




Part 1

INTERVIEWS

ปฏิรูปสื่อ ปฏิรูปคน ปฏิรูปเนื้อหา

อ่านมุมมอง ฟังเสียงสะท้อน ในมุมมองบริหารสื่อโทรทัศน์

นักวิชาการด้านสื่อ และ นักกฎหมาย

A black and white portrait of a middle-aged man with dark hair, wearing a dark suit jacket over a light-colored collared shirt. He is looking slightly to the left of the camera with a neutral expression. The background is a plain, light-colored wall.

"จะคิดแค่ว่าข่าวคือ What Where Why When
เหมือนเมื่อก่อนไม่ได้แล้ว แต่ต้องคิดว่า For เพื่ออะไร...
ถึงแม้ว่าปัจจุบันข่าวโทรทัศน์จะมีการนำประเด็นจากโซเชียลมีเดียมาเสนอ
แต่บทบาทของสื่อโซเชียลมีเดีย คือ การขาดการตรวจสอบ
ในขณะที่สื่อหลักถูกกำหนดด้วยกติกาสื่อจรรยาบรรณมากมาย
แต่โซเชียลมีเดียไม่ต้อง โพสต์ได้หมด แต่ถ้าสื่อหลักจะนำเสนอเกี่ยวกับเขาด้วย
ก็ต้องตรวจสอบที่มาที่ไป สร้างความน่าเชื่อถือ
ส่งนักข่าวไปสัมภาษณ์ว่าเรื่องที่เกิดขึ้นจริงไม่จริง
ก็ต้องรับผิดชอบในส่วนนี้ จะนำเสนอเพื่อตอบสนอง
ความต้องการของคนดูอย่างเดียวไม่ได้ ยุคดิจิทัลการสื่อสารรวดเร็วขึ้น
ความรับผิดชอบต่อสื่อยิ่งต้องสูงขึ้นตามไปด้วย"

สำราญ วัตรโก

รองกรรมการผู้จัดการ สถาบันโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

สำราญ วัตรโก

รองกรรมการผู้จัดการ สภาวิชาชีพนักวิทยุสื่อสาร 3

ขอเริ่มจากทั้ง 3 ช่องรายการที่ดำเนินงานอยู่ในขณะนี้ว่ามีการวางกลยุทธ์ในด้านเนื้อหาข่าวไว้อย่างไรบ้าง

ถ้าถามเรื่องกลยุทธ์ต้องยอมรับว่าตอบได้ยาก เพราะเราอยู่ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากเรามีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อเหตุผลต่างๆอยู่ตลอดเวลา ที่สำคัญก็คือตอนนี้เรามีสามช่อง คือ ช่อง 3 ทีวี HD ช่อง 3 ทีวี SD และ ช่อง 13 แฟมิลี แบ่งข่าวเป็นเซ็กเมนต์มากขึ้น

โดยภาพรวมช่อง 3 เดิมก็คือแมกโครที่ตอบสนองต่อคนดูทั่วประเทศ ซึ่งเห็นคนในเมืองเป็นหลักเรายังใช้มือถือโตเต็ม ได้แก่ "เข้าใจทุกข่าวเข้าใจทุกคน" ส่วนช่อง SD ต้องปรับแนวทางเจาะไปที่ฐานคนดูในท้องถิ่นชนบทมากขึ้น แต่ปรับแบบค่อยเป็นค่อยไปเนื่องจาก กสทช. (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ) ยังกระจายการรับชมไม่ทั่วถึงด้านหนึ่งก็ทำให้เรามีเวลาที่จะเตรียมตัว ส่วนแฟมิลีวางไว้สำหรับกลุ่มคนดูที่เป็นครอบครัวเป็นเรื่องของความสุขเรื่องเด็กและเยาวชนกลุ่มนี้มีความชัดเจนและกำลังดำเนินการอยู่ นี้พูดเฉพาะมุมมองข่าว แต่ในด้านภาพรวมของเนื้อหาแต่ละช่องก็จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือจับกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างกันของแต่ละช่องเป็นหลัก

ตลาดในชนบทกับเด็กและเยาวชนเป็นสิ่งช่อง 3 ยังไม่เคยจับอย่างจริงจังมาก่อน หลังจากภาวะหนึ่ง พลตอบรับเป็นอย่างไรบ้างทั้งในแง่ผู้ชมและโฆษณา

เริ่มเห็นแนวทางชัดเจนขึ้น ตอนแรกมองไม่ออกแต่พอทำไปสักระยะได้ไปสัมผัสกับคนดูด้วยการลงพื้นที่มีการเก็บข้อมูลวิจัยของเราเองก็เห็นชัดเจนว่ายังมีส่วนที่เราตอบสนองได้อีก นี้พูดเฉพาะในส่วนของคนดูเพราะที่ทำมาหนึ่งปีในส่วน

ของข่าวพูดตามตรงว่ายังไม่หวังรายได้สำหรับสองช่องใหม่ แต่ทำเพื่อสำรวจตัวเราเองมากกว่า

ช่อง 7 ครอบงำคนดูต่างจังหวัดส่วนกลุ่มคนดูในเมืองซึ่งเป็นความถนัดของช่อง 3 ก็แข่งขันกันอย่างดุเดือดโดยช่องใหม่ๆ ช่อง 3 พร้อมรับมือกับสถานการณ์ท้าทาย เช่นนี้เพียงใด

เราพร้อมจะแข่ง แม้จะไม่ถนัดตลาดต่างจังหวัด แต่ก็เตรียมบุคลากรสำหรับด้านนี้ไว้พอสมควร ตั้งแต่สมัยที่เป็นครอบครัวข่าวเราเตรียมไว้รองรับโทรทัศน์ดิจิทัล เพราะรู้ว่าสักวันมันต้องเกิดถือเป็นโอกาสใหม่ๆ และเราก็มีพื้นฐานที่แข็งแกร่งเรามีมาร์เก็ตแชร์ที่มากพอสมควรซึ่งช่วยให้เราขับเคลื่อนไปได้ บวกกับประสบการณ์การทำโทรทัศน์มากกว่า 40 ปีช่วยให้ 1 ปีที่ผ่านมาของเราไม่ใช่การดำน้ำพริกละลายแม่น้ำ มีหลายอย่างที่เราริเริ่มต้นใหม่เพื่อหาทิศทางแต่ก็ทำให้เรารู้ว่าควรจะไปต่อทางไหนต่อ ค่อยๆ ทำค่อยๆ สร้างความชัดเจนให้กับแต่ละช่องโดยไม่บูมปามค่อยๆ เดินหน้าอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

อันที่จริงการแข่งขันเกิดขึ้นในทุกตลาดมันเป็นสภาวะการณ์ที่ต้องต่อสู้กันในเชิงธุรกิจในเมืองกล่องเริ่มแจกในเขตชุมชนเมือง ทุกคนก็มองตลาดเดียวกัน ตอนนี้ทุกช่องสู้กันในตลาดระดับกลางเพราะความไม่พร้อมของทั้งโครงข่ายและผู้ประกอบการเราก็ทำสิ่งที่มีอยู่กันให้เต็มที่ก่อนเมื่อการรับชมทั่วถึง ตอนนั้นจะถือว่าสงครามเริ่มต้นอย่างเต็มรูปแบบ



คุณให้นำหนักกับความได้เปรียบของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์โทรทัศน์ที่มีเหนือกลุ่มที่มาจากสื่ออื่นอย่างนั้นหรือ

ประสบการณ์อาจมีส่วนช่วยได้ส่วนหนึ่ง แต่จะมากคิดว่าเป็นบุญเก่าไม่ได้ ต้องปรับตัวเอง ต้องเปลี่ยนทัศนคติ ถ้าคิดว่าเคยทำมาแบบนี้คืออยู่ แล้วแล้วจะทำต่อไป ไม่ใช่แน่นอน ช่อง 3 เราถือคติว่าความเปลี่ยนแปลงเป็นนิรันดร์ โลกเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ วันนี้คนนอนดูทีวีอยู่บ้านที่ไหน เขาดูจากมือถือเราจะเชื่อมต่อกับสื่อใหม่ๆ เหล่านี้ได้อย่างไร โลกโซเชียลมีเดีย ที่เกิดขึ้นมาใหม่เราเป็นสื่อกระแสหลักควรจะต้องปรับตัวอย่างไร เหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และปรับตัว

ปัจจุบันข่าวโทรทัศน์มีการนำเสนอตามประเด็นโซเชียลมีเดียกับพอสทอ คุณมองการปรับตัวในเรื่องนี้อย่างไร

ก็เพราะคนสนใจ แต่ปัญหาคือการขาดการตรวจสอบ ในขณะที่สื่อหลักถูกกำหนดด้วยกติกาและจริยธรรมมากมาย แต่โซเชียลมีเดียไม่ต้องโพสต์ได้หมด แต่ถ้าสื่อหลักจะนำเสนอกับเขาด้วยก็ต้องตรวจสอบที่มาที่ไปสร้างความน่าเชื่อถือมีใครบ้างที่เกี่ยวข้อง เราก็ต้องส่งนักข่าวไปสัมภาษณ์ว่าเรื่องที่เกิดขึ้น จริงไม่จริงก็ต้องรับผิดชอบในส่วนนี้ จะนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของคนดูอย่างเดียวไม่ได้ ยุคดิจิทัล การสื่อสารรวดเร็วขึ้น ความรับผิดชอบของสื่อยิ่งต้องสูงขึ้นตามไปด้วย

ถ้าเปรียบเทียบช่วงก่อนและหลังจากเริ่มมีโทรทัศน์ดิจิทัล บรรยากาศการทำงานแตกต่างกันสักเพียงใด

ต่าง ผมยอมรับว่าเหนื่อยมาก เดิมมีช่องเดียว อยู่ๆ เพิ่มมาเป็น 3 เหนื่อยจริงๆ เหนื่อย คือต้องป้องกันตัวเองไม่ให้เพื่อนเจาะ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสร้างฐานใหม่ๆ ไม่ใช่ดับเบิลแต่เป็นทวีปเบิล ต้องการของคนดูอย่างเดียวไม่ได้ ยุคดิจิทัล การสื่อสารรวดเร็วขึ้น ความรับผิดชอบของสื่อยิ่งต้องสูงขึ้นตามไปด้วย

ภาพรวมด้านความพร้อมของบุคลากรเป็นอย่างไร

แรกเริ่มเดิมทีคิดว่าพร้อม แต่พอพบว่าทั้งสามช่องเช็คเมนต์ต่างกันหมดเลย ทำให้ต้องสร้างคนใหม่ ณ วันนี้ ในวงการข่าวมีคนทำข่าวเด็กและเยาวชนหรือเปล่า มีคนทำข่าวชุมชนหรือไม่ ก็ไม่มี ต้องสร้างขึ้นมาใหม่ นอกจากสร้างใหม่แล้วยังต้องปรับทัศนคติคนเดิมที่เคยถือไม้ค้ำไปสัมภาษณ์นักการเมืองลงไปสัมภาษณ์กำนันผู้ใหญ่บ้านแทนได้ไหม คนทำงานต้องปรับทัศนคติใหม่เลยว่าจะคิดแบบไหนทำงานอย่างไร ซึ่งเป็นเรื่องยาก

แต่ผมมองว่าบรรยากาศแบบนี้ ทำให้วงการของเราเข้มแข็งขึ้น จากเดิมที่เราคิดว่าข่าวก็มีแค่การเมืองเศรษฐกิจสังคมกีฬาแต่ต่อไปมันไม่ใช่แล้ว มีเรื่องเด็กเยาวชน เกษตรกรชุมชน เศรษฐกิจนึกว่าแค่การเงินการคลังการธนาคาร แต่กลายเป็นเรื่องของนักลงทุน อุตสาหกรรมต่างๆ แยกย่อยออกไปอีกเยอะ นี่คือบทบาทของโทรทัศน์ดิจิทัลซึ่งคนดูจะได้ประโยชน์

ถ้าวางเรื่องเหนือไว้ก่อน ก็น่าจะสนุก

ใช่ ถ้าไม่คิดว่าเหนื่อยก็สนุก สนุกทั้งในเชิงของตัวเนื้อหาที่แบ่งเป็นเช็คเมนต์ น่าสนุกทั้งในแง่วิธีการนำเสนอใหม่ๆ ตอนนี้มีเทคนิควิธีการนำเสนอใหม่ๆ เยอะมาก

เนื้อหาข่าวก็แยกย่อย อย่างที่กล่าวมา เป็นที่ต้องการของผู้ชมทางโทรทัศน์จริงหรือ

ใช่ มันขึ้นอยู่กับวิธีการในการนำเสนอของเราว่าจะทำให้คนดูเข้าถึงได้อย่างไร

หมายถึงการต้องสร้างความต้องการของคนดูขึ้นมา ใช่ หรือ ไบ

ใช่ ยกตัวอย่าง ป้าแยม เป็นคนต่างจังหวัดแกไม่เคยสนใจเศรษฐกิจ สิ่งที่เขากรูจากรัฐบาลมีแค่ว่าวันนี้คณะรัฐมนตรี อนุมัติราคาข้าวเท่าไร แกอยากรู้แค่นั้น เราจะทำอย่างไร เพื่อให้ป้าแยมเข้าถึงข่าวเศรษฐกิจแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแก



จริงๆ หน้าแล้งป่าจะปลุกอะไรดี มันอยู่ที่ตัวเองจะ
ทำอะไรให้คนเข้าใจได้จะคิดแค่ข่าวคือ what
where why when เหมือนเมื่อก่อนไม่ได้แล้ว
แต่ต้องคิดว่า for เพื่ออะไร

สถานีต้องทำอะไร เพื่อสร้างให้เกิดความ
เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ขึ้นกับคนทำงาน

ค่อยเป็นค่อยไป เราจัดฝึกอบรมจัดเวิร์ก
ช็อปกันตามเช็กเมนต์เนื้อหาที่เหมาะสมกับคนดูกลุ่ม
ต่างๆ ในที่สุดแล้วเราต้องเริ่มต้นจากผู้ที่ทำงาน
เด็กรุ่นใหม่มีวิธีคิดวิธีการทำงานที่ดี เพียงแต่เรา
ไม่ค่อยเปิดโอกาสให้เขา เมื่อก่อนเราแคโยน
หมายให้แล้วก็ เฮ้ย!! ไปทำมา แต่ตอนนี้เราให้
หมายหนึ่งงานถ้าทำออกช่องเดิมต้องเป็นแบบ
ไหน แต่ถ้าช่องเอสดีเนื้อหาเดียวกันนี้ จะนำเสนอ
ในแง่มุมมองไหน

หมายความว่า นักข่าวคนเดียวกับ ต้องมองแง่มุม
และ วิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันให้ได้ ใช่หรือไม่

เมื่อก่อนคิดว่าต้องเป็นคนเดียวกัน แต่ตอน
นี้แยกแล้ว เพราะผู้ดำเนินรายการและผู้สื่อข่าว
ต้องมีอัตลักษณ์และชัดเจนกับกลุ่มเป้าหมายของ
ตัวเอง ช่วงแรก อาจจะเป็นคนเดียวกันไปก่อนคน
เดียวลองคิดวิธีนำเสนอสำหรับแต่ละช่อง แต่ใน
อนาคตต้องแยกจากกันอย่างชัดเจน

หลายคนกังวลเรื่อง "พองสบู่" ของคนวงการ
ข่าวโทรทัศน์คุณมีความเห็นต่อประเด็นนี้อย่างไร

ผมว่ากลัวกันไปเอง แต่ถ้าแต่ละองค์กร
สื่อไม่ปรับตัวจะเจอภาวะพองสบู่แน่นอน ยก
ตัวอย่าง ช่องเวิร์กพอยท์ หรือ โมโน เขาขึ้นมาได้
เพราะมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนทุกคนก็ต้องปรับตัวเอง
เหมือนกันไม่ว่าจะช่อง 3 หรือช่อง 7 ถ้าคิดว่าบุญ
เก่าที่ทำมาดีแล้วไม่ต้องปรับอันนี้พองสบู่แน่นอน

ในฐานะของผู้ประกอบการมีความเห็นอย่างไร
ต่อกฎกติกาซึ่ง กสทช. เป็นผู้กำกับดูแลอยู่ใน
ขณะนี้

ปฏิเสธไม่ได้ กติกาออกมาแล้วก็ต้องว่ากันไปตาม
นั้นเพียงแต่ว่าจุดไหนบ้างที่ยังติดขัด ยังไม่คล่องตัว

ก็ต้องปรับ สิ่งที่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นว่ากติกา
บางอย่างเคอะพามากเกินไปก็ไม่รอดเหมือนกัน
ยกตัวอย่าง บางช่องที่ไปไม่รอด แล้วช่องอื่นๆ
จะเป็นอย่างไร สมมติว่า ในอีกหนึ่งปีข้างหน้า
สถานการณ์เศรษฐกิจยังไม่ดีขึ้น แล้ว กติกายังเป็น
แบบนี้ องค์กรภาครัฐคงต้องพิจารณาเรื่องนี้ แต่
สำหรับกติกาที่ออกมาเราก็พร้อมจะปฏิบัติตามซึ่ง
ในแง่ของเราการปฏิบัติตามไม่กระทบภาพรวม
ขององค์กรมากนัก แต่สำหรับรายอื่น ๆ ที่อาจจะ
มีเงินทุนน้อยคนน้อยมีข้อจำกัดเยอะ ก็อาจจะต้อง
คุยกันมากหน่อย

ก็กล่าวกันว่า "สายป่านยาวได้เปรียบ" บ้างก็กล
เคียงความจริงใช่หรือไม่

ก็ไม่ถึงขนาดนั้นเงินใครจะอยากเสีย ประมูล
มาก็หวังจะทำธุรกิจ แต่ได้มาแล้ว เสียเงินตลอดก็
ไม่ไหวเหมือนกัน

ถ้าจะปรับกฎกติกา ตรงจุดไหน ก็คิดว่าจะช่วย
พ่วงทางดับได้ดีที่สุด

ผมไม่อยากจะลงรายละเอียด กติกาที่ผ่านม
มันถูกกำหนดโดยคนที่ไม่ได้มาจากวิชาชีพสื่อ
อย่างเราเขากำหนดด้วยทัศนคติคิดว่าเมื่อทำ
ตามนี้แล้วน่าจะเป็นแบบนี้แต่พอทำจริงมันไม่ใช่
เป็นแบบนี้หลายเรื่องก็จะต้องค่อยๆ ปรับแก้กันไป

ถ้าเช่นนั้น จุดที่ควรปรับมากที่สุดน่า จะเป็นการให้
ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการกำหนดกติกา
เพิ่มขึ้น ใช่หรือไม่

ที่จริงอยากให้เป็นอย่างนั้นตั้งแต่แรก ตอน
ที่ใช้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ในมาตรา 40 เราก็พูด
ถึงการที่คนในวงการวิชาชีพน่าจะได้เข้าไปมีส่วน
ในการวางกฎกติกา แต่ตอนนี้ปิดประตูไปแล้วจะ
โทษใครก็ต้องโทษพวกเรากันเองที่ไม่ได้กระตือรือ
ร้นจนกระทั่งกติกาออกมามีผลบังคับใช้แก้ไขอะไร
ไม่ได้

ถ้ามองในเชิงบวก ก็ยังดีที่เราได้มีองค์กรรับ
ผิดชอบในเรื่องสื่อเป็นการเฉพาะ จากเดิมที่ไม่มี
เลยแต่เมื่อมีขึ้นมาแล้วอาจจะผิดฝาผิดตัวไปบ้าง
ติดขัดเรื่องทัศนคติบ้าง อะไรบ้าง ก็อย่าไปตำหนิ



เลยอย่างน้อยเราก็มีความเป็นอิสระระดับหนึ่งพอที่จะดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้ ฉะนั้น ตรงไหนที่ยังติดขัด ก็คงต้องคุยกัน ผมคิดว่าคนไทยก็ยังคงคุยยังปรับกันได้ เพียงแต่ ในหมู่สื่อมวลชนพวกเรากันเองต้องคุยกันให้มากขึ้นว่า สิ่งที่ต้องการคืออะไร ไม่ใช่ต้องการเพื่อตัวเองแต่เพื่อวิชาชีพ และประโยชน์ของทั้งวงการต้องทำอย่างไร

เมื่อไม่ได้เข้าไปอยู่ในโลก แต่การรวมตัวกันเพื่อส่งเสียงก็อาจจะป็นวิธีที่ดีที่สุดใช้หรือไม่

ใช่ อยู่ที่การรวมตัวของเราเองไม่ว่าจะรวมตัวกันในลักษณะขององค์กรวิชาชีพหรืออะไรก็ตาม สำคัญตรงที่ว่าเราจะมีคามเข้มแข็งสักแค่ไหน


กล้าพูดกล้าทำกล้าแสดงออกได้มากน้อยแค่ไหน ตอนนี้เหมือนทุกคนก็เกร็งว่าถ้าออกตัวไปก็เหมือนเรียกร้องเพื่อตัวเองทำอย่างไรให้การเรียกร้องเป็นการแสดงออกถึงบทบาทการเป็นวิชาชีพที่เหมาะสม

หมายความว่า แบ๊ดับหนึ่งเป็นคู่แข่ง ในเวลาเดียวกันก็ต้องร่วมมือกันด้วย

ใช่ เหมือนที่สภาวิชาชีพ พยายามกำหนดจริยธรรมจรรยาบรรณ โดยภาพรวม ถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องการแข่งขันในเชิงธุรกิจก็ว่ากันไปแต่จะต่างคนต่างยื่นหนังสือไม่ได้แล้วไม่มีน้ำหนัก คนที่รับเรื่องก็จะมองว่าเป็นใครมาจากไหนสับสนกันไปหมดแต่ถ้ารวมเป็นองค์กรเดียวกันได้ความแข็งแกร่งก็จะเกิดมากขึ้น

ในสถานการณ์แบบนี้ ผมคิดว่าถ้ายังนิ่งเฉยต่อไปก็เหมือนเราตั้งใจทำงานแต่โดนจ้องจับผิดอยู่ตลอดเวลา กระดิกตัวไปทางไหน ก็ผิดไปหมด กตีกาเยอะมาก แต่การพิจารณาลงโทษในเรื่องเหล่านี้ผมมองว่าควรผ่านพวกเราก่อน คือคนทำสื่อต้องมาถกเถียงกันเองก่อนว่าอะไรควร หรือไม่ควรทำ ไม่ใช่พอมีปัญหา องค์กรของรัฐพิพากษาลงมาแล้วทำผิดต้องลงโทษ คือ เป็นทั้งกระบวนการสอบสวนและตัดสินอยู่ในองค์กรเดียวกัน ในมุมมองของผมสิ่งที่ควรปฏิรูปที่สุดคือตรงนี้ คนในวงการสื่อต้องพูดคุยกันเองก่อนเป็นอันดับแรก

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



"ปีแรก เป็นสงครามข่าว ทุกคนแย่งกัน
อย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน แต่คนที่อยู่หน้าจอฟรีทีวี
ไม่มีทางถึงหน้าจอของตัวเองไปอยู่กับดาวเทียม เคเบิล
หรือ อชองเล็ก มีแต่คนจากช่องเล็กถูกดูดขึ้นไป
ปีที่ 2 เป็นสงครามละครในแง่ดีคือผู้บริโภคมีทางเลือก
เพิ่มขึ้น แต่ปัญหาใหญ่คือบุคลากรผลิตไม่ทัน
คนเขียนบทนอกจะมีคิวยาวไป 2 ปี ที่มีอยู่
เขียนไม่ทัน ผู้กำกับงานสั้นมือ กำกับไม่ทัน
ดีมันด่มาก তারাเริ่มเอาใครก็ได้มั่วๆ เพราะ
ตาราขนาดแคสยังกว่างานข่าว
และ งานละครใช้ ศิลปะมากกว่าเขียนบท
ตัดต่อ แสดง กำวงการไม่มีการสร้างคน
ก็จะซ้ำซากน่าเบื่อยิ่งกว่าเดิม"

อดิศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนกิจ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



อดีตที่ดี ลิมปรุ่งพัฒนกิจ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สถานการณ์ของผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล ในรอบปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุด คือ การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัลซึ่งเป็นการเกิดขึ้นในภาวะสงคราม เกิดขึ้นท่ามกลางความไม่พร้อมของสถานการณ์ไม่มีการปฏิวัติ กสทช. ซึ่งเป็นองค์กรอิสระถูกอำนาจของการปฏิวัติเข้ามาทำให้หลายอย่างบิดเบี้ยวไป สิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการที่ประมวลช่องทีวีดิจิทัลทั้ง 24 รายที่สำคัญคือ ภาวะเศรษฐกิจ แต่ที่ปฏิเสธไม่ได้เลยคือ ความบกพร่องในการกำกับดูแลดิจิทัลทีวีของ กสทช. หลายอย่าง ก่อนการประมวลชุดอย่างหนึ่ง หลังการประมวลชุดอีกอย่างหนึ่งทำให้สถานการณ์ทีวีดิจิทัล เลวร้ายกว่าที่คิดไว้เยอะ

ช่องใหม่ ๆ หลายช่องมีความตั้งใจและเชื่อว่าทีวีดิจิทัลจะลดการผูกขาดเพื่อนำไปสู่การแข่งขันที่เท่าเทียมกัน กสทช. บอกว่าดิจิทัลเป็นทีวีหลัก ดาวเทียมเป็นทีวีรอง แต่พอประมวลเสร็จน้ำเสียงก็เปลี่ยนไป ผมยกตัวอย่าง กรณีการแจกคู่มือเพื่อแลกกล่องรับสัญญาณภาคพื้นดินซึ่งควรจะจบไปแล้ว โดยไม่มีทางเลือกเพิ่มขึ้นมาว่าให้แลกกล่องรับสัญญาณดาวเทียมได้ด้วย เป็นตัวอย่างที่ทำให้เห็นว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเลวร้ายกว่าที่คิดไว้

เพราะองค์กรกำกับไม่ได้ทำตามที่สัญญาไว้ รวมทั้งการทำให้ประชาชนเข้าใจการเปลี่ยนผ่านจากแอนะล็อกสู่ดิจิทัล ไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ คู่มือที่แจกออกไปก็ไม่มีแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคไปแลก กสทช. ไม่เคยบอกว่าทีวีดิจิทัล กับดาวเทียมแตกต่างกันอย่างไร ทำให้ผู้ประกอบการมีปัญหาทางการเงินมาก ผมคิดว่าทุกรายเจอปัญหาตัวเลขทางการเงินที่พยากรณ์ไว้ผิดเพี้ยนไป 80 - 90 เปอร์เซ็นต์ แปลว่า ที่คาดการณ์ว่าจะได้จาก 100 เหลือแค่ 10

ก็กล่าวมาทั้งหมดนี้ รวมเนชั่นทีวีด้วยหรือไม่

ไม่ ช่องเก่ายังพอได้ อาร์เอส เวิร์กพอยต์ เนชั่น แต่ช่องใหม่เขาเชือกสทช. แล้วไม่มีฐานคนดูมาก่อนประกอบกับภาวะเศรษฐกิจด้วยเหมือนสนามแข่งขันไม่เสร็จก็ไม่มีคนดูไม่มีรายได้กลับมา ก็จะส่งผลต่อบุคลากรและเนื้อหาผมเคยบอกว่าปีแรกเป็นสงครามข้าวทุกคนแย่งกันซื้อตัวกันอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนแต่คนที่อยู่หน้าจอฟรีทีวีไม่มีทางทิ้งหน้าจอของตัวเองไปอยู่กับดาวเทียมเคเบิลหรือ ช่องเล็ก มีแต่คนจากช่องเล็ก ถูกดูดขึ้นไปแต่ตอนนี้กลับกันเพราะช่องใหม่ ๆ ทุ่มเทเมื่อสร้างบุคลากรไม่ทันเพราะ กสทช. กำหนดว่าต้องมีข่าว



ในสัดส่วนเท่านี้เท่านี้ ทำให้เกิดการถ่ายเทบุคลากรข่าว ทำให้มีนักข่าวภาคสนามและผู้ประกาศเกิดขึ้นใหม่หลายเท่าตัว ผมก็ว่าดีที่คนหน้าจอได้รับคำตอบแทนสูงขึ้นเติมหลายช่องอาจจะน้อยเกินไปแต่มันเป็นภาวะฟองสบู่ เท่าที่ทราบหลายช่องเริ่มประเมินว่าที่ซื้อตัวมาคุ้มหรือไม่

การดำเนินงานของ กสทช. มีส่วนทำให้เกิดภาวะฟองสบู่ด้วยอย่างนั้นหรือ

ถูก...ถ้าทุกอย่างเป็นไปตามที่วางไว้ก็จะไม่ฟองสบู่มาก พอรายได้ไม่เป็นไปตามที่วางไว้หลายช่องก็เริ่มมองว่าไม่คุ้ม คุณภาพเป็นอีกปัญหาใหญ่พอรายได้ไม่มาก็ลงทุนน้อยเอาช่าวยูทูบ โซเชียลมีเดียมาเล่น บุคลากรหลังจอก็เป็นปัญหาในเชิงคุณภาพ กลายเป็นว่าตอนนี้หน้าจอก็ไม่ใช่แค่ผู้ประกาศที่มีความน่าเชื่อถืออย่างเดียว ดาวตลก ดารา นักร้อง มาคุยข่าว ไม่ใช่เราจะหวังหน้าจอสําหรับคนที่มาจากสายข่าวโดยตรงแต่เจ้าของสถานีไม่มีทางเลือก บางที่ต้องใช้บุคลากรของสถานี ตอนนี้จะทำอะไรก็ต้องทำเพื่อหาวิธีดึงเรตติ้ง บางที่ข่าวไม่ได้กรองก่อนหรือขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ไม่มี บก.ที่มีประสบการณ์อายุงานเพียงพอในการคัดกรองข่าวจะมีข่าวที่ไร้สาระ ในความหมายของผมคือบางที่มันไม่ใช่ข่าวแต่เอามาเป็นข่าว สมัยก่อนเราบอกว่าหมากัดคนไม่เป็นข่าวแต่มันเป็นขึ้นมาแล้วคุณภาพข่าวต่ำลงเอามาจากคนอื่นบ้าง จากโซเชียลบ้าง เดิมแค่ปล่อยตอนท้ายรายการนิดเดียว ตอนนี้ทำทั้งรายการเลยก็มี ผมเป็นห่วงด้วยว่ามันอาจนำไปสู่เรื่องของการรับเงิน เมื่อก่อนหนังสือพิมพ์บางแห่งถ้าจ่ายนักข่าวน้อยนักข่าวก็ไปหารายได้ทางอื่น ซึ่งสุ่มเสี่ยงในแง่จรรยาบรรณ

สถานการณ์เมื่อเริ่มเข้าสู่ปีสองเป็นอย่างไร

ปีที่ 2 เป็นสงครามละคร ในแง่ดี คือผู้บริโภค มีทางเลือกเพิ่มขึ้น แต่ปัญหาใหญ่ คือบุคลากรผลิตไม่ทันคนเขียนบทบอกว่ามีคิวยาวไป 2 ปีที่มีอยู่เขียนไม่ทัน ผู้กำกับงานล้นมือกำกับไม่ทันดีใจมาก ดาราเริ่มเอาใครก็ได้มั่วๆ เพราะดารานำขาดแคลนยิ่งกว่างานข่าว และงานละครใช้ศิลปะมากกว่า เขียนบท ตัดต่อ แสดง ถ้าวงการไม่มีการสร้างคนก็จะซ้ำซากน่าเบื่อยิ่งกว่าเดิม เดิมซ้ำซาก 2 ช่อง ตอนนี้ 7 ช่องเราอาจเจอดารารอก 5 ช่องพร้อมกัน บทคล้ายๆ กันออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน พล็อตซ้ำเปลี่ยนตัวละครเปลี่ยนชื่อก็น่าเบื่ออีกแบบ ช่วงปีนี้อาจเป็นปีที่ทุกคนมีแรงทุ่มเงินทำละคร ตอนหนึ่งเป็นล้านแต่ขายคุ้มไหม ไม่คุ้ม ไม่เป็นไร เอาเรตติ้งไว้ก่อนแต่ถ้าปัจจัยรอบด้านยังไม่ดีขึ้นลงทุนแล้วก็หายไปปริเทรินไม่พอสักพักเราจะเห็นละครเฮงชวยประเภทที่ว่าบทห่วย แสดงห่วย ตัดต่อห่วยเพราะช่องเหลือเงินจ้างน้อยลง และหวังว่าบางช่องต้องการเรตติ้งก็จะหันไปหาเรื่องเซ็กซี่ โสยศาสตร์และความรุนแรง ซึ่งดึงคนดูได้แน่ ๆ

ในสถานการณ์แบบนี้การกำกับดูแลด้านเนื้อหา คงต้องเข้มงวดเพิ่มขึ้น 9 ข้อหรือไ้

เรกูเรเตอร์ต้องเข้มแข็ง แต่ตอนนี้เรกูเรเตอร์ก็เป๋ไปเป๋มา คสช. เข้ามายิ่งไปกันใหญ่บางครั้งใช้วิจารณญาณของตัวเองแต่อ้างกฎหมายการตัดสินใจไปหมด อันนี้น่าจะเตือนมากกว่าอันนั้น กลายเป็นข้อคิดกับช่องเป็นปัญหาขององค์กรกำกับดูแลผู้ประกอบการก็งทำอย่างนี้ไม่ผิดทำอย่างนั้นทำไม่ผิดงานละครเต็มผูกขาด คนจะทำอาชีพนี้ถึงจะอยากทำ เจอภาวะผูกขาด 30 - 40 ปีต่อเนื่องมาเขาก็ไปทำอาชีพอื่นผมคิดว่าถ้า กสทช. มองเห็นปัญหาการเข้ามาบีบหนาทในการพัฒนาอย่าง



กองทุนพัฒนาสื่อสามารถนำมาสนับสนุนในด้านบุคลากรที่ยังขาดแคลน ช่องดิจิทัลเกิดขึ้นทำให้เราเสียคุณนำเขารายการต่างประเทศ ฟอรัมแมตของต่างประเทศเยอะมากผม เชื่อว่าถ้ามีละครใหม่ ๆ คนจะนำเขารายการดีลง ละครไทยตลาดใหญ่กว่าทำแล้วส่งออกได้ด้วยหน่วยงานกำกับดูแล ต้องทำหน้าที่ส่งเสริมด้วยไม่ใช่ทำตัวเป็นตำรวจ พวกเราก็ตายสิ เราไม่ใช่ผู้ร้ายนะ ประมูลมาตั้ง 5 หมื่นล้าน มาคอยจับผิดเรียกไปลงแสบอย่างเดียวเลยก็ไม่ไหวนะ

กฎกติกาไม่ส่งเสริมธุรกิจ เศรษฐกิจแย่มากก็ไม่มีพร้อม เรากำลังนับถอยหลังกันหรือเปล่า

คงมีคนถอดใจ แต่ก็จะมีรายใหม่มาแทนเหมือนแข่งฟุตบอลพรีเมียร์ลีก เขาจัดไว้ 20 ทีมมาตั้งนานแล้วทีมตกชั้นไปทีมใหม่ก็มาแทนช่องไหนอ่อนแอก็มีนายทุนมาซื้อกิจการไป มันก็มี 20 ทีมเหมือนเดิม ดิจิทัลก็มี 24 ช่องเหมือนเดิม

สถานการณ์อย่างนี้เชื่อว่ายังมีรายใหม่อยากเข้ามาอีกหรือ

เชื่อ ผมเชื่อนะ เพราะถ้าเรามองนักธุรกิจบางคนเขาไม่เข้ามาตอนต้น เพราะรอให้สนามเสร็จก่อน

มีคนรีรออยู่อย่างนั้นหรือ

มีที่เข้ามาก่อนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจสื่ออยู่เดิมที่กลัวตัวเองจะไม่มีที่ยืน แต่นักธุรกิจจะมองว่ายังไม่ต้องรีบก็ได้รอดูว่าใครทำอะไรบ้าง ถ้าวันหนึ่งเขาเข้ามา เขาจะรู้ว่าควรทำอะไรบ้าง เหมือนว่ารอให้สนามใกล้เสร็จก่อนเพราะอย่างไรในอนาคตคนดูก็เพิ่มขึ้น ช่องก็ก็ต้องแจกไป สัญญาฉบับจะดีขึ้นการรับชมผ่านทีวีต่าง ๆ จะดีขึ้น การรับชมดิจิทัลต้องแพร่หลายเพิ่มขึ้น ผมถึงบอกว่าการต้องมีแผน แอนะล็อกสวิตซ์ออฟ ว่าต้องทำอะไรบ้างภายใน 2561 ไม่ใช่พอถูกเรียกร้องว่าต้องมีต้องมีก็บอกว่ามีแล้วแต่มีแค่วันที่โดยไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไรในอีก 2 ปีครึ่ง

ความสัมพันธ์กับ กสทช. ดูแนวโน้มแล้วผู้ประกอบการต้องเอะอะโวยวายกันต่อไป

ใช่ ก็ทุกครั้งจะเอะอะอะไรก็ต้องกระแทกต้องด่าต้องยื่นหนังสือ ซึ่งเหนื่อยนะ กับการทำแบบนี้ (หัวเราะ) ผมว่าทำให้การเปลี่ยนจากโทรทัศน์ยุคแอนะล็อกเป็นดิจิทัลให้เป็นวาระแห่งชาติแล้วไม่ใช่ กสทช. ทำคนเดียวต้องใจกว้างให้คนอื่นทำด้วยเช่นเมื่อคุณแจกคุปองแจกกล่องพิสูจน์แล้วว่าล้มเหลวคุณให้คนอื่นทำดีกว่าไหม เช่น กระทรวงพาณิชย์หรือ กระทรวงมหาดไทย ที่เขามีเครือข่ายทุกครัวเรือนให้มาช่วยตีพิมพ์หรือการประชาสัมพันธ์ถือไว้เองแล้วประธานเป็นวิศวกรก็ไม่เข้าใจ งานด้านนี้ทำไมไม่ตั้งคณะกรรมการ เพื่อให้คนที่ชำนาญด้านการประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยวางแผนดำเนินการที่ผ่านมามีโฆษณาแค่ตัวมีสคอตเดินไปเคาะประตูบอกว่าคุณมาแล้ว ชาวบ้านไม่เข้าใจอะไรเลยดิจิทัลทุกอย่างก็ดูดาวเทียมอยู่แล้วจะเปลี่ยนทำไมต้องอธิบายให้เข้าใจให้ได้

คนไม่รู้ว่าการมีดิจิทัลทีวี ถ้าเกิดภัยพิบัติเราใช้เตือนภัยได้ยุคนี้สภาวะอากาศเปลี่ยนแปลงพายุ น้ำท่วมเราไม่มีระบบเตือนภัย ดิจิทัลเตือนภัยเป็นโซนได้เพราะมี 39 เสาส่ง 39 พื้นที่กรณีเกิดเหตุที่ต้องเตือนภัยเราส่งข้อมูลเข้าหน้าจอทีวีของคนดูในแต่ละจังหวัดหรือเข้ามือถือได้เลยมีตัววิ่งโลโก้ตัววิ่งซึ่งโทรทัศน์ดาวเทียมทำไม่ได้เพราะแยกการออกอากาศไม่ได้ต้องส่งเหมือนกันทั่วประเทศการแยกการออกอากาศตามโซนมีประโยชน์อีกหลายอย่าง เช่นด้านการศึกษาที่สามารถใช้ภาษาถิ่นได้เป็นต้น

ก็ผ่านมา ดูเหมือนเราไม่ค่อยได้พูดถึงช่องสาธารณะอีก 24 ช่องกันสักเท่าไร

มาสเตอร์แพลนทีวีดิจิทัล อย่ายอมแค่ช่องเอกชนเพราะเรามีทั้งหมด 48 ช่องสถานี ของเอกชน 24 เราเพิ่งเดินมาครึ่งทาง ช่อง 5 ช่อง 11ไทยพีบีเอส 2 ช่อง อยู่ในกลุ่มสาธารณะ ทีวีรัฐสภา กำลังจะออกอากาศก็เหลืออีก 8 ช่อง แล้วเฟซถัดไป คือพอแอนะล็อกสวิตซ์ออฟ ช่อง 3 ช่อง 7 จะคืนคลื่นความถี่การคืนคลื่นความถี่หมายความว่าเมื่อช่อง 7 หหมดสัมปทาน ไม่ใช่คืนให้ช่อง 5 แต่คืนให้ กสทช.



ช่อง 3 หมดสัมปทานไม่ใช่คืนให้ อสมท. แต่ต้องคืนให้ กสทช. หลังจากนั้น กสทช. นำมาจัดสรรใหม่ เดิมหลักการบอกว่า ผู้ประกอบการที่ประมูลช่องสแตนด์อาร์ทสามารถอัปเกรดเป็นไฮเดฟได้ หลังสวิตซ์ออฟ เช่น เนชั่นอยากเป็นไฮเดฟก็ประมูลเฉพาะในกลุ่มนี้ แต่ก็ยังมีความถี่เหลืออีก อาจปรับให้เป็น 4K ความคมชัดจะสูงขึ้นอีก หลายประเทศใช้ระบบนี้กันแล้ว ไฮเดฟ ชัดกว่า สแตนด์อาร์ท 4 เท่า 4K ชัดกว่าไฮเดฟอีก 4 เท่า เพราะใช้แบนด์วิดท์มากขึ้น เหมือนที่เราเห็นในห้างทีวี 4K ชัดใส กลับมาบ้านทำไมไม่ชัดก็ตันทางยังไม่ใช่ เวลาใช้เครื่องรับปลายทางมารอแล้วแต่ต้นทางยังเป็นสแตนด์อาร์ทอยู่ก็ต้องเอาคลื่นความถี่มาอัปเกรด

ระบบดิจิทัลยังมีอะไรดีๆ อีกเยอะ และคนไม่ค่อยรู้

กสทช. คิดเป็นไหมล่ะ คนทั่วไปพูดอยู่ 24 ช่อง มันไม่ใช่ไง คลื่นความถี่ยังมีให้ใช้อีกเยอะ

กสทช. ยังมีการกิจอีกเยอะ ประเมินว่าจะเป็นอย่างไร

ผมประเมินชุดนี้ว่าไม่ไหว เราพูดถึงดิจิทัลไม่ใช่แค่ 24ช่องกำลังพูดถึงภาพใหญ่ กสทช. ควรให้ความรู้กับชาวบ้านและแผนควรจะเป็นว่าทุกบ้านรับดิจิทัลได้ด้วยอุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช็ตท็อปบ็อกซ์ หรือโทรทัศน์ที่มีจูนเนอร์ หรือมีดีไวซ์ที่รับได้ ดาวเทียมควรเป็นรองไม่ควรเพิ่มจำนวนมากกว่านี้ควรลดลง หรือสัดส่วนลดลงโดยปริยายเมื่อจำนวนบ้านเรือนเพิ่มขึ้นมีบ้านใหม่ไม่ควรติดจานดาวเทียมแล้ว ถ้าสัญญาณดิจิทัลสามารถเข้าถึงได้

สถานการณ์การเปลี่ยนช่องทางการรับชมตอนนี้ เป็นอย่างไร

ดาวเทียมอ้างตัวเลข 70 เปอร์เซนต์แต่รวมทรูเข้าไปด้วยบ้านในกรุงเทพฯ ติดตั้งดาวเทียมได้น้อยกว่าต่างจังหวัดเพราะบ้านเล็กตั้งจานไม่ได้ต่างจังหวัดใช้ดาวเทียมเยอะกว่า โดยเฉพาะนอก

เขตเทศบาลเป็นดาวเทียม 70 เปอร์เซนต์ เพราะสัญญาณแอนะล็อกไปไม่ถึงกรุงเทพฯ สัญญาณถึงแต่บางที่ถูกบังก็ติดทรู หรือใช้จานเล็กจานเล็กก็มีปัญหาฝนตกดูไม่ได้ โทรทัศน์ทางเลือกรับมีปัญหาหลายอย่างจานเล็กฝนตกเมฆมากรับไม่ได้ จานใหญ่แต่บ้านเล็กก็รับไม่ได้ หอพักรับไม่ได้ต้องจ่ายสตางค์ด้วยก็มีต้นทุน แต่ถ้าเป็นดิจิทัลอยู่หอพักซื้อโทรทัศน์มาก็ดูได้แล้วแค่เอาเสาเล็กๆ วางที่ระเบียงจะทำให้การรับชมแพร่หลาย เหมือนรถไฟฟ้าสร้างบีทีเอสแรกๆ คนไม่ขึ้นเพราะสายสั้นขึ้นแล้วไม่รู้จะไปไหนต่อ แต่พอมีใต้ดินมาเชื่อมคนก็ใช้เยอะขึ้น ประชากรกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นหรือเปล่าแต่ทำไมคนใช้เยอะขึ้นตั้งหลายเท่า สร้างเท่าไรก็ไม่พอ เหมือนกันถ้าโครงข่ายดิจิทัลสมบูรณ์แบบ คนก็จะหันมารับชม

สื่อโทรทัศน์อย่างไรก็ต้องเดินไปในทิศทางนั้นแต่อาจจะยากลำบาก

ถูก แต่ 2-3 ปีแรก มันเป็นวิบากกรรมมาก ถ้าเศรษฐกิจดีขึ้นวิบากก็น้อยลง คือที่ผ่านมากคนทำโทรทัศน์เข้าประมูลความหวังคือว่าจะกลั่นใจดำเนินไปอีก 2 ปีครึ่งเพื่อให้ถึงวันที่แอนะล็อกสวิตซ์ออฟโครงการดีขึ้นการแข่งขันทุกอย่างจะเท่าเทียมกันเขาไม่กลัวหรอกช่อง 3 ช่อง 7 แต่จะไปถึงจุดนั้นกันสักกี่รายถ้า กสทช. ยังเป็นแบบนี้อยู่

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



เขมทัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (PPTV)



"เมืองนอกโมเดลนี้ประสบความสำเร็จมาก สำนักข่าวเป็นอิสระ บ่อนข่าวให้ช่องต่างๆ ได้ แต่พฤติกรรมคนไทย คือ ต้องมีทีมข่าวของตัวเอง ขณะนี้คนทำข่าวบอกว่าฉันไม่คอมเมอร์เชียล จะอยู่กับสถานี ทำเพื่อสถานี แต่บริบทอย่างนี้ต้องเปลี่ยนแปลงตามสังคม เมืองนอก สำนักข่าวจะมีอิสระ แล้วขายข่าวให้ช่อง เหมือน ซีเอ็นเอ็น บีบีซี อัลจาซีรา ไม่ต้องมีช่องของตัวเอง ถ้าเราทำแบบนี้ ทีมของเราเองมีภาษีดีกว่าเพราะอยู่ใกล้ฝ่ายบริหาร กำมองในอนาคตเราต้องปรับสำนักข่าวให้เป็นอิสระ และไม่สู้แต่เฉพาะตลาดไทย แต่สู้อาเซียนด้วย ตอนนี้สิงคโปร์เริ่มรุกตลาดแล้ว"

ขมกัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่

บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง (PPTV)

จากที่วางไว้ว่าจะเจาะกลุ่ม พรีเมียมแมส ในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง

จากโพลชิ้นหนึ่งที่วางไว้เราก็เดินตามกรอบ จะเห็นว่าสิ่งที่เราทำพยายามคือนำเนื้อหาระดับพรีเมียมมานำเสนอตลอด 15 เดือน คือ ซีรีส์ เกาหลีพรีเมียม ซีรีส์อาเซียน ข่าวก็ไม่ใช่ข่าวแบบชาวบ้านแต่เป็นข่าวในกระแสที่มีสีสัน ทีมข่าวของเราจากกรรมการสมาคมนักข่าวฯ และอีกหลายแห่งสุดท้ายที่กำลังได้รับความสนใจมากคือ กีฬาเราได้สิทธิ์วีรนาเมนต์ ในแง่ฟรีทีวี รวมแอนะล็อกและดิจิทัลเรามีมากที่สุด ตั้งแต่ฟุตบอลยูโร ไอซีซี (International Champions Cup : ICC) ทีวีนาเมนต์ใหม่เพิ่งเกิด 3 - 4 ปี เอาทีมแชมป์จากยุโรป อเมริกามาเจอกันในสามทวีป ทีมชาติพวกนี้มีแฟนคลับดู และการจัดคอนเสิร์ตแพงเราก็ได้สิทธิ์ตรงนี้มาเดือนหน้าถึงปีหน้าได้อีกสองลีกคือ บุนเดสลีกา กับ พรีเมียร์ลีก

เรามองว่าโพลชิ้นหนึ่งที่วางไว้ ของที่เป็นพรีเมียมคุณดูกีฬา คือ วันถ่ายทอดสด ไม่สามารถดูย้อนหลังได้ จำนวนผู้ชมจะสูงที่สุดไม่ว่าเป็นฟุตบอลโลกเรามองว่ากีฬาไม่มีพิษภัยดูได้ตลอดลีกกลุ่มเป็นตัวเป็นหลักของเรา ในการขับเคลื่อนปีหน้า

พรีเมียมหมายถึงดีที่สุดในทุกกลุ่มเนื้อหาที่น่าสนใจ

หมายถึงเรากัดมาให้แล้ว อาจไม่ใช่ดาราดัง แต่เป็นของที่คุณเสพแล้วไม่เสียดายเวลา เหมือนชื่อของอาจไม่ใช่แบรนด์ระดับโลกแต่ว่าคุ้มค่าเหมือนโพลชิ้นหนึ่งบอกสโลแกนที่ว่าเรื่องดี ๆ ที่คุณต้องดูเราจัดให้ทั้งหมดอย่างพรีเมียมที่เราบอกเป็นเวลาดคลาสเสตนดาร์ด พรีเมียม ซึ่งที่อื่นไม่มีที่ผ่านมาราวางแผนไว้อย่างนี้ ซึ่งตอบโจทย์เพราะฐานคนดูเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ฐานคนดูกับเรตติ้งต่างกัน ปีแรกเป็นเกาหลี กลุ่มแม่บ้านเริ่มเห็นชัดต่อมาในกลุ่มข่าวซึ่งน้อยอยู่ แต่ช่องละครเรามีแฟนคลับชัดเจน พอแฟนกีฬาเราออกแค่สามเดือนคนดูเพิ่มขึ้นพรวดเลย

กบดูพีพีทีวีเป็นกลุ่มไหน

มีสองประเภท ประเภทที่หนึ่งเป็นกลุ่มใหม่เลย เช่น กลุ่มดูซีรีส์เกาหลี เป็นวัยรุ่นที่ไม่ดูจากหน้าจอแต่ดูจาก Second Screen เราเห็นว่ามีความเวอร์สูง ก็สร้างแพลตฟอร์มใน Second Screen ด้วย กลุ่มที่สองคนดูละคร แต่ไม่ชอบละครแบบเดิม ๆ แตกต่างจากแมสเดิม ๆ เราเป็นกึ่งกีฬา เป็นยูนิเวอร์แซล ดูได้หมดซึ่งกีฬาเป็นกลุ่มใหม่ ในฟรีทีวีสิบปีที่ผ่านมา เวลาดูกีฬาต้องเสียค่าสมาชิกเปย์ทีวี ครั้งละ 4-5 แสนคน แต่ฟรีทีวีแมทซ์แรกบางทีได้ 2-3 แสนคน แล้วจากที่



ไม่มี คนเราก็อับไปเรื่อย ๆ เราได้กลุ่มใหม่ตลอด เวลาพอดูแล้วติดกลายเป็นฐานผู้ชม ฉะนั้นเรตติ้งเราเพิ่มขึ้นตลอดเพียงแต่ช้ากว่าช่องอื่นเพราะเรามีบันทึงเรตติ้งเป็นแมสสูงกว่าเราแต่เรามั่นใจว่าคนดูของเราชัดเจนและยั่งยืน

รูปแบบการผลิตรายการเป็นอย่างไร

ผลิตเองน้อยมากมี 4 รายการเราซัพพอร์ตรายการอื่นด้วย เช่นรายการข่าวซัพพอร์ตหมายถึงการทำโปรดักชั่นไม่ใช่เจ้าของรายการเอง สถานีโทรทัศน์เหมือนห้างสรรพสินค้า คุณเป็นเจ้าของเซล์ฟ เจ้าของห้างต้องดึงพาร์ตเนอร์เอาสินค้ามาลงคุณไม่สามารถทำเฮาส์แบรนด์ได้หมด ที่วิทูภช่องของโลกเฮาส์แบรนด์น้อยมา กไม่อย่างนั้นไม่น่าเชื่อถือ คนอยากซื้อสินค้าที่หลากหลายทำไมต้องมาซื้อเฮาส์แบรนด์ห้างสรรพสินค้าจะทำให้ดูเท่เป็นแมสอยู่ที่เราวางโพลีชั่นนิ่งสินค้า

เราวางตัวว่าเป็นพรีเมียมแมส และเขาคงไม่ใช้สินค้าที่ดูกระจอก เขาอยากใช้สินค้าดี ๆ ในเชิงจิตวิทยาคนต้องอัปเดตไปเรื่อย ๆ เมื่อเราโปรดักชั่นสินค้าดีราคาถูก หรือฟรีคนยอมมาหาเรา เราใช้มาร์เก็ตติ้งนำด้วยถ้าเราเป็นแมสจะอัปเดตเป็นพรีเมียมเป็นไปไม่ได้ ถ้าเป็นพรีเมียมแล้วจะแบ่งกลุ่มย่อยลงมาได้และจะตอบโจทย์ว่าเนื้อหาที่เราวางไว้ แมส สัมผัสได้หมดเข้าถึงได้หมดอย่างกีฬาเป็นพรีเมียมแต่แมสชอบ

การดีลกับผู้ผลิตรายการ เป็นอย่างไรบ้างเมื่อจำนวนช่องสถานีมีมากขนาดนี้

ช่องออนไลน์เดิมต้นทุนไม่แพง เพราะเชิญผู้ผลิตมาสามารถทำใหม่ซ้ำได้เขามีเวลาอยู่แล้วและให้คนนอกผลิตขายและแบ่งรายได้กัน แต่ช่องใหม่อย่างเราก็อ่อนเพราะเรตติ้งยังไม่มีแบรนด์ดังยังไม่เกิด ใครจะกล้าร่วมลงทุนในการเจรจาตรงนี้ เราต้องควักทุนก่อนเพื่อสร้างให้แบรนด์แข็งแรงและเรียกรเรตติ้ง

มีแนวคิดจะผลิตรายการเองหรือไม่

ถ้าผลิตเองปัญหาคือต้นทุนจะสูงกว่านี้ เรื่องคนอุปกรณ์ต้องเพิ่มขึ้น เรากำหนดทั้งบริษัทว่าไม่เกิน 300 คน ถ้าผลิตเองค่าใช้จ่ายไม่รู้จะบานปลายแค่ไหน แต่การซื้อรายการเป็นฟิสิกส์คออสตีวีการคือเราต้องไปเลือกดูของที่สร้างเรตติ้งได้

วางแผนเนื้อหาและการนำเสนอข่าวไว้อย่างไรบ้าง

มีข่าวตั้งแต่เช้า เทียง คำ มีเบรกกิงนิวส์ 10 ช่วงต่อวัน จันทร์-ศุกร์ และ มีวาไรตี้ข่าว เรื่องเป็นข่าว สรุปรวบรวมมาตีงประเด็นใหญ่ ๆ แล้วขี้มีอินโฟกราฟิกเสริม ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์เป็นข่าวเบา ๆ ตอนเช้า ข่าวต่างประเทศที่เราซื้อมาข่าวเทียงและคำเท่านั้นแต่ข่าวคำไม่เหมือนช่องอื่นเล่นประเด็นใหญ่สมมติมีเวลา 1 ชั่วโมง เราเล่นประเด็นใหญ่ 20 นาที ขี้ให้เห็นเลย ลงพื้นที่ทำซึ่งได้รับการยอมรับจากคนดูเยอะมากเรตติ้งก็ดี ผู้ประกาศต้องคุยกับโปรดิวเซอร์ข่าว แล้วรันคนเดียวต้องจำสคริปต์ได้ เราทำเป็นช่องแรกผู้ประกาศเป็นคนดำเนินรายการและมีผู้สื่อข่าวในพื้นที่โยกัน

บริหารทีมข่าวอย่างไร

ไซส์ไม่ใหญ่ คนหนึ่งต้องทำได้ทุกอย่างในแง่ภารกิจบางคนเป็นบรรณาธิการข่าว ต้องรายงานสก็ูปได้ด้วยไม่ต้องแต่งหน้ารายงานดิบๆ เลย ส่วนคนที่เป็นผู้ประกาศนั่งหน้าจอ ไม่ใช่สวยอย่างเดียวต้องเข้าใจเนื้อหาในหาบริบทข่าวอยู่ตรงไหน เข้าใจวิธีการเล่นกับตัวคนดู กับ กราฟิก

ในที่สุดทุกคนเลือกที่จะผลิตข่าวเอง การเอาต์ซอร์สข่าวเป็นทางเลือกหรือไม่

ปีที่แล้วเราทำให้ข่าวเป็นเอาต์ซอร์สเพราะทีมเอาต์ซอร์สแข็งแรงและยืดหยุ่นได้ ขณะเดียวกันสถานีซัพพอร์ตบางส่วนไป ในเมืองนอกโมเดลนี้ประสบความสำเร็จมาก สำนักข่าวเป็นอิสระป้อนข่าวให้ช่องต่างๆ ได้ แต่พฤติกรรมคนไทยคือต้องมีทีมข่าวของตัวเอง ขณะที่คนทำข่าวบอกว่าฉันไม่คอมเมิร์เชี่ยลจะอยู่กับสถานีทำเพื่อสถานีแต่บริษัท



อย่างนี้ต้องเปลี่ยนแปลงตามสังคม สังคมเมืองนอกสำนักข่าวจะมีอิสระ แล้วชายข่าวให้ช่องเหมือน ซีเอ็นเอ็น บีบีซี อัลจาซีรา ไม่ต้องมีช่องของตัวเอง ถ้าเราทำแบบนี้ทีมของเราเองมีภาคีดีกว่าเพราะอยู่ใกล้ฝ่ายบริหาร ถ้ามองในอนาคตเราต้องปรับสำนักข่าวให้เป็นอิสระและไม่สู้แต่เฉพาะตลาดในไทยแต่สู้อาเซียนด้วย ตอนนั้นสิงคโปร์ เริ่มรุกตลาดแล้ว

หมายความว่างานข่าว ควรมีรายได้เป็นของตัวเอง

ใช่ เพราะปัจจุบันยังเป็นวิธีคิดแบบโบราณ เรามีรากฐานจากวิทยุ หนังสือพิมพ์ ว่าฉันมีจริยธรรมสื่อไม่ทำข่าวอย่างนั้นอย่างนี้ แต่ถ้าเรียนรู้วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์สมัยใหม่ไม่ใช่แบบนั้น คนทำข่าวแพดเทิร์นเดิม กับนักข่าวพลเมืองที่ทำทางโซเชียลมีเดียลึกลับพอกัน เพียงแต่เขาไม่ได้ไลเซนส์เป็นนักข่าวตรงนี้จะตอบอย่างไร และปัจจุบันสำนักข่าว ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เอาข่าวมาจากโซเชียลทั้งนั้น ซึ่งเรื่องนี้จะเชื่อมโยงกับการปฏิรูปสื่อ เพราะกรรมการปฏิรูปสื่อมาจากสายหนังสือพิมพ์ไม่เข้าใจบริบทพวกนี้สักเท่าไรเราพูดมากไปก็ไม่ได้ วิธีคิดคือสื่อหนังสือพิมพ์ต้องมีจริยธรรมซึ่งก็ถูก แต่ปรากฏว่าสื่อหนังสือพิมพ์ไม่มีการกำกับเลย ดูแลตัวเองได้แต่เราโดนกำกับโดย กสทช.

ในที่สุดต้องดึงคนจากหนังสือพิมพ์ซึ่งมีประสบการณ์มาช่วย เพราะคนข่าวทีวีไม่พอ วิทยุหรือไม ในแง่การปรับตัวทำได้มากน้อยเพียงใด

ต้องมานิยามกันใหม่ คำว่าสื่อคืออะไร ตอนนั้นเราคุยกันว่า สื่อมวลชนไม่ใช่แค่ 5 W 1 H อีกแล้ว แต่ต้องมีมากกว่านั้นจริยธรรมทุกคนมีหมด ประเด็นคือเรามีจริยธรรมเข้มเราทำข่าวเจาะลึกแล้วทำไมยังโดน กสทช. เรียกไปชี้แจงแล้วเรียกทุกสัปดาห์สมเหตุสมผลหรือไม่อย่างนี้เรียกว่าแทรกแซงสื่อหรือเปล่า เขาบอกว่าไม่ได้แทรกแซง แต่กฎหมายกำหนดไว้คนเขียนกฎหมายคือคนอยู่ในสื่อสัก 20 เปอร์เซนต์

ที่เหลือเป็นนักวิชาการ ตรงนี้จะแก้อย่างไร กฎหมายข้อหนึ่งบอกกำกับดูแลด้วยตนเอง แต่ทำไมคุณยังมากำกับเรา

มองว่ายังมีข้อจำกัดในแง่การนำเสนอ อย่างนั้นหรือ

ใช่ และผมหงุดหงิดมาก เขาบอกคุณเข้มงวด คุณไม่เคยเป็นสื่อมวลชนมาก่อน ผมเป็นนักข่าวมาก่อนผมเรียนรู้เรื่องสื่อเยอะมาก เพียงแต่ไม่ได้ทำหนังสือพิมพ์แต่ในฐานะธุรกิจ สื่อมันเป็นบริบทใหม่แล้วจะคิดแบบเก่าไม่ได้

ขอให้ช่วยขยายความเรื่องความคิดแบบเดิมกับแบบใหม่

แบบเดิมยึดติดเรื่องจริยธรรมเป็นหลัก กับอำนาจหน้าที่ของสื่อและห้ามแทรกแซงแค่นี้เองนะที่เหลือเป็นเรื่องพัฒนาบุคลากร แต่แบบใหม่คุณต้องเข้าใจบริบทของผู้รับสารเขาอยากรับสารแบบไหนไม่ต้องโดนยึดเยียดการรับข่าวสาร ในยุคที่มีสิ่งเร้ามีเยอะการใช้เวลาในการเสพแต่ละสื่อน้อยลงอ่านหนังสือพิมพ์เฉพาะพาดหัวเปิดหน้าเพจที่ต้องการดูผู้รับสารสมัยใหม่เหมือนพวกสมาธิสั้นคุณจจะรองรับกลุ่มนี้อย่างไร อัดข้อมูลไปเยอะ ๆ เขาย่อยไม่ทันหรอก วิทยุโทรทัศน์ก็เหมือนกัน วิทยุมีน้ำมากกว่าเนื้อ มีข่าวแค่ต้นขั้วโง่ง หรือไม่กี่เป็นรายการทอล์กคนถึงจะติดจะกำกับดูแลกันอย่างไร ตอนนี้มีทั้งชายพระอาหารเสริม และ สีห้าปีที่ผ่านมากเกิดความขัดแย้งทางการเมือง ส่วนหนึ่งก็มาจากวิทยุชุมชน ที่วีแต่ละช่องลงเงินไปมหาศาลคงไม่บ้าเอาเงินไปถมทิ้งสำหรับข่าวไม่มีคุณภาพหน่วยงานที่กำกับต้องเข้าใจ การปฏิรูปสื่ออย่าปฏิรูปแค่นามธรรม ปฏิรูปที่องค์กรกำกับดีที่สุด

เมื่อพูดถึงการที่สื่อจะดูแลกันเอง บุคลากรเองมีความพร้อมเพียงใด

ผมมองทั้งองค์คาพยพ เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ การเรียนการสอนตอนนี้ผลิตเด็กไม่ได้เรื่องเลย ผมเคย



ไปสอนนักศึกษาปริญญาโทหลายมหาวิทยาลัยถามว่านักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์วันละกี่ฉบับ คุณย่อยข้อมูลกี่ฉบับภายในกี่นาที ไม่มีใครตอบได้ ถามว่าเปิดหนังสือพิมพ์ คุณเปิดหน้าไหนเป็นหน้าแรก บางคนบอกเปิดหน้าบ้านเที่ยง ถ้าคุณไปทำงานแต่ไม่สามารถย่อยข้อมูลเชิงลึกได้จะทำอย่างไร นี่คือนโยบายหลักสูตรที่ยังวางแบบเดิม ๆ คณะสื่อมวลชนของบางมหาวิทยาลัยเรียนแต่ทฤษฎี อาจารย์ที่สอนใส่วิถีคิดของตัวเองเข้าไป เด็กจบมารู้แต่ภาคทฤษฎี ไม่มีปฏิบัติ ๆ ขณะที่บางแห่งก็เก่งเฉพาะการใช้อุปกรณ์เครื่องมือ

มองทางออกในเรื่องการผลิตบุคลากรอย่างไร องค์กรที่เป็นวิชาชีพบุคลากรเองมีส่วนร่วมได้ หรือไม่ เพียงใด

เราก็ยุ่งเรื่องธุรกิจ ไม่มีเวลาเทรนเด็กสถาบันที่เป็นกลางไม่มีที่จะพัฒนาตรงนี้ขึ้นมา ผมอยากให้มีเหมือนตลาดหลักทรัพย์ จะจบอะไรมาก็ตาม หากจะเป็นนักวิเคราะห์ต้องมาสอบ สื่อมวลชนเดี๋ยวนี้เด็กจบมาทำงานสักพัก เรียนปริญญาโทต้องมีสถาบันเทรนให้เป็นมืออาชีพจริงๆ ซึ่งไม่มี

เท่าที่ฟังมาปัญหาเยอะมาก มองโอกาสของโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างไร

ทีวีดิจิทัลมีโอกาสทำอะไรเยอะมาก หากไม่สนใจหน่วยงานกำกับ เราเดินหน้าไปคนดูเริ่มติดเพียงแต่ว่าเป็นพลังของคนทีเพิ่งเริ่มต้นนี้เราพูดแทนทีวีทุกช่องที่เริ่มใหม่กับกลุ่มที่อยู่มาก่อนแล้วยังมีกฎหมายคุ้มครองให้ คือ แอเนลล็อกหมดสัญญาปี 2563 แล้วยังไง กรรมการไปบังคับเขาอีก บังคับทำไมเท่ากับแอนะล็อกมากินส่วนแบ่งของตลาดดิจิทัลทีวีใช่หรือไม่

ยังมีความหวังกับการปฏิรูปสื่อเพียงใด

ไม่ถึงไหน เพราะไม่ดูภาพรวม ไม่เอาปัญหาหรือความเดือดร้อนของสื่อมาวิเคราะห์แล้วทำยุทธศาสตร์แต่แค่เอามาตราเดิม กฎหมายเดิมๆ ตั้งแต่ปี 2540 มาใส่ข้อความนิดเดียวปกป้องบางส่วนเพื่อไม่ให้คนมีอำนาจของบ้านเมืองมายุ่ง ทั้งที่ยังมีอีกหลายเรื่องที่ต้องทำ แต่ไม่ถูกพูดถึง ไม่เหมือนการปฏิรูป แต่เป็นการแก้ไขข้อความ ยิ่งแก้ยิ่งมัดตัวเองมากขึ้นอีก

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



นายฉัตรชัย ตะวันธรงค์

เจ้าหน้าที่บริหารสายงานปฏิบัติการ
สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี

"ยิ่งเราขย่ย่าว หรือ เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สังคมมากๆ ยิ่งต้องมีความ
รับฟังชอบสูง เมื่อมีความรับฟังชอบสูงมัน ไม่ใช่แค่มีจริยธรรม จรรยาบรรณอย่างเดียว
มันต้องยอมรับในสิ่งที่สังคมต้องการด้วย จะไปมองว่ายกตนอยู่เหนือสังคม แต่ไม่ปรับปรุงไม่ได้
วันนี้ถ้าสังคมเรียกร้องปฏิรูป หมายความว่า สังคมมองสื่อว่า
มีข้อบกพร่องบางอย่างที่เห็นควรว่าจะต้องปรับ เราต้องรับฟังโดยดี แล้วก็วินิจฉัย หากทางแก้ไข
หาวิธีทางให้สังคมเข้าใจ หรือ ฟังพอใจว่าเราเห็นตรงนี้และแก้ไข"



ถึงเวลาที่สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยจะต้องปฏิรูปตัวเองแล้วหรือยัง และ สื่อควรจะปฏิรูปด้านไหนบ้าง ?

การปฏิรูปสื่อ ไม่มีเวลาที่แน่นอนการปรับปรุงพัฒนาเป็นหน้าที่ของคนสื่อที่จะต้องประเมินตัวเองอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้ว ไม่ใช่ในปีนี้ มาถามคำถามนี้ ปีหน้าจะไม่ถามการปฏิรูป เป็นพลวัตปกติของคนสื่อที่ต้องปรับตัวให้ทันต่อสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปต่อความต้องการของผู้บริโภคสื่อถ้าผู้บริโภคสื่อมีปฏิกริยาต่อสื่อมีรสนิยมมีความต้องการได้รับผลกระทบจากสิ่งอื่นๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไรสื่อควรปรับตัวไปตลอดเวลาตามนั้นคนอาชีพสื่อไม่ควรยึดติดไม่ควรติดอยู่ในกรอบ และ ต้องเห็นคุณค่าในตัวเองต่อสังคมอย่างทัดเทียมตลอดเวลาไม่ยากให้การปฏิรูปมันเป็นแค่กระแสที่ยุคหนึ่งต้องมาถามว่าปฏิรูปหรือยัง สื่อต้องพัฒนาแต่ต้องคงอยู่ในมาตรฐานวิชาชีพ จริยธรรม จรรยาบรรณ อันนี้ไม่เรียกว่าการปรับตัวสำหรับการปฏิรูปแต่เราเรียกว่าการยึดมาตรฐานวิชาชีพจรรยาบรรณในการทำสื่อมันก็ถูกกระทบโดยสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เหมือนกัน แม้ว่าเราจะคิดว่าเราอยู่ในมาตรฐานที่ทำถูกต้องสูงสุดแล้วก็ตาม

คิดอย่างไรกับการเรียกร้องและการเสนอจากภาคส่วนต่างๆ ให้มีการปฏิรูปสื่อ ปฏิรูปคน และ ปฏิรูปเนื้อหา

หน้าที่ของสื่อคือการสื่อสารทำความเข้าใจถ่ายทอดเหตุการณ์สถานการณ์ เป็นปากเป็นเสียงดูแลสังคมในมาตรฐานจรรยาบรรณวิชาชีพ ยิ่งเราขายข่าวหรือเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับประชาชนสังคมมากๆ ยิ่งต้องมีความรับผิดชอบสูงเมื่อมีความรับผิดชอบสูง มันไม่ใช่แค่มีจรรยาบรรณอย่างเดียวมันต้องยอมรับในสิ่งที่สังคมต้องการด้วยจะไปมองว่ายกตนอยู่เหนือสังคมแต่ไม่ปรับปรุงไม่ได้ วันนี้ถ้าสังคมเรียกร้องปฏิรูปหมายความว่า สังคมมองสื่อว่ามีข้อบกพร่องบางอย่างที่เห็นควรว่าจะต้องปรับเราต้องรับ

ฟังโดยดีแล้วก็วินิจฉัยหาทางแก้ไขหาวิถีทางให้สังคมเข้าใจหรือฟังพอใจว่าเราเห็นตรงนี้และแก้ไข

การมีโทรทัศน์เยอะๆ มีข่าวเยอะๆ แล้วมีการแข่งขันเยอะ การแข่งขันสูงบางทีก็เกิดการล้ำเส้นเกิดการพยายามชิงดี ชิงเด่นทางธุรกิจและแข่งกันนำเสนอจนกระทั่งลืมความพอดีลืมการรับผิดชอบต่อสังคม สื่อไม่ได้อยู่เหนือใคร สื่อต้องให้ความเคารพสูงสุดกับผู้ตกเป็นข่าว กับผู้อยู่ในข่าว กับคนที่ได้รับผลกระทบจากข่าว หรือแม้กระทั่งประชาชนทั่วไปที่เสพข่าวสิ่งที่เราทำอยู่คือการเอาชีวิตของคนหลายคนมาเล่น เนื้อหาที่เราเล่นวางอยู่แค่นี้ เพราะฉะนั้นความรับผิดชอบต้องสูงมากว่าคุณกำลังเอาสิ่งที่เกิดขึ้นในที่มืดมาอยู่ในที่สว่างนั้นหมายความว่า คุณต้องแน่ใจว่าสิ่งที่คุณถ่ายทอดออกไปเป็นสิ่งที่ถูกต้องและให้ความเคารพต่อผู้ตกเป็นข่าวโดยสมบูรณ์

ส่วนคนในสื่อเองแน่นอนเรื่องของทัศนคติ เรื่องของความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในวิชาชีพนั้นก็ต้องปรับหลังๆ สื่อมีการขยายตัวมากขึ้นโทรทัศน์มีมากขึ้นคนที่ก้าวเข้ามาในวงการสื่อเยอะขึ้นต้องยอมรับว่าอาชีพสื่อเดินเข้ามาได้ไม่ยากวิชาชีพนี้เป็นวิชาชีพ ที่ไม่ต้องสอบใบอนุญาตไม่เหมือนหมอที่ต้องเรียนมาคร่ำเคร่งต้องมีใบอนุญาตประกอบโรคศิลป์ ไม่เหมือนทนายที่ต้องมีใบอนุญาตทนายเพราะฉะนั้นเมื่อเข้ามาง่าย แล้วมีคนจำนวนมากการแข่งขันสูงการดูแลขององค์กรต่อบุคคลที่เข้ามาทำงานบางทีก็อาจจะไม่ทัน ขาดการดูแลอบรมฝึกฝนสร้างความเข้าใจในวิชาชีพนี้ที่ถูกต้องตั้งแต่เริ่มวันแรกในการทำงาน

ถ้าตรงนี้คนสื่อขาดการปลูกฝังอบรมอย่างดี บางทีเขาอาจจะเข้าใจผิดนึกว่าอะไรก็ง่ายทำอะไรก็ได้หลายครั้งเราจะเห็นว่าอย่างโทรทัศน์เวลาไปถ่ายภาพบางทีอาจจะมีภาพที่ไม่เหมาะสมมีภาพที่ไม่เคารพสิทธิ เยาวชน สตรี ผู้ที่ตกเป็นข่าวอาจจะมีความหลุดที่ไม่เหมาะสมกับเยาวชนที่ดูที่บ้าน เพราะฉะนั้นถ้าผู้ตกเป็นข่าวไม่ได้ถูกคุ้มครองอย่างครบถ้วนบางครั้งจะมีหลุดมาเป็นระยะ เช่น



เราไปถ่ายภาพอุบัติเหตุถ่ายศพหลายๆ ครั้งมัน หลุดออกมา ในมุมมองของนักข่าวมันดูไม่เท่าไรแต่ เราต้องเอาหัวใจไปแทนคนที่ตกเป็นข่าว เราต้อง ให้เกียรติเขาเคารพเขาต้องรู้ว่าสิทธิที่เขา มีอยู่เป็น ยังไงต้องดูแล

สื่อควรปฏิรูปเนื้อหาในการนำเสนอด้วยหรือ หรือไฟ?

การปฏิรูปเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ เนื้อหาทั้งหมดเป็นสิ่งไทยรัฐพยายาม จะทำ คือ การปฏิรูป ทั้ง 3 ส่วน คือตัวองค์กร ตัวคน ตัวเนื้อหาสาระ เนื้อหาสาระแน่นอนว่ามาจากจุดเริ่มต้นจุดเดียว คือการที่ก้าวไปสู่ธุรกิจนี้และต้องแข่งขัน เมื่อ การแข่งขันรุนแรงทุกคนก็คิดที่จะแตกต่าง การ คิดแต่จะแตกต่างมันมีความเสี่ยงอยู่ด้วยเสมอ เพราะความแตกต่างบางครั้งถ้าไม่ละเอียดเพียงพอ ก็ไปกระทบมาตรฐานความเป็นสื่อที่ดี ทั้ง จรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรม วิธีการนำเสนอ ที่แตกต่าง แต่บนความแตกต่างที่แข่งขันกัน ไทยรัฐพยายามจะนำคือการยกมาตรฐานการ นำเสนอขึ้น

ตั้งแต่วันที่ไทยรัฐทำ คือ ตั้งใจหย่ว่าถ้า เราจะทำโทรทัศน์ 24 ช่อง คนดูจะได้อะไรถ้า ไทยรัฐจะเดินลงสนามโทรทัศน์ คนดูจะได้อะไร ที่แตกต่างให้ผลดีแก่ผู้บริโภคการที่มีไทยรัฐทีวี มันไม่ได้จุดประกายว่าไทยรัฐทำทีวี แต่มันจุด ประกายให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ช่วยเติมให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์พัฒนาเร็วขึ้นในกระบวนการผลิตและการนำเสนอ เราทบทวนใหม่หมด ทบทวนทุกกระบวนการทำงานโทรทัศน์พยายาม จะยกระดับขึ้น นี่คือการแข่งขันในเชิงเนื้อหาที่ เราพยายามจะเปลี่ยน

ผมพูดกับทีมงานเสมอว่าความยากของเราคือประโยชน์ของคนดู ถ้าคนโทรทัศน์คนสื่อ ทำงานง่ายความลำบากก็ตกอยู่กับผู้บริโภค แต่ถ้าเราเลือกที่จะทำงานยากทำให้ดีใช้คนให้ เยอะใช้เวลาให้เยอะลงทุนให้เยอะใช้เครื่องมือให้เยอะผลลัพธ์ที่ออกมามันก็จะดีกับคนดู

เพราะฉะนั้น ทางที่เราไปคือเลือกทางยาก ทำทุกอย่างให้ยากเสมอเพื่อให้ความยากนำมาซึ่ง คุณภาพทั้งในองค์กรรวมในจอมันทำไม่ได้ในวันเดียว แต่ถ้ามันมีทิศทางอย่างนี้ เราก็จะพุ่มพุกอบรมคน ของเราให้มุ่งมาทางนี้

สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ได้เข้าไปมีส่วนกับการปฏิรูปสื่อ ปฏิรูปคน และปฏิรูปเนื้อหาอย่างไรบ้าง ?

สิ่งที่เราทำมันช่วยผลักดันให้หลาย ๆ คนใน อุตสาหกรรมนี้พัฒนาตามในมาตรฐานโทรทัศน์ พัฒนาเปลี่ยนแปลงตาม ไทยรัฐทีวี ลงทุนประมูล โบอนุญาตมาในกลุ่ม HD ความคมชัดสูงในหมวด วาไรตี้ สิ่งที่เราทำคือความคมชัดสูงในหมวดวาไรตี้ และเราทำยิ่งกว่านั้นคือยกคุณภาพมาตรฐานการ ผลิตรายการไม่เว้นแม้แต่รายการง่าย ๆ อย่างราย การข่าว หรือ รายการบันเทิงให้มีคุณภาพดีกว่าใน อดีต เราไม่ได้หมายความว่าคนเก่าทำไม่ดีคนที่มี อยู่อาจจะมีการจำกัดในหลายๆ เรื่อง แต่หลายเรื่อง ต้องยอมรับว่าเทคโนโลยีมันเข้ามามีบทบาทใน การทำงานข่าวค่อนข้างเยอะ แล้วคนก็สามารถ เข้าถึงข่าวค่อนข้างง่ายด้วยอิเล็กทรอนิกส์มีเดีย ช่องทางต่างๆทั้งโทรทัศน์โลกโซเชียล อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ คนเข้าถึงข่าวง่ายมากและง่ายในหลายมิติ ไม่ได้เข้าถึงทางเดียวแต่เข้าถึงแบบทวิเวย์มีส่วนร่วม ในการรายงานข่าว

วันนี้คนเสพข่าวจำนวนหนึ่งจากผู้สื่อข่าวภาค พลเมือง เช่น ไปถ่ายคลิปมา เพราะฉะนั้นวัตถุประสงค์ ในการทำงานข่าววันนี้มีประชาชนเข้ามาช่วยค่อนข้างเยอะ จากสังคมนิวมมีเดียและเทคโนโลยีต่างๆ ที่มันเปลี่ยนไปนี่คือเหตุที่ประชาชนไม่ได้ต่างจาก เราคำถามใหญ่ๆ คือ เมื่อวันนี้เรามีมือถืออยู่กว่า ร้อยล้านเครื่อง 2 เท่าของจำนวนประชากร ร้อย กว่าล้านเครื่องเกินครึ่งที่มีกล้องอยู่ครึ่งหนึ่งที่ต่อ อินเทอร์เน็ตได้ หมายความว่าวันนี้คนทั้งประเทศมี กล้องของตัวเองมีช่องทางสื่อของตัวเองมีสิทธิใน การสื่อสารเป็นของตัวเอง คำถามคือเราอยู่ใน วิชาชีพนี้เราจะยกตัวเองให้ดีกว่าและเป็นมาตรฐาน



ที่คิดว่าได้อย่างไรในเมื่อของเดิมประชาชนทำได้ อยู่แล้วส่งข่าวได้เร็วกว่าเรามาก

เราส่งเข้าไปในโซเชียล สำนักข่าวเห็น และหยิบมาในเมื่อเราหยิบมา เราจะต่อ ยอดคุณภาพและความแม่นยำในเชิงบรรณาธิการบน มาตรฐานจรรยาบรรณอย่างไรให้เหนือกว่าและมี มาตรฐานสูงสุด เพราะฉะนั้นสื่อวันนี้ทำงานเล่นๆ ไม่ได้ทำแบบลวกๆไม่ได้ เพราะเป็นวัตรปฏิบัติ ปกติของคนทุกๆ ไปอยู่แล้ว

มุมมองต่อกฎหมายก็นำมาใช้กับองค์กรสื่อ ควรเป็นอย่างไร ควรปรับไปในทิศทางใด และ ถ้าได้เลือกเองจะเป็นอย่างไร

วันนี้คนเขียนกฎหมายแน่นอนว่าไม่ใช่สื่อ แต่เป็นผู้บริโภคสื่อ อันนี้ หักศนคติของผู้เขียน กฎหมายก็จะมาจากการสะสมปัญหา สะสม ประสบการณ์และตั้งข้อสังเกตจนนำมาสู่กระบวนการ ในการร่างกฎหมายเพื่อจะยกมาตรฐานสื่อ และปฏิรูปสื่อ แต่มุมมองเขา มาจากมุมมองภาค ประชาชนหรือตัวแทนผู้บริโภคสื่อ ถามว่าผิดไหม ไม่ผิดแต่การเขียนกฎหมายมาจะมองฝั่งเดียว ไม่ได้ต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติ และ คนทำ สื่อด้วยว่าคุณทำสื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมแบบไหน และมีปัญหาในหลายๆ เรื่องอย่างนั้นจริงรีเปลา และถ้าจริงปัญหานั้นมันเกิดจากอะไร คือต้อง เข้าใจก่อนการปฏิรูปเพราะถ้าไม่เข้าใจการปฏิรูป ก็จะผิดทิศผิดทางเหมือนกัน กสทช. ออกแบบ การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์อนาล็อกเป็นดิจิทัล มุมมอง กสทช. กับมุมมองจริงคนละเรื่อง

กสทช.เข้าใจตัวเองว่าเป็นตัวแทนประชาชน ต้องการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้เป็นอย่าง ทั่วถึง คือเปลี่ยนจากอนาล็อกมาเป็นดิจิทัล แต่พอกระบวนการทำมาออกแบบผิดทุกอย่าง ในมุมมองคือต้องทำความเข้าใจสื่อและใช้สื่อไปใน ทางพัฒนาประเทศให้ถูกต้องโดยช่วยกันยกระดับ สื่อ เช่นมาตรฐานวิชาชีพมาตรฐานการประกอบ การและกำกับดูแลให้สื่อเน้นปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ มาตรฐานนั้นอย่างถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อสังคม ถ้าเจตนาของกฎหมายเป็นอย่างนี้ก็ได้ใช้ได้ อะไร

ออกมาก็จะถูกแต่ถ้ากฎหมายออกมาเพราะกังวล ว่าสื่อจะเข้าไปก้าวก่ายสิทธิต่าง ๆ ก็จะเขียนออก มาในเชิงป้องกันจำกัดพื้นที่จับผิดมากกว่าการ สนับสนุนส่งเสริม

แนวคิด มุมมอง ทศนคติ ข้อเสนอแนะวิธีการ ต่อการปฏิรูป

วัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจต้องการทำ อะไรสื่อก็อยู่ในกลุ่มนี้เมื่อเราอยู่ในกลุ่มทุนนิยม คนทำสื่อก็ต้องการความอยู่รอดต้องการมีกำไร เมื่อสถานการณ์มันทำให้เป้าหมายนั้นทำยากขึ้น คนทำสื่อก็ต้องดิ้นรนหาวิธีการเพื่อให้ธุรกิจนั้นอยู่ รอดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการสื่อทั้งใน ทางที่ถูกและผิดที่เรากังวล ถ้าองค์กรประกอบของ การแข่งขันมันไม่เอื้ออำนวย มันก็ทำให้การ แข่งขันนั้นไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

มีเหตุผลหรือมีปัจจัยอะไร ก็ต้องปฏิรูปคน ในวงการสื่อ

สื่อคือมนุษย์ที่ขับเคลื่อนเนื้อหา นักข่าว เป็นคนหาของ เป็นคนเขียน เป็นคนเล่าเรื่อง ผ่านระบบการทำงาน เขียนสคริปต์ ตัดต่อจนมา ถึงผู้ประกาศกล้องจับนำเสนอออกอากาศ ทั้ง หลายทั้งปวงคือ คนทำ เพราะฉะนั้น คนเป็นสิ่ง สำคัญในสื่อถ้าคนไม่มีคุณภาพต่อให้เงินเยอะ เทคโนโลยีสูงอย่างไรก็หาคุณภาพไม่เจอ หรือ ไม่ได้มาตรฐานที่สื่อที่ดีควรจะเป็น เพราะฉะนั้น คนจึงจะเป็นหัวใจของสื่อเสมอมาไม่ว่าจะยุคใด

มุมมองต่อการปฏิรูปเนื้อหาในฐานะผู้บริหาร สถานี

สื่อในยุคหลอมรวม คือวันนี้เทคโนโลยีเข้า มาเปลี่ยนโลกของสื่อใหม่ทำให้สื่อเกิดการกระจาย ตัวและมีลูกเล่นแพรวพราว เมื่อก่อนไม่มีผลส่ง กลับให้สถานี แต่ต่อมามี SMS ส่งขึ้นจอโทรทัศน์ วันนี้เราส่งไลน์ส่งสติ๊กเกอร์ขึ้นจอได้ วันนี้เรา สามารถติดตามความเคลื่อนไหวอื่นๆ ที่โทรทัศน์ มีนำเสนอบนมือถือก็ได้ และ มีสื่อภาคประชาชน เข้ามาอีก คำถามใหญ่คือ โทรทัศน์ไม่ได้มีจอเดียว



โทรทัศน์ทั้งโทรทัศน์ที่อยู่ที่บ้านที่รถ มีทั้งมือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นจนกระทั่งหลายคนพูดว่ามันคือการหลอมรวมมันเป็นปัจจัยแรงที่ทำให้คนสื่อต้องเปลี่ยน ไม่ใช่แค่ต้องพัฒนารายการอย่างเดียว ต้องพัฒนารูปแบบการทำงาน พัฒนาเทคนิคการนำเสนอ พัฒนามาตรฐานวิชาชีพที่แตกต่างกันแต่ละสื่อด้วย และกฎหมายลิขสิทธิ์ก็มีการปรับใหม่ หลายอย่างเป็นปัจจัยแรงที่ทำให้คนสื่อ ผู้ประกอบการสื่อต้องทบทวนบทบาทหน้าที่และปรับองค์ความรู้ใหม่

ที่ไทยรัฐข่าวเดียวกันอาจจะต้องมีสคริปต์ 3 เวอร์ชัน เพราะฉะนั้นเราต้องทำงานในเหตุการณ์เดียวกันที่เกิดขึ้นฉบับพลันข่าวเดียวกันจริง ถูกนำเสนอออกไปในหลายรูปแบบ ทั้งวิธีการผลิตเนื้อหา แต่ทั้งหมดทำอย่างไรให้อยู่บนมาตรฐานวิชาชีพเดียวกัน จรรยาบรรณเดียวกัน ความรับ

ผิดชอบเดียวกัน เพียงแต่ให้แต่ละเครื่องมือทำงานได้ต่างกัน ตอบสนองผู้บริโภคต่างกัน อันนี้คือเรื่องใหญ่ที่สื่อมวลชนไทย สถาบันการศึกษาจะต้องทบทวนปรับปรุง

แผนและนโยบายกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ ด้านข่าว เป็นอย่างไร

ทำทุกอย่างให้ดีที่สุด มีมาตรฐานเทียบเท่าสถานีระดับสากลมาตรฐานเราก็ต้องสูงสุดที่ต้องทำให้ได้ เพราะสิ่งที่ไทยรัฐจะทำก็คือสิ่งที่จะช่วยเพื่อนในวงการช่องอื่นๆยกมาตรฐานอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศนี้ให้ทัดเทียมนานาชาติให้ได้ในทุกๆด้าน ไม่ใช่แค่การทำข่าวอย่างเดียวแต่ทุกด้านจริงๆ และหวังว่าเทคโนโลยีที่มันเอื้ออำนวยในยุคดิจิทัล มันจะทำให้ภาคประชาชนได้รับสิ่งที่ดีที่สุดตั้งแต่นี้เป็นต้นไป

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



พรรคเพื่อไทย
เพื่อไทย



"หลักในการปฏิรูปคือเรื่องคน เพราะเป็นคนสร้างเนื้อหา ทั้งคนทำสื่อ คนบริโภคสื่อ และที่สำคัญคือ คนที่เป็นเจ้าของสื่อ ถ้ามีความพร้อมเปิดใจที่จะรับการปฏิรูป ทุกอย่างมันก็จะง่าย และตอนนี้คนในวงการก็พร้อมรับการปฏิรูปอยู่แล้ว เพราะเราก็เห็นว่าสังคมเปลี่ยน สื่อก็เปลี่ยน จากอนาล็อกเป็นดิจิทัลแล้ว ถ้าเปลี่ยนคนได้เนื้อหา ก็เปลี่ยน การปฏิรูปคนจะนำไปสู่การปฏิรูปเนื้อหา เนื้อหาจะต้องปฏิรูปให้มีความรับผิดชอบของสังคม ไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น สร้างเนื้อหาที่เข้าสังคมไปในทางที่ดี ไม่ใช่สักแต่ว่าเนื้อหาอะไรก็นำเสนอไป พมคิดว่าสื่อฯจะค้ำประกันจุดนี้"

กฤษณะ อนุชน

รักษาการผู้จัดการฝ่ายข่าวช่อง 7 HD

สื่อโทรทัศน์ในไทยต้องปฏิรูปตัวเองหรือยัง
ในมุมมองของคุณควรปฏิรูปด้านใด

การปฏิรูปสื่อที่วินั้นถึงเวลามานานแล้ว โดยส่วนตัวเห็นด้วยว่าสื่อต้องปฏิรูป ผมคิดว่าสื่อทีวีออกสตาร์ตมาตั้งแต่ปี 2540 มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นถ้าเป็นเส้นกราฟก็พุ่งสูงขึ้นเรื่อยๆ ถ้าคนที่สังเกตก็จะรู้ว่าคอนเทนต์ที่เราเสนอมีการกลั่นกรองมากขึ้นเรื่องสำคัญที่เราถูกมองว่าเป็นตัวปัญหาหรือนำไปสู่ความขัดแย้งเรื่องละเมิดสิทธิเด็กสตรีจะหายไป การสกรีนเนื้อหาดีขึ้น ภาพรวมสื่อทีวีมาถูกทางแล้วในการปฏิรูปเพียงแต่ระยะหลังเสียขบวนตรงสื่อทีวีดาวเทียมที่เข้ามาแล้วมีคนมองเห็นว่าเป็นกระบอกเสียงของตนเองสื่อพวกนี้นำมาสู่ความขัดแย้งต่อเหตุการณ์บ้านเมืองที่ผ่านมาไม่ใช่สื่อฟรีทีวี

ถ้าจะปฏิรูป อีกเรื่องที่สำคัญต้องเริ่มจากเจ้าของสื่อต้องสกรีนให้ได้ว่าใครกันบ้างที่จะเข้ามาเป็นเจ้าของสื่อทีวีได้บ้าง ไม่ใช่ใครมีเงินก็เข้ามาลงทุนสื่อโทรทัศน์ ก่อนหน้านั้นที่มีการถือครองโดยรัฐจนผ่านการปลดล็อกถือได้ว่าผ่านการตอบโจทย์มาแต่อาจไม่ถึงความต้องการที่ผู้คิดว่าควรจะไปให้ได้ถึงขนาดไหนอาจไม่ตอบโจทย์ร้อยเปอร์เซ็นต์แต่ทำมาเรื่อยๆ สื่อโทรทัศน์พ้นจากการครอบงำของฝ่ายรัฐฝ่ายการเมือง ได้มาอยู่ในกลุ่มของเอกชน ถ้าเอกชนที่เป็นเจ้าของสื่อไม่ยุติธรรมพอให้เราทำงานได้เป็นอิสระ อันนี้อันตรายพอๆ กับอยู่ในมือรัฐเพราะเขาจะกำหนดทิศทางเราว่าให้ไปทางไหน

ผมมองว่า เรื่องหลักในการปฏิรูป คือเรื่องคน เพราะเป็นคนสร้างเนื้อหาทั้งคนทำสื่อคนบริโภคสื่อและที่สำคัญคือคนที่เป็นเจ้าของสื่อถ้ามีความพร้อมเปิดใจที่จะรับการปฏิรูปทุกอย่างมันก็จะง่าย และตอนนี้คนในวงการก็พร้อมรับการปฏิรูปอยู่แล้วเพราะเราก็เห็นว่าสังคมเปลี่ยนสื่อก็เปลี่ยน จากอนาล็อกเป็นดิจิทัลแล้ว ถ้าเปลี่ยนคนได้เนื้อหา ก็เปลี่ยน

การปฏิรูปคนจะนำไปสู่การปฏิรูปเนื้อหา เนื้อหาจะต้องปฏิรูปให้มีความรับผิดชอบของสังคม ไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น และอีกอันหนึ่งผมมองว่าเราควรมีบทบาทสร้างเนื้อหาที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ดี ไม่ใช่สักแต่ว่าเนื้อหาอะไรก็นำเสนอไปผมคิดว่าสื่อฯจะค้ำประกันจุดนี้

ในหลักการเรื่องปฏิรูปสื่อผมเห็นด้วยด้วยกับพี่ ๆ ในวงการ ผู้หลักผู้ใหญ่ ในองค์กรวิชาชีพมันมีความหวังแต่คงจะไม่ได้เกิดในระยะเวลานี้ใกล้ แต่จากนี้ไปคงจะเร็วขึ้น เพราะทุกคนเริ่มเห็นความสำคัญแล้วแต่อาจต้องใช้เวลาอีกมากโดยลักษณะของสังคมไทยด้วยที่ต้องค่อย ๆ ไปควรเกิดขึ้นโดยความสมัครใจไม่ใช่กฎหมายบังคับ

ช่อง 7 มีแนวคิดอะไร ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูปสื่อปฏิรูปคนและปฏิรูปเนื้อหาและเตรียมการอะไรบ้าง

ในส่วนช่อง 7 จะมีทั้งเรื่องรายการ และเรื่องของข่าวผมดูชัดเจนในเรื่องของข่าว ซึ่งเรา



ทำงานโดยอยู่บนหลักการกำกับดูแลตนเองในภาพใหญ่ที่สื่อต่างๆ พยายามจัดตั้งองค์กรมาเราก็นำกรอบนั้นเข้ามาใช้ในองค์กรของเราเอง มีการตรวจสอบกันเองในเรื่องของจริยธรรมของนักข่าว มีจุดรับเรื่องร้องเรียนจากภายนอก มีการตั้งกรรมการสอบสวนมีขั้นตอนว่าหลังรับเรื่องร้องเรียนแล้วต้องทำอะไรจนสุดท้ายนำไปสู่การลงโทษหากทำผิดจริงคือใช้กรอบการทำงานเดียวกัน

ช่อง 7 โชคดีตรงที่ผู้บริหารเปิดกว้างในการทำงานของเรา ผู้บริหารจะให้ความโปร่งใสในการทำงานเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยรายการตรวจสอบคอร์รัปชันนั้นเป็นความริเริ่มของคุณกฤตย์ รัตนรักษ์ ประธานกรรมการสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากในการให้เน้นข่าวทุจริต ตอนหลังมีองค์กรขับเคลื่อนเรื่องคอร์รัปชันจึงเกิดการร่วมมือกันทำโปรเจกต์รณรงค์ร่วมกันและสังคมโดยรวมให้ความสนใจด้วยในส่วนนี้เป็นการรับรู้ร่วมกันที่สื่อเข้ามามีส่วนร่วมเข้ามาช่วยก็เป็นส่วนในการปฏิรูปเนื้อหาเช่นกัน

ในเรื่อง คอนเทนต์ถ้าจะปฏิรูปนั้นก็จะมีเรื่องของข่าว ข่าวที่คนอยากรู้ ข่าวที่เราคิดว่าเขา ควรรู้กับอีกเรื่องคือข่าวที่เราคิดว่าเขาต้องรู้ซึ่งเรื่องคอร์รัปชันเป็นส่วนที่เราคิดว่าเขาต้องรู้ บางสื่ออาจจะให้ความสำคัญตรงนี้น้อยอาจจะไปเน้นเรื่องที่คนอยากรู้ ซึ่งแน่นอนว่ามันไปตอขเรื่องเรตตั้งแต่เรื่องต้องรู้บางทีถ้าสื่อไม่ทำหน้าที่ปฏิรูปการนำเสนอเนื้อหาตรงนี้ไปข้างก็ไม่ใช่หน้าที่ของสื่อที่ดี

ในช่วง 3 - 5 ปีที่ผ่านมา ภายในช่อง 7 เราก็สร้างคนให้เห็นว่าทิศทางการทำงานที่เป็น การวางกรอบเพื่อปฏิรูปคนไปหลายๆ ยกตัวอย่าง ถ้าเมื่อก่อนทำข่าวการเมืองเราอาจสะใจกับการที่เอาเสียงนักการเมืองสองฝั่งด่ากันมาชนกันที่หน้าจอแต่พอนโยบายลงมาว่าเราไม่แล้ว เรามีนโยบายจากผู้บริหารลงมาว่าข่าวการเมืองที่ดีคือข่าวอะไร ไม่ใช่เรื่องที่นักการเมืองด่ากันผ่าน

หน้าจอ แต่เป็นเรื่องการเมืองไปกระทบกับชีวิตของเขาอย่างไร และเขาควรจะรับรู้เรื่องพวกนี้อย่างไรมีส่วนอย่างไรเรื่องความโปร่งใสในการทำงานของรัฐ อันนี้ต่างหากที่เราควรนำเสนอ ไม่ใช่เรื่องนักการเมืองทะเลาะกันถ้าดูช่อง 7 อย่างชัดเจนจะเห็นว่าเราจะไม่เอานักการเมืองสองฝั่งมาทะเลาะบนหน้าจอเรา นี่เป็นเรื่องของการทำให้คนทำงานได้เปลี่ยนแนวคิดโดยเขาไม่รู้ตัว คือถ้าเขาทำข่าวนักการเมืองด่ากันแล้วไม่ได้ออกอากาศ แต่ถ้าเขาไปเจาะมาว่าเรื่องนี้กระบวนการตรวจสอบของปปช.เป็นอย่างไร ได้ออกอากาศเขาก็จะมุ่งความสนใจไปที่เรื่องพวกนี้มันจะเป็นการปฏิรูปคนข่าวของช่อง 7 ไปโดยเขาไม่รู้ตัว

การปฏิรูปคนของช่อง 7 ทำในลักษณะปิดบัง

เรื่องนี้ต้องย้อนกลับไปเมื่อประมาณ 3 - 4 ปีก่อนที่มีการนำการบริหารงานทรัพยากรบุคคลแบบสมัยใหม่เข้ามาใช้ภายในสถานี การปรับการบริหารงานบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูปคนให้เป็นระบบมากขึ้น ตั้งแต่การรับพนักงานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน มีการอบรมก่อนทำงานเพื่อให้รู้จักภาพรวมขององค์กรและนำเคพีไอ มาใช้เป็นตัวชี้วัดในการทำงานทำให้การประเมินผลงานของพนักงานเป็นระบบมากขึ้น

พร้อมกันนั้นในแต่ละปีแผนกทรัพยากรบุคคลของช่องจะดูแลเรื่องการฝึกอบรมพนักงานโดยตรงมีการประสานงานกับผู้บริหารแต่ละส่วน ที่ว่ามีความต้องการการฝึกอบรมด้านใด เช่นต้องการให้มีการอบรมเทคนิคการทำข่าว เรื่องของภาษารวมถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อ เราก็แจ้งไปที่แผนกทรัพยากรบุคคล เขาก็จะสนับสนุนเรื่องพวกนี้มาซึ่งแต่ละปี จะมีแผนมีการส่งหัวข้อความต้องการจากฝ่ายข่าวไปยังฝ่ายทรัพยากรบุคคลว่านอกจากเรื่องเทคนิค ทักษะแล้วเรายังต้องการในเรื่องความคิด กรอบความคิด จรรยาบรรณหรือความรู้เรื่องการปฏิรูปสื่อ ก็ส่งหัวข้อไปตอนนี้ก็จะมีหัวข้อปฏิรูปสื่อ กับเรื่องการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล



สำหรับความร่วมมือกับภายนอกนั้น ในระยะหลัง นอกเหนือจากการทำข่าวแล้วจะมีการเชิญให้ไปร่วมเสวนาด้วยเราก็อาจส่งคนไปร่วมแลกเปลี่ยนทัศนคติบนเวที หรือ ส่งคนในระดับหัวหน้าฝ่ายไปร่วมอบรมกับหน่วยงานภายนอกเพื่อจะได้นำข้อมูลความรู้ที่ได้กลับมาถ่ายทอด เรื่องนี้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลก็มีกุศโลบายว่าการไปร่วมงานอบรมหรืออะไรพวกนี้จะเป็นที่กลองโปรไฟล์เป็นคะแนนในตอนปลายปี หรือ ตอนปรับตำแหน่งก็จะดูโปรไฟล์ตรงนี้ด้วย

แผนและนโยบาย กลยุทธ์ฝ่ายข่าว

ในเรื่องของข่าว ช่อง 7 จะได้รับการฝึกถึงว่ามีจุดเด่นที่การรายงานข่าวที่สั้น กระชับ ฉับไว พยายามที่จะตอบสนองเรื่องความอยากรู้ของชาวบ้านให้มากที่สุด นี่เป็นนโยบายหลัก ในการทำงานเพราะเราเป็นสื่อที่ทำธุรกิจก็ทั้งเรื่องเรตติ้ง และการตลาดไม่ได้ ในขณะที่เดียวกันเราต้องไม่ลืมสอดแทรกสิ่งที่ชาวบ้านควรรู้ สิ่งที่ชาวบ้านต้องรู้ รู้แค่ไหน รู้แค่พอให้รู้ว่ามีหรือว่ารู้เท่าทันเลยก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เราต้องแยกแยะไป การจะปฏิรูปสื่อ นั้นผมว่ามันถึงเวลา แต่ถ้าจะให้ทำตามเดี๋ยวคงจะยากคนมีส่วนสำคัญและคนเปลี่ยนได้คอนเทนต์เปลี่ยนได้ สื่อเปลี่ยนทันที

อย่างที่บอกว่าเป็นเรื่องเรตติ้ง กลยุทธ์ก็วางตามเรตติ้งข่าวของช่องเจ็ดก็ต้องแข่งกับคู่แข่ง ข่าวเช้าเราจะเจอกับคู่แข่งในลักษณะไหนก็ต้องเอาโทนข่าวลักษณะนั้นเข้าไปชน ข่าวภาคกลางวัน ภาคเย็นเป็นอย่างไร ช่วงเช้าตอนนี้ก็แข่งกันในเรื่องเล่าข่าว ช่อง 7 เอง จากที่ไม่เคยเล่าข่าวเลย แต่พอคู่แข่งมีรายการเล่าข่าวทำได้ดี เข้าถึงผู้ชมได้มาก เราก็ต้องคิดถึงว่าแล้วเราจะทำอย่างไรจึงจะสู้ได้ การเสนอแบบสั้นกระชับฉับไวคงไม่พอ การวางลักษณะเนื้อหาข่าวก็ต้องเปลี่ยนไปก็ต้องจับเอา 3 - 4 คน มาช่วยกัน แต่ก็ต้องมีกรอบว่าจะเล่าได้ขนาดไหน

ระหว่างเรื่องปฏิรูปสื่อ กับเรื่องเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลหนักใจอะไรมากกว่ากัน

เรื่องปฏิรูปไม่หนักใจแต่หนักใจเรื่องทีวีดิจิทัลมากกว่า เพราะตอนนี้แชร์กระจายมากจากเดิมฟรีทีวีมีกันอยู่แค่ 4 - 5 ช่อง ตอนนั้นก็กลายเป็นว่าเป็นเบี้ยหัวแตกไปหมดเลย เรตติ้งละครหลังข่าวจากที่ช่อง 7 เป็นผู้นำ แต่ทุกวันนี้ก็ได้รับผลกระทบ เรื่องข่าวก็เช่นกันประเมินว่าผู้ชมที่หายไปจากเรตติ้งไม่ใช่หายไปจากช่อง 7 ไปไหลช่องอื่นแต่อยู่ ๆ มันหายไปผู้ที่สำรวจก็คิดว่าสมาร์ทโฟนสำคัญมากเพราะสื่อไปถึงมือแล้วไม่ต้องมาเปิดโทรทัศน์ สามารถดูย้อนหลังได้ตรงนี้เป็นอะไรที่ดูเรตติ้งไม่ได้ กระทั่งกล่องดิจิทัลที่ออกไปก็ไม่ว่าจะวัดอย่างไร เมื่อก่อนเรายังมั่นใจเห็นตัวเลขเรตติ้งว่าข่าวเราเรตติ้ง วันนี้มีคนดูเราเยอะนะ ถ้าน้อยเราพลาดอะไรไป แต่เดี๋ยวนี้ไม่รู้วาที่เมื่อวานหายไปจากเรานั้นเราพลาดหรือคนไปทำอะไรกันหายไปเยอะมาก เรื่องเหล่านี้ น่าหนักใจเพราะว่าเรื่องเรตติ้งยังต้องเอาไปอิงกับโฆษณาตอนนี้ก็ได้แต่ปรับปรุงเนื้อหา ที่ดีที่สุดที่ผู้ชมน่าจะต้องการ

มุมมองต่อเรื่องข้อเสนอกฎหมายเกี่ยวกับการกำกับองค์กรสื่อ/สภาวิชาชีพ

เรื่องสภาวิชาชีพ มองว่า จากที่ช่อง 7 ปฏิรูปตัวเองจากภายในองค์กรของเราเองก็มีความเห็นไม่ต่างจากที่มีความเคลื่อนไหวกัน ช่อง 7 ก็มีส่วนในการเข้าร่วมในการทักท้วง พ.ร.บ. ที่จะนำมาใช้กับสื่อที่รัฐบาลกำลังทำอยู่ มีความเห็นเหมือนกันว่ากระบวนการที่สื่อตรวจสอบตนเอง น่าจะตอบโจทย์มากกว่า การมีสภาวิชาชีพในรูปแบบที่อยู่ในการเสนอ พ.ร.บ. ตอนนี้ที่ออกมาเพื่อความคุ้มครองเพราะยังมองเห็นตรงกันกับสื่อทุกแขนงว่า ความสำคัญของสื่อคือเสรีภาพในการนำเสนอ ไม่ควรถูกกำหนดด้วยกรอบกฎหมาย ซึ่งพอมี่เรื่องกฎหมายเข้ามาแล้วต้องมีกรอบกฎหมายครอบอยู่ส่วนหนึ่ง ที่จะหายไป คือ เสรีภาพในการ



จินตนาการคือผมไม่เห็นด้วยที่จะมีองค์กรมาขึ้นทะเบียนให้ใบอนุญาต ในประเทศประชาธิปไตย เขาไม่ทำกันเว้นแต่ในประเทศที่ระบอบสังคมนิยมนั่นก็อีกรูปแบบหนึ่ง

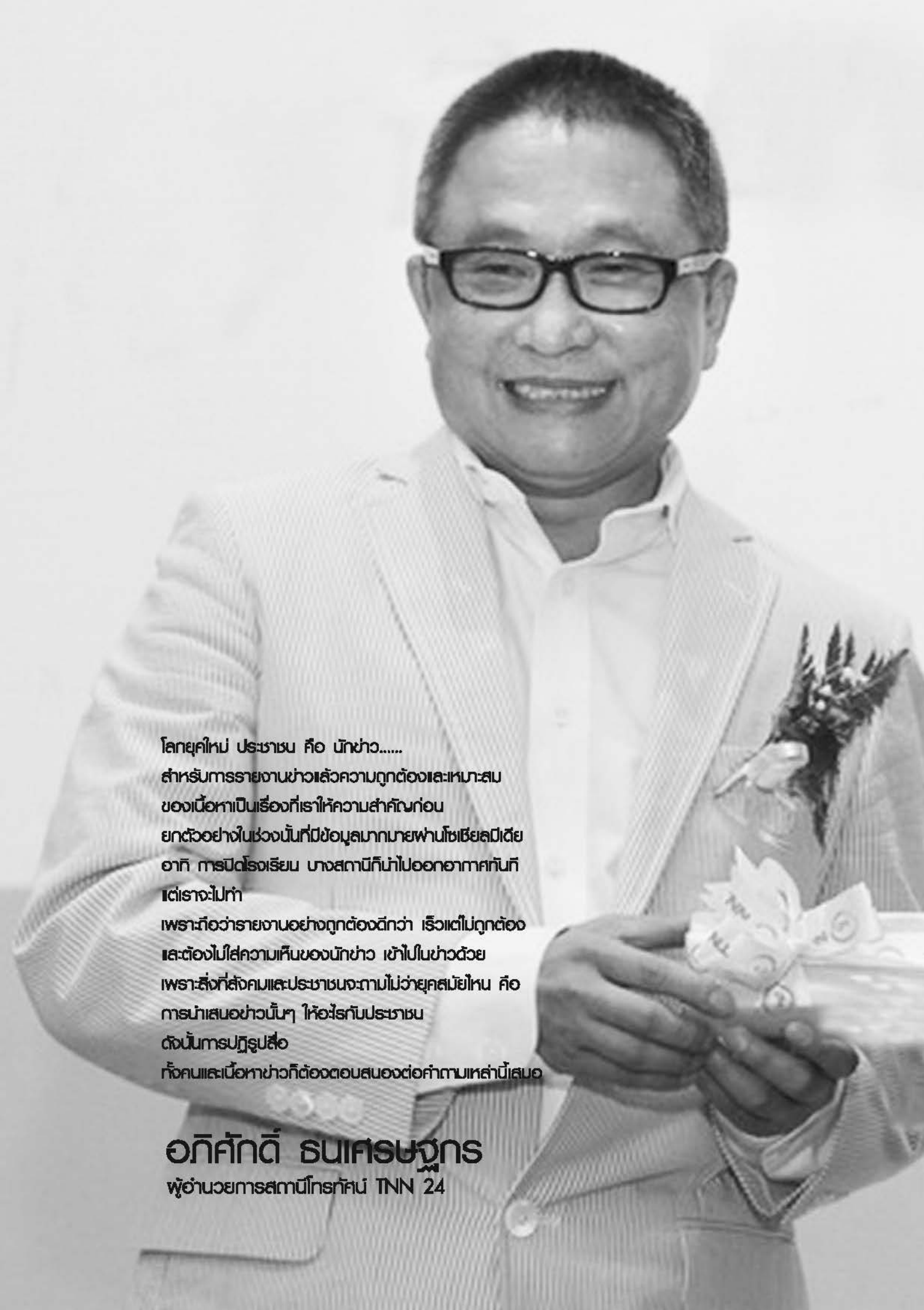
อีกเรื่องคือเรื่องความโปร่งใส เรารู้กันว่าองค์กรอิสระที่ผ่านมาหลายองค์กรก็สะท้อนให้เราเห็นแล้วว่าอิสระจริงหรือเปล่า ข้อเป็นห่วงที่ ๑ ในองค์กรวิชาชีพแสดงความเห็นมาผมก็เห็นว่ามันน่าเป็นห่วงจริง ๆ องค์กรวิชาชีพจะปลอดจากการเมืองจริงหรือไม่ ถ้าไม่ปลอดจากการเมืองจะอันตรายมาก

มุมมองแนวคิดในการปฏิรูปสื่อจากภาคส่วนต่าง ๆ ควรจะได้อย่างไร

นอกจากการปฏิรูปคนทำสื่อแล้วอีกส่วนที่สำคัญคือผู้บริหารสื่อ สื่อจะปฏิรูปได้คนที่บริหารสื่อก็ต้องมีส่วนมาดูแลกำกับดูแลตรงนี้ บางอย่าง

จะใช้ได้ผลเมื่อสื่อยอมรับการกำกับดูแลตนเอง แต่หลักการตรวจสอบจากภาคประชาชน ก็ต้องมี การรู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันปกป้องสิทธิประโยชน์ของตนเองอะไรที่ไม่ถูกไม่ต้องจะต้องช่วยกันตรวจสอบและสะท้อนกลับมา ถ้าผู้บริหารสื่อหนึ่งเคยคนทำสื่อก็ทำไปเรื่อยผิดทิศผิดทาง ไม่ว่าโดยตั้งใจหรือไม่ แต่ถ้าประชาชนเข้ามาร่วมตรวจสอบ น่าจะมีประโยชน์ตรวจสอบอย่างเดียวไม่พอ ต้องลงโทษด้วยที่ตรวจสอบและร้องเรียนแล้วไม่แก้ไข ปรับปรุงก็ต้องมีมาตรการลงโทษทางสังคม เพื่อให้สื่อเดินตามกรอบการปฏิรูปตามหลักการกำกับดูแลตนเองให้เป็นการทำงานร่วมกันทั้งของคนทำสื่อ และ บริโภคสื่อ

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



โลกยุคใหม่ ประชาชน คือ นักข่าว.....
สำหรับการรายงานข่าวแล้วความถูกต้องและเหมาะสม
ของเนื้อหาเป็นเรื่องที่เราให้ความสำคัญก่อน
ยกตัวอย่างในช่วงนั้นมีข้อมูลมากมายฟุ้งซ่านมีดราม่า
อาทิ การปิดโรงเรียน บางสถานีก็นำไปออกอากาศทันที
แต่เราจะไม่ทำ
เพราะถือว่ารายงานอย่างถูกต้องดีกว่า เร็วแต่ไม่ถูกต้อง
และต้องไม่ใส่ความเห็นของนักข่าว เข้าไปในข่าวด้วย
เพราะสิ่งที่สังคมและประชาชนจะถามไม่ว่ายุคสมัยไหน คือ
การนำเสนอข่าวนั้นๆ ให้oirกับประชาชน
ดังนั้นการสรุปสื่อ
ทั้งคนและเนื้อหาข่าวก็ต้องตอบสนองต่อคำถามเหล่านี้เสมอ

อภิศักดิ์ ธนเศรษฐกร
ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ TNN 24



อภิศักดิ์ อนุเศรษฐกร

ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ TNN 24

ภาพรวมของสถานี นโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์

TNN24 เราถือเป็นน้องเล็กในวงการไม่ได้เป็นที่ใหญ่หรือพี่เบิ้ม หากเทียบกับสถานีอื่นๆ ที่แม้จะเกิดใหม่แต่ก็มีฐานจากการทำหนังสือพิมพ์หรือสื่อประเภทอื่นมานานับสิบปีเราจึงขอเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับประชาชน

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เรายึดมาตลอดของการทำงานคือจะทำอะไรก็ตามประชาชนได้ประโยชน์อะไรซึ่งเป็นแนวนโยบายที่วางไว้ตั้งแต่ต้นจากผู้บริหารสูงสุดตั้งแต่ คุณธนินทร์ เจียรวนนท์ ให้ยึด 3 ประโยชน์คือ รัฐบาล ประชาชน ส่วนบริษัทมาท้ายที่สุด เพราะเราคิดเสมอว่าหากเราอยู่ได้แต่ประชาชนอยู่ไม่ได้หรือเอาธุรกิจเป็นตัวนำเน้นผลกำไรแต่ประชาชน ไม่ได้อะไรก็ไม่มีประโยชน์และสุดท้ายเราก็อยู่ไม่ได้ เหมือนกัน

แผนและนโยบายกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ด้านข่าว ยึดอะไรเป็นที่ตั้ง

จากแนวทางที่เรายึดถือ 3 ประโยชน์นำมาสู่การกำหนดเนื้อหาของ TNN 24 มาตั้งแต่ต้นที่จะเป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมงที่ให้ประโยชน์กับประชาชน ที่ผ่านมาเราจะยึดความเป็นกลางและไม่เน้นทำข่าวการเมืองที่มักโยนคำถามไปมาระหว่าง 2 ฝ่าย ยกเว้นหากจะต้องรายงานตาม

สถานการณ์ต้องมี 2 ด้านเสมอ และรายงานแล้วทำให้เกิดความแตกแยกก็เลือกที่จะไม่รายงาน เพราะไม่มีประโยชน์อะไรกับประชาชน

สำหรับการรายงานเหตุการณ์รุนแรงต่างๆ อาทิ ขาวระเบิดล่าสุดในฐานะสถานีข่าวต้องไปถึงสถานที่เกิดเหตุให้เร็วที่สุดแต่สำหรับการรายงานข่าวแล้วความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหาเป็นเรื่องที่เราให้ความสำคัญก่อน ยกตัวอย่างในช่วงนั้นที่มีข้อมูลมากมายผ่านโซเชียลมีเดีย อาทิ การปิดโรงเรียนบางสถานีก็นำไปออกอากาศทันทีแต่เราจะไม่ทำเพราะถือว่ารายงานอย่างถูกต้องดีกว่าเร็วแต่ไม่ถูกต้องและต้องไม่ใส่ความเห็นของนักข่าวเข้าไปในข่าวด้วย

ด้วยความที่เรายึดแนวทางนี้มาตั้งแต่แรกแม้เป็นช่วงที่สถานีเพิ่งเกิดในขณะประเทศกำลังแบ่งสีทำให้สถานีของเรามีประชาชนติดตามจำนวนมาก แม้เป็นน้องใหม่ในวงการสิ่งที่เราจะทำต่อไปคือ การเป็นสถานีข่าว 24 ชม. สมบูรณ์แบบจากปัจจุบันจันทร์-ศุกร์ เป็นข่าวเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์แล้วเสาร์-อาทิตย์ เป็นข่าว 70-80 เปอร์เซ็นต์ก็จะปรับให้เป็นข่าวทั้งหมด และ จะเป็นรายการสด 100 เปอร์เซ็นต์ จากปัจจุบันเป็นเทปช่วงตี 2 ถึงตี 4 และ ที่เรายึดเป็นหลักในการทำงานต่อไป คือ



ความคิดสร้างสรรค์ เพราะเหมือนทำงานศิลปะอย่างหนึ่งที่จะสร้างสรรค์งานให้เป็นที่สนใจของประชาชนเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชนที่เดือดร้อน หรือถูกเอาเปรียบพร้อมไปกับการก้าวไปกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นสถานี่จะนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และวิถีชีวิตแบบใหม่ๆ ที่คนส่วนใหญ่มีสมาร์ตโฟนติดตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ประกอบกับในฐานะที่มีต้นทุนด้านเทคโนโลยีเครือข่าย 3G และ 4G ก็เชื่อว่าเราจะทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่ล้มเหลวเนื้อหาที่จะต้องได้กับประชาชน

เราจึงกำลังพัฒนา APP I REPORT เพื่อให้ประชาชนดาวน์โหลดและส่งคลิปเข้ามายังสถานี่ได้ทุกเรื่อง ทั้งเรื่องทั่วไปพบเห็นหรือเรื่องที่เป็นความเดือดร้อนเพื่อนำเสนอและช่วยเหลือต่อไป โครงการนี้เริ่มต้นดำเนินการมาแล้ว บางส่วนที่เราทำโครงการนี้เพราะคิดว่าโลกยุคใหม่ประชาชนคือนักข่าว ประกอบกับประชาชนจะอยู่ใกล้เหตุการณ์มากกว่านักข่าวทั่วไปการเปิดแอฟดังกล่าวจึงเชื่อว่าจะทำให้เกิดประโยชน์ในภาพรวม

ดังนั้น สิ่งที่เราจะทำตลอดไปทั้งในระยะสั้นและยาวคือการพัฒนาบุคลากรให้นักข่าวหนึ่งคนสามารถรายงานข่าวได้จากสมาร์ตโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ต้องใช้อุปกรณ์มากเหมือนปัจจุบันยกเว้นต้องรายงานข่าวสำคัญ ๆ สิ่งที่เราทำเพราะคิดว่าคนต้องก้าวให้ทันยุคสมัย เพราะเมื่อไหร่หยุดพัฒนาจะถอยหลังทันทีเมื่อพฤติกรรมของคนกำลังเปลี่ยนไป คนดูข่าวผ่านทีวีจะน้อยลงไปเรื่อยๆ แต่จะดูผ่านสมาร์ตโฟนมากขึ้น เราก็ต้องตามให้ทันและแนวทางนี้ก็จะทำให้เราประหยัดต้นทุนได้ด้วยขณะที่คุณภาพข่าวดีขึ้น

แนวคิดมุมมองต่อการปฏิรูปสื่อท้องถิ่น และ เนื้อหาข่าว

สำหรับภาพรวมของเนื้อหาข่าวทั่วไปของวงการสื่อที่คาดหวังอยากให้เกิดก็คือเนื้อหาข่าวที่ยึดประโยชน์ของประชาชนเป็นที่ตั้ง และบุคลากรในวงการข่าวที่ยึดจริยธรรมในวิชาชีพในการทำงานซึ่งไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยไหน จะมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างไร หรือวิถีชีวิตคนจะเปลี่ยนไปอย่างไรการมีจริยธรรม ในการประกอบอาชีพสื่อเป็นสิ่งสำคัญเสมอ

สิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้น คือ การปฏิรูปคนไปพร้อมกับการศึกษาให้คนไทยมีคุณภาพมีระเบียบวินัยมีความรับผิดชอบไม่ทุจริตคอร์รัปชั่นเกรงกลัวกฎหมายมากกว่ากลัวคนถือกฎ ในวงการสื่อก็ต้องการคนที่มีคุณสมบัติแบบนี้เช่นเดียวกัน เพื่อให้เมืองไทยน่าอยู่ตลอดไปด้วยต้นทุนที่มีค่าที่เรามีอยู่แล้วซึ่งประเทศอื่นไม่มี

ย้อนไปดูตัวอย่างการรายงานข่าวในช่วงเหตุการณ์ระเบิด มีข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดียจำนวนมากและมีการรายงานวิเคราะห์คาดหมายว่าใครเป็นคนทำ บางสถานี่ก็นำไปออกอากาศทันที สิ่งที่ต้องยึดถือในการรายงานข่าวที่ใช้ได้ตลอดไปในวิชาชีพนี้ คือ การหาข้อมูลให้รอบด้านก่อนรายงานออกไปและต้องหาแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือยืนยัน ไม่รายงานไปตามข้อมูลของโซเชียลมีเดียทันทีโดยขาดวิจารณญาณเพราะทุกคนรู้ว่าเร็วแต่ไม่ถูกต้อง สู้รอให้ถูกต้องแล้วค่อยรายงานดีกว่าเพราะสิ่งที่สังคมและประชาชนจะถามไม่ว่ายุคสมัยไหน คือ การนำเสนอข่าวนั้นๆ ให้อะไรกับประชาชนดังนั้นการปฏิรูปสื่อทั้งคนและเนื้อหาข่าวก็ต้องตอบสนองต่อคำถามเหล่านี้เสมอ



มองสถานการณ์ของทีวีดิจิทัลและแก้ไขอย่างไร

ขอย้อนไปตั้งแต่มีการประมูลช่องทีวีดิจิทัล แม้เป็นเรื่องที่ต้องทำแต่ต้องถามว่า กสทช. ซึ่งเป็นองค์กรหลักมีความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ เป็นระบบดิจิทัลหรือไม่ และ เข้าใจในธุรกิจนี้มากน้อยแค่ไหนในขณะนั้น

แม้หลายเรื่องจะผ่อนคลายลง อาทิ สัดส่วนของการโฆษณาและการบริการธุรกิจตลอดทั้งวัน เฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 5 นาที แต่หลายเรื่องก็ยังคงเป็นคำถามค้างคาจนถึงตอนนี้ ตั้งแต่ข้อสงสัยการประมูล 24 ช่อง ว่าเหมาะกับสังคมและเศรษฐกิจไทยอย่างไร รวมถึงการกำหนดอัตราค่าใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมต่างๆ มีฐานคิดจากอะไร อายุใบอนุญาต 15 ปีเหมาะสมกับเศรษฐกิจหรือไม่

รวมถึงหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป หรือ มัสต์แคร์รี่ (Must Carry) ที่ประกาศใช้เพื่อแก้ปัญหาจอดำรายการลิขสิทธิ์ทางฟรีทีวียังคงเป็นภาระของภาคเอกชน และเงินจากการประมูล 50,000 ล้านบาท นำไปใช้ทำอะไรบ้างซึ่งเห็นว่าต้องแสดงต่อสาธารณะว่าเงินเหล่านี้ทำให้เกิดประโยชน์ ต่อประเทศและประชาชนอย่างไร

และการเก็บเงินค่าธรรมเนียมรายปีอัตรา 4 เปอร์เซ็นต์ในกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) แบบไม่มีค่าบริการรายเดือนหรือรายปีเพื่อเข้ากองทุนกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เช่น เดียวกันว่ามี ความเหมาะสมหรือไม่

ความไม่พร้อมยังดูได้จากการเริ่มแจกกล่องรับชมดิจิทัลทีวีให้ประชาชนเดือนตุลาคม 2557 แต่กระบวนการเริ่มทดลองออกอากาศเริ่มไปก่อนหน้า นี้แล้วเมื่อกรกฎาคม 2557 เมื่อกล่องยังไม่ครอบคลุมและยังคงไม่ครอบคลุมจนถึงตอนนี้ ทำให้เนื้อหาของทีวีดิจิทัลไปไม่ถึงประชาชนอีกจำนวนมาก นำมาสู่การจัดเรตติ้งที่เป็นปัญหาด้วย

ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการออกมาเคลื่อนไหวและหลายรายฟ้องร้องเพราะนอกจากหลายเรื่องเป็นคำถามมาตลอด ยังได้ผลกระทบจากเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ค่าโฆษณาของบริษัทห้างร้านต่างๆลดลงขณะที่ผู้ประกอบการมีภาระจากการประมูลและการทำรายการให้แข่งขันได้

ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นบทพิสูจน์ว่าก่อนจะออกกฎระเบียบใดก็ตามรัฐควรต้องหารือกับผู้ประกอบการอย่างต่อบ้างก่อน เพื่อให้การวางหลักเกณฑ์ รวมไปถึงกฎระเบียบต่างๆ ที่ออกมาครอบคลุมไม่มาออกกฎย้อนหลังอย่างที่เห็นทุกวันนี้

ดังนั้นสิ่งที่ต้องการเห็นตอนนี้ คือ ขอให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจในเชิงนโยบายมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจังและเร่งแก้ไข เพื่อปรับปรุงกฎระเบียบและเงื่อนไขต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและสภาพเศรษฐกิจ โดย กสทช. ต้องเร่งหันหน้าคุยกับผู้ประกอบการอย่างจริงจัง เพื่อให้แผนนโยบายเดินหน้าต่อไปได้อย่างราบรื่น และเป็นไปตามเป้าหมายอย่างแท้จริง ทั้งต้องไม่ลืมว่าทุกอย่างที่ทำต้องตอบคำถามให้ได้ว่าสุดท้ายแล้วประชาชนได้ประโยชน์หรือไม่

ทุกเรื่องต้องเกิด 3 ประโยชน์จึงจะยั่งยืน คือ รัฐได้ประโยชน์ในฐานะฝ่ายปกครองประชาชนได้ประโยชน์ และผู้ประกอบการอยู่รอดได้





"ปัญหาหนึ่งของสื่อมวลชนไทย คือ พอร์ตแล้วไม่ออกสนาม ไม่เหมือนต่างประเทศ ของเขายังทำยังอยู่ในสนาม คนนำเสนอข่าวอายุไม่ต่ำกว่า 40 ปี ประสบการณ์ไปทำข่าว เวลาพีเรนต์หน้าจอ เป็นความน่าเชื่อถือขององค์กร แต่ของไทยไม่ใช่ แทบไม่มีผู้สื่อข่าวอาวุโสออกภาคสนาม กำเนียบรัฐบาล ไม่ควรเป็นพื้นที่ของนักข่าวจบใหม่ แต่ควรเป็นนักข่าวมีประสบการณ์ที่รู้ว่าต้องถามอย่างไรให้ได้เรื่อง การนำเสนอ ไม่ใช่สาระเดียวอย่างเดียว รูปแบบการนำเสนอต้องได้ด้วย เรกตังส่วนหนึ่ง ปฏิเสธไม่ได้ว่ามาจากคาแรคเตอร์ของคนจัดรายการ เนื้อหาทุกช่องข่าวไม่ต่างกันหรอก ประเด็นข่าวก็เช่นกัน ที่สิ่งที่ต่างมาก คือ การนำเสนอ"

เสริมสุข กษิติประดิษฐ์

หัวหน้ากองบรรณาธิการ สถานีโทรทัศน์นิวทีวี (NEW TV)

นิวทีวี วางแนวทางการนำเสนอข่าวไว้อย่างไร ในช่วงหนึ่งปีหลังจากเริ่มออกอากาศมีการปรับเปลี่ยนหรือไม่

นิวทีวี เริ่มจากการเป็นช่องสารคดี ผมคิดว่าสารคดีของไทยเป็นเรื่องที่ต้องลงทุนสูง ขณะที่สารคดีต่างประเทศทำออกมาแล้วชวนติดตาม ทำให้ช่วงแรกเรตติ้งค่อนข้างดี คนให้ความสนใจค่อนข้างมาก แต่พอระยะหลังเริ่มเวลาแสดงจริงทุกช่องไปตามแนวที่วางไว้โดยนิวทีวีเป็นช่องสาระและข่าวพอทำจริงมีคู่แข่งจำนวนมากผู้บริหารดูทิศทางและเรตติ้งมาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม (2557) คนดูสนใจว่าใครดีขณะที่ช่องข่าวไม่หรือหาปรากฏการณ์ที่เราเห็นคือแต่ละช่องดึงคนไปทำงานมากมาย มาถึงวันนี้ ผมว่าแต่ละช่องก็สรุปบทเรียนว่าที่ทำมาใหม่แต่ละช่องก็ได้คำตอบ

นิวทีวี เน้นสารคดีข่าว และ ช่วงที่เน้น เอادتซ์ออร์สผลิตรายการหลายรายการบางครั้งไม่ตอบโจทยกลับมาถึงคำถามที่เจ้าของสถานีต้องตอบว่าการจ่ายเงินชั่วโมงหนึ่งเกือบแสนคุ้มหรือไม่ ผมคิดว่าทุกช่องถึงจุดที่ต้องกลับมาทบทวนตัวเอง และ ปรับตัวอย่างเหมาะสม นิวทีวี จึงกลับมาให้ความสำคัญกับสารคดีมากขึ้นเพราะพิสูจน์แล้วว่า คนดูตอบรับผู้บริหารกลับมาซื้อสารคดีดีๆ เรตติ้งก็ขึ้นมาใหม่ส่วนการ เอادتซ์ออร์ส ก็ปรับลดไป

สิ่งที่ผลิตเองมีงานข่าวเพียงอย่างเดียว 1 ชมหรือไม่

ใช่ สารคดีชื่อต่างประเทศ การ์ตูน ก็มีคือเป็นช่องสาระความรู้ และ สไลด์แกนที่พูดตลอดคือดูนิวทีวี จะตามทันโลกมีข่าวต่างประเทศสารคดี และ มีรายการเด็ก ตรงนี้เป็นจุดหนึ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับเด็กเยาวชนหลังจากทำมาแล้วปีหนึ่งช่วงสองสามเดือนที่ผ่านมา เราเปิดให้มีรายการ New young reporter ให้นักศึกษามหาวิทยาลัยส่งเรื่องเข้ามาประกวดแข่งขัน ผู้บริหารมองว่าตรงนี้เป็น การสร้างสังคมไม่ได้กำไรแต่เห็นว่าการทำให้กำลังใจเด็กเงินรางวัลที่ให้ ชนะเลิศได้ 8 หมื่นบาท ถือว่าค่อนข้างสูง

เราเสนอข่าวตั้งแต่ 7 - 8 - 9 นาฬิกา 10 - 11 นาฬิกาและเที่ยงปลายสอง สาม สี่ ห้า และหกโมงที่มีคุณปอง (อัญชลี ไพรีรัก) มาเล่าข่าว ช่วงคุณปองเป็นไฮไลต์ของสถานีจุดนี้สะท้อนว่าการนำเสนอไม่ใช่สาระเดียวแต่มีรูปแบบการนำเสนอต้องได้ด้วย

นอกจากนี้ มี การปรับข่าวต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยผู้บริหารมองว่าน่าจะมีการมอเนเตอร์อย่างต่อเนื่องและนำเสนอให้เห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั่วโลกและเพิ่มข่าวต้นชั่วโมงใช้สารคดีและเสริมด้วยข่าวต่างประเทศ ข่าวต้นชั่วโมง เริ่มด้วยข่าวต่างประเทศความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั่วโลก เช่น ตอน



ที่กรีซเกิดวิกฤติเรานำเสนอต่อเนื่องมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา

เราไม่ใช่ช่อง เอชดี เป็นช่องสแตนดาร์ดแต่ภาพค่อนข้างคมชัด สารคดีภาพสวยงามมาก ชาวต่างประเทศเรารับของสำนักข่าวรอยเตอร์ เอเอฟพี เอพี ซึ่งพวกนี้มาช่วยทำให้ชวนดูเพราะว่ารายการข่าวอยู่ที่พุดภาพด้วย ไม่ได้หมายความว่าไม่ให้ความสำคัญกับข่าวการเมืองเรามีทีมงานเราไม่ตกข่าวใหญ่แต่สีสันภาพหน้าจอ ความคมชัดชวนดู เป็นจุดหนึ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญช่วงหลังข่าวขึ้นต้นด้วยข่าวต่างประเทศ 4 - 5 ข่าวหยิบที่เป็นไฮไลต์ เน้นเรื่องที่เกิดขึ้นในภูมิภาค เช่น ในพม่า มาเลเซีย กัมพูชา ประเทศที่เกี่ยวกับเรามีคอนเทนต์ความเคลื่อนไหวตลอด

ผลตอบรับเป็นอย่างไร เพราะ ปกติดูเหมือนคนไทยไม่สนใจข่าวต่างประเทศมากนัก

ผมคิดว่าผู้บริหารทดลองและเห็นว่าเป็นช่องสาระให้ความรู้กับคนดู อย่างน้อยรู้ความเคลื่อนไหวของโลกความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากข่าวการเมืองข่าวในประเทศ นี่เป็นสิ่งที่สถานีดิจิทัลควรทำและข่าวต่างประเทศมีการกรองมาแล้วเราเลือกสำนักข่าวผลตอบรับ คงต้องดูภาพรวมสารคดีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เรตติ้งของสถานีกระเตื้องขึ้นมา ช่วงเดือนที่ผ่านมา ถ้าพูดถึงเรตติ้งของข่าวเราอยู่อันดับ 1 หรือ 2 เรตติ้งมีหลายแบบจะไปเทียบกับเว็กรายการไม่ได้ ผมมาช่วยดูภาพรวมและต่างประเทศด้วยการเมืองที่มีอยู่ เราอาจมาเสริมเรื่องทหารความมั่นคงเสริมในลักษณะที่สถานีมีคาแรคเตอร์ของตัวเองอยู่แล้ว

ขนาดของกองบรรณาธิการข่าวเป็นอย่างไร

มีทีมสังคม การเมืองต่างประเทศและบันเทิง ละครกัน 15 ทีม ซึ่งไม่มากพยายามวางไม่ให้โดนเกินกำลังตอนนี้ผู้บริหารลงทุนทำสถานี ที่ สุขุมวิท ซอย 105 คงจะย้ายได้ช่วงปลายปี ชัดเจนว่าสถานี นิวทีวี จะปักหลักสู้และเดินหน้าแน่นอน แต่จะเดินแบบระมัดระวังไม่ขยายจนเกินกำลังทำในสิ่งที่คิดว่าน่าจะเป็นคำตอบของสังคมมองเรื่องสาระ

อะไรคือความแตกต่างที่โดดเด่นที่สุดของข่าวช่อง นิวทีวี

น่าจะเป็นเรื่อง การนำเสนอ เป็นคาแรคเตอร์ของคุณณัฐชลิเข้ามาทำช่วงหมาข่าวกว่า ในส่วนตัวคิดว่าเวลานำเสนอหน้าจอคนเสนอข่าวเป็นจุดดึงดูดด้วยเป็นจุดต่างเรตติ้ง ส่วนหนึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่ามาจากคาแรคเตอร์ของคนจัดรายการ เนื้อหาทุกช่องข่าวไม่ต่างกันหรอก ประเด็นข่าวก็เช่นกันที่เป็นสีสัน ถ้าดูหมาข่าวกว่าในช่วงของข่าวสิ่งที่ต่างมากคือการนำเสนอ

ในแง่เนื้อหาข่าว มองว่าสามารถทำให้แตกต่างจากที่มีอยู่ในตลาดได้อีกหรือไม่

ความแตกต่าง น่าจะเป็นเรื่องการนำเสนอเป็นหลักผู้ดำเนินรายการที่มีคนติดตาม ต้องยอมรับว่ารายการของคุณณัฐชลิช่วงเย็นทำให้คนติดตามนิวทีวีค่อนข้างมากแต่ช่วงข่าวไม่ต่างกันมากนักก่อนหน้านี้ เอเจนซีอยากโฆษณาช่วงรายการข่าว แต่ผู้บริหารดูแล้วช่วงเที่ยงเสนอข่าวแล้วตัดเข้าโฆษณาได้เงินก็จริงแต่ถึงจุดหนึ่งผู้บริหารเห็นว่าเป็นการไล่แขกมากกว่า คนดูเปลี่ยนช่องหนีแล้วพอเขาเปลี่ยนช่องแล้วบางที่ไม่กลับมาเลยเว้นแต่เป็นแฟนกันจริงๆก็กลับมาดูใหม่ เลยตัดสินใจเอาโฆษณาออกเลยดีกว่า

ถ้ามีคุณณัฐชลิเป็นจุดขายแสดงว่ากลุ่มเป้าหมายของนิวทีวีเป็นคนดูรุ่นใหญ่ใช่หรือไม่

เป็นผู้ใหญ่ แต่เราก็พยายามสร้างคนดู ที่เป็นเด็กรุ่นใหม่ เยาวชน ถ้าดูจากรายการที่นำเสนอผู้บริหารให้ความสำคัญกับเด็กและเยาวชนมากซื้อรายการดี ๆ มาพยายามไปในทิศทางนั้นไม่ใช่แค่เรื่องข่าวซึ่งจะมุ่งที่กลุ่มที่มีอายุ แน่แน่นอนว่าสารคดีมีรายการของสัตว์ครอบครัวดูได้นั้นน่าจะเป็นฐานที่ตั้งจริงไว้

คนรุ่นใหม่ดูโทรทัศน์น้อยลง นิวทีวี เตรียมพร้อมสำหรับการขยายไปสู่แพลตฟอร์มอื่นอย่างไร

เรามีออนไลน์โดยใช้เว็บไซต์และเฟซบุ๊กแต่ยังไม่เข้มข้น ยังต้องใช้เวลาผมคิดว่าจัดการกับผู้ชมหน้า



จอดึงเรตต์ให้ได้อีกก่อนแล้วค่อยขยับไปส่วนอื่น ทำในส่วนที่เร่งด่วนก่อนไม่ใช่และหมดทุกเรื่องหรือทุ่มไปทีเดียวพร้อมกัน

กองข่าวเองมีคนรุ่นใหม่มาไม่น้อยเพียงใด

รุ่นใหม่ทั้งหมด เป็นเด็กเพิ่งจบมีความตั้งใจ เป็นเรื่องที่ต้องเรียนรู้เด็กมีความตั้งใจแต่งงานข่าว เป็นประสบการณ์ไม่ใช่จบมาแล้วทำได้เลย คือก็ทำได้แบบที่คุณเห็นแต่ถ้าจะทำรายงานพิเศษต้องมีพื้นฐานมาก ผมคิดว่าสถานีดิจิทัลทุกช่องต้องเจอปัญหาซึ่งการขับเคลื่อนตรงนี้ต้องใช้เวลากว่าจะทำข่าวให้ดีได้คุณภาพคนต้องได้ต้องใช้เวลา ผมว่าช่วงแรกเขาไม่ได้คาดหวังว่าเป็นข่าวเดียว ข่าวเด่นแต่ต้องมีความน่าเชื่อถือรอบด้านเป็นสาระสำคัญของภาพข่าวไม่เอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นเรื่องท้าทายคนทำทีวี

นิวทีวี มาจากสื่อสิ่งพิมพ์มีประสบการณ์ทีวีไว้มากมีข้อดีข้อเสีย อย่างไรบ้าง

ทีมที่มาทำนิวทีวีเกือบทั้งหมดเป็นทีมจากหนังสือพิมพ์ ความแตกต่างคือคนทำงานหนังสือพิมพ์แน่นกว่าในเชิงเนื้อหาเพราะต้องผ่านการเขียนมีข้อมูลถือเป็นจุดแข็งแต่ก็ต้องปรับรูปแบบการทำงานเพราะยังเคยชินกับการเขียนยาวแบบหนังสือพิมพ์ ข่าวทีวีสั้นมาก ต้องสรุปให้คนรู้เรื่องภายใน 1-2 นาที คนมีพื้นฐานข่าวมาจะได้เปรียบในการสรุปประเด็น

ส่วนงานหน้าจอ เรื่องโปรดักชั่น ก็สำคัญต้องทำงานเป็นทีมหลายครั้งมีข้อจำกัดเพราะเป็นทีวีช่องใหม่คุณภาพไม่มีวิธีทำอย่างไรให้โปรดักชั่นออกมาชวนติดตามหน้าจอ ไม่ใช่เรื่องของบทอย่างเดียวแต่มีโปรดักชั่นภาพข่าวเสียง ทุกอย่างรวมกันในนั้นคือทีมเวิร์คเขาพยายามทำถ้าเป็นองค์กรที่อยู่มานานมีคุณภาพถึงข่าวให้ใช้ได้ แต่พอเป็นอย่างนี้ก็ทำงานต่อสู้ภายใต้ข้อจำกัดที่มีเด็ก ๆ ที่เข้ามาในวงการข่าวยุคทีวีดิจิทัล มีความพร้อมสำหรับการปฏิรูปสื่อที่เราพูดถึงกันสักเพียงใด

ปัญหาหนึ่งของสื่อมวลชนไทยคือพอโตแล้วไม่ออกสนามไม่เหมือนต่างประเทศของเขา ยิ่งเก๋ายังอยู่ในสนามคนนำเสนอข่าวอายุไม่ต่ำกว่า 40 ปี ประสบการณ์ไปทำข่าว เวลาพีเรนซ์หน้าจอเป็น

ความน่าเชื่อถือขององค์กรแค่ของไทยไม่ใช่แทบไม่มี ผู้สื่อข่าวอาวุโสออกภาคสนาม ทำเนียบรัฐบาลไม่ควรเป็นพื้นที่ของนักข่าวจบใหม่แต่ควรเป็นนักข่าวมีประสบการณ์ที่รู้ว่าต้องถามอย่างไรให้ได้เรื่อง ที่เป็นอยู่ คือ บางที่ถามตามน้ำ นี่เป็นจุดหนึ่งที่ต้องพูดถึงในการปฏิรูปสื่อต้องปฏิรูปคนทำงาน หมายถึงว่า ถ้าเราดูแลคนรับก็มีคนวิจารณ์กันว่า นักข่าวไม่ทำการบ้านนายก ฯ พูดอะไรก็เป็นข่าวไปหมด

สำหรับสื่อที่กำลังขยายตัวและต้องอาศัยเวลาในการพัฒนาคุณภาพคน เราต้องหวังพึ่งหน่วยงานกำกับดูแลเนื้อหาให้ช่วยวางกติกาการนำเสนอข่าวสักแค่ไหน

ถ้าพูดถึงการควบคุมสื่อ หลังจากเลิก ปร.42 สื่อสิ่งพิมพ์แทบไม่มีการควบคุม เราพูดถึงการควบคุมกันเองโดยคนทำสื่อต้องรับผิดชอบกับเนื้อหาที่นำเสนอ ไม่ใช่พอถูกฟ้องก็โวยวายว่าถูกละเมิดสิทธิเสรีภาพผมว่าต้องมองหลายองค์ประกอบอย่างกรณีทักษิณก่อนข้างชัดเจน (พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ขณะดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี) เพราะฟ้องร้องเป็นเรื่องๆ ล่ามใช้ ปปง. (สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน) มาตรวจสอบการเงินอันนั้นชัดเจนว่าคุกคามสื่อสังคมก็เห็นแต่สำหรับสื่อเองไม่ได้หมายความว่าเราจะฟ้องคุณไม่ได้ ถ้าคุณนำเสนอข่าวไม่รอบด้านกล่าวหาเขา ก็ต้องโดนฟ้องเป็นธรรมดา ทุกวันนี้ถามว่าคุณสื่อทีวีมีไหมไม่มีเมื่อก่อนสื่อทีวีเป็นของรัฐก็เซ็นเซอร์ด้วยตัวเองอยู่แล้ว

สื่อดิจิทัลเป็นของเอกชน ๆ ลงทุนมหาศาลเขาก็ระวังตัวเองอยู่แล้ว อะไรนำไปสู่ปัญหาที่เซ็นเซอร์ระดับหนึ่ง กสทช. ดูเรื่องการปฏิรูปสื่อเป็นช่วงที่เขาหาตัวตนหาวิธีการสิ่งที่ กสทช. ทำอยู่ คือ เห็นสื่อนำเสนออะไรที่คิดว่าด้านเดียวก็เรียกไปคุย นิวทีวี ก็เคยถูกเรียกคุย ไม่เสียหายที่เราจะรับฟังการเรียกคุยลักษณะนี้ต้องไม่มองว่าเป็นการคุกคามสื่อเองต้องใจกว้างเราอยากเห็นสื่อที่มีมาตรฐานนำเสนอรอบด้านเคารพสิทธิคนอื่นไม่ได้กล่าวหาโดยไม่มีหลักฐานแน่นอนว่าเสรีภาพต้องมี แต่บริบทของข้อเท็จจริงอยู่ตรงไหนถ้าคุณก้าวล่วง เขาฟ้องคุณ เป็นธรรมดา

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



วริทธิ์ งามนิษ

ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ BRIGHT TV



"ตั้งแต่ปีทีวดีดิจิทัล คนทำข่าวมีกันอยู่แค่ปี จาก 7 ช่อง เพิ่มเป็น 24 ช่อง ก็ดึงคนกัน นักข่าวกลายเป็นรีไรเตอร์ รีไรต์กลายเป็น บก. เป็น บก.ข่าวอยู่ดี ๆ กลายเป็นเป็นผู้บริหารช่อง แล้วพอคนขาดก็ดึงคน จะดึงอย่างไร ก็ต้องให้ตัวเลข.."

ถ้าคิดว่าข่าวต้องทำรายได้ อาจไม่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ต้น เพราะถ้าย้อนกลับไป ไม่เคยมียุคไหนเลยที่คนทำจะคิดว่าข่าวเป็นธุรกิจ การวัดเรตติ้งก็สำคัญ ตอนนี้มีความพยายามจะนำเรตติ้งให้สะท้อนความเป็นจริง เพราะทุกคนอยากได้กระจกสะท้อน ที่ชัดมากกว่าบริษัทใช้ในการซื้อสื่อ แต่อยากได้กระจกสะท้อนที่เป็นของจริงเชื่อก็คือได้"

วรวีร์ อุวนิช

ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว

สถานีโทรทัศน์ BRIGHT TV

ผู้บริหารของไบรท์ทีวีเคยให้สัมภาษณ์เรื่อง กลุ่มเป้าหมาย หมายของช่องว่าไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนแต่ต้นหลังออกอากาศมาหนึ่งปีมีความชัดเจนเพิ่มขึ้นหรือไม่

คงคล้ายหลายที่ ที่แรกอาจจับทางตัวเองไม่ถูกคือมีกลุ่มคนดูในใจ แต่พอเริ่มทำจริงเรตติ้งสะท้อนออกมาทำให้วางผังรายการได้ดีขึ้นของเรา เป็นการเปิดกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นคนเมืองตามต่างจังหวัดไม่ใช่ในกรุงเทพฯ เป็นคนที่เลือกดูข่าวมากกว่าละครต้องการเนื้อหาที่มีสาระไม่ได้ติดกับการเล่าข่าวหรือการรายงานข่าวที่เป็นกระแสหลัก กระแสหลักจะเป็นข่าวรัฐบาลและกระทรวงต่างๆ เสียเป็นส่วนใหญ่

กลุ่มเป้าหมายเช่นนี้มีผลต่อการกำหนดแนวทางการนำเสนออย่างไร

ต้องเลือกเนื้อหาที่คนทั่วไปเข้าใจได้ บางคนสนใจเศรษฐกิจบางคนสนใจการเมืองแต่กลุ่มของเราไม่ได้เจาะจงเป็นกึ่ง ๆ เรื่องปากท้องหรือข่าวที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน เช่น เราทำเรื่องหยุดคนใจพิการ คือปัญหาคนไปใช้ที่จอดรถซึ่งจัดให้กลุ่มคนพิการซึ่งคนในเมืองไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของประเทศไทยก็จะเจอปัญหาเดียวกัน

ทีมงานต้องเป็นอย่างไรเพื่อรองรับการนำเสนอข่าวที่แตกต่างไปจากเดิม

เราไม่ได้มองตัวเองว่าเหมือนสื่อกระแสหลักอยู่แล้วเรามีผู้สื่อข่าว 15 คน ช่างภาพ 20 คน ถือว่ากะทัดรัดและไม่ได้แบ่งโครงสร้างเป็นโต๊ะการเมือง เศรษฐกิจ สังคม อย่างที่ทำงานแต่เป็นโต๊ะรายงานพิเศษแต่จะแบ่งว่าโต๊ะทำเรื่องที่ช่วยคนเราเรียกว่า ไบรท์อาสาการหาคำตอบในทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นการเจ็บป่วยไม่สบายหรือแม้แต่เรื่องที่ไม่ได้รับความ เป็นธรรมชาติบ้านไปแล้วบ้านทรุดก็อาสาไปหาคำตอบให้ แนวสืบสวนสอบสวนก็มี ฉก.20 ไปสืบว่า ยางในรถจักรยานยนต์รู้ไหมมันมาจากจีนมันเจ๋งง่าย แล้วถ้าเจ๊งก็เสี่ยงอุบัติเหตุหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการตรวจสอบมาตรฐานหรือไม่ ถ้ามีแล้วของพวกนี้ ผ่านมาได้อย่างไร และโต๊ะรายงานพิเศษดูข่าวกระแสที่อยู่ในความสนใจของสังคม เราไม่ได้เอาหมายข่าวมาทางเพื่อจะวิ่งไปทำเนียบไปกระทรวง แต่ถ้ารู้ว่าจะมีการยกเลิกรถเมล์ฟรีต้องเอาค่าความยากจนมาดูใครบ้างมีรายได้น้อยกว่า3,000บาทต่อปี ถ้าคิดว่ากลุ่มนี้ควรได้รับผลประโยชน์จากส่วนนี้ตามไปดูข้อเท็จจริงว่าเป็นอย่างไร

สำหรับคนทำงานโงกอยากขึ้นกว่าการแคไป ตามหมายข่าว เรื่องบุคลากรต้องทำอย่างไร

ปัญหาคือ มีการเปลี่ยนงานบ่อย ตั้งแต่มีทีวีดิจิทัล คนทำข่าวมีกันอยู่แค่ปี จาก 7 ช่องเพิ่มเป็น 24 ช่องก็ดึงคนกัน นักข่าวกลายเป็นรีไรเตอร์ รีไรต์ กลายเป็น บก. เป็น บก.ข่าวอยู่ดี ๆ กลายเป็นผู้



บริหารช่องแล้วพอคนขาดก็ตั้งคน จะตั้งอย่างไรก็ต้องให้ตัวเลข กำลังคิดว่าที่สุดแล้วคือปลายเหตุเราต้องกลับมาดูที่การศึกษาเลยหรือไม่ ตั้งแต่การรับเด็กเข้าเรียนนอกจากวัดความเป็นเลิศแล้วเราเคยถามใหม่ว่านักเรียนอยากเป็นสื่อสารมวลชนเพราะอะไร เข้าใจแค่ไหนว่าสื่อสารมวลชนทำงานเกิน 9 ชั่วโมง ต้องมีจรรยาบรรณต้องสืบสวนสอบสวนในเชิงลึก เด็กๆไม่เคยรู้ว่าเป็นอย่างไรนักศึกษามาเห็นคนหน้าจอประสบความสำเร็จก็อยากเป็นไม่ได้รู้ว่าถ้าจะมาถึงตรงนี้เขาทำงานหนักมาอย่างไร

มองว่าเป็นปัญหาคุณภาพของคนรุ่นใหม่
อย่างนั้นหรือ

จะไปโทษเด็กคงไม่ได้ 10 - 20 ปีที่ผ่านมาเราได้ยินกันมาตลอดว่าเด็กรุ่นใหม่ไม่เหมือนรุ่นก่อนหน้าตอนตัวเองมาทำงานใหม่ๆ ก็ได้ยินรุ่นพี่ๆ พูดว่าเด็กรุ่นใหม่ไม่เหมือนรุ่นก่อนที่เขาเก่งจริงรู้ลึกรู้จริง เพราะถูกปลูกฝังมาอย่างนั้นรุ่นเราสู้รุ่นพี่ไม่ได้แต่พอเรามองเด็กรุ่นใหม่เราก็คิดคล้ายกันอีก หรือยุคสมัยเปลี่ยน นักข่าวทุกวันนี้ที่ทำงานหนักก็มี แต่อีกกลุ่มทำข่าวแล้วส่งให้เพื่อนแฉกับเพื่อนรวมกลุ่มกันทำงาน กลายเป็นเรียนรู่วิธีทำงานแบบนี้ไม่เคยถูกถามว่าการทำข่าวที่ดีเป็นอย่างไรเพราะทุกคนก็ทำกันแบบนี้ คิดว่าทั้งสองข้างต้องปรับตัว บก.ต้องเข้าใจโลกของเด็กกว่าเขาถูกวัดถูกคัดเลือก มาแบบนี้ต้องดูว่าเขาอยากได้อะไรอยากมีชื่อเสียงมีรายได้ที่ดี อยากมีชั่วโมงการทำงานที่ชัดเจน ระบบการศึกษาเป็นแบบนี้เราก็ต้องเข้าใจ

ถ้าจะแก้ไข ต้องไปตั้งแต่การเรียนเลยว่า ให้เขาเข้าใจว่างานข่าวมีความคาดหวังอย่างไร งานข่าวไม่ใช่งาน 9 ชั่วโมงนะต้องทุ่มเทไม่ใช่งานหนักเงินน้อยเพียงแต่กว่าจะไปถึงจุดนั้นได้ต้องใช้ความพยายาม การมีเป้าหมายเป็นเรื่องที่ดี แต่ต้องรู้ว่าทำอย่างไรจึงจะไปสู่จุดนั้นเหมือนที่บอกว่า ตอนนี้นักข่าวงานโดยดูตัวเลขเป็นหลักไม่ได้ดูว่าองค์กรที่จะไปทำด้วยนั้นเป็นองค์กรที่จะส่งเสริมให้ได้ทำงานข่าวในแบบที่ตัวเองต้องการหรือไม่ ต้องมาดูก่อนว่า การที่เด็กอยากทำงานในฝันอยากทำองค์กรวิชาชีพ

ที่ดีสำนักข่าวที่ดี อาจจะต้องเริ่มที่จะปิดช่องเรื่องการย้ายงานเพราะเงิน

มองเรื่องนี้เป็นประเด็นสำคัญในโบรกเกอร์มีเด็ก
รุ่นใหม่จำนวนมากๆใช่หรือไม่

เด็กใหม่เกือบทั้งหมดเหมือนต้องมาเข้าโรงเรียนกันใหม่แล้ว อย่างที่บอกเมื่อเด็กไม่ถูกถามตั้งแต่ตอนเข้าเรียนในคณะด้านสื่อสารมวลชน เราต้องถามเขาก่อนเลยทำไมถึงมาสมัครงานข่าว ถ้าอยากเป็นผู้ประกาศอย่างเดียวนั้นคงไม่เหมาะนะ เพราะถ้าอยากเป็นผู้ประกาศข่าวต้องเป็นนักข่าวมาก่อนต้องฝึกรายงานสด ฝึกเขียนสก็๊ปอาจจะใช้เวลาเป็นปีๆ ถ้ายอมรับเงื่อนไขแบบนี้ได้ก็ไปด้วยกัน

จุดเด่นของเด็กรุ่นใหม่เป็นอย่างไร

อันดับแรก เขาอยู่ในยุคของไอทีเขาเข้าใจการใช้เครื่องมือเครื่องมือทุกคนเคยชินกับการถ่ายภาพและตัดต่องานด้วยตัวเองความมั่นใจไม่ต้องพูดถึงเด็กเก่งกว่าคนรุ่นก่อนๆ แต่สิ่งที่ขาดคือความเข้าใจเรื่องมาตรฐานวิชาชีพ สมาคมฯ เองก็พูดถึงจรรยาบรรณความรับผิดชอบของสื่อมาตรฐานวิชาชีพ แต่เราเป็นปลายทางถ้าจะให้วิชาชีพนี้ดีจริงคิดว่าอาจต้องเข้าไปร่วมงานกับสถาบันการศึกษา อาจารย์ควรเป็นคนที่เคยผ่านการทำงานข่าววิชาการต้องมีแค่เรื่องวิชาชีพก็ต้องเข้าใจการส่งเด็กมาฝึกงาน 3 เดือนไม่เพียงพอจะทำให้เด็กเข้าใจในเรื่องเหล่านี้ เด็กมาฝึกงานแค่วันละ 8 - 9 ชั่วโมง เสาร์อาทิตย์ก็ไม่ต้องมาไม่เข้าใจว่าการทำงานข่าวจริงๆ เป็นอย่างไร ทำอย่างไรจึงจะเรียกว่าเป็นนักข่าวที่ดี

การเห็นกลุ่มผู้ชมชัดเจน ก็ทำให้เห็นคู่แข่งชัด
ด้วยใช่หรือไม่

คิดว่าแต่ละช่องมีแฟนของตัวเอง เรตติ้งของเราเหมือนจับไปที่กลุ่มใหม่ อาจเพราะเราเป็นน้องใหม่คนที่เป็แฟนฟรีทีวี หรือดาวเทียมเขาก็ยังดูของเดิมเราเป็นช่องใหม่ถ้าไปดูของข่าวจะเห็นชัด บางช่องได้ในเมืองบางช่องได้ต่างจังหวัด ของเราได้เมืองในต่างจังหวัดเป็นหลักคิดว่าความต้องการและการตอบสนองมีความหลากหลายและตอบโจทย์ ในชีวิต



รูปแบบการผลิตเนื้อหารายการเป็นอย่างไร

เราผลิตข่าว และ รายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว เช่น เขย่าโต๊ะข่าว เขย่าข่าวเข้ม เป็นกิจวัตรเพราะที่ กิ่งเล่าข่าว "หูฟังยามเช้า" เป็นคนที่ดูก่อนออกจาก บ้านข่าวที่คนสนใจที่เหลือเป็นรายการที่มาซื้อเวลา

ในเชิงธุรกิจการผลิตข่าวทำรายได้ให้ช่อง เพียงใด

ถ้าคิดว่าข่าวต้องทำรายได้อาจไม่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ต้นเพราะถ้าย้อนกลับไปไม่เคย มียุคไหนเลยที่คนทำจะคิดว่าข่าวเป็นธุรกิจ

มีการผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนอในแพลตฟอร์ม อื่นอย่างไร

คงเสียดายไม่ได้ ที่จะต้องรับสื่อผ่านมือถือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เรามีรายการชื่อ **ออนไลน์คาเฟ่** คอนเซ็ปต์คือการเชื่อมระหว่างคนที่ไม่ได้เข้าในโลก โซเชียลเลย เอาเรื่องที่เกิดขึ้นในโลกโซเชียลมาให้ เขาดูอีกด้านคือคนที่อยู่ในโลกโซเชียลอยู่แล้วแต่ อยากรู้อะไรหรือเรื่องที่เขาเลือกให้คนอื่นได้รู้ต่อ เหมือนเราที่ไลค์แอนด์แชร์กันตลอดเวลาที่มีคนกลุ่ม ที่เป็นแฟนคลับรายการกลุ่มแม่บ้านและคนที่เล่น โซเชียล เห็นได้ชัดว่าสื่อเป็นออนไลน์มากขึ้นคน ไม่ได้ดูละครตามเวลาที่ทีวีแล้ว แต่ดูผ่านมือถือหรือ คอมพิวเตอร์ดูเมื่อตัวเองต้องการเนื้อหาข่าวจึงต้อง สั้นลง รู้แค่ว่าได้รู้ไม่ต้องลึกลับคิดว่าอุปกรณ์ของแต่ละ สื่อจะมีลักษณะเฉพาะของตัวเองหนังสือพิมพ์ถาม ว่าอยู่ได้ไหมอยู่ได้ เพราะยังมีคนที่ต้องการรู้ลึกรู้ อย่างละเอียดรองลงมาเป็นโทรทัศน์แต่บนโลก ออนไลน์แค่อยากรู้เร็ว ๆ เหมือนการที่แต่ละช่องไม่ จำเป็นต้องแย่งกันดูกันเพราะผู้บริโภคมีนิสัยวิถีชีวิต และการบริโภคสื่อที่แตกต่างกัน

ไม่คิดเรื่องการแย่งชิงคนดู แต่เรตติ้งก็มีความ สำคัญด้วยเหมือนกัน

ก็มีผลเหมือนกันพอไม่รู้จักเขาก็ไม่อยากจะ ถึงลองเปลี่ยนมาดู แต่ถ้าการนำเสนอไม่น่าสนใจ เขาก็ไม่อยู่ดู ถือเป็นความยากลำบากของการเป็น ช่องที่ไม่ได้มีกลุ่มคนดูมาก่อน เป็นช่วงเริ่มต้นของ ทุกอย่างคนยังไม่เข้าใจที่ทีวีดิจิทัลคนทำงานก็ปรับ เปลี่ยนตำแหน่งทีมงานต้องสร้างกันใหม่ ทำไปได้

สักพักก็ย้ายงานคงต้องใช้เวลา การวัดเรตติ้งก็สำคัญ ตอนนี้มีคามพยายามจะทำเรตติ้งให้สะท้อนความเป็น จริงเพราะคนดูผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ ด้วย ก็หวังว่า จะพัฒนาไปในทางที่ดีเพราะทุกคนก็อยากได้กระจก สะท้อนที่ชัด และมากกว่าที่บริษัทใช้ในการซื้อสื่อ แต่เราอยากได้กระจกสะท้อนที่เป็นของจริงเชื่อถือได้

การที่กลุ่มเป้าหมายคนดูเป็นคนในเมือง อาจ เป็นเพราะการกระจายการรับชมยังกระจุกอยู่ ในเขตเมืองหรือเปล่า

อาจเป็นอย่างนั้น พัฒนาการของบ้านเราต่าง จากของประเทศอื่น ที่เขาเริ่มจากฟรีทีวีแล้วพัฒนา เป็นทีวีดิจิทัล จากนั้นจึงเป็นดาวเทียมและเคเบิลทีวี แต่ของเราถึงช่วงทำให้ธุรกิจดาวเทียมและเคเบิล เติบโตไปนานมากแล้วถึงจะมาเริ่มทำดิจิทัล ทำให้ ต้องไปแย่งคนดูกลับมาก็อาจต้องใช้เวลาพอสมควร

สถานีมีความกังวลในเรื่องนี้มากน้อยเพียงใด

ทุกคนคงเหมือนกัน คืออยากได้ความชัดเจน และ กสทช.เอง ถ้าชัดเจนว่าเมื่อทำไม่ได้ตามแผน แล้วจะมีการแก้ไขอย่างไรขั้นตอนเป็นอย่างไรซึ่งมอง ว่าเป็นธรรมดา เหมือนการทำธุรกิจก็ต้องมีแผน สำรองถ้าเกิดมันไม่เป็นตามที่เราวางไว้แต่แรกเรา ก็ต้องปรับโดยมีแผนสำรองเพื่อจะรับมือ

ในส่วนของสถานีเองมีการปรับตัวอย่างไร เมื่อ ธุรกิจไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

พอสมควร และ ทุกช่องก็คงเหมือนกันต้อง ปรับตั้งแต่การหาคนดู หากคนทำงานวางแผนธุรกิจ เราเองตั้งใจผลิตเนื้อหาให้ดีแต่กลายเป็นว่าเงื่อนไข การที่คนจะดูหรือไม่กลายเป็นเรื่องช่องทางการรับชม เราที่ลำบาก

เฉพาะหน้าตอนนี้ คิดว่า กสทช. ทำอะไรที่จะช่วย ผู้ประกอบการได้ดีที่สุด

น่าจะเป็นเรื่องการเรียงหมายเลขช่องเพราะ ถ้าดูจากดาวเทียมและเคเบิล คนดูจะสับสนไม่รู้ช่อง ไหนอยู่เลขอะไร トラบเท่าที่ทุกอย่างไม่เป็นไปตามที่ กสทช.กำหนดไว้ มันมีผลต่อการจดจำของคนดูเปิด มาเนื้อหาที่น่าสนใจแต่ไม่รู้ช่องอะไรจำไม่ได้กลับมา หาไม่เจอ



ในแง่ของคนข่าว ชีวิตเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง หลังจากมีโทรทัศน์ดิจิทัล

พอดีรับสองบทบาททั้งหน้าจอและงานบริหาร ชีวิตอยู่กับงานเสียส่วนใหญ่ มีเวลาที่ต้องมอนิเตอร์ช่องอื่นแต่รู้สึกดีใจที่วิชาชีพของเราเติบโตทำงานข่าวมา 20 กว่าปี ผ่านความเปลี่ยนแปลงมาเยอะ เคยคิดว่าพฤษภาทมิฬคงเป็นเหตุการณ์ใหญ่ครั้งสุดท้าย ไม่คิดว่าจะได้ร่วมในสถานการณ์สำคัญอีกหลายครั้ง ทั้งเหตุการณ์ความไม่สงบทางภาคใต้ เหตุการณ์สึนามิ ความขัดแย้งทางการเมือง แต่ทุกปัญหาก็คลี่คลายลงได้ทุกคนมีการปรับตัวเพื่อจะผ่านเหตุการณ์ร้ายๆ ไป

ในแง่หนึ่งก็ทำา้งานข่าวมีความสำคัญต่อสังคม

ใช่ ถึงบอกว่า คนเราไม่ได้มีแต่บันเทิงตอน สีนามิคนก็ติดตามข่าวตอนน้ำท่วม คนต้องดูว่ามันจะมาถึงบ้านเราไหม เป็นเรื่องจริงเสียยิ่งกว่าละครตามกันแต่ข่าวโดยไม่ดูละครได้ตั้งเป็นเดือน แต่อาจต้องมีอะไรอีกสักอย่างที่เรียกว่าเป็นการปฏิวัติข่าวอย่างแท้จริง

หมายถึงอะไร

จากรุ่นที่เน้นการอ่านข่าวว่าต้องเป๊ะ อีกขระต้องชัดมา จนถึงการเล่าข่าวตอนนี้เหมือนเริ่มฟอร์มตัวกันใหม่ ยุคเล่าข่าวกำลังจะผ่านไปแล้วยุคของการรับชมเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี ข่าวต้องปรับให้สอดคล้องกับโลกออนไลน์อาจเป็นการปฏิวัติรูปแบบข่าวอีกรอบต้องต่างจากยุคเดิมที่เคยมีมา โลกเปลี่ยนไปถ้าใครคิดว่าการทำข่าวยังเหมือนเดิมแล้วไม่ปรับตัวจะอยู่ไม่ได้ เพราะถ้าดูแล้วเราจะเห็นว่าแต่ละช่องไม่มีใครเหมือนเดิม ทุกคนปรับตัวกันหมด

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



วทันยา วงษ์โอภาสี

รองประธานกรรมการบริหารฝ่ายปฏิบัติการ
บริษัท สบิโอดี คอร์ปอเรชั่น จำกัด



ในอุตสาหกรรมข่าว มีกลุ่มนักข่าวที่ทำงานในแนวทางแบบเดิม ไม่ใช่ไม่ได้ เพียงแต่คนรุ่นใหม่ มีความต้องการที่ต่างจากเดิม เขาต้องการความเร็ว ตรงประเด็น เพราะมีสิ่งดึงดูดความสนใจของเขายู่ตลอดเวลา ยังมี Generation gap ที่ต้องปรับ พฤติกรรมการบริโภคสื่อต่างไปจากเดิม แม้จะมีช่องที่คนติดตามเป็นประจำ แต่เขาไม่ได้ดูช่องเดียว หรือช่อง ทางเดียวอีกต่อไป ทุกคนรับสื่อเยอะมาก ทั้งทีวี วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ติดตามจากโซเชียลมีเดีย ต่างๆ แต่มีอีกไม่น้อย ที่ต้องการเนื้อหาเพียงๆ เพื่อจะนำไปวิเคราะห์ร่วมกับข่าวจากแหล่งอื่น ๆ ที่เขาได้รับ แล้วตัดสินใจด้วยตัวเองว่าเรื่องราวเป็นอย่างไร คนจำนวนไม่น้อยไม่มีเวลาจะเสพข้อมูลยาว ๆ แต่ต้องการความสั้น กระชับ ตรงไปตรงมา"

วทัญญา วงษ์โอกาสี

รองประธานกรรมการบริหารด้านธุรกิจขององค์กร บริษัท สปริงนิวส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ความเป็นสถานีข่าวของ สปริงนิวส์ต่างจาก ช่องสถานีอื่นๆ อย่างไร

สโลแกนของเราคือ "ข่าวจริงสปริงนิวส์ ทันเหตุการณ์เห็นอนาคต" เราเน้นย้ำเรื่องความเป็นกลางและเป็นธรรมในการเสนอข่าวเราออกเป็นนโยบายชัดเจนว่าข่าวที่ยังไม่แน่ใจ ไม่รับการตรวจสอบว่าเป็นจริงเราจะไม่นำออกอากาศ ที่สำคัญเราจะไม่ใส่อคติความคิดเห็นของผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ หรือแม้แต่กองบรรณาธิการลงไปในเนื้อหาข่าว การนำเสนอข่าวทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ประชาชนจะเป็นคนตัดสินใจเองว่าเขาจะเชื่อข้อมูลฝั่งไหน

สปริงนิวส์มีประสบการณ์โทรทัศน์ดาวเทียม เตรียมไว้ล่วงหน้าหรือไม่จะพัฒนาเป็น โทรทัศน์ดิจิทัล

ไม่ค่ะ เมื่อ 4 - 5 ปีที่แล้วตอนที่เราเริ่มทำทีวีดาวเทียม แทบจะยังไม่มีการผลิตถึงทีวีดิจิทัล แต่ในแง่ของเทคโนโลยีการเกิดขึ้นของเราก็ถือว่าเป็นดิจิทัลทั้งหมดอยู่แล้ว ต่างกันแต่ระบบออกอากาศเท่านั้น

เมื่อจะตัดสินใจเข้าร่วมประมูลโทรทัศน์ดิจิทัล ต้องพิจารณาปัจจัยใดเป็นสำคัญ

มองภาพรวมของตลาดเพราะตอนที่เราทำทีวีดาวเทียมผู้ประกอบการมีความแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งคือ กลุ่มที่ตั้งใจทำธุรกิจจริงอย่างสปริงนิวส์

อยากพัฒนาคุณภาพงานจริงๆ รายได้ของเรามาจากทางเดียวคือสปอนเซอร์จากการโฆษณาในตลาดทีวี แต่ก็มีอีกกลุ่มที่รายได้หลักมาจากด้านอื่นเราอยากให้ลูกค้าที่เป็นสปอนเซอร์เห็นความแตกต่างแต่ในที่สุดมุมมองเหล่านี้ก็ไม่เกิดขึ้นการมาทำทีวีดิจิทัลจึงเป็นการปักธง และประกาศกับสังคมถึงความตั้งใจที่แท้จริงของเรา

มองโอกาสทางธุรกิจของโทรทัศน์ดิจิทัล อย่างไร

การเป็นช่องสถานีในทีวีดาวเทียมต้องยอมรับว่ามีข้อจำกัดเราเริ่มตั้งแต่ดาวเทียมยังไม่เป็นที่ยอมรับเลยจำได้ว่าไปหาลูกค้ายังต้องทำไดอะแกรมเพื่ออธิบายว่าระบบทีวีดาวเทียมเป็นอย่างไรแต่ทำไป 2 - 3 ปี ลูกค้าเริ่มเข้าใจและให้การยอมรับในวงกว้างเพิ่มขึ้นแต่ในการยอมรับเองก็มีข้อจำกัด เพราะทุกคนมองกลุ่มดาวเทียมและเคเบิลเป็นรองเมื่อเทียบกับฟรีทีวีเพราะเป็นสิ่งใหม่ในอุตสาหกรรมเลยเหมือนไก่กับไข่ พอมองว่าไม่มีมาตรฐาน ลูกค้าก็ไม่กล้าใช้จ่ายกับเราเยอะแต่พอขาดเงินที่จะมาลงทุน ธุรกิจเองก็พัฒนาได้ยากเพราะไม่มั่นใจว่าเมื่อไรที่รายรับกับรายจ่ายจะวิ่งตามกันทัน

เมื่อก้าวมาในตลาดทีวีดิจิทัล คู่แข่งเปลี่ยนไป และในอนาคตอีก 3 - 5 ปีจะเริ่มหยุดออกอากาศใน



ระบบ แอนะล็อก แล้วรวมแพลตฟอร์มเป็นดิจิทัล มีผู้เล่นหลายรายสิ่งที่จะเกิดขึ้นชัดเจน คือ การเปลี่ยนแปลงบนหน้าจอที่จะมีการยกระดับคุณภาพด้านการผลิต อนาคตพหุทีมงานทั้งหมดก็ต้องได้รับการพัฒนามากขึ้น ต้องใส่เม็ดเงินเพื่อพัฒนาให้มาตรฐานการแข่งขันเกิดขึ้นในระดับที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจน ตัวเราเองก็ต้องเคลื่อนตามอุตสาหกรรมไปด้วย

สปริงนิวส์ ต้องถือเป็นหน้าใหม่ของวงการข่าวโทรทัศน์ มองความเสี่ยงอย่างไร

ความชัดเจน และสิ่งที่ยืนยันมาตลอด คือ เราต้องการเป็นสถานีข่าว ตอนประมวล เราจึงซื้อของของสถานีประเภทข่าวและสาระ ไม่ได้ซื้อเพื่อเลือกหรือเพื่อผิดหวังใดๆ ทั้งสิ้น เพราะรู้ว่าเราถนัดข่าว เรามองว่าตลาดในอนาคตจะไม่ใช้กีฬาไรตี้ จับจ่ายไปเสียทุกช่องอีกต่อไป คนจะเลือกดูในเช็กแม้นต์ที่ตัวเองชอบและมีรอยัลตี้กับเช็กแม้นต์ที่ตัวเองเลือก เมื่อเรามองภาพรวมตลาดแบบนี้ เราจึงไม่ได้มองการแข่งขันกับวาไรตี้ หรือท็อปไฟฟ์ที่เป็นเม็ดเงินก้อนใหญ่ แต่มุ่งที่เช็กแม้นต์ในตลาดข่าวและเชื่อว่ายังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการแข่งขันฐานรายได้ในอุตสาหกรรมเช็กแม้นต์ข่าวเชื่อว่าเพียงพอจะเลี้ยงตัวได้

ทำไมมั่นใจกับธุรกิจข่าว ขณะที่คนส่วนใหญ่ มองข่าวว่าไม่ใช่สิ่งที่ขายได้ด้วยตัวเองสักเท่าไร

ขึ้นอยู่กับวิธีที่เราเลือกลงทุน แน่แน่นอนถ้าเราลงทุนเต็มรูปแบบ เม็ดเงินคงไม่เพียงพอที่จะหล่อเลี้ยงองค์กร แต่เราเกิดจากการเป็นทีวีดาวเทียมคนที่ทำดาวเทียม จะรู้ว่าเรามาจากธุรกิจที่ปากกัตดินถินเราต้องคิดตลอดเวลาว่าจะใช้เงินอย่างไรจึงจะประหยัดและคุ้มค่าเราเติบโตมาจากวิธีการลงทุนอีกแบบหนึ่ง เมื่อมาทำดิจิทัลเรามีประสบการณ์ที่รู้แล้วว่าจัดการเรื่องสถานีอย่างไรในระยะยาว ถ้าให้เทียบฟรีทีวีช่องใหญ่รายการที่แทบจะไม่มีอะไรเลย ขึ้นต่ำตอนละแสนบาท ถ้าโปรดักชันเกรดเอไฮสปีโหลค่าใช้จ่ายวิ่งไปที่ 3 แสน ถึง 6 แสน ละคร ตอนละ 2 ล้าน

แน่นอนเราไปในสเกลนั้นไม่ได้ สปริงนิวส์เลือกที่จะอยู่ในเช็กแม้นต์ข่าว ถ้าสามารถคุมค่าใช้จ่ายได้เม็ดเงินในเช็กแม้นต์ข่าวก็น่าจะเพียงพอ

ทุกคนย่อมคาดหวังว่าข่าวจะเป็นกลางและเป็นจริงสปริงนิวส์จะบอกว่าตัวเองแตกต่างอย่างไร

ยอมรับว่า เรื่องนี้เป็นนามธรรมทุกคนอยากจะเป็นและบอกว่าฉันเป็น วันแรกที่ไปพบลูกค้าก็เจอคำถามแบบนี้ วันนั้นเราบอกได้แค่ว่านี่คือจุดมุ่งหมายเป็นวิสัยทัศน์ของผู้บริหารเป็นสิ่งที่เราพยายามจะทำให้ได้ แต่สุดท้ายแล้วต้องอาศัยการทำงานและระยะเวลาเพื่อพิสูจน์วันนี้เราทำงานมา 5 ปีเต็มและกำลังจะขึ้นสู่ปีที่ 6 น่าจะเป็นคำตอบที่ดีที่สุดวันแรกลูกค้าตั้งคำถาม แต่วันนี้สิ่งที่ภูมิใจคือมีคนพูดว่า เมื่อนึกถึงสปริงนิวส์ เขานึกออกมาหมายถึงความเป็นกลาง ช่วงที่ผ่านมา มีกีฬาทางการเมืองเรานำเสนออย่างรอบด้านและโดนกล่าวหาจากทุกฝ่ายว่าเราเป็นสีแดงบ้าง สีเหลืองบ้าง เพราะสิ่งที่เราทำคือ เหตุการณ์เกิดที่ไหนเราก็ไปนำเสนอและมั่นใจว่าเราให้พื้นที่ทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรมรายการของเรามีผู้มาร่วมรายการจากทุกฝ่ายถ้าเราไม่เป็นกลางจริง เราคงไม่ได้รับความไว้วางใจที่เขาจะเดินเข้ามาในสถานีสิ่งเหล่านี้ต้องค่อยๆสั่งสมสังคมจะเป็นคนตัดสินเองว่าเขาจะเชื่อหรือเปล่านั้นเราเป็นกลางจริงอย่างที่ประกาศไว้

ผู้บริหารต้องทำอะไรให้เกิดการนำเสนอเนื้อหาอย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้ความยากลำบากก็คือคนทำข่าวเองก็มีความยึดความเชื่อของตัวเองอยู่ด้วยเหมือนกัน

ต้องคอยมอนิเตอร์ ถ้าดูแล้วรู้สึกว่ามีเริ่มสูญเสียหมิ่นเหม่ในประเด็นที่มีความอ่อนไหวอาจไม่ตั้งใจ แต่คนดูแล้วอาจเข้าใจไปอีกแบบเราจะคอยเตือนกันว่าอันนี้ดูจะใกล้เส้นที่มีคอมเม้นต์แล้วนะอยากให้โหนดาว์ลงแต่ การนำเสนอข่าวของสปริงนิวส์วางรูปแบบเป็นรายงานเลยไม่เปิดโอกาสให้ผู้ดำเนินรายการคอมเม้นต์อะไรอยู่แล้วมีแค่ 2 - 3 รายการที่ผู้ดำเนินรายการสามารถใช้สิทธิ์เฉพาะตัว ซึ่งถือว่าน้อยมากและสามารถปรับจูนกันได้ตลอดเวลา



มองอีกด้าน การที่ผู้ดำเนินรายการให้ความเห็นและมีมุมมองต่อข่าวก็เป็นเสน่ห์ชวนติดตามสำหรับคนดูด้วย เหมือนกัน

ถูกคะ จากที่ทำรีเชิรชคนไทยติดเ็นเตอร์เทนเมนต์บางอย่างที่ได้จากผู้นำเสนอด้วย แต่เรามองพฤติกรรมกรมการบริโภคสื่อว่าต่างไปจากเดิม แม้จะมีช่องที่คนติดตามเป็นประจำ แต่เขาไม่ได้ดูช่องเดียวหรือช่องทางเดียวอีกต่อไป ทุกคนรับสื่อเยอะมากทั้งทีวี วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ติดตามจากโซเชียลมีเดียต่างๆ แม้จะยังมีคนส่วนหนึ่งที่ติดตามผู้จัดรายการแต่มีอีกไม่น้อย ที่ต้องการเนื้อหาเพียวๆ เพื่อจะนำไปวิเคราะห์ร่วมกับข่าวจากแหล่งอื่นๆ ที่เขาได้รับแล้วตัดสินใจด้วยตัวเองว่าเรื่องราวเป็นอย่างไรประกอบกับการใช้ชีวิต ทุกวันนี้เร่งรีบ คนจำนวนไม่น้อยไม่มีเวลาจะเสพข้อมูลยาวๆ แต่ต้องการความสั้นกระชับตรงไปตรงมา แต่ผู้จัดรายการเราก็ไม่ทิ้งผู้ประกาศผู้ดำเนินรายการมีลีลาของตัวเองได้ ทรายปัดที่มี การนำเสนออย่างรอบด้าน มีการบาลานซ์อยู่ตลอดเวลา ก็จะรักษาความเป็นกลางไว้ได้

แบ่งช่วงอายุคนดูอย่างไร

เรตติ้งบอกว่าคนที่รับชมข่าวโทรทัศน์เป็นกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มที่ต่ำกว่า 35 ปี จะรับข่าวผ่านสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตามก็ผู้ใหญ่เองก็ก้าวมาสู่การรับข่าวแบบมัลติแพลตฟอร์มด้วยเหมือนกันเพราะทุกคนรู้แล้วว่า การนำเสนอข่าวไม่ได้มีแค่แบบเดิมอีกต่อไปเขาก็มองหาสิ่งที่แปลกใหม่เพื่อเพิ่มการรับรู้ หรือเปิดโลกทัศน์ใหม่ๆ เราสนใจกลุ่ม 25 ปีขึ้นไปด้วย เด็กที่เพิ่งเรียนจบเป็นคนทำงานรุ่นใหม่ พอเรียนจบหลายคนก็ปฏิเสธข่าวไม่ได้เพราะมันมาเกี่ยวข้องกับเราโดยอัตโนมัติคนชอบบอกว่ากลุ่มที่บริโภคข่าวเป็นกลุ่มเฉพาะคิดว่าไม่ใช่ เพราะข่าวเกี่ยวข้องกับเราข่าวนี้ข่าวนี้ ระเบิดที่หน้าโรงแรมเอราวัณ ใครก็อยากรู้เพียงแต่พฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารของแต่ละคนแต่ละรุ่นแตกต่างกันออกไป

คุณเองเป็นคนรุ่นใหม่ คิดว่าข่าวของสปริงนิวส์ตอบโจทย์ความต้องการใหม่ๆ หรือยัง

ยอมรับว่ายังต้องใช้ระยะเวลา จะพูดอย่างไรดีคือในอุตสาหกรรมข่าวมีกลุ่มนักข่าวที่ทำงานในแนวทางแบบเดิม ไม่ใช่ไม่ดี อย่างไรก็ตามการก็ต้องการคนเหล่านี้ โดยเฉพาะเมื่อเราอยู่ในฐานะของคนที่ไม่รู้ก็ต้องให้คนเหล่านี้เดิมความรู้มากคอยโอดให้เพียงแต่คนดูรุ่นใหม่มีความต้องการที่ต่างจากเดิมเขาต้องการความรวดเร็วตรงประเด็นเพราะมีสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของเขาอยู่ตลอดเวลา ยังมี Generation gap ที่ต้องปรับจูนกันอีกนิดหนึ่ง

การบริหารทีมข่าวเป็นอย่างไรต้องมีการปรับตัวอย่างไรในการเปลี่ยนจากโทรทัศน์ดาวเทียมมาเป็นดิจิทัล

ทีมใหญ่ขึ้นประมาณเท่าตัวจากประมาณ 200 คน ตอนนี้อยู่ 400 กว่าคน เพราะมีงานบางประเภทที่ตอนเป็นดาวเทียมอาจยังไม่ต้องให้น้ำหนักมากนัก แต่เมื่อต้องการยกระดับสถานีให้ได้มาตรฐานเราจึงต้องเริ่มมีส่วนงานที่เพิ่มขึ้น เช่น ด้านเซนเซอร์เพื่อดูแลให้งานได้มาตรฐานอย่างแท้จริงแต่ในแง่การทำงานไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงทั้งผู้บริหารรวมถึงบริษัทแม่ของสปริงนิวส์ เราให้อิสระกับทั้งกองบรรณาธิการ ทุกคนที่มาร่วมงานกับเราหรือที่เราเชิญมา เราไม่เคยแทรกแซงหรือชี้นำเพียงแต่ทำความเข้าใจร่วมกันแต่ต้น คือ ทุกคนต้องรับรู้ว่าการทำข่าวที่ห้ามใช้อคติต้องเป็นกลางเป็นธรรม ทรายปัดที่เขาอยู่บนพื้นฐานเหล่านี้ นอกจากนั้นเขาสามารถสร้างสรรค์ประเด็นและการนำเสนอได้อย่างเต็มที่

มองบทบาทของ กสทช. ในฐานะ หน่วยงานรับผิดชอบการจัดสรรคลื่นความถี่ของโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างไร

ปัญหาใหญ่คือเรื่องการเข้าถึงทีวีดิจิทัลของประชาชน ก่อนหน้านี้ใน 22 ล้านครัวเรือน มี 30 เปอร์เซ็นต์ที่รับชมด้วยเสาข้างปลาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักเพราะถ้ายังรับชมแบบเดิมภายใน 3 - 5



ปีก็จะดูไม่ได้ แต่ทุกครั้งที่การแจกคู่มือและการสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงการรับชมทีวีดิจิทัล ล่าช้าออกไป กลุ่มดาวเทียมและเคเบิลก็ทำตลาด ทำให้ 30 เปอร์เซนต์นั้นหดลงเรื่อยๆ และเมื่อเขาเปลี่ยนจากเสาข้างปลาเป็นดาวเทียมหรือเคเบิล เขาก็ไม่มีเหตุผลที่จะต้องเปลี่ยนอีกหลายอย่าง สายเกินไปแล้ว สภาพตลาดเปลี่ยนไปแล้วโอกาสที่สูญหายไปจากความล่าช้าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว

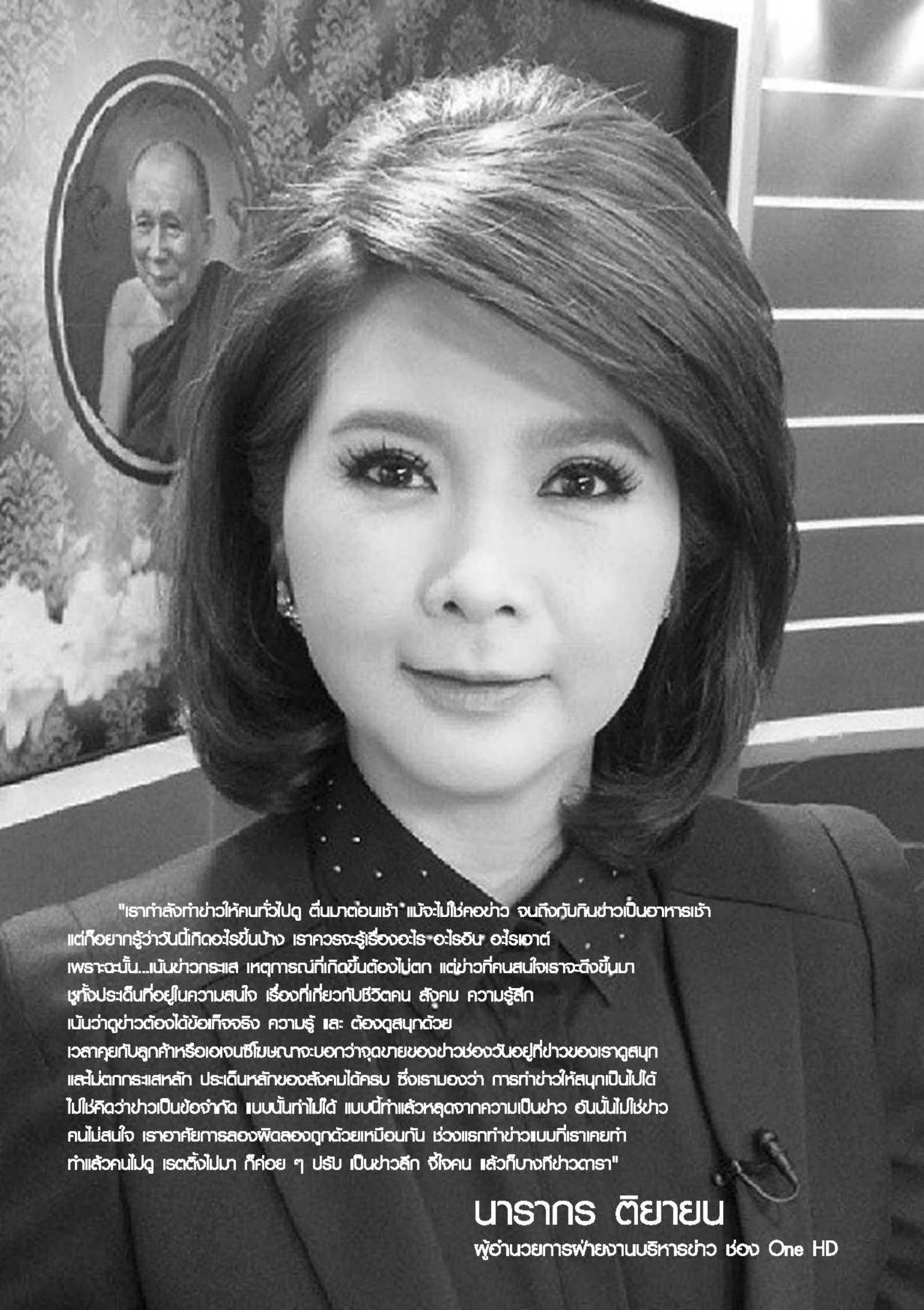
มุมมองของผู้ประกอบการปัญหาที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อเพียงใด

คิดว่าทุกคนก็คงบาดเจ็บและมีความรู้สึกที่ไม่แตกต่างกันในความอึดอัดเรื่องการเปลี่ยนผ่านตรงนี้ ก่อนหน้านี้เชื่อว่าทุกคนทำการศึกษาเรื่องความคุ้มค่าของการลงทุนโทรทัศน์ดิจิทัลมาแล้ว รู้ดีว่าต่อให้ทุกอย่างดำเนินไปตามแผนการทำธุรกิจโทรทัศน์ในช่วงแรก อย่างไรก็ตาม ขาดทุน ยิ่งทุกอย่างไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ก็ต้องกลับมาทบทวนทุกอย่างกันใหม่ งบประมาณที่เตรียมไว้ก็ต้องใช้มากขึ้นกว่าเดิม ขณะที่ระยะเวลาที่คาดไว้ว่าจะคุ้มทุนต้องยืดยาวออกไป เราต้องหันมาคุมเรื่องค่าใช้จ่ายมากขึ้น คิดว่าเป็นสิ่งที่หลายช่องก็ต้องรับมือคล้ายๆ กัน

ถึงตอนนี้ คาดหวังกับ กสทช. อย่างไร

ตอนนี้ทุกอย่างไม่เหมือนเดิม เกิดความเสียหายทุกคนต้องประสพภาวะที่อุตสาหกรรมไม่เป็นไปอย่างที่วางแผนไว้เศรษฐกิจโดยรวมไม่ดี รายได้หลักของเรามาจากสปอนเซอร์ซึ่งรายจ่ายโฆษณาเป็นส่วนแรกที่จะถูกตัดลดในภาวะที่เศรษฐกิจแย่มากต้องฝากถึงหน่วยงานภาครัฐว่าจะช่วยเยียวยาอย่างไร เช่น การอุดหนุนค่าใช้จ่าย ในการจัดทำเรตติ้ง หรือ การผ่อนปรนเรื่องระยะเวลาสัมปทาน แม้ตลาดจะไม่เหมือนเดิมแต่ก็ดีกว่าไม่ได้ทำอะไรเลยอย่างแน่นอน

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



"เรากำลังทำข่าวให้คนทั่วไปดู ตื่นมาตอนเช้า* แม้จะไม่ใช่ข่าวข่าวดัง จนถึงกับกินข่าวเป็นอาหารเรา แต่ก็อยากรู้ว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง เราควรระวังเรื่องอะไร* อ-ไรอัน อ-ไรเอาต์ เพราะฉะนั้น...เน้นข่าวกระแส เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต้องไปตัก แต่ข่าวที่คนสนใจเราจะต้องขึ้นมาจากประเด็นที่อยู่ในความสนใจ เรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตคน สังคม ความรู้สึก เน้นว่าข่าวต้องได้ข้อเท็จจริง ความรู้ เสร: ต้องดูสนุกด้วย เวลาคุยกับลูกค้าหรือเอเจนซีโฆษณาบอกว่าคุณขายของข่าวช่องวันอยู่ที่ข่าวของเราดูสนุก เสร:ไม่ตลกกระเสาะหลัก ประเด็นหลักของสังคมได้ครบ ซึ่งเราเองว่า การทำข่าวให้สนุกเป็นไปไม่ได้ ไม่ใช่คิดว่าข่าวเป็นข้อจำกัด แบบนั้นทำไม่ได้ แบบนี้ทำแล้วหลุดจากความเป็นข่าว อันนั้นไม่ใช่ข่าว คนไม่สนใจ เราอาศัยการสอดพืดสอดดูด้วยเหมือนกัน ช่วงแรกทำข่าวแบบที่เราเคยทำ ทำแล้วคนไม่ดู เรดตั้งไม่มา ก็ค่อย ๆ ปรับ เป็นข่าวลึก จี๊จกคน แล้วก็บางทีข่าวตารา"

นารากร ตียายน

ผู้อำนวยการฝ่ายงานบริหารข่าว ช่อง One HD



นารากร ตียายน

ผู้อำนวยการฝ่ายงานบริหารข่าว ช่อง One HD

แกรมมีมีกองบรรณาธิการข่าวเป็นครั้งแรก
ผู้บริหารกำหนดนโยบายข่าวอย่างไร

เกือบ 10 ปี ที่จีเอ็มเอ็มแกรมมีพยายามทำ
ทั้งสถานีวิทยุข่าว ช่องดาวเทียม นี่น่าจะเป็น
ครั้งแรกที่มีการจัดตั้งเป็นฝ่ายข่าวและมีการออก
อากาศในรูปแบบของสำนักข่าวของแกรมมีอย่าง
แท้จริง ซึ่งคนแรกในแกรมมีที่มาคุยด้วยคือ
คุณไพบูลย์ (ไพบูลย์ดำรงชัยธรรม ประธานกรรม
การบริษัทจีเอ็มเอ็มแกรมมีจำกัด (มหาชน) ซึ่ง
บอกอย่างชัดเจนว่า "นโยบายของผมคือเป็น
กลางไม่เข้าข้างฝ่ายใดทั้งสิ้น" ซึ่งช่วงที่เริ่มทำยังมี
สถานการณ์ขัดแย้งทางการเมือง มีการชุมนุม
ของ กปปส. (คณะกรรมการประชาชนเพื่อการ
เปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่
สมบูรณ์อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข)
และการเคลื่อนไหวของ นปช. (แนวร่วมประชาธิปไตย
ต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ) คุณไพบูลย์บอกว่า
คนของแกรมมีจะไปอยู่สีไหนก็ได้ถือเป็นเรื่องส่วน
ตัวแต่องค์กรเน้นความเป็นกลาง นั่นเป็นสิ่งที่
เขาพูดกับเราและเราก็ยึดถือเป็นหลักการทำงาน
คือ การนำเสนอข่าวที่เป็นกลางและเป็นจริง

เราเรียกตัวเองว่า "วันนิวส์" ด้วยความที่
ตัวเองเริ่มต้นจากการทำงานข่าวที่ ไอทีวี ซึ่งเป็น
สถานีข่าวทำให้ได้เห็นกรอบการทำงานทั้งในแง่
จรรยาบรรณและแนวทางต่างๆมาตลอดนอกจากนี้
ก็ไปอยู่องค์กรข่าวของที่อื่นด้วย ทั้งช่อง 3 และ
ช่อง 7 แต่สิ่งที่ยึดถือมาตลอดสำหรับการทำข่าวคือ
ความเป็นกลางตรงไปตรงมาและข้อเท็จจริงที่เกิด
ขึ้นโดยเฉพาะเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้ง เราต้อง
นำเสนอทั้งสองด้าน

กำหนดแนวทางการนำเสนอข่าวไว้อย่างไรบ้าง

ช่องวันเป็น 1 ใน 7 ของ ช่องสถานีว่าไรดี
เอชดี เป็นช่องบันเทิงตามกฎหมายต้องมีข่าว 25
เปอร์เซ็นต์ และ คิดว่าถ้าคนดูข่าวฮาร์ดคอร์เลย
ก็คงจะดู ช่องเนชั่น สปริงนิวส์ หรือ วอยซ์ทีวี แต่
เรากำลังทำข่าวให้คนทั่วไปดู ตื่นมาตอนเช้าแม้จะ
ไม่ใช่คอข่าวจนถึงกับกินข่าวเป็นอาหารเช้า แต่ก็
อยากรู้ว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง เราควรจะรู้เรื่อง
อะไร อะไรอิน อะไรเอาต์ เพราะฉะนั้นเน้นข่าว
กระแสเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ต้องไม่ตก แต่ข่าวที่คน



สนใจเราจะตั้งขึ้นมาดู ทั้งประเด็นที่อยู่ในความสนใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตคน สังคม ความรู้สึก เห็นว่าดูข่าวต้องได้ข้อเท็จจริงความรู้และต้องดูสนุกด้วย

แกรมมี่มีหลายช่องสถานี ต้องผลิตข่าวป้อนช่องไหนบ้าง

ช่อง วัน เป็นหลัก ส่วน จีเอ็มเอ็ม 25 เราผลิตคอนเทนต์ให้ ส่งสคริปต์ และภาพ แต่เรามีแนวทางนำเสนอของเขาเองเพราะเป็นช่องที่เน้นกลุ่มผู้ชมที่เป็นวัยรุ่น เราก็จะเลือกข่าวที่มีสีสันมากหน่อยแต่ข่าวกระแสก็จะไม่ให้ตกเหมือนกัน

ผลตอบแทนเป็นอย่างไร

เกินคาด วันที่ 1 สิงหาคม 2557 เป็นวันแรกที่เริ่มออกอากาศ ปีนี้ถือว่าครบรอบหนึ่งปี ซึ่งเมื่อวันนี้ของปีที่แล้วต้องบอกว่าไม่พร้อมเลย ทั้งระบบออกอากาศ นิวส์รูม ริงกันเหมือนเมื่อ 20 ปีที่แล้วแต่โชคดีที่คนซึ่งเรารวบรวมมาทั้งกองบรรณาธิการ โปรดิวเซอร์ เจ้าหน้าที่ที่ติดต่อทุกคนมาจากช่องอื่น ๆ ที่มีประสบการณ์ทั้งนั้นทำให้ทุกอย่างผ่านไปได้ก็จะลงตัวจริงก็ออกอากาศผ่านไปแล้ว 2 เดือน ความนิยมของคนดูก็ขึ้นเรื่อยๆ แต่ถ้าเทียบเรตติ้งข่าวช่วง 5 โมงเย็นเรายังอยู่ห่างจากช่อง 7 และ 3 แต่ถ้าถือว่าเป็นช่องใหม่ที่เปิดได้แค่ปีเดียว ขณะที่ช่องอื่นเปิดมาเป็นสิบปี ถือว่าน่าพอใจแล้ว

ความไม่พร้อมที่พูดถึงคือการที่แกรมมี่ไม่เคยทำข่าวมาก่อนเลย

ลงทุนใหม่ทุกอย่าง วันที่เขาพาเรามาดูสถานที่คือเป็นห้องที่มีพื้นที่กับเพดานโล่งๆ ไม่มีอะไรสักอย่าง บอกว่า นี่คือออฟฟิศของคุณ เราทำงานอยู่กองข่าวมาเกือบ 20 ปี ไปที่ไหนทุกที่พร้อมหมดแล้วเข้าไปช่อง 7 ช่อง 3 มีให้ทุกอย่างแต่นี่คือเป็นห้องโล่ง ๆ

เตรียมใจไว้ล่วงหน้าบ้างหรือไม่

อ้อ ไม่ (หัวเราะ) ไม่ได้เตรียมไว้ขนาดนั้น คุณไพบุลย์บอกว่า แกรมมี่ไม่เคยมีสำนักข่าว คุณต้องมาสร้างให้ผม คือเขามีทุกอย่างมีเพลง มีหนัง มีละครแต่ไม่ใช่สำหรับเราทุกอย่างต้องเริ่มต้นใหม่ค่อยๆ เริ่ม จากเทคนิคที่เราไม่เคยรู้จักต้องศึกษาต้องเรียนรู้อันไหนไม่รู้ ก็ต้องหาคนที่รู้มาทำการหาคนก็ยากนะเพราะคนที่จะหามาต้องรู้จริง เพราะเราไม่รู้ถ้าเอาคนที่ไม่รู้มาอีกก็จะละกันใหญ่

ขนาดของกองบรรณาธิการข่าวเป็นอย่างไรพอดีสำหรับงานหรือไม่

125 คน ประมาณ 1 ใน 3 ของช่องใหญ่อย่างไทยรัฐทีวี แต่ก็ไหว เพราะขึ้นอยู่กับนโยบายที่วางไว้ หนึ่ง เราจะเปิดช่องที่ข่าวกระแสไม่ตกข่าวหลักต้องมีข่าวต้องสนุกคนดูแล้วติดดูแล้วชอบ ฉะนั้น อะไรเยอะเกินไป ข่าวแถลงเราไม่ทำเลือกแนวทางที่เหมาะสมกับช่องเรา บางช่องมีทีมข่าวเป็นร้อยทีมเขาก็ทำทุกข่าวเพราะคนเยอะ เราทำแบบนี้ไม่ได้ก็ต้องเลือกเฉพาะเนื้อหาที่เป็นไปตามแนวทางของสถานี

ผู้บริหารคาดหวังรายได้จากงานข่าวหรือไม่

ที่แรกไม่คาดหวัง เหมือนผู้บริหารมองว่าที่มีข่าวเพราะจำเป็นต้องมีเป็นกฎของ กสทช. ว่าต้องมีเนื้อหาข่าวและสาระเท่านั้นเท่านี้ แต่ทีมข่าวทุกคนพยายามทำให้ผู้บริหารเห็นว่าเราสามารถสร้างแฟนข่าวของเราได้ถ้าเขาติดละครของแกรมมี่แล้วไม่ใช่พอถึงตอนช่วงข่าวแล้วเปลี่ยนไปดูช่องอื่นเขาติดละครติดรายการแล้วก็ดูข่าวของช่องเราด้วย เราก็หาทีมขายเข้ามาเพื่อช่วยทำรายได้ ให้กับช่วงรายการของข่าว

เวลาคุยกับลูกค้าหรือเอเจนซีโฆษณาจะบอกว่าจุดขายของข่าวช่องวันอยู่ตรงไหน

เราจะบอกว่า ข่าวของเราดูสนุกและไม่ตกกระแสหลักประเด็นหลักของสังคมได้ครบ แต่คนดูสนุกเมื่อดูแล้วสนุกเขาก็จะติดตามดู ซึ่งเรามองว่า



การทำข่าวให้สนุกเป็นไปได้ ไม่ใช่คิดว่าข่าวเป็นข้อจำกัดแบบนั้นทำไม่ได้แบบนี้ทำแล้วหลุดจากความสนุกอันนั้นไม่ใช่ข่าว คนไม่สนใจเราอาศัยการลองผิดลองถูกด้วยเหมือนกันช่วงแรกทำข่าวแบบที่เราเคยทำ ทำแล้วคนไม่ดูเรตติ้งไม่มากก็ค่อยๆ ปรับเป็นข่าวลึกลับจี้ใจคน แล้วก็บางทีข่าวดารา โดโนเล็กแดงโม เราก็ก๊ายทอดสดการแถลงข่าวในรายการข่าว บางคนมองว่าผิดจรรยาบรรณมองว่าดาราเล็กกันไม่น่าเป็นข่าว ถ้ามัวอยู่ในความสนใจของคนหรือไม่ ช่องวันถ่ายทอดสดเชื่อว่าทุกคนอยู่หน้าจอทีวีแล้วเป็นเรื่องจริงจากปากโดโน ไม่ต้องฟังคนอื่น เขาพูดให้คุณฟังมันก็คือข่าว คือข้อเท็จจริง ข่าวไม่ได้มีแค่วันนี้ นายกรัฐมนตรีทำอะไร จะจับชนสวัสดิ์หรือไม่

การกำหนดเนื้อหาของช่องไอซ์ดีเจเน ก่าให้เห็นกลุ่มคนดูชัดเจนด้วย และข่าวต้องตอบสนองให้ได้ใช่หรือไม่

ชัดมาก ว่าเป็นคนดูช่องวันที่เป็นฐานเดิมของแกรมมี่และเอ็กแซ็กต์ และเริ่มขยายฐานโดยเพิ่มกลุ่มคนดูที่ติดตามนรากรแฟนๆ ของภาคภูมิพันธุ์สถิตย์ เข้ามาด้วย แล้วเราพยายามสร้างคอนเทนต์ของเราให้คนดูคุ้นเคยว่าถ้าอยากดูเรื่องนี้ให้มาดูช่องวัน แล้วตอนนี้ข่าวบันเทิงก็อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายข่าวด้วย ทีมข่าว 125 คน มีบันเทิงประมาณ 20 คน เราก็ดูแลให้ข่าวบันเทิงกับข่าวผสมกลมกลืนไปด้วยกัน

ทางสถานีให้ความสำคัญกับงานข่าวแค่ไหน มีการประชาสัมพันธ์ข่าวแก่กลุ่มคนดูเพียงใด

วันแรกที่เปิดตัวช่องวัน ส่วนข่าวเป็นหน่วยหลักด้วยเหมือนกัน แต่พอเซ็ทอัพแล้วเราก็กทำตามเส้นของเราไป ด้วยความที่สล็อตเวลาข่าวไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแค่คอนเทนต์แต่ละครเป็นซีซั่น เป็นเรื่อง ต้องมีการโปรโมตใหม่เรื่อยๆ แต่งานข่าวผู้บริหารหลักคือ คุณบอย (ถกลเกียรติ วีรวรรณ ประธานกรรมการฝ่ายบริหารสถานีโทรทัศน์ช่องวัน) ก็ไม่ทิ้งคอยดู คอยคอมเมนต์

อยู่เรื่อย ๆ ด้วยความที่ คุณบอย เชี่ยวชาญด้านบันเทิงละคร ก็จะมีมุมมองที่เราคงไม่ได้ฟังจากคนข่าวทั่วไปอย่างที่เคยทำงานกับ คุณสุทธิชัย หรือ คุณเทพชัย (สุทธิชัย หยุ่น และ เทพชัย หยุ่น) ผู้บริหารเครือเนชั่น) ก็จะไม่ไข่มุมนี้แน่ ๆ เราฟังแล้วก็ เออ ใช่ คนดูข่าวไม่ใช่คนทำข่าว เพราะเขาเป็นคนทั่วไปที่ดูละคร ฟังเพลง เราก็กต้องทำข่าวสำหรับคนทุกกลุ่มให้ได้

ช่วงปีนี้ดูเหมือนหลายช่องกุมกับการผลิตละคร งานข่าวได้รับผลกระทบหรือไม่ โดยเฉพาะในแง่การจัดสรรงบประมาณ

ถ้าพูดถึงเม็ดเงิน งานละครต้องมากกว่าข่าวอยู่แล้ว เป็นธรรมชาติของข่าวทุกช่อง ผู้บริหารทุกคนเห็นว่าการทำข่าวทำทั้งสถานี ก็ใช้เม็ดเงินแค่นี้ในขณะที่ถ้าทำบันเทิงใช้เงินเยอะกว่าซึ่งก็หมายถึงผลตอบแทนที่มากกว่าด้วยเหมือนกัน แต่ถ้ามาดูมาร์จิ้นก็จะเห็นความต่างระหว่างงานสองด้าน

มีการนำเสนอเนื้อหาในแพลตฟอร์มอื่นอย่างไรบ้าง

มีเว็บไซต์ onehd.net มีแอปพลิเคชันของช่องวันใช้ ยูทูป เฟซบุ๊ก และ เอสเอ็มเอส ผ่านมือถือด้วย เมื่อเดือนกรกฎาคมเพิ่งเริ่มเปิดตัวทางเอสเอ็มเอส เพราะทางจีเอ็มเอ็มมีฐานดาว์นโหลดเพลงอยู่แล้ว มีโอเปอเรเตอร์ที่ให้บริการทั้งทรู ดีแท็ก แค่อ่านคอนเทนต์ก็เข้าช่องทางที่มีอยู่ได้เลย

เป็นครั้งแรกของจีเอ็มเอ็ม ที่มีคอนเทนต์ทางมือถือ นอกจากงานเพลง

ใช่ค่ะ ส่วนใหญ่เป็นดาว์นโหลดเพลง

เอสเอ็มเอสยังมีตลาดหรือ ในเมื่อทุกคนดูข่าวผ่านเว็บไซต์และสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอยู่แล้ว

ยังไม่ได้เช็คพีดแบ็กเพราะเพิ่งเริ่มทำ แต่ถ้าถามตัวเองตอนที่เขามาชวนทำเอสเอ็มเอสเราเอง



ก็ยังรับเอสเอ็มเอสจากหลายสำนักข่าว เพราะการจะเปิดเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์ไม่สะดวก ถ้าต้องการมอนิเตอร์ข่าวเอสเอ็มเอสดูง่ายสั้น ๆ รู้เรื่องใน 70 ตัวอักษรและเชื่อถือได้เพราะเป็นของสำนักข่าว ไม่เหมือนการแชร์ข่าวในเฟซบุ๊กคิดว่าเอสเอ็มเอสก็มีฟังก์ชันอยู่เหมือนกัน

การตั้งทีมในยุคโทรทัศน์ดิจิทัลตลาดเปิด ประสบความสำเร็จลำบากหรือไม่

เมื่อตลาดเปิดคนก็มีทางเลือกเยอะ เราเริ่มซักว่าที่อื่นคนก็ไปที่อื่นแล้วแต่เพราะอยู่วงการนี้มานานเราก็มองคนที่รู้จักไม่ได้ลำเอียงนะ แต่รู้จักก็จะรู้ว่าคนนี้ตัวจริงหรือเปล่า หรือถ้าไม่รู้ก็ถามเพื่อนได้ กล้าพูดได้ว่าวงการข่าวเรารู้จักทุกคนพอเซ็ทกันแล้วคนที่อยู่กับเราก็งตัวมือออกน้อยมากสัก 1 เปอร์เซนต์

อยู่วงการมานาน มองการทำงานข่าวในยุคนี้ว่า มีจุดแตกต่างจากเดิมที่สำคัญอย่างไร

ยากขึ้น อันดับแรกเลย คือ ข่าวสมัยนี้เร็ว คนมีมือถือเครื่องหนึ่งก็เป็นนักข่าวได้แล้ว ข่าวเหตุการณ์ ไม่ได้มาจากนักข่าวแต่มาจากคนที่อยู่ในเหตุการณ์แล้วก็ส่งภาพคนก็แชร์ต่อ ฉะนั้นสำนักข่าวต้องทำหน้าที่หลักคือการตรวจสอบความจริงเราจะแข่งแบบสมัยที่มีช่อง 3 5 7 9 11 ไม่ได้อีกแล้ว เมื่อก่อนเราเปิดทีวีดู 5 ช่อง ข่าวนี้ใครออกก่อน เราชนะแล้วเว้ย ชนะช่อง 7 ชนะไอทีวี ก็แข่งกันอยู่แค่นั้น แข่งความเร็วเป็นหลัก ตอนนี้ความเร็วไม่ต้องแข่งแล้วเขาแชร์กันไปหมดแล้วต้องหันมาแข่งว่าใครจะนำเสนอได้ลึกกว่านำเสนอใจกว่ามีมุมมองที่แตกต่างกว่า ความยากอยู่ตรงนี้

การเป็นฝ่ายข่าวในสถานีโทรทัศน์ที่มีความ เข้มแข็งทางธุรกิจน่าจะสบายใจและมีความเสี่ยง น้อยกว่าช่องใหม่ ๆ หรือไม่


ในแง่ขององค์กรธุรกิจ กระแสเงินสดไม่ได้มีปัญหาแต่ธุรกิจก็คือธุรกิจ เขามีหลายหน่วยใน

องค์กรใหญ่ ถ้าเป็นบริษัทลูก ที่ขาดทุนเป็นอันดับต้นๆ เขาคงไม่อุ้มถึงจะอยู่ในหัวใหญ่ก็ต้องทำให้หน่วยเล็กๆ ของเราอยู่ได้ด้วยตัวเอง เราถึงต้องมีฝ่ายขายของเราเอง ตอนแรกเป็นฝ่ายขายรวม แต่ถึงเวลาก็มาคุยกันว่าธรรมชาติของงานข่าวกับบันเทิง การขายไม่เหมือนกัน ข่าวเป็นของสด ที่มีทุกวันลูกค้ามีงานวันนี้เราออกให้พรุ่งนี้ได้เลย เพราะเราเป็นรายการสด เราเน้นการทำงานเร็ว แต่ถ้าเป็นบันเทิงอย่างละคร ละครเรื่องหนึ่งวางแผนกันเป็นปี ต้องมีบทมีนักแสดงต้องถ่ายทำ ความคล่องตัวต่างกัน แต่รายได้ก็ต่างกันด้วย ละครรายได้มากกว่า แต่ก็ลงทุนสูงกว่ามากด้วย

บทบาทของหน่วยงานกำกับดูแลอย่าง กสทช. ส่งผลถึงการทำงานอย่างไรบ้าง

ส่งผลกระทบต่อในแง่ของความไม่ชัดเจนของ กสทช. การไม่ทำตามสัญญา ทั้งเรื่องของสัญญา การขยายโครงข่ายการประชาสัมพันธ์ให้คนเข้าถึงทีวีดิจิทัล การแจกคู่มือ การเชิญชวนให้คนมารับคู่มือแล้วเอาไปติดตั้งการอำนวยความสะดวกกับประชาชนว่าเขาไปแล้วมันต้องดูได้นะไม่ใช่แค่แค่มีคู่มือเอาไปแลกกล่องแล้วต้องเพิ่มเงินไปแล้วกล่องยังรับไม่ได้ อ้าว..มีแต่กล่องไม่มีเสาเรื่องพวกนี้ กสทช. ไม่ได้ทำความเข้าใจ หรือให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างชัดเจนเลยเหมือนว่าประชาชนค่อยๆ เรียนรู้แบบปากต่อปากพูดตรงๆ ก็คือ กสทช. ไม่ทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ประกอบการที่ประมูลทีวีดิจิทัลในหลายเรื่อง เหมือนให้ไปว่ายแข่งกันเอาเองใครแข็งแรงก็อดเหนื่อยว่ายได้ไกลกว่า ใครไม่ไหวก็จมน้ำตายไปก่อน นับตั้งแต่ที่มีการประมูลก็ผ่านมา 2 ปีแล้ว ประชาชนควรเข้าถึงทีวีดิจิทัลได้มากกว่านี้

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



"สภาพการแข่งขันในปัจจุบัน
ทุกคนเจ็บตัวหมด แม้กระทั่งยักษ์ใหญ่
จากทำไรที่ลดน้อยลง ปริมาณเงินถูกกระจาย
ออกไปจากจำนวนช่องเพิ่มขึ้น
แล้วทุกคนลงทุนมหาศาล จะคุ้มทุนหรือไม่
ในอนาคตใครจะอยู่ได้หรือไม่ได้ ผมไม่ทราบ
แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในเวลานี้และทุกคนพูดถึง
คือเริ่มมีการลดค่าใช้จ่าย เริ่มลดคน
และค่าใช้จ่ายในการผลิตคุณภาพจะลดลง
นี่คือสิ่งที่ผมกลัวมาก ว่าทุกคนเอาเงิน
ไปจ่ายค่าใบอนุญาตซึ่งสูงมาก
จนทำให้เหลือเงินที่จะผลิตผลงานน้อยลง
ที่เห็นในตอนนี้เป็นคุณภาพของเนื้อหา
ที่เริ่มเปลี่ยนไป บางช่องเปลี่ยนจุดยืน
ของตัวเองไปแล้ว"

ทิวะพร เชมสุวรรณ

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)



ทิวะพร เบลสุวรรณ

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

อสมท มีการปรับตัวอย่างไรเมื่อเข้าสู่ยุค
โทรทัศน์ดิจิทัล

อสมท ต้องปรับตัวอย่างมาก โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเดิมช่อง 9 พึ่งพาเนื้อหาจากผู้ผลิตภายนอกเป็นหลัก เพราะ ฟรีทีวีมีเพียง 4 - 5 ช่อง เราเป็นคนให้สัมปทานผู้ผลิตต้องวิ่งมาหาเรา ทำให้เราสามารถจัดสรรช่วงเวลาออกอากาศตามที่เราเห็นสมควรแต่เมื่อภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไปในช่วงปีที่ผ่านมา ช่อง 9 กลับอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนตัวผู้บริหารทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องบุคลากรภายในเองก็โยกย้ายบ้างถูกซื้อตัวไปก็มี ผมเข้ามาเริ่มงานในตำแหน่งผู้อำนวยการวันที่ 1 ธันวาคม 2557 มาดูว่าเรามีเนื้อหาอะไรอยู่ในมือบ้าง ปรากฏว่าช็อก เพราะพบว่าไม่ได้มีการเตรียมการไว้เลย ที่เราผลิตเองหลัก ๆ มีแค่ข่าวกับไนน์เอ็นเทอร์เทนและอีก 3-4 รายการเท่านั้นพอเริ่มออกอากาศที่ทีวีดิจิทัลผู้จัดที่ประมูลช่องรายการได้ก็ถอนรายการกลับไปทำช่องของตัวเองอย่างรวดเร็ว

เรื่องนี้เป็นสิ่งที่คาดการณ์ได้ว่าต้องเกิดขึ้น
ทำไม่จึงขาดการเตรียมการที่จะรับมือ

เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแน่ ๆ มีการทำรายงานไว้ทั้งเรื่องโอกาสและความเสี่ยงเมื่อมีทีวีดิจิทัลมีรายงานแต่ไม่ได้ทำอะไร พอเกิดขึ้นจริงทำให้ลำบากมาก ต้องหารายการมาเติมในช่วงเวลาที่ว่างไปเรื่องเหล่านี้ถ้าเตรียมตัวก่อนจะไม่มีปัญหาเลยหลังจากเราตั้งหลักได้โดยการจัดทำผังรายการ

ใหม่เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ และเริ่มออกอากาศในวันที่ 12 มีนาคม ทุกอย่างก็เดินหน้าได้พอมีผู้ผลิตรายอื่นถอนตัวออกไปอีก ตอนนี้เป็นไรเพราะเตรียมตัวไว้แล้ว ซึ่งเมื่อมาทบทวนดูถึงแม้ผู้ผลิตรายการถอนตัวไปแต่เราเองมีทรัพยากรไม่น้อยทั้งพิธีกร ผู้จัดรายการและรายการวาไรตี้ต่างๆ ต้องต้องมาจัดกันใหม่ทำให้เรตติ้งเริ่มเพิ่มกลับขึ้นมาในช่วงเดือนพฤษภาคม

กำหนดแนวทางในด้านเนื้อหาไว้อย่างไรบ้าง

นโยบายก็คือ เราจะผลิตเนื้อหาเองมากขึ้นทั้งในส่วนที่ผลิตเองอย่างแท้จริงและการว่าจ้างผลิตเพราะจะหวังพึ่งผู้ผลิตจากภายนอกมาเช่าเวลาเหมือนเมื่อก่อนไม่ได้แล้ว ฉะนั้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2558 ก็จะได้เห็นรายการใหม่ ๆ เกิดขึ้นที่น่าสนใจอย่าง เช่น การถ่ายทอดสด ไทยพรีเมียร์ลีก ร่วมกับ ทูรช และ การจับมือกับเนชั่นทีวีผลิตรายการ "ยิ่งถก-กนกชก" ซึ่งถือเป็นการกลับบ้านของคุณกนก (กนก รัตนวงศ์สกุล ผู้ดำเนินรายการจากเนชั่นชาแนล) การตอบรับของสปอร์นเซอร์ ก่อนข้างที่ตั้งแต่ยังไม่เริ่มออกอากาศ

นอกจากนี้เรายังต้อนรับผู้ที่มีเนื้อหาและมองว่าช่อง 9 มีฐานผู้ชมอยู่เป็นจำนวนมาก ฐานผู้ชมของเราในเขตกรุงเทพฯ และเขตเมืองเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่ากลุ่มอื่นๆก็มีผู้ที่สนใจช่องทางของเราทำให้เกิดซีรี่ส์เงินชื่อ "ตำนานรักทุ่งสีเพลิง" เป็น



ภาพยนตร์ซีรียี่ยิ่งใหญ่ ที่ทุ่มทุนผลิตนับพันล้านบาทปีที่แล้วออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในประเทศจีนพร้อมกัน 4 ช่อง เรตติ้งที่สุด และเคยสร้างเป็นภาพยนตร์ได้รับรางวัลมากมาย ปัจจุบันขายลิขสิทธิ์ให้ทั่วโลก 40 ประเทศ เราโชคดีมากที่ได้มาก็เริ่มต้นออกอากาศไปในช่วงต้นเดือนสิงหาคม และ ยังมีอีกหลายรายการที่จะตามมาตอนนี้ถือว่าเราตั้งหลักได้แล้ว

อสมก ประมุขของรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัวด้วยผลการดำเนินงานเป็นอย่างไรบ้าง

หลังจากที่จัดการ กับช่องวาไรตี้ HD ได้แล้วก็มาปรับผังรายการของช่องแฟมิลี ในเดือนพฤษภาคม เรตติ้งก็ดีขึ้นแต่ยังมีการปรับอย่างต่อเนื่องเราต้องการช่องแฟมิลีที่เป็นแฟมิลีจริงๆ จับกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่คุณแม่ที่มีลูกเล็กจนโตเข้ามหาวิทยาลัย ซึ่งจะมีรายการใหม่เพิ่มขึ้นตามที่เราได้เตรียมไว้แต่ยังขอไม่เปิดเผย แต่จะไม่มี การนำรายการเก่ามาออกอากาศซ้ำอย่างแน่นอน เราอยากทำช่องแฟมิลีด้วยความเข้าใจผู้ชมอย่างแท้จริง

ก๊วนมา สถานีเด็ก เยาวชน และ ครอบครัวในบ้านเรายังไม่มีภาพที่ชัดเจน

ไม่ชัด เพราะเนื้อหารายการเด็กและครอบครัวหาสปอนเซอร์ยาก แต่ถ้าเราตั้งใจว่าจะต้องสร้างสรรคสิ่งคมจริง ๆ ก็ต้องลงทุนเพื่อผลิตเนื้อหาสำหรับทุกคนในครอบครัวเพื่อให้เด็กเกิดพัฒนาการอย่างแท้จริง ถ้าเรามีความแน่วแน่ในการหาคอนเทนต์เพื่อตอบโจทย์ผู้ชม ก็ต้องใช้ความพยายามในเรื่องการตอบโจทย์เรื่องธุรกิจด้วยเหมือนกันแม้จะไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย

อสมก. มีความพร้อมสักเพียงใดสำหรับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล

สภาพการแข่งขันในปัจจุบัน ทุกคนเจ็บตัวหมดแม้กระทั่งยักษ์ใหญ่จากกำไรที่ลดน้อยลงปริมาณเงินถูกกระจายออกไปจากจำนวนช่องเพิ่มขึ้นแล้วทุกคนลงทุนมหาศาลจะคุ้มทุนหรือไม่ในอนาคตใครจะอยู่ได้หรือไม่ได้ ผมไม่ทราบแต่

สิ่งที่เกิดขึ้นในเวลานี้ และทุกคนพูดถึงคือเริ่มมีการลดค่าใช้จ่าย เริ่มลดคน และ ค่าใช้จ่ายในการผลิตคุณภาพจะลดลงนี่คือสิ่งที่ผมกลัวมากกว่าทุกคนเอาเงินไปจ่ายค่าใบอนุญาตซึ่งสูงมากจนทำให้เหลือเงินที่จะผลิตผลงานน้อยลงที่เห็นในตอนนี่คือ คุณภาพของเนื้อหาที่เริ่มเปลี่ยนไป บางช่องเปลี่ยนจุดยืนของตัวเองไปแล้วบางช่องลดการทำโปรดักชันบางส่วน บางช่องลดคนด้วยซ้ำไป แต่สิ่งที่ช่อง 9 ยืนยันเสมอคือเราจะไม่ยอมลดคุณภาพเราจะพยายามพัฒนาเนื้อหา งานบันเทิงซึ่งทุกคนทราบกันดีว่าค่าตอบแทนสูงจึงมุ่งไปยังจุดนั้นกันแต่เราคงแค่เพิ่มสัดส่วนบันเทิงที่ตั้งเป้าว่าจะผลิตเอง 55 เปอร์เซ็นต์และเพิ่มเป็น 60-70 เปอร์เซ็นต์ในอนาคตถึงแม้งานบันเทิงจะเพิ่มขึ้นแต่จะต้องเป็นส่วนผสมระหว่างสาระและบันเทิง เราคงจะไม่ตามกระแสตลาดเพื่อไปสู่ใน Red Ocean อย่างละครหลังข่าวเรายังเดินทางเต็มที่ในการลงทุนด้านเนื้อหาและเครื่องมือเครื่องไม้

ก๊วนมารายได้ของ อสมก. ลดลงมีความกังวลในเรื่องนี้เพียงใด

รายได้ถึงแม้ไม่เข้าเป้า เพราะทุกคนก็ลดกันหมดแต่ อสมก เราไม่ได้มีแค่โทรทัศน์ วิทยุทั้ง 63 สถานี ของเรามีส่วนแบ่งการตลาด 15 - 16 เปอร์เซ็นต์เราเป็นเบอร์หนึ่ง นั่นหมายถึงว่าเรามีความแข็งแกร่งอยู่ ในเวลาเดียวกันเรามีการปรับโครงสร้างการทำงานเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การข้ามสื่อเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างวิทยุกับโทรทัศน์เพิ่มขึ้น แม้โทรทัศน์จะเรตติ้งไม่ดีแม้จะแข่งขันกันรุนแรง แต่เราต้องกัดฟันสู้โดยจะไม่ยอมลดคุณภาพอย่างแน่นอน

ในอนาคตวิทยุเองก็จะต้องถูกจัดสรรกลับความถี่แบบเดียวกับโทรทัศน์ หมายความว่า

รายได้ของ อสมก จากสถานีวิทยุก็จะลดลงอีก

ผมคิดว่า การเรียนรู้จากโทรทัศน์ดิจิทัล และมีการเตรียมแผนงานรองรับไว้แล้ว คงไม่เกิดการซ้ารอยกับโทรทัศน์อย่างแน่นอน โดยเฉพาะเมื่อโทรทัศน์เราอยู่ลำดับกลาง ๆ เพราะผู้นำคือช่อง 7 และ ช่อง 3 แต่วิทยุเราเป็นที่หนึ่ง ฉะนั้นเราต้องพร้อม นอกจากนี้เรายังมีส่วนที่เป็น Non



- broadcasting ที่สำคัญ คือพื้นที่ 50 ไร่ตรงนี้มูลค่ารวม 2,000 ล้านบาทกำลังพิจารณากันว่าจะพัฒนาอย่างไร ในเวลาเดียวกันเรากำลังขยายในเรื่อง MCOT Academy และ MCOT Talent การฝึกอบรมผู้ประกาศข่าวและพิธีกรเพื่อป้อนให้กับผู้ที่ต้องการบุคลลากรการทำ Showbiz ต่อยอดจากรายการต่างๆ เช่น การจัดทริปท่องเที่ยวเรามีทัวร์ในอินเทอร์เน็ตของสำนักวิทยุ รวมทั้งการทำกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งจะเป็นรายได้ที่เพิ่มเข้ามา

อสมท ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ประมูลในกลุ่มธุรกิจแต่มีบริการโครงข่ายการออกอากาศซึ่งเป็นรายได้อีกทางหนึ่งด้วย

โซ่ครับ เราเป็น 1 ใน 4 รายที่ให้บริการโครงข่ายแสดงให้เห็นความพร้อมของเราและเมื่อทุกอย่างดำเนินการเรียบร้อยก็จะเป็นรายได้ระยะยาวอยู่ที่เราจะดูแลคุณภาพและบริการลูกค้าอย่างไร

เท่าที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ถือเป็นโอกาสแต่มองอีกด้านก็เป็น ภาระงานที่หนักอยู่เหมือนกัน คุณมองเรื่องนี้อย่างไร

การที่เรามี Value Chain ครบที่สุด ผมว่าเป็นโอกาส แต่ก็คงแบกกันหลังแอ่นอยู่เหมือนกันอย่างไรก็แล้วแต่ก็ต้องมองความพร้อมที่ถือเป็นความได้เปรียบขณะที่บางช่อง สตูดิโอไม่มี เครื่องมือก็ไม่มีจะถ่ายทอดสดก็ก็ต้องวิ่งหาเช่าอุปกรณ์ ซึ่งทุกอย่างเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมด

บุคลากรมีความพร้อมสำหรับการแข่งขันสักเพียงใด

ต้องพัฒนาอีกเยอะจะทำงานแบบเดิมไม่ได้ ต้องเข้าใจลูกค้าไม่ใช่อยู่เฉยๆ แล้วเขาจะเดินมาหาอีกต่อไปเราต้องเดินไปหาเขาต้องมีเซอร์วิสมาตรฐานขึ้นต้องรู้วิธีดูแลลูกค้า ซึ่งบอกตรง ๆ ในรัฐวิสาหกิจ อารมณ์แบบนี้มีน้อยมาก ยังเป็นอารมณ์ทำงานแบบ 9 โมงเช้า ถึง 5 โมงเย็น สิ่งที่ต้องทำคือการปรับตัววันที่ 1 สิงหาคมนี้จะเป็นวันแรกที่เราใช้โครงสร้างใหม่วัตถุประสงค์เพื่อให้เราสามารถแข่งขันได้ในสภาพตลาดที่แข่งขันรุนแรงได้ผมทำงานมาประมาณ 7-8 เดือน ดูโครงสร้างเดิมแล้วเหมือนต่างคนต่างทำการปรับเพื่อให้สื่อต่างๆ มารวมกันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

ดีขึ้นแล้วเราก็มุ่งไปสู่การเป็น Broadcaster ที่สมบูรณ์แบบ

ในประเทศไทย แทบไม่มีรัฐวิสาหกิจ ที่สามารถแข่งขันกับเอกชนได้อย่างเต็มรูปแบบ อสมทประเมินตัวเองอย่างไรในสถานการณ์ขณะนี้

เราเป็นรัฐวิสาหกิจกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ กฎระเบียบต่างๆ ใช้ของกระทรวงการคลังทั้งหมดเราเป็นบริษัทมหาชนก็ต้องปรับกฎระเบียบให้สอดคล้องกับตลาดหลักทรัพย์ และเราต้องแข่งกับภาคเอกชนถือเป็นรัฐวิสาหกิจที่เหนื่อยกว่าที่อื่น เพราะถ้าเป็นแค่รัฐวิสาหกิจที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แล้วผูกขาด จะสบายมากไม่ต้องแข่งกับใคร รัฐวิสาหกิจหลายแห่งแทบจะไม่ต้องทำงานก็อยู่ได้สบาย

จุดอ่อนหนึ่งของรัฐวิสาหกิจคือการเมือง แกรงแข่ง คุณมองเรื่องนี้อย่างไร

ปัญหาใหญ่กว่าคือเรื่องคุณภาพคน แต่พอมีการเมืองมาแทรกก็ยิ่งไปกันใหญ่ มีการใช้สมัครพรรคพวกไม่มีสภาพการแข่งขันที่แท้จริง วันนี้ผมถือว่าผมมาอย่างใสสะอาด ไม่เกี่ยวข้องกับการเมืองโดยสิ้นเชิง ไม่ได้เป็นคนของใครแต่ก็เพราะเป็นช่วงเวลาที่ยังไม่มีทางเลือกตั้ง ส่วนในอนาคตผมตอบไม่ได้คิดแค่ว่าทำวันนี้ให้ดีที่สุด ถ้ามันไปคิดว่าข้างหน้าจะเกิดอะไรขึ้น วันนั้นจะทำอะไรไม่ได้ อย่างน้อยผมถือว่าผมเป็นซีอีโอที่เข้ามาอย่างสู้งานและบริสุทธิ์ที่สุด วันหนึ่งที่ผมเดินออกไปก็จะเป็นแบบนี้

มองบทบาทของ กสทช ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลสื่ออย่างไร

ผมคิดว่าทุกคนก็ต้องปรับตัวในการทำงานภายใต้กติกาบางครั้งเราไม่เห็นด้วยแต่กติกาก็เป็นแบบนี้ ด้านหนึ่งเราเป็นรัฐวิสาหกิจมีฐานะเป็นหน่วยงานรัฐครึ่งหนึ่งคงเป็นเด็กคือไม่ได้ คงไม่ร้องแระแแห่กระเซอแต่ต้องให้ความร่วมมือรวม ทั้งให้ข้อคิดเห็นที่จะให้ทั้งอุตสาหกรรมเดินไปข้างหน้าได้ส่วนในแง่เนื้อหา อสมท ถือว่าเข้มงวดที่สุดแล้วจนบางทีผมดูแล้วยังรู้สึกว่ายะเยิ่นไปด้วยซ้ำผมคิดว่าเรื่องนี้คงจะรอภาครัฐอย่างเดียวไม่ได้ ทุกคนต้องช่วยกันที่สำคัญก็คือสื่อต้องช่วยกันเองด้วยการจะดูแลกันเพื่อให้เกิดมาตรฐานในการนำเสนอ



สมชัย สุวรรณบรรณ

ผู้อำนวยการสถาบันโทรทัศน์ไทยพีบีเอส



"การจัดเก็บภาษีค่าที่ทราบก็ไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วยเท่าไร ฉะนั้น ในส่วนที่เป็นเงินงบประมาณ ซึ่งกำหนดเพดานไว้ที่ 2,000 ล้านบาท มีค่าอะไรก็ต้องใช้เท่านั้น หมายความว่า คนหนึ่งคนต้องสามารถ มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลมากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาและฝึกอบรมทักษะให้กับคนทำงาน นั้นเป็นคำตอบว่า ตอนนี้มีผมมีทีมข่าว 800 คน พอทำ 2 ថော့ 我们必须 1,600 หรือเปล่า ไม่ใช่ เราสามารถทำได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรที่เท่าเดิม วิธีการก็คือ หนึ่ง เพิ่มทักษะคนให้มากขึ้น สอง ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง"

สมัย สุวรรณบรรณ

ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

สถานีโทรทัศน์ที่เป็นธุรกิจกำหนดเนื้อหาด้วยความสนใจของผู้ชมเป็นหลัก ไทยพีบีเอส มีเป้าหมายและวิธีการในเรื่องนี้อย่างไร

เราแตกต่างจากที่อื่น เพราะเราเป็นสื่อสาธารณะ ดังนั้นเราจะรับฟังเสียงสะท้อนจากสภาผู้ชมซึ่งมีตัวแทนอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และตัวแทนจากกลุ่มประเด็น อาทิ กลุ่มแรงงาน คนพิการ ครอบครัว รวมไปถึงกลุ่มหลากหลายทางเพศรวมกว่า 20 กลุ่ม ประเด็นเสียงสะท้อนเหล่านี้จะถูกนำมาจัดทำรายงานและพิจารณา ร่วมกับข้อมูลจากแหล่งอื่นเพื่อจัดทำเป็นแผนจัดทำรายการประจำปี ประกอบด้วยข้อมูลที่รวบรวมโดยศูนย์เพื่อนไทยพีบีเอส ที่มีคนโทรศัพท์ อีเมล หรือ เขียนถึงเราไว้ทั้งในเว็บไซต์และเว็บบันทึปรวมทั้งการจัดเรตติ้งของ นีลสัน (บริษัท เอจีบี นีลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด)

ด้วยรูปแบบเช่นนี้ อาจทำให้มีคำถามว่าทำไมทำรายการแบบนี้แบบนี้ทั้งที่ไม่มีคนอยากดูแต่เพราะสื่อสาธารณะ คือการเปิดพื้นที่ให้คนทุกกลุ่มเนื้อหาของเราจึงมีทุกอย่างสำหรับทุกคนและบางอย่างสำหรับบางคน แต่ถ้าถามว่าไม่เห็นมีรายการไหนที่มุ่งดึงคนดูในลักษณะ "แมส" เรามองว่าจุดนี้สื่ออื่นทำได้ดีอยู่แล้วเราก็ไม่จำเป็นต้องทำ และเราก็ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างเรตติ้งเพราะเราไม่ได้เป็นธุรกิจที่ต้องแข่งขันกับตลาดเราใช้เงินภาษีประชาชน หลายปีที่ผ่านมาเราก็ทำได้สำเร็จในระดับหนึ่ง เรามีผู้ชมผู้ฟังจากหลายกลุ่มที่เราสามารถตอบสนองให้กับเขาได้

การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัล มีผลต่อเนื้อหาโดยรวมของไทยพีบีเอส หรือไม่ อย่างไร

วิธีการในการจัดทำแผนรายการยังคงเป็นแบบเดิมคือขึ้นกับสภาผู้ชม แต่แต่ละปีจะมีวาระที่สำคัญ เช่น ปีที่ผ่านมามีการพูดถึงการต่อต้านคอร์รัปชัน ส่วนปี 2559 ขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดทำแผนรายการจะเพิ่มปัญหาที่ประเทศไทยต้องเผชิญ เช่น การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อประชาชน และ อีก 2 - 3 เรื่องเรายังคงวัตถุประสงค์หลัก คือ การผลิตข่าวสารที่สอดคล้องกับการปฏิรูปที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพลเมืองที่เราต้องเผชิญกับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองต้องเดินหน้าถอยหลังอยู่ตลอดเวลาในเรื่องประชาธิปไตยเราหวังให้เนื้อหาของเราช่วยพัฒนาวัฒนธรรมทางการเมืองที่เป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

ส่วนการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัล ทำให้ต้องแบ่งเช็คเมนต์ชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้ในปีถัดไปจะมีการเพิ่มอีกหนึ่งช่องรายการ คือช่องเด็กและเยาวชนเราวางไว้ให้เป็นช่องแฟมิลี ปัจจุบันเริ่มทำไปบ้างแล้วแต่ยังปนเปกันอยู่ ทำให้การจัดผังรายการค่อนข้างยาก เช่น เราจัดผังวางรายการให้เด็กเยาวชนมาตามดูในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ เด็กดูกันอยู่ดีๆ พอมีเหตุการณ์บ้านเมืองมีมีอบขึ้นมาล้มนั่ง เอาการเมืองมาใส่แทนเด็กไม่ได้ดูในวัยที่จะสนใจเรื่องพวกนี้เขาก็เสียโอกาส ผู้ใหญ่อาจจะชอบที่ได้รับความรู้วิเคราะห์การถกเถียงในประเด็นที่มีความสำคัญ แต่เด็กอยากดูการ์ตูน



ดูชีวิตสัตว์สวยงามตามวัยของเขา ฉะนั้นปีหน้าจะเกิดความชัดเจนในส่วนนี้ โดยเราวางให้เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีเนื้อหาหลากหลายทั้งวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ภาษาไทยส่งเสริมการเรียนรู้และคำนิยามการอ่าน หนังสือเรามีรายการทำให้อ่านรายการเหล่านี้อาจจะสู่รายการเกมโชว์ในสื่อพาณิชย์ไม่ได้ แต่เราก็มีแนวทางรายการเด็กที่เป็นของเราเอง

การเพิ่มช่องแพมิลีอีกหนึ่งช่อง จะมีผลอย่างไรบ้าง ต่อสัดส่วนของเนื้อหา

สัดส่วนตอนนี้ข่าวในกระแสและรายการสาระหนักๆ คิดเป็นร้อยละ 55 รายการทั่วไปร้อยละ 25 ส่วนอีกร้อยละ 5 เป็นเนื้อหาข่าวพลเมืองในส่วนของรายการทั่วไปร้อยละ 80 เราใช้เอาต์ซอร์ส ซึ่งผมไม่ค่อยเป็นห่วงผมคิดว่าในประเทศไทยมีคนผลิตรายการเก่ง ๆ เยอะมากเราเปิดเมื่อไรเขาจะวิ่งมาหาเราที่เป็นสวรรค์ของผู้ผลิตรายการ เพราะเราไม่มีเงื่อนไขทางธุรกิจผู้ผลิตที่อยากสร้างสรรค์รายการดีๆ ก็จะชอบบรรยากาศแบบนี้

ส่วนที่เป็นห่วงคือส่วนที่เราทำเองในปี 2559 เราเตรียมจะเพิ่มสัดส่วนข่าวเป็นร้อยละ 60 ก่อนจะเป็นร้อยละ 70 ในปีถัดไป สำหรับช่องหลักเพราะเนื้อหาข่าวและรายการข่าวส่วนใหญ่สถานีทำเอง ตรงนี้ต้องสร้างคนและดูแลค่อนข้างมาก ส่วนช่องแพมิลีที่จะเริ่มออกอากาศในเดือนกรกฎาคม วางไว้เป็นรายการครอบครัวร้อยละ 80 เนื้อหาข่าวร้อยละ 10-20 เท่านั้นเนื้อหาข่าวของช่องนี้ก็จะเป็นเหมือนพีบีเอสนิวส์ แต่จะเป็นเนื้อหาสำหรับครอบครัว โดยเฉพาะ

บุคลากรมีความพร้อมแค่ไหนสำหรับงานที่เพิ่มขึ้นและสถานการณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม

บุคลากรมีความหลากหลายบางกลุ่มก็ยังคงยึดถือเทคโนโลยีและความคิดแบบเก่า อีกกลุ่มก็พยายามบุกไปข้างหน้า แต่ทุกคนมองเห็นทิศทางชัดเจนว่าเพื่อความอยู่รอดขององค์กรเราจะ

อยู่ที่เดิมไม่ได้ต้องพัฒนาตลอดเวลา หลายคนทำงานเกินร้อยท่ามากกว่าที่เราคาดหวังแต่ก็ยังมียุคที่ติดกับระบบเดิมต้องค่อย ๆ เปลี่ยน เขาเห็นรอบตัวก็คงรู้ว่าอยู่หนึ่งไม่ได้คู่แข่งเกิดมาอีก 20 ช่องแบ่งเช็คเมนต์ชัดเจนจะทำงานเหมือนเดิมไม่ได้แล้วอยู่กับที่เท่ากับถอยหลังเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลง ถ้าเราปรับตัวช้าก็ตามไม่ทัน

การสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับบุคลากรไทยพีบีเอส มีวิธีการอย่างไร

เรามีคอร์สอบรม ปรับความคิดปรับกระบวนการทำงานเป็นระยะ มีผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศมาช่วยหาเทคโนโลยีเพื่อช่วยการเปลี่ยนแปลง เมื่อก่อนไปทำข่าวต้องไปกินที่มใหญ่ ตอนนี้พยายามลดจำนวนคนลงมา อย่างตอนเลือกตั้งอังกฤษส่งไปแค่ 2 คน คนหนึ่งเป็นนักข่าวออนไลน์ อีกคนเป็นนักข่าวทีวี อบรมให้สองคนใช้ไอแพดในการทำข่าวเรียกว่าเป็น Backpack journalist ซึ่งมาพร้อมกับแนวคิดที่ต้องการขยายแพลตฟอร์มเพื่อรองรับพฤติกรรมกรเข้าถึงสื่อที่ต่างไปจากเดิม

หมายถึงการที่คนรุ่นใหม่ไม่ได้นั่งดูทีวีอยู่ที่บ้านแต่ดูผ่านมือถือหรือไอแพด เราก็สามารถนำคอนเทนต์ไปอยู่ในแพลตฟอร์มอื่น แล้วไม่ใช่โยนเข้าไปเฉยๆ แต่ต้องตัดต่อใหม่ซึ่งไม่จำเป็นต้องนำทุกอย่างมาจากหน้าจอแต่เราสามารถคิดคอนเทนต์ของตัวเองได้ด้วยทั้งในเว็บไซด์และโซเชียลมีเดีย ซึ่งมีคนติดตามของเรามากเป็นอันดับต้นๆ ก็ไปเชิญเชิญให้พนักงานทำกัน บางคนก็บ่น บางคนก็รู้สึกสนุกเวลามีไอเดียใหม่ๆ เข้ามาซึ่งในแง่ของบุคลากรก็ต้องค่อยๆ เปลี่ยนคน ตามการขยายงานบางคนเข้ามาทำงานได้เลย เพราะเป็นเด็กจบใหม่ เรียกว่า Digital Native มาเลยขณะที่บางคนอายุ 40 ขึ้นไป ก็ต้องมีการสอนไวยากรณ์กันใหม่

มีความเป็นห่วงในเรื่องงบประมาณหรือไม่ เพราะงบที่ได้รับจัดสรรมีจำนวนจำกัด ขณะที่มีงานมีแนวโน้มจะขยายเพิ่มขึ้น

ก็เป็นเรื่องน่าเหนื่อยใจทุกฝ่ายกำลังกังวลเรื่องงบประมาณ และ ทำที่ของผู้มีอำนาจที่ต้อง



จัดสรรปันส่วนทรัพยากรให้ส่วนต่างๆของประเทศ การจัดเก็บภาษี เท่าที่ทราบก็ไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วยเท่าไร ฉะนั้นในส่วนที่เป็นเงินงบประมาณซึ่งกำหนดเพดานไว้ที่ 2,000 ล้านบาท มีเท่าไรก็ต้องใช้เท่านั้น หมายความว่าคนหนึ่งคนต้องสามารถ มีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาและฝึกอบรมทักษะให้กับคนทำงานนั้น เป็นคำตอบว่า ตอนนี้ผมมีทีมข่าว 800 คน พอทำ 2 ช่อง ผมต้องมี 1,600 หรือเปล่า ไม่ใช่ เราสามารถทำได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิมวิธีการก็คือ หนึ่ง เพิ่มทักษะคนให้มากขึ้น สอง ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง

อย่างไรก็ตาม ไทยพีบีเอส เป็นเจ้าของโครงข่ายตามสิทธิของสื่อภาครัฐ ก็สามารถใช้ประโยชน์จากการให้บริการเพื่อจะมีรายได้เสริมเข้ามาและชดเชยงานตามที่เราต้องการได้

ค่าใช้จ่ายในการผลิตเนื้อหาหนักอยู่ตรงไหน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเนื้อหาจากต่างประเทศไม่สูงส่วนใหญ่เป็นสารคดีและรายการเด็กและเราหลีกเลี่ยงการซื้อฟอร์มแมตรายการ เพราะมองว่าน่าจะพัฒนาเองแล้วสามารถจดทะเบียนลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นแหล่งรายได้ในอนาคตส่วนงานเอาต์ซอร์ส รายการกึ่งไม่สูงเพราะเราสามารถเขียนทีโออาร์ให้ชัดเจน โดยกลุ่มที่ป้อนรายการให้กับไทยพีบีเอสเป็นกลุ่มที่ต้องการแสดงฝีมือ มีความสร้างสรรค์แปลกใหม่ ซึ่งเราเปิดโอกาสสำหรับความหลากหลายเพราะเราไม่มีเงื่อนไขเรื่องโฆษณา ทำให้ไม่จำเป็นต้องเป็นบริษัทใหญ่ เรามองว่ารายใหม่เล็กๆ มีความสร้างสรรค์มากกว่าเพราะไม่ติดกรอบเหมือนบริษัทใหญ่ซึ่งอาจจะคุ้นเคยกับการผลิตงานเพื่อเรียกเรตติ้ง

หมายความว่ารายจ่ายหลักก็คือส่วนที่ผลิตเองใช่หรือไม่

เราพยายามสร้างทักษะความสามารถของคนทำงานให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างที่ยกออกไป

ไทยพีบีเอส เป็นสื่อสาธารณะก็มีสำนักข่าวบีบีซีเป็นต้นแบบ ตอนนี้เรายับมาใกล้ความเป็นบีบีซี ลักแคไหนแล้ว

ต้องใช้เวลาอีกยาวนาน บีบีซีพัฒนามา 80 ปีแล้วเราก็ต้องไม่เหมือนบีบีซีด้วยเพราะเขาผ่านการปฏิวัติอุตสาหกรรม ผ่านประวัติศาสตร์การต่อสู้มาเป็นสังคมที่มีวุฒิภาวะ ประชาชนส่วนใหญ่ในอังกฤษ หรือ ญี่ปุ่น ร้อยละ 80 เป็นคนชั้นกลาง บีบีซีผลิตเพื่อบริการคนชั้นกลางเป็นหลักแต่ของเราสังคมยังมีความแตกต่างและเหลื่อมล้ำค่อนข้างมากความต้องการบริโภคข่าวสารและรสนิยมของคนกลุ่มต่างๆ ยังมีความแตกต่างกันอย่างมากถามว่าเราจะเหมือนบีบีซีได้ไหม ไม่น่าจะได้อาจจะได้บางอย่าง แต่ส่วนใหญ่ไม่ใช่

บีบีซี เป็นต้นแบบได้เฉพาะเชิงแนวคิดอย่างนั้นหรือ

ใช่ ใช้ได้แต่แนวคิด คุณค่าหลักต้องคงอยู่แต่เนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอต้องไม่เหมือนกันปัจจุบันบีบีซีผลิตรายการที่เป็นที่นิยมของตลาดค่อนข้างมาก อย่างรายการ **The voice** ซึ่งเป็นฟอร์มแมตที่ เวิร์คพอยท์ นำมา บีบีซี เป็นคนทำงานประสบความสำเร็จ คนติดตามดูเยอะมากจนเป็นที่ถกเถียงว่า จำเป็นมั้ยที่บีบีซีจะต้องทำอะไรแบบนี้ หรือแม้แต่ละคร เรตติ้งของบีบีซีก็ดีมากจนสื่อเอกชนออกมาโวยวายว่ากำไรลดลงเพราะถูกบีบีซีแย่งตลาด มีการเรียกร้องรัฐบาลให้ทำให้บีบีซีเลิกลงเพราะกลายเป็นว่า บีบีซี ครอบครองตลาดในหลายเช็กแม้นต์ สถานการณ์แตกต่างกันอย่างมากกับของเรา ที่ยังต้องคิดหาทางออกกับโจทย์ที่ว่า จะทำอย่างไรจึงจะมีเนื้อหาที่น่าสนใจได้โดยไม่ต้องเพิ่มทรัพยากรซึ่งมีอย่างจำกัด

ถ้าเช่นนั้นความเป็นสื่อสาธารณะของ

ไทยพีบีเอส คือ การมุ่งผลิตเนื้อหาแบบไหน

ถ้ามองว่าประเทศที่ต้องการพัฒนาวัฒนธรรมการเมืองแบบประชาธิปไตยต้องมีสื่อสาธารณะที่เข้มแข็ง การคงอยู่ของไทยพีบีเอสก็มีความจำเป็น



ถ้ามองย้อนหลังกลับไป สื่อมวลชนไทย ถูกครอบงำมาตลอดโดยระบบการเมืองในหลายรูปแบบรัฐบาลทหารก็แบบหนึ่ง ระบบการเมืองที่นักการเมืองหรือพ่อค้ามาคุมนโยบายการเมืองก็อีกแบบหนึ่งไม่มีสื่อที่จะทำให้ประชาชนเป็นใหญ่ได้จริงถ้าต้องการปฏิรูปประเทศให้พลเมืองเป็นใหญ่เราก็จำเป็นต้องมีสื่อสาธารณะที่เข้มแข็งและตอบสนองในส่วนนี้ให้ได้

เงินแก่กฎกติกาของโทรทัศน์ดิจิทัล ถ้าจะกล่าว ว่า ไทยพีบีเอส ได้รับผลกระทบน้อยกว่าสถานีอื่นๆ ก็เป็นธุรกิจได้หรือไม่

ไม่ครับ กระทบบเยอะ นี่ก็มีกรณีกันอยู่เรื่องการนำเสนอเนื้อหาที่อาจถูกมองว่าแหลมคมเกินไปต้องไปชี้แจงกันหลายครั้ง ช่องอื่นที่เป็นสื่อพาณิชย์ก็โดน โทรทัศน์ที่นำเสนอการเมือง ก็โดนอีกแบบ เราเองก็ยิ่งโดนกับเขาด้วยเหมือนกันก็ต้องเป็นเรื่องที่ต้องต่อสู้เรียกร้องกัน ผมไม่ได้เข้าไปดูลึก ๆ

ส่วนที่กระทบกับไทยพีบีเอสโดยตรงก็คือ คณะอนุกรรมการที่ว่าด้วยผังรายการซึ่งเป็นผู้วินิจฉัยตัดสินตาม พ.ร.บ. ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์พ.ศ.2551 มาตรา 37 ผมเป็นห่วงมากกว่า ถ้าองค์กรประกอบ ของอนุกรรมการชุดนี้ขาดองค์ประกอบที่สมดุลและเป็นธรรมจะเกิดปัญหา มากผมมองว่าจำเป็นที่จะต้องมืองค์ประกอบของผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสื่ออย่างแท้จริงร่วมอยู่ด้วย และการใช้มาตรา 37 ของ กสทช. โดยไม่มีระบบกระบวนการยุติธรรมที่แท้จริงจะทำให้เกิดการได้เถียงอยู่ตลอดเวลา ฉะนั้นผมเห็นว่าคณะอนุกรรมการอาจมีความเห็นได้แต่ไม่ควรเป็นผู้ตัดสิน แต่ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระบวนการยุติธรรมจะดีกว่าไหม เพราะขณะนี้ดูเหมือนเป็นทั้งตำรวจอัยการและผู้พิพากษาอยู่ในหน่วยงานเดียวซึ่งไม่ถูกต้องในแง่ของกระบวนการยุติธรรม

REFORM : THE MEDIA THE MINDS THE MESSAGE



"อุปสรรคของวงการสื่อเอง ก็คือ ช่องสถานี
ที่มีเป็นจำนวนมากการแข่งขันจึงสูงมาก
ในขณะที่เปิดเงินโฆษณาทำเดิม โดยยังไม่พูดถึงว่าจริง ๆ ก็คือ
ตัวเลขดีดลบ จากเดิม 4 ช่องสถานีที่เป็นฟรีทีวีเชิงพาณิชย์
ตอนนี้เพิ่มขึ้นเป็น 24 ช่อง
ซึ่งแน่นอน สำหรับอนเชี
การจะซื้อโฆษณาก็ต้องพิจารณาจากจำนวนคนดู
ว่ามากน้อยเพียงใด หน้าที่ของเราคือการตอบโจทย์ให้กับลูกค้า
คนดูอยู่ตรงไหน เราวิ่งไปตรงนั้น
ไม่ว่าจะเป็นช่องทางใดก็ตาม"

วรรณิ รัตนพล

นายกสมาคมทีวีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย



ปฏิรูปสื่อ ปฏิรูปคน ปฏิรูปเนื้อหา

ในมุมมอง Media Agency

วรรณิ รัตนพล

นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

**มองโอกาสและอุปสรรคของเอกชนที่จะ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล
อย่างไร**

ขอยุติถึงอุปสรรคก่อนแล้วกัน เนื่องจากดิจิทัลทีวี เกิดขึ้นในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และอุตสาหกรรมโฆษณาสัมพันธ์โดยตรงกับภาวะเศรษฐกิจทั้งเศรษฐกิจโลก และ ภายในประเทศ เศรษฐกิจไม่ดีทุกคนก็ตัดงบโฆษณาแต่ยังโชคดีที่ปีไหนเศรษฐกิจภายนอกดีในประเทศไม่ดีบางปี เศรษฐกิจโลกไม่ดีแต่ของเราดี อุตสาหกรรมโฆษณาก็โตมาได้อย่างต่อเนื่องแต่ถ้าเทียบกับเมื่อสิบปีที่แล้ว จากที่เคยเติบโต 15 - 25 เปอร์เซ็นต์ แต่มาถึงปี 2557 ตัวเลขติดลบ 2 เปอร์เซ็นต์ นี่คืออุปสรรค

อีกอย่างคือ อุปสรรคของวงการสื่อเองก็คือ ช่องสถานีที่มีเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงสูงมาก ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาเท่าเดิม โดยยังไม่พูดถึงว่าจริงๆ ก็คือตัวเลขติดลบจากเดิม 4 ช่องสถานีที่เป็นฟรีทีวีเชิงพาณิชย์ ตอนนี้เพิ่มขึ้นเป็น 24 ช่อง ซึ่งแน่นอนสำหรับเอเจนซีการจะซื้อโฆษณาก็ต้องพิจารณา จากจำนวนคนดูว่ามากน้อยเพียงใด

**ลูกค้ามีความกังวลเรื่องการขยายการรับชม
โทรทัศน์ดิจิทัลที่ทั่วถึงมากน้อยเพียงใด**

ความกังวลของลูกค้าในเรื่องนี้ไม่ค่อยมี เพราะจากเดิมฟรีทีวี 4 ช่องเพิ่มเป็น 24 ช่องตัวเลือกก็เยอะขึ้น นอกจากนี้ยังมีแพลตฟอร์มการรับ

ชมอื่น ๆ อีก เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าก็เห็นแล้วว่าพฤติกรรมมารับสื่อของคนเปลี่ยนไปไม่ใช่แค่ดูผ่านจอทีวีแต่ดูผ่าน อินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชัน ทำให้ดูย้อนหลังก็ได้ ลูกค้าก็เริ่มมองสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้นประกอบกับว่าตอนนี้ทั้งกูเกิ้ลและยูทูป ถ้าโทรทัศน์มีค่าใช้จ่ายสูงเงินก็จะไหลมาทางออนไลน์ ซึ่งถูกกว่า แปลว่า โทรทัศน์ไม่ได้แบ่งระหว่างช่อง โทรทัศน์ดิจิทัลอย่างเดียวแล้ว แต่กำลังแข่งข้ามสื่อด้วย สิ่งที่ยูทูปตั้งเป้าก็คือการเป็นช่องสถานีอันดับ 3 รองจากช่อง 7 และ ช่อง 3 เท่ากับคู่แข่งเพิ่มขึ้นอีก แต่ถ้าถามถึงการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลผ่านกล่องรับสัญญาณก็ต้องบอกว่าปัญหา คือการที่ กสทช. ไม่ได้มีแผนแจกกล่องที่ชัดเจนมาตั้งแต่ต้นแล้วการดำเนินการก็ล่าช้ามาก พอถึงเวลาที่ต้องแจกจริง ก็ไม่เข้าใจอีกว่าสิ่งที่เป็นอยู่คือตลาดดาวเทียมที่คนดูได้เป็นร้อยช่องแล้วจะต้องไปแลกกล่องเพื่อจะมาดูแค่ 24 ช่องเพื่ออะไร ในเมื่อดูผ่านดาวเทียมได้อยู่แล้ว การรับชมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จึงมีทั้งระบบเก่า ระบบใหม่ภาพจึงไม่คมชัดเพราะเป็นระบบแอนะล็อก สัญญาณเอ็ชดี ส่งมาดูแล้วก็เหมือนเดิม ไม่ได้ชัดเจนขึ้น ถ้า กสทช. ทำเรื่องนี้มาตั้งแต่ต้นก็คงทำให้ตลาดไปได้เร็วขึ้น