกตัวผู้บรรยาย ซึ่งถ้าเสียงดี

เหมาะกับการขายและมีความชำนาญจะทำให้รายการ ทั้งรายการดีแต่ต้องใช้งบประมาณสูง ในการจ้าง

(ข) ตรวจสอบความถูกต้อง/แก้ไข เมื่อเทปโทรทัศน์ดังกล่าว ได้ถูกตัดต่อและบันทึกเสียงต่าง ๆ ตามบทที่ได้กำหนดไว้แล้วก็นำเอาเทปโทรทัศน์ดังกล่าว ออกฉายให้ผู้ร่วมงานฝ่ายต่าง ๆ ได้ชมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบ และวิจารณ์อีกครั้งหนึ่งว่ามีอะไรขาดตกบกพร่องบ้าง หากเรียบร้อยแล้วก็ทำ Master Tape ดังกล่าว ไปสำเนาลงบนเทปที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้ฉายกับกลุ่มเป้าหมายได้เลย แต่อย่างไรก็ตามหากต้องการตรวจสอบความสมบูรณ์ของเทปโทรทัศน์ดังกล่าว เราก็ควรจะนำไปฉายทดลองให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยสุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย เมื่อฉายให้กลุ่มตัวอย่างชมแล้วก็แก้ไขให้เรียบร้อย จากนั้น จึงนำไปบันทึกลงเทปแล้วนำไปฉายต่อไป การที่ต้องนำมาฉายให้กลุ่มตัวอย่างชมอีกครั้งหนึ่ง เพราะต้องการตรวจสอบความแน่นอน ของเนื้อหาและความสมจริงสมจังของภาพจากทัศนะของกลุ่มเป้าหมาย เพราะหากจะเอาแต่ทัศนะ ของกลุ่มผู้ผลิตอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอเพราะต่างมีภูมิหลัง (Background) ที่แตกต่างกัน ฉะนั้น การที่นำเอาเทปโทรทัศน์ไปฉายในกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายนั้น จะได้ข้อคิดเห็นที่เป็นจริงทำให้การผลิตเทปโทรทัศน์ ดังกล่าวประสบความสำเร็จ

(ค) การออกอากาศ การออกอากาศเป็นการนำเทปรายการโทรทัศน์ที่จัดทำเสร็จแล้วไปออกอากาศ ซึ่งต้องมีการวางแผนล่วงหน้า และจัดเวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับสภาพการรับชมรายการของกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป และบุคคลที่มีความบกพร่องทางร่างกาย

(ง) การประเมินผลรายการ การประเมินผลรายการเพื่อให้ได้ข้อมูลมาปรับปรุงรายการให้เหมาะสม ทันสมัย ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป การวางแผนนับเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากรายการ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อสารมวลชนที่มีราคาค่อนข้างแพงแพงทั้งวัสดุอุปกรณ์การของพระพุทธรูปอนุชา ภัณฑ์และการผลิต ตลอดจนการผลิตต้องอาศัยเทคนิคการผลิตที่สูง ฉะนั้นหากมีการวางแผนในการผลิตอย่างรอบคอบในแต่ละขั้น ตอนของกระบวนการผลิตเทปโทรทัศน์แล้วย่อมจะทำให้การผลิตรายการโทรทัศน์ดำเนิน ไปอย่างราบรื่น และสำเร็จลุล่วงไปตามกำหนดเวลา และได้ผลตามความมุ่งหมายที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์สิ่งที่จะย้าเตือนในการผลิตรายการโทรทัศน์ก็คือ เทปโทรทัศน์เป็นงานที่เกิดจาก การทำงานของผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ ฝ่ายร่วมกัน ฉะนั้น การทำงานเป็นกลุ่ม (Term Work) จึงเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการผลิตเทปโทรทัศน์ความสำเร็จของรายการโทรทัศน์เกิดการ ร่วมความคิด ร่วมแรงร่วมพลังของบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย ทุก ๆ คนมีความสำคัญเท่าเทียมกันและต่างก็มีความชำนาญกันในคนละเรื่อง จากแนวคิดดังกล่าวคือกระบวนการในการ

ผลิตรายการโทรทัศน์โดยนำแนวคิดดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการศึกษาขั้นตอนการทำงาน ซึ่งเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตรายการให้ออกมาสมบูรณ์⁴

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า การผลิตรายการโทรทัศน์รายการสดเป็นรายการโทรทัศน์ที่ถ่ายภาพสด ๆ แล้วออกอากาศแพร่ภาพในทันที รายการสดมี 2 ประเภทด้วยกัน คือ รายการสดในสตูดิโอ หมายถึง รายการที่ทำกันในสถานีห้องสตูดิโอแล้วมีการออกอากาศกันเลยทีเดียว และรายการสดนอกสถานีคือ รายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานที่แล้วส่งสัญญาณออกอากาศโดยมีรถสำหรับอุปกรณ์ในการถ่ายทอดรายการไปครบถ้วน นอกจากนี้ยังมีรายการสำเร็จรูปเป็นรายการที่สร้างขึ้นมาก่อนสำหรับรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ มีทั้งรายการบันทึกเทปและการจัดทำวีดิทัศน์ ซึ่งพร้อมออกอากาศภายหลังและ นอกจากนี้ การผลิตรายการโทรทัศน์จะประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ๆ อยู่ 3 ขั้นตอน คือ ก่อนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ระหว่างผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์และหลังการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำการผลิตรายการโทรทัศน์มาประยุกต์ใช้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาเป็นแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2.3 การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์โปรดิวเซอร์ (producer) มีหน้าที่ผลิต หรือ produce รายการโทรทัศน์ในทุก ๆ ขั้นตอน โดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ ก่อนการผลิต (เตรียมการ) การผลิต (ถ่ายทำรายการ) และหลังการผลิต (ตัดต่อ แต่งภาพและเสียงและภาพเอฟเฟ็กต์ต่าง ๆ) จนกระทั่งออกมาเป็นผลงานที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมเผยแพร่ออกไปไม่ว่าจะโดยการแพร่ภาพออกอากาศหรือไม่ก็ตาม (อย่างรายการที่เผยแพร่เฉพาะทางอินเทอร์เน็ต หรือ เป็น VCD/DVD เช่น สื่อการเรียนการสอน) ซึ่งการที่จะทำขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ได้โปรดิวเซอร์จำเป็นต้องรู้ทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิตรวมถึงบุคลากรหรือทีมงานที่ต้องใช้ในการผลิตด้วย สรุปสั้น ๆ ก็คือ รายการโทรทัศน์ที่ดูกันอยู่ทุกวันนี้ผู้ที่อยู่เบื้องหลังการผลิตทั้งหมดก็คือ โปรดิวเซอร์นั่นเองในองค์กรขนาดเล็กโปรดิวเซอร์อาจเป็นทั้งผู้ผลิต คนเขียนบท ผู้กับรายการ และแม้กระทั่งผู้ตัดต่อเอง แต่ในองค์กรใหญ่ ๆ มักมีบุคลากรทำหน้าที่เฉพาะด้าน เช่น คนเขียนบท (บางแห่งใช้ครีเอทีฟเป็นผู้เขียนบท) เจ้าหน้าที่ตัดต่อ ซึ่งแม้จะมีคนทำหน้าที่เหล่านี้ โดยเฉพาะแต่ผู้ที่ต้องควบคุมดูแลกำหนดแนวทางก็ คือ โปรดิวเซอร์ งานของโปรดิวเซอร์ เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์ คือ การทำงานของหลาย ๆ ฝ่ายร่วมกันทำให้งานหลักของโปรดิวเซอร์มักเป็นเรื่องของการจัดการและการประสานงานมากกว่าอย่างอื่นในฐานะที่โปรดิวเซอร์เป็นผู้ควบคุมการผลิตให้เกิดขึ้น จึงเป็นเหมือนผู้นำทีมการผลิตจึงต้องทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้แต่ละฝ่ายทำงานของตนให้ทันตามกำหนดเวลาและคอยแก้ไขประสาน

⁴ แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์. (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก http://www.research-system.siam.edu/images/609/05_ch2.pdf

ปัญหาเมื่อเกิดเหตุขัดข้องในการทำงานแต่ในฐานะหนึ่งในทีมงานการผลิตอาจเปรียบการทำงาน
ของโปรดิวเซอร์ ได้ดังนี้

2.3.1 Planner โปรดิวเซอร์ คือ นักวางแผน โปรดิวเซอร์ เป็นผู้ทำให้ “ความคิด”
(idea) ออกมาเป็นรูปเป็นร่างเพื่อนำไปสู่การผลิต หรือ สคริปต์ (Script) โดยความคิดนี้อาจเกิดขึ้นได้
ทั้งสองกรณี การรับคำสั่งให้ผู้ผลิตจากผู้บริหาร หรือ อาจเป็นการรับโจทย์จากลูกค้า เช่น เจ้าของ
ผลิตภัณฑ์ต้องการลงโฆษณาทางโทรทัศน์หรือเอเจนซี่โฆษณาซึ่งจะเป็นฝ่ายกำหนดมาว่าอยากได้
รายการแบบไหน เพื่อให้เข้ามากับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายของตน เช่น รายการแนวท่องเที่ยว
วาไรตี้ ทอล์คโชว์ เป็นต้น

กรณีนี้ก็เหมือนกับการ customize รายการโทรทัศน์เพื่อตอบสนองความต้องการ
ของผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้ มักมีชื่อสินค้าในชื่อรายการด้วย (แต่ก็แล้วแต่การขาย
ของฝ่ายการตลาดได้ไปตกลงกับลูกค้าไว้อย่างไร) เช่น รายการ Sony Style ทางช่อง AXN เป็นต้น
ผลิตรายการก่อนขายทำนองเดียวกับการ “สร้างบ้านก่อนขาย” คือ คิดรายการเพื่อผลิตป้อนช่อง
ตนเอง เป็นการผลิตรายการขึ้นก่อน ค่อยนำรายการไปขายให้กับผู้สนับสนุนที่น่าจะสนใจ รายการ
ประเภทนี้ ในการคิดรูปแบบรายการและเนื้อหานั้นบางบริษัทจะมีครีเอทีฟ (Creative) ทำหน้าที่นี้
แต่ก็ยังมีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องทำงานร่วมกับโปรดิวเซอร์ซึ่งจะเป็นผู้ช่วยนำแนวทางด้าน
การผลิตให้กับครีเอทีฟ เพื่อให้มั่นใจว่าสิ่งที่คิดขึ้นมาจะสามารถนำมาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ได้
จริงภายใต้งบประมาณและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งหากครีเอทีฟไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านการผลิตก็
อาจคิดรายการที่ทำออกมาไม่ได้ (ด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์กร) เมื่อได้ “ไอเดีย” ในการผลิต
สร้างสรรค์รายการมาแล้วตรงนี้เองที่โปรดิวเซอร์ในฐานะนักวางแผนต้องกำหนดว่าจะทำการผลิต
อย่างไร ตั้งแต่รูปแบบรายการ (เช่น รายการคุย สัมภาษณ์แบบกันเอง หรือ แบบทางการมีพิธีกรหรือ
ผู้ดำเนินรายการหรือไม่แบ่งรายการเป็นกี่ช่วงเนื้อหาในแต่ละช่วงมีอะไรบ้าง) ไปจนถึงกำหนดตาราง
หรือแผนการถ่ายทำต่าง ๆ เช่น สถานที่ถ่ายทำที่ (ในสตูดิโอหรือนอกสตูดิโอ) ถ้าถ่ายข้างนอกต้องม
ีการขออนุญาตสถานที่ล่วงหน้าหรือไม่นานเท่าไรต้องใช้กล้องตัวเดียว หรือหลายตัว มีทีมงาน
ที่ต้องใช้ต่อการผลิตหนึ่งครั้ง (หนึ่งเทป) ก็คนถ้าถ่ายทำนอกสถานที่จำเป็นต้องมีการจัดแสงหรือใช้ไฟ
เพิ่มเติมหรือไม่จะทำสต็อกเทปหรือไม่ถ้าต้องทำจะวางแผนการบันทึกเทป อย่างไรก็ตามก็ตามควิธีกร
สถานที่ถ่ายทำรายการต้องมีความพร้อมของยานพาหนะ เป็นต้น ทั้งหมดนี้เป็นเพียงตัวอย่าง
สิ่งที่โปรดิวเซอร์จะต้องวางแผนเท่านั้นจะเห็นได้ว่าโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่อง
ของขั้นตอนและกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์อย่างละเอียดเป็นพื้นฐานสำคัญเพื่อจะได้
วางแผนการผลิตต่าง ๆ เหล่านี้ได้อย่างครบถ้วนแต่การวางแผนแม้ว่าจะดีแค่ไหนแต่ก็ไม่มีประโยชน์
ถ้าทำตามแผนการผลิตที่วางไว้ไม่ได้ ดังนั้น สิ่งสำคัญสำหรับนักวางแผนที่ดีก็คือ การทำตาม
แผนการผลิตนั้นให้ได้อย่างเคร่งครัด

2.3.2 Researcher โปรดิวเซอร์ คือ นักค้นคว้าเมื่อได้ไอเดียร์ทำรายการมาแล้วโปรดิว
เซอร์ต้องทำการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของรายการ (บางองค์กรอาจมีผู้ทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะ

เช่น ฝ่ายข้อมูล หรือให้ครีเอทีฟเป็นผู้รับผิดชอบ แล้วแต่ว่าเนื้อหาของรายการเน้นด้านนี้มากน้อยเพียงใด) ซึ่งแม้จะมีฝ่ายข้อมูลหรือผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยค้นคว้าแต่โปรดิวเซอร์ก็ยังคงจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ ด้วยข้อมูลส่วนใดที่อ่านแล้วเกิดคำถามก็ต้องหาคำตอบ เพราะนั่นอาจเป็นคำถามเดียวกับที่เกิดขึ้นกับคนดูก็ได้ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตรายการโดยเฉพาะที่เน้นข่าวสารข้อมูลจำเป็นต้อง ให้ข้อมูลที่ทั้งถูกต้องและครบถ้วน

2.3.3 Creative โปรดิวเซอร์ คือ นักสร้างสรรค์รายการในบางครั้ง โปรดิวเซอร์ในองค์กร ขนาดเล็กหรือโปรดักชันเฮาส์ (บริษัทที่รับหน้าที่ผลิตรายการโทรทัศน์บรอดคาสต์โทรทัศน์หรือช่องต่าง ๆ โดยมีทีมงานของตนเองหรือจ้างคนอื่นอีกทอดหนึ่ง) จำเป็นต้องทำหน้าที่เป็นครีเอทีฟเพื่อสร้างสรรค์ให้รายการมีเนื้อหาที่ใหม่ ทันสมัยและน่าสนใจอยู่เสมอตัวอย่าง เช่น โปรดิวเซอร์รายการเพลงก็ต้องคิดบทพูดใหม่ ๆ ให้กับวีเจบ้าง ไม่ใช่เขียนสคริปต์ให้วีเจพูดเหมือนเดิมทุกวัน ข้อมูลเกี่ยวกับเพลงก็ต้องหลากหลายและทันสมัย เช่น หากวันนี้พูดว่าใครแต่งเพลงนี้ ไปแล้วพุงนี้ หากมีการเปิดเพลงนี้ก็ต้องพูด เกี่ยวกับเพลงในประเด็นอื่นบ้าง เช่น อัปเดตข่าวของศิลปินเพลงนั้น หรือ กล่าวถึงตัวมิวสิกวิดีโอบ้าง หรือในช่วงเทศกาลพิเศษอาจคิดธีม (Theme) สำหรับใช้ในรายการ เช่น ช่วงคริสต์มาสหากเป็นรายการที่ปรกติถ่ายบน blue screen ก็อาจเปลี่ยนบรรยากาศมาเป็นถ่ายทำในฉากที่มีต้นคริสต์มาสบ้างเป็นต้น เพื่อให้รายการดูทันสมัย update และมีสีสันอยู่เสมอ โปรดิวเซอร์ที่เป็นนักวางแผนที่ดีสามารถคิดธีมที่เป็นเทศกาลได้ล่วงหน้าตลอดทั้งปีไม่เข้มงวดริเริ่มล่วงหน้าเพียงสัปดาห์เดียว (หรือบางทีก็กระชั้นกว่านั้น) การคิดธีมล่วงหน้าช่วยเพิ่มสีสันและลูกเล่นให้กับรายการได้มากกว่าการเตรียมตัวเพียงระยะสั้น ๆ เช่น อาจสั่งทำกราฟิก ลูกเล่นเพิ่ม (ซึ่งการทำกราฟิกอาจต้องใช้เวลาาน) เปลี่ยน background ใหม่เฉพาะเทศกาลให้กับรายการที่ถ่ายทำบนบลูสกรีนเป็นต้น

2.3.4 Writer โปรดิวเซอร์ คือ นักเขียนโปรดิวเซอร์รายการโทรทัศน์บางครั้ง ต้องทำหน้าที่เขียนสคริปต์หรือบทพูดด้วย และในการเขียนบทนี้โปรดิวเซอร์อาจต้องสวมบทบาทของครีเอทีฟด้วย เพื่อสร้างสรรค์คำพูดใหม่ ๆ ให้แตกต่างจากเดิม โดยเฉพาะรายการที่มีการออกอากาศทุกวันจำเป็นต้องเปลี่ยนคำพูดบ้าง เพื่อไม่ให้เกิดความเบื่อหน่าย หรือถ้าไม่สามารถทำได้จริง ๆ ก็อาจทำบทพูดให้เหมือนเดิม ทุกวันแต่เป็นการตั้งใจทำมีจุดประสงค์ เพื่อให้คนดูจำได้หรือเป็นการให้ข้อมูล จำเป็นสำหรับผู้ชมที่อาจดูรายการเป็นครั้งแรกเช่น “รายการนี้ผู้เข้าแข่งขันจะต้องฝ่าด่านสุดสยองสามด่านผู้ที่ทำไม่ได้จะถูกกำจัดออกไป ส่วนผู้ที่ผ่านทั้งสามด่านได้และทำเวลาได้ดีที่สุดจะได้รับรางวัล 3 แสนบาทสิ่งที่เกิดขึ้นในรายการนี้ ได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากมืออาชีพบุคคลใด ๆ ไม่ควรลองหรือพยายามทำไม่ว่าในสถานที่ใดก็ตาม” ในฐานะนักเขียนโปรดิวเซอร์ต้องมีพื้นฐานการเขียนที่ดีและเขียนบทให้เหมาะกับรูปแบบรายการ เช่น รายการบันเทิงเชิง Gossip ควรใช้คำทันสมัยวัยรุ่น ส่วนรายการสารคดีต้องเขียนบทให้เป็นทางการมากกว่าเพราะต้องการความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การเขียนบทพูดก็ต้องใช้ภาษาพูดเพื่อให้พิธีกรผู้ดำเนินรายการสามารถพูดได้อย่างเป็นธรรมชาติเพราะคนดูคงไม่ต้องการพิธีกรที่มาอ่านสคริปต์ให้ฟัง

2.3.5 Controller (Manager) โปรดิวเซอร์ คือ ผู้ควบคุม หรือ ผู้จัดการในส่วนของ การเตรียมการผลิต โปรดิวเซอร์ต้องควบคุมดูแลหรือจัดการให้ครีเอทีฟ ฝ่ายข้อมูล ฝ่ายกราฟิก ออกแบบฉาก ฯลฯ ทำงานของตนให้เสร็จทันกำหนด เพื่อจะได้เริ่มต้นการถ่ายทำได้ในส่วนของ การผลิตรายการ (ในกรณีที่ยังไม่มีตำแหน่งผู้กำกับ) โปรดิวเซอร์จำเป็นต้องควบคุมการดำเนิน รายการของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการหรือผู้ประกาศข่าวการให้คิวพิธีกรคอยดูให้การเปิด VTR หรือภาพข่าวหรือสืู่ปรายการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่ถูกต้องไปจนถึงการส่งคัต เพื่อเข้าช่วง โฆษณา หรือการส่งให้ถ่ายใหม่ (เทค) ในส่วนของ post production หรือ ขั้นตอนหลังการผลิต โปรดิวเซอร์ก็ต้องควบคุมเจ้าหน้าที่ตัดต่อให้ลำดับภาพตรงตามเป้าหมายหรือเนื้อหาของรายการ หรือให้เหมาะสมกับลำดับเวลากำหนดความเร็ว-ช้าในการดำเนินเรื่อง และ/หรือกำหนด ส่วนที่ ต้องการเอฟเฟ็กต์เพิ่มเติม ไม่ว่าจะ เป็นเอฟเฟ็กต์ภาพหรือเสียงและเมื่องานเสร็จก็ต้องดูแลควบคุม คุณภาพของรายการให้ได้มาตรฐานด้วย หากมีส่วนใดของภาพเสีย หรือเสียงไม่ชัดโปรดิวเซอร์ต้องรู้ และสั่งแก้ไขก่อนที่จะงานจะแพร่ภาพออกอากาศไปท้ายที่สุด โปรดิวเซอร์ต้องทำหน้าที่ เหมือน เซ็นเซอร์ในฐานะผู้ผลิตสื่อที่เป็นมวลชนต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณและจริยธรรมของสื่อต่อสังคมด้วย เช่น หากมีการใช้ถ้อยคำไม่สุภาพก็ต้องสั่งให้ตัดออก หรือทำการแก้ไขทันที หรือหากเป็นรายการ เกี่ยวกับเรื่องตมึนเมา ก็อาจต้องพิจารณาความเหมาะสมเอง เช่น ขึ้นตัวหนังสือ หรือ คำเตือนใน รายการ

2.3.6 Handyman โปรดิวเซอร์ คือ สารพัดช่างโปรดิวเซอร์มีหน้าที่แก้ไขปัญหาทุกสิ่ง อย่างที่เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต เพื่อให้การผลิตรายการดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น ไม่ว่าจะ เป็นปัญหาเฉพาะหน้า หรือปัญหาระยะยาว ปัญหาเฉพาะหน้า มักจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น ในระหว่าง การผลิตรายการ เช่น อุปกรณ์เสีย เทปยับ ลืมบันทึกในขณะที่ถ่าย พิธีกรมาช้า ฯลฯ หรือ ในระหว่างการออกอากาศสด เช่น สัญญาณหายภาพไม่มา หรือหน้าจอดำ ไฟดับ พิธีกรไม่รู้ จะพูดอะไรจนเกิดเป็นสิ่งที่เรียกว่า Dead Air เป็นต้น ส่วนปัญหาระยะยาวได้แก่ อุปกรณ์ขาดแคลน บุคลากรไม่เพียงพอองค์กรไม่จัดสรรงบประมาณรายการขายไม่ออก เป็นต้น ปัญหาทั้งหลายเหล่านี้ โปรดิวเซอร์ต้องสามารถคิดหาหนทางแก้ไขสถานการณ์ให้ได้เพื่อให้มีผลงานออกอากาศได้ทัน ตามกำหนดหรือออกมาดีที่สุดในที่สุด และไม่ลืมว่าโปรดิวเซอร์ก็เป็นคนควบคุมคุณภาพรายการ (quality control) ด้วยเหมือนกัน

2.3.7 Businessperson โปรดิวเซอร์ คือ นักธุรกิจในการนำเสนอโครงการผลิตรายการ (proposal) ไม่ว่าจะ เป็นการเสนอต่อผู้บริหารหรือผู้สนับสนุนรายการ โปรดิวเซอร์จำเป็นต้องมี ทักษะในการพูดโน้มน้าวใจเพื่อให้ลูกค้า (หรือผู้บริหาร) “ซื้อ” รายการของตน เพื่อจะได้ผลิต รายการตามที่คิดไว้แม้ว่าตามหลักแล้ว องค์กรมักมี “ฝ่ายขาย” ที่ทำหน้าที่นี้แต่ในการออกไปพบปะ ลูกค้าที่จะมาเป็นผู้สนับสนุนรายการนั้น โปรดิวเซอร์อาจต้องออกไปช่วยนำเสนอรายการด้วย

เนื่องจาก โปรดิวเซอร์เป็นผู้ที่รู้จักรายการของตนดีที่สุดและสามารถให้คำตอบที่เกี่ยวข้อง กับเนื้อหารายการรวมทั้งเทคนิคด้านการผลิตได้อีกด้วย ที่สำคัญเมื่อมองในด้านของโปรดิวเซอร์แล้ว

การออกไป present งานต่อลูกค้าพร้อมกับฝ่ายขายนั้นจะส่งผลดีในอีกทางหนึ่งนั่น คือ โพรดิวเซอร์สามารถควบคุมไม่ให้ฝ่ายขาย “รับปาก” ลูกค้าจนเกินเลยความสามารถในการผลิตของเราได้ด้วย นอกจากนี้โพรดิวเซอร์ยังต้องสามารถประเมินต้นทุนการผลิต การจัดทำงบประมาณ และใช้ทักษะการพูดเพื่อโน้มน้าวใจให้คนในทีมงานให้กับตนได้อย่างเต็มที่ และเต็มความสามารถด้วยหลักการที่โพรดิวเซอร์ควรยึดไว้เป็นสัจธรรม คือ หลัก 5P “PrePlanningPrevents Poor Performance” เนื่องเพราะการเตรียมการที่ดีย่อมเป็นการป้องกันความผิดพลาดและเมื่อไม่เกิดความผิดพลาดผลงานที่ได้ก็จะออกมาดีจะเห็นได้ว่าในบรรดาบทบาทของการเป็นโพรดิวเซอร์ทั้งหมดนั้น การเป็นนักวางแผนที่ดีถือว่า เป็นหลักสำคัญประการแรกของการประกอบอาชีพนี้เลยทีเดียว คุณลักษณะของโพรดิวเซอร์นั้นเมื่อดูจากลักษณะงานข้างต้น สรุปได้ ดังนี้

(ก) People Skill มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นรู้จักวิธีพูด

(ข) Managerial Skill มีทักษะในด้านการจัดการ การวางแผน รู้จักใช้งานคนให้ถูกงานและหน้าที่ ที่กล่าว เช่นนี้เพราะ ในบางครั้งโพรดิวเซอร์อาจมีผู้ใต้บังคับบัญชา คือ ผู้ช่วยโพรดิวเซอร์ (หรือบางแห่งเรียกco-producer หรือ line producer ก็มี) อาจต้องมีการแจกจ่ายหรือแบ่งงานกันออกไป ดังนั้น โพรดิวเซอร์ควรรู้จักผู้ใต้บังคับบัญชาของตนเป็นอย่างดี ใครถนัดรายการ แนวไหนหรือว่าถนัดในเรื่องใด ควรจัดสรรคํานให้ตามความเหมาะสมและความถนัดของแต่ละคนเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

(ค) Problem Solving Skill มีทักษะในด้านการแก้ปัญหาที่ดีซึ่งทักษะข้อนี้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และสะสมจากประสบการณ์การทำงานเป็นหลัก

(ง) Leadership Skill ทักษะในด้านความเป็นผู้นำเนื่องจากโพรดิวเซอร์ก็คือผู้นำทีมงานการผลิตทั้งหมดนั่นเอง หากโพรดิวเซอร์เป็นคนโลเล ตัดสินใจอะไรไม่ได้การทำงานก็เกิดอุปสรรคไม่ราบรื่นเหมือนต้นหนที่ไม่รู้จะนำเรือไปในทิศใด เมื่อเห็นทางแยกอยู่ข้างหน้า

(จ) Team Player นอกจากจะเป็นผู้นำแล้วโพรดิวเซอร์ยังต้องเป็นผู้เล่นในทีมด้วยนั่นก็คือทำงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับคนในทีม และต้องเข้าใจว่าการผลิต หรือ production ไม่ว่าจะใหญ่ หรือเล็กต่างก็เป็นผลรวมของความพยายามในการทำงานร่วมกันของแต่ละบุคคล ที่มีทักษะเฉพาะการผลิตรายการโทรทัศน์จะสำเร็จไม่ได้เลยหากไม่มีการทำงานที่ประสานสอดคล้องกันจากทุกฝ่ายโพรดิวเซอร์จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจลักษณะงานของฝ่ายต่าง ๆ เป็นอย่างดี อีกด้วย

(ฉ) Punctuality สิ่งสำคัญสำหรับโพรดิวเซอร์ทุกคน คือ การเป็นคนตรงต่อเวลา เพราะการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น ความล่าช้าของใครคนใดคนหนึ่งในทีมก็จะส่งผลต่อคนอื่น ๆ ในทีมต่อไปเป็นลูกโซ่ นอกจากนี้ยังต้องสามารถทำงานให้เสร็จภายใต้กำหนดเวลาออกอากาศหรือกำหนดส่งงานด้วย

(ช) Flexibility ปัจจัยที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการผลิตรายการโทรทัศน์ก็คือ การเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ผู้ที่ประกอบอาชีพในสาขานี้

จำเป็นต้องฝึกตนเองให้เป็นคนที่ยืดหยุ่น และรู้จักปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้อยู่เสมอ อย่าสร้างกรอบ ทางเดินให้กับตัวเองการแก้ปัญหาให้เกิดผลที่ดีที่สุดนั้น บางครั้งก็ต้องมีการยืดหยุ่นโอนอ่อนผ่อนตามและปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ให้ได้⁵

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ โปรดิวเซอร์มีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ในทุกขั้นตอนได้แก่ ก่อนการผลิต คือ เตรียมการผลิตได้แก่ ถ่ายทำรายการและหลังการผลิต ได้แก่ การตัดต่อ การแต่งภาพและเสียง และภาพเอฟเฟกต์ต่าง ๆ จนกระทั่งออกมาเป็นผลงานที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมเผยแพร่ออกไปไม่ว่าจะโดยการแพร่ภาพออกอากาศ เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นการทำงานของหลาย ๆ ฝ่ายร่วมกัน ทำให้งานหลักของโปรดิวเซอร์มักเป็นเรื่องของการจัดการและการประสานงานมากกว่าอย่างอื่น ในฐานะที่โปรดิวเซอร์เป็นผู้ควบคุมการผลิตให้เกิดขึ้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับด้านการควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์มาประยุกต์ เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2.4 การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P (ไซต์แห่งการเรียนรู้ 2563)

การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์การผลิตรายการโทรทัศน์เปรียบไปคงคล้ายกับการทำอาหาร คือ จะปรุงอย่างไรให้อร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการอาหารทั้งคาวหวานแต่ละชนิดต้องใช้อะไรเป็นส่วนผสม แต่ละชนิดต้องใช้ปริมาณเท่าไร จะหาได้จากที่ไหน มีขั้นตอนการปรุงอย่างไรรสชาติจึงจะถูกปากทุก ๆ ขั้นตอนต้องมีการวางแผน เช่นเดียวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เพราะถ้าหากได้มีการวางแผนเตรียมการทุกขั้นตอนไว้ดีแล้วก็จะสามารถจินตนาการถึงเรื่องราวตอนจบได้เลย การถ่ายทำการตัดต่อก็จะไม่สะดุด ไม่ต้องมาเสียเวลาถกเถียงกันภายหลัง ซึ่งจะทำให้มีผลกระทบต่อส่วนอื่น ๆ ตามมา เช่น งบประมาณบานปลาย งานล่าช้าไม่เสร็จทันตามเวลาที่กำหนดไว้แล้วอาจจะถูกปรับหรือยกเลิกไม่มีโอกาสได้นำเสนอ หรือทีมงานอาจจะไม่ขอทำงานร่วมกันอีกเลยแล้วแต่เป็นผลเสียทั้งสิ้นทุกขั้นตอนของการผลิตรายการมีปัจจัยมีองค์ประกอบมีรายละเอียดต่าง ๆ ทั้งเรื่อง คน (Man) วัสดุ อุปกรณ์ (Material) งบประมาณ (money) การจัดการ (Management) รวมทั้งเวลา (Time) เข้ามาเกี่ยวข้อง (4M+1T) การเตรียมความพร้อมที่ดีจะทำให้งานสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง ปัญหาเป็นเรื่องปกติของการทำงาน เพื่อให้เกิดปัญหาน้อยที่สุดก่อนที่จะออกไปปฏิบัติงานจริงจึงต้องช่วยกันคิดตั้งสมมุติฐานว่าถ้าเกิด ปัญหาอย่างนี้ จะแก้ปัญหาที่นั้น ด้วยวิธีใดได้อย่างไรตั้งคำถามและหาคำตอบไว้ล่วงหน้าดังนั้นก่อนที่จะผลิตรายการโทรทัศน์ จึงควรมีขั้นตอน 3P ดังนี้

P 1 = Pre- production คือ ขั้นตอนของการเตรียมงานก่อนที่จะผลิตรายการจริง P 2 = Production คือ ขั้นตอนของการผลิตรายการ

⁵ การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ .(2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก http://www.research-system.siam.edu/images/609/05_ch2.pdf

P 3 = Post -production คือ ขั้นตอนสุดท้าย เป็นการตัดต่อก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ ในแต่ละขั้นตอนทั้งสามขั้นนั้น (3P) มีความสำคัญเท่า ๆ กัน โดยมีรายละเอียดของแต่ละขั้นตอน ดังนี้

2.4.1 P1 = การเตรียมงาน Pre-production ในขั้นตอนนี้คือจุดเริ่มต้นของการทำงาน หากมีการวางแผนเตรียมงานไว้ดีมีรายละเอียดขั้นตอน วิธีการทำงานชัดเจน แม้จะต้องใช้งบประมาณใช้เวลามากกว่าขั้นตอนอื่น ๆ ก็คุ้มค่า เพราะจะทำให้การทำงานในขั้นตอนอื่น ๆ สะดวก รวดเร็ว ลดปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

(ก) การวางแผน (Plan) คือ การกำหนดทิศทางขั้นตอนในการทำงานว่าจะทำอะไร จะทำ อย่างไร จะได้อะไร เป็นการตั้งคำถามและหาคำตอบหาข้อสรุปให้ใกล้เคียงกับคำถามได้มากที่สุด โดยมีหัวข้อไว้ตั้ง คำถามหลัก ๆ 7 หัวข้อ คือ 5W+2H ดังนี้

- 1) กำหนดวัตถุประสงค์ทำไมจึงต้องทำ (Why?) เพื่อระบุสิ่งที่ต้องการอย่างชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้ มีขอบเขตในการดำเนินงาน
- 2) กำหนดเป้าหมายจะทำอะไร (What?) กำหนดเพื่อเป็นการคาดหวังผลสำเร็จไว้ล่วงหน้าทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ
- 3) จัดลำดับขั้นตอน การทำงาน จะทำเมื่อไร (When?) กำหนดระยะเวลาการทำงานแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงขั้นตอนสุดท้าย (วัน เดือน ปี)
- 4) กำหนดวิธีการทำงาน จะทำอย่างไร (How?) ระบุรายละเอียดในแต่ละกิจกรรม ว่าจะต้องทำอย่างไรเขียนไว้ให้ละเอียดเพื่อสะดวกต่อการนำไปปฏิบัติจริง
- 5) กำหนดสถานที่ ที่ไหน (Where?) จะผลิตรายการ(ถ่ายทำ) ในสถานที่หรือนอกสถานที่ที่ไหนบ้าง (ระยะทางใกล้หรือไกล)ตัดต่อที่ไหนเสร็จแล้วจะนำไปเผยแพร่ที่ไหนบ้าง
- 6) กำหนดผู้รับผิดชอบ แต่ละขั้นตอน ใคร (Who?) มอบหมายในแต่ละกิจกรรมระบุหน้าที่ขอบเขตในการทำงานให้ชัดเจน โดยคำนึงถึงคุณภาพของงานและความรู้ความสามารถของคนอย่าให้คนล้นงาน (คนมากกว่างาน)
- 7) กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย เท่าไร (How much?) คิดให้ละเอียดแม้ในส่วนปลีกย่อยอื่น ๆ ที่อาจจะคาดไม่ถึงก็ต้องคิดเผื่อไว้

2.4.2 การจัดทำเนื้อหา (Content) เมื่อตั้งคำถามและหาคำตอบได้แล้ว ก่อนที่จะผลิตรายการ จำเป็นที่จะต้องมึเนื้อหาสำหรับใช้เขียนบทที่มีความถูกต้องชัดเจนและมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเนื้อหาจะต้องไม่ส่งผลกระทบในทางที่เสื่อมเสียต่อสังคมมีสาระที่ให้ออกคิดที่ดีมีประโยชน์ต่อผู้ชมโดยมีที่มาของแหล่งข้อมูล ด้วยวิธีต่าง ๆ

(ก) รวบรวม ค้นคว้าหาข้อมูลจาก

- 1) เอกสาร ในห้องสมุด ผลงานวิจัย ฯลฯ
- 2) บุคคล ที่เกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ฯลฯ
- 3) สถานที่โดยการออกไปสำรวจยังแหล่งพื้นที่จริง (location)

(ข) วิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นคว้ารวบรวมมา สรุปจัดทำเป็นร่างเนื้อหา

(ค) จัดทำเนื้อหาเรียบเรียงให้ถูกต้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเขียนบท

2.4.3 เขียนบท (Script) บทเป็นเสมือนแผนที่เดินทางหรือแบบแปลนการก่อสร้างหากมีรายละเอียดชัดเจน อ่านแล้วเข้าใจก็จะทำให้การถ่ายทำสะดวกและรวดเร็วขึ้น โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

(ก) สร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ (Creation) เช่น สารคดี สาธิต ละคร ข่าว ฯลฯ อาจผสมผสานให้มีความหลากหลาย (Variety) แต่อย่าให้เบี่ยงเบนประเด็นของเรื่อง

(ข) กำหนดแก่นของเรื่อง (Theme) ต้องมีเอกภาพ (Unity) สั้น อ่านแล้วเข้าใจง่าย ตัวอย่าง เช่น ธีมของหนังเรื่องนางนาก คือ ความรักและความพลัดพราก

(ค) กำหนดเค้าโครงเรื่อง (Plot/Treatment) โดยกำหนดสัดส่วน เช่น มีบทนำ (Introduction) ประมาณ 10 % มีเนื้อหา (Content) ประมาณ 80 % มีบทสรุป (Summary) ประมาณ 10 % และในตอนจบจะต้องมีจุดสุดยอดของเรื่อง (Climax)

(ง) เขียนบทร่าง (Outline script) เมื่อกำหนดเค้าโครงเรื่องได้แล้วควรเขียนบทร่างเพื่อให้มองเห็นภาพกว้าง ๆ กำหนดฉาก บทสนทนา หรือคำบรรยาย

(จ) เขียนบทสมบูรณ์ (Full script ,Shooting script,Screenplay) เมื่อแก้ไขบทร่าง แล้วจึงควรเขียนบทที่สมบูรณ์ เขียนให้ละเอียด อธิบายให้ชัดเจนทั้งขนาดภาพ มุมมอง แสง เสียง หากเป็นการแสดงจะต้องบอกถึงกริยาท่าทาง อารมณ์ สถานที่และส่วนประกอบในฉากด้วย หรือจะเขียนเป็นภาพประกอบก็ได้ (Storyboard)

(ฉ) ตรวจสอบแก้ไขก่อนนำไปใช้ถ่ายทำ ควรให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในคณะทำงานได้รับรู้ เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมและเข้าใจตรงกัน

2.4.4 การประสานงาน (Co-ordinate) การทำงานเป็นกลุ่ม เรื่องการประสานงานเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ต้องให้ทุกคนในกลุ่มรู้และเข้าใจตรงกัน การสื่อความหมายต้องชัดเจนไม่คลุมเครือ กำหนดนัดหมายประชุมวางแผนขั้นตอนการทำงานใครมีหน้าที่ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร เพื่อให้ทุกคนรู้บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและขอบเขตการทำงานของตนเอง ผู้ที่ทำหน้าที่นี้จึงมีความสำคัญมาก เพราะหากผิดพลาดก็จะกลายเป็นการประสานงาน

(ก) คณะทำงาน (Staff)

1) ผู้เขียนบท (Scriptwriter)

2) ผู้กำกับ (Director)

3) ทีมงานด้านเทคนิคภาพ แสง เสียง และระบบ (Engineer & Technician Team)

4) ฉากศิลปกรรมกราฟิก (Scene setting Prop Art work Graphic)

5) พิธีกร วิทยากร ผู้แสดง

(ข) สถานที่อยู่ที่ไหน ระยะทางใกล้-ไกล การเดินทางไปอย่างไร ต้องใช้พาหนะ

ในการถ่ายทำ ในสถานที่ (Studio) หรือนอกสถานที่ (Outdoor) ตัดต่อรายการแบบ Off line/On line ที่ไหนเผยแพร่รายการ (สถานีออกอากาศ หรือนำไปใช้ ที่ไหน)

(ค) งบประมาณ (การเงิน พัสดุ ธุรการ) ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าวิทยากร ค่าผู้แสดง ค่าพิธีกร ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าเบี้ยเลี้ยง และค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าจัดซื้อวัสดุประกอบ รายการ ค่าโทรศัพท์ ค่ารับส่ง ค่าเอกสาร และ ค่าอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้จริง ต้องตั้งเพื่อไว้บ้างหากไม่ได้ใช้ก็สงคืบคิดว่าไม่ได้ตั้งไปไว้แต่มีความจำเป็นจะต้องใช้จริง ทำให้เสียเวลา

2.4.2 P2 = การผลิตหรือถ่ายทำ Production เมื่อถึงขั้นตอนนี้คือการนำแผนที่คิดไว้มาปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรมแม้จะไม่ตรงตามแผนที่คิดไว้ทั้งหมดแต่ก็ต้องพยายามเดินตามแผนที่ให้ได้มากที่สุด (ยืดหยุ่นใน การปฏิบัติแต่ยืนหยัดในหลักการ) ในการถ่ายทำนั้นควรเลือกใช้อุปกรณ์ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบของรายการ ได้ดังนี้

(ก) การถ่ายทำในสถานที่ (Studio) มีข้อได้เปรียบคือสามารถควบคุมแสงเสียง และจัดตกแต่งฉากได้โดยไม่ต้องกังวลกับสภาพดินฟ้าอากาศฝนตกอากาศร้อนหนาว สามารถควบคุมได้ทั้งหมดถ่ายทำได้รวดเร็วเพราะมีกล้องมากกว่าหนึ่งตัว (ส่วนมากจะมีไม่ต่ำกว่าสามกล้อง) จะทำให้ถ่ายทำได้อย่างต่อเนื่องจากหลายมุมมอง มีลำดับขั้นตอนการทำงานดังนี้

- 1) จัดทำฉาก ตกแต่งฉากตามที่ออกแบบไว้
- 2) จัดแสงให้ได้บรรยากาศตามบทและสภาพของฉาก
- 3) จัดติดตั้งไมโครโฟนตามจำนวนและจุดที่กำหนด
- 4) จัดวางตำแหน่งกล้อง ตามจุดที่กำหนดและทิศทางการเคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลง

มุมและขนาดภาพ 3 กล้อง)

5) ชักซ้อมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งทีมด้านเทคนิคและผู้ที่มาร่วมในรายการให้มีความเข้าใจตรงกัน ขั้นตอนเปิดรายการเป็นอย่างไรจะปิด รายการด้วยกล้องไหน (ชักซ้อมให้เหมือนกับการทำรายการจริง)

6) ลงมือถ่ายทำตามที่ได้ชักซ้อมไว้ระหว่างการบันทึกรายการ (ในกรณีที่ ไม่ใช่รายการสด) หากไม่ถูกต้องจะต้องสั่งหยุด (Cut) ทันทีที่ต้องควบคุมคุณภาพระดับเสียง ความถูกต้องของเนื้อหา เมื่อถ่ายทำจบแล้วควรถ่ายภาพเพื่อไว้แก้ไข Insert บ้างหรือเรียกว่า ภาพ Cut a way

(ข) การถ่ายทำนอกสถานที่ (Outdoor) แบ่งออกเป็นสามแบบ คือ

1) แบบใช้กล้องเดี่ยวเรียกว่าชุด ENG. (Electronic News Gathering) ลักษณะที่ตัวกล้องกับเครื่องบันทึกเทปประกอบติดกันทั้งแบบที่ถอดแยกส่วนได้ (Dock able) และแบบที่ประกอบเป็นชิ้นเดียวกัน (One-piece หรือ Camcorder) จึงเหมาะสำหรับงานถ่ายทำข่าว ถ่ายทำสารคดีที่ต้องการความคล่องตัวสะดวกรวดเร็วในการทำงานใช้ทีมงานไม่มากเพียงสองถึงสามคนก็ได้โดยมีขั้นตอนดังนี้

- (1) จัดเตรียมอุปกรณ์กล้อง ขาดังกล้อง และเครื่องบันทึกภาพ คอมพิวเตอร์

และขาตั้งคอม ไมโครโฟน เครื่องชาร์จแบตเตอรี่และวัสดุ (ม้วนวิดีโอเทปแบตเตอรี่ฯ)

- (2) ประสานงานด้านธุรการ การเงิน พัสดุ ฯ
- (3) นัดหมายทีมงาน
- (4) เดินทางตามกำหนดนัดหมาย
- (5) ถ่ายทำตามบทในจุดที่กำหนด

2) แบบใช้กล้องมากกว่าหนึ่งตัว เรียกว่าชุด EFP. (Electronic Field Product) ใช้อุปกรณ์คล้ายกับในห้อง Studio มีกล้องตั้งแต่สองกล้องขึ้นไป ต่อสาย Cable จากกล้องเชื่อมต่อเข้าเครื่องผสมสัญญาณภาพ (Vision Mixer) สามารถเลือกได้จากหลายกล้องและหลายมุมมองถ่ายทำกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องแต่ไม่ได้ติดตั้งอุปกรณ์ตายตัวสามารถเคลื่อนย้ายติดตั้งได้ตามโอกาสและสภาพการใช้งานเหมาะกับรายการสนทนา สาทิต อภิปรายฯ ที่มีการถ่ายทำนอกสถานที่ตามเหตุการณ์จริงจึงมีลักษณะการทำงาน

3) แบบใช้รถ Mobile Unit เป็นการถ่ายทำที่มีลักษณะคล้ายกับ EFP และการถ่ายทำในสตูดิโอโดยอุปกรณ์การควบคุม จะติดตั้งอยู่ในรถที่เรียก OB (Outside Broadcasting) ส่วนใหญ่จะใช้ในงานที่มีการถ่ายทอดสดต่าง ๆ

2.4.3 P3 = การตัดต่อรายการ Post-Production การตัดต่อรายการ เป็นกระบวนการสุดท้ายก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน เป็นนำเอาภาพที่ไปถ่ายทำ มาเรียบเรียงตัดต่อส่วนที่เกินหรือไม่ต้องการออก หรือเอาภาพที่ต้องการมาแทรก มีการใส่สีสันความน่าสนใจด้วยการใช้เอฟเฟ็คต่าง ๆ ใส่กราฟิกต่าง ๆ ขึ้นชื่อ ใส่ดนตรี เสียงพากย์ ไต่เตลความหมาย และบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ของทีมผลิตรายการ

(ก) ผู้อำนวยการผลิต Executive Producer เป็นผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่การจัดร่าง จัดทำ ควบคุมงบประมาณการผลิต เป็นแหล่งสนับสนุนด้านการงบประมาณ และดูแลรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ถ้าในระดับองค์กร มีตำแหน่งเทียบเท่ากับ CEO

(ข) ผู้ควบคุมการผลิต Producer ดูแล ควบคุม และบริหารการผลิตรายการในทุกด้านเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดในการผลิตรายการโทรทัศน์

(ค) ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต Co-producer เป็นผู้ช่วยของโปรดิวเซอร์ ในด้านต่าง ๆ

(ง) ผู้สร้างสรรค์รายการ Creative พัฒนาและสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอรายการให้น่าสนใจ

(จ) Script-writer ร้อยเรียงเนื้อหา ผลิตบทสำหรับพิธีกรและรายการ

(ฉ) ประสานงาน Co-ordinator มีหน้าที่ติดต่อประสานงาน ทั้งภายใน ภายนอก แยกรับเชิญ สถานที่ อาหาร ฯลฯ และภายในฝ่ายต่าง ๆ ให้ทำงานได้อย่างราบรื่นและสัมพันธ์กัน

(ช) ศิลปกรรม ดูแลการผลิตและการออกแบบฉากและบรรยากาศให้ไปไปตามเนื้อหาในรายการ

- (ซ) ช่างภาพ Cameraman
- (ณ) ผู้กำกับเทคนิค (Technical Director)
- (ญ) ช่างกล้อง (Camera Operators)
- (ฎ) ช่างเทคนิคด้านแสง (Lighting Technician) หรือ ผู้กำกับแสง
- (ฏ) ช่างเทคนิคด้านภาพ (Video Engineer) หรือ ผู้กำกับภาพ
- (ฐ) ช่างเทคนิคด้านเสียง (Audio Engineer) หรือผู้กำกับเสียง
- (ฑ) ช่างเทคนิคผู้ควบคุมการตัดต่อ (Videotape Editor)
- (ฒ) ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (Production Assistant)
- (ณ) ผู้กำกับเวที (Floor or Stage Manager)⁶

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่าการผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P กับการผลิตรายการโทรทัศน์ มีขั้นตอน 3P ดังนี้

P 1 = Pre -production คือ ขั้นตอนของการเตรียมงานก่อนที่จะผลิตรายการจริง

P 2 = Production คือ ขั้นตอนของการผลิตรายการ

P 3 = Post -production คือ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการตัดต่อก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในแต่ละขั้นตอน

ทั้งสามขั้นตอนแบบ 3P นั้น มีความสำคัญเท่า ๆ กันการผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำการผลิตรายการโทรทัศน์มาประยุกต์ใช้การผลิตรายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

3. กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

3.1 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

ดร.บุญรักษ์ บุญฤกษ์เขตมาลา เคยกล่าวว่า “ภาพยนตร์” เป็นศิลปะแขนงที่ 7 ที่รวมเอา ศิลปะทั้ง 6 แขนงวรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ดนตรี ละคร ไว้ด้วยกัน โทรทัศน์ก็ คือ การต่อยอดของภาพยนตร์ที่อาศัยวิทยาการและนวัตกรรมสมัยใหม่ เข้ามาเป็นเครื่องมือแทนฟิล์มภาพยนตร์นั่นเองกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของทีมงานฝ่ายต่าง ๆ การแผนการดำเนินงานทุก ๆ ขั้นตอนต้องมีการวางแผน เพราะถ้าหากได้มีการวางแผนเตรียมการทุกขั้นตอนไว้ดีแล้วก็จะสามารถจินตนาการถึงเรื่องราวตอนจบได้เลยการถ่ายทำการตัดต่อก็จะไม่สะดุดไม่ต้องมาเสียเวลากลับมาแก้ไขภายหลังซึ่งจะทำให้มีผลกระทบ ด้านอื่น ๆ ตามมา เช่น งบประมาณบานปลาย งานล่าช้าไม่เสร็จทันตามเวลาที่กำหนด

⁶ ไซต์แห่งการเรียนรู้ การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก <https://sites.google.com/a/nps.ac.th/kruchainan/3p-kab-kar-phlit-raykar-thorthasan>

ไว้แล้วอาจจะถูกปรับหรือยกเลิกไม่มีโอกาสได้นำเสนอหรือทีมงานอาจจะไม่ขอทำงานร่วมกันอีกเลย ล้วนแล้วแต่เป็นผลเสียทั้งสิ้น

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะมีสถานที่ทำงานที่เปลี่ยนไปตามรูปแบบของรายการบางรายการ อาจจะต้องประจำอยู่ที่สตูดิโอ หรือ บางรายการอาจจะเป็นรายการที่ต้องออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งสถานที่ก็จะเปลี่ยนไปตามเรื่องที่จะถ่ายอีก เช่นกันและนอกเหนือจากขั้นตอนการถ่ายทำยังมี ขั้นตอนอื่น ๆ อีก เช่น ในการทำสคริปต์อาจจะต้องลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูล การออกไปเก็บภาพ บรรยากาศต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบในรายการ การสัมภาษณ์ผู้รู้หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับ เรื่องราวที่เราจะนำมาออกอากาศในครั้งนั้น การออกไปหาหรือติดต่อสถานที่ถ่ายทำรายการซึ่ง โดยรวมแล้วการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ จะมีการเปลี่ยนสถานที่ทำงานไปเรื่อย ๆ และจะมีการเข้าออฟฟิศในช่วงเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ แต่ในบางครั้งการเขียนสคริปต์หรือถ่ายทำนั้น สามารถทำได้เลยที่ออฟฟิศ ซึ่งบรรยากาศในออฟฟิศของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ก็จะมีทั้งบริษัท ใหญ่ ๆ และบริษัทที่จัดตั้งกันเองเล็ก ๆ บรรยากาศโดยรวมจะสนุกสนานมีระบบการทำงานแบบเป็น พี่เป็นน้องกัน

ด้วยรูปแบบการทำงานที่เป็นงานสายบันเทิง ระบบการทำงานก็จะแตกต่าง ๆ ไปจากงาน routine คือ เวลาเข้าและออกงานจะไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับงานในวันนั้นโดยเฉพาะวันที่มีการถ่ายทำ รายการอาจกินเวลาในการทำงานมากกว่า 8 ชั่วโมง

สภาพการทำงานในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น การผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเป็น การออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งในระหว่างการทำนั้นก็มีความยากลำบาก สะดวกสบาย และ มีปัญหาที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ จึงต้องเป็นคนที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าที่ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เป็นคนง่าย ๆ สบาย ๆ สามารถทำงานที่ลุยได้ และชอบลองทำอะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอ นอกเหนือจากการออกไปถ่ายทำแล้วยังต้องมีการเตรียมงานก่อนการถ่าย ซึ่งมีหลาย ขั้นตอน และต้องมีการทำงานที่ละเอียดเพราะเรื่องราวที่จะนำมาออกอากาศนั้นต้องถูกต้อง ชัดเจน และมีแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

การทำงานจะอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของเวลา เพราะมีเรื่องการออกอากาศที่ต้องส่งงาน อย่างสม่ำเสมอตามข้อตกลงของช่อง ทำให้งานแต่ละงานต้องมีการวางแผนที่ชัดเจน และทำงานด้วยความแค้นที่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันเวลาที่ได้กำหนดเอาไว้ จึงต้องเป็นคนที่มีความกระตือรือร้น ในการทำงาน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้นจะต้องเป็นคนที่มีความคล่องและความสามารถหลากหลายด้าน สามารถทำงานได้ทั้งในส่วนของข้อมูลที่ต้องเป็นคนที่มีความรู้กว้างไกล มีมุมมองใหม่ ๆ ในการทำงานและยังต้องสามารถลุยกับการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่ที่พบเจอกับสถานการณ์เฉพาะหน้าต่าง ๆ และสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้อย่างดี โดยรวมแล้วเป็นงานที่มีทั้งความสนุกได้พบเจออะไรที่ แปลกใหม่แต่ในขณะเดียวกันก็มีความกดดันจากเรื่องของเวลา และด้วยเป็นงานที่ออกสู่สาธารณะทำให้ทุกงานที่ออกมาส่งผลต่องานในครั้งต่อไป

การทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ต้องทำงานร่วมกับอีกหลากหลายอาชีพ เนื่องจากเป็นงานที่มีหลายขั้นตอน สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

3.1.1 ขั้นตอนการหาข้อมูล ในการหาข้อมูลเพื่อมาทำรายการในแต่ละครั้งนั้น อาจจะต้องมีการสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับหัวข้อที่เราจะนำเสนอ โดยแล้วแต่รูปแบบรายการ ซึ่งในบางรายการ อาจจะสามารถหาข้อมูลมาได้จากแหล่งอื่น ๆ เช่น Internet หนังสือ ฯลฯ และหากเราไม่ได้เขียนสคริปต์รายการเอง ก็จะมีการทำงานร่วมกับคนเขียนสคริปต์ โดยที่เราจะเล่ารายละเอียดและความต้องการในการถ่ายทำแต่ละเทปให้คนเขียนสคริปต์ฟัง และผู้เขียนสคริปต์ก็จะนำไปทำงานต่อ

3.1.2 ขั้นตอนการติดต่อประสานงานต่าง ๆ ทั้งการติดต่อกับ ศิลปิน นักแสดง ผู้ร่วมรายการ หรือแม้แต่คนธรรมดาที่จะมาออกอากาศในรายการ ติดต่อขอใช้สถานที่ที่จะใช้ในการถ่ายทำรายการ ติดต่อรถตู้ที่จะไปรับไปส่งระหว่างการทำ ถ่ายทำ สวัสดิการในการเตรียมอาหารและการติดต่อทั้งหมด โดยจะต้องทำงานร่วมกับทีมประสานงาน โดยการบอกรายละเอียดที่จะถ่ายทำให้กับทีมประสานงานให้รับเรื่องการประสานงานเรื่องต่าง ๆ

3.1.3 ขั้นตอนการถ่ายทำ ในการถ่ายทำต้องมีการทำงานร่วมกับ ช่างภาพและทีมไฟ ในกรณีที่ต้องจัดแสง และ นอกเหนือจากนั้นหากเป็นการถ่ายทำในสตูดิโอ จะต้องมีทีมเสียงทีมควบคุมการถ่ายทำสำหรับการออกอากาศสด เช่น การขึ้นกราฟิกต่าง ๆ ในรายการ

3.1.4 ขั้นตอนการตัดต่อ ต้องทำงานร่วมกับ Editor เป็นการประกอบงานที่เราถ่ายทำมาทั้งหมดเข้าด้วยกัน จะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขในข้อผิดพลาดต่าง ๆ ได้ในขั้นตอนนี้ โดยจะต้องดูแลภาพรวมของรายการให้ตรงตามเป้าหมายของรายการ และ สิ่งที่จะนำเสนอในเทปนั้น

ความแตกต่าง คือความท้าทายของการทำรายการโทรทัศน์ เพราะปัจจุบันสื่อต่าง ๆ มีช่องทางในการออกอากาศมากมายและยังมีรายการแปลก ๆ ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นมาอยู่ตลอดเวลาแล้ว จะสร้างจุดต่างที่ทำให้ผู้ชมมีความสนใจในงานได้อย่างไร ซึ่งในความเป็นจริงนั้นไม่มีอะไรใหม่อยู่ที่ว่า จะนำสิ่งที่มีอยู่เดิมมาก่อให้เกิดสิ่งใหม่ได้อย่างไร และเป้าหมายนอกเหนือจากการให้ผู้ชมหันมารับชมรายการแล้วผู้ชมยังต้องได้รับสารที่ต้องการจะสื่อออกไปด้วย โดยอาจทำให้เกิดจุดเปลี่ยน หรือ แนวคิดบางอย่างทั้งในตัวของผู้ชมเองและสังคม

(ก) ขั้นตอนการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

1) คิดหัวข้อในการนำเสนอในแต่ละเทปในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น จะมีรูปแบบของ รายการเป็นตัวกำหนดทิศทางว่าเราต้องการจะสื่อสารอะไรกับคนดู ซึ่งในแต่ละครั้งนั้นก็ ต้องเพิ่มความน่าสนใจไปเรื่อย ๆ เราจึงต้องคิดว่าเราจะนำเสนออะไรควรเป็นเรื่องที่ผู้ชม ให้ความสนใจโดยอาจจะหยิบประเด็นเรื่องที่กำลังเป็นกระแสในปัจจุบัน

2) การหาข้อมูลในการทำสคริป หลังจากที่เราต้องการจะนำเสนอเรื่อง ใดก็ตามก็ต้องเริ่มหาข้อมูลทั้งจากการลงพื้นที่จริง สอบถามจากผู้รู้หรือจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งหนังสือ อินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลนั้นต้องมาจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้และเป็นความจริง เพราะการ

ทำงานสื่อนั้นการนำเสนอความจริงถือเป็นจรรยาบรรณและส่งผลกระทบต่อรายการ เพราะหากนำเสนอข้อมูลที่ผิด ๆ ก็จะทำให้ไม่มีความน่าเชื่อถือ และผู้ชมเลือกที่จะไม่ชมรายการ

3) วางแผนการถ่ายทำเมื่อได้สคริปที่ทำให้รู้ว่าต้องถ่ายทำอะไรก็จะมาวางแผนการถ่ายทำก่อนหลังต้องไปถ่ายที่ไหน อย่างไร ติดต่อใครบ้าง ต้องมีการถ่ายอะไรบ้าง เป็นขั้นตอนของการเตรียมงาน เตรียมชื่อของ ติดต่อประสานงานกับทีมต่าง ๆ และกำหนดวันเวลาในการถ่ายทำเพราะการถ่ายทำรายการโทรทัศน์นั้นค่อนข้างมีเวลาที่จำกัดการวางแผนที่ดีจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) การถ่ายทำเป็นขั้นตอนการทำงานที่สำคัญที่สุด การทำตามแผนงานจะทำให้ภาพที่ออกมาตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้และควรเตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการทำงาน

5) การติดต่อส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของทีมติดต่อผู้ผลิตหรือโปรดิวเซอร์จะเป็นคนที่ควบคุมทิศทางและกรอบให้กับรายการว่าควรจะติดต่ออย่างไร มีการเพิ่มเติมเทคนิคอย่างไร และเล่าเรื่องอย่างไร

ดังนั้น ทุก ๆ ขั้นตอนของการผลิตรายการ มีปัจจัย มีองค์ประกอบมีรายละเอียดต่าง ๆ ทั้งเรื่องคน (Man) วัสดุอุปกรณ์ (Material) งบประมาณ (money) การจัดการ (Management) รวมทั้งเวลา (Time) เข้ามาเกี่ยวข้อง (4M+1T) การเตรียมความพร้อมที่ดีจะทำให้งานสำเร็จไปแล้วครั้งหนึ่ง ปัญหาเป็นเรื่องปกติของการทำงาน เพื่อให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด ก่อนที่จะออกไปปฏิบัติงานจริงจึงต้องช่วยกันคิดตั้งสมมุติฐานว่าถ้าเกิดปัญหาอย่างนี้จะแก้ปัญหานั้น ด้วยวิธีใดได้อย่างไร ตั้งคำถามและหาคำตอบไว้ล่วงหน้าโดยการประชุมหาข้อสรุป ถกเถียงกันในรายละเอียดให้จบอธิบายให้ทุกคนเข้าใจความหมายตรงกัน แล้วมอบหมายหน้าที่ที่แบ่งงานกันทำแม้จะไม่ตรงตามนั้นทุกอย่างก็สามารถปรับยืดหยุ่นวิธีการทำงานได้แต่หลักการนั้นยังคงอยู่เพื่อไปสู่จุดหมายเดียวกัน⁷

แนวคิดกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์สามารถกำหนดแนวทางในการดำเนินงานตามขั้นตอนได้แก่ หัวข้อในการนำเสนอในแต่ละเทปในการผลิตรายการโทรทัศน์ การหาข้อมูลในการทำสคริป การวางแผนการถ่ายทำก่อนหลังต้องไปถ่ายที่ไหน อย่างไร ติดต่อใครบ้าง ต้องมีการถ่ายอะไรบ้าง เป็นขั้นตอนของการเตรียมงาน การถ่ายทำเป็นขั้นตอนการทำงานที่สำคัญที่สุดใน การทำตามแผนงานจะทำให้ภาพที่ออกมาตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้และการติดต่อต้องควบคุมทิศทางและกรอบรายการตามวัตถุประสงค์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา บรรลุตามวัตถุประสงค์ ต่อไป

⁷ กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ดร.บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา(อ้างถึงใน) บทบาทหน้าที่ของออกแบบเครื่องแต่งกายรายการ POP CULTURE ของบริษัทอมรินทร์เทเลวิชั่น จำกัด สถานีโทรทัศน์ช่องอมรินทร์ TV HD ช่อง 34 (2559). http://www.research-system.siam.edu/images/AiySoshy/111/05_ch2.pdf

3.2 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ (บรรพต สร้อยศรี, 2559)

ดร.บรรพต สร้อยศรี ได้อธิบายกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้โดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ตามหลัก 4P (4P) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 ขั้นตอนก่อนถ่ายทำ (Pre – Production) เป็นขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิตในเรื่องของการประชุม วางแผนการถ่ายทำ การศึกษาค้นคว้าข้อมูล การจัดทำบทโทรทัศน์ การทำ Story Broad การเลือกตัวแสดง กำหนดรูปแบบการถ่ายทำ การเตรียมอุปกรณ์การถ่ายทำ การประสานงาน กำหนดตารางงาน ระยะเวลาการผลิต การกำหนดงบประมาณ การส่งมอบงาน ขั้นตอนในการวางแผนก่อนการผลิต ประกอบด้วย

- (ก) การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่จะผลิต
- (ข) กำหนดวัตถุประสงค์
- (ค) กำหนดเป้าหมาย
- (ง) จัดลำดับขั้นตอนการทำงาน
- (จ) กำหนดวิธีการทำงาน
- (ฉ) กำหนดสถานที่
- (ช) กำหนดผู้รับผิดชอบแต่ละขั้นตอน
- (ซ) กำหนดประมาณค่าใช้จ่าย
- (ฌ) การจัดทำเนื้อหา (Content)
- (ญ) จัดทำบทภาพร่าง (Story Broad)

3.2.2 ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production) คือ กระบวนการบันทึกสัญญาณภาพและเสียงเพื่อให้ได้ Footage สำหรับการผลิตวีดิทัศน์ โดยสามารถแบ่งการถ่ายทำได้เป็น 2 แบบ คือ การถ่ายทำโดยใช้กล้องตัวเดียว (ENG Camera) และการถ่ายทำโดยใช้กล้องหลายตัว (Multi Camera) ซึ่งเป็นการถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio Room) หรือเป็นการถ่ายทำภาคสนาม (In Field) ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดรูปแบบการถ่ายทำจึงมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน

3.2.3 ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post Production) กระบวนการตัดต่อภาพและเสียงซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบเสริมด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น การใช้เทคนิคพิเศษของภาพการใส่เสียงประกอบ Sound FX การแก้ไขภาพและเสียงที่เกิดจากการถ่ายทำ การประเมินคุณค่าสื่อวีดิทัศน์ นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการจัดทำเนื้อหาหลังการตัดต่อที่เสร็จสมบูรณ์ เพื่อให้สามารถบันทึกอยู่ในสื่อวีดิทัศน์ชนิดต่าง ๆ เพื่อการเผยแพร่ต่อไป

3.2.4 ขั้นตอนการนำเสนอและเผยแพร่ผลงาน (Presentation) ระดับของการนำเสนอและเผยแพร่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ คือ การเผยแพร่ภายในองค์กร ในเรื่องของการ

นำเสนอในการสัมมนาการฝึกอบรม และการเผยแพร่สู่สาธารณะ เช่น การเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์สื่อออนไลน์ Facebook สื่อออนไลน์แบบยูทูป (YouTube) และบนอุปกรณ์มือถือต่าง ๆ⁸

ดังนั้น ผู้ศึกษาและจัดทำคู่มือได้นำหลักกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์มาประยุกต์ใช้ในการตัดต่อวีดิทัศน์การผลิตรายการโทรทัศน์รัฐสภาอธิบายกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้โดยทั่วไปตามหลัก 4P ขั้นตอนก่อนถ่ายทำ ขั้นตอนการถ่ายทำ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ ขั้นตอนการนำเสนอและเผยแพร่งานที่เหมาะสมกับการผลิตรายการโทรทัศน์ปัจจุบันและในอนาคต

3.3 การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X (เทวิน ศรีดาโคตร, 2562)

โปรแกรม Final Cut Pro X เป็นการ “การผลิตสื่อวีดิทัศน์ ตัดต่อวิดีโอและยังรองรับการตัดต่อถึงขั้น 4K โดยโปรแกรม Final Cut Pro X” เป็นโปรแกรมตัดต่อวิดีโอจาก Apple เวอร์ชัน ๑๐ มีรูปแบบ Interface แบบใหม่ รวมถึงเครื่องมือต่าง ๆ ได้ถูกออกแบบให้ใช้งานสะดวกและมีประสิทธิภาพสูง พร้อมได้นำวิธีการตัดต่อวิดีโอด้วยรูปแบบใหม่ ๆ หลังจากตัดต่อวิดีโอเรียบร้อยแล้ว สามารถนำไปใช้งานได้อย่างง่าย ๆ เช่น ส่งไปยัง YouTube, DVD, iPhone, iPad ส่วนประกอบ ของ Final Cut Pro x หลังจากติดตั้งโปรแกรมเรียบร้อยแล้ว เมื่อเปิดใช้งานก็จะพบหน้าต่าง Final Cut Pro X ซึ่งประกอบไปด้วย ๕ ส่วนหลัก ๆ คือ Event library, Viewer, Inspector, Timeline, และ Media Browser

ส่วนประกอบของ Final Cut Pro X ในการสร้างสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ สามารถเปลี่ยนจากสื่อทุกประเภททุกรูปแบบที่มีเป็นสื่อที่อยู่ในแผ่น CD หรือนำไปไซบนเว็บไซต์หรือแม้กระทั่งในโทรศัพท์มือถือ การศึกษา “การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X”

3.3.1 หน้าต่าง Event library ใช้สำหรับจัดเก็บ Footage และมีเดียร์ต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการตัดต่อจากการ Import เข้ามาในโปรแกรม เช่น คลิปภาพ คลิปเสียง รวมทั้งภาพนิ่ง ภาพกราฟิกต่าง ๆ ส่วนด้านขวามือของ Event library จะแสดงเป็นภาพตัวอย่างของมีเดียร์ต่าง ๆ

3.3.2 หน้าต่าง Viewer เป็นหน้าต่างใช้แสดงภาพของมีเดียร์ที่กำลังเลือกอยู่ใน Event Library และกำลังแสดงตัวอย่างวิดีโอที่กำลังตัดต่ออยู่บน Timeline จากผลลัพธ์การปรับแต่งภาพและเสียงในการตัดต่อสามารถเปรียบเทียบก่อนและหลังการปรับแก้ไขเอฟเฟ็คของภาพ

3.3.3 หน้าต่าง Inspector เป็นหน้าต่างสำหรับแสดงรายละเอียดของคลิปไฟล์ภาพ ไฟล์เสียงหรือมีเดียร์อื่น ๆ สำหรับตรวจสอบและปรับแต่งแก้ไขคลิปนั้น

3.3.4 หน้าต่าง Timeline เป็นหน้าต่างใช้สำหรับการนำคลิปภาพ และเสียงมาวางเรียงต่อกัน เป็นเรื่องราวตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด สามารถปรับแต่งแก้ไขมีเดียร์ได้ เปรียบเสมือนโต๊ะทำงานที่ใช้ในการตัดต่อ โดยจะแสดงผลลัพธ์ที่หน้าต่าง Viewer

⁸ บรรพต สร้อยศรี, 2559 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ (อ้างใน สถิต โชติกรณ (2562) น. 22-21)

3.3.5 หน้าต่าง Media Browser เป็นที่สำหรับเก็บรูปแบบของ Effect, Photo, Sound, Transition, Title, Generator, Theme ที่นำมาใช้กับคลิป ใน Timeline เพื่อปรับแต่งและเพิ่มลูกเล่นให้กับงานให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น⁹

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำมาประยุกต์เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาได้นำหลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X มาประยุกต์ใช้ในการตัดต่อวีดิทัศน์การผลิตรายการโทรทัศน์รัฐสภา เพราะเป็นโปรแกรมที่ทันสมัยสามารถรองรับเครื่องมือและสื่อยุคใหม่ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ MAX Pro ได้เหมาะสมกับสื่อวีดิทัศน์ปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งมีเทคนิคมากและเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและการวิเคราะห์ออกแบบด้านมัลติมีเดีย

4.1 สื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลหมายถึง สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์ หรือ ตัวกลางที่ถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอมาจัดตามกระบวนการและวิธีการผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานและตรงกับวัตถุประสงค์ หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งทำงานโดยใช้รหัสดิจิทัล แยกแยะระหว่าง “0” กับ “1” ในการแสดงข้อมูลดิจิทัล คือ เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สร้างเก็บ และประมวลข้อมูลใน 2 สถานะ คือ บวก (positive) และไม่บวก (non-positive) บวก (positive) แสดงด้วย เลข 0 ไม่บวก (non-positive) แสดงด้วยเลข 1 ดังนั้น ข้อมูลส่งผ่านหรือเก็บด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นการแสดงด้วยข้อความ 0 และ 1 แต่ละค่าของตำแหน่งสถานะเหล่านี้ เป็นการอ้างแบบ binary digital เป็นเลขฐาน 2 เลขฐานสองนั้น ถูกนำมาใช้ในทางคอมพิวเตอร์เพราะว่าเลข 0 กับเลข 1 ในหน่วยความจำตัวเก็บข้อมูลการประมวลผลเลขฐานสองเป็นพื้นฐานการทำงานของคอมพิวเตอร์

4.1.1 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัลประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังนี้

(ก) ข้อความ (Text) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของมัลติมีเดียใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของระบบมัลติมีเดียที่น่าเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ)

⁹ เทวิน ศรีดาโคตร, 2562 การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X (อ้างถึงใน สลิต โชติกรณ 2562) น. 20-21)

ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วยซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบได้แก่

1) ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป หรือ Image ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น Note Pad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรและตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

2) ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกนด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ (Image) 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพ เป็นข้อความปกติได้โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผล

3) ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผล

4) ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิคการลิงค์หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความ หรือจุดอื่น ๆ ได้

(ข) ภาพนิ่ง (Still Image) เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทในระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ วารสารวิชาการ เป็นต้น

(ค) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือ ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาก่อขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

(ง) เสียง (Audio) ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียงหากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ชมมากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าสู่เสียงผ่านทางไมโครโฟน แผ่นซีดี ดีวีดี เทป และวิทยุ เป็นต้น

(จ) วิดีโอ (Video) เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่น ๆ

4.1.2 การออกแบบสื่อดิจิทัล (Digital Media Design) เป็นหนึ่งในการสื่อสารแบบ Visual Communication Arts หรือ นิเทศศิลป์ ซึ่งเป็นศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการมองเห็น (Visual Communication) เพราะเป็นการ สื่อสารไปยังผู้รับสารด้วยภาพเป็นสำคัญ (Visual Image) แม้จะมีบางองค์ประกอบจะมีการสื่อสารทางเสียง มาประกอบก็ตาม แต่สื่อหลักก็ยังเป็นการสื่อสารด้วยภาพ โดยเสียงเป็นตัวเสริมให้ภาพนั้นสมบูรณ์ขึ้น ทั้งนี้เพราะการรับรู้ของมนุษย์เรานั้น รับรู้จากจักขุสารมากที่สุด (รับรู้ทางตา ร้อยละ 53 หู ร้อยละ 11)

Communication Arts หรือ นิเทศศาสตร์ คือ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะในการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารจากองค์ประกอบของการสื่อสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารอาจเป็นตัวบุคคล องค์กร หรือบริษัทก็ได้ ข่าวสารจะต้องเป็นเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการที่จะกระจายให้ประชาชนได้รับทราบหรือช่องทางเป็นการหาวิธีการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากและกว้างไกล ตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งและผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมายจะต้องสามารถรับข่าวสารนั้นได้ โดยผู้ส่งสารจะต้องหาวิธีการทำให้ข่าวสารที่ส่งไปถึงผู้รับสารได้มากที่สุด

Visual Communication คือ การสื่อสารด้วยการมองเห็นเป็นการสื่อสารที่มุ่งที่จะให้ความคิดความเข้าใจของผู้อื่นให้เหมือนกับความคิดความเข้าใจของเราหรือทำอย่างไรจึงจะเอาความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่นได้โดยให้มีความรู้สึกนึกคิดเช่นเดียวกับเรา เพราะธรรมชาติมนุษย์ได้รับข่าวสารอย่างเดียวกันมาแต่จะมีความเข้าใจและความรู้สึก นึกคิด แตกต่างกันไป การสื่อสารที่ดีก็ต้องมีการวางแผน โดยสิ่งที่ Visual Communication เห็นได้นั้นสื่อสาร ผ่านภาพ (Image), เครื่องหมาย (Signs), ตัวพิมพ์ (Typography), ภาพวาด (Drawing), ออกแบบกราฟิก (Graphic Design), ภาพประกอบ (Illustration), สี (Color) และทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Resources) เป็นต้น

Visual Communication Arts หรือ นิเทศศิลป์ หมายถึง งานศิลปะเพื่อการนำเสนอให้ปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านการมองเห็นเป็นสำคัญ นอกจากจะเกี่ยวข้องกับการสื่อสารแล้ว ยังต้องเกี่ยวข้องกับวิชาการ สาขาต่าง ๆ คือ จิตวิทยา กระบวนการสร้างสรรค์ และศิลปะ

Digital Media Design หรือ การออกแบบสื่อดิจิทัลจึงหมายถึงการสร้างสรรค์ผลงานในเชิงนิเทศศิลป์เพื่อสื่อสารสิ่งต่าง ๆ ให้กับผู้รับสาร โดยใช้สื่อระบบดิจิทัลในกระบวนการออกแบบและการสื่อสาร

(ก) การออกแบบด้วยสื่อดิจิทัลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ผลงานการออกแบบสิ่งพิมพ์ด้วยสื่อดิจิทัล เช่น หนังสือ (Book), นิตยสาร (Magazine), วารสาร (Periodical), ภาพโฆษณา (Poster), เครื่องหมายและการค้า (Trademark & Logo), ตราสัญลักษณ์ (Logo), บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นต้น

2) ผลงานการออกแบบเพื่อนำไปใช้สื่อดิจิทัลโดยตรงเช่น Web Page, Banner, Animation, E-Newsletter, Blog, E-Book, Wallpaper, VDO เป็นต้น

สื่อดิจิทัล (ตรงกันข้ามกับสื่ออนาล็อก) มักหมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งทำงานโดยใช้รหัสดิจิทัลในปัจจุบันการเขียนโปรแกรมต้องอยู่บนพื้นฐานของเลขฐานสองในกรณีนี้ ดิจิทัล หมายถึง การแยกแยะระหว่าง “0” กับ “1” ในการแสดงข้อมูลคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องจักรที่มักจะแปลงข้อมูลดิจิทัลฐานสองแล้วจึงแสดงชั้นของเครื่องประมวลผลชั้นของข้อมูลดิจิทัลที่เหนือกว่า สื่อดิจิทัล เช่นเดียวกับสื่อเสียง วิดีโอ หรือเนื้อหาดิจิทัลอื่น ๆ สามารถถูกสร้างขึ้น อ้างอิงถึงและได้รับการแจกจ่ายผ่านทางเครื่องประมวลผลข้อมูลดิจิทัลสื่อดิจิทัลได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงมากเมื่อเทียบกับสื่ออนาล็อก

Digital Media (สื่อดิจิทัล) และ มัลติมีเดีย (Multimedia) ทั้งสองคำนี้เป็นเรื่องของสื่อทั้งหมด หรืออาจจะเรียกรวมว่า สื่อใหม่ (New Media) ก็พอจะนับรวมไปได้ ทั้งสองคำต่างก็มีความเกี่ยวข้องกันถ้าหากนึกถึงสื่อประเภทใดบ้างที่มีลักษณะเป็นดิจิทัลหลาย ๆ คนคงพอนึกได้ เนื่องด้วยส่วนใหญ่ล้วนเป็นสิ่งที่ใช้อยู่แล้วในชีวิตประจำวัน เช่น การพิมพ์ข้อความเพื่อส่งเมล การเปิดฟังเพลงด้วยคอมพิวเตอร์ การชมภาพถ่ายที่เก็บ ในฮาร์ดดิสก์ การชมภาพเคลื่อนไหวผ่านจอคอมพิวเตอร์ การดูวิดีโอหรือการติดต่อสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทั้งหมดนี้ข้อมูลผ่านสื่อที่เป็นดิจิทัลทั้งสิ้น และถ้าหากนำสื่อดิจิทัลทั้งหมดนี้มารวมเข้าด้วยกันจะได้เป็นมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งถือเป็นสื่อใหม่ (New Media)ที่กำลังมีอิทธิพลต่อการสื่อสารในยุคปัจจุบัน¹⁰

ดังนั้น ผู้ศึกษาจัดทำแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล มาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาผลงานทางวิชาการเรื่อง แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อดิจิทัลเป็นสื่อใหม่ (New Media) สื่อดิจิทัลทั้งหมดมารวมเข้าด้วยกัน เช่น สื่อที่มีการนำข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหวเสียง มาจัดรูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้าน คอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์ หรือตัวกลางที่ถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำเอาข้อความ กราฟิกภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอมาจัดตามกระบวนการและวิธีการผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานและตรงกับวัตถุประสงค์จะได้เป็นสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia)

¹⁰ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.(2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1>

4.2 การวิเคราะห์ออกแบบด้านมัลติมีเดีย

4.2.1 ความหมายของมัลติมีเดีย

Jeffcoate (2538) ได้กล่าวถึง ความหมายของมัลติมีเดีย คือ ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิดโดยผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย วิดิทัศน์ ข้อความ ฐานข้อมูลตัวเลข กราฟิก ภาพและเสียง

กฤษมันต์ วัฒนานรงค์ (2542) ได้กล่าวถึงความหมายของมัลติมีเดียไว้ว่า หมายถึง การนำสื่อชนิดต่าง ๆ มาใช้ร่วมกัน การใช้คอมพิวเตอร์สร้างและบันทึกภาพ เสียง ตัวอักษร สถานการณ์จำลองการสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ และการเรียกใช้ข้อมูลด้วยระบบดิจิทัลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งใน และนอกเครือข่าย

มนต์ชัย เทียนทอง (2545) ได้กล่าวถึง ความหมายของมัลติมีเดียไว้ว่า คือ การรวบรวมเทคโนโลยีหลายอย่างเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการออกแบบและใช้งาน มัลติมีเดียเกี่ยวข้องกับสื่อและวิธีการจำนวน 5 ส่วนดังนี้ข้อความ (Text) เสียง (Sound) ภาพ (Picture) ภาพวิดิทัศน์ (Video) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction)

ครรชิต มาลัยวงศ์ (2559) ได้กล่าวถึง ความหมายของมัลติมีเดียไว้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถแสดงข้อความเสียง และภาพ ซึ่งอาจจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวได้พร้อม ๆ กัน โดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับข้อความ ภาพและเสียงที่เห็นและได้ยิน จากการศึกษาความหมายของมัลติมีเดีย สรุปได้ว่าเป็นการรวบรวมองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวข้อความ วิดิทัศน์ เสียงมารวมกัน ไว้เพื่อประกอบเป็นสื่อที่สามารถมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ทำให้เกิดความน่าสนใจในตัวสื่อ

4.2.2 องค์ประกอบของมัลติมีเดีย

ณัฐกร สงคราม (2553) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของมัลติมีเดียไว้ว่า จะต้องประกอบด้วย สื่อการรับรู้ในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(ก) ตัวอักษร (Text) ตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการเขียนโปรแกรมมัลติมีเดียโปรแกรมประยุกต์โดยมากมีตัวอักษรให้ผู้เขียนเลือกได้หลาย ๆ แบบ และสามารถที่จะเลือกสีของตัวอักษรได้ตามที่ต้องการ นอกจากนั้นยังสามารถกำหนดขนาดของตัวอักษรได้ ตามต้องการ การโต้ตอบกับผู้ใช้ก็ยังสามารถใช้ตัวอักษร รวมถึงการใช้ตัวอักษรในการเชื่อมโยงแบบการปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น การคลิกไปที่ตัวอักษรเพื่อเชื่อมโยงไปนำเสนอ เสียง ภาพกราฟิกหรือเล่นวิดิทัศน์ เป็นต้น

(ข) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพนิ่งเป็นภาพกราฟิกที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย หรือ ภาพวาด เป็นต้น ภาพนิ่งมีบทบาทสำคัญต่อมัลติมีเดียมาก ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะแสดงผลในเชิงของการเรียนรู้ด้วยการมองเห็น ไม่ว่าจะดูโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ จะมีภาพเป็นองค์ประกอบเสมอ ดังนั้น ภาพนิ่งจึงมีบทบาทมากในการออกแบบมัลติมีเดียที่มีตัวอักษรและ

ภาพนิ่ง เป็น GUI (Graphical User Interface) ภาพนิ่งสามารถผลิตได้หลายวิธีอย่าง เช่น การวาด (Drawing) การสแกนภาพ (Scanning) เป็นต้น

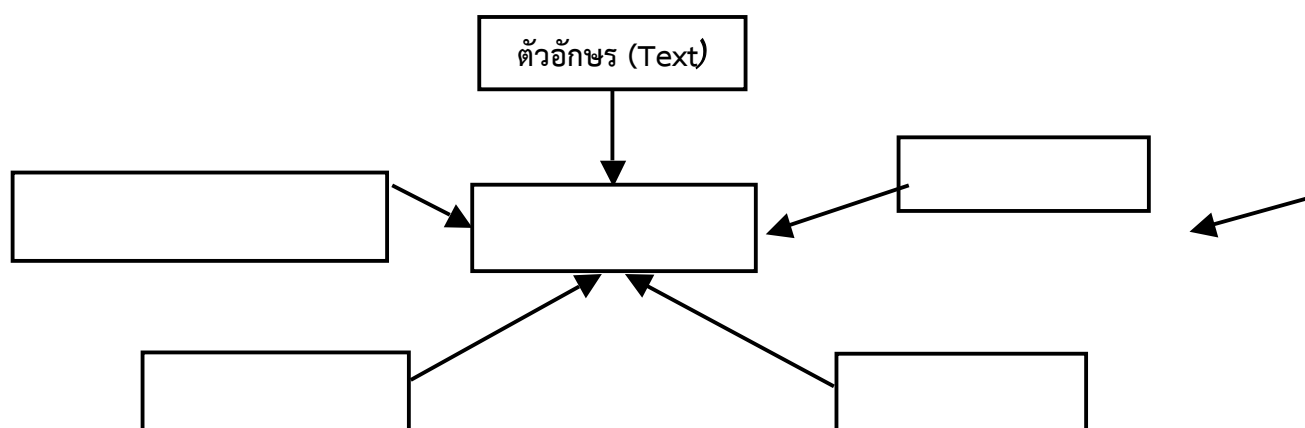
(ค) เสียง (Sound) เสียงในมัลติมีเดียจะจัดเก็บอยู่ในรูปของข้อมูลดิจิทัล และสามารถเล่นซ้ำ (Replay) ได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์พีซี การใช้เสียงในมัลติมีเดียก็เพื่อนำเสนอข้อมูลหรือสร้าง สภาพแวดล้อมที่น่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น เสียงน้ำไหล เสียงหัวใจเต้น เป็นต้น เสียงสามารถใช้เสริมตัวอักษรหรือนำเสนอวัสดุที่ปรากฏบนจอภาพได้เป็นอย่างดี เสียงที่ใช้ร่วมกับโปรแกรมประยุกต์สามารถบันทึกเป็นข้อมูลแบบดิจิทัลจากไมโครโฟน แผ่นเสียง (CD-ROM Audio Disc) เทป เสียง และวิทยุ เป็นต้น

(ง) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) หมายถึง การเคลื่อนไหวของภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวจึงมีขอบข่ายตั้งแต่การสร้างภาพด้วยกราฟิกอย่างง่ายพร้อมทั้งการเคลื่อนไหวกราฟิกนั้น จนถึงกราฟิกมีรายละเอียดแสดงการเคลื่อนไหวโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างภาพเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจก็มี Autodesk Animator ซึ่งมีคุณสมบัติทั้งในด้านของการออกแบบกราฟิกละเอียดสำหรับใช้ในมัลติมีเดียตามต้องการ

(จ) ปฏิสัมพันธ์ (Interactive) การที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบสื่อสารกับโปรแกรมมัลติมีเดียได้ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกดูข้อมูลที่สนใจหรือการสั่งงานให้โปรแกรมแสดงผลในรูปแบบที่ต้องการโดยผู้ใช้สื่อสารผ่านอุปกรณ์พื้นฐาน เช่น การคลิกเมาส์ การกดแป้นพิมพ์ หรืออุปกรณ์ขั้นสูง เช่น การสัมผัสหน้าจอ หรือเสียงผ่านลำโพง เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบข้อนี้นับเป็นคุณลักษณะสำคัญที่มีอยู่เฉพาะในมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์

(ฉ) วิดิทัศน์ (Video) การใช้มัลติมีเดียในอนาคตจะเกี่ยวข้องกับการนำเอาภาพยนตร์วิดิทัศน์ซึ่งอยู่ในรูปของดิจิทัลรวมเข้าไปกับโปรแกรมประยุกต์ที่เขียนขึ้น โดยทั่วไปของ วิดิทัศน์จะนำเสนอด้วยเวลาจริงที่จำนวน 30 ภาพต่อวินาที ในลักษณะนี้จะเรียกว่า วิดิทัศน์ดิจิทัล (Digital Video) คุณภาพของวิดิทัศน์ดิจิทัลจะทัดเทียมกับคุณภาพที่เห็นจากจอโทรทัศน์

ดังนั้นทั้งวิดิทัศน์ดิจิทัลและเสียงจึงเป็นส่วนที่ผนวกเข้าไปสู่การนำเสนอได้ทันทีด้วยจอคอมพิวเตอร์ในขณะที่เสียงและสามารถเล่นออกไปยังลำโพงภายนอกได้โดยผ่านการ์ดเสียง (Sound Card) โดยที่องค์ประกอบเหล่านี้มีความสำคัญต่อการออกแบบ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงภาพองค์ประกอบของมัลติมีเดีย

(ที่มา : อนุรักษ์ สงคราม, 2554)

4.2.3 รูปแบบของมัลติมีเดียสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้ (อนุรักษ์ สงคราม, 2554 : 34)

(ก) มัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ มัลติมีเดียรูปแบบนี้มุ่งสร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าสนใจ และถ่ายทอดประสาทสัมผัสที่หลากหลายผ่านตัวอักษร ภาพและเสียง ซึ่งในปัจจุบัน พัฒนาถึงขั้นให้ผู้ชมสามารถสัมผัสได้ถึงความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ความร้อน ความเย็น การสั่นสะเทือน หรือการสัมผัสผ่านจุกด้วยการให้กลิ่นเน้นการนำไปใช้งานเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารที่ผู้ผลิตวางแผนการนำเสนอเป็นขั้นตอนไว้เรียบร้อยแล้วเช่น มัลติมีเดียแนะนำองค์กร การแสดงแสงสีเสียง โฆษณาเปิดตัวสินค้าหรือในลักษณะประกอบการบรรยาย ส่วนใหญ่มักใช้ได้ทั้งการนำเสนอเป็นรายบุคคล และการเสนอต่อกลุ่มใหญ่ผู้ใช้จะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ชมสื่อ โดยที่ผู้ใช้และสื่อแทบจะไม่มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันอาจจะมีบ้างในลักษณะการกดปุ่มให้เล่นหรือให้หยุดแต่ก็ไม่ถือว่าเป็นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบซึ่งหากมองในรูปแบบของการสื่อสารแล้วมัลติมีเดียลักษณะนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One way Communication)

(ข) มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) เป็นรูปแบบที่เน้นให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบสื่อสารกับสื่อได้โดยตรงผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียที่มีลักษณะของสื่อหลายมิติที่เนื้อหาภายในสามารถเชื่อมโยงถึงกัน มัลติมีเดียรูปแบบนี้นอกจากผู้ใช้จะสามารถดูข้อมูลได้หลากหลายลักษณะ เช่นเดียวกับรูปแบบมัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอแล้วผู้ใช้อยังสามารถสื่อสารโต้ตอบกับบทเรียนผ่านการคลิกเมาส์ แป้นพิมพ์ หรืออุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อสื่อสารกับคอมพิวเตอร์ว่าผู้ใช้อต้องการอะไร เช่น หากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมก็คลิกที่หัวข้อที่สนใจหรือสัญลักษณ์รูปที่เป็นปุ่มการเชื่อมโยง โปรแกรมจะแสดงภาพ เสียง คำบรรยายเพื่อให้ศึกษารายละเอียดได้ หรือหากต้องการวัดความเข้าใจของตนเองกับสิ่งที่ได้เรียนมาก็สามารถทำการทดสอบผ่านแบบฝึกหัดเกม ข้อสอบ และให้โปรแกรมคำนวณผลการทดสอบหรือให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้ มัลติมีเดียรูปแบบนี้จึงจัดเป็นการ สื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication)

ปัจจุบันมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ได้พัฒนาไปถึงลักษณะของความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) ที่เสริมอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานมองเห็นเสมือนหลุดเข้าไปอยู่ในสภาพแวดล้อมนั้นจริง ๆ เช่น การจำลองการขับเครื่องบิน เครื่องจำลองการฝึกผ่าตัด เป็นต้น นอกจากนี้มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ยังเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารที่นอกเหนือจากการโต้ตอบกับโปรแกรมแล้วผู้ใช้ยังสามารถโต้ตอบสื่อสารกับผู้ใช้คนอื่น ๆ ที่ใช้โปรแกรมเดียวกันผ่านเทคโนโลยีระบบเครือข่ายขนาดเล็ก (LAN) หรือแม้กระทั่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงโลกเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้การใช้งาน

มัลติมีเดียในปัจจุบันมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ¹¹

จากการศึกษามัลติมีเดีย คือ การนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่าง ๆ มาผสมผสานรวมกัน ซึ่งประกอบด้วย ข้อความตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound และวิดีโอ (Video) โดยผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์เพื่อสื่อความหมายกับผู้ใช้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) ทำให้เกิดความน่าสนใจในตัวสื่อมัลติมีเดีย และยังเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารที่นอกเหนือจากการโต้ตอบกับโปรแกรมแล้วผู้ใช้อย่างยังสามารถโต้ตอบสื่อสารกับผู้ใช้อื่น ๆ ที่ใช้โปรแกรมเดียวกันผ่านเทคโนโลยีระบบเครือข่ายและได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำมาเป็นกรอบและมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาต่อไป ¹²

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่

5.1 สื่อใหม่ (New media) ความหมายของสื่อใหม่

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิง หรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภคการเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์คือสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีใหม่ยุคหนึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น (อ้างถึงในพสนันท์ ปัญญาพร : พรจิต สมบัติพานิช, 2547:4)

สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

5.1.1 สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทางและสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพเสียงและ

¹¹ เอกลักษณ์ ทองใหญ่. (2559). เอกสารประกอบการอบรมโครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การผลิตวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์. วันที่ 20-25 มิถุนายน 2529 สำนักงานวิทยุทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹² เทวิน ศรีดาโคตร, 2562 การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X (อ้างถึงใน สถิต โชติกรณ์ 2562 น. 20-21) แนวทางการพัฒนาถ่ายทอดสดวีดิทัศน์ดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook Live ,YouTube) สถาบันพระปกเกล้า)

ข้อความไปพร้อมกันโดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมรวม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายและเป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett & Marshall, 2003, pp. 40-41) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับ โลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวปไซต์ (World Wide Web: WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วชิ ราษฎร์, 2545)

Kevin (1997 สุรสิทธิ์ วชิ ราษฎร์, 2545) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ว่าหมายถึงระบบการสื่อสารหรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายในระดับโลก

จิตาพรชนะชัย (2550, หน้า 1-3) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ดิจิทัลมีเดีย (Digitalmedia) เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติกเชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
2. สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่
3. สื่อสร้างสรรค์ชิ้นใหม่เพื่อสนับสนุนงานบางอย่างโดยเน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Creativity innovation)

Wertime and Fenwick (2008) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และการตลาดดิจิทัลและนิยามสื่อใหม่ หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลโดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัลประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ต้องการและไม่จำเป็นต้องชมตามเวลาที่กำหนด

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from geographical boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้แล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยาย ขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบหรือลักษณะที่ตายตัวเหมือนกับสื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์ วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปโพสต์ในเวปไซต์ จะต้องมีความยาวกี่วินาทีหรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้

5. อีสาระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาเข้าสู่ยุคกับบริโภคริเริ่มสร้างและควบคุมเนื้อหาเอง (From marketer-D riven to consumer-Initiated, C reated and controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อใดเหมือนในอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-created content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online word-of-mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว¹³

สื่อใหม่ (จากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

สื่อใหม่, สื่ออนาลิมิต, นิวมิตเดีย (new media) หมายถึง การเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ซึ่งรวมถึงข้อมูลป้อนกลับของผู้ใช้ที่โต้ตอบระหว่างกัน การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ และการรวมตัวเป็นชุมชนที่แวดล้อมเนื้อหาสื่อ นั้น คำนี้ของสื่อใหม่อย่างหนึ่งที่สำคัญ คือ การทำให้การสร้างสรรค การเผยแพร่ การกระจาย และการบริโภคเนื้อหาสื่อเป็นประชาธิปไตย (democratization) ความคาดหวังของสื่อใหม่อีกอย่างหนึ่งคือการสร้างเนื้อหาที่สดใหม่และไร้ข้อจำกัดในเวลาจริงเทคโนโลยีส่วนมากอธิบายลักษณะของสื่อใหม่ว่าเป็นดิจิทัลบ่อยครั้งที่มีลักษณะเฉพาะว่าถูกจำกัดดำเนินการมาแล้วโยงโย่เครือข่ายได้หนาแน่น บีบอัดได้และโต้ตอบระหว่างกัน เช่น ตัวอย่างของสื่อใหม่อาจเป็นอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อประสมในคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม ซีดีรอมและดีวีดี แต่ไม่รวมถึงรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร หนังสือหรือสิ่งอื่นที่เผยแพร่แบบตีพิมพ์บนกระดาษเว้นแต่พวกมันจะมีเทคโนโลยีที่ทำให้ใช้งานการโต้ตอบดิจิทัลได้ และสื่อใหม่ที่รวมข้อความดิจิทัล รูปภาพ และวิดีโอพร้อมด้วยเว็บลิงก์ที่เข้าถึงได้ทางอินเทอร์เน็ต อาสาสมัครมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ มีข้อมูลป้อนกลับที่โต้ตอบระหว่างผู้ใช้และการรวมตัวเป็นชุมชนผู้เข้าร่วมของผู้เขียนและผู้บริจาด เพื่อประโยชน์แก่ผู้อ่านที่ไม่ได้อยู่ในชุมชนเฟซบุ๊กก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่ใช้ตัวแบบสื่อเชิงสังคม (social media) ซึ่งผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีส่วนร่วม¹⁴

เลฟ มาโนวิช (Lev Manovich) ได้นิยามสื่อใหม่ไว้ในบทนำของหนังสือเดอะนิวมิตเดียรีดเดอร์ (The New Media Reader) โดยใช้ผู้ตัดแปดข้อดังต่อไปนี้

1. สื่อใหม่กับวัฒนธรรมไซเบอร์ เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ ในขณะที่สื่อใหม่สัมพันธ์มากขึ้นกับวัตถุและกระบวนการทางวัฒนธรรม (เช่น ไอโฟน โทรศัพท์ดิจิทัลแปลงเป็น แอนะล็อก)
2. สื่อใหม่ในฐานะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ใช้เป็นฐานการเผยแพร่ สื่อใหม่เป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ดิจิทัลสำหรับการเผยแพร่และการจัดแสดงตัวอย่าง เช่น

¹³ สื่อใหม่ อ้างถึงในพสนันท์ ปัญญาพร : พรจิต สมบัติพานิช, 2547:4 . สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2563. จาก <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>

¹⁴ วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี สื่อใหม่'. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2563. จาก <https://th.wikipedia.org/wik สื่อใหม่>

อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อประสมในคอมพิวเตอร์ แผ่นบลูเรย์ (อย่างน้อยในขณะนี้) ปัญหาของสิ่งนี้คือนิยามดังกล่าวจะต้องถูกปรับปรุงใหม่ทุกสองสามปี คำว่า "สื่อใหม่" จะไม่ "ใหม่" อีกต่อไปเพราะรูปแบบส่วนใหญ่ของวัฒนธรรมจะเผยแพร่ผ่านทางคอมพิวเตอร์มากมาย

3. สื่อใหม่ในฐานะข้อมูลดิจิทัลที่ควบคุมโดยซอฟต์แวร์ วิธีการสื่อสารของสื่อใหม่อยู่บนพื้นฐานของสมมติฐานที่ว่า ในข้อเท็จจริงวัตถุทางวัฒนธรรมทุกชนิดที่ขึ้นอยู่กับ การแทนด้วยดิจิทัล และการส่งโดยใช้คอมพิวเตอร์ ใช้คุณภาพสามัญจำนวนหนึ่งร่วมกัน สื่อใหม่ลดขนาดลงเป็นข้อมูลดิจิทัลที่สามารถจัดดำเนินการโดยซอฟต์แวร์เหมือนข้อมูลอื่น ๆ ต่อจากนั้นการดำเนินการบนสื่อก็สามารถสร้างวัตถุเดิมออกมาเป็นรุ่นใหม่ ๆ ได้อีกหลายรุ่น ตัวอย่างหนึ่งคือรูปภาพที่เก็บบันทึกเป็นข้อมูลเมทริกซ์ ซึ่งสามารถจัดดำเนินการและเปลี่ยนแปลงโดยขึ้นอยู่กับขั้นตอนวิธีที่นำมาใช้เพิ่มเติม อาทิการกลับสี การปรับขาวดำ การทำให้คมชัด การทำให้เป็นแรสเตอร์ เป็นต้น

4. สื่อใหม่ในฐานะการผสมระหว่างธรรมเนียมทางวัฒนธรรมที่มีอยู่กับธรรมเนียมของซอฟต์แวร์ สื่อใหม่ในปัจจุบันสามารถทำความเข้าใจได้ว่าเป็นการผสมระหว่างธรรมเนียมทางวัฒนธรรมเก่ากับธรรมเนียมใหม่เพื่อการแทน การเข้าถึง และการจัดดำเนินการข้อมูล ข้อมูล "เก่า" คือการแทนด้วยความเป็นจริงอันประจักษ์และประสบการณ์ของมนุษย์ ส่วนข้อมูล "ใหม่" คือข้อมูลเชิงตัวเลข คอมพิวเตอร์จะอยู่นอกเหนือการตัดสินใจหลัก "เชิงสร้างสรรค์" และถูกมอบหมายให้เป็นหน้าที่ของช่างเทคนิค ยกตัวอย่างภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์จะถูกนำมาใช้ในการผลิตบางสายงาน ส่วนอื่นที่เหลือถูกสร้างขึ้นโดยคอมพิวเตอร์แอนิเมชัน เป็นต้น

5. สื่อใหม่ในฐานะสุนทรียศาสตร์ ที่มาพร้อมกับระยะแรกเริ่มของทุก ๆ สื่อทันสมัยและเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดขึ้นใหม่ กลยุทธ์เชิงสุนทรียศาสตร์หลายกลยุทธ์อาจปรากฏซ้ำเพียงสองหรือสามครั้ง ในขณะที่ภาพพจน์เปรียบเทียบในอุดมคติดูเหมือนว่าปรากฏซ้ำก่อนข้างสม่าเสมอ เพื่อให้วิถีทางนี้เป็นประโยชน์อย่างแท้จริง การตั้งชื่อกลยุทธ์และภาพพจน์เปรียบเทียบอย่างเรียบง่ายและการบันทึกช่วงเวลาที่เราว่ามันปรากฏยังไม่เพียงพอ แทนที่จะเป็นเช่นนั้น จะต้องพัฒนาการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น ซึ่งจะสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ของเทคโนโลยี พร้อมกับประวัติศาสตร์ของสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ หรือยุคสมัยใหม่

6. สื่อใหม่ในฐานะการทำงานที่รวดเร็วขึ้นด้วยขั้นตอน-วิธีการ ซึ่งก่อนหน้านี้ทำงานด้วยมือหรือด้วยเทคโนโลยีอื่น คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องทุ่นเวลาได้อย่างมากในสิ่งที่ก่อนหน้านี้เป็นเทคนิคการทำงานด้วยมือ เช่น เครื่องคิดเลข การทุ่นเวลาทำงานอย่างรวดเร็วก็ทำให้เทคนิคการแทนซึ่งไม่เคยมีมาก่อนสามารถเป็นไปได้ สิ่งนี้ก็ยังทำให้เกิดสื่อศิลปะรูปแบบใหม่ ๆ ที่เป็นไปได้ อาทิสื่อประสมเชิงโต้ตอบและวิดีโอเกม เมื่อถึงระดับหนึ่ง คอมพิวเตอร์ดิจิทัลสมัยใหม่จะเพียงแค่ว่าเร็วกว่าเครื่องคิดเลข เราจึงไม่ควรมองข้ามอัตลักษณ์อีกอันหนึ่งของมัน นั่นคืออุปกรณ์ควบคุมไซเบอร์เนติกส์

7. สื่อใหม่ในฐานะการเข้ารหัสขอ อาว็อง-การ์ด แสดงถึงการผลักดันขอบเขตที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดา (บรรทัดฐาน - norm) หรือสถานภาพปัจจุบัน (status quo) โดยเริ่มแรกในขอบเขตทางวัฒนธรรมสมัยนิยม หรือ ในฐานะสื่อก้าวหน้า

มานิวทิกกล่าวว่า คริสต์ทศวรรษ 1920 เกี่ยวเนื่องกับสื่อใหม่มากกว่ายุคสมัยอื่นในสื่อก้าวหน้า (metamedia) เกิดขึ้นพร้อมกับแนวคิดหลังยุคนวนิยม (postmodernism) ในเรื่องทั้งที่ทั้งสอง นำผลงานเก่ามาปรับปรุงมากกว่าที่จะสร้างสรรค์ผลงานใหม่ อาวี่อง-การ์ดของสื่อใหม่เกี่ยวกับ แนวทางใหม่ของการเข้าถึงและการจัดดำเนินการสารสนเทศ (เช่น สื่อหลายมิติ ฐานข้อมูล เสิร์ชเอนจิน ฯลฯ) สื่อก้าวหน้าเป็นตัวอย่างหนึ่งที่แสดงว่าปริมาณสามารถเปลี่ยนเป็นคุณภาพได้ อย่างไรอย่างกับว่าเทคโนโลยีสื่อใหม่กับเทคนิคการจัดดำเนินการ สามารถเข้ารหัสสุนทรียศาสตร์ สมัยนิยมให้เป็นสุนทรียศาสตร์หลังยุคนวนิยมที่ต่างออกไปมาก

8. สื่อใหม่ในฐานะการประกบขนานระหว่างมโนคติที่คล้ายกันในเรื่องศิลปะสมัยหลัง สงครามโลกครั้งที่สองกับคอมพิวเตอร์สมัยใหม่ ศิลปะสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่สองหรือ "ศิลปะเชิง การจัด" (combinatorics) เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ภาพโดยเปลี่ยนแปลงพารามิเตอร์เพียง หนึ่งเดียวอย่างเป็นระบบ สิ่งนี้นำไปสู่ผลงานสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่าขั้นตอนวิธีอันเป็นส่วนสำคัญของสื่อใหม่นี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยี แต่สามารถกระทำการได้โดยมนุษย์¹⁵

สรุปสื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและ รับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกันคือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้า ของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมี ศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและ นิยมกันมากขึ้นซึ่งมีสื่อใหม่มีอีกหลายประเภท เช่น รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลในเว็บไซต์ (Website) อินเทอร์เน็ต (Internet) อีเมล (E-mail) เฟซบุ๊ก (Facebook)

5.2 ประเภทของสื่อใหม่

5.1.1 อินเทอร์เน็ต (วิกิพีเดียร์ สารานุกรมเสรี. 2563) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มี ขนาดใหญ่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกัน ระหว่างคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โพรโทคอล (protocol) ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ใน หลาย ๆ ทาง อาทิ อีเมล เว็บบอร์ด และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งคัดลอก แ่้มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้¹⁶

อินเทอร์เน็ต (พจนานุกรมคำศัพท์คอมพิวเตอร์ 2563) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ นานาชาติที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบัน หรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ราย ใหญ่ทั่วโลกผ่านโมเด็ม (modem) คล้ายกับ Compuserve ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) สามารถสืบค้นข้อมูลและสารสนเทศ รวมทั้งคัดลอก แ่้มข้อมูล และโปรแกรมบางโปรแกรมมาใช้ได้ อย่างไรก็ตาม มีผู้เปรียบเทียบว่า อินเทอร์เน็ตเป็น

¹⁵ พสนันท์ ปัญญาพร สื่อใหม่ สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2563. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2563. จาก <http://photosanan.blogspot.co/2012/03/new-media.html>

¹⁶ วิกิพีเดียร์ สารานุกรมเสรี. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>

เหมือนทางหลวงระหว่างประเทศ แต่ละประเทศจะต้องมีถนนเข้ามาเชื่อมต่อเข้าไปในประเทศ กล่าวคือ จะต้องมีการเชื่อมต่อภายในรับช่วงต่ออีกทอดหนึ่ง (เช่น ไทยมี Chulanet, KSC , Infon ews เป็นต้น) มิฉะนั้นก็จะใช้ไม่ได้ผล¹⁷

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือ คอมพิวเตอร์เน็ตเวิร์ก (computer network : ศัพท์บัญญัติว่าข่ายงานคอมพิวเตอร์) คือ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมระหว่างคอมพิวเตอร์ จำนวนตั้งแต่สองเครื่องขึ้นไป สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ การเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ในเครือข่าย (โหนดเครือข่าย) จะใช้สื่อที่เป็นสายเคเบิลหรือสื่อไร้สาย เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่รู้จักกันดีคือ อินเทอร์เน็ต การที่ระบบเครือข่ายมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในปัจจุบันเพราะมีการใช้งานคอมพิวเตอร์อย่างแพร่หลาย จึงเกิดความต้องการที่จะเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เหล่านั้นถึงกันเพื่อเพิ่มความสามารถของระบบให้สูงขึ้นและลดต้นทุนของระบบโดยรวมลง การโอนย้ายข้อมูลระหว่างกันในเครือข่าย ทำให้ระบบมีขีดความสามารถเพิ่มมากขึ้น การแบ่งการใช้ทรัพยากร เช่น หน่วยประมวลผล หน่วยความจำ หน่วยจัดเก็บข้อมูล โปรแกรมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีราคาแพงและไม่สามารถจัดหามาให้ทุกคนได้ เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องกราดภาพ (scanner) ทำให้ลดต้นทุนของระบบลงได้¹⁸

ประเภทของสื่อใหม่ (อ้างอิงในพจนานัธ์ ปัญญาพร) สื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตโดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ ดังนี้ (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553: 9) และ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, www)

- (ก) เว็บไซต์ (Web site)
- (ข) อินเทอร์เน็ต (Internet)
- (ค) อีเมล (E-mail)
- (ง) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
- (จ) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
- (ฉ) ซีดีรอมมัลติมีเดีย
- (ช) ซอฟต์แวร์
- (ซ) บล็อกและวิกิ
- (อ) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
- (ฎ) ผู้ให้บริการสารสนเทศ
- (ฏ) โทรทัศน์โต้ตอบ
- (ฐ) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์

¹⁷ พจนานุกรมคำศัพท์คอมพิวเตอร์ 2563 วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก (<https://th.wikipedia.org/wiki>

¹⁸ วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>

(จ) นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิมมาเป็นระบบดิจิทัลทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกันคือ ภาพ เสียงและข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะพัฒนาต้นแบบสื่อใหม่เพื่อดูแลสุขภาพผู้สูงอายุโดยเลือกพัฒนาเฉพาะสื่อ Mobile Platform

ประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (อ้างอิงในพสนันท์ ปัญญาพร)

จากการศึกษางานวิจัยและบทความ ของธิดาพร ชนะชัย (2550) และ ขวัญฤทัยสายประดิษฐ์ (2551) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ดังต่อไปนี้

1. สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้โดยการเปิดหัวข้อไว้ก็จะมีผู้สนใจ และมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย
2. ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล
3. ช่วยสนับสนุนในการทำ อี-คอมเมิร์ซ (E-commerce) เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันทีโดยไม่ต้องใช้แคตตาล็อก (Catalog) อีกต่อไป
4. สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมายเผยแพร่ไปยัง กลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อม ๆ กัน
5. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก
6. ไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์แล้วมีอัตราจะถูกกว่า
7. สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ 2 ทางจึงทำให้ผู้ใช้สามารถตอบโต้ได้ทันที

สรุปได้ว่าการที่นำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันจะทำให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้นเปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่ข้อจำกัดของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ ทั้งนี้ มีความทันสมัยมากขึ้นและสามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Real-time โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปเรียนรู้ถึงสถานที่นั้น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือ ผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก

(Twitter and micro blogging) เครือข่ายสังคม¹⁹

5.1.2 สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งประเภทได้ ดังนี้

(ก) บล็อก (Blogging) บล็อกมาจาก Web + Log แล้วย่อเหลือ Blog คือ ประเภทของระบบการจัดการเนื้อหาที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง โดยบทความที่โพสต์ลงบล็อกเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบล็อก ซึ่งจุดเด่นของบล็อกคือการสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่านการแสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่ง Blogger (<http://www.blogger.com>) และ WordPress (<http://wordpress.com>) เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยมเข้าไปสร้างบล็อกของตนเอง

(ข) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and microblogging) ไมโครบล็อกคือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้ง ซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษรในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คน เพราะใช้งานง่ายและใช้เวลาไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่าง ๆ ที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ เพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับสังคมหากต้องการมีบัญชี (Account) สำหรับทวิตเตอร์สามารถเข้าไปสมัครได้ที่เว็บไซต์ของ Twitter (<http://twitter.com>)

(ค) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking) คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนที่รู้จักมาก่อนหรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไปแต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกันคือ โปรไฟล์ (Profiles-เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting-เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging-อาจเป็นข้อความส่วนตัวหรือข้อความสาธารณะ) เป็นต้น โดยมี Facebook (<http://www.facebook.com>) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

(ง) การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media sharing) เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์ เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้ทั่วไปซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากเพราะด้วยความที่เป็นสื่อผสมเองไม่ว่าจะเป็นรูปสไลด์หรือวิดีโอรวมทั้งการใช้งานง่ายของกล้องดิจิทัลและกล้องวิดีโอซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์ สื่อผสมแบบต่าง ๆ ออกมาเว็บไซต์ประเภทนี้ที่

¹⁹ พสนันท์ ปัญญาพร. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>

ได้รับความนิยม คือ YouTube (<http://www.youtube.com>-สำหรับแบ่งปันไฟล์วิดีโอ) flic (<http://www.flickr.com>-สำหรับแบ่งปันไฟล์รูป)และSlideshare (<http://www.slideshare.net>-สำหรับแบ่งปันไฟล์นำเสนอ) (พิชิต วิจิตรบุญรักษ, 2554)

ดังนั้น สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่มีอัยและเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้อยู่รวดเร็วหรือที่เรียกว่าการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) นักการตลาดนักสื่อสารการตลาดธุรกิจองค์กรเจ้าของสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ จึงนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นอีกช่องทางในการสื่อสารระหว่างเจ้าของธุรกิจองค์กรหรือเจ้าของสินค้ากับผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการข้อมูลที่น่าสนใจนำมาสื่อสารผ่านช่องทางเหล่านี้เช่นข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ โปรโมชันสิทธิพิเศษกิจกรรมทางการตลาดโดยที่ผู้บริโภคสามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกลับมายังบริษัทหรือองค์กรได้อย่างรวดเร็วรายการโมเมทาเฟลนเป็นเนื้อหาถูกนำเสนอในสื่อใหม่จัดอยู่ในประเภทการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Mediasharing) ด้วยคุณสมบัติที่เป็นสื่อผสม (Multimedia) สามารถแบ่งปันข้อมูลสำหรับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ทั่วไปและยังสามารถแพร่กระจายเนื้อหาสารไปยังผู้รับ สารได้เป็นจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น²⁰

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) (อ้างถึงใน จักรกริช ปิยะ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Social media) คือ ช่องทางในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดสำหรับคน ยุคใหม่ โดยรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือสังคมผ่านทางเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น กลุ่มคน รักกีฬา คนรักรถ คนรักสุนัข การรณรงค์ในเรื่องต่างๆ หรือแม้กระทั่งการรวมกลุ่มของผู้ชื่นชอบแบรนด์สินค้า โดยในยุคปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธได้แล้วว่าเครื่องมือชนิดนี้มีประโยชน์อย่างมากที่ช่วยให้คนนั้นติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวมเร็วมากยิ่งขึ้น การได้รับข่าวสารได้ทันถ่วงที ถ้าพูดถึงจุดเด่นของ Social media ที่ทำให้ได้รับความนิยมอย่างมาก คือ การที่ทุกคนสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารทุกคนสามารถบอกถึงความคิดความต้องการจุดประสงค์ของตัวเองได้อย่างอิสระไม่ถูกจำกัดไว้เหมือนในอดีตที่สามารถรับฟังได้เพียงอย่างเดียว ทำให้ หลายๆหน่วยงานมักนำ Social media มาปรับใช้ เพื่อสร้างช่องทางสื่อสารให้กับตัวธุรกิจและยังสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่กลุ่มเป้าหมาย ของ Social media คำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่มากในปัจจุบัน คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น

ดังนั้น คำว่า Social media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคม ได้หลายทิศทางโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพุตง่ายๆ ก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้นั้นเองพื้นฐานการเกิด Social media ก็มาจากความต้องการของมนุษย์หรือ 20 คนเราที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือ

²⁰ พิชิต วิจิตรบุญรักษ, 2554 สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. เล่มที่ 4 วารสารนักบริหาร กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดง เนื้อหาอย่างเดียว บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนา เข้าสู่ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า web application ซึ่งก็คือเว็บไซต์มีแอปพลิเคชันหรือ โปรแกรมต่างๆ ที่มีการโต้ตอบกับ ผู้ใช้งานมากขึ้น ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้า เว็บ เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ให้นึกถึงสื่อต่าง ๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งคนที่อยู่ในสังคมออนไลน์ (สังคมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต) ซึ่งสื่อเหล่านี้ แต่ละคนสามารถเข้าไปดูได้เข้าไปสร้างได้และสามารถแลกเปลี่ยนสื่อกันได้ เป็นสื่อของสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกัน ตัวอย่างเช่น สังคมออนไลน์ของผู้ใช้งาน Facebook สมาชิกแต่ละคนจะสามารถนำเอาสื่อต่าง ๆ เช่น เรื่องราวของตัวเอง หรือเรื่องราวต่าง ๆ ภาพวิดีโอ เผยแพร่ไปยังสมาชิกทุกคนในเครือข่ายได้ ขณะที่สมาชิกคนอื่นก็สามารถ เสนอสื่อของตนเองขึ้นมาแลกเปลี่ยนได้ ดังนั้นสื่อต่างๆ ที่นำมาแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในสังคมออนไลน์ นั้นจะเรียกว่า Social media

1. เป็น สื่อ ที่ แพร่ กระจาย ด้วย ปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมตรงนี้ไม่ต่างจากคนเราสมัยก่อนครั้งที่เกิดเรื่องราวที่น่าสนใจอะไรขึ้นมา ก็พากันมานั่งพูดคุยกันจนเกิดสภาพ Talk of the town แต่เมื่อมาอยู่ในโลกออนไลน์ การแพร่กระจายของสื่อก็ทำได้ง่ายขึ้นโดยเกิดจาก การแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) จากใครก็ได้ อย่างกรณีของป้า Susan Boyle ที่ดัง กันข้ามโลกเพียงไม่กี่สัปดาห์จากการลงคลิปที่ประกวดร้องเพลงในรายการ Britain's Got Talent ผ่านทาง YouTube เป็นต้น ทั้งนี้ Social media อาจจะมีอยู่ในรูปของเนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอ

2. เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อ เดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (one-to-many) เป็นแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลาย ๆ คน (many-to-many) เมื่อมีสภาพของการเป็นสื่อสังคม สิ่งสำคัญก็คือการสนทนาพาทีที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นการร่วมกลุ่มคุย ในเรื่องที่น่าสนใจร่วมกันหรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของสนทนา แม้กระทั่งตัวผู้ผลิตเนื้อหานั้นเองเพราะผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็นหรือแม้กระทั่งเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้นได้ด้วยตัวเอง

3. เป็นสื่อที่ เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหาจากคนตัวเล็ก ๆ ในสังคมที่แต่เดิมไม่มีปากมีเสียงอะไรมากนักเพราะเป็นเพียงคนรับสื่อขณะที่สื่อจำพวกโทรทัศน์วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์จะเป็นผู้ทรงอิทธิพลอย่างมาก สามารถชี้ชะตาใครต่อ ใครหรือสินค้าหรือบริการ ไตโดยที่เราแทบจะไม่มีทางอุทธรณ์แต่เมื่อเป็น Social media ที่แทบจะไม่มีต้นทุน ทำให้ใคร ๆ ก็สามารถผลิตเนื้อหาและกระจายไปยังผู้รับสารได้อย่างเสรี หากใครผลิตเนื้อหาที่โดนใจคนหมู่มากก็จะเป็นผู้ทรงอิทธิพลไป ยิ่งหากเป็นในทางการตลาดก็สามารถโน้มน้าวผู้ติดตามในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่ายถ้าอธิบายความหมายเพียงแค่นี้หลายท่านอาจจะนึกภาพ Social media ไม่ออกถ้าจะให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คงจะต้องเปิดเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เผยแพร่กันอยู่บนอินเทอร์เน็ตขึ้นมาสักเว็บไซต์หนึ่งจะเห็นว่าบนหน้าเว็บไซต์นั้น เราจะพบตัวหนังสือ ภาพ หรืออื่น ๆ จะเรียกสิ่งที่น่าสนใจผ่านหน้าเว็บไซต์ดังกล่าวว่า สื่อ (media) แต่เนื่องจากสื่อดังกล่าว ที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตเหล่านั้น จึง เรียกว่า สื่อออนไลน์

หมายถึง สื่อที่ส่งมาตามสาย (LINE) ถึงแม้ปัจจุบัน จะเผยแพร่แบบไร้สายก็ยังเรียกว่า ออนไลน์ ก่อนหน้านั้น การเปิดดูสื่อแต่ละเว็บไซต์นั้น ต่างคนก็ต่างเปิดเข้าไปดูสื่อออนไลน์ ใน เว็บไซต์เหล่านั้น ต่อมาจึงมีผู้คิดว่าทำอะไรจะทำให้ผู้ที่เข้ามาในเว็บไซตนั้น ๆ แทนที่จะมาอ่าน มาดูสื่อเพียงอย่างเดียวทำอย่างไรให้สามารถมาสร้างสื่อ เช่น พิมพ์ข้อความหรือใส่ภาพ เสียง วิดีโอ ในเว็บไซตนั้น ได้ด้วยซึ่งเว็บไซต์ที่พัฒนาในระยะต่อมาจะเป็นเว็บไซต์ที่ผู้คนที่ทั่ว ๆ ไปสามารถเข้าไปเพิ่มเติมเนื้อหา หรือเพิ่มเติมสื่อได้ตามที่ตนเองต้องการซึ่งมีผลทำให้เว็บไซต์เหล่านั้น เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานมีส่วนร่วม ในการสร้างสื่อแทนที่จะเป็นเว็บไซต์ส่วนตัวของคนใดคนหนึ่งก็กลายเป็นเว็บไซต์ของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งขึ้นมาทำให้เกิดเป็นชุมชนหรือสังคมย่อย ๆ ของผู้ใช้ เว็บไซต์นั้นขึ้นมาโดยเนื้อหาหรือสื่อที่นำเสนอผ่านเว็บไซตนั้น ก็เป็นสื่อที่คนในสังคมนั้น ๆ ช่วยกันสร้างขึ้นมาแต่การพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เพราะมีการคิดกันต่อไปอีกว่าทำอย่างไรที่จะให้คนในชุมชนหรือสังคมของคนใช้เว็บไซตนั้น ๆ นอกจากจะสามารถเพิ่มสื่อของตนเองแล้วยังสามารถที่จะสื่อสารติดต่อโต้ตอบกันได้ด้วยซึ่งปัจจุบันมีเว็บไซต์จำนวนมากที่สามารถพัฒนาจนกระทั่งสร้างเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกจำนวนมาก นับเป็นล้านคนสามารถติดต่อสื่อสารส่งเรื่องราวต่าง ๆ ถึงกันได้อย่างกว้างขวางทำให้เรื่องราวที่ส่งถึงกันนั้น เป็นเรื่องราวของคนในสังคมออนไลน์นั้น กลายเป็นสื่อหรือ media ที่สร้างโดยคนที่อยู่ในสังคมที่เป็นสมาชิกของเว็บไซตนั้น ๆ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนของ Social media มากขึ้น จะขอยกตัวอย่างเว็บไซตที่เป็นสังคมนานาชาติใหญ่มีสมาชิกเป็นล้านคนทั่วโลกแต่ละคนที่มีเรื่องราวมากมายเผยแพร่บนเว็บไซตกลางเป็นแหล่งรวมของเรื่องราวหรือสื่อออนไลน์ขนาดใหญ่ซึ่งคนทั่วไปก็รู้จักดี คือ เว็บไซตของ Facebook

LINE (อ้างถึงใน จักรกริช ปิยะ, น. 19-21 การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media))

LINE เป็นแอปพลิเคชันประเภทแชทที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้งานในประเทศไทยแล้วมากกว่า 18 ล้านผู้ใช้งาน เนื่องด้วยมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การสนทนาแบบกลุ่ม การแชร์พิกัดสถานที่ การคุยผ่านเสียงการคุยผ่านวิดีโอการส่งสติ๊กเกอร์ส่วนใหญ่เป็นบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายรวมถึงแอปพลิเคชันยังรองรับการใช้งานได้ ทั้งบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน และบนเครื่องคอมพิวเตอร์อีกด้วย โดยเว็บไซต์ผู้พัฒนาของ LINE ได้ระบุว่าผู้ใช้งานในประเทศไทยติดอยู่ในอันดับที่ 3 จากผู้ใช้งานทั่วโลกและคง หลีกเสี่ยงไม่ได้ว่าปัจจุบัน การใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ของคนไทยไม่ได้จำกัดเฉพาะในหมู่เพื่อนคุยกันดังจะเห็นจากหลายองค์กรนำมาใช้สำหรับสื่อสารองค์กรการทำงานการแชร์รูปภาพ คลิป เสียงหรือแม้แต่บางครั้งใช้บอกพิกัดสถานที่ใช้งานกับคนสนิทญาติพี่น้อง ครอบครัวแต่จะเป็นอย่างไรหากการใช้งานแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถถูกดักจับข้อมูลการสื่อสารระหว่างทางออกไปได้ทั้งหมดโดยที่ผู้ใช้งานไม่สามารถล่วงรู้เลยได้เมื่อถึงเวลานั้นคงไม่มีใครรันตีได้ว่าข้อมูลดังกล่าวจะยังคงเป็นความลับอยู่ อีกหรือไม่รวมถึงข้อมูลที่หลุดออกไปนั้น หากเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญก็อาจถูกนำไปหาผลประโยชน์

ในทางที่ผิดต่อก็คงเป็นได้และจากสถานการณ์ความนิยม ของแอปพลิเคชัน LINE ทั่วโลก จึงทำให้มีนักวิจัยหลายรายเริ่มศึกษาวิจัยถึงการทำงานของแอปพลิเคชัน LINE อย่างละเอียด โดยพบหัวข้อข่าวช่วงเดือนสิงหาคมว่ามีนักวิจัยจากเว็บไซต์ Telecom Asia เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของแอปพลิเคชัน LINE ที่มีรับส่งข้อมูลของแอปพลิเคชันบนเครื่องผู้ใช้งานกับเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการ LINE ในรูปแบบ Plain-text กรณีที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตบนเครือข่าย 2G/3G นั้น ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับมาตรการในการรักษาความลับของผู้ใช้งานมากขึ้น อันเนื่องจากกรณีดังกล่าวผู้ให้บริการโทรศัพท์สามารถดักอ่านข้อมูลของผู้ใช้งานได้อย่างง่ายดายแต่อย่างไรก็ตามกรณีดังกล่าวนั้น การที่จะมีผู้กระทำการดังกล่าวได้ ยังคงเป็นเรื่องที่จำกัดอยู่เฉพาะผู้ให้บริการโทรศัพท์ที่มีถือเท่านั้นที่จะสามารถเห็นข้อมูล ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณากันต่อไปถึงแนวทางการบริหารจัดการของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเพื่อให้ ผู้ใช้งานมีความเชื่อมั่นว่าข้อมูลจะไม่ถูกเปิดเผยหรือเข้าถึงโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต โดยในบทความนี้จะกล่าวถึงอีกมุมหนึ่งของบทวิเคราะห์ช่องโหว่บนแอปพลิเคชัน LINE ที่นักวิจัยของ ไทยเซิร์ตได้ตรวจสอบพบและมีความคาดหวังจะให้ผู้อ่านได้รู้เท่าทันสถานการณ์ภัยคุกคามและอันตรายต่าง ๆ ที่มาจากการใช้งานเทคโนโลยีในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานอย่างระมัดระวังและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นได้ วิเคราะห์การรับส่งข้อมูลของแอปพลิเคชัน LINE นักวิจัยของไทยเซิร์ตได้ทำการวิเคราะห์การรับส่งข้อมูลของแอปพลิเคชัน LINE โดย จำลองสถานการณ์การรับส่งข้อมูลใน 2 ลักษณะคือรับส่งผ่านเครือข่าย 2G/3G และผ่านเครือข่าย LAN/Wi-Fi และใช้โปรแกรมเฉพาะสำหรับดักจับข้อมูลบนเครือข่าย โดยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และสรุปผล ดังนี้

ทดสอบโดยใช้งานแอปพลิเคชัน LINE เวอร์ชัน 3.8.8 บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ผ่านเครือข่าย 2G/3G พบว่ามีการรับส่งข้อมูลในลักษณะ Plain text ผ่านโพรโทคอล HTTP โดยข้อดีของการรับส่งข้อมูลบนโพรโทคอล HTTP คือ สามารถรับส่งข้อมูลได้เร็ว แต่ข้อเสียคือหากมีผู้ที่สามารถดักจับข้อมูลตรงกลางระหว่างผู้ใช้งานกับเซิร์ฟเวอร์ผู้ให้บริการของ LINE แล้ว ก็จะสามารถมองเห็นข้อมูลที่รับส่งกันอยู่ระหว่างผู้ใช้งานกับเซิร์ฟเวอร์ของ LINE ได้ทันที ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบดักจับข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เวอร์ชัน 3.8.8 ซึ่งใช้งานเครือข่าย 3G โดยพบข้อความว่า “where r u” ซึ่งเป็นข้อความที่นักวิจัยของไทยเซิร์ตได้ทำการทดสอบส่งออกไปจริงแต่อย่างไรก็ตามจากที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า ข้อมูลที่รับส่งบนเครือข่าย 2G/3G อาจยังมีความเสี่ยงไม่มากนัก เนื่องจากเทคนิคการดักจับข้อมูล บนเครือข่าย 2G/3G โดยผู้ใช้งานด้วยกันยังไม่สามารถทำได้โดยง่ายแต่ก็ยังคงมีความเสี่ยงในมุมที่ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์อาจสามารถตรวจสอบการใช้งานของลูกค้าได้รวมถึงปัจจุบันทางผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน LINE ได้มีการปรับปรุงการทำงานแอปพลิเคชัน LINE ตั้งแต่เวอร์ชัน 3.9 ขึ้น ไป ที่ทำงานบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์นั้น โดยเปลี่ยนมาใช้โพรโทคอล HTTPS ในการรับส่ง ข้อมูล ซึ่งมีการเข้ารหัสลับข้อมูลแทนการรับส่งข้อมูลแบบเดิมในลักษณะ Plain-text แล้ว ในส่วนนี้ทางไทยเซิร์ต ขอแนะนำให้ผู้ใช้งานที่ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ทำการ

ตรวจสอบเวอร์ชันของแอปพลิเคชันที่ใช้งานและหากพบว่า ใช้เวอร์ชันต่ำกว่า 3.9 ให้รีบทำการอัปเดตทันที

Facebook (อ้างอิงใน จักรกริช ปิยะ น. 19-21 การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Social media)

Facebook คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โปสต์รูปภาพ โปสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อกแชทคุยกันแบบสดๆ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อยๆ Facebook เป็น Social media ที่ได้รับความนิยมอีกแห่งหนึ่งในโลก ซึ่งถ้าในต่างประเทศ ความยิ่งใหญ่ของ Facebook มีมากกว่า Hi5 เสียอีก แต่ในประเทศไทย Hi5 ยังคงครองความเป็นเจ้าในด้าน Social media ในหมู่คนไทย เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์ Facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท Social network ซึ่งตอนนั้น เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในช่วงพริบตาเพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ ครั้งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดก็สมัครเป็นสมาชิก Facebook เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตัน ก็เริ่มมีความต้องการและอยากขอเข้าใช้งาน Facebook บ้างเหมือนกัน มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนของเค้าที่ชื่อ Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้าง Facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น Facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่งโอเคเดียเริ่มแรกในการตั้งชื่อ Facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์คที่ชื่อฟิลิปส์เอ็กเซเตอร์อะคาเดมี โดยที่โรงเรียนนี้จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Facebook ซึ่งจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน ซึ่ง Facebook นี้จริง ๆ แล้วก็ป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่งมาร์คได้เปลี่ยนแปลงและนำมันเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ต เมื่อประสบความสำเร็จขนาดนี้ ทั้งมาร์ค ดัสติน และฮิวจ์ ได้ย้ายออกไปที่ Palo Alto ในช่วงฤดูร้อนและ ไปขอแบ่งเช่าอพาร์ทเมนต์แห่งหนึ่งหลังจากนั้นสองสัปดาห์ มาร์คได้เข้าไปคุย กับชอน ปาร์คเกอร์ (Sean Parker) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Napster จากนั้นไม่นานปาร์คเกอร์ก็ย้ายเข้ามาทำงานกับมาร์คในอพาร์ทเมนต์ โดยปาร์คเกอร์ได้ช่วยแนะนำให้รู้จักกับนักลงทุนรายแรก ซึ่งก็คือ ปีเตอร์ธีล (Peter Thiel) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง PayPal และผู้บริหารของ The Founders Fund โดยปีเตอร์ ได้ลงทุนใน Facebook เป็นจำนวนเงิน 500,000 เหรียญสหรัฐ ด้วยจำนวนสมาชิกหลาย ล้านคน ทำให้บริษัทหลายแห่งสนใจในตัว Facebook โดย Friendster พยายามที่จะขอซื้อ Facebook เป็นเงิน 10 ล้านเหรียญสหรัฐ ในกลางปีพ.ศ. 2548 แต่ Facebook ปฏิเสธข้อเสนอไปและได้รับ เงินทุนเพิ่มเติมจาก Acela Partners เป็นจำนวนอีก 12.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ในตอนนั้น Facebook มีมูลค่าจากการประเมินอยู่ที่ประมาณ 100 ล้าน

เหรียญสหรัฐ Facebook ยังเติบโตต่อไปจนถึงเดือน กันยายนปีพ.ศ. 2549 ก็ได้เปิดในโรงเรียนในระดับมัธยมปลายเข้าร่วมใช้งานได้และในเดือนถัดมา Facebook ได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่โดยสามารถให้สมาชิกเอารูปภาพมาแบ่งปันกันได้ซึ่งฟังก์ชันนี้ได้รับ ความนิยมอย่างล้นหลามในฤดูใบไม้ผลิ Facebook ได้รับเงินจากการลงทุนเพิ่มอีกของ Gridlock Partners, Ameritech Capital พร้อมกับนักลงทุนชุดแรกคือ Acela Partners และปีเตอร์ซิล เป็นจำนวนเงินถึง 25 ล้านดอลลาร์ โดยมูลค่าการประเมินมูลค่าในตอนนั้นเป็น 525 ล้านดอลลาร์ หลังจากนั้น Facebook ได้เปิดให้องค์กรธุรกิจหรือบริษัทต่าง ๆ ให้สามารถเข้าใช้งาน Facebook และสร้าง network ต่าง ๆ ได้ซึ่งในที่สุดก็องค์กรธุรกิจกว่า 20,000 แห่งได้เข้ามาใช้งานและสุดท้ายในปีพ.ศ. 2550 Facebook ก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมล ได้เข้าใช้งานซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นใครก็สามารถเข้าไปใช้งาน Facebook ได้เพียงแค่คุณมีอีเมลเท่านั้น สำหรับงานครั้งนี้้นำทีมโดย Mark Zuckerberg ได้เปิดเผยว่ารูปแบบหน้า News Feed แบบใหม่จะทำให้ผู้ใช้จะสามารถเลือกดู Feeds ต่าง ๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยประสบการณ์การใช้งานจะใกล้เคียงกับเวอร์ชันแพลตฟอร์มมือถือมากยิ่งขึ้นซึ่งหน้า News Feed แบบใหม่จะทำให้ผู้ใช้เลือกอ่านสิ่งที่ตัวเองสนใจสามารถเลือกดูทุกอย่างรวมกันตามลำดับเวลาเช่น การเลือกดูเฉพาะกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยจุดเด่นของ News Feed แบบใหม่มี ดังนี้ คอนเทนต์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นบนหน้า News Feed แบบใหม่จะดูมีมิติและ รู้สึกน่าสนใจมากขึ้น เช่น การแชร์รูปภาพ, ลิงก์, อัลบั้มและแผนที่ทุกอย่างจะดูชัดเจนและน่าสนใจมากขึ้นเลือกประเภทของฟีดที่เราต้องการให้แสดงได้ เช่น ฟีดจากเพื่อนทั้งหมด (Feed from All Friends), ฟีดเฉพาะที่เป็นรูปภาพ, ฟีดเฉพาะเพลงซึ่งอารมณ์จะคล้าย ๆ กับเรากำลังอ่านหนังสือพิมพ์และเลือกอ่านคอลัมน์ที่เราสนใจหน้าเว็บ News Feed แบบใหม่กับหน้าเว็บเวอร์ชันมือถือจะมีรูปแบบเหมือนกันมากขึ้นโดยจะมีแถบสถานะด้านซ้าย เพื่อเลือกดูเมนูต่าง ๆ เช่น ฟีด, ข้อความ, แพนเพจ, แอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นต้น (คนที่ใช้เฟซบุ๊กเวอร์ชันมือถือน่าจะชินกับส่วนนี้) นอกจากนี้ยังมีการบอก New Stories เพื่อมีการอัปเดตเนื้อหาใหม่ ๆ บนหน้า News Feed ซึ่งเหมือนกับเวอร์ชันบนมือถือนั่นเอง ทั้งนี้ เฟซบุ๊กจะเริ่มทยอยปรับหน้า News Feed แบบใหม่ให้กับผู้ใช้บางส่วนก่อนแต่สำหรับใครที่อดใจรอไม่ไหวอยากจะลองหน้า News Feed แบบใหม่ก่อนใครสามารถไปแจ้งความต้องการได้ที่ facebook.com/about/newsfeed จากนั้นเลือกลงมาด้านล่างสุดและคลิกปุ่ม Join Waiting List และรอให้ทางเฟซบุ๊กอัปเดตหน้า News Feed แบบใหม่ให้กับบัญชีของเรา

Wikipedia Wikipedia (อ้างอิงใน จักรกริช ปิยะ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) น.31-37)

Wikipedia Wikipedia คือ สารานุกรมซึ่งมีหลายภาษาสามารถเข้าไปอ่านได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องสมัครสมาชิกใด ๆ อีกทั้งยังสามารถปรับปรุงเพิ่มเติมเนื้อหาซึ่งทำให้วิกิพีเดียกลายเป็นสารานุกรมที่ได้รับการแก้ไขรวบรวมและดูแลรักษาจากอาสาสมัครทั่วโลกผ่านซอฟต์แวร์ชื่อ มีเดีย วิก ในปัจจุบันวิกิพีเดียมีทั้งหมดมากกว่า 250 ภาษา สารานุกรมวิกิพีเดียได้รับการยอมรับจากนักวิชาการและสื่อมวลชน เนื่องจากเนื้อหาเปิดเสรีให้สามารถนำไปใช้ได้รวมถึงเปิดเสรีที่ให้อุท

คนแก้ไขรวมถึงนโยบายมุมมองที่เป็นกลางจากทุกฝ่ายที่เขียนในสารานุกรม ดังนั้น ข้อมูลใน Wikipedia จึงค่อนข้างมีความน่าเชื่อถือสูงและการที่ Wikipedia เป็นเสรีสารานุกรมที่ทุกคนสามารถเข้าไปแก้ไขและเพิ่มเติมข้อมูลได้นี้เองจึงทำให้มีผู้ประสงค์ร้ายใส่ข้อมูลเข้าไปผิด ๆ แม้ส่วนใหญ่บุคคลเหล่านั้นจะถูกจับได้แล้วแต่ท่านทั้งหลายก็ควรระวังและอ่านข้อมูลจาก Wikipedia อย่างมีวิจารณญาณไม่หลงเชื่อข้อมูลที่ผิดจากบุคคลเหล่านั้น ปัจจุบันมีหลาย ๆ เว็บไซต์นำ wiki มาเป็น Engine นำ Content ขึ้นแสดงแทนที่จะใช้โปรแกรม CMS เพราะสนุกสนานในการเชื่อมโยงเนื้อหาควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ดีกว่า CMS ทั่ว ๆ ไป และการใช้งานง่ายเพราะผู้สร้างของเว็บสามารถแก้ไขข้อมูลจากหน้าเว็บได้

ความหมายของ Wiki วิกี หรือ วิกี (wiki) คือ ลักษณะของเว็บไซต์แบบหนึ่งที่อนุญาตให้ผู้ใช้เพิ่มและแก้ไขเนื้อหาได้โดยง่ายซึ่งบางครั้งไม่จำเป็นต้องการลงทะเบียนเพื่อแก้ไขด้วยความง่ายในการแก้ไขและโต้ตอบวิกิเว็บไซต์มักจะถูกนำมาใช้ในการร่วมเขียนบทความ คำว่า "วิกิ" นี้ยังรวมหมายถึงวิกิ ซอฟต์แวร์ซึ่งเป็นตัวซอฟต์แวร์รองรับการทำงานระบบนี้ หรือยังสามารถหมายถึง ตัวเว็บไซต์เองที่นำระบบนี้มาใช้งานตัวอย่าง เช่น เว็บสารานุกรมออนไลน์ วิกิพีเดีย (www.wikipedia.org) ซึ่งใช้ ซอฟต์แวร์ Media Wiki (www.mediawiki.org) ในการบริหารจัดการสารานุกรมออนไลน์ สามารถ Download มาติดตั้งได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายจากเว็บไซต์ http://www.mediawiki.org/wiki/Download_from_SVN#Download ซึ่งปัจจุบันเผยแพร่เวอร์ชันล่าสุด คือ mediawiki-1.9.3 ซึ่งประวัติความเป็นมาของ Wiki วิกีตัวแรกชื่อว่า Wiki Wiki Web สร้างโดย วอร์ด คันนิงแฮม เมื่อ พ.ศ.2537 สำหรับ โครงการ Portland Pattern Repository ของเขา โดยได้เขียนโปรแกรมขึ้นด้วยภาษาเพิร์ลและติดตั้ง ลงที่เว็บ c2.com โดยชื่อของวิกินั้นมาจากชื่อรถประจำทางสาย "วิกิ วิกี" (Wiki Wiki) ของระบบรถขนส่งแชนซอร์ที่-52 ที่สนามบินฮอโนลูลูในรัฐฮาวาย คำว่าวิกิในภาษาฮาวายมีความหมายว่าเร็ว ดังนั้นคำว่า "วิกิวิกิ" หมายถึง "เร็วเร็ว" ระบบวิกิเริ่มเป็นที่รู้จักหลังจากที่สารานุกรมวิกิพีเดียได้นำมาใช้ซึ่งต่อมาได้มีหน่วยงานหลายส่วนได้นำระบบวิกิมาใช้ไม่ว่าในการจัดการเอกสารการติดต่อสื่อสารหรือแม้แต่การร่วมเขียนโปรแกรม ลักษณะสำคัญของ Wiki วิกีเน้นการทำงานแบบง่ายซึ่งผู้เขียนสามารถสร้างเนื้อหาบนเว็บได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในภาษาเอชทีเอ็มแอล โดยข้อมูลถูกเขียนร่วมกันด้วยภาษามาร์กอัปอย่างง่ายโดยผ่านเว็บเบราว์เซอร์ในแต่ละหน้าจะถูก เรียกว่า "หน้าวิกิ" และเนื้อหาภายในจะเชื่อมต่อกันผ่านทางไฮเปอร์ลิงก์ ซึ่งส่งผลให้ในแต่ละวิกิ สามารถทำงานผ่านระบบที่เรียบง่ายและสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับสืบค้นดูแลรักษาที่ง่ายนิยามลักษณะของเทคโนโลยีวิกิ คือ ความง่ายในการสร้างและแก้ไขหน้าเว็บ โดยไม่จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบหรือยืนยันจากเจ้าของเว็บนั้น เว็บวิกิหลายแห่งเปิดให้ผู้ใช้บริการทั่วไปในขณะที่บางกรณีขึ้นอยู่กับที่ตั้งค่าวิกิบนเซิร์ฟเวอร์ผู้ใช้อาจจะต้องล็อกอิน เพื่อแก้ไขหรือเพื่ออ่านบางหน้าการแก้ไขเอกสารในหน้าวิกิรูปแบบรหัสต้นฉบับ บางครั้งก็รู้จักกันในชื่อ "ข้อความวิกิ" ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความธรรมดาพร้อมกับภาษามาร์กอัปอย่างง่ายซึ่งใช้ในการกำหนดโครงสร้างของเอกสารและรูปลักษณะในการแสดงผลตัวอย่างที่มักยกบ่อย

ได้แก่การใช้เครื่องหมายดอกจัน ("*") ขึ้นต้นบรรทัด เพื่อเป็นสัญลักษณ์บอกว่าบรรทัดนั้นเป็นรายการหนึ่งในรายการแบบจุดนำรูปแบบและวากยสัมพันธ์ สามารถแตกต่างกันออกไปได้หลายแบบ ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ในบางระบบอนุญาตให้ใช้แท็ก HTML ได้การออกแบบข้อความวิกิมีเหตุผลมาจาก HTML ซึ่งแท็กหลายแท็กก็มีความคลุมเครือทำให้จากรหัสต้นฉบับ HTML ผู้ใช้สร้างจินตนาภาพถึงผลลัพธ์ได้ยากสำหรับผู้มีส่วนมากรอ่านและการแก้ไขเนื้อหาบนรหัสต้นฉบับ HTML โดยตรง เป็นสิ่งที่ทำได้ยากมาก ดังนั้น การส่งเสริมให้แก้ไขบนข้อความธรรมดา กับ ข้อตกลงอีกนิดหน่อยเพื่อกำหนดโครงสร้างและรูปแบบจึงเป็นสิ่งที่ดีกว่านอกจากนั้นการที่ผู้ใช้ไม่สามารถใช้ความสามารถบางอย่างของภาษา HTML เช่น จาวาสคริปต์ และ Cascading Style Sheet ได้โดยตรงทำให้ได้ประโยชน์ คือ รูปลักษณ์และความรู้สึก (Look and Feel) ในการใช้งานวิกิมีความสอดคล้องกัน เนื่องจากผู้ใช้แก้ไขรูปแบบได้อย่างจำกัดพร้อมทั้งความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น ในการนำวิกิไปใช้หลายระบบแสดงให้เห็นไฮเปอร์ลิงก์ที่ใช้งานได้เสมอไม่เหมือนในการใช้ HTML ซึ่งข้อความที่ไม่สามารถมองเห็นจากการแสดงผลว่าเป็นไฮเปอร์ลิงก์ก็อาจจะเป็นไฮเปอร์ลิงก์ได้การควบคุมความเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในหน้า Wiki โดยทั่วไป แล้ววิกิออกมาบนปรัชญาที่ว่าทำการแก้ไขสิ่งที่ผิดให้ง่ายมากกว่าทำให้การสร้างสรรค์ยาก

ดังนั้น เมื่อวิกิเป็นระบบเปิดจึงจัดสิ่งที่มีความสำคัญในการยืนยันความถูกต้องของการแก้ไขเนื้อหาของหน้าวิกิล่าสุด สิ่งที่น่าสนใจที่สุดของวิกิทุกตัวก็คือ หน้า "ปรับปรุงล่าสุด" ซึ่งเป็นรายการที่เรียงลำดับการเปลี่ยนแปลงจากล่าสุดจำนวนหนึ่งหรือเป็นรายการการเปลี่ยนแปลงที่ ทำในช่วงเวลาหนึ่งวิกิบางตัวสามารถเลือกกรองโดยเพื่อที่จะไม่แสดงเอาการเปลี่ยนแปลงเพียง เล็กน้อยและไม่แสดงการแปลงที่ทำโดยสคริปต์อัตโนมัติ ("บอต") จากปุ่มบันทึกการเปลี่ยนแปลงความสามารถอื่นของวิกิส่วนมาก คือ "ประวัติการแก้ไขปรับปรุง" ซึ่งแสดงหน้าวิกิรุ่นก่อนและยังมีลักษณะพิเศษในการ "ดิฟฟ์" (diff) ที่เน้นให้เห็นความเปลี่ยนแปลงระหว่างการแก้ไขปรับปรุง 2 ครั้ง ด้วยการใชประวัติการแก้ไขปรับปรุงบรรณาธิการ สามารถดูหรือนำหน้าวิกิรุ่นก่อนหน้า กลับคืนมาได้ลักษณะเด่นดิฟฟ์สามารถใช้ในการตัดสินใจว่ามีความจำเป็นในการนำหน้าวิกิรุ่นก่อน กลับคืนมาหรือไม่ผู้ใช้กิจกรรมสามารถดูดิฟฟ์ของรายการหน้าที่ถูกแก้ไขจากหน้า "ปรับปรุง ล่าสุด" ถ้าหากว่ามีการแก้ไขที่ไม่เป็นที่ยอมรับโดยดูจากประวัติก็สามารถนำหน้าวิกิรุ่นก่อนหน้ากลับคืนมาได้การนำหน้าวิกิรุ่นก่อนกลับคืนมา มีความสะดวกในระดับที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับซอฟต์แวร์วิกิที่ใช้เทคโนโลยีของ Wiki Wiki ทำงานอย่างไรเว็บไซต์ Wiki ใช้ซอฟต์แวร์ Media Wiki ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ไม่ค่าลิขสิทธิ์ทำงานเป็นประเภท GNU General Public License (GPL) เผยแพร่ภายใต้ข้อกำหนดขอ GNU General ออกแบบติดตั้งที่คอมพิวเตอร์ฝั่ง Server ซอฟต์แวร์ Media Wiki ถูก ออกแบบให้ทำงานบน Sever ขนาดใหญ่มีขีดความสามารถสูง พัฒนาโดยใช้ภาษา PHP ร่วมกับ ระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล MySQL การสร้างเอกสารเผยแพร่ใช้รูปแบบของ wiki text format โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ภาษา XHTML หรือ CSS (Cascading Style Sheets) ซึ่งเป็นภาษาหลักในการสร้างและจัดรูปแบบเอกสารที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ความต้องการของระบบ (Requirements) เว็บไซต์ประเภท Wiki ที่มี

ชื่อเสียง เช่น www.wikipedia.org ใช้ซอฟต์แวร์บริหารจัดการคือ Media Wiki ซึ่งสามารถ Download ได้ที่เว็บไซต์แหล่งทรัพยากรการเรียนรู้แบบ Wiki โครงการพัฒนาเว็บไซต์ประเภท Wiki มีหลายภาษาทั่วโลก สำหรับภาษาไทยเองก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ประเภท Wiki หลายโครงการ ซึ่งแต่ละโครงการสามารถนำมาใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ และสร้างกิจกรรมการเรียนการสอนทั้งในระบบ ชั้นเรียนปกติและในระบบอีเลิร์นนิ่งได้เป็นอย่างดี โครงการที่เป็นเว็บไซต์ประเภท Wiki ในภาษาไทย วิกีพีเดียสารานุกรมเสรี (<http://th.wikipedia.org/wiki/>)

วิกิพีเดีย คือ สารานุกรมเสรีที่ร่วมสร้างขึ้นโดยผู้อ่านหลายคนร่วมกันปรับปรุงวิกิพีเดีย อย่างสม่ำเสมอระบบของวิกิพีเดียจะแตกต่างจากแหล่งข้อมูลอื่นที่ทุกคนสามารถร่วมแก้ไขได้ ไม่เฉพาะเจ้าของเว็บไซต์วิกิพีเดียจะแตกต่างจากบล็อกและเว็บบอร์ดที่เรื่องทุกอย่างถูกจัดเรียงตาม ชื่อหัวข้อนั้นในลักษณะสารานุกรมวิกิตำรา (<http://th.wikibooks.org/wiki/>) วิกิตำราคือ หนังสือที่ร่วมกันสร้างขึ้นโดยผู้อ่านมีคนเดียว ๆ คน ร่วมกันปรับปรุงวิกิตำราอย่างสม่ำเสมอแม้แต่คุณก็แก้ไขได้โดยบทความจะสมบูรณ์ยิ่งขึ้นทุก ๆ การแก้ไขโดยการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดถูกบันทึกไว้ในหน้าประวัติซึ่งจะเก็บไว้ทุกครั้งและตลอดไปวิกิคำคม (<http://th.wikiquote.org/wiki/>)

วิกิคำคมแหล่งรวบรวมคำคมสุภาษิตและคำพังเพยจากทั่วโลกในทุกภาษาวิกิคำคมเป็นหนึ่งในโครงการของวิกิมีเดียโครงการวิกิคำคมเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเขียนคำคมที่ชื่นชมคำคมจากบุคคลที่สำคัญได้อย่างเต็มที่วิกิซอร์ (<http://th.wikisource.org/wiki/>) แหล่งรวบรวมและจัดเก็บเอกสารต้นฉบับที่สามารถนำไปอ้างอิงได้ เช่น กฎหมาย พระราชบัญญัติ เอกสารทางราชการอื่น ๆ วิกิข่าว (<http://th.wikinews.org/wiki/>) แหล่งข่าวเนื้อหาเสรี โดยกลุ่มอาสาสมัครซึ่งมีภารกิจเพื่อสร้างเว็บไซต์ที่มีการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย, ตรงประเด็น, น่าสนใจและให้ความเพลิดเพลิน โดยปราศจากอคติเนื้อหาทั้งหมดอยู่ภายใต้สัญญาอนุญาตโดยการทำให้เนื้อหาของเราสามารถนำไปเผยแพร่และนำไปใช้ได้ วิกิพจนานุกรม (<http://th.wiktionary.org/wiki/>) วิกิพจนานุกรม คือ แหล่งรวบรวมและเก็บคำศัพท์เสรีวิกิสปีชีส์ (<http://species.wikimedia.org/wiki/>) อนุกรมวิธานหรือวิกิสปีชีส์ เป็นโครงการของมูลนิธิวิกิมีเดีย โดยเป็นสารานุกรมเสรีเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ซึ่งรวมถึง สัตว์ พืช เห็ด รา แบคทีเรีย อาร์เคีย โพรทิสตา และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ขณะนี้มีบทความทั้งหมด 93,896 บทความคอมมอนส์ (<http://commons.wikimedia.org/wiki/>) วิกิมีเดียคอมมอนส์เป็นโครงการหลายภาษา เพื่อให้บริการคลังข้อมูลกลางสำหรับภาพ ดนตรี เสียงและวีดิทัศน์ ลิขสิทธิ์เสรีและอาจรวมถึงข้อความและคำพูดเพื่อใช้ในหน้าเอกสารในโครงการต่าง ๆ ของวิกิมีเดีย ภาพทุกภาพที่เก็บในคอมมอนส์จะสามารถเรียกใช้ได้จากหน้าเอกสารของโครงการวิกิมีเดียทุกโครงการเมต่าวิกิ (<http://meta.wikimedia.org/wiki/>)

เมต่าวิกิ คือ ศูนย์กลางโครงการวิกิมีเดียที่เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับโครงการทั้งหมดในองค์กร วิกิมีเดียรวมถึง วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรีสำหรับทุกคน และซอฟต์แวร์ มีเดียวิกิที่เป็นซอฟต์แวร์ในการพัฒนาทั้งหมดซึ่งเป็นกลุ่มสนทนาเกี่ยวกับมูลนิธิ, บันทึกและข้อเขียนอื่นซึ่งมีผลโดยตรงต่อโครงการนี้ ข้อดีของ Wiki

1. วิกิจะแตกต่างจากระบบการจัดการเนื้อหาอื่น ๆ ในส่วนของการโต้ตอบซึ่งเห็นได้จาก ระบบของกระดานสนทนาออนไลน์หรือบล็อกจะอนุญาตให้ผู้อื่นโต้ตอบโดยการส่งข้อความต่อท้าย และไม่สามารถมีส่วนร่วมในส่วนของเนื้อหาหลักได้แต่วิกิจะอนุญาตให้ทุกคนมีสิทธิ์ในการแก้ไขเนื้อหาได้โดยเสรีและติดตามผู้แก้ไขเนื้อหาได้เป็นการร่วมมือกันสร้างองค์ความรู้และเรียนรู้ร่วมกัน

2. ด้านเนื้อหาของสารานุกรมวิกิพีเดียได้รับการยอมรับจากนักวิชาการและสื่อมวลชนเนื่องจากเนื้อหาเปิดเสรีให้สามารถนำไปใช้ได้ รวมถึงเปิดเสรีให้ทุกคนแก้ไขรวมถึงนโยบายมุมมองที่เป็นกลางจากทุกฝ่ายที่เขียนในสารานุกรม อย่างไรก็ตามการนำไปใช้อ้างอิงในเอกสารทางวิชาการยังคงเป็นข้อถกเถียงเนื่องจากการเปิดโอกาสให้ทุกคนแก้ไข ซึ่งง่ายต่อการปรับเปลี่ยนข้อมูลเมื่อผู้ประสงค์ร้ายที่มีบอนเข้าไปทำลายข้อมูลหรือสิ่งดี ๆ ในวิกิพีเดีย ยังเป็นปัญหาที่เกิดบ่อยแม้ว่าส่วนใหญ่ผู้ก่อการร้ายเหล่านั้นจะถูกจับได้และมีการเข้าไปแก้ไขเนื้อหาเพิ่มเติมที่ไม่ถูกต้องเหล่านั้นอย่างรวดเร็วโดยผู้ใช้วิกิพีเดียที่ทำหน้าที่ตรวจสอบติดตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นล่าสุดความน่าเชื่อถือของวิกิพีเดียได้ถูกทำการทดสอบในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2548

3. เนื้อหาข้อความทั้งหมดในวิกิพีเดียเป็นเนื้อหาเสรีงานสมทบที่ส่งมายังวิกิพีเดียทุกชิ้นถูกคุ้มครองโดยสัญญาอนุญาตเอกสารเสรีของ GNU "GNU Free Documentation License" หรือ GFDL ซึ่งเป็นหนึ่งในสัญญาอนุญาตชนิด "copy left" ที่ให้สิทธิ์นำเนื้อหาไปแจกจ่ายซ้ำ, ดัดแปลงต่อยอด, และนำไปใช้งานได้อย่างเสรี ทั้งนี้ รวมถึงการใช้งานเชิงพาณิชย์ด้วยสัญญาอนุญาตตัวนี้ อนุญาตให้ผู้ร่วมเขียนวิกิพีเดียแต่ละคนยังคงมีสิทธิ์ในงานที่ตนเองสร้างสรรค์ขึ้นแต่ในขณะเดียวกันก็ยังอนุญาตให้ผู้อื่นนำงานนั้นไปต่อยอดและแจกจ่ายงานต่อยอดนั้นต่อได้เพียงมีเงื่อนไขว่าจะต้องให้เครดิตกับเจ้าของงานดั้งเดิมและงานต่อยอดนั้นจะต้องใช้สัญญาอนุญาต GFDL เช่นเดียวกันด้วยสัญญาอนุญาตตัวนี้ทำให้รับประกันได้ว่าวิกิพีเดียจะถูกแก้ไขได้อย่างเสรีและอย่างเท่าเทียมกันการสมทบงานของผู้เขียนแต่ละคนจะถูกบันทึกไว้ในฐานข้อมูลทราบนานเท่านั้น

แลร์รี แซงเจอร์ เคยกล่าวถึง การใช้ GFDL ไว้ว่า “การรับประกัน เสรีภาพ เป็นแรงจูงใจสำคัญในการทำงานสารานุกรมเสรี ข้อจำกัดของ Wiki

ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่นำเสนอจากผู้เขียนที่เปิดให้แก้ไขปรับปรุงโดยเสรี อาจยังไม่เป็นที่ยอมรับในด้านวิชาการเหมือนกับเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น สารานุกรม ในเว็บไซต์ประเภท Wiki ไม่สามารถกรองเนื้อหาประเภทขยะออกได้ทำให้ผู้นำไปใช้อาจได้ข้อมูลที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อไม่ได้ หรืออาจเกิดความเสียหายในการนำไปใช้ การประยุกต์ใช้ Wiki ในการเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิ่ง นวัตกรรมของ Wiki ซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภทเปิดเสรีให้สมาชิกเข้าร่วมสร้างเสนอเนื้อหาและแก้ไขเอกสารต่าง ๆ ได้อย่างเสรีโดยใช้ซอฟต์แวร์บริหารจัดการเว็บไซต์ คือ Media Wiki (www. mediawiki.org) ซึ่งขณะนี้ในประเทศไทยได้มีการนำนวัตกรรมของ Wiki มาใช้ในองค์กรอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะเว็บไซต์ที่ดูแลและพัฒนาโดยมูลนิธิวิกิมีเดีย (Wikimedia Foundation Inc.) คือ องค์กรแม่ของโครงการวิกิพีเดีย วิกิพจนานุกรม วิกิคำคม วิกิซันซิงส์

วิกิซอร์ซ วิกิข่าวและวิกิ (ผู้ก่อตั้งมูลนิธิวิกิมีเดีย) ในวันที่มีเดียคอมมอนส์ มูลนิธิวิกิมีเดียเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่จัดขึ้นภายใต้กฎหมายของมลรัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา, ประกาศอย่างเป็นทางการโดยวิกิเควียและจิมมี เวลส์ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2546

จากการศึกษานวัตกรรมของ Wiki สามารถสรุปเป็นแนวทางในการนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน ได้ดังนี้

1. Wiki เป็นแหล่งเรียนรู้ของผู้เรียนและผู้สอนในระบบอีเลิร์นนิ่ง เนื่องจาก Wiki เป็นแหล่งรวบรวมเนื้อหาต่าง ๆ โดยผู้เชี่ยวชาญผู้รู้หรือผู้มีประสบการณ์เนื้อหาต่าง ๆ และมีการตรวจสอบโดยผู้เขียนหลาย ๆ คนร่วมมือกัน ดังนั้น เนื้อหาที่ได้ จึงมีความเป็นไปได้ว่ามีความถูกต้องสมบูรณ์ ดังนั้น แหล่งข้อมูลในเว็บไซต์ประเภท Wiki จึงสามารถใช้เป็นแหล่งเรียนรู้แหล่งอ้างอิงในการเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิ่งได้

2. ใช้ Wiki เป็นเครื่องมือในการสร้างกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบร่วมมือกัน ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ได้ เนื่องจากหลักการของ Wiki คือ การให้เสรีแก่ผู้ใช้ในการสร้างและแก้ไขเนื้อหาในระบบอีเลิร์นนิ่งจึงใช้ Wiki เป็นเครื่องมือในการสร้างกิจกรรมการเรียนการสอนในรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น

- 1) การมอบหมายงานเป็นกลุ่ม Workgroup Assignment
- 2) การเรียนการสอนโดยใช้โครงการเป็นฐาน Project-Based Learning
- 3) การเรียนรู้แบบสรรค์สร้างองค์ความรู้ Constructivist Paradigm
- 4) การเรียนรู้ร่วมกัน หรือการเรียนแบบร่วมมือกัน Cooperative/Collaborative

Paradigm

3. ใช้ Wiki เป็นเครื่องมือในการจัดการองค์ความรู้ในองค์กร ทั้งประเภทองค์ความรู้ประเภท Explicit Knowledge และ Tacit Knowledge รวมทั้งนำไปใช้ในการจัดการองค์ความรู้เฉพาะกลุ่มที่สนใจในด้านเดียวกัน²¹

ยูทูป (YouTube) วิดีโอออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์ วิดีโอ (Video) หรือวิดีโอทัศน์ในยุคปัจจุบันนี้สามารถถ่ายทำได้สะดวกเพราะมีการบันทึกภาพเป็นระบบดิจิทัลบันทึกภาพได้ด้วยกล้องวิดีโอหลากหลายชนิดตั้งแต่กล้องวิดีโอขนาดเล็กที่มีอยู่ในโทรศัพท์มือถือ จนถึงกล้องวิดีโอระดับมืออาชีพการถ่ายทำลำดับตัดต่อภาพนั้นก็ไม่ได้ยุ่งยากขึ้นอยู่กับความคิดการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตการถ่ายวิดีโอและการตัดต่อภาพที่สะดวกขึ้นนี้ ประกอบกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่พัฒนา Web 2.0 ซึ่งทำให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการทำงานมากขึ้น เน้นให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานลงบนเว็บไซต์ และสามารถโต้ตอบกับข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ได้ที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาแลกเปลี่ยนและกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อแบ่งปันถึงกันได้ทั้งในระดับบุคคลกลุ่มและองค์กรจึงเกิดการ

²¹ (อ้างอิงใน จักรกริช ปิยะ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/5644/2/fulltext.pdf>

ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าวิดีโอออนไลน์ โดยใช้วิดีโอที่ผลิตขึ้นเองเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้เองผ่านระบบออนไลน์ บนเว็บไซต์ที่ให้บริการฝากไฟล์วิดีโอซึ่งมีหลายเว็บไซต์ที่ให้บริการแต่ที่นิยมก็คือเว็บไซต์ยูทูป (www.youtube.com) ที่เป็นแหล่งรวมวิดีโอจากผู้ใช้ทั่วโลกที่ใหญ่ที่สุดเนื่องจากมีจำนวนวิดีโอคลิปในฐานะข้อมูลมากที่สุดและมีจำนวนผู้ใช้ที่เข้าไปชมวิดีโอคลิปมากที่สุดขณะนี้

ประวัติยูทูป (YouTube) ยูทูปเป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดและแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 โดย แซดเซอร์ลีย์, สตีฟ เชน และยาริวิด คาริม อดีตพนักงานบริษัทเพย์พาล (PayPal) และมีสำนักงานอยู่ที่ ซานบรูโนในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทกูเกิล โดยบริษัทกูเกิล (Google) เข้าซื้อกิจการไปด้วยมูลค่า 1,650 ล้านดอลลาร์ หรือราว 66,000 ล้านบาท ยูทูปถือเป็นนวัตกรรมที่สามารถเอาชนะสิ่งประดิษฐ์อย่าง เช่น วัคซีนป้องกันโรคมะเร็ง เสื้อจำลองความอบอุ่น โดยควาร์รางวัลสิ่งประดิษฐ์แห่งปี 2006 จากนิตยสารไทม์ ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือ ไทม์ วอเนออร์ ที่ระบุว่ายูทูปได้รับความนิยมอย่างมากและทันทีทันใดการใช้ยูทูปในประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 กูเกิลประเทศไทยได้เปิดตัวยูทูปประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เป็นประเทศที่ 62 ในโลก ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตของการใช้งานมากในเอเชีย และ 1 ใน 3 ของการเข้ามาจากอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย โดยในปี 2556 คนไทยอัปโหลดวิดีโอลงยูทูปกว่า 2,981,087 คลิปซึ่งเฉลี่ยแล้วคิดเป็น 110,601 คลิปต่อชั่วโมง โดยแต่ละคลิปมีความยาวเฉลี่ย 9.22 นาที และวิดีโอที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจยังคงเป็นในเรื่องของความบันเทิงและข่าวสารข้อดีนี้จะช่วยให้การค้นหาวีดิโอที่ผลิตโดยคนไทยง่ายขึ้นและเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในการเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสื่อสารผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อดิจิทัลที่มีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี ในการสร้างสรรค์โฆษณาที่จะช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ นำเสนอโฆษณาในรูปแบบของวิดีโอที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตนเองได้อย่างเต็มที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นผลดีต่อผู้ที่โฆษณาที่จะสามารถสื่อสารผลิตภัณฑ์ไปถึงผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนแล้ว ยังจะช่วยให้ผู้ผลิตเนื้อหาต่าง ๆ สามารถนำเสนอเนื้อหาสาระของตนเองได้ง่ายขึ้น และสามารถสร้างรายได้กับเนื้อหาที่ตนเองนำเสนอได้อีกด้วยการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ยูทูป (www.youtube.com) ไม่ว่าจะเป็นส่วนบุคคล หน่วยงานองค์กรธุรกิจหรือสินค้าต่าง ๆ สามารถผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์ยูทูปได้เหมือนกันแต่คุณภาพของวิดีโออาจจะแตกต่างกันบ้าง กับคุณภาพของกล้องวิดีโอและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสำหรับกล้องวิดีโอใช้ได้ตั้งแต่กล้องวิดีโอขนาดเล็กที่มีอยู่ในโทรศัพท์มือถือถึงกล้องดิจิทัลคอมแพคต์กล้องดิจิทัล DSLR จนถึงกล้องวิดีโอและอุปกรณ์ขั้นมืออาชีพแบบในสตูดิโอแต่ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับที่ความคิดการสร้างสรรคในการนำเสนอสื่อวิดีโอเป็นหลัก

การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ยูทูปสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. การใช้อยูทูปประชาสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อนำเสนอตัวเองให้เป็นที่รู้จักตามวัตถุประสงค์ของตัวเองที่ต้องการ เช่น วิดีโอการร้องเพลง เล่นดนตรี วัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้ฟังและค่ายเพลงผลก็คือ อาจได้รับการติดต่อจากค่ายเพลงให้ไปอยู่ในสังกัดได้รับการติดต่อจากผู้ชมให้แสดงดนตรีและได้รับคำชมแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ

2. การใช้อยูทูปประชาสัมพันธ์หน่วยงานองค์กร เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้บริการ ชี้แจงเรื่องราวขององค์กรให้เข้าใจอย่างถูกต้อง

3. การใช้อยูทูปประชาสัมพันธ์ธุรกิจหรือสินค้า ก็เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักรับทราบคุณลักษณะของสินค้า และซื้อสินค้าเมื่อผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ยูทูปแล้วผู้ผลิตผู้นำเสนอหรือผู้ที่ชื่นชอบวิดีโอสามารถแสดงความคิดเห็นรายละเอียดสนับสนุนเพิ่มเติมแล้วนำไปเผยแพร่ตามกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางหรือผู้สนใจต้องการค้นหาหน่วยงาน องค์กร ธุรกิจ หรือสินค้าก็สามารถค้นหาได้จากเว็บไซต์ประเภทค้นหาเทคนิคในการใช้อยูทูปเพื่อนำวิดีโอที่ผลิตขึ้นไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้ผู้คนได้รับทราบข้อมูลเนื้อหาจำเป็นต้องทราบข้อกำหนดต่าง ๆ ของยูทูป เพื่อที่จะผลิตวิดีโอได้ตรงตามข้อกำหนดของยูทูปที่สำคัญมีดังนี้ คือ ผู้ที่ต้องการจะอัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นเว็บไซต์ยูทูปต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อนและต้องลงชื่อเข้าใช้ทุกครั้ง เมื่อลงชื่อเข้าใช้แล้วสามารถอัปโหลดไฟล์วิดีโอและแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ กับไฟล์วิดีโอของผู้อื่นได้ส่วนผู้ชมทั่วไปที่ไม่ได้ลงชื่อเข้าใช้ก็ชมวิดีโอได้เพียงอย่างเดียวไม่สามารถแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ กับวิดีโอที่ชมได้ ทั้งนี้ยูทูปได้แนะนำลักษณะของไฟล์วิดีโอที่จะอัปโหลดที่เหมาะสมคือ ไฟล์ H.264, MPEG-2, MPEG-4 แต่ไฟล์ชนิดอื่นก็สามารถอัปโหลด เช่น WMV, AVI, MOV, 3GP, MPEG เมื่ออัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นไปแล้วยูทูปจะแปลงเป็นไฟล์ FLV มีข้อจำกัดในการอัปโหลดไฟล์ขึ้นยูทูป คือ สามารถอัปโหลดได้ครั้งละไม่เกิน 10 ไฟล์ และในแต่ละไฟล์ขนาดไม่เกิน 2 GB สำหรับความเร็วในการอัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นยูทูปจะอยู่กับไฟล์วิดีโอที่เลือก เช่น ขนาดไฟล์ความยาวไฟล์และความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในปัจจุบันมีการใช้อยูทูปวิดีโอออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์กันมากขึ้น²²

เนื่องจากยูทูปวิดีโอออนไลน์มีผู้ใช้กันอย่างกว้างขวางที่เป็นแหล่งรวมวิดีโอจากผู้ใช้ทั่วโลกที่ใหญ่ที่สุดจากจำนวนวิดีโอคลิปในฐานข้อมูลมากที่สุดและมีจำนวนผู้ใช้ที่เข้าไปชมวิดีโอคลิปมากที่สุดในขณะนี้การใช้งานที่ง่ายเข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว มีการแสดงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวิดีโอที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะหลากหลายรวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตส่วนการสร้างสรรคผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์บนยูทูปผู้นำเสนอสามารถผลิตสื่อวิดีโอได้ด้วยตนเองกับอุปกรณ์ที่มีอยู่ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์ราคาแพงและเทคโนโลยีขั้นสูง

²² จรวัฒน์ เทวรัตน์ สื่อออนไลน์แบบ YouTube (อ้างถึงใน สถิต โชติกรม์) แนวทางพัฒนาการถ่ายทอดสดวิดีโอที่ทันสมัยเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook Live ,YouTube) สถาบันพระปกเกล้า 2561 หน้า 28-32

แต่อย่างไรก็ตามการผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์จะสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานต่อจากนี้วิดีโอออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเผยแพร่ได้อย่างสะดวกเลือกประชาสัมพันธ์ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งงบประมาณน้อยด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัยพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้มีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่าวิดีโอออนไลน์จะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในการประชาสัมพันธ์ต่อไปอีกนาน

จากแนวความคิดการใช้ยูทูปประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จต้องใช้ความคิดการสร้างสรรค์ในการนำเสนอสื่อวิดีโอเป็นหลักการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ยูทูป เช่น การใช้ยูทูปประชาสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อนำเสนอตัวเองให้เป็นที่รู้จักตามวัตถุประสงค์ การใช้ยูทูปประชาสัมพันธ์หน่วยงานองค์กร เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายขององค์กรอย่างถูกต้อง เมื่อผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ยูทูปแล้ว ผู้ผลิตผู้นำเสนอหรือผู้ที่ชื่นชอบวิดีโอสามารถแสดงข้อคิดเห็นรายละเอียดสนับสนุนเพิ่มเติมแล้วนำไปเผยแพร่ตามกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง หรือผู้สนใจต้องการค้นหาหน่วยงาน องค์กรก็สามารถค้นหาได้จากเว็บไซต์ประเภทค้นหา

YouTube คือเว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash Player มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่าง ๆ พร้อมทั้งเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอ ผ่าน YouTube ได้ฟรี เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไป แบ่งปันภาพวิดีโอให้กลุ่มเป้าหมายชมด้วยแต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่น ๆ ใส่ไว้ใน YouTube ได้ แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอ วิดีโอที่สามารถอัปโหลดลงยูทูปได้ ต้องมีความยาวไม่เกิน 15 นาที ยกเว้นวิดีโอจากพาร์ทเนอร์ของยูทูปที่ได้รับอนุญาตจากยูทูปขนาดของไฟล์ไม่เกิน 2 GB ยูทูป สามารถรับ file วิดีโอที่อัปโหลดเข้ามาในนามสกุลต่าง ๆ ได้แก่ .AVI , .MOV, .MP4, .FLV, .DivX รวมทั้งรูปแบบ , VOB และ .WMV

นอกจากนี้ ยังรองรับไฟล์สกุล 3GP ที่อัปโหลดเข้ามาทางโทรศัพท์มือถืออีกด้วยในการรับชมวิดีโอต่าง ๆ ผ่านยูทูปผู้ใช้งานสามารถเลือกชมวิดีโอในโหมดคุณภาพต่าง ๆ กันได้แก่ Standard quality (SQ), high quality (HQ) หรือ high definition (HD) ตามความชอบและตามความเหมาะสมของความเร็วในการดาวน์โหลด โดยการรับชมวิดีโอจากเว็บไซต์ เดิมผู้ชมต้องติดตั้ง Adobe Flash Player ลงในเว็บเบราว์เซอร์จึงจะสามารถดูได้แต่ในปัจจุบันยูทูปได้เปิดให้บริการเว็บเวอร์ชันใหม่ให้สามารถชมวิดีโอได้ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ใด ๆ ที่รองรับมาตรฐาน HTML5 ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องติดตั้ง Flash Player อีกต่อไป

การสร้างวิดีโอลงเว็บยูทูป YouTube และวิธีการอัปโหลดวิดีโอลงยูทูป YouTube

1. เข้าไปที่ <http://www.youtube.com> ก่อน แล้วทำการสมัครเป็นสมาชิกเสียก่อนจึงจะสามารถ Upload Videos ได้
2. การสมัครสมาชิกเมื่อเข้าไปที่เว็บไซต์แล้วให้หาคำว่า Sign Up หรือถ้าหาไม่เจอก็ให้ไปที่คำว่า Upload Videos ก็ได้ แล้วคลิกเข้าไป

3. กรอกข้อมูลก็กรอกให้ถูกต้องครบถ้วนโดยเฉพาะในส่วนของ Join YouTube เมื่อกรอกเสร็จแล้วด้านล่างจะมีคำว่า Sign Up ก็คลิกเข้าไปได้เลย

4. หน้าต่อมาคือ หน้าที่จะแสดงว่าเราได้ทำการสมัครสมาชิกไปแล้วซึ่งจะมี username บอกให้ทราบโดยแสดงอยู่ทางด้านบนของหน้าจะต้องจดจำ username และ password ที่เราได้สมัครไว้เพื่อใช้ในการ Login เข้ามาใช้ในครั้งต่อ ๆ ไป

5. เมื่อสมัครสมาชิกเสร็จแล้วจะต้องมีการยืนยันการสมัคร โดยการเข้าไปเช็คเมลล์ ใน e-mail ที่ใช้ในการสมัคร ซึ่งจะมีจดหมายจากเว็บไซต์เข้ามา ให้เข้าไปคลิกคำว่า Confirm your email address เพื่อเป็นการยืนยัน ซึ่งเมื่อทำเสร็จแล้วจะลิงก์ไปที่หน้า Your email has been confirmed ก็เป็นอันเสร็จสิ้นการสมัครสมาชิก

6. ขั้นตอนในการอัปโหลดไฟล์วิดีโอก็ให้หาคำว่า Upload Videos แล้วก็คลิกเข้าไปซึ่งการอัปโหลดนั้นจะมีสองขั้นตอน คือ

1) กรอกรายละเอียดวิดีโอของเราก่อน โดย กรอกชื่อ กรอกคำหลักของไฟล์วิดีโอ เมื่อเสร็จแล้วก็คลิกคำว่า Continue Uploading ได้เลย

2) เลือกไฟล์วิดีโอที่เราต้องการจะอัปโหลดลงไปโดยคลิกที่ปุ่ม Browse แล้วทำการเลือกขึ้นมาจากนั้นก็คลิกที่ Upload Video ก็เรียบร้อยรอให้โหลดจนเสร็จ

7. เมื่อ upload เสร็จแล้วหน้าถัดมาก็จะเป็นการใส่รายละเอียดเพิ่มเติมของไฟล์วิดีโอที่เราได้โพสต์ไปซึ่งจะใส่หรือไม่ใส่ก็ได้ต่อนั้นก็ให้คลิกที่ Update Video info รอสักพักจะมีรูปแสดงขึ้นมาเราสามารถคลิกที่รูปใดรูปหนึ่งก็ได้ เพื่อเข้าไปดูผลงานที่เราได้อัปโหลดไปเมื่อจะทำการอัปโหลดวิดีโอครั้งต่อไปก็ไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิกใหม่แล้ว เพียงแค่กรอก username และ password ที่เราได้สมัครไว้แล้วก็สามารถโพสต์วิดีโอได้ทันทีอย่างไรก็ตามในการโพสต์แต่ละครั้งควรคำนึงถึงความเหมาะสมด้วย

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า YouTube เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash Player มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่าง ๆ พร้อมทั้งเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอผ่าน YouTube และสามารถแบ่งปันภาพวิดีโอให้กลุ่มเป้าหมายในการรับชม

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ ทั้งสื่อออนไลน์แบบ Facebook และสื่อออนไลน์แบบ YouTube ข้างต้น สามารถนำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันนั้น จะทำให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้นเปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่ข้อจำกัดของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Two - way communication หรือการสื่อสาร 2 ทางไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องพึ่งบุคคลอื่น ตลอดจนสามารถนำประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media) และตอบสนองความต้องการข้อมูล

ข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้นและเปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ในการกำหนดแนวทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด²³

พฤติกรรมการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (อ้างถึงใน จักรกริช ปิยะ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) 37)

คนวัยทำงาน ร้อยละ 46.6 เข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด รองลงมาเข้าใช้บริการ Google Plus คิดเป็นร้อยละ 20.7 เข้าใช้บริการ Twitter คิดเป็นร้อยละ 14.6 เข้าใช้บริการ YouTube คิดเป็นร้อยละ 9.85 เข้าใช้บริการ Wiki คิดเป็นร้อยละ 5.6 และเข้าใช้บริการเครือข่ายอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.85 ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารประสานงานในชีวิตประจำวันคนวัยทำงานส่วนใหญ่ร้อยละ 38.5 เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเวลา 22.00 - 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.5 เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเวลา 12.00-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.0 เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเวลา 09.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.5 และเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลา 24.00-06.00 น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 7.5 คนวัยทำงานส่วนใหญ่ร้อยละ 53.0 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ครั้งต่อวัน รองลงมาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 4-6 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.5 คนวัยทำงานส่วนใหญ่ ร้อยละ 41.25 ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมา ใช้ มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 ใช้ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 คนวัยทำงานร้อยละ 44.7 เข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่พิกคพิกค รองลงมาเข้าใช้เว็บไซต์ที่ ทำงานคิดเป็นร้อยละ 34.9 เข้าใช้เว็บไซต์ที่ร้านอินเตอร์เน็ตคาเฟ่ เข้าใช้เว็บไซต์ที่สถานศึกษาคิด เป็นร้อยละ 7.0 และเข้าใช้เว็บไซต์ร้านกาแฟน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.3 คนวัยทำงานร้อยละ 34.8 เข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ PC รองลงมาเข้าใช้เว็บไซต์จาก เครื่องคอมพิวเตอร์ Notebook คิดเป็นร้อยละ 32.0 เข้าใช้เว็บไซต์จาก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน/PDA คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ เข้าใช้เว็บไซต์จาก Tablet/iPad จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.2 38²⁴

ดังนั้น การนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่มาเป็นกรอบแนวทางการในการศึกษาและจัดทำแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพราะสื่อใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารที่น่าเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าวข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภคการเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบ

²³ จเรวัฒน์ เทวรัตน์ วิธีโพสวีดีโอลงยูทูป. สื่อออนไลน์แบบ YouTube (อ้างแล้ว)

²⁴ (อ้างถึงใน จักรกริช ปิยะ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) 37)

อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่งสื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการสถานีโทรทัศน์ (รัฐสภา แก่นแก้ว 2541, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานภาพและแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการสถานีโทรทัศน์ รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับประโยชน์และอุปสรรคในการนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในกิจการสถานีโทรทัศน์โดยนำการศึกษากับประชากรได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่รับผิดชอบ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งที่ดำเนินการออกอากาศอยู่ โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบกับการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร และ Web Site ของสถานีโทรทัศน์แห่งต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า สำหรับในด้านสถานภาพการใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ทุกแห่ง ได้นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในประเภทและระบบของงานที่ต่างกันหลายลักษณะ ได้แก่ งานสร้างภาพกราฟฟิก และตัวอักษร งานสร้างภาพพิเศษบนฉากหลัง ระบบกล้อง และเทปบันทึกภาพ ระบบตัดต่อข่าวและรายการ ระบบควบคุมการออกอากาศ ระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมแสง ระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการบันทึกเสียงระบบคอมพิวเตอร์เครือข่ายที่ใช้ในการบริหารจัดการในหน่วยงาน งานสร้าง Web Site ของสถานีและงานประเภทอื่น ๆ ในสำนักงานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีประโยชน์สำหรับกิจการสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการช่วยลดเวลาในการผลิตรายการช่วยเพิ่มสีสันและสร้างเทคนิคพิเศษให้กับสภาพช่วยลดทรัพยากรในการผลิตรายการและช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนในขณะที่ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานในกิจการสถานีโทรทัศน์ มี 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านฮาร์ดแวร์ปัญหาด้านซอฟต์แวร์และปัญหาด้านบุคลากร ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการสถานีโทรทัศน์ในอนาคต พบว่าเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นในการทำงานทุกด้าน ทั้งในด้านการผลิตรายการ กระบวนการทำงานด้านงานข่าว และงานควบคุมการออกอากาศ²⁵

การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล TV (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541) มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนะแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพ เกิดความน่าสนใจ สอดคล้องตรงกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในปัจจุบัน และสามารถแข่งขันฐานจำนวนผู้ชมให้ ติดตามรายการของตนได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สามารถนำข้อเสนอแนะมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตรายการให้เกิดประสิทธิภาพ

²⁵ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541. การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการสถานีโทรทัศน์ <https://cuir.chula.ac.th/handle/123456789/9743>

ได้ต่อไป อีกทั้งผู้ชมก็จะมีโอกาสในการเลือกรับชมรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละคน ปัจจุบันการแข่งขันทางด้านการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นสูงขึ้นกว่าในอดีต เนื่องจากพัฒนาการของระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม และจำนวนคู่แข่งทางธุรกิจที่มากขึ้น ดังผลสำรวจของเว็บไซต์ Vouchercodepro.co.uk (2012) พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีสัดส่วนการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์และดิจิทัลวิดีโอเพิ่มขึ้นเป็น 3.07 ชั่วโมงต่อคนต่อวัน การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ วิดีโอออนไลน์ รวมไปถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์และวิทยุออนไลน์ พบว่า เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมและเริ่มมีสัดส่วนการใช้งาน เฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในระหว่างปี 2010-2013 ในขณะที่สัดส่วนของสื่อประเภทอื่นในรูปแบบออฟไลน์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร กลับได้รับความนิยมลดลง ดังนั้น ผู้ผลิตรายการต่างต้องสร้างสรรค์ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และมีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น เพื่อเพิ่มฐานผู้ชม โดยอยู่บนพื้นฐานของ แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสาร ทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ ได้ด้วยการรับฟังความคิดเห็นเพื่อสร้างแนวคิดและมุมมองใหม่ การเล่าเรื่องข้ามสื่อ การนำเสนอรายการควรมีช่องทางหรือสื่อ ที่หลากหลาย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชม และการให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้ชมให้มีความสำคัญ : การผลิตรายการโทรทัศน์ ดิจิทัล ²⁶

นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล (อุษา ศิลป์เรืองวิไล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย) วิทยานิพนธ์เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มจำนวนสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อศึกษาถึงนวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยใช้แนวคิด 4R และ 3P เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่ (new media consumption) ที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลดิจิทัลที่มีลักษณะ 4R ประกอบด้วย Real (R1), Rich (R2), Rapid (R3), และ® (Trademark) (R4) (R1) Real เป็นการสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริง เช่น การเสนอภาพลักษณะสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน ประเภท AR (Augmented Real) (R2) Rich ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ในทุกช่องทางการสื่อสารดิจิทัล เช่น ยูทูบ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม แพนเพจ เว็บเพจ (R3) Rapid ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นความรวดเร็ว อาทิ การสื่อสารผ่านเฟสบุ๊กไลฟ์ ไลน์ ออฟฟิศเชียล (R4) ® (Trademark) ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์ ²⁷

²⁶ ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล TV PROGRAM IN THE DIGITAL มหาวิทยาลัยศิลปากร สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2563 https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2015/08/o_19sv67m1mm111pjlioni1rr22e2a.pdf

²⁷ อุษา ศิลป์เรืองวิไล นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย บทความวิชาการ จาก <https://so01.tci-org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/2324>

จิราภรณ์ ศรีนาค (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยการวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหาและการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาประเภทของสื่อสังคม ออนไลน์ที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เลือกใช้ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสื่อสังคม ออนไลน์ 3) เพื่อศึกษาเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 4) เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ การศึกษาครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ใช้สื่อสังคม ออนไลน์ จำนวน 28 คน และการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอาชีพนักเรียน/นักศึกษา โดยสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook คือ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้รู้จักและนิยมใช้มากที่สุด ทั้งนี้ รูปแบบในการนำเสนอสารของสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า Facebook คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีรูปแบบโดดเด่นมากที่สุด โดยเฉพาะรูปแบบการให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม (Interactive) ที่สามารถทำการสื่อสารแบบ VDO Call ได้ ด้านเนื้อหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น มีลักษณะของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมกับการใช้สื่อเดิมเป็นลักษณะที่พบมากที่สุด และเนื้อหาในการแสดงตัวตน ที่พบคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ใช้ชื่อหรือรูปภาพของตนเองในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาษาพูด ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารส่วนใหญ่อยู่ในระดับเริ่มต้น ความสัมพันธ์ คือ บุคคลทั่ว ๆ ไปหรือเพื่อนใหม่และไม่มีการตั้งกฎบรรทัดฐานหรือกติกาการใช้งานไว้ ด้านวัตถุประสงค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการ พูดคุย สนทนามากที่สุด รองลงมาคือ ใช้เพื่อความบันเทิง และใช้เพื่อรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงบวกทำให้ได้รู้เหตุการณ์ได้อย่างรวดเร็ว สามารถช่วยให้การตัดสินใจที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น และช่วยให้ได้กลับไปคุยกับเพื่อนเก่า พบปะเพื่อนใหม่ๆ และผลกระทบต่อเชิงลบ พบว่า สื่อ สังคมออนไลน์ทำให้ความสัมพันธ์ของบุคคลในโลกของความเป็นจริงลดลงและส่งผลกระทบต่อความ ถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่ใช้สื่อสารลดลงด้วย จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แบบต่อเนื่อง โดยมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน แม้จะจำนวนเวลาที่ต่างกันหรือช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ก็ยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งความสัมพันธ์กับผลกระทบต่อเชิงบวกและผลกระทบต่อเชิงลบ โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนการสร้างตัวตนผ่านการเลือกใช้ชื่อและรูปภาพเพื่อสร้างอัตลักษณ์การใช้ภาษาในการ แสดงออก การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ และการเคารพกฎ/กติกาต่าง ๆ ที่ตนเองและผู้ใช้คนอื่น ๆ ตั้งไว้ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ยังมี ความสัมพันธ์กับผลกระทบต่อเชิงบวกและผลกระทบต่อเชิงลบโดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ปิยะภา วรณสมพร. (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้ เฟสบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาการใช้

ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจาก นักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกจากนักศึกษาที่มีบัญชีผู้ใช้ (Account) ของ เฟสบุ๊กจากนั้น จึงแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลในช่วง เดือนเมษายน พ.ศ. 2556 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2556 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนมาก เป็นเพศหญิงโดยส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 22 ปี มีรายได้ระหว่าง 2,001-5,000 บาทกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 มากที่สุด ส่วนใหญ่ศึกษาใน คณะมนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์/ศิลปศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าใช้งานเฟสบุ๊กทุกวัน เข้าใช้งานโดยโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) โดยใช้ระบบปฏิบัติการ Android มากที่สุด โดยใช้ Free WIFI ในการเข้าใช้งานส่วนใหญ่ใช้เครือข่าย AIS สถานที่ที่เข้าใช้งานเฟสบุ๊ก มากที่สุด คือ มหาวิทยาลัย โดยในแต่ละครั้งใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง และช่วงเวลาที่เข้าใช้งานเฟสบุ๊กมากที่สุดคือ 18.01-21.00 น. ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊ก “เพื่อแสวงหา ข้อมูล ข่าวสารที่ทันสมัยทั้งเรื่องของคนรู้จักและเรื่องทั่วไป” “เพื่อต้องการความบันเทิง สนุกสนาน และความแปลกใหม่” “เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับกลุ่มเพื่อน” “เพื่อแสดงความคิดเห็น ในประเด็นที่ตนสนใจ” “เพื่อสนทนากับเพื่อนและคนอื่น ๆ” “เพื่อโพสรูปและเรื่องราวของตนเอง” อยู่ในระดับมาก รองลงมา “เพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์” “เพื่อการสร้างรายได้” อยู่ใน ระดับปานกลางและน้อยที่สุดคือ “เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็นและระดมความคิดในกลุ่ม เพื่อน” อยู่ในระดับน้อย ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กเกี่ยวกับ “ความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการรับข่าวสาร” “ได้รับข้อมูลที่มีความทันสมัย” “ติดต่อสื่อสารกับ เพื่อนและคนอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็วและประหยัดเวลา” “ได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน” “มี รูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดน่าสนใจ” “สามารถแสดงออกถึงความคิดเห็นต่าง ๆ ของตนเอง ได้” “สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเพื่อนและบุคคลอื่นได้” “การแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ (Share)” “การแสดงความถูกใจ (Like) ต่อรูปภาพหรือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ” “เป็นการ ใช้เวลาว่าง ให้เกิดประโยชน์” อยู่ในระดับมาก รองลงมา “มีความแปลกใหม่ของเนื้อหา” “สร้าง เอกลักษณ์ของ ตนเอง” “การสนทนา (Chat)” อยู่ในระดับปานกลาง ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง พบปัญหา อุปสรรค ในการใช้เฟสบุ๊ก คือ “การควบคุมดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่รัดกุม” อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ “มีการละเมิดสิทธิเสรีภาพเพิ่มมากขึ้น” “ค่าใช้จ่ายในเรื่องของอุปกรณ์ และค่า อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น” “เว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม” “ภาษาและวิธีการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม” “การสร้าง ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น” “การเข้าถึงบัญชีผู้ใช้เฟสบุ๊ก” “รูปแบบวิธีการที่ซับซ้อน” “ด้านคุณภาพของ

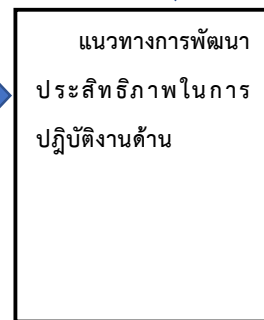
ข้อมูลข่าวสาร” “อุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่สามารถรองรับการใช้งานด้านมัลติมีเดียได้ดี” อยู่ใน
ระดับน้อย²⁸

7. กรอบแนวคิดในการศึกษา

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา
 - 2.1 รายการโทรทัศน์
 - 2.2 การผลิตรายการโทรทัศน์
 - 2.3 การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์
 - 2.4 การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P กับ

ออนไลน์ So

1. กระบวนการ ขั้นตอนการผลิต
ปัญหาและอุปสรรค
การเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของ
สถานีโทรทัศน์รัฐสภา
 - ก่อนการผลิต
 - ระหว่างการผลิต
 - หลังการผลิต การเผยแพร่
การติดตามและประเมินผล



แสดงภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง, 2563)

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

1. ระเบียบวิธีการศึกษา

สำหรับการศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
รัฐสภา พ.ศ. 2561-2564

1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

1.2.1 รายการโทรทัศน์

1.2.2 การผลิตรายการโทรทัศน์

1.2.3 การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์

1.2.4 การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P กับการผลิตรายการโทรทัศน์

1.3 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในระบบประชาธิปไตยและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

1.3.1 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

1.3.2 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ แบบ 4P

1.3.3 การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X

1.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์และออกแบบด้านมัลติมีเดีย

1.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่

1.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 สำหรับการศึกษานี้มีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561-2564

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

1) การผลิตรายการโทรทัศน์

2) การผลิตรายการโทรทัศน์

3) การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์

4) การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P กับการผลิตรายการโทรทัศน์

2.1.3 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในระบบประชาธิปไตยและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

1) กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

2) กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ แบบ 4P

3) การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X

2.1.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์และออกแบบด้านมัลติมีเดีย

2.1.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่

2.1.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.2 การศึกษาในครั้งนี้ได้จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลา มกราคม - กรกฎาคม 2563

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการวิเคราะห์เอกสาร จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. ขั้นตอนการศึกษา

4.1 การกำหนดประเด็นปัญหา

4.2 การสำรวจหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพผู้ศึกษาได้ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยการศึกษาจากเอกสารวิชาการ ตำราและบทความที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโทรทัศน์และนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภารายการโทรทัศน์ การผลิตรายการโทรทัศน์

การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P กับการผลิตรายการโทรทัศน์ กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในระบอบประชาธิปไตยและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ แบบ 4P และการผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยโปรแกรม Final Cut Pro นอกจากนี้ ยังได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์และออกแบบด้านมัลติมีเดีย แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถวิเคราะห์ผลการศึกษาระบบการ ขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา การเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่และการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาจากผลการศึกษาดังกล่าวและกรอบแนวคิดในการศึกษาดังกล่าวซึ่งผู้ศึกษาในฐานะบุคลากรในสังกัดสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ขอนำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ดังนี้

1.1 สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภามีอำนาจหน้าที่ดำเนินการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา รวมถึงการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่สาระความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการทางด้านนิติบัญญัติ และกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกรัฐสภากับประชาชน ดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” โดยมีพันธกิจ (Mission) ในการสนับสนุนการผลิตรายการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติเผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาส่งเสริมและสนับสนุนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองและการพัฒนาระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของนักวิชาการโสตทัศนศึกษา สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภานักวิชาการโสตทัศนศึกษานับเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อภารกิจของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่มีภารกิจหลักในการสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสายงานวิชาการโสตทัศนศึกษาและสายงานปฏิบัติงานโสตทัศนศึกษาแก่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา คณะกรรมาธิการและบุคคลในวงงานรัฐสภาเพื่อให้กระบวนการทำงานด้านนิติบัญญัติดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ตามมาตรฐานงานที่ปฏิบัติและลักษณะงานที่แตกต่างกันจึงคัดเลือกงานที่มีความสำคัญ
มาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพที่สอดคล้องกับแนวทางในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง
ไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 ดังนี้

ลักษณะงาน	มาตรฐานงานที่ปฏิบัติ	มาตรฐานการปฏิบัติงาน อย่างมืออาชีพ
-----------	----------------------	---------------------------------------

<p>1. ดำเนินงานด้านการ ถ่ายทอดสด และการบันทึก เทปรายการ โทรทัศน์ในและ นอกสถานที่</p>	<p>1. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production) เตรียมการด้านข้อมูลการถ่ายทำการวางแผน เขียนสคริป จัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ ต่าง ๆก่อนการถ่ายทอดสด</p> <p>2. ขั้นตอนดำเนินการผลิต (Production) เป็นขั้นตอนถ่ายทำจริงตามแผนและสคริป ที่ได้ จัดเตรียมไว้</p> <p>3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post production) เป็น ขั้นตอนการตัดต่อเทป รายการโทรทัศน์ ต้องใช้ องค์ความรู้ด้านงานตัด ต่อ ลำดับภาพของงานผลิต รายการโทรทัศน์</p> <p>4. นำออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ รัฐบาล</p>	<p>- สามารถดำเนินงานถ่ายทอดสด และการบันทึกเทปรายการ โทรทัศน์ในและนอกสถานที่ได้ อย่างถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็วและ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยดำเนินการแล้วเสร็จตาม กำหนดระยะเวลาของแผนการงาน โครงการ หรือกิจกรรมนั้นๆ</p>
<p>2. ดำเนินการผลิต รายการโทรทัศน์ เพื่อแพร่ภาพ ทางสถานีวิทยุ โทรทัศน์รัฐบาล</p>	<p>1. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production) เตรียมการด้านข้อมูลการถ่ายทำการวางแผน เขียนสคริป จัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ ต่างๆ ก่อนการถ่ายทอดสด</p> <p>2. ขั้นตอนดำเนินการผลิต (Production) เป็น ขั้นตอนถ่ายทำจริงตามแผนและสคริปที่ได้ จัดเตรียมไว้</p> <p>3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post production) เป็นขั้นตอนการตัดต่อเทป รายการโทรทัศน์ ต้องใช้ องค์ความรู้ด้านงานตัด ต่อ ลำดับภาพของงานผลิต รายการโทรทัศน์</p> <p>4. นำออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐบาล</p>	<p>- สามารถผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมได้ตามแผนที่ กำหนดไว้</p>

ตารางที่ 1 แสดงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของนักวิชาการโสตทัศนศึกษา

สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐบาล

(ที่มา :คู่มือมาตรฐานอาชีพ นวก.โสตทัศนศึกษา (2562).pdf. หน้า 42-43)

1.2 กระบวนการขั้นตอน การผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนหลังการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตโทรทัศน์ แบบ 3P และ แบบ 4P สามารถสรุปได้ดังนี้

1.2.1 ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ แบบบันได 3 ขั้น (3P)

(ก) ขั้นเตรียมการ Pre- Production

1) วางแผน (Plan) กำหนดเรื่องราวเนื้อหาที่ต้องการจะผลิตโดยยึดหลัก 5 W+2H อาทิ Who กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร/รายการตอบสนองคนกลุ่มไหน Why วัตถุประสงค์

ในการผลิตรายการ What จะผลิตรายการอะไร/ประเภทไหน Where กำหนดสถานที่ในการถ่ายทำรายการ (ในสตูดิโอ/ภายนอก) ออกอากาศช่องทางไหนตัดต่อที่ไหน When จะเริ่มผลิตเมื่อไหร่ ออกอากาศเมื่อไหร่ เวลาไหน ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จะใช้เวลาในการผลิตเท่าใด How จะผลิตรายการอย่างไร กำหนดรายละเอียดในการผลิต How Much ใช้งบประมาณเท่าไร

2) หาข้อมูล เตรียมเนื้อหา โดยค้นหาได้จาก เอกสาร บุคคล/แหล่งข่าว สถานที่จริงที่จะไปถ่ายทำแล้วนำมารวบรวม สังเคราะห์ จัดทำและเรียบเรียงเนื้อหา ให้เป็นโครงร่างรายการ

3) จัดทำสคริปต์/บทเริ่มจากวางประเด็น (Concept) แก่นของเรื่อง (Theme) คำโครงเรื่อง (Plot/Treatment) (Outline Script/Synopsis) บทโทรทัศน์ (Full Script) บทภาพ (Story board)

4) ประสานงานกับส่วนต่างๆ ทั้งภายใน (ทีมงาน) และภายนอก (สถานที่/พิธีกรหรือผู้แสดง)

(ข) ขั้นตอนผลิตรายการ Pre-Production การถ่ายทำนอกสตูดิโอ แบ่งตามลักษณะการทำงานได้เป็น 3 รูปแบบ

(1) ENG (Electronic News Gathering) เป็นการถ่ายทำโดยใช้กล้องเดี่ยว เหมาะสำหรับงานที่ต้องการความคล่องตัว ใช้ทีมงานในหารถ่ายทำไม่มากนัก เช่น ข่าว สารคดี

(2) EFP (Electronic Field Product) เป็นการถ่ายทำที่ใช้กล้องมากกว่า 1 ตัว ต่อสายเคเบิลจากกล้องไปสู่เครื่องผสมสัญญาณ (Mixer) เพื่อทำการเลือกภาพ ให้ได้ภาพที่หลากหลายได้อย่างต่อเนื่องเหมาะกับงานประเภท สันทนาการ สารคดี หรือกีฬา

(3) Mobile Unit เป็นการถ่ายทำที่มีลักษณะคล้ายกับ EFP และการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยอุปกรณ์การควบคุม จะติดตั้งอยู่ในรถที่เรียก OB (Outsid Broadcasting) ส่วนใหญ่จะใช้ในงานที่มีการถ่ายทอดสดต่าง ๆ มีการเตรียมการถ่ายทำ เช่น เตรียมและตรวจเช็คอุปกรณ์ฉากและพื้นที่ที่จะใช้ แสง และเสียงในการจัดวางตำแหน่งกล้อง- ชักซ้อมทีมงานทุกฝ่ายซ้อมการแสดง และการถ่ายทำจริงตามที่ได้ทำการชักซ้อมกับนักแสดงไว้แล้วควรจะมีการถ่ายทำเพื่อไว้หลังจากถ่ายทำเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อประโยชน์ในการตัดต่อในการเลือกภาพหรือแทรกภาพ (Insert Cut away)

(ค) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ Post-Production สำหรับการเรียบเรียงและลำดับรายการ ก่อนเป็นชิ้นงานนับเป็นกระบวนการสุดท้ายก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน เป็นนำเอาภาพที่ไปถ่ายทำ มาเรียบเรียงตัดต่อส่วนที่เกินหรือไม่ต้องการออก หรือเอาภาพที่ต้องการมาแทรก มีการใส่สีสันความน่าสนใจด้วยการใช้เอฟเฟ็คต่างๆ ใส่กราฟฟิค ต่างๆ ขึ้นชื่อ ใส่ดนตรี เสียงพากย์ ใต้ไตล์โดยรูปแบบของการตัดต่อ จะมี 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 Linar เป็นการตัดต่อ โดยการใส่สายสัญญาณ เป็นตัวส่งสัญญาณจากเครื่องเล่นเทป มายังเครื่องผสมสัญญาณภาพ (Mixer) และสร้าง

เอฟเฟคพิเศษ (SEG.) ก่อนที่จะออกไปสู่เครื่องบันทึกเทป เรียกโดยทั่วกันว่า A/B Roll รูปแบบที่ 2 Non-linear เป็นการตัดต่อโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยการนำเอาภาพที่ถ่ายทำมาลงในฮาร์ดดิสก์ แล้วใช้โปรแกรมทำการตัดต่อทำการตัดต่อ เมื่อเสร็จแล้วก็ถ่ายสัญญาณสู่เครื่องบันทึกเทป

1.2.2 กระบวนการ ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ แบบ 4P

(ก) Pre-production จุดเริ่มต้นของการทำงาน

1) การวางแผน (planning) มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย จัดลำดับขั้นตอนการทำงานจะทำเมื่อไร วิธีการทำงาน สถานที่ถ่ายทำ ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนและงบประมาณค่าใช้จ่าย

2) การจัดทำเนื้อหา (content) มีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูล เรียบเรียงเนื้อหาให้ถูกต้องใช้เป็นแนวทางในการเขียนบท

3) การเขียนบทโทรทัศน์ (scripting) กำหนดการสร้างสรรครูปแบบรายการ (Format) เรื่อง (Theme)เค้าโครงเรื่อง (Plot/Treatment) เขียนบทร่าง (outline script) เขียนบทสมบูรณ์ (Full script, Shooting script) ตรวจสอบแก้ไขก่อนนำไปถ่ายทำ

4) การประสานงาน (co-ordinating) คณะทำงาน (staff) สถานที่ (location) งบประมาณ (budget)

(ข) Production การนำแผนที่คิดไว้มาปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม มีการถ่ายทำในห้องสตูดิโอ (studio production) จัดทำฉากตามที่ได้ออกแบบไว้ จัดแสงให้ได้บรรยากาศตามบท จัดวางตำแหน่งกล้องตามจุดที่กำหนด และทิศทางการเคลื่อนย้ายกล้องเพื่อเปลี่ยนมุมมอง ชักซ้อมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และถ่ายทำจริงและการถ่ายทำนอกสถานที่ (on location shooting) ในอาคาร (indoor shooting) กลางแจ้ง (outdoor shooting) อุปกรณ์ถ่ายทำแบบใช้กล้องเดียว และใช้กล้องมากกว่าหนึ่งกล้อง

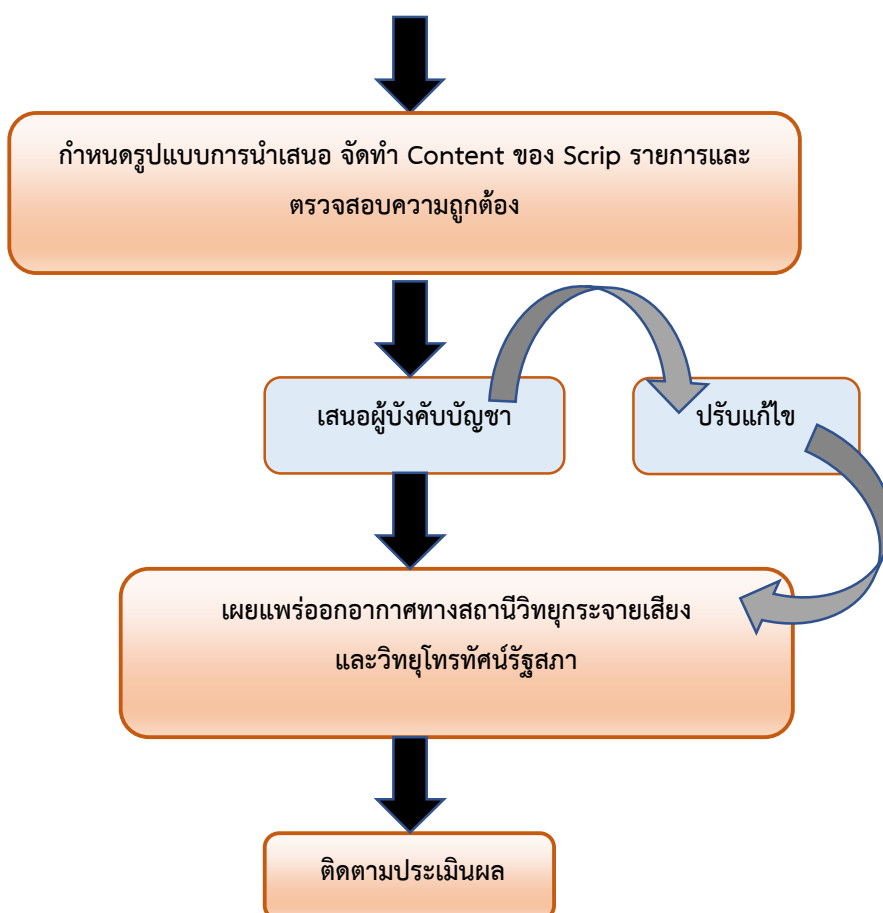
(ค) Post-Production ขั้นตอนการตัดต่อลำดับภาพ การใส่เสียง (ลงเสียงประกอบ) ทำให้รายการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ดังนั้น กระบวนการขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ แบ่งออกเป็นขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนหลังการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตโทรทัศน์ แบบ 3P และแบบ 4P สำหรับการติดตามและประเมินผลสามารถประเมินผลได้เป็น คือ ระยะเวลาหลังการผลิตระยะติดตามและประเมินผลรายการที่ออกอากาศไปแล้ว

1.2.3 ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รัฐสภาในรูปแบบรายการถ่ายทอดสดหรือบันทึกเทปเพื่อออกอากาศภายหลัง

ศึกษาเนื้อหา/ดำเนินการคัดเลือกเรื่อง/รวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Content

- 1) พิธีกรนำเปิด โดย วิทยากร บุคคลสำคัญขององค์กร
- 2) การปาฐกถาพิเศษ/บรรยายพิเศษ โดยบุคคลสำคัญขององค์กรหรือวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ
- 3) รูปแบบการเสวนาประชาธิปไตยและการให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับรัฐสภา



แผนภาพที่ 3 แสดงภาพขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์รัฐสภา
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง. แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์รัฐสภา, 2563)

สำหรับขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ
โทรทัศน์รัฐสภา

- (ก) ศึกษาเนื้อหา/ดำเนินการคัดเลือกเรื่อง/รวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Content
1) พิธีกรนำเปิด โดย วิทยากร บุคคลสำคัญขององค์กร

2) การปาฐกถาพิเศษ/บรรยายพิเศษ โดยบุคคลสำคัญขององค์กรหรือ
วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ

3) รูปแบบการเสวนาประชาธิปไตยและการให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับรัฐสภา
เกี่ยวกับการเมืองการปกครอง โดย สมาชิกรัฐสภา วิทยากร บุคคลสำคัญขององค์กร หรือวิทยากร
ผู้ทรงคุณวุฒิ

4) การอภิปรายและการนำเสนอประเด็นปัญหาต่าง ๆ

(ข) กำหนดรูปแบบการนำเสนอ จัดทำ Content ของ Scrip รายการและ
ตรวจสอบความถูกต้อง

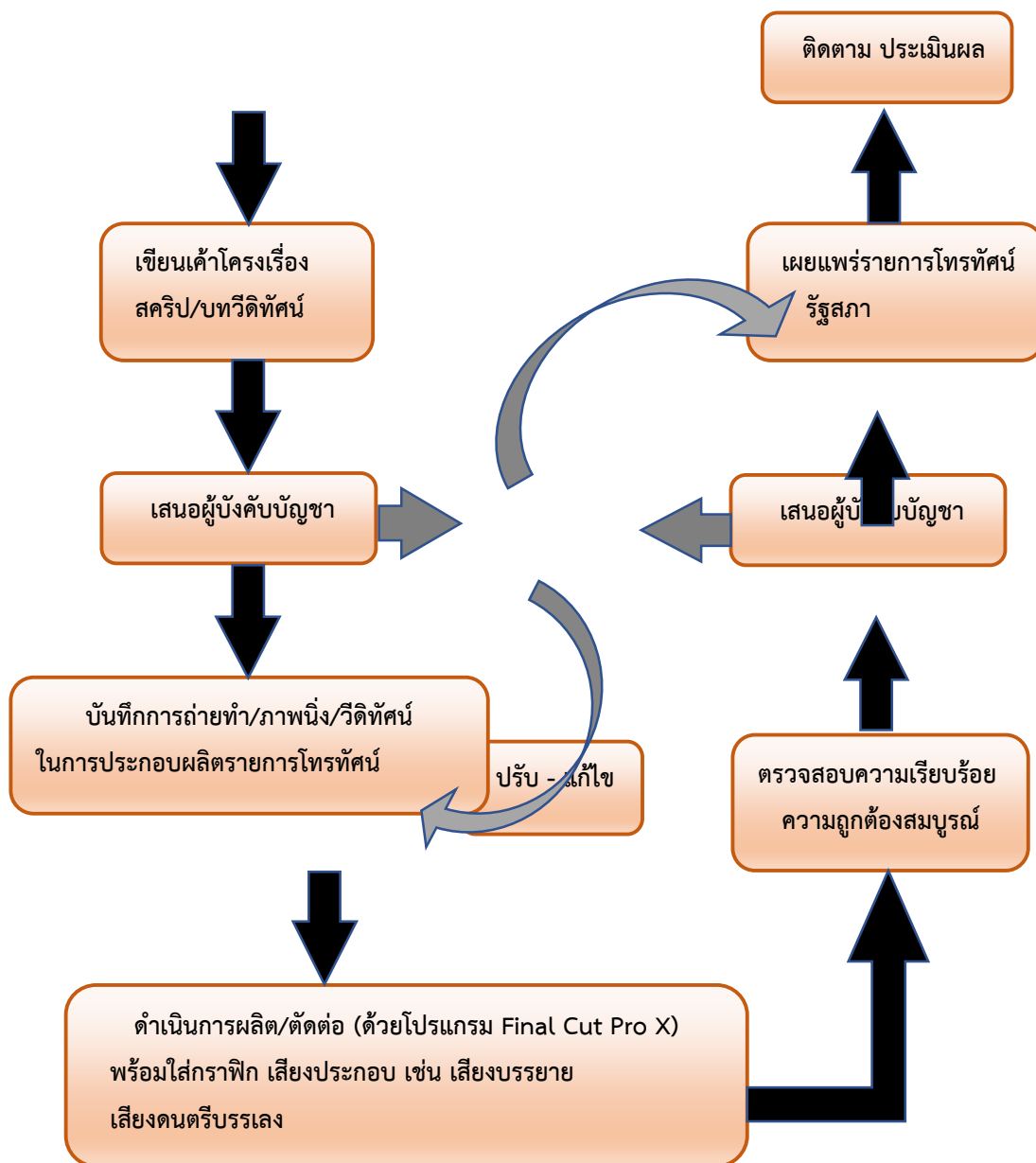
(ค) เสนอผู้บังคับบัญชา ปรับ-แก้ไข

(ง) เผยแพร่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

(จ) ติดตาม-ประเมินผล

1.2.4 กระบวนการ ขั้นตอนในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานี
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

ศึกษาและเก็บรวบรวม
เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล



แผนภาพที่ 4 แสดงภาพขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์รัฐสภาในรูปแบบวิดีโอทัศน์
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง. แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์รัฐสภา, 2563)

สำหรับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์รัฐสภา ผู้ศึกษาในฐานะผู้ปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

1) ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนกำหนดรูปแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานี

วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสาร

2) เขียนเค้าโครงเรื่องสคริป/บทวิดีโอทัศน์ โดยการรวบรวมค้นคว้าข้อมูลการจัดทำสื่อวิดีโอทัศน์ ดำเนินงานและกระบวนการในการออกแบบ การผลิต การใช้อุปกรณ์ การจัดทำและเสนอแนะข้อมูล เนื้อหา บท บรรยาย เพื่อเป็นการเผยแพร่หรือให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ตามหลักวิชาโสตทัศนศึกษาในการผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้สนับสนุนยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในการสร้างการมีส่วนร่วมในการปฏิรูปประเทศไทยและพัฒนาประชาธิปไตยให้เข้มแข็งการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

3) เสนอผู้บังคับบัญชา ปรับ - แก้ไข ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ดำเนินการต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา กำหนดรูปแบบการนำเสนอและ เขียนบทฉบับสมบูรณ์พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขรวมทั้งจัดทำบทบรรยายภาพ ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินศึกษาและเก็บรวบรวมผู้นำวิเคราะห์ข้อมูลเขียนเค้าโครงเรื่อง/สคริป บทวิดีโอทัศน์ เสนอผู้บังคับบัญชาเห็นชอบแล้วประเมินผล



แผนภาพที่ 4 แสดงภาพตัวอย่างการทำกราฟิกตาม สคริป/บทวิดีโอทัศน์เพื่อเป็นกรอบแสดงเรื่องราว
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)

4) บันทึกการถ่ายทำ/ภาพนิ่ง/วิดีโอทัศน์ในการประกอบผลิตรายการโทรทัศน์ นับเป็นขั้นตอนการถ่ายทำ นับเป็นกระบวนการบันทึกสัญญาณภาพและเสียงเพื่อให้ได้ Footage สำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์อาจถ่ายทำโดยใช้กล้องตัวเดียว และการถ่ายทำโดยใช้กล้องหลายตัว ซึ่งเป็นการถ่ายทำในสตูดิโอ หรือเป็นการถ่ายทำภาคสนาม และในบันทึกภาพวิดีโอทัศน์ ภาพนิ่ง

ถ่ายทำวิดีโอ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือที่เรียกว่า สต็อกช็อต หรือภาพสต็อกช็อต (Stock shutter stock) บันทึกการถ่ายทำ/ภาพนิ่ง/วิดีโอที่คัดเลือกภาพถ่าย/ ภาพวิดีโอ/ออกแบบและจัดทำกราฟิก บันทึกการถ่ายทำ/เสียง/บรรยาย ถ่ายทำวิดีโอ/บันทึก ภาพนิ่ง



แผนภาพที่ 5 แสดงภาพกระบวนการการถ่ายทำ

(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)



แผนภาพที่ 6 แสดงภาพกำลังบันทึกการถ่ายทำ การตั้งกระตุ้มถ้ามแยก

(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)

2) ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ เป็นกระบวนการตัดต่อภาพและเสียงซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบเสริมด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น การใช้เทคนิคพิเศษของภาพ การใส่เสียงประกอบ Sound FX การแก้ไขภาพและเสียงที่เกิดจากการถ่ายทำ

(1) ดำเนินการผลิตวีดิทัศน์คัดเลือกและปรับปรุงรายละเอียดของภาพต่าง ๆ ที่ใช้ในการนำเสนอตามบทวีดิทัศน์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ปรับแต่งภาพ

(2) ดำเนินการผลิตวีดิทัศน์ สำหรับขั้นตอนดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รัฐบาลเป็นกระบวนการสืบค้นทางเทคนิคทางโสตทัศนศึกษาและการนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ ใช้โปรแกรมต่าง ๆ ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ และใช้ในการนำเข้าข้อมูล เช่น คอมพิวเตอร์มาประยุกต์ ใช้โปรแกรมต่าง ๆ สต็อกซ็อต ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ กราฟิก เสียงบทบรรยาย เพลงประกอบ เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยหลักความคิดสร้างสรรค์ในการเรียบเรียงข้อมูลภาพ และเสียงให้ น่าสนใจ เหมาะสมกับเนื้อหา โดยการปฏิบัติงานในส่วนตัดต่อจะยึดตามบทวีดิทัศน์ในขั้นนี้ช่วยให้ เห็นชัดขึ้นว่าแต่ละฉากมีลักษณะอย่างไร การทำโครงร่างชิ้นงานหรือบทวีดิทัศน์ในขั้นตอนของ การตัดต่ออาจใช้เวลามากเพื่อให้การถ่ายทอดการสื่อสารออกไปในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบ ดิจิทัล ซึ่งเป็นการผลิตรายการโทรทัศน์แบบสำเร็จรูปเพื่อช่วยให้มีความสะดวกรวดเร็วเพื่อใช้เผยแพร่ รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐบาล ต่อไป

(3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของไฟล์ภาพ ไฟล์เสียงและกราฟิกในชิ้นงานที่เสร็จ สมบูรณ์อย่างละเอียดอีกครั้ง

(4) เสนอผู้บังคับบัญชาปรับ-แก้ไข ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ การจัดทำ เนื้อหาหลังการตัดต่อที่เสร็จสมบูรณ์ เพื่อให้สามารถบันทึกอยู่ในสื่อวีดิทัศน์ชนิดต่าง ๆ เพื่อ การเผยแพร่ต่อไป

(5) เผยแพร่รายการโทรทัศน์รัฐบาล ขั้นตอนการนำเสนอและเผยแพร่งาน (Presentation) ระดับของการนำเสนอและเผยแพร่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ คือ การเผยแพร่ภายในองค์กรในเรื่องของการนำเสนอในการสัมมนาการฝึกอบรมและการเผยแพร่ สู่อุทยาน

(6) การติดตามและประเมินผล

1.2.5 สำหรับขั้นตอนการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์รัฐบาลสามารถสรุปรูปแบบรายการถ่ายทอดสดและบันทึกเทป สามารถสรุป ดังนี้

ก่อนการถ่ายทอดสด หรือ ก่อนการถ่ายทำ

(ก) ดำเนินการรวบรวมข้อมูล กิจกรรม (text) ภาพนิ่งและภาพประกอบที่ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่จะทำการถ่ายทอดสดของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในแต่ละปีที่ ผ่านมา

(ข) ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) เขียนบทความตามหลักประชาสัมพันธ์ โดยบทดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความเชื่อมโยงของเนื้อหาที่ถ่ายทอดสดกับองค์ความรู้เรื่องการเมือง การปกครอง รัฐธรรมนูญ ประชาธิปไตย การปฏิรูปประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ ฯลฯ เพื่อให้ผู้ชมสถานีวิทยุกระจายเสียง และ

วิทยุโทรทัศน์รัฐสภาได้รับองค์ความรู้ด้านการเมืองการปกครองที่ถูกต้อง และเสริมสร้างความเป็นพลเมืองตามวิถีประชาธิปไตย

2) คัดเลือกภาพประกอบที่คมชัดและสื่อความหมายชัดเจนโดยภาพที่เลือกสะท้อนให้เห็นถึงวิถีแห่งประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมของประชาชน และการเป็นพลเมือง ฯลฯ

3) ออกแบบและจัดทำภาพประกอบการประชาสัมพันธ์

4) จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทอดสด

(1) เครื่องมืออุปกรณ์ทางด้านโสตทัศนูปกรณ์ ได้แก่ กล้องบันทึกวิดีโอและอุปกรณ์พ่วง

(2) ชุดเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับออกแบบและผลิตสื่อ พร้อมโปรแกรมตัดต่อการประเมินใช้คอมพิวเตอร์

(3) วิทยุทัศน์ กราฟิกหรือภาพสด สำหรับนำเข้าเพื่อเชื่อมต่อการถ่ายทอดสดกรณีไม่ใช้พิธีกรในการนำเปิด

(4) ตรวจสอบสัญญาณการเชื่อมต่อสัญญาณการถ่ายทอด หรือระบบบันทึกดิจิทัล และดำเนินการแก้ไขหากพบสิ่งที่จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน

(5) เตรียมผู้ดำเนินรายการนำเข้าการถ่ายทอดสดหรือบันทึกเทปสำหรับออกอากาศรายการวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาในรูปแบบรายการถ่ายทอดสด

ระหว่างการถ่ายทอดสด หรือ ระหว่างการถ่ายทำ

(ก) ดำเนินการถ่ายทอดหรือการถ่ายทำ

(ข) แก้ไขข้อบกพร่องของการถ่ายทอดสดจากข้อความที่ผู้ชมการถ่ายทอดสดแจ้งเข้ามา เช่น ระบบภาพ - เสียงไม่ชัดเจน

หลังการถ่ายทอดสด หรือ หลังการถ่ายทำ

(ก) บันทึกภาพและเสียง

(ข) ประมวลผลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำแนะนำทั้งหมดเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการถ่ายทอดสดครั้งต่อไป

1.3 ปัญหา อุปสรรค ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุป ปัญหาอุปสรรคการปฏิบัติงานด้านการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ได้ดังนี้

1.3.1 ด้านข้อมูลเนื้อหา รูปแบบรายการไม่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ถูกต้อง คลาดเคลื่อน ครอบคลุม ทันสมัย เนื้อหาซ้ำ ๆ ไม่น่าสนใจ จำกัดด้วยแหล่งข้อมูล

1.3.2 ด้านการติดต่อประสานงานต่าง ๆ ทั้งผู้ร่วมรายการ หรือสถานที่ที่จะใช้ในการถ่ายทำรายการ การติดต่อประสานงานล่วงหน้า และติดตามยืนยัน

1.3.3 ด้านการถ่ายทำ ในการถ่ายทำต้องมีการทำงานร่วมกับ ช่างภาพและทีมไฟ ในกรณีที่ต้องจัดแสง และ นอกเหนือจากนั้นหากเป็นการถ่ายทำในสตูดิโอ จะต้องมีทีมเสียง ทีมควบคุมการถ่ายทำ สำหรับการออกอากาศสด เช่น การขึ้นกราฟฟิกต่าง ๆ ในรายการ

1.3.4 ด้านการตัดต่อ ต้องทำงานร่วมกับ Editor เป็นการประกอบงานที่เราถ่ายทำ มาทั้งหมดเข้าด้วยกันจะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขในข้อผิดพลาดต่าง ๆ ได้โดยเราจะต้องดูแลภาพรวม ของรายการให้ตรงตามเป้าหมายของรายการ และ สิ่งที่จะนำเสนอในเทปนั้น

(ก) การไม่นำสื่อต่าง ๆ ปัจจุบันมาประยุกต์ใช้เมื่อมีช่องทางในการ ออกอากาศมากมายและยังมีรายการแปลก ๆ ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นมาอยู่ตลอดเวลาการไม่สร้างจุดต่างว่า ทำอย่างไรที่จะทำให้ผู้ชมมีความสนใจในงาน

(ข) การนำสิ่งที่มีอยู่เดิมมาไม่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่และเป้าหมายนอกเหนือ จากการให้ผู้ชมหันมารับชมรายการยังต้องได้รับสารที่ต้องการจะสื่อออกไปโดยอาจทำให้เกิดจุด เปลี่ยนหรือแนวคิดบางอย่าง ทั้งในตัวของผู้ชมเองและสังคม

(ค) การวางแนวคิดในการผลิต ไม่เริ่มจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จากนั้นก็แปลความคิดให้เป็นจริง โดยจัดงบประมาณและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เข้ากับ ความคิดทำให้ไม่สามารถช่วยให้เกิดงานสร้างสรรค์ด้านศิลปะและมีข้อเสีย คือ การยึดเอาความคิด สร้างสรรค์มากเกินไปอาจจะไม่ส่งผลสำเร็จในช่วงการแปลงความคิดให้เป็นจริงเป็นจัง ซึ่งอาจเกิด ความยุ่งยากต่าง ๆ ในการดำเนินการถ่ายทำและมีข้อจำกัด เช่น เครื่องมือไม่ทันสมัย ขาดแคลน บุคลากรไม่พร้อมของสถานที่ ภาวะเศรษฐกิจและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

135. สำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะมีสถานที่ทำงานที่เปลี่ยนไปตามรูปแบบของ รายการในการทำสคริปอาจจะต้องลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลการเก็บภาพบรรยากาศต่าง ๆ เพื่อนำมา ประกอบในรายการ นอกจากนี้ควรมีการสัมภาษณ์ผู้รู้หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่เราจะนำมา ออกอากาศตลอดจนมีการออกไปหาสำรวจหรือติดต่อสถานที่ถ่ายทำรายการ

136. การทำงานการผลิตรายการโทรทัศน์ ในสภาพส่วนใหญ่จะเป็นการออกไปถ่ายทำ นอกสถานที่ ซึ่งในระหว่างการถ่ายทำนั้นก็มีความยากลำบากสะดวกสบายและมีปัญหาที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องเป็นคนที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้อย่างเป็นปกติและ ชอบทดลองทำอะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอ นอกเหนือจากการออกไปถ่ายทำแล้วยังต้องมีการเตรียมงานก่อน การถ่ายซึ่งมีหลายขั้นตอนและต้องมีการทำงานที่ละเอียดเพราะเรื่องราวที่จะนำมาออกอากาศนั้น ต้องถูกต้อง ชัดเจน และมีแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้และการทำงานจะอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของเวลา เพราะมีเรื่องการออกอากาศที่ต้องส่งงานอย่างสม่ำเสมอตามข้อตกลงของช่อง ทำให้งานแต่ละงาน ต้องมีการวางแผนงานที่ชัดเจนและทำงานด้วยความเอาใจใส่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันเวลาที่ได้กำหนด เอาไว้จึงต้องเป็นคนที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้นจะต้องเป็นคนที่ มีบุคลิกและความสามารถหลากหลายด้านสามารถทำงานได้ทั้งในส่วนของคุณสมบัติที่ต้องเป็นคนที่มีความรู้กว้างไกล มีมุมมองใหม่ ๆ ในการทำงานและยังต้องสามารถลุยกับการออกไปถ่ายทำนอก

สถานที่พบเจอกับสถานการณ์เฉพาะหน้าต่าง ๆ และสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้อย่างดีโดยรวมแล้วเป็นงานที่มีทั้งความสนุกได้พบเจออะไรที่แปลกใหม่แต่ในขณะเดียวกันก็มีความกดดันจากเรื่องของเวลาและด้วยเป็นงานที่ออกสู่สาธารณะทำให้ทุกงานที่ออกมาส่งผลกระทบต่องานในครั้งต่อ ๆ ไป (<https://www.a-chieve.org/information/detail>)

1.3.7 แนวทางแก้ไข คิดว่าจะทำรายการอะไรและทำอย่างไร วิธีนี้มีส่วนดี คือ สามารถทำให้การแปลงความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นจริง

(ก) การวิเคราะห์เนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย

1) รวบรวมเอกสารและงานวิจัย (Research) ในขั้นนี้เป็นขั้นที่ผู้ผลิตต้องรวบรวมตาราง เอกสาร รายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) วิเคราะห์เนื้อหา เอกสาร รายงานการวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนภาพยนตร์และสไลด์ที่รวบรวมได้มาจากขั้นที่แล้วนั้น ในขั้นนี้จะเป็นขั้นนำเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าวมาวิเคราะห์และคัดเลือกเอาเฉพาะที่เกี่ยวข้องและจำเป็นจะต้องใช้ในการเขียนบท

3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายเมื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่จะผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ได้แล้วก็ควร จะต้องจัดทำรายการวิทยุโทรทัศน์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4) กำหนดจุดเน้น/จุดประสงค์ การกำหนดจุดเน้นและจุดประสงค์ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ต้องกำหนดให้แจ่มแจ้งแน่ชัดลงไปว่ามีจุดเน้นจุดประสงค์ในการผลิตรายการอย่างไรบ้างและควรมีการประชุมร่วมกันของผู้รับผิดชอบฝ่ายต่าง ๆ

ทั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันว่าจุดเน้นของรายการอยู่ที่ใดมีจุดประสงค์ของรายการอย่างไรและขอบข่ายของรายการมีมากน้อยเพียงใด เพื่อให้เกิดความชัดเจนในกระบวนการผลิตรายการและให้สอดคล้องกับความรู้ของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

5) กำหนดรูปแบบและสร้างสรรค์รายการกำหนดรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการกำหนดรูปแบบของรายการว่าเป็นรูปแบบใด เช่น รูปแบบสารคดีการสัมภาษณ์ บรรยาย ละคร ฯลฯ เพื่อให้การนำเสนอมีความน่าสนใจเหมาะสมกับเนื้อหาการจุดเน้นและจุดประสงค์ของรายการและสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

6) เขียนบทโทรทัศน์และตรวจสอบความถูกต้องในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ทุกรายการ บทวิทยุโทรทัศน์นับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของรายการความคิดที่ดีของผู้ผลิตรายการ สามารถสร้างสรรค์รายการออกมาจากแนวคิดเบื้องต้นและวัตถุประสงค์ของรายการได้อย่างมีศิลปะในการเขียนและการนำเสนอที่ดีช่วยให้รายการน่าสนใจไปครั้งหนึ่งแล้วผู้ผลิตรายการมองเห็นความสำคัญของบทซึ่งเป็นพื้นฐานของรายการทุกรายการ

7) กำหนดสถานที่ถ่ายทำ/ศิลปกรรม/จัดเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ที่จะใช้และผู้รับผิดชอบ เพื่อการบันทึกภาพตามตารางเวลาที่กำหนด สถานที่ถ่ายทำ ห้องบันทึกภาพ หรือเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ให้พร้อมและนอกจากนี้ควรไปดูสถานที่ที่จะถ่ายทำและทำการนัดแนะ

กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการแสดงประกอบฉากหรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้การบันทึกเป็นไปอย่างสำเร็จ

8) การคัดเลือกผู้ร่วมรายการงานสำคัญของฝ่ายผลิตรายการอีกงานหนึ่ง คือ งานคัดเลือกผู้ร่วมรายการ ผู้ร่วมรายการ หมายถึง พิธีกรผู้ดำเนินรายการ นักร้อง นักดนตรีผู้อ่านข่าวผู้บรรยาย ผู้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ วิทยากรผ่านสื่อโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการจะต้องประชุมกับกรรมการผลิตรายการ เพื่อตัดสินใจก่อนการผลิตรายการจะเริ่มขึ้น ทั้งนี้จะต้องดูความเหมาะสมทางเลือกและงบประมาณ และนอกจากนี้ตารางรายการยังช่วยให้ผู้ผลิตรายการ ตรวจสอบความคืบหน้าในรายการและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ก่อนที่ปัญหาเหล่านั้นจะเป็น อุปสรรคในการผลิตรายการต่อไปในตารางการผลิตรายการจะประกอบด้วยกิจกรรมในด้านการผลิตรายการ ดังนี้ บทวิทยุโทรทัศน์ผู้ร่วมรายการ ฉาก แสง เสียง กราฟิก เครื่องแต่งตัวอุปกรณ์เทคนิค อุปกรณ์และวัสดุ ประกอบฉาก การตัดต่อ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่น ๆ กำหนดวันเสร็จ วันออกอากาศ และผู้รับผิดชอบ เป็นต้น

สรุป ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับการกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์รัฐสภาที่ทีมงานจำเป็นต้องมีความรู้และฝึกทักษะเทคนิคเพิ่มเติมอีกมาก เช่น ประเภทและรูปแบบการเสนอรายการโทรทัศน์และวีดิทัศน์ต่าง ๆ ที่เผยแพร่อยู่ในปัจจุบัน การใช้กล้องวิดีโอ อุปกรณ์ในการบันทึก การจัดแสง ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของการบันทึกภาพ การบันทึกตัดต่อผสมเสียงด้วยอุปกรณ์และเทคนิคที่เหมาะสม การเลือกดนตรีและเสียงอื่น ๆ มาประกอบในรายการ การใช้โปรแกรมต่าง ๆ ในการบันทึกตัดต่อ การทำกราฟิก เทคนิคพิเศษของภาพอย่างเหมาะสมและมีเหตุผล รวมทั้งความคิดสร้างสรรค์ใหม่ที่น่าสนใจ อันจะส่งผลให้รายการโทรทัศน์และวีดิทัศน์ที่ผลิตขึ้นนั้นมีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุด

1.2.2 ปัญหาบุคลากร ขาดทักษะ ความรู้ ความสามารถ และและเทคนิคในการผลิต

ก) ขาดความคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดรูปแบบหรือวิธีการนำเสนอรายการได้แปลกใหม่ที่น่าสนใจ

ข) ขาดมีวิธีการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เป็นคนที่มีความรู้รอบตัว

ค) ไม่สามารถเขียนสคริปหรือเขียนบทโทรทัศน์

ง) ขาดการทำงานที่มีระบบขั้นตอนเพราะรายการโทรทัศน์นั้นมีขั้นตอนที่ต้องรับผิดชอบมากมาย

จ) มีความรู้พื้นฐานในเรื่องของการถ่ายทำระบบกล้อง ระบบไฟ การตัดต่อเพื่อสามารถดูภาพรวมของงานได้

ฉ) มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถติดต่อพูดคุยกับคนได้หลากหลาย มีความรู้รอบตัวในการทำงานด้านสื่อโทรทัศน์นั้น ควรเป็นคนที่เฝหาคำความรู้ใหม่ ๆ ตลอดเวลาที่มีประสบการณ์ชีวิต เพราะจะช่วยทำให้งานของเรามีความน่าสนใจไม่ซ้ำใครถ้าในเชิงลึกเราจะสามารถหยิบข้อมูลที่มีอยู่

ออกมาใช้ได้อย่างง่ายดายและตลอดเวลาจึงต้องเป็นคนที่หูตากว้างไกลและใจกว้างพอที่รับประสบการณ์ใหม่ ๆ และนำมาปรับใช้กับการทำงาน²⁹

1) อาคารสถานที่ สถานที่ถ่ายทำ มีความพร้อม เช่น ระบบไฟฟ้า ทั้งสิ่งแวดล้อมสะดวกสบายและปลอดภัย

2) ด้านเครื่องมือโสตทัศนอุปกรณ์-เทคนิค ปัญหาระบบแสง ไฟล์เสียงไฟล์ภาพ ประกอบการผลิตรายการโทรทัศน์ การตรวจสอบระบบแสง และปรับคุณภาพ ไฟล์เสียงไฟล์ภาพ

3) ด้านระยะเวลาการทำงานจะอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของเวลาเพราะมีเรื่อง การออกอากาศที่ต้องส่งงานอย่างสม่ำเสมอตามข้อตกลงของช่อง ทำให้งานแต่ละงานต้องมีการวางแผน ที่ชัดเจนและทำงานด้วยความเอาใจใส่ตลอดเวลา

แนวทางแก้ไขในการหาข้อมูลการทำรายการต้องมีการสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับหัวข้อที่จะนำเสนอแล้วแต่รูปแบบรายการ ซึ่งในบางรายการอาจจะสามารถหาข้อมูลได้จากหลาย ๆ แหล่ง

2. การเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อใหม่ สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

2.1 การนำโปรแกรม Final Cut Pro X (เทวิน ศรีดาโคตร, 2562) มาประยุกต์ใช้ในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาเป็นกระบวนการสืบค้นทางเทคนิคทางโสตทัศนศึกษาและการนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ ใช้ในการตัดต่อวิดีโอด้วยโปรแกรม Final Cut Pro X และใช้ในการนำเข้าข้อมูล เช่น คอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ สต็อกซ็อต ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ กราฟิก เสียงบทบรรยาย เพลงประกอบ เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยหลักความคิดสร้างสรรค์ในการเรียบเรียงข้อมูลภาพ และเสียงที่น่าสนใจ เหมาะสมกับเนื้อหา โดยการปฏิบัติงานในส่วนตัดต่อจะยึดตามบทวิดิทัศน์ในขั้นนี้ ช่วยให้เห็นชัดขึ้นว่าแต่ละฉากมีลักษณะอย่างไร การทำโครงร่างชิ้นงานหรือบทวิดิทัศน์ในขั้นตอนของการตัดต่ออาจใช้เวลามาก เพื่อให้การถ่ายทอดการสื่อสารออกไปในรูปแบบสื่อวิดิทัศน์ในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งเป็นการผลิตรายการโทรทัศน์แบบสำเร็จรูป เพื่อช่วยให้มีความสะดวกรวดเร็วเพื่อใช้เผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ต่อไป

2.1.1 สำหรับขั้นตอนในการตัดต่อวิดีโอด้วยโปรแกรม Final Cut Pro X สามารถสรุปได้ ดังนี้

(ก) นำข้อมูลภาพมาใส่พร้อมทั้งเสียงตัวอักษรและกราฟิกเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

²⁹ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2563 จาก <https://www.achieve.org/information/detail/>

- 1) การนำเข้าข้อมูล (Import) สร้าง Event แล้วขั้นต่อไป คือ การนำไฟล์เข้าบันทึกด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ นำเข้าไฟล์ข้อมูลสต็อกซ็อตสต็อกภาพ เช่น ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ กราฟิก เสียงบทบรรยาย เพลงประกอบ เพื่อตัดต่อวีดิทัศน์ดิจิทัล
- 2) เลือกไฟล์ ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ
- 3) ตัดต่อโดยเลือกเรียงตามลำดับไฟล์ประกอบการใช้ให้สอดคล้องกับเรื่องราวตามบท สคริป ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ กราฟิก เสียงบทบรรยาย เพลงประกอบ
- 4) เลือกการใช้เสียงประกอบกรนำเข้าข้อมูลเสียงให้สอดคล้องกับเรื่องราวตามบท สคริป เช่น เสียงบทบรรยาย เพลงประกอบ
- 5) ตรวจสอบความเรียบร้อย ความถูกต้องสมบูรณ์ เป็นการประเมินคุณค่าสื่อวีดิทัศน์รวมถึงการจัดทำเนื้อหาหลังการตัดต่อที่เสร็จสมบูรณ์ เพื่อให้สามารถบันทึกอยู่ในสื่อวีดิทัศน์ชนิดต่าง ๆ ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมทั้งทางด้านเนื้อหาสาระและความสมบูรณ์ในการตัดต่อวีดิทัศน์ด้วยโปรแกรม iMovie บน Mac และการตัดต่อวีดิโอด้วย Final Cut Pro X สามารถตรวจสอบความสมบูรณ์ของไฟล์ภาพ ไฟล์เสียงและกราฟิกในชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์อย่างละเอียดอีกครั้ง

2.2 การนำสื่อใหม่มาประยุกต์ใช้ในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

2.2.1 สื่อใหม่ สำหรับรูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบันและมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตโดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553: 9) และ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, www) อาทิ เว็บไซต์ (Web site) อินเทอร์เน็ต (Internet) อีเมล (E-mail) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform) วิดีโอเกม และ โลกเสมือนจริง ซีดีรอมมัลติมีเดีย ซอฟต์แวร์ บล็อกและวิกิหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผู้ให้บริการสารสนเทศ โทรทัศน์โต้ตอบ อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ พีดีเอเช่น โทรศัพท์มือถือ โปดแคสต์ นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction) เป็นต้น

2.2.2 สื่อดิจิทัล ระบบดิจิทัลเป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิมมาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียงและข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้นและสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้นซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะพัฒนาต้นแบบสื่อใหม่เพื่อดูแลสุขภาพผู้สูงอายุโดยเลือกพัฒนาเฉพาะสื่อ Mobile Platform

ดังนั้น การที่นำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันนี้จะทำให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้นเปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่ข้อจำกัดของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ ทั้งนี้ มีความทันสมัยมากขึ้น และสามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Real-time โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปเรียนรู้ถึงสถานที่นั้น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ

สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเองซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and micro blogging) และเครือข่ายสังคมออนไลน์³⁰

2.2.3 สื่อสังคมออนไลน์ มีดังนี้

(ก) บล็อก คือ ระบบการจัดการเนื้อหาที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเองโดยบทความที่โพสต์ลงบล็อกเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบล็อก

(ข) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก ไมโครบล็อก คือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้ง ซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษรในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คนเพราะใช้งานง่ายและใช้เวลาไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่าง ๆ

(ค) LINE เป็นแอปพลิเคชันประเภทแชทที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้งานในประเทศไทยแล้วมากกว่า 18 ล้านผู้ใช้งาน เนื่องด้วยมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การสนทนาแบบกลุ่ม การแชร์พิกัดสถานที่ การคุยผ่านเสียง การคุยผ่านวิดีโอ การส่งสติ๊กเกอร์ส่วนใหญ่เป็นบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายรวมถึงแอปพลิเคชันยังรองรับการใช้งานได้ทั้งบนโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน และบนเครื่องคอมพิวเตอร์

(ง) Facebook คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็น การตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทคุยกันแบบสด ๆ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรม อื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อย ๆ Facebook เป็น Social media ที่ได้รับความนิยมอีกแห่งหนึ่งในโลก

(จ) Facebook Line การถ่ายทอดสดวิดีโอ ออนไลน์ทางเฟซบุ๊ก

(ฉ) Wikipedia Wikipedia คือ สารานุกรมซึ่งมีหลายภาษา สามารถเข้าไปอ่านได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องสมัครสมาชิกใด ๆ อีกทั้งยังสามารถปรับปรุงเพิ่มเติมเนื้อหาซึ่งทำให้วิกิพีเดียกลายเป็นสารานุกรมที่ได้รับการแก้ไขรวบรวมและดูแลรักษาจากอาสาสมัครทั่วโลกผ่านซอฟต์แวร์ชื่อ มีเดีย วิก ในปัจจุบันวิกิพีเดียมีทั้งหมดมากกว่า 250 ภาษา

³⁰ พสนันท์ ปัญญาพร. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>

(ข) ยูทูป (YouTube) วิดีโอออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์ วิดีโอ (Video) หรือ วิดีทัศน์ในยุคปัจจุบันนี้สามารถถ่ายทำได้สะดวกเพราะมีการบันทึกภาพเป็นระบบดิจิทัล บันทึกภาพ ได้ด้วยกล้องวิดีโอหลากหลายชนิด ตั้งแต่กล้องวิดีโอขนาดเล็กที่มีอยู่ในโทรศัพท์มือถือ จนถึง กล้องวิดีโอระดับมืออาชีพการถ่ายทำลำดับตัดต่อภาพนั้นก็ไม่ได้ยุ่งยากขึ้นอยู่กับความคิดการ สร้างสรรค์ของผู้ผลิตการถ่ายวิดีโอและการตัดต่อภาพที่สะดวกขึ้นนี้ประกอบกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่พัฒนา Web 2.0 ซึ่งทำให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการทำงานมากขึ้น เน้นให้ผู้ใช้มี ส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานลงบนเว็บไซต์ และสามารถโต้ตอบกับข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ได้ที่ผู้ใช้ สามารถสร้างเนื้อหา แลกเปลี่ยน และกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อแบ่งปันถึงกันได้ ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร จึงเกิดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าวิดีโอออนไลน์ โดยใช้วิดีโอที่ผลิต ขึ้นเองเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้เองผ่านระบบออนไลน์ บนเว็บไซต์ที่ให้บริการฝากไฟล์วิดีโอ ซึ่งมีหลายเว็บไซต์ที่ให้บริการแต่ที่นิยมก็คือเว็บไซต์ยูทูป (www.youtube.com) ที่เป็นแหล่งรวม วิดีโอจากผู้ใช้ทั่วโลกที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากมีจำนวนวิดีโอ คลิปในฐานะข้อมูลมากที่สุดและมีจำนวนผู้ใช้ ที่เข้าไปชมวิดีโอคลิปมากที่สุดในขณะนี้

ข้อดี	ข้อเสีย
-------	---------

<ol style="list-style-type: none"> 1) สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้ 2) สามารถเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม เพราะสามารถเสนอแนะและแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจเข้ามาตอบหรือมีส่วนร่วมได้ 3) สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว 4) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น 5) สามารถใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่าง ๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ 6) สามารถช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ ๆ ขึ้น 7) สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ช่องทางการให้บริการบางแห่ง อาจจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป หากผู้ใช้บริการไม่ระมัดระวังในการกรอกข้อมูลอาจจะถูกผู้ไม่หวังดีนำไปใช้ในทางเสียหายหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ 2) เป็นสังคมออนไลน์ที่กว้าง หากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการนัดหมายกัน เพื่อจุดประสงค์ร้าย ตามที่เป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ 3) เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ขโมยผลงาน หรือถูกแอบอ้าง เพราะ Social Network Service เป็นสื่อในการเผยแพร่ผลงาน รูปภาพต่าง ๆ ของผู้ใช้ให้บุคคลอื่นได้เห็น และแสดงความคิดเห็น 4) ข้อมูลที่ต้องกรอกเพื่อสมัครสมาชิกและแสดงบนเว็บไซต์ในรูปแบบ Social Network ยากแก่การตรวจสอบว่าเป็นความจริงหรือไม่ ดังนั้น อาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่กำหนดอายุการสมัครสมาชิกหรือการถูกบล็อกโดยบุคคลที่ไม่มีตัวตนได้ 5) ผู้ใช้ที่เล่น Social Network และ อยู่กับ หน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน อาจทำให้เสียสุขภาพและเกิดปัญหาทางสายตาได้ 6) ถ้าผู้ใช้หมกมุ่นและใช้เวลาไปกับสื่อประเภทนี้มากเกินไปอาจทำให้เสียงานได้ 7) เป็นการเสียเวลาถ้าผู้ใช้ ๆ อย่างไม่ไยดีประโยชน์
---	---

ตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของรูปแบบการใช้สื่อออนไลน์

ที่มา : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) สำนักประชาสัมพันธ์ “การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์” น. 24)

ดังนั้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เสนอแนะแสดงความคิดเห็น ใช้เป็นสื่อในการโฆษณาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแต่ถ้าใช้ไม่ระมัดระวังก็อาจจะเกิดผลเสียได้ เช่น ผู้ไม่หวังดีนำไปใช้ในทางเสียหายอาจเกิดภาพลบต่อองค์กรได้

3. หาข้อเสนอแนะ และกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้

3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

3.1.1 ส่งเสริมและสนับสนุน โดยสร้างโอกาสในการจัดฝึกอบรมพัฒนาและต่อยอด และยกระดับศักยภาพ บุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ ความสามารถ และผู้ที่สนใจที่จะเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ดิจิทัลในรูปแบบการผลิตและเผยแพร่ รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และนำระบบ เทคโนโลยีที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้กับสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัล

3.1.2 สถานีสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาเร่งปฏิรูปองค์กรและยกระดับศักยภาพ บุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ รัฐสภา

3.1.3 สำนักงานนโยบายรัฐบาลดิจิทัล เปิดโอกาสให้สำนักงานพัฒนาองค์กรก้าวสู่ การเป็น Digital Parliament & SMART Parliament โดยการจัดฝึกอบรมพัฒนาและต่อยอด และยกระดับศักยภาพบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญให้กับข้าราชการที่มีความรู้ ความสามารถด้าน โสตทัศน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ และผู้ที่สนใจ ที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ในการเป็นผู้ผลิต และเผยแพร่รายการโทรทัศน์ดิจิทัลในรูปแบบการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุ และโทรทัศน์รัฐสภาที่นำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้กับสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัล

3.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรเพิ่มวิธีการศึกษาการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุ และโทรทัศน์รัฐสภา

3.2.2 ควรเพิ่มวิธีการศึกษาเชิงปริมาณการเก็บข้อมูลการผลิตและเผยแพร่รายการ โทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา

3.2.3 ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างวิธีการศึกษาการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา

4. การติดตามประเมินผล

แนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ กำหนดดังนี้

4.1 การสร้างระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อรับทราบ ผลการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ โดยพิจารณาจากข้อมูลต่าง ๆ อาทิ ผลการ ตรวจ ติดตามการดำเนินงานของหน่วยงาน ผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองฯ ผลการประเมิน องค์กรตามเกณฑ์ PMQA ผลการสำรวจความพึงพอใจจากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์สถานีฯ ให้เหมาะสมต่อไป

4.2 การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ รวมทั้งทำให้ได้ข้อมูลสะท้อนผลการดำเนินงานอย่างถูกต้องมากที่สุด

4.3 การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management : PM) ประกอบด้วย การปฏิบัติงาน การพัฒนาผลการปฏิบัติงาน การติดตามผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยการประเมินและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ปีละ 1 ครั้ง และสิ้นสุดแผน (ปี 2564) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระดับความสำเร็จ (Critical Success Factors) ของการดำเนินการตามแผนฯ เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและพร้อมปรับเปลี่ยนการดำเนินงานหากมีปัญหาเกิดขึ้น และเพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ให้ บรรลุตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

4.4 การทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และแก้ไขปัญหาอุปสรรคปัญหาให้ทันต่อสถานการณ์ในทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้น สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา จำเป็นต้องมีการประชุมคณะทำงานเพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

และสอดคล้องกับ สรศักดิ์ เพียรเวช เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร จากการศึกษาทบทวนและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สามารถสรุปผลประมวลผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ อาทิ “สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ให้พัฒนาการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผมขออนุญาตกราบเรียนว่าเรามีการประเมินผลสำเร็จมากขึ้นเมื่อก่อนเราไม่เคยพัฒนาอย่างนี้มาก่อนแต่ตอนนี้เรามีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ TVP Chanal สามารถดูได้จากมือถือโหลดฟรีทุกเวลา เปิดช่องทางเฟซบุ๊กเรื่องของการถ่ายทอดสดมีการขยายช่องทางทางยูทูปในวันประชุมสภาครับ และเรามีโครงการพบผู้ฟังตามสื่อต่าง ๆ ผลปรากฏอย่างไม่น่าเชื่อว่าในปีที่มีส.ส.เข้ามา ตั้งแต่เลือกตั้ง ปี 63 ตัวเลขในการดูทีวีรัฐสภาในช่องทางต่าง ๆ ตัวเลขสูงพุ่งสูงถึง 7 ล้านคน เช่น วันเลือกตั้งนายก การอภิปรายไม่ไว้วางใจ มีผู้ชมตามที่เราประมวลผลดูแล้วตามช่องทางต่าง ๆ สูงถึง 7 ล้านคน ก่อนหน้านี้ไม่มีสภา ตัวเลขในการดูทีวีของเราและช่องทางต่าง ๆ นั้นแค่หลักหมื่นคนแทบไม่น่าเชื่อว่า ส.ส.ชุดนี้เป็น ส.ส.ชุดแรกจะทำให้คนดูทีวีรัฐสภานะครับ” (ที่มา : สรศักดิ์ เพียรเวช เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรชี้แจงกรรมาธิการวิสามัญรายจ่ายพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2564 วันศุกร์ที่ 21 สิงหาคม 2563) ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ในการดำเนินงานให้เกิดความเป็นเอกภาพและสอดคล้องกันภายใต้หลักการบริหารจัดการโดยยึดยุทธศาสตร์ (Strategy – Based Management) เพื่อให้สถานีฯ บรรลุวิสัยทัศน์ในการ “เป็นองค์กรสื่ออันดับหนึ่งที่ดี ที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” ต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา” วัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษากระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา 2) เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ 3) เพื่อหาข้อเสนอแนะและกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลจากการสังเกตในการปฏิบัติงานจริงและใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา สามารถสรุปผลการศึกษาทั้งหมดได้ ดังนี้

1.1 ผลการศึกษากระบวนการขั้นตอน ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
1. ก่อนการผลิต		
ขั้นตอนการเตรียมวางแผนก่อนการผลิต อาทิ <ul style="list-style-type: none">- การการประชุมวางแผน กำหนดเรื่องราว เนื้อหา- การศึกษาค้นคว้าข้อมูล การจัดทำเนื้อหา- การเขียนบทโทรทัศน์- การทำ Story Board- กำหนดรูปแบบการถ่ายทำ ตัวบุคคล เวลาและสถานที่ถ่ายทำ- การเตรียมอุปกรณ์การถ่ายทำ	การผลิตรายการโทรทัศน์ค่อนข้างยาก เนื่องจากเป็นงานที่ใช้ต้นทุนสูง และใช้เวลาในการผลิตนาน ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการออกอากาศ ถ้าได้เวลาออกอากาศไม่ดีเป็นที่สนใจของผู้ชมรายการ เรื่องที่ผลิตขึ้นมาอาจจะไม่ค่อยคุ้มค่า ประกอบกับสื่อทางด้านโทรทัศน์เรียกว่าล้น ซึ่ง ความนิยมในการรับชมของกลุ่มเป้าหมายน้อยลง สรุปได้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none">- ด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการพัฒนา เกิดการวิวัฒนาการส่งผลกระทบต่อ	- สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ต้นทุนในการดำเนินการและการผลิตถูกลดลงซึ่งใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว กระทบกับสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาเป็นหน่วยงานของราชการ โดยการจัดสรรเวลาตามความเหมาะสม แต่ก็ต้องคงความเป็นคุณภาพเอาไว้ให้ได้หรือสามารถออกอากาศซ้ำ ๆ ได้ และเพิ่มช่องทางต่าง ๆ ในการเผยแพร่
2. ระหว่างการผลิต		
ขั้นตอนการถ่ายทำเป็นกระบวนการบันทึกสัญญาณภาพและเสียงเพื่อให้ได้ Footage สำหรับการผลิตวีดิทัศน์ อาทิ <ul style="list-style-type: none">- การถ่ายทำโดยใช้กล้องตัวเดียวและกล้องหลายตัว	การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตัวมันเองทำให้เกิดความไม่เสถียรของเครื่องมือและอุปกรณ์เสื่อมไปตามกาลเวลาไม่ทันสมัย ทำให้ส่งผลกระทบต่อตอบสนองในการผลิตการโทรทัศน์	- สร้างความน่าสนใจโดยการการใช้เทคนิคในการตัดต่อรูปแบบของคอมพิวเตอร์กราฟิกมาใช้ในการตัดต่อเพื่อสร้างความแตกต่างให้เปลี่ยนไปจากรูปแบบเดิม ๆ การจัดแสง หรืออุปกรณ์

ตารางที่ 3 แสดงผลการศึกษาระบบการสำคัญตามขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)

กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ในปัจจุบัน	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
<p>หลังการผลิต</p> <p>การตัดต่อภาพและเสียงซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบเสริมด้านเทคนิคต่าง ๆ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การใช้เทคนิคพิเศษของภาพ - การใส่เสียงประกอบ Sound FX - การแก้ไขภาพและเสียงที่เกิดจากการถ่ายทำ - การประเมินคุณค่าสื่อวีดิทัศน์ - การจัดทำเนื้อหาหลังการตัดต่อที่เสร็จสมบูรณ์สามารถบันทึกอยู่ในสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบต่าง ๆ - ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ - การเผยแพร่ - ติดตาม ประเมินผล 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบการจับเก็บไฟล์ข้อมูล (สต็อกซ็อต) มีเนื้อที่ในการจัดเก็บไม่เพียงพอกับปริมาณงาน - ระยะเวลาในการผลิตและเผยแพร่รายการจำกัด อาทิ การเตรียมข้อมูล การถ่ายทำ การตัดต่อ และการเรนเดอร์ไฟล์วีดิโอ ซึ่งเป็นภาพที่ซับซ้อนมาก ๆ การสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยเครื่องมือที่สร้างจากแนวคิดทางคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ช่วยในการสร้าง ดัดแปลง และให้แสงและเงาตลอดจนการประมวลผลการเคลื่อนที่ต่าง ๆ สำหรับไฟล์ชิ้นงานทำให้ใช้เวลานาน 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพงาน จะต้องใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอน อาทิ การคิดเรื่อง การหาข้อมูล เรื่องเขียนบท การถ่ายทำ การบันทึกเสียง การตัดต่อ ลงเสียงบรรยาย ดนตรีประกอบมิกซ์เสียงทุกส่วนต้องใช้คุณภาพทั้งหมดทุกขั้นตอนของการผลิต - เพิ่มความพร้อมของงานในลักษณะบูรณาการด้านระยะเวลา และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับเครื่องมืออุปกรณ์

ตารางที่ 4 แสดงผลการศึกษาระบบการสำคัญตามขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ (ต่อ)
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)

1.2 การเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชน ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระบบเทคโนโลยี	ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่
<p>สื่อผู้ชมในยุคอดีต</p> <p>- พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในอดีตที่มีแบบแผนที่ชัดเจนกว่า อาทิ การชมรายการทางโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบการส่งผ่านสัญญาณภาพวีดิโอและเสียงเดิมระบบการรับสัญญาณโทรทัศน์ใช้เป็นระบบอะนาล็อก ชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ ฟังวิทยุ สื่อประเภทเทปวีดิโอ เทปคาสเซ็ท ซีดี ดีวีดีและการอ่านหนังสือพิมพ์หรือการรับรู้ข่าวสาร 	

ตารางที่ 5 แสดงผลการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชน
ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระบบเทคโนโลยี	ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่
<p>สื่อผู้ชมในยุคปัจจุบัน</p> <p>- ปัจจุบันนี้มีพฤติกรรมการรับชมที่หลากหลาย ซับซ้อน ยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศ ได้มีปัจจัยต่างๆ เข้ามาทำให้พฤติกรรมของผู้ชมเปลี่ยนไป เช่น พัฒนาการของ เทคโนโลยี อันทันสมัย การดำเนินชีวิต ที่เร่งรีบแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น เป็นต้น</p>	<p>- ระบบดิจิทัล ที่วีดิจิตอลหรือ โทรทัศน์ระบบดิจิตอล เป็นระบบการส่งผ่านสัญญาณภาพ วิดีโอ และเสียงโดยระบบ ดิจิตอล สามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบเดิมซึ่งระบบ สัญญาณดิจิตอลเกิดขึ้นมาจากการนำระบบคอมพิวเตอร์นำมา พัฒนาและเกิดการประยุกต์ใช้</p>	<p>- เทคโนโลยีดิจิตอลเป็นทักษะ ความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี ดิจิทัล หรือ Digital literacy เป็นทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ใน ปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรม คอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการ สื่อสารการปฏิบัติงานและการ ทำงาน</p> <p>- สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เชื่อมต่อแบบไร้สาย ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้นำมา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สารสนเทศและมีการสื่อสารใน รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า สื่อใหม่ (New media)เป็นรูปแบบการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้คนทุกระดับในปัจจุบัน อาทิ เฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กไลน์ ยูทูป แอปพลิเคชัน ไลน์ เป็นต้น</p>

ตารางที่ 6 แสดงผลการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ
ของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ (ต่อ)
(ที่มา : รัตใจยา บุญสูง , 2563)

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษากระบวนการในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา ในการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชน ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ พบว่าสามารถทำงานตามรูปแบบฟังก์ชันของแต่ละส่วน ในช่องทางการเผยแพร่และการสื่อสารอื่นของรัฐสภาที่เชื่อมโยงกับการรับสัญญาณระบบถ่ายทอดสด การประชุมนิติบัญญัติออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ช่อง 10 ดิจิทัลและนอกจากนี้ยังใช้ เชื่อมโยงกับระบบการถ่ายทอดสดการประชุมสภาผ่านเครือข่าย Internet และ Intranet ของ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1) การออกอากาศและการถ่ายทอดสดทางสถานี วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา 2) การถ่ายทอดสดรายการโทรทัศน์ วิดีโอ ออนไลน์ ทางเฟซบุ๊ก ไลน์ การถ่ายทอดสดรายการโทรทัศน์วิดีโอทางไลน์ การถ่ายทอดสดรายการโทรทัศน์ วิดีโอทางยูทูป และมีการบันทึกดูย้อนหลังทางออนไลน์ได้ 3) การจัดทำลิ้งข่าวหรือสโปสต์รายการ เพื่อการประชาสัมพันธ์รายการสำหรับแชร์เชื่อมโยงแนะนำรายการล่วงหน้า และ 4) ควรมีการ ถ่ายทอดสดรายการโทรทัศน์ระบบ CCTV รัฐสภา ตามบทบาทภารกิจในลักษณะของงานบูรณาการ นิติบัญญัติที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดผลสำเร็จโดยมีการติดตามประเมินผล ดังนี้ 1) ร้อยละความสำเร็จของการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานฯ มีมาตรฐาน ถูกต้องแม่นยำและ รวดเร็ว 2) จำนวนแผนงานผลิตรายการวิทยุรายการโทรทัศน์และรายการข่าวที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง

ผังรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ปี 2563(สมัยประชุมสามัญประจำปีครั้งที่ 2 พ.ศ. 2563) การศึกษากระบวนการในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุ และโทรทัศน์รัฐสภา

ตารางที่ 7 แสดงผังรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ปี 2563
(สมัยประชุมสามัญประจำปีครั้งที่ 2 พ.ศ. 2563) ภาพขยาย 7/1 (ต่อ)
 (ที่มา : ธัญชนิต จุลศิริขจรศิลป์, 2563)

จากตารางที่ 7 แสดงผังรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ปี 2563 (สมัยประชุมสามัญประจำปีครั้งที่ 2 พ.ศ. 2563) จะเห็นได้ว่า ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล ออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ช่อง 10 ดิจิทัล จำนวนแผนงานผลิตรายการวิทยุรายการโทรทัศน์และรายการข่าวที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองจะเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ และผังรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาจะเป็นกรอบแนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

1.3 ผลการกำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในการนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้

แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาให้มีประสิทธิภาพสนองต่อความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น

โดยสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ให้มีประสิทธิภาพสนองต่อความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ภารกิจขององค์กร การกำกับดูแล การผลิตรายการ เนื้อหารายการ และกลไกการตรวจสอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภารกิจขององค์กร

สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาควรมีภารกิจขององค์กรที่ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตและตรวจสอบองค์กร โดยหลักการจะต้องสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญที่ระบุให้ค้ำนึ่งถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น การกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กรเสียใหม่ เพื่อละทิ้งหน้าที่ “สื่อของรัฐ” การกำหนดภารกิจนี้ รวมถึงความพยายามในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรระบบราชการที่เคยถูกปลูกฝังมายาวนานด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว การกำหนดภารกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาควรจะสอดคล้องกัน โดยมีหลักการสำคัญเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นกลาง การเมือง กฎหมาย การศึกษาและวัฒนธรรม โดยยึดประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นหลัก เพื่อให้เกิดความเข้าใจใหม่ทั้งภายในองค์กรและกับประชาชนทั่วไป

การกำกับดูแล

การบริหารจัดการโดยคณะกรรมการที่มีการกำหนดคุณสมบัติของคณะกรรมการที่แน่นอน และชัดเจน ทั้งในด้านของความเป็นกลาง คุณวุฒิ ความหลากหลายของสาขาอาชีพและพื้นที่ โดยมี

การกำหนดจำนวนคณะกรรมการ ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง รวมถึงวิธีการคัดเลือกที่ชัดเจนและ โปร่งใส สามารถกล่าวได้ว่า การกำหนดกลไกการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาบริหารการสื่อสารณะเป็น เงื่อนไขที่สำคัญที่สุดในการทำงานของสื่อสารณะ โดยจะต้องปลอดจากอิทธิพลของรัฐและกลุ่มทุน ซึ่งอาจมีส่วนทำให้สื่อสารณะคลาดเคลื่อน หรือเปลี่ยนแปลงได้

สิ่งสำคัญคือ คณะกรรมการดังกล่าวจะต้องไม่เป็นตัวแทนหรือมาจากฝ่ายที่มีผลประโยชน์ หรือมีผลประโยชน์อื่น ๆ ที่อาจขัดแย้งกับวัตถุประสงค์หรือภารกิจของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องมาจากหลากหลายกลุ่ม เช่น จากคณาจารย์และนักวิชาการ ผู้แทน สมาคม วิชาชีพด้านกิจการโทรทัศน์ ผู้แทนองค์กรเอกชน องค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร รวมถึงตัวแทนจาก ภาคประชาชน เนื่องจากการตระหนักถึงกลไกที่ควบคุมองค์กรสื่อมีผลต่อเนื้อหาของรายการ ที่นำเสนอต่อประชาชนผู้รับสาร

เนื้อหารายการ

สถานีโทรทัศน์รัฐสภา มีรายการด้านบันเทิงในส่วนน้อยมาก ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ พื้นฐานของสื่อสารณะที่นำเสนอรายการที่เน้นสาระประโยชน์และการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ของการก่อตั้งสถานีฯ แล้ว ควรมีการพัฒนารูปแบบเนื้อหารายการ โดยมีหลักการสำคัญ คือ ควรมี เนื้อหาที่หลากหลายสอดคล้องกับรสนิยมและความสนใจของทุกคน ควรนำเสนอรายการอย่างเป็น กลาง โดยไม่ฝักใฝ่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ให้มีความสำคัญกับกลุ่มคนที่ถูกละเลยจากสื่อเชิงพาณิชย์ (เช่น กลุ่มเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น) เป็นพิเศษ มีบทบาทในการพัฒนาประชาธิปไตย และมุ่งผลิตรายการที่มีคุณภาพเป็นสำคัญมากกว่าความต้องการจำนวนผู้ชม

กลไกการตรวจสอบ

เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบผลการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ว่า บรรลุตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด จึงควรกำหนดให้องค์กรภายนอกทำหน้าที่นี้ โดยจะสำรวจ ทั้งในแง่ผู้ชมและการบรรลุตามเป้าหมายในแต่ละปี นอกจากนี้ยังต้องมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับข้อ ร้องเรียนต่าง ๆ จากประชาชน รวมถึงการจัดทำรายงานประจำปีโดยละเอียดเพื่อเสนอต่อประชาชน ผ่านทางสถานีโทรทัศน์รัฐสภา

การตรวจสอบควรมีการกำหนดระบบการตรวจสอบและประเมินผลในแง่มุมมองต่าง ๆ โดยการ จัดตั้งหน่วยงานภายในองค์กรเพื่อรับผิดชอบโดยเฉพาะ และกำหนดให้มีหน่วยงานภายนอกทำหน้าที่ ในการสำรวจทัศนคติของผู้ชมอย่างทั่วถึงและเป็นกลาง เพื่อตรวจสอบว่าสถานีได้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่วางไว้หรือไม่ และต้องปรับปรุงแก้ไขสิ่งใด

สามารถสรุปผลแนวทางการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ. 2561 –2564 และการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติที่สนับสนุนความเป็นประชาธิปไตยและ พลเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยมีกลยุทธ์ 1) พัฒนาการผลิตรายการและการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารนิติบัญญัติที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ตามวิถีประชาธิปไตย และความคาดหวังของประชาชน

2) เสริมสร้างโอกาสและเสรีภาพการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนอย่างเท่าเทียมกันเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตย ตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และพัฒนาองค์กร โดยมีกลยุทธ์

1) เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อใหม่ 2) นำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 นำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่มาใช้เพิ่มคุณภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสาร โดยมี กลยุทธ์ 1) เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อใหม่ 2) นำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การประเมินผล โดยมีกลยุทธ์ วางแผนพัฒนาระบบประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร

2. อภิปรายผล

แนวทางการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาสามารถดำเนินการได้ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและความสำคัญของการผลิตเผยแพร่รายการโทรทัศน์ประสบผลสำเร็จเกิดประโยชน์ทั้งต่อประชาชนทั่วไปที่ได้รับชม และภาพลักษณ์อันดีของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต่อไปในอนาคตจากการศึกษาข้างต้นสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

จากการศึกษา แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564 จัดทำขึ้นเพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ และกรอบแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อบรรลุเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาอย่างมีประสิทธิภาพและใช้เป็นแนวทางการบริหารและขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติ ที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการ และสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ” และมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับกฎหมาย แผนและนโยบายระดับประเทศ ประกอบด้วย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยสรุปดังนี้ วิสัยทัศน์เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยมีพันธกิจในการสนับสนุนการผลิตรายการและข่าวสารนิติบัญญัติเผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ส่งเสริมและสนับสนุนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมทาง การเมืองและการพัฒนาระบบประชาธิปไตยอันมี

พระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ รวมทั้งองค์กรสื่อสารมวลชนอื่นทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ ในการดำเนินการของสถานีฯ สอดคล้องกับรายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์(Final Report) โครงการจ้างสถาบันการศึกษาประเมินผลรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สามารถสรุปผลการประเมินรายการได้ ดังนี้

จากการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสื่อเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานี และตอบโจทย์การเป็นสื่อสาธารณะของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ทำการสำรวจโดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปที่เคยรับชมและไม่เคยรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์รัฐสภา กระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ แบ่งเป็นกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและต่างจังหวัดประกอบด้วยภาคเหนือ เก็บข้อมูล ณ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพิษณุโลก ภาคกลางเก็บข้อมูล ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดนครสวรรค์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเก็บข้อมูล ณ จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดนครราชสีมา ภาคใต้เก็บข้อมูล ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดสงขลาจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,141 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 21-25 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000 – 20,000 บาท

พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางดิจิทัลทีวี ทีวีดาวเทียม หรือเคเบิลทีวี พบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการทางดิจิทัลทีวี ทีวีดาวเทียม หรือเคเบิลทีวีทุกคนเมื่อจำแนกรายอาชีพ พบว่าโดยส่วนใหญ่ของทุกกลุ่มอาชีพ คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง พ่อบ้าน/แม่บ้าน นักเรียน/นักศึกษา เกษียณ/ว่างงาน และนักการเมืองรับชมรายการทางดิจิทัลทีวี ทีวีดาวเทียม หรือเคเบิลทีวีทุกวัน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รายการที่รับชมบ่อยที่สุดคือรายการประเภทข่าว รายการบันเทิง/วาไรตี้ ภาพยนตร์ รายการความรู้ทั่วไป และรายการสารคดี ตามลำดับ

พฤติกรรมการรู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ไม่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวีช่อง 10 คิดเป็นร้อยละ 52.45 มีเพียงร้อยละ 47.55 ที่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพนักการเมือง ที่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา และเคยชมรายการของสถานีฯ คิดเป็นร้อยละ 77.60 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทุกอาชีพ เคยชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาโดยส่วนใหญ่รับชมผ่านทางดิจิทัลทีวีช่อง 10 มากที่สุด รองลงมา คือ ทีวีดาวเทียม/เคเบิลทีวี ช่อง 10 อินเทอร์เน็ต/สังคมออนไลน์/YouTube ผ่านแอปพลิเคชัน TPChannel บนมือถือ และเว็บไซต์ www.radioparliament.net ตามลำดับ โดยให้เหตุผลที่เลือกรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาดิจิทัลทีวี ช่อง 10 คือ ได้รับทราบข่าวสารและเหตุการณ์ทางการเมือง/นิติบัญญัติ มีสาระความรู้ด้านกฎหมาย สามารถนำ

ข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น การศึกษา การทำงานสามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเพื่อความเพลิดเพลิน เวลาในการรับชมรายการสถานีไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส ช่วงเวลาที่รับชมมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 18.00-20.00 น. รายการที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การถ่ายทอดประชุมสภา รายการประเด็นเป็นข่าว รายการข่าวทั่วไปและรายการวิเคราะห์ทางการเมืองโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการของสถานี

ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 จำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเทคนิค ด้านการนำเสนอ/ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร และด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีคะแนนคุณภาพรายการมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา รองลงมาคือ ด้านเทคนิคและด้านการนำเสนอ/ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกรและด้านรูปแบบรายการ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกรายประเด็นของแต่ละด้าน พบว่า

1. ด้านรูปแบบรายการ ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการอยู่ในระดับมากเกือบทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีคะแนนคุณภาพรายการมากที่สุด คือ คุณภาพรายการ รองลงมาคือ รูปแบบรายการมีความน่าสนใจ ความสะดวกในการเข้าชมรายการ ความเหมาะสมของช่วงเวลาออกอากาศ (ผังรายการ) ประเด็นความเหมาะสมของระยะเวลาออกอากาศ (ความสั้น-ยาวของรายการ) และประเด็นเปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ส่วนประเด็นที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือ ความยาวของรายการ ตามลำดับ

2. ด้านเทคนิค ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการอยู่ในระดับมากเกือบทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีคะแนนคุณภาพรายการมากที่สุด คือ ความคมชัดของสัญญาณภาพ แสง สี เสียง รองลงมาคือ เทคนิคมุกกล้องและการตัดต่อ ส่วนประเด็นที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือ ฉากประกอบรายการมีความน่าสนใจ ตามลำดับ

3. ด้านการนำเสนอ/ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีคะแนนคุณภาพรายการมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ/ภาพลักษณ์ รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ ประสพการณ์/ความสามารถ/องค์ความรู้ในการดำเนินรายการ การพูด/ภาษาที่ใช้ ความเป็นกันเอง ลูกเล่น ลีลา ในการนำเสนอ ส่วนประเด็นที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ การเตรียมตัวก่อนนำเสนอ ตามลำดับ

4. ด้านเนื้อหา ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการอยู่ในระดับมากเกือบทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีคะแนนคุณภาพรายการมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ/ภาพลักษณ์ รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ ประสพการณ์/ความสามารถ/

องค์ความรู้ในการดำเนินรายการการพูด/ภาษาที่ใช้ ความเป็นกันเอง ลูกเล่น สีสานในการนำเสนอ ส่วนประเด็นที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ การเตรียมตัวก่อนนำเสนอตามลำดับ

การรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวีช่อง 10 สื่อสารสาธารณะนิติบัญญัติของประชาชน พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาดิจิทัลทีวี ช่อง 10 อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 คิดเป็นร้อยละ 74.40

เมื่อจำแนกเป็นรายการ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเกือบทุกรายการ โดยรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมมากที่สุด คือ การถ่ายทอดการประชุมสภาฯ รองลงมาคือ รายการประเด็น เป็นข่าว รายการรู้ทันกลโกง รายการข่าวรัฐสภาต้นชั่วโมง รายการสารคดีเฉลิมพระเกียรติพระปกเกล้าปิดทองหลังพระ ตามลำดับ

สิ่งที่ต้องการ/คาดหวังให้ทางสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 เพิ่มเติมหรือปรับปรุง เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะในอนาคต

1. ด้านรูปแบบรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เพิ่มรายการบันเทิงวาไรตี้ เช่น รายการดนตรี แข่งขันร้องเพลง เกมสโว์ รูปแบบรายการควรมีความแปลกใหม่ น่าสนใจทันสมัย ควรมีรายการที่หลากหลายและสามารถดูได้ทุกเพศ ทุกวัย ควรเพิ่มรายการสารคดี สาระความรู้ เช่น ทางด้านการศึกษา ประวัติศาสตร์ ฯลฯ ควรมีละครหรือภาพยนตร์เชิงกฎหมายที่สามารถเข้าใจง่าย ๆ ควรมีรูปแบบที่นำเสนอที่ทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับสถานการณ์ของบ้านเมือง ควรมีรายการสำหรับเด็กให้มากขึ้น เช่น สื่อเสริมการสร้างจินตนาการ และควรเน้นรายการข่าว เช่น มีรายการข่าว 24 ชั่วโมง การวิเคราะห์ข่าว

2. ด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีเนื้อหาที่หลากหลายน่าสนใจ เข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย นำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง ถูกต้อง ชัดเจน ไม่บิดเบือน เนื้อหาที่นำเสนอควรเป็นสาระความรู้ที่มีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทันต่อเหตุการณ์สอดคล้องกับสถานการณ์ของบ้านเมือง ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นทางการจนเกินไป กระชับไม่เยิ่นเย้อ และควรเพิ่มเนื้อหาด้านความบันเทิง

3. ด้านเทคนิค พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีเทคนิคในการถ่ายภาพที่ดี สวยงาม ชัดเจน สื่อความหมายได้ดี ควรมีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ เพิ่มเติมเทคนิคแบบใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น สัญญาณในการออกอากาศควรมีความชัดเจน ควรมีการใช้เทคนิคตกแต่งฉากให้สดใส สวยงาม เสียงควรมีความชัดเจน แสงควรมีความเหมาะสม ฉากที่ใช้ออกอากาศควรเป็นภาพที่น่าสนใจ สื่อความหมายของรายการหรือเนื้อหาที่นำเสนอ และควรมีการใช้โปรแกรมที่ทันสมัยตัดต่อภาพเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ

4. ด้านการนำเสนอ/พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ ในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ ภูมิภาณไหวพริบ มีความรู้ในเรื่องที่นำเสนอใช้ภาษาได้ถูกต้อง ออกเสียงชัดเจน ดำเนินรายการสนุก ยิ้มแย้ม แจ่มใส ควรมีบุคลิกภาพที่ดี ความเป็นกลางในการนำเสนอ

ไม่ชักจูงผู้ชม มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ ผู้ดำเนินรายการควรเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักแสดง ควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนการนำเสนอ เพื่อป้องกันความผิดพลาด

5. ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เพิ่มประชาสัมพันธ์ รายการต่าง ๆ ให้มากขึ้นกว่านี้ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก ไลน์ Youtube เป็นต้น เนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ควรเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจดึงดูดผู้ชม ควรประชาสัมพันธ์เจาะกลุ่มเป้าหมายให้มากกว่านี้ โดยใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย

6. ด้านวันและเวลาในการออกอากาศ ในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้เพิ่มเวลาในการออกอากาศให้นานมากขึ้น ช่วงเวลา 20.01-23.00 น. ควรเป็นรายการที่น่าสนใจ ควรเน้นรายการเด่นของสถานีมาออกตอน 19.00-22.00 น. ช่วงเวลานำเสนอแต่ละรายการไม่ควรยาวเกินไป และควรเน้นรายการวันเสาร์-อาทิตย์

7. ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นให้มากขึ้น ให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้ง่าย และสะดวก เช่น ทางสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ SMS เป็นต้นควรเปิดให้แสดงความคิดเห็นฟรีเรื่องต่าง ๆ ควรมีเกมส์ตอบคำถาม ชิงรางวัล ไม่ควรเสียค่าบริการในการแสดงความคิดเห็น เช่น การส่ง SMS ฟรี และควรลงพื้นที่พบประชาชน หรือจัดเสวนาลงพื้นที่ทุกจังหวัด

ข้อเสนอแนะต่อสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10

1. ด้านรูปแบบรายการ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควรมีรายการที่หลากหลายและสามารถดูได้ทุกเพศ ทุกวัย รูปแบบรายการควรมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ทันสมัย ควรเพิ่มรายการบันเทิง วาไรตี้ เช่น รายการดนตรี แข่งขันร้องเพลง เกมโชว์ ควรเพิ่มรายการสารคดี สารความรู้ เช่น ทางด้านการศึกษา ประวัติศาสตร์ ฯลฯ ควรมีละครหรือภาพยนตร์เชิงกฎหมายที่สามารถเข้าใจง่าย ๆ ควรเน้นรายการข่าว เช่น มีรายการข่าว 24 ชั่วโมง การวิเคราะห์ข่าว ควรมีรูปแบบที่นำเสนอที่ทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับสถานการณ์ของบ้านเมือง ควรเป็นรายการที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น รูปแบบการประกอบอาชีพต่าง ๆ

2. ด้านเนื้อหารายการ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควรมีเนื้อหาที่หลากหลาย น่าสนใจ เข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย เนื้อหาที่นำเสนอควรทันต่อเหตุการณ์ สอดคล้องกับสถานการณ์ของบ้านเมือง ควรเป็นสารความรู้ที่มีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ควรนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง ถูกต้อง ชัดเจน ไม่บิดเบือนเนื้อหาของรายการควรกระชับ ไม่เยิ่นเย้อและควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นทางการจนเกินไป

3. ด้านเทคนิค ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควรมีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ เพิ่มเติมเทคนิคแบบใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ควรมีเทคนิคในการถ่ายภาพที่ดี สวยงาม ชัดเจน สื่อความหมายได้ดี สัญญาณในการออกอากาศควรมีความชัดเจน เสียงควรมีความชัดเจน ควรมีการใช้เทคนิคตกแต่งฉากให้สดใส สวยงามแสงควรมีความเหมาะสม ฉากที่ใช้ ออกอากาศควรเป็นภาพที่น่าสนใจ สื่อความหมายของรายการหรือเนื้อหาที่นำเสนอ ควรมีการใช้

โปรแกรมที่ทันสมัยตัดต่อภาพเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ

4. ด้านการนำเสนอ/พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ ในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าพิธีกร ผู้ดำเนินรายการควรมี ภูมิภาคไหนพบ มีความรู้ในเรื่องที่นำเสนอใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ออกเสียงชัดเจน ผู้ดำเนินรายการควรเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักแสดง ดำเนินรายการสนุก ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความเป็นกลางในการนำเสนอ ไม่ชักจูงผู้ชม ควรมีบุคลิกภาพดี ควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนการนำเสนอ เพื่อป้องกันความผิดพลาด และมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์

5. ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก ไลน์ Youtube เป็นต้นควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์รายการต่าง ๆ ให้มากขึ้นกว่านี้ เนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ควรเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดผู้ชม ควรประชาสัมพันธ์เจาะกลุ่มเป้าหมายให้มากกว่านี้ ควรลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์กับประชาชนต่างจังหวัดโดยตรง ใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย ควรจัดรายการนอกพื้นที่ เช่น ตามโรงเรียน ศาลากลางจังหวัด เป็นต้น

6. ด้านวันและเวลาในการออกอากาศ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควรเพิ่มเพิ่มเวลาในการออกอากาศในนานมากขึ้น ช่วงเวลา 20.01-23.00 น. ควรเป็นรายการที่น่าสนใจ ควรเน้นรายการเด่นของสถานีมาออกตอน 19.00-22.00 น. ช่วงเวลานำเสนอแต่ละรายการไม่ควรยาวเกินไป และควรเน้นรายการวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นต้น

7. ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นให้มากขึ้น ให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้ง่ายและสะดวก เช่น ทางสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ SMS เป็นต้น ควรเปิดให้แสดงความคิดเห็นเรื่องต่าง ๆ ฟรี ควรมีเกมส์ตอบคำถามชิงรางวัล ไม่ควรเสียค่าบริการในการแสดงความคิดเห็น เช่น การส่ง SMS ฟรี และควรลงพื้นที่พบประชาชน หรือจัดเสวนาลงพื้นที่ทุกจังหวัด

กิจกรรมที่ 2

ผลการประเมินเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ(สปท.) และการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน เพื่อกำหนดทิศทางหรือนโยบายการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้สอดคล้องกับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้มีประสิทธิภาพสนองตอบความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ(สปท.) พบประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ(สปท.) ได้แสดงความคิดเห็นต่อสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวีช่อง 10 ว่า เนื่องจากสมาชิกสภานิติบัญญัติ

แห่งชาติ(สนช.) สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ(สปท.) มีภารกิจที่ต้องเข้าร่วมการประชุมสภาฯ ตามวาระต่าง ๆ ทำให้ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ดูรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาแต่จะมีโอกาสไปร่วมออกรายการบางรายการ หรือได้มีโอกาสไปจัดรายการ ดำเนินรายการร่วมมากกว่า และได้ให้ความเห็นถึงกลุ่มคนส่วนใหญ่ได้รับชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาว่า ส่วนใหญ่น่าจะเป็นกลุ่มผู้ใหญ่เป็นคอกการเมือง รายการที่ดูบ่อยจะเป็นรายการ “มองรัฐสภา” การสัมภาษณ์สมาชิกสภาฯ เป็นต้น

จุดเด่นของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ณ ตอนนี้อยู่ที่ตอบโจทย์ เพราะเป็นสถานีที่นำเสนอด้านสื่อชนิดบัญญัติ เป็นทีวีทางการเมืองโดยตรง มีคุณภาพรายการดี แต่ยังเป็นสามารถเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดคนดูได้เท่าที่ควร

ด้านรูปแบบรายการ

สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ต้องดูบริษัทของทางสถานีฯ จึงจะต้องเป็นข้อมูลเกี่ยวกับรัฐสภา การเมือง ข้อมูลข่าวสารด้านนิติบัญญัติเป็นหลัก คุณภาพรายการดี เน้นเนื้อหาสาระทางด้านการเมืองเป็นสำคัญ ซึ่งตรงจุดนี้ต้องยึดถือเป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นจุดเด่นและจุดยืนที่สำคัญของทางสถานีฯ และควรเพิ่มความน่าสนใจ เช่น ควรมีรายการ ถาม-ตอบปัญหาทางกฎหมายควรมีรายการที่ติดตามสมาชิก สนช. สปท. ไปลงพื้นที่ตามไปดูการทำงานของสมาชิก อาจทำให้คนหันมาสนใจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสมาชิกเคลื่อนไหวลงพื้นที่ตลอดจะทำให้เพิ่มความหลากหลายได้ ควรเพิ่มความหลากหลายให้มากขึ้น เช่น เป็นละครกึ่งการเมือง สารคดีทางด้านการเมืองเคลื่อนไหวของคณะกรรมการชุดต่าง ๆ มีความเห็นของสมาชิกในประเด็นต่าง ๆ ที่ตอนนี้กำลังเป็นกระแสสังคมควรเน้นกลุ่มเป็นคอกการเมือง ควรดูว่ารายการเกี่ยวกับการเมืองของสถานีต่าง ๆ ถ้ารายการไหนดีไปในทิศทางเดียวกันกับสถานีโทรทัศน์รัฐสภาก็ควรเอามาเป็นเครือข่าย หรือนำมาออกในสถานีโทรทัศน์รัฐสภาหรืออะไรดี ๆ ของเราก็แลกเปลี่ยนกับเค้าถือเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพิ่มเติมในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภาไปในตัว และควรดึงนักการเมืองท้องถิ่นให้หันมาสนใจหันมาดูเพื่อเพิ่มกลุ่มผู้ชมในวงกว้างได้

ด้านเนื้อหา

รายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับรัฐสภาในเรื่อง ในประเด็นต่าง ๆ ได้ดีอยู่แล้ว แต่ควรเพิ่มเนื้อหาสาระที่ทันต่อเหตุการณ์ ความเป็นไปของบ้านเมือง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้น เช่น ประเด็นในการนำเสนอที่ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สถานีฯ ได้เปรียบเนื่องจากมีความใกล้ชิดกับ สนช. สปท. นักการเมือง แต่ยังใช้ประโยชน์ตรงนี้น้อยไป อาจจะเพิ่มรายการหรือประเด็นสัมภาษณ์ล้วงลึก สนช. เกร็ดเล็กน้อยในสภา เรื่องที่เราอยู่ใกล้ชิดสมาชิกฯ เป็นต้น ควรใช้ความได้เปรียบตรงนี้เป็นตัวช่วยควรเพิ่มเรื่องการเมืองการปกครองของต่างประเทศ เพื่อดึงดูดความน่าสนใจ เช่น การเมืองของอเมริกา อังกฤษ เนื้อหาสาระที่น่าสนใจต้องถูกต้อง ทันสมัย และต้องให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย

ด้านเทคนิค

รายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ควรใช้เทคนิคอื่น ๆ ที่ทันสมัยที่ทำให้รายการน่าสนใจ ควรจัดรายการเพื่อรองรับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะในอนาคต โดยมีมีการปรับเปลี่ยนเทคนิคต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยกับยุคตลอดเวลา ซึ่งในปัจจุบันต้องยอมรับว่า สถานีโทรทัศน์รัฐสภาใช้เทคนิคต่าง ๆ สู้ช่องทีวีเอกชนทั่วไปไม่ได้ แต่มาถึงระดับนี้ได้ ถือว่าใช้ได้แล้ว

ด้านการนำเสนอ/พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ

ในตอนนี้สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 มีทั้งมืออาชีพและข้าราชการรัฐสภา มาดำเนินรายการ มีการทำการบ้านมาดี วิธีการพูดนำเสนอ สามารถเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมรายการกับประชาชนได้อย่างดี ทำให้รายการน่าสนใจมากขึ้น แต่คงไม่สามารถเทียบกับพิธีกรช่องฟรีเอกชนได้ เพราะเค้ามีตัวเลือกเยอะมาก ในส่วนสถานีโทรทัศน์รัฐสภาอาจใช้นักจัดรายการอาวุโสรุ่นเก่า เช่น คุณสิทธิชัย หยุ่น คุณเจิมศักดิ์ ปิ่นทอง เพื่อมาเป็นจุดดึงดูดผู้ชม

ด้านการประชาสัมพันธ์

สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรหาแนวร่วมในการทำให้มีคนรู้จักมากขึ้น นอกเหนือจากคนในแวดวงรัฐสภาเอง เช่น การไปร่วมกับรายการอื่น ประชาสัมพันธ์ผ่านทีวีช่องอื่น ควรมีการสรุปว่าอาทิตยรัฐสภาได้ทำอะไรให้บ้าง มีกฎหมายที่ผ่านไปแล้วกี่ฉบับ อะไรบ้าง สารสำคัญของกฎหมายคืออะไรควรเน้นไปที่การเมืองท้องถิ่น จะทำให้ท้องถิ่นกับชาวบ้านก็จะติดตามมากขึ้น ควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ให้เข้าถึงกลุ่มคอการเมือง หรือคนที่อยากรู้ข่าวสารด้านนิติบัญญัติเพื่อให้ประชาชนส่วนใหญ่ได้รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา “ดิจิทัลทีวี ช่อง 10”

ด้านวันและเวลาในการออกอากาศ

ควรมีการจัดสรรวันและเวลาในการออกอากาศที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ต่อไปเข้าสู่ยุคดิจิทัล การสื่อสารของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ต้องรวดเร็ว ฉับไว ทันต่อเหตุการณ์ ข้อมูลเป็นความจริง ตรงไปตรงมา เป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ข้อมูลที่นำเสนอเป็นข้อมูลเชิงลึก สอดแทรกสาระ ความบันเทิงในเชิงนิติบัญญัติ ไม่เป็นข้อมูลวิชาการซะทีเดียว เพื่อเข้าถึงทุกกลุ่มอายุ ทุกเพศ ทุกวัย และเพื่อไม่ให้เกิดความเบื่อหน่าย ถ้าทำได้ก็จะเป็นการยกระดับคุณภาพและตอบโจทย์การเป็นสื่อสาธารณะ

2.2 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน เพื่อกำหนดทิศทางงานดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้สอดคล้องกับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้มีประสิทธิภาพสนองตอบความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น โดยนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน และ นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้สอดคล้องกับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะ ไว้ดังนี้

จุดเด่นหรือสิ่งตอบโจทย์การเป็นโทรทัศน์สาธารณะที่แท้จริง คือ

ทิศทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ให้สอดรับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะ พบว่า นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักวิชาชีพด้านสื่อมีความคิดเห็นว่า สถานีโทรทัศน์รัฐสภาต้องสร้างเอกลักษณ์ จุดเด่นของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้ชัดเจน โดยต้องแตกต่างจากฟรีทีวีทั่วไป เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์รัฐสภามีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นในด้านการเมือง กฎหมายและด้านสื่อ นิติบัญญัติ การให้ความรู้ด้านการเมือง กฎหมาย และการถ่ายทอดการประชุม สภาฯ การอภิปรายไม่ไว้วางใจ ฯลฯ เป็นจุดเด่น จุดยืนที่ต้องรักษาไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือของข้อมูล เป็นสิ่งสำคัญในการให้ผู้ชมยอมรับ โดยการนำเอาข้อได้เปรียบของสถานีฯ คือการมีแหล่งข่าว มาต่อยอดให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา คณะกรรมการต่าง ๆ เป็นต้น โดยทำให้ผู้ชมเห็นว่า หากพูดถึงเรื่องการเมือง กฎหมาย และสื่อ นิติบัญญัติ ต้องสถานีโทรทัศน์รัฐสภาเท่านั้น จนทำให้ช่องต่าง ๆ ขอเกี่ยวสัญญาณมาไว้ที่ช่องตัวเอง

ด้านการบริหารจัดการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา

ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์รัฐสภา มีการบริหารงานแบบราชการอยู่ภายใต้สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบดำเนินการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา คณะกรรมการและการสัมมนาของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา ดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สาระความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการด้านนิติบัญญัติเป็นหลัก ซึ่งถือว่าได้บรรลุวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติภารกิจและบรรลุเป้าหมายการดำเนินการงานแล้ว แต่เนื่องจาก สถานีโทรทัศน์รัฐสภามีเป้าหมายจะเป็นโทรทัศน์สาธารณะอย่างแท้จริง จึงต้องดำเนินการกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ให้สอดรับกับการเป็นโทรทัศน์สาธารณะในอนาคต สถานีโทรทัศน์รัฐสภาต้องร่วมกันมองกลุ่มเป้าหมายของสถานีฯ ให้ชัดเจน ร่วมกันกำหนดตัวชี้วัด และตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน แล้วไปให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ นั่นคือบรรลุเป้าหมายการดำเนินการของสถานีฯ และหากสถานีฯ ได้รับการเปิดโอกาสจากผู้บริหารในเรื่องสคริปและกรอบของรายการ ก็จะทำให้เกิดความยืดหยุ่นของการทำรายการได้มากขึ้น และอาจเป็นการบริหารงานในรูปแบบองค์กรอิสระถึงจะอยู่ภายใต้หน่วยงานราชการ เนื่องจากคนทำงานด้านนิเทศศาสตร์ จะมีจิตวิญญาณของสื่อมวลชน ซึ่งจะมีจิตวิญญาณ มีจริยธรรม จรรยาบรรณเพียงพอที่จะสร้างสรรค์งานเพื่อให้ได้ความนิยม

ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเป็นทีวีดิจิทัล เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแต่ละสถานีฯ ซึ่งอาจทำให้ขาดช่วงของการจดจำภาพของสถานีนั้น ๆ สถานีโทรทัศน์รัฐสภาเองก็เช่นกัน มีการเปลี่ยนสัญลักษณ์ (Logo) จากพานสีแดงเป็นพานสีทอง ในส่วนของชื่อ “สถานีโทรทัศน์รัฐสภา” มีนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนบางท่านให้ความเห็นว่า ไม่ค่อยสื่อถึงความเป็นสาธารณะอย่างแท้จริง ควรเปลี่ยนชื่อสถานีและสร้างอัตลักษณ์ เนื่องจากมองว่าสื่อสาธารณะที่แท้จริงต้องไม่ถูกครอบงำทางการเมือง

ด้านรูปแบบรายการ เนื้อหา ประโยชน์ของคุณภาพรายการ

ทิศทางของรูปแบบรายการในอนาคต เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมรายการและเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง สถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรพัฒนาให้เป็นสถานีฯ ที่มีองค์ความรู้เฉพาะด้าน นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย การเมือง ด้านนิติบัญญัติ ที่เป็นความจริง เชิงลึก ชัดเจน น่าเชื่อถือและสามารถอ้างอิงได้ ควรมีการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรง เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 โดยองค์ความรู้ไม่จำเป็นต้องเป็นเชิงวิชาการ เพียงอย่างเดียวอาจเป็นองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับความเป็นไปของประชาชน ชีวิตความเป็นอยู่ เช่น เรื่องกฎหมายใกล้ตัว รัฐธรรมนูญ รายละเอียดเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ อาจมีรายการถาม-ตอบ หรือ สอบถามเกี่ยวกับกฎหมาย ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way) และควรปรับผังรายการให้ความบันเทิงเข้าไปบ้าง เพราะคนดูทีวีเพื่อความสนุก ไม่ใช่เพื่อความรู้อยู่ที่เดียว

ผู้บริโภคชอบดูรายการบันเทิง แสดงถึงคนไทยชอบความสนุก อาจเพิ่มเรื่องความบันเทิงเข้าไป เรื่องของวัฒนธรรม ประเพณีไทยมาปรับเข้าเอกลักษณ์ของสถานีฯ เนื้อหารายการควรเป็นสาระที่สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย เข้าใจง่าย ใกล้ตัวและไม่หนักจนเกินไป เช่น ละคร ด้านกฎหมาย รายการที่มีเรื่องการเมือง วัฒนธรรม ประเพณีไทยมาประยุกต์ให้ไม่หนักจนเกินไป รายการแข่งขันตอบกฎหมาย กฎหมายมรดก ที่ดิน ศัพท์การเมืองวันละคำ ใต้วาทีการเมือง เกมประเด็นทางการเมือง โดยเอามหาวิทยาลัย โรงเรียน เข้ามาร่วมกิจกรรมตรงนี้ จะทำให้เด็กรุ่นใหม่เริ่มหันมาสนใจซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภคยุคใหม่มีความเปลี่ยนแปลงควรมีการรับฟังความคิดเห็นของวัยรุ่นและเยาวชน โดยทำอย่างไร รูปแบบและเนื้อหาของรายการ อย่งไรที่จะทำให้กลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่หันมาสนใจ ดูรายการของสถานีฯ

ด้านเทคนิค เทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์สนับสนุนการผลิตรายการ

ต้องลงทุนกับเทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ต่อไปในอนาคตควรใช้อุปกรณ์อย่างเช่น โดรน (Drone) มาใช้ในการถ่ายภาพ เก็บภาพมุมสูง การตรวจสภาพการจราจร และเก็บข้อมูลภูมิศาสตร์ และควรใช้เทคโนโลยีมัลติมีเดียเข้ามาช่วยในการปรับ ตกแต่ง ตัดต่อภาพในรายการให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และควรมีครีเอทีฟที่มีหน้าที่ออกแบบรายการต่าง ๆ ให้น่าสนใจและต้องคอยดูแลรูปแบบ และลักษณะการนำเสนอรายการ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

ด้านทรัพยากรบุคคล พิจารณา ผู้ดำเนินรายการ

ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพ สามารถทำอินโฟกราฟฟิคนำเสนอได้ ต่อไปในอนาคตมีบุคลากรเพียงพอไม่ก็คนกับอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยก็สามารถร่วมกันสร้างสรรค์งานนำเสนอออกมาได้ ควรมีทีมข่าวและฝ่ายผลิตที่เคลื่อนที่เร็ว เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารแบบเป็นปัจจุบันทันเหตุการณ์

ในส่วนของผู้ดำเนินรายการ พิธีกร มีความสำคัญและมีส่วนช่วยในการทำให้รายการมีความ น่าสนใจ เป็นการสร้างจุดขาย สามารถดึงดูดผู้ชมได้ คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ พิธีกร ควรมี ความเป็นธรรมชาติ กลมกลืน สื่อสารเข้าใจง่าย สามารถอธิบายเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย สามารถ สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ร่วมรายการ และผู้ชมในรายการนั้นได้ ในเรื่องของการสร้างคอนเทนต์ ใช้ เวลาแต่ก็ต้องทำควบคู่กับการดึงคนที่มีความเชี่ยวชาญอยู่แล้ว เช่น พิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก หรือ net idol ที่มีคนติดตามจำนวนมากและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หากเชิญมาร่วมรายการ เป็นพิธีกร หรือ แขกรับเชิญ ก็สามารถดึงดูดให้ผู้ชมสนใจได้ เช่น คุณสิทธิชัย หยุ่น คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา คุณกิตติ สิงหาปัด คุณนรากร ตีทยาน ในช่วงแรกอยู่ช่องหนึ่ง ต่อมาเมื่อย้ายไปช่องอื่น ก็จะมีคนที่ ติดตาม ตามไปดูที่ช่องนั้น

ด้านงบประมาณ

จะเห็นได้ว่าการทำทีวีดิจิทัล มีการเปลี่ยนแปลงมากหลายช่องก็ไม่ประสบความสำเร็จเหลือ เพียงไม่กี่ช่องที่ยืนอยู่ได้ เนื่องจากการทำทีวีต้องใช้งบประมาณมาก สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 มีวัตถุประสงค์เฉพาะในการทำสถานีฯ จึงควรทำในแนวทางที่สามารถทำได้ ภายใต้ งบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาล ต้องทำให้รายการมีคุณภาพ มีประโยชน์ คุ่มค่า แต่ต้องไม่ทิ้ง เอกลักษณ์ของตัวเองควรมุ่งไปที่จุดเด่นของตัวเองเป็นหลัก และไม่ควรถ่วงพันฟรีทีวี หรือดิจิทัลทีวี ช่องอื่น เนื่องจากมีจุดเด่นที่ต่างกัน

ด้านการประชาสัมพันธ์ วัน เวลาในการออกอากาศ

ปัจจุบันโซเชียลมีเดียเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว จึงทำให้คนทั่วไปมีเวลาดูทีวีน้อยลง จึงควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารให้มากขึ้น เช่น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Facebooklive line youtube ฯลฯ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ในยุคสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัล ทีวี ช่อง 10 แต่ยังมีจุดเด่นและเน้นในด้านการเมือง กฎหมาย นิติบัญญัติ ข้อมูลที่เป็นเชิงลึก ข้อมูล จริง สามารถอ้างอิงได้ การประชาสัมพันธ์ตนเองเพื่อให้สถานีฯ เป็นที่รู้จักมากขึ้น ควรนำประเด็นที่ เป็นที่น่าสนใจหรือประเด็นที่ถูกพูดถึงในโลกโซเชียล ทำให้เป็นอินโฟกราฟฟิก (infographic) เพื่อให้ คนแชร์และส่งต่อซึ่งทำให้คนสนใจต้นตอที่มาของข้อมูลและสืบค้นมาที่สถานีโทรทัศน์รัฐสภา

ควรมีการประชาสัมพันธ์และเวลาออกอากาศของรายการต่าง ๆ เพื่อให้คนติดตามการ นำเสนอข่าวหรือประเด็นที่ถูกพูดถึงมาก ๆ อย่างเป็นปัจจุบันทันเหตุการณ์มีความสำคัญมาก โดยสถานีโทรทัศน์รัฐสภาสามารถดึงประเด็นที่เป็นที่น่าสนใจ ทำเป็นอินโฟกราฟฟิก เพื่อให้คนแชร์ ต่อ แต่ควรจะเป็นประเด็นที่น่าสนใจจริงๆ

ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเสียงของคนกลุ่มเล็ก ๆ ดังขึ้นมาก เนื่องจากการใช้โซเชียล โดยสถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรมีพื้นที่ให้กับคนกลุ่มนี้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการใช้สื่อออนไลน์ ในรายการต่าง ๆ ควรเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ทั้งผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการและผู้ชม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

สถานีโทรทัศน์รัฐสภาต้องสร้างเอกลักษณ์ของสถานีฯ ขึ้นมาว่าจะออกมาในรูปแบบใด ต้องมีความชัดเจน เพื่อให้เป็นที่รู้จักในเวลาอันสั้น

1. ต้องเป็นทีวีที่เป็นองค์ความรู้ ให้ความรู้แก่ประชาชน ช่วงที่ผ่านมา มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ

การลงประชามติแต่ยังไม่มากนัก องค์ความรู้ไม่จำเป็นต้องเป็นเชิงวิชาการ อาจเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไปของประชาชน เช่น เรื่องรัฐธรรมนูญ อาจมีการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของกฎหมาย รายละเอียดสาระเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ เป็นต้น

2. เป็นทีวีที่เป็นที่พึ่ง ที่รับข้อร้องเรียน เสนอแนะข้อมูล เมื่อคนนึกอะไรไม่ออก พบอะไรไม่ชอบมาพากล ก็ต้องนึกถึงโทรทัศน์รัฐสภา เช่น เมื่อประชาชนอยากจะร้องเรียนอะไร แล้วไม่สามารถร้องเรียนตามระบบหน่วยราชการได้ เป็นต้น

3. การเป็นที่พึ่งในแง่ของการให้คำตอบที่อธิบายได้ชัดเจน ควรเป็นลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two Way) ที่ผ่านมามีการเปิดบริการ ให้สอบถามเกี่ยวกับกฎหมายนับว่าเป็นเรื่องที่ดีของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา

4. ควรทำการสำรวจผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในกลุ่มของวัยรุ่น และเยาวชนเพื่อนำข้อมูลมาปรับ

รูปแบบและเนื้อหาของรายการต่าง ๆ ของสถานีฯ

5. ควรมองถึงสถานีโทรทัศน์สาธารณะในระดับอาเซียน และระดับโลก เพื่อนำมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินการและวางแผนพัฒนาสถานีต่อไป

กิจกรรม 3

การจัดเวทีเสวนารับฟังความคิดเห็น (Public Forum) พบประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

จากการจัดเวทีเสวนารับฟังความคิดเห็น สามารถสรุปหลักการการเป็นสื่อสาธารณะของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ตามความคิดเห็นของตัวแทนนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน ตัวแทนผู้ประกอบการโทรทัศน์สาธารณะและตัวแทนภาคประชาชน ดังนี้

ด้านจุดแข็งของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 คือ การเป็นสื่อสาธารณะที่มีเป้าหมายในการเป็นสถานีสร้างสรรค์รายการทางการเมือง ข่าวและรายการสารประโยชน์ เป็นสื่อนิติบัญญัติที่มีคุณภาพ โดยยึดประโยชน์สาธารณะของประชาชนเป็นที่ตั้ง สิ่งหนึ่งที่สถานีฯ ได้เปรียบกว่าสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ คือ การใกล้ชิดกับแหล่งข่าว จนอาจกล่าวได้ว่า มีแหล่งข่าวเป็นของตนเอง ได้แก่ สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) และนักการเมือง เป็นต้น ซึ่งสถานีฯ ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ที่ได้จากตรงนี้ อาจจะมีเพิ่มรายการหรือประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกจากแหล่งข่าวดังกล่าว มีรายการเกร็ดสาระในสภาผู้แทนราษฎร ควรใช้ความใกล้ชิดกับแหล่งข่าวเป็นสิ่งเพิ่มความนิยมให้แก่สถานี

ด้านจุดอ่อนของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 คือ การนำเสนอรายการทางวิชาการด้านกฎหมายที่มีเนื้อหาสาระที่หนักเกินไปสำหรับประชาชนบางกลุ่ม อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอทำให้ประชาชนเข้าถึงและเข้าใจได้ยาก รายการที่เข้าถึงประชาชนเพียงบางกลุ่มไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ การมีข้อจำกัดด้านงบประมาณที่ยังคงใช้งบประมาณแผ่นดินเป็นงบหลักในการบริหารจัดการสถานีฯ ขาดเสถียรภาพของแหล่งเงินทุนสนับสนุน ภาคประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการกำกับดูแล รัฐ เกิดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตรายการกับผู้ชม ขาดความยืดหยุ่น รวมถึงการยึดรูปแบบการทำงานตามวัฒนธรรมข้าราชการที่ยึดมั่นในกฎระเบียบ ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการได้ในระยะเวลาอันสั้น

ด้านแนวทางการพัฒนาของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 พบว่า การกำหนดแนวทางการพัฒนา ได้แก่ รูปแบบรายการ ด้านเนื้อหา ด้านเทคนิค ด้านการนำเสนอ/พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านวันและเวลาในการออกอากาศ ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งแนวทางการพัฒนาดังกล่าว จะเป็นการเปิดมิติใหม่และเป็นทางออกของการดำเนินการของโทรทัศน์รัฐสภาที่ต้องยึดถือไว้ว่า ประชาชนเป็นพลเมืองเจ้าของประเทศ และสถานีโทรทัศน์รัฐสภาเปรียบเสมือนสถานที่พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของพลเมืองทุกคน โดยพลเมืองแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกัน และสถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรเป็นเครื่องมือในการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ของประชาชน สถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรมีภาระหน้าที่สร้างสรรค์ค่านิยมทางบวกให้เกิดขึ้นในสังคม โดยมีรายละเอียดข้อเสนอ ดังนี้

ด้านรูปแบบรายการ

ด้านรูปแบบรายการได้มีข้อเสนอเพื่อการพัฒนา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอประเภทของรายการที่น่าสนใจ ได้แก่ ควรพิจารณาจากบริบทของทางสถานีโทรทัศน์รัฐสภา การนำเสนอยังคงต้องเป็นข้อมูลเกี่ยวกับรัฐสภา สมาชิกสภาฯ และเรื่องการเมือง ซึ่งต้องคงยึดไว้เป็นสำคัญ ควรนำเสนอรายการที่ให้สารประโยชน์ความรู้ทางกฎหมาย โดยมีรูปแบบลักษณะรายการเป็นการถาม – ตอบปัญหากฎหมายเพื่อให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ เป็นต้น สร้างสรรค์รายการที่มีการติดตามการทำงานของสมาชิกฯ สนช. สปท. ในการปฏิบัติงานลงพื้นที่เยี่ยมประชาชน ซึ่งจะทำให้เพิ่มความสนใจจากประชาชนในการรับชมรายการของสถานีฯ มากยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นประโยชน์โดยตรงที่ประชาชนในแต่ละพื้นที่จะได้รับและใกล้ชิดกับ สมาชิกสภาฯ เนื่องจากสมาชิกสภาฯ มีการเคลื่อนไหว การลงพื้นที่ตลอด จะทำให้เพิ่มความหลากหลายได้ และจากการเป็นสถานีฯ มีความใกล้ชิดแหล่งข่าว จึงควรเพิ่มประเด็นที่น่าสนใจต่อการนำเสนอกระบวนการทำงานของสมาชิกฯ สนช. สปท. และคณะกรรมการชุดต่าง ๆ และการแสดงความคิดเห็นของสมาชิกฯ ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมและการเมือง เป็นต้น ควรเพิ่มความหลากหลายในการนำเสนอให้มีความหลากหลายขึ้น เช่น มีช่วงเวลาของความบันเทิงในรูปแบบ บันเทิงเชิงสาระ ละครกึ่งการเมือง สารคดีทางการเมือง เป็นต้น เนื่องจากประเด็นการนำเสนอรายการด้านตัวบทกฎหมายที่หนักเกินไป อาจทำให้ประชาชนทั่วไปที่ไม่ใช่คอการเมืองไม่สนใจ ควรนำเสนอกฎหมายในแง่มุมที่ใกล้ตัว

ประชาชน นำเสนอให้เข้าใจง่าย จะได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น นำเสนอรายการที่เกี่ยวข้องกับการเมืองท้องถิ่น เพื่อเพิ่มกลุ่มประชาชนผู้ชมในวงกว้างการปรับผังรายการ การแทรกข้อมูล การแสดงความคิดเห็นของผู้ชมอาจแทรกในระหว่างดำเนินรายการได้เลย ไม่ต้องรอรายการจบ ปัจจุบันกระแสความนิยมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้มีผู้ชมโทรทัศน์มีจำนวนลดน้อยลง สถานีโทรทัศน์รัฐสภา จึงควรพิจารณาถึง platform อื่น ๆ ด้วย ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ดำเนินการให้มากขึ้น โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายในสังคม ทำให้ผู้ชมรู้เท่าทันการเมือง เท่าทันสังคม โดยการนำเสนอข้อมูล 2 ด้าน ดังเช่น สถานีโทรทัศน์ BBC มีผังรายการที่มีความหลากหลาย เช่น สารคดีเรื่องการปกครอง เป็นต้น สถานีโทรทัศน์รัฐสภาเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายทอดการอภิปรายฯ ต้องรู้ว่าหัวใจคืออะไร ไฮไลท์อยู่ตรงไหน เช่น ทุก ๆ ชั่วโมงมีบุคคลผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ มาสรุปเหตุการณ์ เรื่องราว คราวที่ผ่านมาเป็นอย่างไร จะเป็นอย่างไรต่อไป เพื่อให้ผู้ชม (ชาวบ้าน) ติดตามได้อย่างต่อเนื่อง/ตอนเย็นมีข่าวสรุป ต้องไม่เป็นแค่สื่อที่จะถ่ายทอด ต้องพยายามสร้างความน่าเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่เรานำเสนอ ทำให้ได้เครดิตทำให้สถานีฯ ได้รับความนิยมนมากขึ้น การจัดทำสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษามีการดำเนินงานไม่ต่างการทำทีวีสาธารณะ ที่ได้รับงบประมาณค่อนข้างน้อย ควรมีการคงรายการเดิมไว้บางส่วนและมีการปรับผังรายการมีการเพิ่มรายการช่วงบ่ายเน้น Edutainment เน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา เน้นการถ่ายนอกสถานที่เป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น ควรพิจารณาคัดเลือกสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ที่มีการนำเสนอข่าวและสาระทางการเมืองที่น่าสนใจสร้างเครือข่ายร่วมกัน เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภา

ด้านเนื้อหา

เนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา จะมีเอกลักษณ์ของตัวเอง คือ รายการจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง กฎหมาย สื่อนิติบัญญัติ อยู่แล้ว แต่ควรกำหนดความเป็นทีวีสาธารณะของช่องให้ชัดเจน มีเป้าหมายให้ชัดเจน เป็นทีวีสาธารณะด้าน 1) วิชาการ 2) ความบันเทิงด้านวิชาการ เช่น นำศิลปวัฒนธรรมแต่ละภาคมานำเสนอ คนชอบดูการประกวดร้องเพลง/เพลงลูกทุ่ง ซึ่งเป็นความบันเทิงเชิงสาระที่คนชื่นชอบ ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมประชาธิปไตยให้กับประเทศไทย ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครองของต่างประเทศ การเมืองของอเมริกา อังกฤษ การปกครองในเพื่อนบ้านอาเซียนหรือในโลกตะวันตก เพื่อดึงดูดความน่าสนใจ สามารถทำเป็นรายการสารคดีหรือเชิงท่องเที่ยว หรือเป็นข่าว เป็นต้น ซึ่งเนื้อหารายการควรครอบคลุมทุกกลุ่มวัย เช่น รายการเด็กเกี่ยวกับการเมือง เน้นสาระเป็นหลัก แต่ต้องทำให้สนุกและตรงตามวัตถุประสงค์ ควรเพิ่มเนื้อหาสาระที่ทันต่อเหตุการณ์ ความเป็นไปของบ้านเมือง โดยข้อมูลที่นำเสนอต้องถูกต้อง เข้าใจง่าย น่าเชื่อถือ และสามารถอ้างอิงได้ ควรมีรายการสรุปการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของรัฐสภา เช่น ในรอบสัปดาห์สมาชิกรัฐสภาได้ทำกิจกรรมใดบ้าง มีการพิจารณากฎหมายกึ่งบับอะไรบ้าง สาระสำคัญของกฎหมายคืออะไร เป็นต้น การทำรายการเกี่ยวกับเยาวชน สร้างความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย สถานีฯ มีเครือข่ายของเยาวชนประชาธิปไตยสามารถดึงดูกลุ่มเยาวชนกลุ่ม

นี้มาถ่ายทอดแนวทางการรู้ต่าง ๆ ได้ เป็นการสร้างความเข้าใจในกับเยาวชนรุ่นใหม่และสร้างความภูมิใจให้กับกลุ่มเยาวชนประชาธิปไตยและสร้างแรงบันดาลใจได้

ด้านเทคนิค

ควรมีการปรับเปลี่ยนเทคนิคต่าง ๆ พัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการสร้างสรรค์รายการให้มีความทันสมัยกับยุคตลอดเวลา เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจ โดยเฉพาะเรื่องการถ่ายทอดฯ จึงควรมีการปรับปรุงเทคโนโลยี มุมกล้อง สภาวะแวดล้อม (เหมือนการถ่ายทอดกีฬา ทำให้คนดูสนุกสนาน)

ด้านการนำเสนอ/พิธีกรผู้ดำเนินรายการ

ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์รัฐสภาามีพิธีกรที่เป็นทั้งมีอาชีพและข้าราชการของรัฐสภา มาเป็นผู้ดำเนินรายการ แต่คงไม่สามารถเทียบกับพิธีกรช่องฟรีทีวีเอกชนได้เพราะสถานีต่าง ๆ เหล่านั้นมีพิธีกรที่เป็นตัวเลือกรายการจำนวนมาก ในส่วนของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาอาจจำเป็นต้องใช้นักจัดรายการอาวุโสที่มีชื่อเสียงและมากด้วยความสามารถมาช่วยดำเนินรายการ เช่น คุณสิทธิชัย หยุ่น คุณเจิมศักดิ์ ปิ่นทอง คุณสมเกียรติ อ่อนวิมล เป็นต้น ควรคัดเลือกพิธีกรที่มีวิธีการดำเนินรายการที่น่าสนใจสามารถเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมรายการกับประชาชนได้เป็นอย่างดี ทำให้รายการน่าสนใจมากขึ้น

การใช้ภาษาในการนำเสนอรายการให้เข้าใจง่าย ควบคุม mood and tone อาจมีบางส่วนที่ต้องทำให้สนุกสนาน เช่น รายการแฟนพันธุ์แท้การเมือง และนำเสนอหลาย ๆ ช่องทางด้วยให้ประชาชนเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง

วิธีการนำเสนอ อาจปรับรูปแบบให้ง่ายขึ้น โดยการใช้กราฟิกในการอธิบายให้เข้าใจง่ายหรือการทำรูปแบบเคลื่อนไหว การ์ตูนใช้เสียงพากย์ให้เข้าใจง่ายขึ้น ควรใช้การโฟนอิน การส่งไลน์ แสดงความคิดเห็น หรือแอปพลิเคชัน อื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงสถานีโทรทัศน์รัฐสภาหรือรายการที่สถานีฯ นำเสนอได้อย่างสะดวก

ด้านการประชาสัมพันธ์

สร้างความเป็นตัวตนของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อเป็นคำจำกัดความของผู้ชม ทำให้ผู้ชมจดจำอัตลักษณ์ได้ว่า สถานีโทรทัศน์รัฐสภาเป็นอย่างไร ซึ่งอัตลักษณ์ที่เด่นของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาคือ ความรู้ด้านกฎหมาย นิติบัญญัติ ถ้าเปรียบเป็นโมเดล เช่น หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวันที่เป็นสื่อที่ข้าราชการ ประชาชนที่สนใจอยากรู้เรื่องราวข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกฎหมาย ต้องอ่านสยามรัฐ จะได้รับความรู้ความเข้าใจ เป็นเรื่องที่อ่านแล้วมีประโยชน์ ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยที่ผ่านมาประชาชนจดจำสถานีโทรทัศน์รัฐสภาว่า เป็นสถานีฯ ที่ถ่ายทอดการประชุมรัฐสภาซึ่งเป็นสิ่งที่ควรรักษาไว้ อาจยังไม่ต้องมีบทบาทแข่งขันกับช่องอื่น ๆ เช่น ข่าวสาร บันเทิง โดยเฉพาะการถ่ายทอดฯ ถ้าเป็นบุคคลหรือนักการเมืองที่มีชื่อเสียงที่ประชาชนชื่นชอบ ก็จะมีการติดตามรับชมสิ่งนี้สามารถนำมาต่อยอดได้ โดยทางสถานีฯ ควรหาเครือข่ายเพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มีคนรู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภามากขึ้น นอกเหนือจากคนในแวดวงของรัฐสภา เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านทีวีช่องอื่น ใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ social network เป็นต้น และควร

ประชาสัมพันธ์ลงไปที่ประชาชนในพื้นที่โดยตรง เช่น การเมืองท้องถิ่น จะทำให้ท้องถิ่นกับชาวบ้าน และประชาชนส่วนใหญ่ได้รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา “ทีวีดิจิทัล ช่อง 10”

ด้านวันและเวลาในการออกอากาศ

ควรมีการจัดสรรวันและเวลาในการออกอากาศที่มีอยู่ให้เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด พิจารณช่วงเวลาที่มิใช่ชมที่สุด (Primetime) นำเสนอรายการที่เป็นความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ และ/หรือ ช่วงเวลาใดควรมีนำเสนอรายการของแม่บ้าน ของเด็กและเยาวชน เป็นต้น

ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

สถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรมีการสื่อสารกับประชาชนผู้ชมแบบสองทาง (two-way communication) ประชาชนได้ทั้งข้อมูล และได้คำตอบในเรื่องที่อยากรู้ ซึ่งจะสร้างความผูกพันของประชาชนผู้ชมอย่างสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มรากหญ้าที่ควรเข้ามามีส่วนร่วม เป็นการเมืองแบบมีส่วนร่วม ควรเปิดใช้ระบบ sms/line (คล้ายกับไทยรัฐทีวี) เปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นให้มากขึ้นเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องกับโทรทัศน์สาธารณะในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ของสถานีฯ ต้องรวดเร็วฉับไว ทันทต่อเหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นการยกระดับคุณภาพของสถานีฯ
2. สถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรเป็นสื่อต้องมีการส่งเสริม “พลเมืองประชาธิปไตย” “พลเมืองดิจิทัล” ส่งเสริมให้ประชาชนที่ขาดความรู้เท่าทันถึงข้อมูลข่าวสาร ได้มีความตระหนักรู้เท่าทันถึงข้อมูลและต้องสามารถทำให้ประชาชนทราบว่า เมื่อมีปัญหาสิ่งของที่คับข้องต่อการดำเนินชีวิตในชุมชนสังคมและร้องเรียนได้ที่สถานีโทรทัศน์รัฐสภาซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางหนึ่ง
3. การพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่เดิมของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายในคนเดียว (multi skill) โดยไม่เปลืองกำลังคนภายนอกมาก
4. ข้อเสนอเกี่ยวกับการทำสาระบันเทิง อาจแบ่งเป็นเพลส 1-3 มีความบันเทิงเพิ่มมากขึ้น
5. อยากให้รัฐสภาแจกกกล่องดิจิทัลทีวีไปยังคนชายขอบหรือห่างไกลมากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อกับประชาชนมากขึ้น โดยเฉพาะในต่างจังหวัด
6. แม่เหล็กที่จะดึงดูดให้คนชมเพิ่มมากขึ้น คือ นักการเมือง เป็นนักการเมืองที่ประชาชนเลือกมา นอกจากนี้ยังมี บุคคลอาชีพต่าง ๆ ที่คนในพื้นที่ชื่นชอบ เช่น ดารา นักร้องซึ่งสามารถเป็นแม่เหล็กดึงดูดประชาชนในพื้นที่ได้อีกด้วย ซึ่งอาจส่งผลดีต่อเรื่องงบประมาณในการดำเนินงานของสถานีฯ โดยการสนับสนุนจากคนในพื้นที่/ผู้ประกอบการ เข้ามามีส่วนร่วม ให้ส่วนลดภาษีทำเป็น CSR
7. ทีวีสาธารณะควรเป็นอิสระจากอำนาจรัฐ แม้จะได้รับงบจากรัฐ แต่การทำงานต้องเป็นอิสระจากการอำนาจรัฐ ต้องไม่ผูกพันกับกลไกการตลาด เพราะการทำงานจะไม่คล่องตัว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 กิจกรรม ประกอบด้วย การประเมินเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถาม การประเมินเชิงคุณภาพ โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และการจัดเวทีเสวนารับฟังความคิดเห็น (Public Forum) สามารถสรุปหลักการเป็นสื่อสาธารณะของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาฯ ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ความทั่วถึง (Universality) สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรต้องสามารถเข้าถึงประชาชนทุกคนทั่วประเทศที่เป็นเป้าหมาย มีความเสมอภาคและความเป็นประชาธิปไตย

2. ความหลากหลาย (Diversity) สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรมีความหลากหลายอย่างน้อย 3 ด้าน คือ ประเภทของรายการที่นำเสนอ กลุ่มเป้าหมายและประเด็นถกเถียง ตอบสนองความสนใจของสาธารณะที่หลากหลายโดยนำเสนอรายการหลากหลายประเภท ตั้งแต่รายการข่าวจนถึงรายการบันเทิงเชิงสาระ แต่ละรายการอาจตอบสนองกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความคาดหวังต่อการรับสื่อที่แตกต่างกัน สถานีฯ ต้องสามารถเข้าถึงประชาชนทุกคน ผ่านรายการทั้งหมด ซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายไม่ใช่ผ่านรายการใดรายการหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ต้องสามารถตอบสนองความสนใจและประโยชน์ของสื่อที่หลากหลาย ผ่านการรายงานประเด็นถกเถียงต่าง ๆ ในสังคมอย่างทั่วถึง ความหลากหลายและความเป็นสากลเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กันในการผลิตรายการ บางรายการอาจมีกลุ่มเยาวชนเป็นเป้าหมาย บางรายการมีกลุ่มคนมีอายุเป็นเป้าหมาย เป็นต้น

1. ความเป็นอิสระ (Independence) สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรเป็นเวทีกลางสำหรับการแสดง ความคิดเห็นที่เป็นอิสระ เป็นเวทีเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อวิจารณ์มีเสรีภาพในการแพร่ภาพ กระจายเสียง โดยไม่ถูกคุกคามจากอำนาจรัฐและอำนาจทุน

2. ความแตกต่างเฉพาะตัว (Distinctiveness) เนื้อหารายการของสื่อสาธารณะต้องแตกต่างจากเนื้อหาของสื่ออื่น ผู้ชมต้องสามารถแยกแยะความแตกต่างในเชิงคุณภาพและคุณลักษณะเฉพาะของรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา วัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาจึงไม่ใช่แค่ผลิตรายการประเภทที่สื่ออื่น ๆ ไม่สนใจผลิตเท่านั้น แต่ต้องผลิตอย่างแตกต่างด้วย โดยผลิตรายการทุกประเภทแต่ผลิตให้แตกต่างจากรูปแบบการผลิตของสื่อสถานีอื่น ๆ หลักการคือ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ คิดรูปแบบ รายการใหม่ คิดรายการประเภทใหม่ ด้านเนื้อหารายการ สิ่งที่สถานีโทรทัศน์รัฐสภา พึงยึดถือคือ เป็นกลางและให้สิ่งที่เป็นประโยชน์ รายการเพื่อบริการและผลประโยชน์ของสาธารณะ รายการที่มีจุดเด่น การผลิตด้วยตนเอง In-House Production เนื้อหาที่นำเสนอเพื่อส่วนรวม เป็นต้น ทั้งนี้ ได้นำข้อคิดเห็นมาสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ทิศทางการพัฒนาการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์รัฐสภา

ประเด็นที่ 1 ทิศทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ให้เป็นทีวีสาธารณะที่ได้รับความนิยม

แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ให้ได้รับความนิยมในสถานการณ์เป็นทีวีสาธารณะ ควรมีองค์ประกอบดังนี้

1. การสร้างสรรค์ให้สถานีโทรทัศน์รัฐสภาเป็นแหล่งขององค์ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารให้กับประชาชน ซึ่งแหล่งความรู้นั้นไม่จำเป็นต้องเป็นเชิงวิชาการ อาจเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น รัฐธรรมนูญ หลักกฎหมายพื้นฐาน เป็นต้น

2. การเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เป็นฟังของประชาชน เป็นองค์กรที่รับข้อร้องเรียนของประชาชน หรือนำเสนอข้อมูลในสิ่งที่ประชาชนต้องการความรู้และคำตอบอย่างถูกต้องชัดเจน เช่น เมื่อประชาชนอยากจะร้องเรียนอะไร แล้วไม่สามารถร้องเรียนตามระบบ เช่น การร้องเรียนผ่านผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรือหน่วยงานราชการไม่สามารถทำได้ ก็สามารถร้องเรียนผ่านสถานีโทรทัศน์รัฐสภาได้

3. การเป็นองค์การสื่อสารที่มีลักษณะของการสื่อสารสองทาง (Two way communication) เช่น การให้บริการสอบถามความรู้ หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่สถานีโทรทัศน์ ได้นำเสนอในแต่ละรายการ

4. สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรมีการบริหารจัดการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

5. การเป็นองค์กรสื่อที่มีหลากหลายช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

6. สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ต้องสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง และมีกลุ่มเป้าหมายเป็นของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนผู้ชมที่ต้องการข้อมูลและความรู้ด้านวิชาการ ได้แก่ รัฐธรรมนูญกฎหมาย และองค์ความรู้ที่จำเป็นและสำคัญต่อการดำรงชีวิต

7. สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ต้องพัฒนาบุคลากร สร้างความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ และนำมาใช้อย่างสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนา infographic การนำ drone มาใช้ในการถ่ายทอดสด เป็นต้น

8. การบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่น รวดเร็วและทันสมัย สามารถตอบสนองแก่ประชาชน ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ทั้งในเมืองและชนบท

9. สร้างการมีส่วนร่วม ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหลากหลายของสถานีฯ สร้างกระแสให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของสถานี ฯ เช่น ประชาชนในพื้นที่/ผู้ประกอบการ เข้ามามีส่วนร่วมเป็นองค์กรรับผิดชอบต่อสังคม CSR ซึ่งอาจทำให้ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและเทคโนโลยี เป็นต้น

10. สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรมีการส่งเสริม “พลเมืองประชาธิปไตย” “พลเมืองดิจิทัล” ให้ประชาชนรู้เท่าทันถึงข้อมูลข่าวสาร การตระหนักรู้ถึงข้อมูล เช่น การนำเสนอประเด็นสำคัญทางการเมือง ต้องไม่เป็นการนำเสนอเฉพาะนักการเมืองเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เป็นต้น

11. กำหนดความเป็นทีวีสาธารณะของช่องให้มีเป้าหมายให้ชัดเจน เช่น การเป็นทีวีสาธารณะด้าน 1) วิชาการ 2) ความบันเทิงเชิงวิชาการ เป็นช่องทางที่สามารถนำเสนอด้านบันเทิง

เชิงวิชาการ ศิลปวัฒนธรรมแต่ละภาค การประกวดร้องเพลง ซึ่งเป็นความบันเทิงสาธารณะที่คนชื่นชอบ เป็นต้น

12. ขยายเครือข่ายและเพิ่มพื้นที่ในการเข้าถึงและรับชม ให้ทั่วประเทศ เช่น การแจกกล่องดิจิทัลทีวีไปยังประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลชนบทมากขึ้น เพิ่มช่องทางในการติดต่อกับประชาชนมากขึ้น

13. การเป็นทีวีสาธารณะของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาต้องเป็นอิสระจากอำนาจรัฐ แม้จะได้รับงบประมาณจากรัฐ แต่การทำงานต้องเป็นอิสระจากการอำนาจรัฐ และต้องไม่ผูกพันกับกลไกการตลาดเพราะการทำงานจะไม่คล่องตัว

ประเด็นที่ 2 ในอนาคตสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรปรับปรุงแบบรายการเป็นอย่างไรให้ตรงใจผู้บริโภค

1. การมีเนื้อหาสาระที่ประชาชนทุกกลุ่ม ทุกวัยสามารถเข้าถึงได้ เช่น เด็ก เยาวชนมีรายการเด็กเกี่ยวกับการเมือง สร้างสรรค์รูปแบบรายการที่น่าสนใจโดยยังคงมีเนื้อหาสาระเป็นหลัก แต่ต้องทำให้สนุกและน่าสนใจ เป็นต้น

2. ด้านข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอโดยสถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรมีความถูกต้องและชัดเจน รูปแบบการนำเสนอเข้าใจได้ง่าย

3. การมีส่วนร่วม รูปแบบรายการควรสร้างให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ชม สร้างความผูกพัน ความพึงพอใจต่อผู้ชม เช่น การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย การควบคุม mood and tone ที่เหมาะสม การนำเสนอช่องทางให้ประชาชนเข้าถึงได้อย่างหลากหลาย

4. จุดเด่นและความเป็นตัวตน ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา คือ เรื่องกฎหมาย/องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ จึงควรนำเสนอจุดเด่นด้านกฎหมายที่เข้าใจง่าย นำเสนอเรื่องที่ใกล้ตัวประชาชนและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน

ประเด็นที่ 3 สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ต้องทำอย่างไรให้เกิดความคุ้มค่าในด้านทรัพยากรและงบประมาณ

1. สถานีโทรทัศน์รัฐสภา เป็นแหล่งความรู้ ของภาครัฐที่ใช้ทรัพยากรและงบประมาณอย่างคุ้มค่าในแง่คุณภาพทางวิชาการ

2. จุดเด่นของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา คือ การมีแหล่งข่าว (สื่อบุคคล) ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยตรงและง่าย โดยไม่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรและงบประมาณ

3. ความเป็นภาครัฐของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้วยกัน เช่น การใช้งบประมาณในการซื้อเวลา เป็นต้น

4. การดำเนินการให้ได้รับความนิยม โดยใช้งบประมาณให้คุ้มค่า จำเป็นต้องพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมาย และทรัพยากรที่มีอยู่ที่จะนำเสนอได้

“บริบทของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา เป็นสื่อชนิดบัญญัติ เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ไม่มีรายได้ให้ตนเองรายได้ทางเดียวมาจากงบประมาณแผ่นดิน จึงไม่มีโฆษณา ไม่มีละคร ไม่มีหนัง ฯลฯ เป็นกรอบที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายของ กสทช. ซึ่งต้องมีรายการเกี่ยวกับ เด็ก ผู้ใหญ่ ผู้พิการ ฯลฯ”

นางสาวสาสินี ขมะสุนทร
รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
กันยายน 2559

ประเด็นที่ 4 ทำอย่างไรที่วิสาหกิจ อย่าง สถานีโทรทัศน์รัฐสภา “ทีวีดิจิทัล ช่อง 10” จะเข้าถึงประชาชนได้

1. การปรับรูปแบบการเข้าถึงการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สารและความเป็นเทิงของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่มีการเปลี่ยนแปลงการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารได้ง่าย รวมถึงการปรับเนื้อหาของการนำเสนอให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจของประชาชน

2. การเพิ่มพื้นที่ ช่องทาง การใช้สื่อออนไลน์ ที่มีเนื้อหาสาระที่ประชาชนต้องติดตามชม การปลูกกระแสให้เด็กยุคใหม่ที่ไม่ได้ชมโทรทัศน์ และใช้เวลาส่วนใหญ่กับการรับข้อมูลออนไลน์ ดังนั้นการวางผังรายการ ให้นำสนใจจึงเป็นวิธีการที่สำคัญ ที่จะนำเสนอข้อมูล ข่าวสารที่มีความถูกต้องรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์

3. สร้างเครือข่ายในการนำเสนอ เพื่อให้ประชาชนในทุกพื้นที่ทั่วประเทศได้เข้าถึงและรับชม เช่น การถ่ายทอดการอภิปรายของสมาชิกรัฐสภาฯ เป็นจุดเด่น ได้รับความนิยมสูงสุดสถานีโทรทัศน์รัฐสภาควรสร้างเครือข่ายร่วมให้ทีวีดาวเทียมต่าง ๆ มาเกี่ยวข้องสัญญาณ เป็นต้น

4. สร้างภาพลักษณ์ให้สถานีโทรทัศน์รัฐสภา เป็นเครื่องมือไปสู่ของความโปร่งใสและถูกต้อง เช่น การที่มีแหล่งข้อมูลสถานีสภาฯ ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย การเมืองและสะอาด การเมืองโปร่งใส “สถานีฯ ต้องมีโครงสร้างที่ชัดเจน ระบบงานที่เข้มแข็ง ต้องมองรอบ 360 องศา ทั้งในเชิงของผู้ชม ผู้ฟัง เนื้อหา รูปแบบ ความครอบคลุมของเนื้อหาการก้าวให้ทันเทคโนโลยีของสื่อสารมวลชน ข้อมูลข่าวสาร และโลกของภูมิปัญญาขอประชาชนที่เปลี่ยนไป”

นางสาวสาสินี ขมะสุนทร
รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
กันยายน 2559

ประเด็นที่ 5 สถานีโทรทัศน์รัฐสภา “ทีวีดิจิทัล ช่อง 10” ควรพัฒนาในด้านต่าง ๆ
ต่อไปนี้อย่างไร

ด้านเนื้อหา

1. ควรปรับให้รายการมีพื้นที่มากขึ้น ประชาชนเข้าถึงมากขึ้น นำเสนอรายการที่ตอบสนองต่อประชาชนส่วนใหญ่ที่ชอบความบันเทิง ชอบความสนุก ชอบฟังผู้อื่น ไม่ชอบศึกษาด้วยตนเอง ไม่อ่านหนังสือ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อบันเทิงที่เข้าถึงบ้าน/เข้าถึงมือ(ถือ) เรื่องของศิลปะจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้หน้าติดตาม

2. ควรสร้างความสนใจต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งขึ้นมา และทำให้ประชาชนติดตามว่าเรื่องราวนั้น และความเกี่ยวข้อง ทำให้เป็นที่กล่าวถึง เช่น การทำ infographic เพื่อให้มีการแชร์ต่อในสังคมออนไลน์

3. ประชาชนชอบความบันเทิง ซึ่งอาจไม่ใช่แค่ละคร เพราะความบันเทิงมีความหลากหลาย สามารถเลือกมาใช้ให้เหมาะกับเนื้อหา ช่วงเวลา

4. ควรมีเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น การส่งเสริมประชาธิปไตยของประเทศไทย/ความเป็นมา/ประวัติศาสตร์ /การปกครองในเพื่อนบ้านอาเซียนหรือในโลกตะวันตก สามารถทำเป็นสารคดีหรือเชิงท่องเที่ยว หรือเป็นข่าว

6. ควรมีรูปแบบรายการที่หลากหลาย เช่น รายการที่มีเนื้อหาสาระ และรายการที่มีความบันเทิงเชิงสาระ เช่น สตรี สุขภาพ การออกกำลังกาย ไลฟ์สไตล์ของนักการเมือง เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาที่น่าสนใจควรมีหนัก เบา ตื่นเต้น ไร้ใจ ควรใส่เสน่ห์ และมองในมุมของผู้ชมว่า รายการควรมีอะไรควรทำให้ผู้ชมจำตัวเลขช่องได้ชัดเจน

7. ควรมีรายการที่คงความเป็นไทย ความเป็นท้องถิ่น ทำให้ประชาชนที่เป็นฐานผู้ชมในต่างจังหวัดเข้าถึง อาจมีการทำโรดโชว์ ลงพื้นที่ ตามสถานที่ต่างๆ อบรม.อบจ.

8. ควรมีการประเมินการดำเนินงานในทุกครั้ง ทุกเทปที่ออกอากาศ

9. ต้องดูดี เข้าใจง่าย และเข้าถึง เช่น ดูดี - การโปรดักชั่น จัดแสงสีให้สวยงาม เข้าใจง่าย- เนื้อหา เข้าถึง-เปิดใช้ระบบ sms/line ให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม

10. การทำรายการเกี่ยวกับเยาวชน สร้างความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย มีเครือข่ายเยาวชน ประชาธิปไตย เป็นการสร้างความเข้าใจ ภูมิใจ และสร้างแรงบันดาลใจ

11. การปรับผังรายการ เน้น Edutainment เน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาเน้นการถ่ายนอกระบบที่เป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น

“ในส่วนของเนื้อหารายการ ต้องเพิ่มขีดความสามารถในด้านการทำงานของเจ้าหน้าที่ ทั้งของสถานีวิทยุฯและสถานีโทรทัศน์ฯ เช่น นักข่าวต้องพัฒนา เกี่ยวกับการรายงานข่าวผู้ผลิต รายการต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะทำ ที่จะนำเสนอบริบทของนักสื่อสารมวลชน ต้องนำเสนอข้อมูลที่มีความรอบรู้ ด้านลึกและเป็นข้อมูลจริง เทียงตรง สามารถตรวจสอบได้”

นางสาวสาสินี ขมะสุนทร
รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
กันยายน 2559

“ด้านผังรายการ ผู้รับผิดชอบด้านรายการต้องยกร่างแผนฯ ในการพัฒนารายการขึ้นมา ทั้งนี้รูปแบบรายการจะต้องดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากขึ้น เป็นการนำเสนอกฎหมายในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น เด็ก สตรี ผู้พิการมีการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น เช่น การปรึกษาเกี่ยวกับกฎหมาย หรือการให้ฝากคำถามไว้”

นางสาวโสมอุษา บุรณะเหตุ
ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา
กันยายน 2559

ด้านบุคลากร

1. พัฒนาบุคลากร ให้มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ ความเข้าใจ ต่อการใช้เทคโนโลยี ที่ทันสมัยและมีความคิดสร้างสรรค์ต่อการจัดทำและนำเสนอรายการ
 2. พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถหลากหลายในคนเดียว (mult skill) ต้องพัฒนาให้สามารถทำได้หลายๆ รูปแบบ โดยใช้บุคลากรภายนอกองค์กรน้อยที่สุด
 3. การสร้างคน อาจใช้เวลานาน ในระยะเร่งด่วนจำเป็นต้องมีการเชิญบุคลากรภายนอก ทันสมัย netidol ที่มีคนติดตามจำนวนมาก มาช่วยในการนำเสนอรายการหรือบุคลากรภายนอกที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยจัดทำรายการ เป็นต้น
- “นักข่าวในปัจจุบันก็ต้องเป็นนักวิจัย นักค้นคว้าไปด้วยในตัวนำเสนอข่าวแบบไม่แต่งแต้มเติมสี ไม่สร้างกระแส ไม่ทำให้คนตีกันต้องเป็นเขียนข่าวที่มีจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชน ในรั้วนิติบัญญัติ”

นางสาวสาสินี ขมะสุนทร
รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
กันยายน 2559

ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1. สร้างภาพลักษณ์องค์กรให้โดดเด่นในระดับอาเซียน ระดับภูมิภาค และระดับโลก โดย สร้างจากจุดแข็งที่มีอยู่ขององค์กร ความเป็นภาครัฐ และมีแหล่งข่าวเป็นของตนเอง
2. สังคมรับรู้ รู้จัก สถานีโทรทัศน์รัฐสภา จากการถ่ายทอดการอภิปรายฯ เป็นรายการที่คนสนใจจำนวนมาก ในอนาคตการถ่ายทอดฯ จึงต้องมีและควรมีการขยาย

3. การติดตามและขยายผล การพยายามแสวงหาการมีส่วนร่วม การทำให้ประชาชนติดตาม และพึงพอใจ การทำให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของ ซึ่งสิ่งที่ตามมาคือเรื่องของรายได้(การเป็นสมาชิก/ การบริจาค/ทำสาธารณกุศล) เป็นต้น

“ในยุคปัจจุบันข้อมูลข่าวสารถึงกันหมด งานสื่อสารมวลชนจะรอไม่ได้จะต้องก้าวตลอดเวลา ตัวชีวิตในประเทศไทยไม่ใช่ตัวชีวิตที่ทันสมัยอีกต่อไปจึงต้องดูของที่อื่นด้วย”

นางสาวสาสินี ชมะสุนทร
รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
กันยายน 2559

“เป้าหมายคือการเป็นสื่อสาธารณะที่เป็นสื่อสาธารณะสากล ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการ เป็นเจ้าของสถานีฯ เป็นเจ้าของสื่อ เป็นสื่อที่มีความเป็นกลาง เข้าถึงทุกระดับชนชั้น”

นางสาวโสมอุษา บุรณะเหตุ
ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา
กันยายน 2559

ด้านการนำเสนอ

1. สร้างภาพลักษณ์สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนทุกกลุ่มการสร้าง ความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งสำคัญ และควรเป็นเป้าหมายหลัก
2. ทำรายการให้มีการเคลื่อนไหวที่ดึงดูด พิจารณากลุ่มเป้าหมายและตอบสนองตามความ ต้องการที่แตกต่างกัน
3. ควรปรับโลแกนของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ให้จำง่าย ปรับสาระของรายการที่นำเสนอ เรื่อง กฎหมายอาจยาก ประชาชนไม่ค่อยเข้าใจ ประชาชนอาจเห็นว่าเป็นรายการที่ดี อยากรู้อย่างไรแต่ไม่ เข้าใจ ควรทำเนื้อหาที่ชี้แจงกฎหมายที่เข้าใจง่าย เช่น ให้แขกรับเชิญมาสนทนากัน ใช้ภาษาที่เข้าใจ ง่าย
4. กฎหมายอาจไม่ได้นำทุกฉบับมาชี้แจง แต่นำมาแค่บางส่วนที่ประชาชนสนใจและอาจ มีการปรับปรุงแบบอื่น ๆ มาใช้ในการนำเสนอ เช่น การสร้างละครเกี่ยวกับกฎหมาย เป็นต้น
5. ทำการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมรายการ การบอกตารางการออกอากาศในแต่ละรายการ สร้างจุดขาย จุดเด่น ของรายการจากพิธีกร เช่น การพัฒนาให้พิธีกรรายการต่าง ๆ ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ ง่าย และถูกต้องตามหลักภาษาไทย สามารถอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจง่าย เป็นต้น
6. สร้างความน่าสนใจจากรายการที่มีผู้นิยมชมมากที่สุด เช่น รายการถ่ายทอดการ

อภิปรายฯ คณะผู้จัดทำรายการต้องรู้ว่าหัวใจ ของการถ่ายทอดในแต่ละครั้งคืออะไร อาจมีการเสริมจุดเด่นนั้น เช่น ทุก 1 ชั่วโมง จะมีผู้รู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นมาสรุปว่าความเป็นไป จะดำเนินเป็นอย่างไรต่อไปเพื่อให้ผู้ชม(ประชาชน) ติดตามได้อย่างต่อเนื่อง/และอาจมีข่าวสรุป ต้องไม่เป็นแค่สื่อที่จะถ่ายทอดต้องพยายามสร้างความน่าเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่เรานำเสนอ ทำให้ได้เครดิต ทำให้ช่องได้รับความนิยม³¹

“ในอนาคตสถานีโทรทัศน์รัฐสภาต้องทำให้ประชาชนทุกภาคส่วนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของสถานี และต้องเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเช่น เด็ก สตรี ผู้พิการ นักการเมืองท้องถิ่น เป็นต้น และต้องปรับเนื้อหาให้เหมาะกับแต่ละกลุ่ม โดยที่ตัวเราต้องยืนหยัดในสื่อนิติบัญญัติ”

นางสาวสาสินี ขมะสุนทร
รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
กันยายน 2559

สำหรับการพัฒนาช่องทางการรับฟังและรับชมรายการต่าง ๆ ของสถานี วิทยูกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 3 นำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่มาใช้โดยเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นิติบัญญัติของประชาชนผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่และนำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการและสอดคล้องกับการนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ซึ่งมีรายการโทรทัศน์หลากหลายประเภทมีรูปแบบของรายการที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายและเนื้อหา อาทิ เพื่อการบันเทิง โฆษณา-ประชาสัมพันธ์ ข่าว สารคดี พุดคุยสนทนาเชิงวิเคราะห์ การพูด-ตอบคำถาม การถ่ายทอดสด เป็นต้น การผลิตรายการโทรทัศน์ มีทั้ง รายการสดและรายบันทึกลงโทรทัศน์ ในสตูดิโอเป็นรายการที่ทำกันในสถานีห้องสตูดิโอแล้วมีการออกอากาศและรายการสดนอกสถานี คือ รายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานที่แล้วส่งสัญญาณออกอากาศโดยมีรถสำหรับอุปกรณ์ในการถ่ายทอด และมีเทคนิคการเคลื่อนไหวกล้องมีหลักการขั้นพื้นฐานที่นำมาใช้ในการถ่ายภาพ อาทิ การแพน การซูม การทิลท์ การทิลท์ การกำหนดมุมกล้องเพื่อการถ่ายภาพเป็นองค์ประกอบ ในระดับสายตาดมมอง ระดับสูง ระดับสายตา นอกจากนี้การจับภาพขนาดใกล้ (Close Up-CU) กลาง (Medium shot-MS) ไกล (Long shot-LS) การดำเนินงานหลังการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการหลังจากการผลิตเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขพร้อมทั้งการประเมินผลรายการสอดคล้องกับศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน (2545) อรณุช เลิศจรรยาภักษ์ (2539) และศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา (2531) ได้กล่าวถึง

³¹ รายงานผลการศึกษาระดับอุดมศึกษา (Final Report) โครงการจ้างสถาบันการศึกษาประเมินผลรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

การดำเนินงานหลังการผลิต อาทิ การตัดต่อลำดับภาพและผสมเสียง มีการตัดต่อแบบต่อชน การผสมเสียงและการนำเทคนิคพิเศษ เช่น การหมุนภาพ พลิกภาพมาใส่ ในช่วงไตเติ้ลรายการ นอกจากนี้ยังต้องตรวจสอบความถูกต้อง/แก้ไขและการออกอากาศมีการประเมินผลรายการเพื่อให้ได้ข้อมูลมาปรับปรุงรายการให้เหมาะสม ทันสมัย ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ โปรดิวเซอร์ (producer) มีหน้าที่ผลิต หรือ produce รายการโทรทัศน์ ในทุก ๆ ขั้นตอน โดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ ก่อนการผลิต (เตรียมการ) การผลิต (ถ่ายทำรายการ) และหลังการผลิต (ตัดต่อ แต่งภาพและเสียง และภาพเอฟเฟกต์ต่าง ๆ) จนกระทั่งออกมาเป็นผลงานที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมเผยแพร่ออกไป สอดคล้องกับ กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ดร.บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา กล่าวว่า “ภาพยนตร์” เป็นศิลปะแขนงที่ 7 ที่รวมเอาศิลปะทั้ง 6 แขนง วรรณกรรม จิตรกรรมประติมากรรม สถาปัตยกรรม ดนตรี ละคร ไว้ด้วยกัน โทรทัศน์ คือ การต่อยอดของภาพยนตร์ที่อาศัยวิทยาการและนวัตกรรมสมัยใหม่ เข้ามาเป็นเครื่องมือ แทนฟิล์มภาพยนตร์นั่นเอง สำหรับการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ สามารถแบ่งเป็น ขั้นตอนการหาข้อมูล ขั้นตอนการติดต่อประสานงาน ขั้นตอนการถ่ายทำขั้นตอนการตัดต่อกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ (บรรพต สร้อยศรี, 2559) กระบวนการ ขั้นตอน การผลิต และเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา 1) ก่อนการผลิต การเตรียมการ 2) การผลิต การถ่ายทำ และ 3) หลังการผลิต การเผยแพร่ ติดตามและประเมินผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X (เทวิน ศรีดาโคตร, 2562) เป็นโปรแกรมตัดต่อวิดีโอจาก Apple เวอร์ชัน ๑๐ มีรูปแบบ Interface แบบใหม่รวมถึงเครื่องมือต่าง ๆ ได้ถูกออกแบบให้ใช้งานสะดวกและมีประสิทธิภาพสูง พร้อมได้นำวิธีการตัดต่อวิดีโอด้วยรูปแบบใหม่ ๆ หลังจากตัดต่อวิดีโอเรียบร้อยแล้วสามารถนำไปใช้งานได้อย่างง่าย ๆ เช่น ส่งไปยัง YouTube, DVD, iPhone, iPad ส่วนประกอบของ Final Cut Pro x หลังจากติดตั้งโปรแกรมเรียบร้อยแล้ว เมื่อเปิดใช้งานก็จะพบหน้าต่าง Final Cut Pro X ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ส่วนหลัก ๆ คือ Event library, Viewer, Inspector, Timeline, และ Media Browser แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและการวิเคราะห์ออกแบบด้านมัลติมีเดีย สื่อดิจิทัล เป็นการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์ หรือ ตัวกลางที่ถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอมาจัดตามกระบวนการและวิธีการผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานและตรงกับวัตถุประสงค์สอดคล้องกับการวิเคราะห์ออกแบบด้านมัลติมีเดีย ครรชิต มาลัยวงศ์ (2559) ได้กล่าวถึง มัลติมีเดียเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถแสดงข้อความเสียง และภาพ ซึ่งอาจจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวได้พร้อม ๆ กันโดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับข้อความ ภาพและเสียงที่เห็นและได้ยิน จากการศึกษาความหมายของมัลติมีเดีย สรุปได้ว่าเป็นการรวบรวมองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวข้อความวีดิทัศน์ เสียงมารวมกัน ไว้เพื่อประกอบเป็นสื่อที่สามารถมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ทำให้เกิดความ

น่าสนใจในตัวสื่อ สอดคล้องกับการนำมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้ เพราะมัลติมีเดียเป็นการนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่าง ๆ มาผสมผสานรวมกันซึ่งประกอบด้วย ข้อความตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวิดีโอ (Video) โดยผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์เพิ่มสื่อความหมายกับผู้ใช้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) ทำให้เกิดความน่าสนใจในตัวสื่อ มัลติมีเดีย และยังเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารที่นอกเหนือจากการโต้ตอบกับโปรแกรมแล้วผู้ใช้อย่างยังสามารถโต้ตอบสื่อสารกับผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่ใช้โปรแกรมเดียวกันผ่านเทคโนโลยีระบบเครือข่ายและได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานสอดคล้องกับการนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่มาประยุกต์ใช้และเพิ่มช่องทางการเผยแพร่และเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เป็นสื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้นซึ่งมีสื่อใหม่มีอีกหลายประเภท เช่น รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลในเว็บไซต์ (Website) อินเทอร์เน็ต (Internet) อีเมล (E-mail) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐชดา วัฒนาชัยผลสื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว¹⁾ ด้านการใช้สื่อใหม่ของผู้สื่อข่าวในการนำเสนอข่าวสารที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว พบว่าผู้สื่อข่าวมีกระบวนการแบบเดิมหากแต่มีการนำสื่อใหม่เข้ามาช่วยในเรื่องการถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัลที่มีคุณภาพสูงการนำ “อากาศยานไร้คนขับ” (Drone) มาใช้ในการถ่ายภาพ การส่งข่าวด้วยสื่อสังคมออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ตไลน์ เฟซบุ๊กทวิตเตอร์ แอปพลิเคชันในมือถือสมาร์ตโฟน เป็นต้น 2) ด้านผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของสื่อข่าวในกระบวนการสื่อข่าว เมื่อผู้รับสารใช้สื่อใหม่ในการ รับข้อมูลข่าวสาร พบว่า ปัจจุบันรูปแบบการทำงานในกระบวนการสื่อข่าวยังคงเดิมหากแต่มีการเพิ่มเติมในการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วถูกต้องสดใหม่มีความน่าเชื่อถือโดยใช้สื่อใหม่เข้ามาช่วยในกระบวนการบรรณาธิการก็ต่อความรอบคอบเพิ่มวิถึญาณในการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นเพื่อสร้างมาตรฐานความน่าเชื่อถือของสื่อเช่นเดิม และ 3) ด้านวงจรข่าวระหว่างผู้สื่อข่าว บรรณาธิการช่องทางการสื่อข่าว และช่องทางการรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารที่ใช้สื่อใหม่ในกระบวนการสื่อข่าว พบว่า วงจรข่าวยังคงเป็นรูปแบบเดิมหากแต่มีการใช้สื่อใหม่เกี่ยวกับอุปกรณ์หรือเครื่องมือใน ขั้นตอนต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้รับข่าวสาร ซึ่งใช้ช่องทางการรับสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์³²

³² ณัฐชดา วัฒนาชัยผล. สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว New Media and Changes of News Reporting Proce สืบค้นเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2563. จาก file:///Users/admin/Downloads/78785-Article%20Text-205787-1-10-20170427.pdf

ดังนั้น ผลการศึกษาสรุปได้ว่าแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาต่อไป และเพื่อเป็นการสนับสนุนและในการดำเนินงานตามภารกิจของสำนักงาน ฯ ต่อไปในอนาคต การประเมินผลรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาใช้รูปแบบวิธีวิจัยแบบผสม (Mix-method) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมินแบบชิปปี้ ฉบับปรับปรุงปี 2003 (CIPP MODEL : 2003) ของแดเนียล สตัฟเฟิลบัม (Daniel L. Stufflebam. 2003) สรุปได้ดังนี้

การประเมินบริบท (Context)

การประเมินบริบทของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา พบว่า การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัล ช่อง 10 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาและสอดคล้องกับนโยบายของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา โดยสถานีฯมีการบริหารงานแบบราชการอยู่ภายใต้สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์รัฐสภา คือ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเผยแพร่ภารกิจดำเนินงานของรัฐสภา ดำเนินการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา คณะกรรมาธิการและการสัมมนาของสภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา ทั้งในและนอกสถานที่ทั่วประเทศ ดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สาระความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการด้านนิติบัญญัติและกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ด้านต่าง ๆ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและสถานีโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกรัฐสภากับประชาชนและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐสภากับประชาชน มีภารกิจหลักคือการถ่ายทอดการประชุมสภาผู้แทนราษฎร การประชุมวุฒิสภา ในปัจจุบันหมายถึงการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ(สนช.) และการประชุมสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ(สปท.) รวมถึงรายงานข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานของรัฐสภา เผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไป โดยในปัจจุบันได้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อของรัฐสภา และสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นการส่วนร่วมกับสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 โดยผ่านทางโทรศัพท์ในรายการ เว็บไซต์สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา **Error! Hyperlink reference not valid.**สังคมออนไลน์ เช่น Line Facebook Twitter Youtube เป็นต้น

การประเมินความพร้อมและความเหมาะสมของปัจจัยนำเข้า (Input) ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ประกอบด้วย

ความพร้อมด้านเทคนิค เทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์สนับสนุนการผลิตรายการ (Machine) ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 มีการพัฒนาและปรับปรุงด้าน

เทคนิคการนำเสนอ เครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ในการผลิตรายการให้มีความทันสมัย เนื่องจาก เมื่อเป็นทีวีดิจิทัลแล้วควรมีการพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอ เช่น ควรมีการใช้เทคโนโลยี ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความคมชัดของสัญญาณภาพ แสง สี เสียง มีการใช้เทคนิค มุม กล้องและการตัดต่อ และมีฉากประกอบรายการที่มีความน่าสนใจ เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจ น่าติดตาม เพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิตรายการให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น และเพื่อรองรับเทคโนโลยี การถ่ายทอด ในระบบดิจิทัล และในส่วนของวัสดุ (Materials) หรือวัสดุที่นอกเหนือจากวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ ในการผลิตรายการแล้วนั้น ก็น่าจะเป็นความโดดเด่นและเป็นข้อได้เปรียบด้าน ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงข้อมูลและเจาะลึกเนื้อหา โดยอาศัยความใกล้ชิดกับแหล่งข่าว ทำให้ นำเสนอข้อมูล ข่าวสารออกมาครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ถูกต้องเป็นกลาง มี ประโยชน์และสามารถอ้างอิงได้

ความพร้อมและความเหมาะสมด้านทรัพยากรบุคคลของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา (Man) บุคลากรของสถานีโทรทัศน์รัฐสภามีฐานะเป็นข้าราชการ สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภา ผู้แทนราษฎร ผู้บริหารของสถานีได้มีนโยบายพัฒนาบุคลากรทั้งการศึกษาเพิ่มเติมหรือการอบรม เพิ่มพูนความรู้ ในการพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการ ในส่วนของผู้ดำเนินรายการควรมี ปฏิภาณไหว พริบมีความรู้ในเรื่องที่นำเสนอ ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ออกเสียงชัดเจน ควรเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักแสดง ดำเนินรายการสนุก ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความเป็นกลางเป็นการนำเสนอ ไม่ชักจูงผู้ชม ควรมีบุคลิกภาพดี ควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนการนำเสนอ เพื่อป้องกันความผิดพลาด และมี รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ อาจใช้พิธีกรที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม

ความพร้อมและความเหมาะสมด้านงบประมาณ (Money) งบประมาณหลัก ของทางสถานีโทรทัศน์รัฐสภามาจากงบประมาณแผ่นดิน ผ่านงบประมาณของสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสถานีฯ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของฝ่าย นิติบัญญัติไม่แสวงหาผลกำไร ทำให้สถานีไม่มีรายได้จากการโฆษณาและไม่มีรายการด้านบันเทิง เหมือนสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ช่องอื่นๆ ทั่วไป ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปยังอุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่ต้องใช้ในการผลิตรายการและการปฏิบัติงาน

การประเมินด้านกระบวนการดำเนินงาน (Process) ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ประกอบด้วย

ด้านการผลิตรายการ นอกจากรายการที่สถานีโทรทัศน์รัฐสภาดำเนินการเองแล้วนั้น ยังมีการจ้างบริษัทเอกชนในการผลิตรายการ แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการอธิบายและทำความเข้าใจ เกี่ยวกับงานด้านนิติบัญญัติที่ถูกต้อง ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง

ด้านเนื้อหาและประโยชน์ของรายการ สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 “สื่อสาธารณะนิติบัญญัติของประชาชน” เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักการจัดตั้งสถานีฯ คือมุ่งเน้นไป ที่การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมาย การเมือง สถานการณ์ และกิจกรรมการดำเนินงาน ของฝ่ายนิติบัญญัติ เผยแพร่สาระความรู้ กิจกรรมทางรัฐสภา ถ่ายทอดการประชุมสภาฯ เป็นต้น

ด้านรูปแบบรายการ ของสถานีโทรทัศน์ มีทั้งรายการข่าว รายการเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน สารคดีความรู้ ความรู้ทั่วไป รายการเกี่ยวกับกฎหมาย การเมือง/การปกครอง รายการเกี่ยวกับ ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส และการถ่ายทอดการประชุมสภาฯ ควรเพิ่มรายการสาระความรู้ ของกฎหมายและการเมืองที่เป็นเรื่องใกล้ตัว อาจจะทำเป็นละครกึ่งการเมือง ที่มีเนื้อหาไม่หนักจนเกินไป เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายผู้ชม เนื่องจากคนที่ดูรายการของสถานีโทรทัศน์ รัฐสภานั้นส่วนใหญ่จะเป็นคอกการเมือง ผู้ที่สนใจด้านการเมือง ในช่วงระยะเวลานั้นสังคมมีการพูดถึง เรื่องการเมือง หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภาในอนาคต โดยพิจารณาจากผลการประเมินความคุ้มค่า โดยการสำรวจความนิยมและคุณภาพรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ในปัจจุบัน

การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสื่อเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานี และตอบโจทย์การเป็นสื่อสาธารณะของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ทำการสำรวจโดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปที่เคยรับชมและไม่เคยรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์รัฐสภา กระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ แบ่งเป็น กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และต่างจังหวัดประกอบด้วยภาคเหนือ เก็บข้อมูล ณ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพิษณุโลก ภาคกลาง เก็บข้อมูล ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดนครสวรรค์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเก็บข้อมูล ณ จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดนครราชสีมา ภาคใต้เก็บข้อมูล ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดสงขลา จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,141 ตัวอย่างพบว่า

พฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์

พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางดิจิทัลทีวี ทีวี่ดาวเทียม หรือเคเบิลทีวีทุกวัน โดยรายการที่รับชมบ่อยที่สุด คือ รายการประเภทรายการข่าว รายการบันเทิง/วาไรตี้ ภาพยนตร์ รายการความรู้ทั่วไปและรายการสารคดีตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับพัชรินทร์ เศรษฐสุทธิพันธ์ (2537) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและมูลนิธิสาธารณสุข (มสช.) ร่วมกับศูนย์วิจัยเอแบค นวัตกรรมทางสังคมมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญทำการสำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ สถานีโทรทัศน์สาธารณะผลการวิจัย พบว่ารายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมบ่อยที่สุด คือ รายการข่าวไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา เป็นต้น รองลงมาคือ รายการ บันเทิง ละคร ตลก เพลง ฯลฯ

การเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา

พฤติกรรมการรู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 คิดเป็นร้อยละ 52.45 มีเพียงร้อยละ 47.55

ที่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพนักการเมือง และนักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักสถานีโทรทัศน์รัฐสภา และเคยชมรายการของสถานีฯ คิดเป็นร้อยละ 77.60 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทุกอาชีพเคยชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา โดยส่วนใหญ่รับชมผ่านดิจิทัลทีวี ช่อง 10 มากที่สุด รองลงมาคือ ทีวีดาวเทียม/เคเบิลทีวี ช่อง 10 อินเทอร์เน็ต/สังคมออนไลน์/Youtube ผ่านแอปพลิเคชัน TPchannel บนมือถือและเว็บไซต์ www.radioparlament.net ตามลำดับความนิยมและความต้องการการรับชมรายการของ สถานีโทรทัศน์รัฐสภา

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 คือ ได้รับทราบข่าวสารและเหตุการณ์ทางการเมือง/นิติบัญญัติ มีสาระความรู้ด้านกฎหมาย สามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น การศึกษา การทำงาน สามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเพื่อความเพลิดเพลิน ซึ่งสอดคล้องกับ พัชรินทร์ ศวตสุทธิพันธ์ (2537) พบว่า กลุ่มตัวอย่างระบุสาเหตุที่เลือกชมรายการข่าวเนื่องจาก เพื่อติดตามข่าวสาร เพื่อผ่อนคลายอารมณ์และเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น

ในส่วนของความถี่และเวลาในการรับชมรายการของสถานีไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส ช่วงเวลาที่รับชมมากที่สุดคือ 18.00-20.00 น. รายการที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การถ่ายทอดประชุมสภาฯ รายการประเด็นเป็นข่าว รายการข่าวทั่วไป และรายการวิเคราะห์ทางการเมือง เป็นต้น

ส่วนรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมมากที่สุด คือ การถ่ายทอดการประชุมสภาฯ นับเป็นภารกิจหลักที่สำคัญของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาในฐานะของสื่อโทรทัศน์หนึ่งเดียวกับฝ่ายนิติบัญญัติ ซึ่งได้บรรจุในผังรายการเป็นหลัก และถ่ายทอดทุกนัดอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ รายการประเด็น เป็นข่าว รายการรู้ทันกลโกง รายการข่าวรัฐสภาต้นชั่วโมง รายการสารคดีเฉลิมพระเกียรติ พระปกเกล้า รายการปิดทองหลังพระ ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยร่วม แสดงความคิดเห็นในรายการของสถานีฯ

ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในรายการต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการของสถานีฯ แต่มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนเคยแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ อีเมลล์ และผ่านจดหมาย ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อคุณภาพของรายการ

ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีคะแนนคุณภาพรายการมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา รองลงมาคือ ด้านเทคนิคและด้านการนำเสนอ/ผู้ดำเนินรายการ/พิธีกร และด้านรูปแบบรายการ ตามลำดับ

ด้านการรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวีช่อง 10 สื่อสาธารณะนิติบัญญัติของประชาชน พบว่า อยู่ในระดับมาก

จากการประเมินคุณค่าระดับความนิยมรายการและคุณภาพรายการ จะเห็นได้ว่าประชาชนผู้รับชมรู้จักและเกิดความนิยมต่อสถานีโทรทัศน์รัฐสภาจากการมีพฤติกรรมติดตามการถ่ายทอดสดการประชุมสภา/แถลงนโยบาย/อภิปรายไม่ไว้วางใจ มากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ โดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อรับทราบข่าวสารและเหตุการณ์ทางการเมือง/นิติบัญญัติ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายด้านรายการของสถานีฯ ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ด้านการเมืองการปกครองผ่านกระบวนการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติ มุ่งพัฒนาคุณภาพรายการ ทั้งด้านผู้จัดรายการและเทคนิคการนำเสนอให้มีรูปแบบรายการที่น่าสนใจ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นผ่านการถ่ายทอดสดการประชุมของฝ่ายนิติบัญญัติ และมีการจัดสรรช่วงเวลาในการออกอากาศเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติ

การประเมินทิศทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์รัฐสภา โดยการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของประชาชนผู้รับชมรายการของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา สามารถสรุปความต้องการและความคาดหวังของประชาชนต่อสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ได้ดังนี้

การสำรวจความต้องการ/ความคาดหวัง

ด้านรูปแบบรายการควรมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ทันสมัย ควรมีรายการที่หลากหลาย และสามารถดูได้ทุกเพศ ทุกวัย ควรเพิ่มรายการสาคดี สารระความรู้ เช่น ทางด้านการศึกษา ประวัติศาสตร์ ฯลฯ ควรมีละครหรือภาพยนตร์เชิงกฎหมายที่สามารถเข้าใจง่าย ๆ ควรมีรูปแบบที่นำเสนอ ที่ทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับสถานการณ์ของบ้านเมือง ควรมีรายการสำหรับเด็กให้มากขึ้น เช่น สื่อเสริม การสร้างจินตนาการ และควรเน้นรายการข่าว เช่น มีรายการข่าว 24 ชั่วโมง การวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น

ด้านเนื้อหา พบว่า ต้องการให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย น่าสนใจ เข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย นำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง ถูกต้อง ชัดเจน ไม่บิดเบือน เนื้อหาที่นำเสนอควรเป็นสาระความรู้ที่มีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ทันต่อเหตุการณ์ สอดคล้องกับสถานการณ์ของบ้านเมืองควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นทางการจนเกินไป กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ และควรเพิ่มเนื้อหาด้านความบันเทิง เป็นต้น สอดคล้องกับ สกูลศรี ศรีสารคาม (2533) ได้ศึกษาเรื่อง “สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว” พบว่า การนำสื่อสังคมใช้ในกระบวนการสื่อข่าว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าวที่สำคัญ คือ รูปแบบของการใช้สื่อสังคมมีความโดดเด่น ในเรื่องความรวดเร็ว รายงานข่าวทันต่อเหตุการณ์ การสื่อข่าวที่มีช่องทางเพิ่มขึ้น ประเด็นข่าวจากหลากหลายมิติที่น่าสนใจ

ด้านเทคนิค ต้องการให้มีเทคนิคในการถ่ายภาพที่ดี สวยงาม ชัดเจน สื่อความหมายได้ดี ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพิ่มเติมเทคนิคแบบใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น สัญญาณในการออกอากาศควรมีความชัดเจน ควรมีการใช้เทคนิคตกแต่งฉากให้สดใส สวยงาม เสียงควรมีความชัดเจน แสดงควรมีความเหมาะสม ฉากที่ใช้ออกอากาศควรเป็นภาพที่น่าสนใจ

สื่อความหมายของรายการหรือเนื้อหาที่น่าสนใจ และควรมีการใช้โปรแกรมที่ทันสมัยติดต่อภาพ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เป็นต้น

ด้านการนำเสนอ/พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ ต้องการให้ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ ปฏิภาณไหวพริบ มีความรู้ในเรื่องที่น่าสนใจ ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ออกเสียงชัดเจน ดำเนินรายการสนุก ยิ้มแย้มแจ่มใส ควรมีบุคลิกภาพดี มีความเป็นกลางในการนำเสนอ ไม่ชักจูงผู้ชม มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเอกลักษณ์ ผู้ดำเนินรายการควรเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักแสดง ควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนการนำเสนอ เพื่อป้องกันความผิดพลาด ซึ่งสอดคล้องกับ พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ (2537) จากผลการศึกษา พบว่า วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศ ควรให้ถูกต้องชัดเจน และถูกต้องตามอักขระภาษาไทย

ด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องการให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์รายการต่าง ๆ ให้มากขึ้นกว่านี้ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก ไลน์ Youtube เป็นต้น เนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ควรเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดผู้ชม ควรประชาสัมพันธ์เจาะกลุ่มเป้าหมายให้มากกว่านี้ โดยใช้พูดที่เข้าใจง่าย เป็นต้น

ด้านวันและเวลาในการออกอากาศ ต้องการให้เพิ่มเวลาในการออกอากาศให้นานมากขึ้น ช่วงเวลา 20.01-23.00 นาฬิกา ควรเป็นรายการที่น่าสนใจ ควรเน้นรายการเด่นของสถานีมาออกอากาศ ตอน 19.00-22.00 นาฬิกา ช่วงเวลานำเสนอแต่ละรายการไม่ควรยาวจนเกินไป และควรเน้นรายการวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นต้น

ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ต้องการให้เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นให้มากขึ้น ให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้ง่าย และสะดวก เช่น ทางสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ SMS เป็นต้นควรเปิดให้แสดงความคิดเห็นฟรีเรื่องต่าง ๆ ควรมีเกมตอบคำถามชิงรางวัล ไม่ควรเสียค่าบริการในการแสดงความคิดเห็น เช่น การส่ง SMS ฟรี และควรลงพื้นที่พบประชาชน หรือจัดเสวนาลงพื้นที่ทุกจังหวัด เป็นต้น

จากการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของประชาชนต่อสถานีโทรทัศน์รัฐสภา พบว่า สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสื่อใหม่ (new media) เช่น การให้บริการเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสื่อใหม่นี้มีอิทธิพลต่อการนำเสนอหรือการสื่อสารต่อประชาชนผู้ชมในรูปแบบใหม่เนื่องจากประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และรวดเร็วโดยการพัฒนาสื่อใหม่ต้องสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการรับชมของประชาชนด้วย

ด้านการสร้างภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม สถานีฯควรเพิ่มช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนให้หลากหลายเพื่อการพัฒนาคุณภาพรายการให้สอดคล้องกับหน้าที่การเป็นสื่อสาธารณะและพัฒนากลยุทธ์ขยายฐานผู้ชมรายการ โดยการจัดทำผังรายการและเนื้อหารายการต่าง ๆ ให้เหมาะสมและน่าสนใจ โดยครอบคลุมความแตกต่างของประชาชนในแต่ละภูมิภาคและช่วงวัย

ด้านความยั่งยืน (Sustainability) สถาบันโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 มีการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ มีการดำเนินรายการของสถานีอย่างต่อเนื่อง และมีการกำหนดเป้าหมายทางด้านยุทธศาสตร์ของสถานีปี 2557-2560 ใน 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาการเผยแพร่องค์ความรู้นิติบัญญัติ ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน การพัฒนาเครือข่ายและช่องทางการเผยแพร่ การสร้างภาพลักษณ์และการพัฒนาองค์กร และการประเมินผลโดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับนโยบายของสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา โดยสถานีฯ มีการบริหารงานแบบราชการอยู่ภายใต้สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยมีวัตถุประสงค์หลักการก่อตั้งสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา คือ มีหน้าที่ความรับผิดชอบเผยแพร่ภารกิจ การดำเนินงานของรัฐสภา ดำเนินการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา คณะกรรมาธิการและการสัมมนาของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา ทั้งในและนอกสถานที่ทั่วประเทศ ดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สาระความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตย กระบวนการด้านนิติบัญญัติและกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภาและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ด้านต่าง ๆ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกรัฐสภา กับประชาชนและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐสภากับประชาชน ซึ่งมีผู้ชมรายการของสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา ดิจิทัลทีวี ช่อง 10 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คอการเมือง หรือผู้ที่ชื่นชอบและสนใจด้านการเมืองและกฎหมาย

การดำเนินงานของสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อนำไปพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา ตั้งแต่เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบัน โดยเปรียบเทียบกับหลักการพื้นฐานของสื่อสาธารณะ พบว่า สถาบันโทรทัศน์รัฐสภา มีจุดอ่อนดังนี้

1. เนื้อหารายการถูกควบคุม สถาบันโทรทัศน์รัฐสภา มีแนวคิดพื้นฐานในการจัดตั้งสถานีที่ต้องการเป็นโทรทัศน์ที่ใช่เป็น เครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐสภาแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการเป็นสื่อมวลชนของรัฐและสื่อสาธารณะ และส่งผลกระทบต่อสำคัญคือ การบริหารจัดการรายได้ และนโยบายด้านรายการของสถานี ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึงการดำเนินงานด้านรายการ สัดส่วน รูปแบบ และเนื้อหา

2. บุคลากรขาดความเป็นอิสระทางวิชาชีพ การควบคุมโดยตรงจากรัฐยังได้ ส่งผลกระทบต่อความเป็นอิสระในการผลิตและนำเสนอรายการซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญของสื่อสาธารณะ นอกจากนี้ ในแง่ของวัฒนธรรมขององค์กรก็พบว่าบุคลากรของสถาบันโทรทัศน์รัฐสภา มีจิตสำนึกในอุดมการณ์วิชาชีพด้านราชการมากกว่าด้านสื่อมวลชน เนื่องจากบุคลากรทุกคนมีฐานะเป็นเจ้าของที่ของรัฐ ในหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐสภา

3. ประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการกำกับดูแล

4. นำเสนอรายการที่แตกต่างกับสื่อเชิงพาณิชย์ เมื่อพิจารณาในแง่ของเนื้อหาของรายการ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักที่องค์กรสื่อต้องนำเสนอให้แก่ผู้ชม พบว่ารายการของสื่อเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ โดยเฉพาะช่อง 3 และ ช่อง 7 จะมีการนำเสนอรายการบันเทิงในสัดส่วนที่สูงกว่ารายการประเภทอื่นๆ ซึ่งเป็นไปตามกลไกตลาดเพราะสถานีเชิงพาณิชย์ย่อมแสวงหาผลกำไรสูงสุด ดังนั้น การนำเสนอรายการบันเทิงย่อมทำให้ผู้ชมเป็นจำนวนมาก สถานีโทรทัศน์รัฐสภา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเป็นสื่อสาธารณะสัดส่วนของเนื้อหาประเภทสาระมาก

5. ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์รัฐสภา รัฐได้กำหนดให้มีแหล่งที่มา คือ จากงบประมาณแผ่นดิน งบประมาณของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาจึงค่อนข้างเสถียรภาพ รัฐสภามีโครงสร้างขององค์กรที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐและวัฒนธรรมของบุคลากรที่อยู่ในระบบราชการ มีงบประมาณที่จำกัด ดังนั้น แนวทางสำคัญในการลดอุปสรรค เพื่อพัฒนาแนวทางให้สถานีโทรทัศน์รัฐสภาเป็นสื่อสาธารณะจึงอยู่ที่การปรับปรุงจุดอ่อนดังกล่าว³³

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาเป็นรูปแบบการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ที่นำระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้กับสื่อใหม่ ซึ่งเป็นรูปแบบดิจิทัล ควรการนำแผนการขับเคลื่อนแผนพัฒนา Digital Parliament ของรัฐสภา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) มาใช้เป็นกรอบแนวทางที่สำคัญของการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการบริหารจัดการส่วนราชการในสังกัดของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กำหนดไว้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานตามภารกิจประจำแผนงาน/โครงการ ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารภายใต้วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กรรวมทั้งเพื่อการกำกับดูแล ติดตามประเมินผล และตรวจสอบการปฏิบัติงาน และการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งกรอบเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับทิศทางการขับเคลื่อนแผนพัฒนา Digital Parliament ของรัฐสภา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) ตามวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ที่กำหนดและสอดคล้องกับแนวทางการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการศึกษา ประยุกต์ใช้ และต่อยอดเพื่อรองรับการก้าวสู่การเป็นรัฐสภาดิจิทัล (Digital Parliament) ทั้ง 5 มิติ ซึ่งประกอบด้วย

3.1.1 การบริหารจัดการประชุมที่ทันสมัยและครบวงจร

³³ รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ (Final Report) โครงการจ้างสถาบันการศึกษาประเมินผลรายการ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา

3.1.2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม

3.1.3 การเผยแพร่ข้อมูล

3.1.4 การให้บริการสมาชิกรัฐสภา เจ้าหน้าที่ และประชาชน และ

3.1.5 การใช้งาน Smart Device สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้จาก

ทุกที่ ทุกเวลาและมีความปลอดภัย

3.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

3.2.1 ด้านการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ควรมีวิธีการบริหารสถานีฯ ให้มีประสิทธิภาพ เป็นที่ชื่นชอบของประชาชนและได้รับการตอบรับในทางที่ดี โดยการวางยุทธศาสตร์ นโยบาย ตลอดจนเรื่องขององค์ความรู้ การศึกษาวิจัยจากสถานีโทรทัศน์ต้นแบบทั้งในและต่างประเทศ แล้วนำมาสรุปเป็นบทเรียน เพื่อกำหนดทิศทางของการทำงาน

3.2.2 สรรหากรรมการบริหารและทีมงานมืออาชีพ เพราะเป็นการทำหน้าที่สื่อสารสาธารณะเพื่อสังคมต้องเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพสูงและเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา รวมถึงต้องมีแนวคิดข้อกำหนดทางจริยธรรมวิชาชีพและลักษณะของรายการที่ผลิต

3.2.3 สร้างอัตลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภาให้เป็นสื่อสาธารณะของประเทศไทย ให้ประชาชนภาคภูมิใจในการมีสถานีโทรทัศน์รัฐสภา ที่ทำงานด้านสื่อเพื่อตอบสนองประชาชนในประเทศ

3.2.4 สร้างภาพลักษณ์ในประชาชนชื่นชอบ รวมถึงการจดจำสัญลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา โดยการบริหารงานที่เข้มแข็ง มีรายการที่มีคุณภาพ มีการสะท้อนกลับจากประชาชนต่อการดำเนินงานของสถานีอย่างสม่ำเสมอ

3.2.5 ด้านการผลิตรายการ ควรผลิตรายการที่มีคุณภาพ มีเนื้อหาสาระที่รับใช้และตอบสนองต่อสังคมอย่างทันสมัย และเข้าถึงประชาชนในทุกเพศและกลุ่มวัย มีการวางเนื้อหาและรูปแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ โดยให้กลุ่มเป้าหมายต่างๆ นั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นด้านรูปแบบและสาระของรายการ

3.2.6 พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอสร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ผลิตรายการรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ นำเสนอสาระที่มีความบันเทิงผสมผสานไปด้วยกัน

3.2.7 การสร้างจิตสำนึกของการเป็นทีวีสาธารณะซึ่งต้องปราศจากการแทรกแซง

จากรัฐบาล หรือกลุ่มทุน สามารถรักษาการผลิตข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง ต้องมีเสรีภาพทางการเมือง มีความเป็นกลางและให้ข้อมูลอย่างรอบด้าน

3.3 ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

3.3.1 ควรมีการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่วิสาหกิจของสถานีโทรทัศน์รัฐสภา เช่น การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของสถานีฯ การกำหนดมาตรฐานรายการคุณภาพ หรือการได้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการรับชมของประชาชน ในด้านการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในศึกษาครั้งต่อไปต่อไป

3.3.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารสถานี ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ประเด็นมิติทางการเมือง ประเด็นมิติทางเศรษฐกิจ รวมถึงประเด็นการเป็นวิสาหกิจของประเทศในอาเซียน ในด้านการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภาในศึกษาครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

ชญาณุช ศิริพรเพิ่มศักดิ์. แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) “สถานิติบัญญัติแห่งชาติ” เพื่อการประชาสัมพันธ์.(2560) กลุ่มงานผลิตเอกสารเผยแพร่ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน เลขาธิการวุฒิสภา.

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์.(2554). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. เล่มที่ 4 วารสารนักบริหาร กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก nation tv. tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1

การวิเคราะห์บทบาทของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/12423>

การควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ .(2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก http://www.research-system.siam.edu/images/609/05_ch2.pdf

กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ (2559). อ้างใน บทบาทหน้าที่ของออกแบบเครื่องแต่งกาย รายการ POP CULTURE บริษัทอมรินทร์เทเลวิชั่น จำกัด สถานีโทรทัศน์ช่อง อัมรินทร์ TVHD ช่อง 34 แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2562. จาก http://www.researchsystem.edu/images/AiySoshy/111/05_ch2.pdf

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวีดิทัศน์ ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2562. <https://www.google.com/search>

จเรวัฒน์ เทวรัตน์ ยูทูบ (YouTube) วีดีโอออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2562. จาก [https://www.stou.ac.th/study/sumrit/3-58\(500\)/page8-3-58\(500\).htm](https://www.stou.ac.th/study/sumrit/3-58(500)/page8-3-58(500).htm)

จักรกริช ปิยะ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) (2557) สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2563. <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/5644/2/fulltext.pdf>

จเรวัฒน์ เทวรัตน์ สื่อออนไลน์แบบ YouTube (อ้างอิงใน สถิต โชติกรณ) แนวทางพัฒนาการถ่ายทอดสดวีดิทัศน์ดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook Live, YouTube) สถาบันพระปกเกล้า 2562 หน้า 28-32

ไซต์แห่งการเรียนรู้ การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์ แบบ 3P สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563 . จาก <https://sites.google.com/a/nps.ac.th/kruchainan/3-p-kab-kar-phlit-raykar-thorthasn>

เทวิน ศรีดาโคตร, (2562) การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยโปรแกรม Final Cut Pro X (อ้างอิงใน สถิต โชติกรณ) หน้า 20-21 แนวทางการพัฒนาถ่ายทอดสดวีดิทัศน์ดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ โครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook Live ,YouTube)สถาบันพระปกเกล้า 2562)

แนวคิดในการวิเคราะห์และออกแบบด้านมัลติมีเดีย. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2562. จาก <https://www.sc.chandra.ac.th/supparang-r/wp-content/uploads/2017/08/Ch1.pdf>

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ แนวทางการพัฒนาขั้นตอนกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์และวีดิทัศน์เพื่อการศึกษา 2556 สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2563 จาก https://www.rmutsb.ac.th/km/document/good-practice/good_practice_56/7_56.pdf

บรรพต สร้อยศรี, 2559 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ (อ้างอิงใน สถิต โชติกรณ หน้า 22-21) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2563 จาก <https://www.achieve.org/information/detail/ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/>

สื่อใหม่ อ้างถึงในพสนันท์ ปัญญาพร : พรจิต สมบัติพานิช, 2547:4 . สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2563. จาก <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>

พจนานุกรมคำศัพท์คอมพิวเตอร์ 2563 วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก (<https://th.wikipedia.org/wiki>

พสนันท์ ปัญญาพร. สื่อใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2562. **Error! Hyperlink reference not valid.** valid.

สื่อดิจิทัลคืออะไร. ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2562. จาก <https://sai23734.blogspot.com>

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2562. จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1>

สื่อดิจิทัล. แนวคิดในการวิเคราะห์และออกแบบด้านมัลติมีเดีย. สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 มิถุนายน 2562
จาก <http://www.sc.chandra.ac.th/supparang-r/wp-content/uploads/2017/08/Ch1.pdf> Ch1.pdf

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560) แผนยุทธศาสตร์สถานีวิทยุกระจายเสียง และ วิทยุโทรทัศน์รัฐสภา พ.ศ.2561-2564. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2563
pchannel.org/uploads/documents/4_20200522094727.pdf

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) สำนักประชาสัมพันธ์ “การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์” ตาม แนวทางการจัดความรู้ของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ประจำปีงบประมาณ 2561

Facebook คืออะไร เฟซบุ๊ก คือ สื่อออนไลน์เว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์. สืบค้นเมื่อ
วัน ที่ 2 2 พ ฤ ช ภา ค ฆ
2561<http://www.phayao.go.th/board/download/file.php?26752>

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี สื่อใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2563. จาก
<https://th.wikipedia.org/wiki/สื่อใหม่>

org/wik สื่อใหม่

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก https://th.wikipedia.org/wiki/รัฐสภา_แก่นแก้ว (2541). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการ
สถานีโทรทัศน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2563. จาก <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/9743>

ณัฐชดา วัฒนาชัยผล. สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว New Media and
Changes of News Reporting Proce สืบค้นเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2563. จาก <file:///Users/admin/Downloads/78785-Article%20Text-205787-1-10-20170427.pdf>

รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ (Final Report) โครงการจ้างสถาบันการศึกษาประเมินผล
รายการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภารายการโทรทัศน์ (Television)
อ้างอิงใน สาขาวิชานิเทศศาสตรมหาวิทาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 1-5,2550:45-49
แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์. (2563). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก
http://www.research-system.siam.edu/images/609/05_ch2.pdf

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล TV PROGRAM IN THE DIGITAL
AG มหาวิทยาลัยศิลปากร (Panyapiwat Journal Vol.7 No.2 May - August 2015)
สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2563 จาก https://journal.content/2015/08/o_19sv67m1mm111pjloni1r22e2a.pdf

เอกลักษณ์ ทองใหญ่. (2559). เอกสารประกอบการอบรม โครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การผลิตวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์. วันที่ 20 - 25 มิถุนายน 2529 สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุษา ศิลป์เรื่องวิไล (Dec 27, 2019) นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย บทความวิชาการ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก <https://so01.tcithaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/232465>

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	นางสาวรัตใจยา บุญสูง
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	ศึกษานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานผลิตรายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รัฐสภา
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 02-244-2302 มือถือ : 084-460-3939