

# Interviews

## Part 1



“คนข่าวทีวีจะผ่านมรสุมโซเชียลมีเดียไปได้อย่างไร”

ในทัศนะและมุมมองของ

ผู้บริหารสื่อโทรทัศน์

นักวิชาการด้านสื่อ

สื่อโซเชียลมีเดีย

นักธุรกิจด้านสื่อ



เทพชัย หย่อง  
ประธานกรรมการบริหาร เดวีเนชั่น





## เทพชัย หย่อง ประธานกรรมการบริหาร เครือข่ายเอ็น

“สื่อในเครือเอ็นเซ็น ต้องยึดความเป็นสื่อที่เน้นทางด้านข่าวเป็นหลัก จุดแข็งที่สุดของการเป็นสื่อของเครือเอ็นเซ็น คือ การทำด้านข่าว ฉะนั้นในช่วงเวลานี้ถึงสิ้นปี ช่วงเวลาที่เครือเอ็นเซ็นต้องปรับโครงสร้างการทำงาน โครงสร้างในเชิงธุรกิจด้วย

มีเป้าหมายให้สื่อทั้งหมดกลับมาบนพื้นฐานของการเป็นองค์กรข่าวจริงๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ และ ทีวี มองกลับไปตั้งแต่เริ่มมีไซเบอร์มีเดีย หรือ สื่อใหม่ เริ่มปรากฏตัวในประเทศไทย เครือเอ็นเซ็นเป็นองค์กรแรก ๆ ในประเทศไทย ที่ปรับตัวและรองรับความเปลี่ยนแปลงนี้ สร้างกลไกที่จะทำให้อุปกรณ์ของเราเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น รับกันมันด้วยการเป็นส่วนหนึ่งของมัน..

โลกของสื่อไซเบอร์มีเดียเกิดขึ้นแล้ว ก่อนที่จะมีทีวีดิจิทัล



มองสถานการณ์โดยรวมทีวีดิจิทัล ก่อนที่จะมีทีวีดิจิทัล และหลังมีทีวีดิจิทัลและมีไซเบอร์มีเดียอย่างไร?

**เทพชัย :** มองย้อนกลับไปจะเห็นภาพชัดว่า ก่อนที่จะมีทีวีดิจิทัล อันดับแรกคือ จำนวนโทรทัศน์ มีจำกัด 6 ช่อง ส่วนใหญ่เป็นช่องที่รัฐบาล หรือ หน่วยงานรัฐเป็นเจ้าของ ไม่ทางตรงก็ทางอ้อมหมายความว่าธุรกิจอยู่ในมือของกลุ่มคนที่มาบริหารแม่ เป็นภาคธุรกิจที่ต้องผ่านการให้สัมปทานจากของรัฐ หรือช่องรัฐบริหารโดยตรงในฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หมายถึงในเชิงธุรกิจอยู่ในมือของทีวีเพียงไม่กี่ช่อง

สำคัญกว่านั้น คือ บทบาทของสื่อโทรทัศน์ในยุคนั้นค่อนข้างจำกัดส่วนใหญ่เน้นหนักทางด้านบันเทิง เรื่องของการรายงานข่าวสาร การวิเคราะห์สถานการณ์บ้านเมืองมีข้อจำกัด เนื่องจากหน่วยงานของรัฐควบคุมกำกับไม่ทางตรงทางอ้อม ทำให้การตรวจสอบอำนาจรัฐหรือกลุ่มผลประโยชน์จะตรวจสอบยาก ยกเว้นกรณีของ ไอทีวี มีช่วงเวลาชีวิตที่อยู่ระยะที่สั้นเกินไป ถือได้ว่าเป็นทีวีเสรี ที่อยู่นอกเหนือการกำกับของรัฐทำหน้าที่ในช่วงก่อนที่จะมีกลุ่มธุรกิจด้านการเมืองอยู่เบื้องหลังเข้ามา take over ไป ทำหน้าที่ได้เป็นอย่างดีที่ดีของสื่อโทรทัศน์ ที่ยึดมั่นในการทำงานโดยไม่คำนึงถึงผลธุรกิจมากเกินไป หรือ อยู่ภายใต้การกำกับของรัฐสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทน

ของสังคม ในการตรวจสอบเรื่องราวต่าง ๆ เป็นทางเลือกเสียงให้กับประชาชนได้ ไทยพีบีเอส ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เกิดขึ้นเป็นร่างใหม่ของ ไอทีวี เป็นสื่อสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย ทำหน้าที่ได้ดีในแง่ของการรายงานข้อมูลข่าวสารให้ความรู้ให้กับสังคมโดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องการหารายได้ หรือ คำนึงถึงแรงกดดันจากอำนาจรัฐมากเกินไป นี่คือช่วงก่อนที่มีทีวีดิจิทัล

แม้แต่ก่อนที่จะมีทีวีดิจิทัลภูมิทัศน์สื่อของไทยเปลี่ยนแปลงไปเยอะมาก เพราะมีทีวีดาวเทียม เดเบิ้ล มีรายการบันเทิง รายการข่าวสารสาระ ง่าย ๆ คือมีการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เกิดขึ้นอย่างมากแล้วก่อนที่จะมีทีวีดิจิทัลด้วยซ้ำ มีเดเบิ้ลดาวเทียมเป็น 100 ช่องหลายช่องทำหน้าที่ในการรายงานข่าวอย่างจริงจัง ในด้านหนึ่งก็ทำลายการผูกขาดที่ทีวีรัฐเป็นในระดับหนึ่งแล้ว แม้แต่ก่อนจะมีทีวีดิจิทัล โลกของสื่อไซเบอร์มีเดียก็เกิดขึ้นแล้วก่อนที่ทีวีดิจิทัลจะมีสังคมโดยมีทางเลือกทางด้านข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อใหม่ค่อนข้างเยอะพอสมควร ฉะนั้น ในแง่ของทีวีดิจิทัลมองว่ามันเกิดขึ้นช้าเกินไป





ควรจะเกิดขึ้นก่อนหน้านั้นเป็น 10 ปี และเมื่อเกิดขึ้นก็เกิดขึ้นด้วยจำนวนที่มากขึ้นไป ทำให้ทีวีดิจิทัลไม่ได้มีบทบาทในเชิงของการนำเสนอรายการที่แตกต่างจาก ที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นมากนัก **ยังมีจำนวนช่องมากขึ้นไปทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจที่รุนแรง** นี่เป็นการคาดการณ์ที่ผิดพลาดของ กสทช. ที่ไม่พิจารณาถึงผลกระทบของภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปก่อนที่จะตัดสินใจออกใบอนุญาตด้วยจำนวนมากขึ้นนั้น เป็นสิ่งที่ต้องทบทวนว่าเกิดอะไรขึ้นมีทางแก้ไขอย่างไรให้กับผู้ถือใบอนุญาตของทีวีได้แต่ไหนอย่างไร ด้วยสิ่งที่ผู้ประกอบการเรียกร้องอยู่

พอเกิดทีวีดิจิทัลขึ้นมา ก็ดี ถ้ามองในแง่ของสังคมมีทางเลือกจำนวนช่องทีวีให้เลือกมากขึ้นไม่ต้องเสียเงินซื้อจานดาวเทียมหรือเป็นสมาชิกเคเบิลระดับหนึ่งก็มีการแข่งขันในเชิงบวก เป็นแหล่งบันเทิงและ แหล่งข้อมูลข่าวสารมากขึ้น การแข่งขันในเชิงธุรกิจมันเหนื่อย และต้องอยู่รอดทำให้รายได้การทีวีมีคุณภาพดีก็ว่านี่ก็ไม่ได้มีคุณภาพเท่าที่ควรเพราะไม่อย่างลงทุนมากนัก

**“ด้านข้อมูลข่าวสารส่วนตัวมองว่า ในภาพรวมเป็นประโยชน์ต่อสังคมมาก เมื่อมีการแข่งขันกันทุกคนก็พยายามทำข่าว ทุกช่องพยายามให้ความสำคัญกับเรื่องของข่าวเยอะมาก แม้แต่ช่องที่ไม่ได้เป็นช่องข่าว ที่เป็นบันเทิงวาไรตี้ ก็ซื้องการรายงานข่าว ถ้ามว่าเป็นแบบนี้ดีก็สังคมหรือเปล่า ผมว่าก็ดีการแข่งขันมีการแย่งกันตรวจสอบวิเคราะห์สถานการณ์บ้านเมือง”**

การทำข่าวของทีวีดิจิทัลยกระดับการทำข่าวที่มากขึ้นชมระดับหนึ่ง ถ้ามีเหตุการณ์เกิดขึ้นในเพื่อนบ้านของเรา ในอาเซียน จะเห็นนักข่าวไทยที่มาจากทีวีดิจิทัลปรากฏตัว รายงานข่าวจากจุดที่เกิดเหตุ ช่วงการเลือกตั้งก็มีปัญหาทางการเมือง มีนักข่าวจากช่องต่างๆ ไปรายงานสดไปรายงานเชิงวิเคราะห์จากประเทศนั้น ๆ มองในแง่บวกว่าเป็นการแข่งขันที่ทำให้มีความเป็นวิชาชีพมีมาตรฐานมากขึ้น หรือ แม้แต่ข่าวในประเทศ เรื่องการเมือง ก็มีบทวิเคราะห์ มีการตรวจสอบในเชิงลึกมีการทำข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนมากขึ้น แต่คงต้องใช้เวลาในการพัฒนาถึงจุดที่จะเป็น นี้อีกด้านบวก และเห็นนักข่าวรุ่นใหม่ที่มีความตั้งใจในการทำงานรายงานข่าวที่ดี ปรากฏตัวอยู่ในช่องต่าง ๆ มากมาย ทำให้วงการมีความดีดัก

แต่อีกด้านหนึ่ง เมื่อมีการแข่งขันมากมีช่องว่างที่ทำให้เกิดคำถามเรื่องจริยธรรม เรื่องความเป็นวิชาชีพว่าเรื่องบางเรื่องควรหรือไม่ควร เรื่องความเป็นส่วนตัวที่ไปละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ทำให้เกิดความเสียหายต่อคนที่ตกเป็นข่าว มันเป็นเรื่องปกติ เพราะมีการแข่งขันกันขนาดนี้ แต่ก็ไม่ปกติคือสื่อต้องดูแลกันเองมากขึ้น ในภาวะมั่วระว่างไม่มีการแข่งขันจนกระทั่งมองข้ามความรับผิดชอบต่อสังคม

ทีวีดิจิทัลมันเกิดขึ้นช้าและเกิดขึ้นมากขึ้นไป โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่มีทางเลือกที่จะได้ข้อมูลข่าวสารกรหาแหล่งบันเทิงในแบบการสื่อสารระบบใหม่ทางมือถือ เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ทั้งหลาย ในเชิงธุรกิจทีวีดิจิทัลจะอยู่ลำบากเป็นความท้าทายที่ใหญ่ที่สุด ถ้าทีวีดิจิทัลไม่ตั้งต้นเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจจากขนาดนี้ผมเชื่อว่าส่วนใหญ่ก็พยายามทำรายการที่มีคุณภาพจริงๆ เพราะเชื่อในความตั้งใจของคนที่มาประมูลทีวีดิจิทัลเพราะอยากเข้ามาทำรายการข่าวบันเทิงรายการสาระที่ดี แต่เมื่อเจอสถานการณ์แข่งขันแบบนี้ เป็นห่วงว่าเขาพร้อมจะลงทุนเพิ่มมากกว่าเดิมแค่ไหน เพราะเขาอาจจะไม่อยู่รอดด้วยซ้ำไป

เมื่อสถานการณ์แบบนี้ มีแนวโน้มที่ต้องมองด้วยการตั้งคำถามมากขึ้น คือการมีบริษัทใหญ่ เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหม่เข้ามา Take over ทีวีบางช่อง และตอนนี้ชัดเจนมากมีบริษัทใหญ่ 3-4 บริษัท เป็นผู้ถือหุ้นเป็นผู้บริหารของทีวีดิจิทัลหลายช่อง มันอาจจะไม่มีความเด่นชัดนักแต่มีคำถามแน่นอนว่าบริษัททั้งหลายที่เข้ามาเป็นเจ้าของทีวีดิจิทัล จุดยืนความพอใจ หรือ กำหนดบทบาทของสื่ออย่างไร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าไม่ว่าเขาจะเป็นบริษัทที่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจมากแค่ไหน เราหวังว่า เขาจะเอาใจบทบาทของสื่อว่า มีขึ้นมาเพื่อปกป้อง และ เป็นปากเสียงของประชาชนและผลประโยชน์ของสังคม ฉะนั้น คนทำงานทางด้านข่าวจะไม่ถูกแทรกแซง ไม่ถูกแรงกดดันให้ต้องสนองผลประโยชน์ทางธุรกิจจนกระทั่งเสียหลักการในการทำงานไป

ตอนนี้เป็นแค่คำถาม แต่ยังไม่เป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้เราเห็นว่าจะเป็นไปอย่างนั้น แต่บทเรียนจากอดีตเราเห็นว่าทีวีบางช่องที่มีบริษัทใหญ่ๆ มีเครือข่ายธุรกิจที่กว้างขวางเข้ามาดูแลการทำงานข่าวในหลาย เรื่องที่เกี่ยวข้อง และ กระบอบต่อธุรกิจบริษัท





ที่เป็นเจ้าของอยู่ คนที่ข่าวจะเกร็งเพราะโดนแรงกดดันถูกห้ามให้ไปและ เป็นคำถามว่าจำนวนทีวีดิจิตอลมากขึ้น อีกทั้งต้องตกไปอยู่ในมือของบริษัทใหญ่ ๆ ทั้งหลาย

คนข่าวทีวีผ่านมรสุมไซเบอร์มียุติไปได้อย่างไร นโยบายเครือข่าย ระบุกับผู้บริหารมอภศึกษา และ จะผ่านไปได้ได้อย่างไร

**เทพชัย :** มองกลับไปตั้งแต่เริ่มไซเบอร์มียุติหรือสื่อใหม่เริ่มปรากฏตัวในประเทศไทย เครือเนชั่นเป็นองค์กรแรกๆ ในประเทศไทยที่ปรับตัวและรองรับความเปลี่ยนแปลงนี้ สร้างกลไกที่จะทำให้บุคลากรของเราเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นรับกับมันด้วยการเป็นส่วนหนึ่งของมัน

ย้อนไป 10 ปีเราเป็นองค์กรที่ฝึกคนให้มีทักษะที่หลากหลายองค์กรสื่อในยุคนี้ รวมเครือเนชั่นด้วย เป็นสื่อกระแสหลัก มีหนังสือพิมพ์ ทีวี เมื่อเห็นแนวโน้มว่าบทบาทของสื่อใหม่เข้ามาเปลี่ยนโฉมของภูมิทัศน์สื่อเราเปลี่ยนทั้งระดับนโยบายและตัวบุคคลที่เป็นบุคลากรด้านข่าวให้เรียนรู้การมีบทบาทในสื่อใหม่ เริ่มจากนโยบายก่อน และ เราก็มปรับตัวได้ดีและ เร็ว เพราะระดับบริหารเป็นคนข่าว ที่เคยทำข่าวมาก่อนต้องมีคนที่นำความเปลี่ยนแปลง หลายๆ แห่งเห็นเคลื่อนไหวตัวข่าวแทบไม่มีการปรับตัวเพราะฝ่ายบริหารประกาศเป็นนโยบายกิจจริง แต่ถามว่าใครจะเป็นคนเอานโยบายนำสู่ปฏิบัติ

**เครือเนชั่น** คนที่ประกาศนโยบาย คือคนที่มีนโยบายไปทำเอง คนที่เห็นด้วยกับนโยบายลงไปทำให้บุคลากรทั้งหลายเห็นว่าควรปรับตัวต้องทำอะไรถ้าระดับผู้นำองค์กรลงมือปฏิบัติเองทำให้เห็นว่าการปรับตัวจากสื่อกระแสหลักที่มีหนังสือพิมพ์อย่างเดียว ทีวีอย่างเดียว ไปทำไซเบอร์มียุติ ย้อนกลับไปที่มีแค่ วิทยุ เดอร์ บล็อก แค่นั้นก็เหนื่อยพอแล้วทำให้คนไม่เข้าใจไม่ยอมเข้าใจความเปลี่ยนแปลงปรับตัวเป็นส่วนหนึ่งของความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เมื่อผู้บริหารทำให้เห็นก็เห็นว่าเอาจริง ทำจริง ไม่ใช่พูดแต่ปาก หรือ สั่งอย่างเดียว ทำให้ทั้งองค์กรเคลื่อนไหวได้ แต่ไม่ใช่ได้ทั้ง 100 เปอร์เซ็นต์ส่วนใหญ่พร้อมจะปรับตัว ฉะนั้น ความเปลี่ยนแปลงในยุคนี้ความท้าทายหรือถามของไซเบอร์มียุติไม่ใช่เพียงจะเกิดขึ้นแต่เกิดมาเรื่อยๆ เพียงแต่ช่วงนี้รูปแบบไซเบอร์มียุติเกิดขึ้นมากมายและคนรุ่นใหม่แทบไม่แตะสื่อกระแสหลักเลย เครือเนชั่น เองการปรับตัวของเราที่มีมาต่อเนื่อง ก็มีแรงส่งมาจนถึงทุกวันนี้

ในช่วงที่เราเจอความท้าทายที่รุนแรงมากขึ้น อนาคตของสื่อกระแสหลัก หนังสือพิมพ์ ทีวี ต้องยอมรับนับถอยหลังต้องเตรียมคนและทิศทางการทำงานระบบการทำงาน เพื่อรองรับการก้าวไปสู่สื่อใหม่ ทั้งบุคลากรแนวนโยบายและทรัพยากรต้องถูกออกแบบมาไปในทิศทางนั้น

ความจำเป็นที่ต่อมมีสื่อหลัก ยังจำเป็นอยู่หรือไม่ เพราะคนรุ่นใหม่แทบจะไม่แตะสื่อหลักแล้ว

**เทพชัย :** อีก 5-10 ปี ข้างหน้า สื่อกระแสหลักคืออะไร หนังสือพิมพ์ วิทยุ ทีวีอาจจะไม่ใช่สื่อกระแสหลักอีกต่อไป สื่อกระแสหลักหรือไม่ใช่สื่อกระแสหลักไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุยาวนานหรือมีชื่อเสียงอย่างเดียวอยู่ที่อิทธิพลและผลกระทบที่สื่อ นั้นทำมีมากต่อสังคมแค่ไหน ความคิดในแง่กระจายข้อมูลข่าวสารในการสร้างแรงบันดาลใจในการทำหน้าที่ตรวจสอบคำนิยามของสื่อกระแสหลัก ต้องมาดูก่อน ช่วงนี้เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจริง ๆ ทั้งคำนิยาม ทั้งความหมายที่แท้จริง บทบาทของสื่อทั้งหลายตอนนี้นั้นแยกไม่ออกด้วยว่าอันไหนสื่อ ข่าวที่คนวิพากษ์วิจารณ์ว่าสื่อแย่อยางงานไร้ความรับผิดชอบนั้นอาจจะไม่ใช่สื่อกระแสหลักก็ได้ในความหมายดั้งเดิมอยู่ที่บล็อกเกอร์ คนที่โพสต์เมื่อโพสต์ไปก็วิ่งในโลกไซเบอร์มียุติ สุดท้ายลงท้ายด้วยการคำสือไม่มีจริยธรรม เรื่องไม่จริงเอามาเผยแพร่แต่ปรากฏว่าคนที่เอามาเผยแพร่ไม่ใช่สื่อกระแสหลักแต่เป็นโจรก็ไม่รู้

ในช่วง 3-4 ปี ข้างหน้าจะเห็นภาพที่ชัดเจนมากขึ้น สื่อที่จะมีบทบาทมากขึ้นต้องสังคมาเป็นสื่อกลุ่มไหน ฉะนั้นสื่อกระแสหลักต้องให้นิยามกันใหม่ถามว่าสื่อกระแสหลักในความหมายปัจจุบัน คือสื่อวิทยุ ทีวี หนังสือพิมพ์อยู่ยาวนานแล้ว สังคมไว้วางใจจนจำเป็นต้องอยู่เนื่องจากสื่อเหล่านี้มีตัวตนและจุดมุ่งหมายชัดเจน มีหลักการในการทำงานโดยเฉพาะเรื่องการมีจริยธรรมกรอบการทำงานที่ถูกกำหนดด้วยความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมตรวจสอบข้อเท็จจริงความน่าเชื่อถือ ซึ่งต่างจากโลกไซเบอร์มียุติที่จะรายงานอะไรก็รายงานได้ สื่อกระแสหลักได้รับความไว้วางใจจากสังคมอยู่ในช่วงที่มีเรื่องราวเกิดขึ้นในบ้านเมืองถึงแม้จะมีการโพสต์ในไซเบอร์มียุติ สุดท้ายคนก็กลับมาหาสื่อกระแสหลักเพื่อดูว่าเรื่องจริงหรือไม่ มีที่มาที่ไปและมีเหตุผลอย่างไร แสดงว่าสังคมยังเชื่อว่ายังต้องมีสื่อที่ทำงานอย่างมีหลักการจริยธรรมและน่าเชื่อถือในการรายงานข้อมูลข่าวสาร





บางเพจ บางบล็อก มีความเป็นมืออาชีพ และ มีจริยธรรม ถือว่าเขาเป็น สื่อกระแสหลัก สื่อมืออาชีพ ด้วยหรือไม่

**เทพชัย :** อย่างที่บอกว่าต้องกลับมาดูค่านิยมของสื่อกระแสหลักว่าคืออะไรกันแน่ คนที่เป็น บล็อกเกอร์มีพื้นฐานเป็นของตัวเองถือว่าคนเหล่านี้มีคุณค่าต้องสังคมถ้าเขาให้ข้อมูลข่าวสารหรือกระตุกสังคมในเรื่องที่ถูกทางและเป็นประโยชน์ เชื่อว่าคนเหล่านี้มีบทบาทมีอิทธิพลต่อความคิดความรู้สึของคนในสังคมมากขึ้น จะเรียกว่าสื่อกระแสหลักหรือไม่ ต้องมาชกชกกันใหม่ แม้แต่ในร่าง พรบ. ส่งเสริม ดัชนีครองสิทธิ์เสรีภาพสื่อค่านิยมของคำว่าสื่อยังมีการถกเถียงกันอยู่เลยว่าควรครอบคลุมแค่ไหน แต่คงไม่ได้ข้อสรุปในเร็ว นี้เพราะภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนไปอย่างมาก คนที่จะมาให้ค่านิยม อธิบายด้วยเหตุด้วยผลคงต้องใช้เวลา แล้วสุดท้ายจะออกมาในรูปแบบไหน

ถอนนิ้วข่าวต่างๆ เป็นผู้ที่กำหนดข่าว และกระแสสังคม และสื่อทีวีเล่นข่าวตามข่าวต่างๆ ด้วย คิดกันอย่างไร?

**เทพชัย :** จริงๆ สื่อกระแสหลักควรมองกลุ่มคนเหล่านี้ ที่มีเพจตัวเองโพสต์ข้อความต่างๆ ให้มองเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งข่าวที่ควรใช้เป็นประโยชน์ ถ้าเห็นภาพ ข้อความข้อมูลจากกลุ่มคนเหล่านี้ในโลกโซเชียลมีเดียควรให้ความสำคัญติดตามตรวจสอบข้อเท็จจริง และจะไม่ถูกต้อง เมื่อเห็นแล้วนำไปรายงานต่อโดยไม่ตรวจสอบข้อสังเกตที่บอกคงเป็นเพราะแบบนี้ที่มองว่าทุกวันนี้สื่อกระแสหลักต้องไล่ตามโซเชียลมีเดีย ถ้าไม่ตรวจสอบ ไม่ขยายความจะถูกมองว่าทุกวันนี้ให้คนในโซเชียลมีเดียเป็นคนกำหนดวาระข่าว ไม่เสียหายอะไร กลับดีด้วยซ้ำไปที่กลุ่มคนเหล่านี้มาให้ข้อมูลให้เห็นกระตุกให้สื่อกระแสหลักต้องให้ความสำคัญกับเรื่องที่จะถูกมองข้ามไป

จะก้าวอย่างไรให้ ชาวทีวี ยังสามารถยืนหยัดอยู่ได้ ไม่ว่ากระแสโซเชียลมีเดีย จะเข้ามาแทนที่ หรือ เทคโนโลยีเปลี่ยนไปอย่างไรก็ตาม?

**เทพชัย :** ถ้าสื่อไม่ได้มีผลกระทบโดยเฉพาะองค์กรสื่อ เกิดคำถามย้อนกลับมาที่ตัวบุคคลที่อยู่ในวงกรสื่อที่เป็นนักข่าว มันชัดเจนในเมื่อทุกวันนี้ สื่อกระแสหลักในความหมายที่เราเข้าใจไม่ได้เป็นกลุ่มคนที่ผูกขาด การรายงานข่าวการนำเสนอความคิดเห็นเหมือนในอดีตอีกต่อไป ชัดเจนว่าในโลกโซเชียลมีเดียตอนนี้มีคนที่มีความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์มากมายกว่าคนทำข่าวรายงานให้ข้อมูลข่าวสารขึ้นทุกที่บางเรื่องคนที่ไม่ได้เป็นนักข่าวแต่เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือ ชาวบ้านธรรมดาที่อยู่ใกล้แหล่งข้อมูลสามารถให้ข้อมูลได้ดีกว่าคนที่ทำข่าวด้วยซ้ำ สิ่งที่เกิดขึ้น และเกิดขึ้นอย่างมากคือคนทำข่าวต้องระวังตัวเอง จากนั้นไปบทบาทของเราจะเป็นอย่างไร แล้วเรามีความรู้ ประสบการณ์มากน้อยเพียงใดที่จะเล่นบทบาทนั้นสรุปสั้นๆ คนทำข่าวไม่พอจะตำแหน่งไหนต้องมีความรู้มากขึ้นมีประสบการณ์ในชีวิตมากขึ้นเพื่อรู้ทันการเปลี่ยนแปลงมากพอๆ หรือ มากกว่า คนที่ไม่ได้ทำข่าวเพราะเป็นเรื่องน่าอาย ถ้าคนเขียนข่าวไปแล้วมีคนรู้มากกว่าเรา ทุกองค์กรสื่อ กลับไปมองตัวเองมองความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเมื่อได้ข้อสรุปแล้วกลับมามองตัวเองว่าเราจะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นได้อย่างไร รับมือในฐานะที่เราเป็นสื่อมีศักดิ์ศรี มีความเป็นมืออาชีพ หันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและโลก

www.thaijba.org







สำราญ ฉัตรโท  
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่  
บริษัทพีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)



## สำราญ ฉัตรโท

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทบีบีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

“อนาคต คืออะไร กลซข. ช่วยตอบให้หน่อยสิ

อนาคตโลกของโทรทัศน์โลกของบรอดแคสต์ แล้วของการสื่อสารอยู่ตรงใน

ไม่ใช่ กลซข. มาตั้งข้อจำกัดว่า OTT ต้องเป็นยังไง เก็บเงินทำไร มันไม่ใช่

โซเชียมัลเดียเป็นจุดเริ่มต้นของข่าว ของเหตุการณ์ที่เป็นผลดีกับผู้บริโภค

สื่อหลักต้องปรับตัวยังไงในการใช้โซเชียมัลเดียให้เป็นประโยชน์

ในการทำหน้าที่ให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ สมกับความเป็นวิชาชีพมากกว่า เทคโนโลยีเร็วมาก

ที่เราคิดว่าคนทำข่าวต้องมาจากวิชาชีพนี้โดยตรง ตอนหลังคนทั่วไปก็ทำข่าวได้ เขาก็เขกเมนต์เล็ก ๆ ก็ได้

ด้านหนึ่งก็ถือเป็นผลดีสำหรับผู้บริโภค ทำให้ได้รับรู้มิติของข่าวสารมากขึ้น

ใครที่ทำคอนเทนต์ไม่จำเป็นต้องประมุข

ถ้ามองในแง่ของสถาบันข่าว ต้องยึดมั่นว่าคาแรคเตอร์ของคุณคืออะไร

วิชาชีพของคุณทำข่าวแบบไหน คุณทำข่าวยังไง คุณจะขยายผลข่าวสร้าง Identity ยังไง?”

การปรับตัวของอุตสาหกรรมสื่อเข้มข้นมากขึ้น ตามการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อของสังคม  
สำราญ ฉัตรโท รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทบีบีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) หรือ ช่อง 3 ซึ่งให้  
เห็นว่า การปรับตัวเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ยังคงเชื่อมั่นว่าในที่สุดแล้วหากรักษาความเป็นมืออาชีพไว้ได้ สื่อจะสามารถฟันฝ่ากระแสโซเชียมัลเดีย ที่โหมกระหน่ำวงการสื่อในขณะนี้ไปได้

คุณ ขณะนี้ ประเมินผลกระทบจากศอกโซเชียลอย่างไร?

ตั้งแต่เกิดทีวีดิจิทัลขึ้นมาอุตสาหกรรมโทรทัศน์เตรียมตัวรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นอยู่ตลอด พอเข้าสู่ภาวะการแข่งขันจริง แน่นนอน เด็กมีก้อนเดียวก็แชร์กัน 1 ปากจากเดิมมีอยู่ 6 ช่อง กลายเป็นแชร์กันสิบกว่า ช่องถือว่าอุตสาหกรรม มีการแข่งขันเราต้องยอมรับ แต่ระยะหลังสื่อโซเชียมัลเดียขึ้น กลายเป็นผลกระทบซ้ำสองทำให้พฤติกรรมของคนดูเปลี่ยน แม้แต่ตัวเราเองไม่จำเป็นต้องดูทีวีก็รับรู้ข่าวสารได้บางครั้งเร็วกว่าละเอียดกว่า

ดูเหมือนในวงการสื่อหลายขยับไปก่อนกัน เพราะมันเร็วหรือยัง?

ความเร็วปฏิเสธไม่ได้ ในอนาคตจะเร็วกว่านี้ อีกเพราะเมื่อ OTT เข้ามา ไม่ต้องมีแพลตฟอร์มจะยิ่งแยกเขกเมนต์ชัดแล้วจะชัดเจนว่าใครเป็นเจ้าของ แพลตฟอร์ม ก็ทำหน้าที่ตามแพลตฟอร์มไป ใครมีหน้าที่ของ content provider ก็ทำหน้าที่ content provider ไปใครที่ทำคอนเทนต์ดีไม่จำเป็นต้องประมุขสถานีโทรทัศน์ กลับมาตรงนี้ ผมเชื่อว่าถ้ามองในแง่ของสถาบันข่าวต้องยึดมั่นว่าคาแรคเตอร์ของคุณคืออะไร วิชาชีพของคุณทำข่าวแบบไหน คุณทำข่าวยังไง คุณจะขยายผลข่าวสร้าง identity ยังไง ?

ผลกระทบต่อวิชาชีพโซเชียมัลเดีย ภายหลังประมุขติดใจ?

เทคโนโลยีเร็วมาก ที่เราคิดว่าคนทำข่าวต้องมาจากวิชาชีพนี้โดยตรงตอนหลังคนทั่วไปก็ทำข่าวได้ เขาก็เขกเมนต์เล็ก ๆ ก็ได้ ด้านหนึ่ง ก็ถือเป็นผลดีสำหรับผู้บริโภค ทำให้ได้รับรู้มิติของข่าวสารมากขึ้น โซเชียมัลเดียเป็นจุดเริ่มต้นของข่าวของเหตุการณ์ก็เป็นผลดีกับผู้บริโภค สื่อหลักต้องปรับตัวยังไงในการใช้โซเชียมัลเดียให้เป็นประโยชน์ในการทำหน้าที่ให้ถูกต้องตามหลักวิชาการสมกับความเป็นวิชาชีพมากกว่า

ถ้าพ่วงมาคนไปดูแลแพลตฟอร์มอื่น คนดูสละงะมัยสำหรับช่อง 3 ?

เราก็เปรียบเทียบกับที่มีการสำรวจเรตติ้งคนที่ดูเราผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ เขอะเหมือนกันเพียงแต่ว่า ในเชิงอุตสาหกรรม Value ที่จะไปหาได้จากแพลตฟอร์มอื่น ๆ มันน้อย ไม่เหมือนทีวี ผลกระทบก็มาในเรื่องรายได้ ผมเชื่อว่าถ้าเศรษฐกิจดีในวงการ





อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ผมประมาณค่าว่าถ้าจัดที่โด  
ต่ำกว่า4-5เปอร์เซ็นต์อุตสาหกรรมนี้ได้รับผลกระทบ

หลังจากที่มีช่องเพิ่มขึ้นใช่ไหม? เมื่อก่อนใช้ตัวอดีตนี้  
หรือเปล่า?

เป็นข้อสังเกตเพราะถ้าบริษัทที่เขาจะโฆษณา  
ก็ต้องดูในเรื่องของเศรษฐกิจภาพรวม

แต่ตอนที่ยังไปคมีหลายช่องก็ยังไปกระทบคนนี้ ถึงแม้  
จัดผังรายการดีกว่านี้ ?

ตอนนั้น มีแค่ 6-7 ช่อง ตอนนั้น ถ้าต่ำกว่า 4  
เปอร์เซ็นต์เห็นผลเลย ปีก่อนที่เศรษฐกิจใจ 1 - 2  
เปอร์เซ็นต์ก็แย่มากพอได้ 3 เปอร์เซ็นต์ รู้สึกว่าดีขึ้นมา  
หน่อย

ที่ผ่านมามีเหมือนช่อง 3 ไม่ค่อยศึกษากัน หมายถึง ในทาง  
ปรับตัวเข้าสู่ดิจิทัล?

เราพยายามปรับตัว อนาคตไม่พ้นตรงนี้ OTT  
มาอย่างอื่นก็จะตามมา เป็นเทรนด์ ที่ต้องเกิดขึ้น

ถือเป็นทิศทาง ที่นำไปสู่การปรับโครงสร้าง?

เรามีแค่บุคลากร บรอดแคสต์ ไม่มีเรื่องของ  
โซเชียลเลยต้องหาคนที่ชำนาญโซเชียลแล้ววางโครง  
สร้างใหม่ปรับกันใหม่

จนเห็นความชัดเจนเมื่อไร?

เริ่มเห็นชัดแล้ว แต่เราปรับเร็วก็ไม่ได้ เพราะ  
จะกระทบคนดู พฤติกรรมคนไทยเราเคยชินกับเรื่อง  
ไหนเขาก็จะเคยชินก็ยังไม่ได้ว่าในอนาคตจะเป็น  
อย่างไร การเปลี่ยนแปลง ต้องดูความเหมาะสม

ปรับในส่วนคอนเทนต์อย่างไร?

สิ่งที่ต้องอยู่แล้วก็คงไว้ ตอนเทรนด์ประเภท Inves  
tigative ในสามมิติ ตอนเห็นข่าวทั่วไปยังคงอยู่  
เรื่องเด่น เรื่องเล่า ก็ปรับกันไป ยืนยันส่วนตัวเองว่า  
คาร์แรกเตอร์ควรเป็นอย่างไรตอบใจหย้าว่าจะทำ  
อย่างไรให้ตอบใจหย้าคนดูได้ บางทีต้องปรับเป็นราย  
วันทุกวันนี่เหนื่อยขึ้นประชุม 3-4 รอบ ว่าจะนำเสนอ  
อย่างไร

จุดยืนสื่อหลักเรื่องความเป็นมืออาชีพ จะกระทบเส  
โซเชียลมีเดีย?

ผมว่าได้ แต่ต้องยื่นหยัดให้มันว่าตัวตนคุณอยู่  
ที่ไหนถ้าแกว่งไปทางโน้นที่ทางนี้ที่ก็เรียบร้อยแต่การ

หาตัวตนต้องปรับไปเรื่อยๆ เปลี่ยนแปลงตัวเอง ให้  
ทันยุคทันสมัย อย่าคิดว่าสิ่งที่นำเสนอมันดีอยู่แล้ว  
ติดแบบนั้นไม่ได้ ดายหลายเลย เป็นไปไม่ได้

กลัวคนกับกระแสโซเชียลที่มีมากขึ้น?

ผมไม่กลัว แต่ถามว่าได้รับผลกระทบไหมก็ต้อง  
ยอมรับว่าได้รับผลกระทบแต่สิ่งที่ผมทำอยู่ คือ จะใช้  
โซเชียลให้เป็นประโยชน์ยังงั้นจะพวกให้เป็นประโยชน์  
กับข่าวยังงั้น ตรงนี้เป็นเรื่องที่จำเป็นมากกว่า

ช่อง 3 ปรึษะยังไม่ในเรื่องบุคลากร มีคนอยู่ยาก  
มากไหม?

มิติข่าวแตกต่างจาก content ตรงที่มีความน่า  
เชื่อถือ ฉะนั้นฟรีเซ็นเซอร์สำคัญมาก จะเอนายหมา  
นายแมวมาอ่านตามสกริป แต่มันไม่รู้ไม่อินกับข่าวไม่  
ได้คนไม่เชื่อถือนะ แล้วคนที่บริโภคข่าวสมัยนี้ ผิดคำ  
เดียวคุณไปต่อไม่ได้ เขาก็บอกว่าไม่ใช่แล้วไม่ใช่คนข่าว

จะฝากอะไรถึง สทท. ว่าควรทำอะไร อย่างไร?

อนาคต คือ อะไร กสทช. ช่วยตอบให้หน่อยสิ  
อนาคตโลกของโทรทัศน์ โลกของบรอดแคสต์ แล้ว  
ของการสื่อสารอยู่ตรงไหน ไม่ใช่ กสทช. มาตั้งข้อ  
จำกัดว่า OTT ต้องเป็นยังงั้น เก็บเงินเท่าไร มันไม่ใช่ใจ

กลายเป็นว่ามีข้อจำกัดออกมาเยอะแยะไปหมด?

ใช่! คุณทำให้เห็นหน่อยสิ ว่ากรอบในอนาคต  
การสื่อสารของประเทศไทยถ้าOTTมาคุณมาแบบฟรีๆ  
ไม่ได้นะ คุณเอาคอนเทนต์ไปใส่ในแพลตฟอร์มอื่น  
คุณต้องจ่ายเงินให้ประเทศนะ ประโยชน์กับวงการสื่อ  
จะเกิดยังงั้น สื่อต้องสร้างบลิ๊ตเชนเอง อะไรแบบนั้น  
หรือเปล่า อย่างนี้เป็นต้น ฉะนั้นเราไม่ได้มองใน  
อนาคต มองแต่ว่าผลกระทบมาช่วยแก้ตรงคำตัด คำ  
อะไรนิดหน่อยเท่านั้นเอง บอกหน่อยได้มั๊ยว่าถ้า  
เศรษฐกิจไม่ดี อะไรแคไหน จะช่วยวงการโทรทัศน์  
ยังงั้น ถ้า กสทช. มีวิสัยทัศน์จริง ทำไมคุณไม่สร้างให้  
อุตสาหกรรมสื่อของเราเป็น Capital of AEC ในภูมิภาคนี้

ของเรามีศักยภาพพอไหม?

มี... ไม่ใช่ ผมคิดแบบของผมง่าย ๆ นะ

ตอนนี้หลายคนท้วงว่าสถาบันสื่อจะตาย แล้วจะ  
กระทบประเทศไยรวุ

ผมก็บอกไป ว่า ทำไมเราไม่มองภาพรวมใน  
AEC ที่ผมมองแบบนี้เราอุตสาหกรรมสื่อลงมองหา





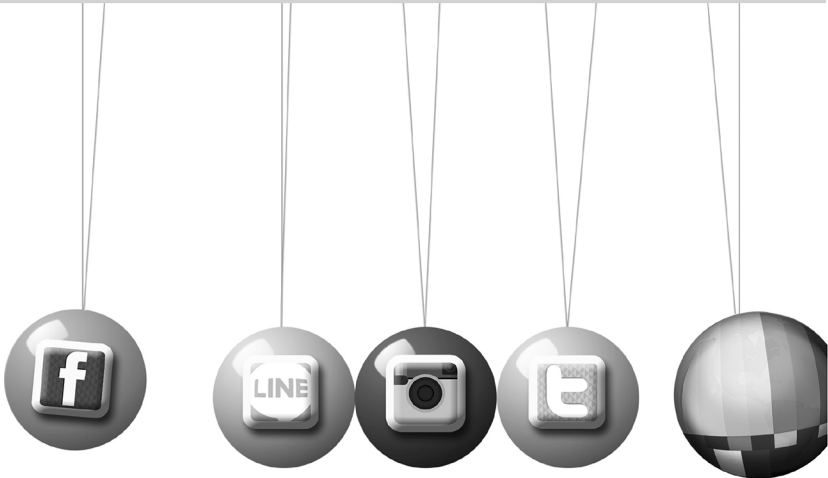
ความอยู่รอด ความดำรงอยู่เพื่อคน 60 ล้านคน แต่คอนเทนต์ของเราไปถึงยูนาน ถึงมาเลเซีย ถึงพม่า เนเธอร์แลนด์นี้ ของผมไปก็มพูชา ก็มพูชาแทบแตก เราจะแลกเปลี่ยนข้อมูลในอุตสาหกรรมยังไง ที่จะทำให้มี Audiences เพิ่มขึ้น 60 ล้านคน เป็น 600 ล้านคน วันนี้เราซื้อหนึ่งจากอินเดีย จากเกาหลีมาฉาย แล้วทำไมเราไม่ทำออกไปขายคนอื่นบ้าง กสทช. เคยทำตรงนี้น้ำหรือเปล่า นี่คือการช่วยเหลือไม่ใช่เรื่องเม็ดเงิน แต่ช่วยในเรื่องการขยายฐานศักยภาพ ทำไมเกาหลีจึงส่งเสริมให้ทำเรื่องศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อได้

กษช. ดูเหมือนจะเข้าใจ แต่ทำไปไม่ยั่งยืน ก็เข้าใจ โลกมันเปลี่ยนไปแล้ว เปลี่ยนไปไกลแล้ว OTT มันเข้ามา เราไปปิดกันไม่ได้เราต้องมองให้


กว้างกว่านั้น นี่เป็นเรื่องที่ผมมองว่าการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมมันแค่ไหนยังงั้น นั่นคือส่วนหนึ่ง ส่วนที่สองก็ต้องเปลี่ยนบทบาทของเรกกูเรเตอร์ ไม่ใช่แค่การกำกับแต่คือการส่งเสริมด้วย เราตั้งสภาวิชาชีพก็ต้องดูแลเรื่องการบริหารจัดการ ไม่ใช่ร้องเรียนไปถึงกสทช. ให้ตั้งคณะกรรมการขึ้นมาตรวจสอบแล้วจบ นี่มันกำกับดูแลกันลงไปแบบละเอียดจุกจิกไปมากโอกาสที่เราจะปกครองตนเองแทบจะไม่มีเลย

แล้วข้อเสนออะไรที่มันจะช่วย เช่น ใ้เปิด exit ข้อกฎหมายมันยากใจ หายใจจะช่วยอุตสาหกรรมนี้มากกว่า วันนี้กลายเป็นว่ากฎหมายไม่ให้เปลี่ยนมือ แล้วยังใจ สุดท้ายมันไปไม่รอดห้ามเปลี่ยนมือเขาก็ขายหุ้นให้นายทุน

[www.thaibja.org](http://www.thaibja.org)







ฉัตรชัย ตะวันธรงค์  
ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี



## ฉัตรชัย ตะวันธรรม์

ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี

“ในแง่คอนเทนต์ เท่ากับว่าต้องแข่งกับโซเชียล ทุกวันนี้เราเป็นองค์กรข่าว สิ่งที่ไทยรัฐมีเป็นปฏิวัติดั้งเดิมคือ ความเป็นไทยรัฐ ความเป็นสำนักข่าวระดับชาติ ความเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีอายุงานเก่าแก่ และเป็นผู้นำตลาด พอวันนี้ย้าย Value มาเป็น Digital platform หรือ Electronic media ตรงนั้นมันคือ Handicap มันคือต้นทุนที่คนรุ่นก่อนหน้าได้สร้างสมไว้ เราเกิดจากตรงนั้น เราได้รับการยอมรับจากตรงนั้น นี่คือไทยรัฐ นี่คือข้อเท็จจริงในแบบไทยรัฐ นี่คือความเร็วในแบบไทยรัฐ ตรงนี้คือต้นทุนที่เราไม่ต้องออกแรง พยายามบุกคลุกก่อนหน้าท่านทำไว้ แต่ปัญหาใหญ่เรา คือ จะแบกรับให้คง Value นี้ต่อไปในระยะยาวได้อย่างไร ในสถานการณ์ที่ media landscape เปลี่ยนหมด ผมไม่ได้บอกว่ามันมีแต่ด้านมืด ผมเชื่อว่าในทุกการเปลี่ยนแปลงมันมีช่องว่างเล็กๆ หรือ ใหญ่ขออนุญาตผม



การปรับเปลี่ยนขององค์กรสื่อในยุคโซเชียลมีเดียเป็นไปอย่างคึกคัก ฉัตรชัย ตะวันธรรม์ ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี บอกว่าไทยรัฐให้ความสำคัญ และ ปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยยังรักษาความเป็น “ไทยรัฐ” ที่เป็นสถาบันสื่อเก่าแก่ของสังคมไทย

ประเป็นผลกระทบโซเชียลมีเดียขงเน็เป็นอย่งไร รุนเองขึ้น หรือ เริ่มมีง

ถามผลกระทบ มันกระทบหมดแหละอยู่ที่เรา จะนิยามตีความมันยังง ึ่ปีต่างกับปีที่แล้วไหม มัน ก็วิวัฒนาการไปเรื่อย ๆ ถามว่าถึงจุดที่จะเห็นภาพชัดหรือ ยังผมว่ามันเริ่มต้นมานานแล้ว ถ้าเป็นรูปวาดยังไม่ เห็นภาพว่าวาดเสร็จจะเป็นอะไร แต่รู้ว่ากำลังวาดอยู่ ยังไม่มีใครคาดเดาตอนจบได้ชัดๆ ก็หนักทุกสื่อ

เกิดอะไรขึ้นจากเดิม เราผลิตคอนเทนต์ แต่วันหนึ่ง ต้องวิ่งตาม กระทบความเป็นข่าวไทย

กระทบมาก ในอดีต หนังสือพิมพ์ทุกเช้าเราได้อ่าน ต่อมาโทรทัศน์แข็งแรงขึ้น หนังสือพิมพ์ไม่ใช่ First source อีกต่อไปแล้ว หลังโทรทัศน์เบิกบานได้ระยะหนึ่ง วันนีโทรทัศน์ก็ไม่ใช่อีกแล้ว ผู้บริโภคดูข่าวจากใครก็ไม่รู้ แซร์กันมา จริงบ้างเท็จบ้าง แล้วก็ส่งต่อกันไป ภาระเรานหนักขึ้นที่จะดำรงตนให้เป็น First source ไม่ใช่ Second sourceคือในแง่ speed เราเสีย

### ผลกระทบเหนือความคาดหมายใน

ไม่ได้เหนือความคาดหมาย เราเห็นทิศทางของผู้บริโภคที่ปรับตัวค่อนข้างเร็ว หมายความว่าคนในอุตสาหกรรมก็ต้องปรับตัว เมื่อ 3 ปีที่แล้ว ไทยรัฐเปิดประตูให้กับโซเชียลมาใช้พื้นที่จอโทรทัศน์เป็นรายแรก ๆ เราถึงขั้นเปลี่ยนชื่อรายการจาก ข่าวเช้า เป็น “เช้าข่าวชัดโซเชียล” ถึงวันนี้ เราหนีไม่ออกว่าเราไม่ใช่ผู้ผลิตข่าวโดยลำพังอีกต่อไปแล้ว คำถามใหญ่ คือ คนที่เราเรียกว่ามืออาชีพในอุตสาหกรรมนี้ ต้องปรับตัวอย่างไรในเมื่อมันกลายเป็นมือถือทุกเครื่องสำคัญแดงตนเป็น Player ได้ด้วย

ในแง่คอนเทนต์เท่ากับว่าต้องแข่งกับโซเชียลทุกวันนี้ ต้องอธิบายใจดี คือ เราเป็นองค์กรข่าวสิ่งที่ไทยรัฐมีเป็นปฏิวัติ ดั้งเดิมคือความเป็นไทยรัฐ ความเป็นสำนักข่าวระดับชาติ ความเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีอายุงานเก่าแก่และเป็นผู้นำตลาดพอวันนี้ย้าย Value มาเป็น Digital platform หรือ Electronic media ตรงนั้นมัน คือ Handicap มันคือต้นทุนที่คนรุ่นก่อนหน้าได้สร้างสมไว้ เราเกิดจากตรงนั้น เราได้รับการยอมรับจากตรงนั้น นี่คือไทยรัฐ นี่คือข้อเท็จจริงในแบบไทยรัฐนี่คือความเร็วในแบบไทยรัฐ ตรงนี้คือต้น





ทุนที่เราไม่ต้องออกแรง ทุนนี้บุคคลก่อนหน้าท่านทำไว้ แต่ปัญหาใหญ่เรา คือ จะแบกรับให้คง Value นี้ต่อไปในระยะยาวได้อย่างไร ในสถานการณ์ที่ media landscape เปลี่ยนหมดผมไม่ได้บอกว่ามีแต่ด้านมืด ผมเชื่อว่าในทุกการเปลี่ยนแปลงมันมีช่องว่างเล็ก ๆ หรือใหญ่ซ่อนอยู่เสมอ เรามีนโยบายตรงนี้ให้เจอแล้วก็ปรับตัวตาม

### ภาคเรตติ้งของไทยรัฐทีวี สะท้อนอะไรไหม

ไทยรัฐโทรทัศน์ ก็เป็นเหมือนไทยรัฐหนังสือพิมพ์ไม่ได้สร้างความผิดหวังให้คนดู เพราะว่าคนดูคงไม่ได้คิดว่าไทยรัฐทำทีวีแล้วก็จะมีละครมีวาไรตี้มีเกมส์โชว์เก่งเหมือนคนอื่น คนดูคิดอยู่แล้วว่าไทยรัฐเก่งเรื่องข่าว ฉะนั้น ความเชื่อตรงนี้ อาจทำให้เรามีโอกาสถามว่าผู้บริหารที่นี่ให้ความสำคัญกับเชิงไหนให้ไม่ไหว ผมไม่ประหลาด แต่เราเชื่อว่าวันนี้สนามมันเปลี่ยนไปความเป็นบันเทิงก็ค่อยๆ เปลี่ยนและเราอาจหวั่นไหวตรงนั้นอยู่

### ปรับเนื้อหา หรือ แนวทางการผลิตคอนเทนต์ก็แก้ไข

เครือข่ายไทยรัฐทั่วประเทศ ส่วนใหญ่เป็นรุ่นใหญ่ของไทยรัฐที่อยู่ในจังหวัดต่างๆ เป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ผมบอกวันนี้สิ่งที่เราพยายามทำที่สุด คือ รักษาพื้นที่รักษาอาชีพ รักษาองค์กร องค์กรปรับข้างเดียวไม่ได้คนทำงานก็ต้องปรับ คือถ้าไม่ปรับ เสรีคือถ้าไม่ทำอะไรเลย ทำไปวันๆ อย่างเดิม เราถูกแทนที่แน่นอน

### ปัญหาใหญ่ คือ งบประมาณ เมื่อยังไม่เห็นทิศทางชัดเจน

ในมุมมองผม ไม่ใช่การขยายด้านบนด้านเดียว ไทยรัฐวันนี้เรามี Facebook Fanpage เฉพาะตัวไทยรัฐเกือบ 8 ล้าน ไทยรัฐทีวีอีก 2 ล้านกว่า เบ็ดเสร็จแล้วก็ประมาณ 10 ล้าน เรามี Instagram เป็นอันดับต้นๆ

อยู่ประมาณล้านห้า มี Twitter 3 ล้าน ถ้ารวมไทยรัฐทีวี รวมสปอร์ต รวม politic อีก 3 ล้าน Youtube อีกล้านกว่า Line อีกล้านกว่า เฉพาะ Youtube total view เป็นหลัก 1,000 ล้าน มีมากมาย นี่คือ สิ่งที่เกิดขึ้น 3 - 4 ปีที่ผ่านมา ก่อนหน้านั้นเราเป็นผู้ตามมาโดยตลอด

### ให้แนวทางกับคนเก่าที่ทำงานกับไทยรัฐอย่างไร เพื่อให้ PSU

จุดแตกต่าง คือ เราในฐานะมืออาชีพจะเหนือกว่ามือสมัครเล่นที่มีกล้องมือถืออยู่ในมือ ตรงนี้คือจริยธรรม ตรงนี้คือความรับผิดชอบ ตรงนี้ไม่ใช่ภูมิปัญญาแต่เป็นองค์ความรู้ที่เราดี

### สื่อยุคใหม่จะรบกวนทิศทางนี้

ใช่ เรื่องเดียว คือ เรื่องคุณภาพผมบอกนักข่าวภูมิภาค ว่ามี 5 คำ “เร็ว ถูก ครบ อย่างขาด ลึก ต่าง” มี 5 นี้ งานไม่มีวันตาย ถ้าตกข้อใดข้อหนึ่งไป ก็ดูว่าข้อไหน หลักๆ คิดว่าเป็นอย่างนั้น

### ไทยเบย์โยไปแล้วประเมินไหม ว่าเขาปรับตัวกับดิจิทัล

ส่วนใหญ่ Willing นะ เพราะว่าองค์กรสื่อ Asset ที่แท้จริงคือมนุษย์ถ้าคุณพัฒนามนุษย์ที่อยู่ในองค์กรให้มีคุณภาพสูงสุดได้ ต่อให้ digital disruption ปรากฏก็ได้ เพียงแต่ต้องยอมรับว่า มันไม่เหมือนเดิมนะ

### ปัญหาจริงๆ ขณะนี้คือเชิงธุรกิจ มากกว่าเนื้อหาหรือแปล

ปัญหาจริงๆ คือ การปรับตัว วัฒนธรรมองค์กร การปรับยุทธศาสตร์การแข่งขัน การปรับต้นทุนให้เหมาะสมกับรายได้ และการพัฒนาคุณภาพ หลักๆ น่าจะเป็นอย่างนั้น



เชมทัตต์ พลเดช  
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่  
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)







“

**เขมทัตต์ พลเดช**

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

“โซเซียลมีเดีย กิ่วกำกระกบเน่ ดันทุนเยอะ เพราะส่วนใหญ่ผลิตเอง และไม่ได้เป็นยูนิเวอแซล คอนเทนต์ ของเมืองนอก เหมือนลงทุนระยะยาว เขายอมลงทุนสูง เพราะขายได้ทั่วโลก

เดิมคนที่ดูทีวี แมสทุกกลุ่ม เข้าดูการ์ตูน สายดูวาไรตี้

ถ้าเป็นไพรเมอร์ แมส น้อยก็คนเมือง กลางคืนก็ผู้ชายดู

ตอนนีบราวกว่าทีวีแปลงสภาพเป็นเชกเมนต์ย่อย คนก็แตกเชกเมนต์ไป

แต่ในโซเซียลมีเดียมีครบ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen C ขึ้นไป 10 ขวบขึ้นไป โบนัสถึง 25-26 ปี

ไม่ดูทีวีแล้ว แต่อายุเยอะๆ ไม่ดูโซเซียลมีเดีย

ดังนั้นแปลว่า Traditional media กลายเป็นทีวีคนแก่ หรือเปล่า ก็ไม่ใช่

มันเป็นพฤติกรรมของคนทั่วโลก คนแก่อยู่บ้าน ยกเว้นประเทศที่เขาพัฒนาแล้ว

คนแก่สามารถจะใช้โซเซียลมีเดียแก้ปัญหาตัวเองได้”

”

ผลกระทบจากโซเซียลมีเดีย ทำให้สื่อหลัก ๆ ต้องปรับตัวกันครั้งใหญ่ เขมทัตต์ พลเดช กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บอกว่า อสมท เริ่มปรับเข้าสู่โลกโซเซียลมีเดียอย่างเต็มตัว แม้จะเห็นว่าล่าช้าไปบ้างแต่เป็นทิศทางที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ผลกระทบของสื่อ จาก โซเซียลมีเดีย อสมท. มองอย่างไร ?

ทีวีที่เป็นฟรีทีวี พัฒนามา 60 ปี ประมาณ 15 ปีหลัง มีแพลตฟอร์มใหม่ คือ ดาวเทียมไทยคม หรือแบนด์วิธเข้ามาวิหิตุชุมชน ทีวีชุมชน มันพริ้มมากเกินไปในยุคที่มีเพียง 4-5 ช่อง เริ่มมีกระแสเข้ามาบ้างแต่แรงเสียดทานไม่แรงเท่าเทียบยุคหลังจากนี้

ถ้าประเมินผลกระทบยังมองไม่เห็น หรือ เห็นลางๆ?

เดิมคนที่ดูทีวี แมสทุกกลุ่ม เข้าดูการ์ตูนสายดูวาไรตี้ ถ้าเป็นไพรเมอร์ แมส น้อยก็คนเมืองกลางคืนก็ผู้ชายดู ตอนนีบราวกว่าทีวีแปลงสภาพเป็นเชกเมนต์ย่อยคนก็แตกเชกเมนต์ไป แต่ในโซเซียลมีเดียมีครบโดยเฉพาะกลุ่ม Gen C ขึ้นไป 10 ขวบขึ้นไป ไปจนถึง 25-26 ปีไม่ดูทีวีแล้ว แต่อายุเยอะๆไม่ดูโซเซียลมีเดีย ดังนั้นแปลว่า Traditional media กลายเป็นทีวีคนแก่หรือเปล่า ก็ไม่ใช่ มันเป็นพฤติกรรมของคนทั่วโลกคนแก่อยู่บ้าน ยกเว้นประเทศที่เขาพัฒนาแล้วคนแก่สามารถใช้โซเซียลมีเดียแก้ปัญหาตัวเองได้

ในแง่ธุรกิจมันกระทบแน่ แต่คอนเทนต์กระทบมากน้อยแค่ไหน?

ทีวีกำกระกบเน่ ดันทุนเยอะ เพราะส่วนใหญ่ผลิตเองและไม่ได้เป็นยูนิเวอแซล คอนเทนต์ของเมืองนอกเหมือนลงทุนระยะยาวเขายอมลงทุนสูงเพราะขายได้ทั่วโลก แต่ขอเราถ้าลงทุนระยะยาวเราไม่แน่ใจ ตอนนีคอนเทนต์ที่เป็นดราม่ากับฟิล์มเรายังมองแคบ เน้นขายในประเทศซึ่งเป็นปัญหาสำคัญ

อสมท ปรับในแง่คอนเทนต์อย่างไร?

ปี 2557 เริ่มมีใบอนุญาต ก่อนหน้านั้นเราได้ปรับตัวเองเลย ผมเข้ามาตรงนี้รับภาระหนัก ช่องอื่นมีเงินในมือเยอะ และมีแพลตฟอร์มใหม่เข้ามา แคมมีดูแข่งที่เดิมเป็นคู่ค้าเดิมไปทำสถานีเองด้วยดังนั้นเราต้องปรับโครงสร้างองค์กรก่อนให้เล็กกลง และ สปีดอัพไปดูจุดไหนที่เราจะทำกำไร จะเริ่มทำปี่นี้ แต่ปีกลางปีแล้วก็ต้องมาดูแผนบางอย่างเพราะเป็นหน่วยงานรัฐ เราเสนอไปส่วนหนึ่งแล้วก็ต้องมาปรับแผนนิดหน่อยงบประมาณไม่มี เพราะขาดทุนต้องตอบผู้





ถือนั้น ตอบกระทรวงการคลังให้ได้ เป็นโจทย์ที่ยากและท้าทาย

ช่วง 4-6 เดือนแรกของปีนี้ พยายามลดต้นทุนก่อนปีหน้าจะเริ่มปรับลดคนแทนต์ คือโปรดักส์ ถ้าเป็นโรงงานทั่วไปไม่ปรับโปรดักต์คนก็ไม่ซื้อ ของเราแม้จะขาดทุนก็ต้องทำปีหน้าคงมีคอนเทนต์เพิ่มเติม โดยเริ่มที่ตัวทีวีหลักก่อน จากนั้นจะไปเสริมในแพลตฟอร์มที่เป็นดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันแพลตฟอร์มดิจิทัลแยกเป็นโซโล่ ทีวีมี 3 เว็บ คือ สำนักข่าวไทย ช่อง 9 และ 9 MCOT เยอะไปหมด พอเป็นวิทยุ ทุกสถานีมีเอชพีมีเว็บฉะนั้นต้องรวมแพลตฟอร์มเหมือนประตูใหญ่ของห้างสรรพสินค้า เป็นเว็บทำ เลี้ยวซ้ายเจอทีวี 2 ช่องเจอสำนักข่าวไทย ขวาเจอวิทยุ ขึ้นบันไดไปเจออีกอีก 3-5 สถานี นี่คือโจทย์ใหญ่

### ตัวอย่างการปรับหรือปลด?

ก่อนผมเข้ามา องค์กรเราทำตามบุคคลที่มีอยู่ แต่ตอนนี้ผมต้องการเองงานเป็นตัวตั้ง บุคคลทำได้ใหม่ถ้าทำไม่ได้ถอยไปอยู่ข้างๆ ก่อน เพราะโลกสมัยใหม่ ใช้คนยุคใหม่ขับเคลื่อน ถ้าคนมีอายุ แต่หัวใจยังขับเคลื่อนได้ก็โอเค ต้องมีความรู้เรื่องดิจิทัลด้วย เราปรับโครงสร้างแบบเรื่อยๆ ที่ละสแต็ป

### การปรับตัวเข้าโปรแกรม ?

คิดว่าช้า เสียตายช้าไปนิดหนึ่ง แต่ยังไม่ช้าเกินไป

สมาคมฯได้รับผลกระทบจากคอนเทนต์ที่ผู้ผลิตถอนตัวไป

ผมว่าก็ส่วนหนึ่งนะ แต่อีกหนึ่งมาจากปัญหาภายในมากกว่า เราไม่ได้เตรียมตัวไว้

### จะมีลดคนอีกไหม

ที่ปรึกษาทางการเงินก็บอกให้ลดคน แต่เราไม่อยากจะลด ตอนนี้มี 1,200 คน ส่วนใหญ่เป็นเทคนิคกับข่าว ดังนั้นวิธีแก้ตอนนี้ คือ ปรับโครงสร้างเราคนที่สามารถทำงานได้มาวิ่งแทนก่อน คนที่เหลือก็อย่าอยู่เฉย ๆ นะ เพราะตอนนี้คู่แข่งวิ่งเร็วมากซึ่งพนักงาน 98 เปอร์เซ็นต์เข้าใจ มีอีก 2 เปอร์เซ็นต์ไม่เข้าใจ

### นี่เป็นการปรับตัวครั้งใหญ่ของ อสมท. หรือเปล่า

ยังไม่ปรับตัว ตอนนี้เราแค่ประคองไว้ดูสถานการณ์ให้เร็วขึ้น เดิมดูแบบวันต่อวันตอนนี้ผมต้องมานั่งดูแล้วว่าข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

### ดูเรตติ้งที่ อสมท. ก็ไม่ค่อยดีนัก ประเมินคอนเทนต์ว่าเราแข่งได้ไหม

เราเพิ่งปรับเมื่อ เดือนกรกฎาคม จากอันดับ 12 ขึ้นมาอันดับ 10 แล้วคือแค่ปรับคอนเทนต์และลดต้นทุนลง แต่อยู่ในทะเลมีคลื่นลมยังไม่มียางเรือที่ชัดเจน พอเราปรับเรตติ้งก็เริ่มขยับขึ้น แพนดัลป์เรายังมีอยู่เยอะ เพียงแต่เขาหายไปในช่วง ที่ทะเลคลื่นลมแรง แต่คราวนี้แม้ทะเลคลื่นลมแรงแต่เราก็ชักใบขึ้นไปได้ อย่างช้า ๆ ทุกคนช่วยกันพายก็น่าจะไปได้

ในแผนที่ผมจะอยู่ 3-4 ปี ตอนนี้ผมแผน 6-7 เฟสแล้ว เดิมทำปีต่อปี ตอนนี้ทุก 3เดือนทุกคนต้องเปลี่ยน อาจต้องขอเวลา 1-2 ปี ในการปรับ เพราะสถานีบางสถานีต้องใช้เวลาลงถึง 2-3 ปีในการปรับขึ้นมาได้





กฤษณะ อนุชน  
ผู้จัดการฝ่ายขาย  
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7



กฤษณะ อนุชน

ผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

“ข่าวช่อง 7 เน้นความกระชับความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลข่าวสารการใช้ภาษาไทย ไม่แต่งเติมข้อมูลสีสันจากคนเล่าข่าว คนดูเขาแบ่งแยกออกกว่าสื่อประเภทโซเชียลมีเดียทั่วไปเขาเสพได้ด้วยความรวดเร็ว แต่ถ้าเขาต้องการความน่าเชื่อถือเขาจะดูมาที่สื่อหลัก นโยบายที่ฝ่ายข่าวช่อง 7 การเสนอข่าวอย่างไร ต้องมีขอบเขตมีความเป็นกลาง เรื่องต้องมีความสำคัญที่คนควรจะรับรู้”



มองสถานการณ์ในภาพรวม โดยรวมของข่าวโทรทัศน์อย่างไรบ้าง? ก่อนและหลังจะมีวีดิจิตอล อย่างไร

กฤษณะ : ก่อนมีวีดิจิตอลคืออนาล็อก มีแต่ฟรีทีวีอนาล็อกแต่ไม่มีช่อง การแข่งขันอยู่ในวงจำกัด ถ้าโทรทัศน์เรื่องข่าวก็ไม่ต่างอะไรกับรายการบันเทิงรายการทั่วไปมีการแชร์เรตติ้ง มีกลุ่มผู้ชมที่ชัดเจนมองจากด้านนอกรู้สึกว่าเป็นอะไรที่หอมหวานในการทำสื่อทีวี พอมีวีดิจิตอลเข้ามาผู้ที่เข้ามาลงทุนประมูลมีช่องเกิดขึ้นมากมาย เกิดการแชร์เรตติ้งกัน ผู้ชมมีจำนวนจำกัดงบประมาณจำนวนเท่าเดิมผลกระทบคือเรตติ้งถูกแชร์ไปไม่ว่าจะเป็นรายการบันเทิงหรือรายการข่าวเอง กลุ่มคนดูมีอยู่แต่กลุ่มเดิมๆ เกิดปัญหาการประกอบการทางธุรกิจของตัวเองดีกรีตัวเอง มีทั้งเอกชน และ รัฐวิสาหกิจซึ่งได้รับผลกระทบไปหมดนี่คือความเปลี่ยนแปลงของทีวีของข่าวอนาล็อกมาสู่ทีวีดิจิตอล

อีกมุมหนึ่งคนดูมีทางเลือกมากขึ้น จากที่เคยจำกัดอยู่แค่ ช่อง 3 / ช่อง 5 / ช่อง 7 ช่อง 9 / ช่อง 11 และ Thai PBS กลายเป็นมีมืออาชีพเพิ่มขึ้นมาทั้งเนชั่น / ไทยรัฐทีวี / ฟ้ายที่ถนัดด้านวาริต้อย่าง เช่น เวิร์ดพอยท์ / อาร์เอส ผู้ดูผู้ชมมีโอกาสในการเลือกดูเลือกชมมากขึ้น นี่คือสิ่งที่ได้ประโยชน์กับผู้ชม สิ่งที่เกิดขึ้นผู้ประกอบการเองคือเรตติ้งถูกแชร์ออกไปทำให้รู้สึกจากตอนแรกไม่ต้องแข่งขันกับใครมากมายกลับกลายเป็นตอนนี้ต้องพยายามแข่งขันเพื่อรักษฐานของผู้ชมของตัวเองเอาไว้ให้ได้มากที่สุด

เมื่ออยู่ท่ามกลางการแข่งขันทีวีหลายช่อง และยังต้องแข่งกับโซเชียลมีเดียอีก ในส่วนของฝ่ายข่าวช่อง 7 ได้รับผลกระทบหรือมีวิธีการรับมือและจัดการกับเรื่องนี้อย่างไร

กฤษณะ : เรื่องการแข่งขันกับโซเชียลมีเดียแยกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่เป็นคนข่าวเดิมแล้วออกไปทำโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ข่าวสด มติชน ไทยรัฐ มีออนไลน์เป็นของตัวเองรวมทั้งสื่อทีวีทั้ง ช่อง 3 / ช่อง 9 / ช่อง 7 เราก็ต้องปรับตัว โดดเข้าไปร่วมเป็นการปรับตัวเพื่อกระแสโซเชียลในส่วนขององค์กรสื่อด้วยกันและไปแข่งขันกับอีกกลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่ใช่องค์กรสื่ออาจจะด้วยใจรัก เช่น เพจต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมามีแฟนเพจเยอะมาก

ถามว่า เรามองกลุ่มนี้อย่างไร?

ต้องบอกว่าการแข่งขันเรา ยังยึดข้อได้เปรียบของความเป็นคนข่าว ความเป็นมืออาชีพ เป็นองค์กรที่ทำด้านนี้มา ขณะที่อีกฝั่งอาจได้เปรียบของผู้ติดตามจำนวนมาก และ การนำเสนอที่ไม่จำเป็นต้องมีขอบเขตการให้ถ้อยคำที่ถึงอกถึงใจเลยได้กระแสคนไทยค่อนข้างมาก

ถามว่าเรากลัวเพจพวกนี้ไหม? เราไม่กลัว เราถือว่าเราทำหน้าที่คนละหน้าที่กัน เพราะเขาเป็นช่องทางถ่ายทอดโดยตรงจากแฟนเพจจากผู้ชมจำนวนมากที่ติดตามและส่งสติปเข้ามาหาทางเพจแต่ของเรา เราทำหน้าที่ในการกลั่นกรองข้อมูลเหล่านั้นด้วย







เพจข่าวอาจได้เปรียบเรื่องความเร็วมาแบบไหน ใส่แบบนั้น อย่างของช่อง 7 จะมีการกลั่นกรองข้อมูลก่อน ถ้าข้อมูลที่ได้รับมาไม่มีการกลั่นกรอง เราออกอากาศเผยแพร่ไป เราเป็นองค์กรมีตัวตนที่ชัดเจนมีโอกาสถูกฟ้องดำเนินคดี มีโอกาสเสียหายกับตัวเอง ไม่มีคนฟ้องแต่เสียหายกับชื่อเสียงเครดิตองค์กร มีองค์กรสื่อที่คอยดูแลพวกเรายู่ รวมถึงการกำกับดูแลของเราก็ตนเองด้วยถ้าฝ่ายข่าวพลาดไปทางผู้บริหารระดับสูงก็จะลงโทษฝ่ายข่าว นีคือ ความต่างระหว่างสื่อที่เราทำอยู่ ไม่ว่าทั้งทีวี หรือ ช่องทางออนไลน์ข้อมูลต้องมีการกลั่นกรองและอ้างอิงชัดเจนได้

ในขณะที่อีกฝั่ง ข้อมูลมาแบบไหน ก็ออกไปแบบนั้นเลย ผู้ชมสามารถเข้ามาสื่อสารกับเพจได้ด้วยถ้อยคำ ด้วยความคิดเห็น ได้หมด “ในฐานะของคุณเขาแบ่งแยกออกว่าสื่อประเภทโซเชียลมีเดียทั่วไปเขาสนใจได้ด้วยความรวดเร็วแต่ถ้าเขาต้องการความน่าเชื่อถือเขาจะต้องมาที่สื่อหลัก” ไม่ได้หมายถึงช่อง 7 เพียงช่องเดียวแต่หมายถึงช่องอื่นๆ ที่เป็นสื่อหลักทั้งหมด ความน่าเชื่อถือเราจะมีมากกว่าเพจเหล่านั้นซึ่งเขาพร้อมที่จะถูกด่าแล้วจบไป แต่สื่อหลักมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมผลที่ตามมาอีกมากมายหากเราทำผิดพลาด

ตอนนี้สื่อหลักเหมือนจะเหยียบกระแสบ้างจากโซเชียลแล้วอาจขยายต่อบางช่องอาจจะหาข้อมูลเพิ่มเติมแต่บางช่องก็ใส่ข้อมูลไปแบบนั้นเลยแต่ละรายการข่าวก็มีแค่คลิกเปิดในรายการ มีความคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องนี้?

**กฤษณะ :** ถ้ามีการนำมาเสนอต่อเราต้องมีการตรวจสอบเพิ่มเติมเพื่อยืนยันความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูล ผมไม่เห็นด้วยกับการนำคลิปเหล่านั้นมานำเสนอ แต่โดยหน้าที่ของสื่อหลักยิ่งเราบอกว่าเราเป็นสื่อมืออาชีพด้วยเราจึงต้องไปหาข้อมูลข้อเท็จจริงต่อไปว่าสิ่งที่ปรากฏอยู่ในคลิปล้วนนั้นข้างหน้าข้างหลังเหตุการณ์นั้นเป็นอย่างไร สิ่งที่เราในโซเชียลตอนนี้ประเด็น คือ ใครแชร์ก็บอกคนนั้นถูก และ อีกฝ่ายต้องคอยตามแก้ หน้าที่เราคือทำหน้าที่ไปของคลิปลที่กำลังเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์นั้นมันคืออะไร

ถ้าสื่อหลักทำแบบนี้ได้ และ ทำได้ดีคนที่ติดตามโซเชียลและคนที่ติดตามสื่อเหมือนเป็นลูกโซ่ที่ต่อเนื่องตามกันมาเขาดู วันหนึ่งวัน เขาเห็นเพจต่างๆ ต่างกัน แต่ถ้า เขาจะรอดูว่าคลิปลนี้สื่อหลักเขาว่ากันอย่างไรเขาไปตรวจสอบเพิ่มเติมมาให้เราหรือเปล่า

ช่องไหนทำหน้าที่ในการตรวจสอบเพิ่มเติมให้และทำได้ดีกว่าก็ได้รับความนิยมและความน่าเชื่อถือจากผู้ชมมากกว่า

**ดูเหมือนว่า ช่อง 7 ยอมเข้าแต่ซีไรต์ ?**

**กฤษณะ :** ใช่ เมื่อก่อนทีวีได้เปรียบเรื่องความเร็วเพราะยังไม่มี โซเชียลมีเดีย ทีวีได้เปรียบหนังสือพิมพ์เรื่องความเร็ว เมื่อก่อนทุกช่องมีข่าวเด่นเด่นชัดชัดมองจรรยาบรรณข่าวสารว่ามีอะไรเกิดขึ้นจะดูจากข่าวเด่นของแต่ละช่องแต่ในรายละเอียดทั้งหมดต้องไปติดตามจากหนังสือพิมพ์ เพราะที่มมีเวลาในการนำเสนอที่จำกัดถ้าเขาสนใจข่าวนั้นจริงๆจะต้องติดตามจากหนังสือพิมพ์ก็ครั้งช่องขงวันรุ่งขึ้น

ตอนนี้โซเชียลมีเดีย ได้เปรียบทีวีเรื่องความเร็ว คนก็หันไปทีโซเชียลไปอยู่กับมือถือ ถ้าอยากรู้เพิ่มเติมมีอะไรที่เขาจะว่าอย่างไรข้อเท็จจริงของข่าวที่มากกว่านั้น เขาจะต้องรอดูจากทีวีเป็นอะไรที่ต่อเนื่อง และ สอดคล้องกัน

ในประเด็นที่มีการพูดถึงผู้ที่กำหนดกระแสบ้างเป็นโซเชียลมีเดีย โซเชียลมีเดียเช่นเมื่อก่อน เรื่องนั้นมองอย่างไร?

**กฤษณะ :** เป็นแค่ส่วนหนึ่ง (หมายถึงในส่วนช่องช่อง 7) คงไม่กล้าพูดถึงนโยบายของช่องอื่น เป็นอย่างไรช่องเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการกำหนดทิศทางข่าวเราปฏิเสธไม่ได้ว่าเราทำเพื่อตอบสนองความต้องการการอยากรู้อย่างผู้ชมอย่างไรเราก็ต้องการการตั้งรายการอยู่ก็ต้องหา content ที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมสื่อที่วิวของช่อง 7 ตอนเช้าเรามีการประชุมกองบรรณาธิการเหมือนทุกเช้าเราจะกำหนดทิศทางข่าวของเราอย่างไรเราจะกำหนดโดยคลิปลหรือสื่อโซเชียลก็จะเป็นหัวข้อหนึ่งที่เรารู้สึก แต่ไม่ให้หัวข้อหลัก “กระแสข่าวหลักไม่ได้อยู่ที่โซเชียล เรียงให้ความสำคัญที่กระแสข่าวหลักของวันที่มีเนื้อหาสารมากกว่าการเฝ้าดูประเด็นจากโซเชียล” การเมืองเรามีประเด็นอะไรที่นำติดตามคืออาชญากรรมมีอะไรที่เราต้องหาข้อมูลเพิ่มเติม สายสังคม สายกีฬา สายต่างประเทศ ทุกสายมีประเด็นอะไรที่นำติดตามและเรื่องโซเชียลมีเดียอะไรที่คนกำลังตามกันอยู่บ้าง

**ดูเหมือนว่ากับข่าวช่อง 7 ไปคิดว่าสื่อโซเชียลมีเดียจะเบียดแซงสื่อหลัก?**

**กฤษณะ :** สื่อโซเชียลไม่ใช่คู่แข่งเราในฐานะสื่อหลักมีอาชีพตรวจสอบความชัดเจน เพื่อตอบสนอง





ผู้ชมกลุ่มหนึ่งที่เสพข้อมูลจากสื่อโซเชียลนั้นมาทั้งวันแล้วไม่รู้ว่าอันไหนจริง อันไหนไม่จริงแล้วรอดูจากสื่อหลักถ้าเทียบกันเขาได้เปรียบเรื่องความเร็วแต่เราได้เปรียบเรื่องความน่าเชื่อถือความชัดเจนจับต้องได้มีที่มาไปคุณสมภารกลโหระพาได้ถ้าเราทำอะไรผิดพลาด เรายึดตัวตนมีองค์กรที่ชัดเจน ร้องเรียนมาในระบบที่มีการตรวจสอบเราผิดเราต้องแก้

แต่ขณะที่เพจ หรือ โซเชียลมีเดีย ในระดับหนึ่ง เราไม่สามารถไปทำอะไรได้ เราจึงมีความได้เปรียบตรงนี้อยู่ เขาเรียกก็จริงแต่เราได้เปรียบ แต่หาอย่างไรเราก็ไปด้วยกันให้ได้ ไม่ใช่ว่าจะหาสาระแสบ ที่ไปถึงเวลาหนึ่งความสำคัญ เหมือนกับหนังสือพิมพ์ช่วงเวลาหนึ่งลดความสำคัญมาอยู่ที่ทีวี วันหนึ่ง ที่วัดความสำคัญลงมาอยู่ที่สื่อโซเชียลมีเดีย

ทีวีจึงต้องปรับตัว เมื่อทางมันไปทางโซเชียลมีเดียข่าวช่อง 7 ยังยึดอยู่ที่แพลตฟอร์มทีวีใหม่? ต้องหาทางไปที่แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียตอนนั้นนโยบายช่อง 7 ให้ความสำคัญเรื่องนี้ เช่น การทำธุรกิจใหม่ OTT หรือ การมีแพลตฟอร์มของตัวเอง ช่องทางของตัวเองลงสังเกตว่า ทำไม่รายการละครของช่อง 7 ถึงไม่สามารถติดตามย้อนหลังบน YouTube ได้ ทางผู้บริหารมองว่า วันหนึ่งสถานการณ์มันน่าจะไปถึงจุดที่เราจะต้องมีช่องทางของตัวเอง ไม่เอา content ที่เราผลิตด้วยศักยภาพของบุคลากรไปเป็นสิทธิ์ของช่องทางเหล่านั้น ควรเป็นสิทธิ์ของเราที่จะเอาไปเผยแพร่เรียกว่ามีผลประโยชน์ สามารถหาผลประโยชน์ทางธุรกิจมาเป็นต้นทุนในการทำงานของเราเอง

ในส่วนของช่อง 7 มีนโยบายด้านข่าวอย่างไรบ้าง เช่น มีกาไรซ์เรตติ้งเป็นตัววัด หรือ ใช้คุณภาพของข่าวเป็นตัววัด?

**กฤษณะ :** หลักๆ เลยเราเป็นเอกชนเรตติ้งต้องมาก่อนเรตติ้งเป็นตัวกำหนดแต่วิธีการได้มาซึ่งเรตติ้งนั้น จะมีกรอบเป็นนโยบายของสถานีไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ของรายการบันเทิง จะนำเสนอสดดีให้กระจายหรือเรื่องการแต่งตั้ง ขอบเขตตรงนั้นอยู่ที่ไหนซึ่งช่อง 7 จะมีความชัดเจนอยู่ถ้าได้ติดตาม เช่นเดียวกับรายการข่าวเรตติ้งสำคัญแน่นอนแต่การจะไปถึงตรงนั้น ต้องออกข่าวที่หรือหา หรือ ภาพวาดเสียวหรือ อะไรที่สะใจคนดู แต่หลังลมเรื่องของคนดูควรจะมีการเมืองตอนนี้ไปถึงไหนแล้ว เศรษฐกิจมีปัญหาอะไร และ ผลกระทบคืออะไร ที่ไปถึงตัวเรารวมถึงมีข้อเสนอแนะอย่างไร นโยบายที่ฝ่ายข่าวรับมาการเสนอข่าวอย่างไรต้องมีขอบเขตมีความเป็นกลางเรื่องต้องมีความสำคัญนั้นคนควรจะต้องรู้

เมื่อเรามาเสนอข่าวอาชญากรรมที่เกิดปัญหาสังคม นโยบายของช่อง 7 คือ ไม่ใช่แค่การนำเสนอว่าวันนี้มีอีกแล้วแต่ต้องมีข้อเสนอว่าประเด็นว่าเรื่องนี้มีเกิดจากอะไรสภาพจิตใจปัญหาของเด็กสภาพแบบนี้เกิดจากอะไรคนที่ใกล้ชิดแวดล้อมช่วยเหลืออะไร ไม่ใช่เสนอแต่ปัญหาแต่เราทำให้ออกแผ่อยู่ด้วย

ช่อง 7 แบ่งประเภทข่าวยังอย่างไร?

**กฤษณะ :** จะวางบุคลิกของรายการตอนเช้าช่อง 7 เป็นช่องแรกที่นำเสนอข่าวเวลา 05.00 เมื่อก่อนเรามีศูนย์ข่าวภูมิภาค ข่าวช่วงเวลา 05.00 เป้าหมายหลักคือคนต่างจังหวัดกลุ่มผู้ชมช่อง 7 อยู่ที่ต่างจังหวัดอยู่แล้ว ช่วงเวลา 05.00 เป็นเรื่องของภูมิภาคเพราะชีวิตของคนต่างจังหวัดตื่นเช้าเพื่อประกอบอาชีพเราเอาความเคลื่อนไหวต่างๆ ของภูมิภาคต่างๆ นำเสนอไม่ใช่ข่าวอาชญากรรม แต่เป็นเรื่องของกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละจังหวัด ตอนนี้ก็ยังคงเป็นแบบนี้อยู่

เหมือนเป็นการตอบรับด้วยข่าวดี ?

**กฤษณะ :** ประมาณนั้น อาจจะมีข่าวไม่ดีแต่เกิดขึ้นในภูมิภาค คือ จะเริ่มจากภูมิภาคก่อน จะไม่นับเรื่องที่ดินขึ้นมาแต่เลือกข่าวจ่อต้องเตือนเช้าหรือ อาจจะมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่เขาควรวู้

หลังจากเวลา 06.00 - 07.30 เป็นรายการที่มีผู้เข้าเวลาเป็นบริษัทในเครือของช่อง 7 คือ มีเดียสตูดิโอเข้ามาทำรายการเช้านี้ที่หมอล็อต โดยเริ่มด้วยดี 5 ข่าวข่าว 7 สี /เวลา 06.00 -07.30 น.รายการเช้านี้ที่หมอล็อต จะเริ่มมีข่าวอาชญากรรม เน้นกระแสภูมิภาคก่อนช่วงเวลานั้น คือ ช่วงเวลาของการแข่งขัน เดิมทีข่าวเช้าของช่อง 7 จะจบแค่ประมาณ 06.00น. หลังจากมีการแข่งขันช่วง 06.00-07.30 น. ถ้าดูกราฟของผู้ชมเป็นช่วงที่ผู้ชมมีจำนวนเยอะมาก ใกล้เคียง เวลา 08.00 คนดูเริ่มลดลง เพราะคนเราทำงานส่วนตัวแต่เป็นกาวิัดจากทีวี

ตั้งแต่เดือนสิงหาคมนี้ ที่จะวัดเรตติ้งระบบการวัดจะมาจากออนไลน์ด้วยเพื่อดูความเปลี่ยนแปลง โทนของข่าวจะโล้เรียกขึ้นมาเรื่อยๆ เวลา 07.30 น.เข้ารายการสนามข่าว 7 สี ต่อด้วยข่าวอาชญากรรมที่เป็นทั้งภูมิภาคและเป็นคดีสำคัญ เวลา 08.00น. เปลี่ยนกลุ่มคนดูที่อยู่ที่บ้าน เป็นเรื่องราวร้องทุกข์ จนจบที่ข่าวบันเทิง แต่ละช่องจะสโลว์ลีย์ๆ แบบนี้เพราะจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมที่ขณะนั้นๆ ของช่อง 7 จะจบที่ช่วงเวลา 09.00-10.00 น.

สัดส่วนข่าวในผังรายการของช่อง 7 ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ และจะเริ่มอีกครั้งที่ช่วงเวลา 11.30 น. รายการห้องข่าวภาคเที่ยงจบที่เวลา 12.30 น. และข่าว



ช่วงเย็น ข้าราชการดึก คอข่าวจะมีสลิปด่าหัลละครั้ง เป็นเอกลักษณ์ของรายการ เหมือนคอข่าวเขาคุยอะไรกัน แล้วหยิบประเด็นแล้วนำมาคุยกัน ที่ผ่านมามีคอข่าวจะมีคนรำคาญทำไมมานั่งเถียงกันอยู่พิธีกรทำไม่ไม่ตกลงกันมา แต่บอกก่อนว่ามันเป็นบุคลิกวิทยากรที่เราวางไว้ตรงนั้นซึ่งผู้ชมน้อยมากเป็นเหมือนช่วงที่เราอยากทำแบบนี้

รู้มานั่งหน้าจอ อันนี้จะยาก เป็นเรื่องของเทคนิคในการทำงานของเราเหมือนกัน คือ ส่งเสริมวิทยากรของเราให้เติบโตในงานขึ้นมา

อะไรที่เป็นจุดเด่นจุดแข็งของข่าวช่อง 7 ?

กฤษณะ : ข่าวช่อง 7 เน้นความกระชับความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลข่าวการใช้ภาษาไทยไม่หยาบว่าช่องอื่นจะให้ความสำคัญกับความถูกต้องของการใช้ภาษาขนาดไหน แต่ของช่อง 7 เรื่องความสั้นกระชับมีมานานแล้ว สไลแอนด์เดิมของ ช่อง 7 คือ **เที่ยงตรง แม่นยำ กระชับ ฉับไว** ตอนนี้อย่างการณเปลี่ยนแปลงจากนอกโลกเป็นดิจิทัล เรื่องกระชับฉับไวไม่ได้แล้วแต่ยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องความสั้นกระชับไม่เยิ่นเย้อ ไม่แตงเดิมข้อมูลสืบค้นจากคนเล่าข่าวและความถูกต้องของภาษาไม่ว่าจะเป็นการสะกด หรือการใช้ถ้อยคำเป็นนโยบายของช่องแต่ละเดือนจะมีคนมาตรวจสอบและมีการรายงานมาที่ฝ่ายข่าวอันไหนที่ผิดบ้างอะไรที่ควรจะเสนอ แต่ไม่ได้เสนอแต่เรื่องไหนไม่ควรรายงานกลับเสมอ

**“จุดเด่นของช่อง 7 คือ ความสั้น กระชับ ไม่มี การแตงแตงข้อมูลความถูกต้องของการใช้ภาษาการ ใช้คำและตัวสะกด”**

นโยบายด้านบุคลากรช่อง 7 คือ

กฤษณะ : คนช่อง 7 ไม่ค่อยเปลี่ยนช่อง และช่อง 7 นโยบายของผู้บริหาร จะสร้างคนข่าวของเราเองถ้าจะรับประกาศข่าวจะมีคอร์ส มีโปรเจกที่เป็นของเราที่ผ่านมามีผู้ประกาศข่าวรุ่นใหม่ ที่เกิดขึ้นจากช่อง 7 ผู้บริหารไม่มีนโยบายในการดึงผู้ประกาศจากช่องอื่นอยากได้คนที่สร้างและเติบโตมาจากช่อง ความภักดีขององค์กรมีมากกว่า

เป็นนโยบายหรือป่าว ผู้ประกาศข่าวช่อง 7 ต้องโตมาจากสายข่าว ก่อนจะเป็นผู้ประกาศข่าว หรือ อยู่ ๆ เข้าเป็นผู้ประกาศข่าว?

กฤษณะ : ไม่ถึงขั้นเข้าเป็นแต่อยากให้เป็นอย่างนั้นสัมผัสได้ด้วยประสบการณ์ที่ผ่านมามีคนเติบโตมาจากสายงานข่าว เมื่อมาอยู่ที่หน้าจอ จะมีความน่าเชื่อถืออย่าง **คุณสมโภช โดรักษา** มาจากผู้สื่อข่าวการเมืองทำเนียบรัฐสภาคณะจะเห็นสมโภชตุลคู่คี่กับแหล่งข่าว วันหนึ่ง อยู่หน้าจอมาวิพากษ์วิจารณ์วิเคราะห์ คนดูจะเชื่อถือได้โดยง่าย ไม่ใช่เอาใครก็ไม่

คนข่าวก็วิจัยผ่านมรสุมโซเซียลมีเดียไปได้อย่างไรในทัศนะ และ มุมมองของคุณ

กฤษณะ : ต้องยอมรับและปรับตัวอย่างเดียว ทานกระแสไม่อยู่กับกระแสโซเซียลมีเดีย จากที่คนข่าวที่คิดว่าแล้วส่งออกข่าวเด็ดต้นชั่วโมงว่าไปแล้วแต่ไม่ไปใช้ เพราะโซเซียลมีเดียที่ตอนที่เราสามารถยกมือถือขึ้นมา Live ได้ตลอดเวลา ในฐานะที่หาทีวีความรวดเร็วต้องมากขึ้นกว่าเดิม วิธีการทำงานต้องปรับกระดือหรือหนักกว่าเดิม ในการทำงานทางช่องต้องสนับสนุนช่องทางรายงานของเขามาออกอากาศให้รวดเร็วเช่นกัน เมื่อทีวีถูกลีดด้วยตารางออกอากาศที่ตายตัวทีวีต้องหาช่องทางออนไลน์มาช่อง 7 มีทั้งเว็บไซต์ /แฟนเพจ Facebook /ทีวีเตอร์คนข่าวที่ทุกช่องทางสื่อของหนึ่งเหมือนกัน แล้วเรากำลังจะไปทางนี้

ทักษะอะไร ที่คนข่าววิศุภกิจโซเซียลมีเดียจะต้องเพิ่ม?

กฤษณะ : ความสนใจ ความเชี่ยวชาญด้านโซเซียลมีเดีย ปรับเอาคนรุ่นใหม่เข้ามา ตอนนี้ช่อง 7 ทำกองบรรณาธิการข่าวออนไลน์มา 2 ปีแล้วแตกจากกองบรรณาธิการหลักแล้วทำออนไลน์โดยเฉพาะเลย มีการรับน้องๆ เข้ามาเพราะคนรุ่นน้องจะมองออกว่าต้องทำอย่างไร ถ้าพูดถึงคำพูดของช่อง7เองแม้จะไปอยู่บนออนไลน์ก็ยังมีการบดคิดอยู่เสมอถ้าจะเสพข่าวออนไลน์ของช่อง 7 รับประกันได้เลยว่าไม่มีพิษภัยทั้งการใช้คำและขอบเขตการนำเสนอเนื้อหาข่าวไม่ต่างกับทีวี รักษาสิทธิของผู้เสียหายและรักษาสิทธิส่วนบุคคลรักษาแหล่งข่าวทุกอย่างยังเหมือนเดิม

ช่อง 7 ออนไลน์ ใช้ Content เดียวกับทีวีหรือเปล่าว หรือมีการดัดแปลงตัดต่อ?

กฤษณะ : มีการดัดแปลงเนื่อง จากออนไลน์มีความกระชับกว่าทีวี เพราะคนที่เสพออนไลน์ไม่ได้ต้องการรายละเอียดมากมาย แต่ไม่ใช่ว่าเราจะไม่ได้สั้นๆ กระชับให้เขา ถ้าต้องการลงรายละเอียดลึกกว่านั้นสามารถเข้าไปในเว็บไซต์ content เป็น content เดียวกับที่ผู้สื่อข่าวภาคสนามส่งมา เพียงแต่เป็น content ที่มีรายละเอียดมากกว่า เพราะ content ที่ออกทีวีจำกัดด้วยเวลาแต่บนออนไลน์ข้อมูลที่ได้จากภาคสนามจะมีอยู่มากกว่า



อภิศักดิ์ ชนเดระฐกร  
กรรมการผู้จัดการและผู้อำนวยการบริหาร  
ช่องรายการ TNN 24

เชือก







“

## อภิศักดิ์ รัตนเศรษฐกร

กรรมการผู้จัดการและผู้อำนวยการบริหารช่องรายการ TNN 24

ยอมรับว่าสื่อโซเซียลมีอิทธิพลมาก ต่อการทำให้ประชาชนได้รับรู้ แต่โซเซียลมีเดียเป็นสังคมของคนอายุต่ำกว่า 30 ปี ตัวนี้ทำพื้นฐานคนดูผ่านทีวียังมีอยู่ มีคนอายุห้าสิบลีทหลายคนก็เข้าสู่โซเซียลมีเดีย แต่ผมมองว่าตัวก็ทวิอีกห้าปียังเป็นกระแสหลัก แต่ใครจะอยู่ได้ ไม่ได้ มีหลายปัจจัย ส่วนนี้ต้องกลับมามองว่า เราจะทำอะไรกับสังคม สร้างสิ่งที่แตกต่าง ไม่ตามกระแสของโซเซียลมีเดีย ต้องยอมรับว่ากระแสโซเซียลมีเดีย

”

จากกระแสโซเซียลมีเดียทำให้ทีวีทุกช่องต้องปรับเนื้อหา และ การนำเสนอข่าว อภิศักดิ์ รัตนเศรษฐกร กรรมการผู้จัดการ และ ผู้อำนวยการบริหารช่องรายการ TNN เห็นว่า หากมองผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจจำเป็นต้องหาวิธีการร่วมกัน เพื่อให้การนำเสนอข่าวสารช่องทางต่างๆ นำไปสู่การสร้าง สังคมที่ดียิ่งขึ้น

มองผลกระทบต่อโซเซียลมีเดีย ต่อสื่อหลักบทไหน

ยอมรับว่าสื่อโซเซียลมีอิทธิพลมาก ต่อการทำให้ประชาชนได้รับรู้โลกนี้ทำไลน์ทีวี ในประเทศไทยมีคนเล่นไลน์เป็นอันดับสองของโลกคือ30 กว่าล้านคน ดังนั้นสื่อต้องเข้าไปร่วมกับ โลก เฟซบุ๊ก ยูทูบ ก็เช่นกันคนไม่จำเป็นต้องติดตามทางหน้าจอก็ก็สามารถดูย้อนหลังได้

จากที่เราศึกษาข้อมูลในระยะห้าปี ดิจิทัลทีวียังมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงแม้สื่อโซเซียลมีเดียมีอัตราการเติบโตสูงแต่เติบโตจากฐานที่ต่ำปี 2559 เม็ดเงินที่ลงโฆษณาในกลุ่มธุรกิจมีเดียประมาณ 1 แสนล้านบาท ในยอดนี้ เป็นสื่อโซเซียล 7-8 เปอร์เซ็นต์ ที่คาดการณ์กันว่าปี 2560 สื่อโซเซียลเติบโตประมาณ 14 - 15 เปอร์เซ็นต์จะเห็นว่าขึ้นมาเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์เนื่องจากฐานเดิมต่ำคือ 7-8 พันล้านบาทแต่ที่วิทยังเป็น 6-7 หมื่นล้านบาท ยังคงกินส่วนแบ่งการตลาดสูงอยู่ดี

ขณะเดียวกันประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่โซเซียลมีเดียเป็นสังคมของคนอายุต่ำกว่า 30 ปี ตัวนี้ ทำให้ฐานคนดูผ่านทีวียังมีอยู่มีคนอายุห้าสิบลีทหลายคนก็เข้าสู่โซเซียลมีเดียแต่ผมมองว่า ดิจิทัลทีวี อีกห้าปียังเป็นกระแสหลักแต่ใครจะอยู่ได้ไม่มีหลายปัจจัย

มองผลกระทบต่อข่าวโซเซียลมีเดียอย่างไร

มองอย่างไร ข่าวทั่วไป ถ้าพูดถึงหนังสือพิมพ์ ต้องยอมรับว่าได้รับผลกระทบแน่ ดังนั้นเห็นว่าหนังสือ รายสัปดาห์ รายเดือน มีการปิดตัวกันมาก แม้แต่สื่อสิ่งพิมพ์รายวัน มีการ เลย์ออฟ เออร์รี่ไทร์ พนักงานแต่สื่อวันนี้ต้องกลับมามองว่าเราจะทำอะไรให้กับสังคม สร้างสิ่งที่แตกต่าง ไม่ตามกระแสของโซเซียลมีเดีย

ต้องยอมรับว่ากระแสโซเซียลมีเดีย บางครั้งไม่ถูกต้องเยอะสื่อหลักอย่างทีวีดิจิทัลทุกช่องจะปรับตัวอย่างไร เพราะสุดท้ายแล้วคอนเทนต์สำคัญมากกว่าอินโนเวชั่นเทคโนโลยี

เราต้องมองว่าคนในปัจจุบัน หรือเยาวชนรุ่นต่อไปได้รับหรือบริโภคสิ่งที่มีประโยชน์ความรู้หากเล่นตามกระแสโซเซียลอย่างเดียวซึ่งมีจริงบ้างไม่จริงบ้าง บางครั้งทำให้สังคมไม่มั่นคง เราจะทำอย่างไรให้สังคมยกระดับขึ้นสื่อต้องช่วยกันคิดในมุมนี้

อีกอินเิน ให้นั้หนักขโซเซียลมีเดียแก่ไทย

ติดตามปกติ แต่ไม่นำเสนอหากไม่มีมีการตรวจสอบก่อน มองว่า จะทำอย่างไรให้คอนเทนต์ของเราไปอยู่ในโซเซียลนโยบาย ผู้บริหารระดับสูงมองว่า







คอนเทนต์ ที่เอ็นเอ็น ต้องยกระดับสังคมมองกันว่าสังคม บ้านเราน่าเป็นห่วง เราจะทำคอนเทนต์เพื่อความสนุกตื่นเต้นความมันอย่างเดียวนั้นไม่ได้ แต่ทำอย่างไรให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ได้รับข้อมูลสิ่งที่ถูกต้อง มีประโยชน์

โซเชี่ยลมีเดียคุมยาก ไม่คุมก็สร้างปัญหาได้ง่ายจะทำอย่างไร

สื่อออนไลน์ เป็นเทคโนโลยีที่ไม่โดนควบคุมเหมือนสื่อทีวี เราปิดกั้นสื่อเหล่านี้ลำบาก ยกเว้นออกกฎหมาย ซึ่งผมเข้าใจทาง กสทช. ให้มีความสำคัญและพยายามทำแต่ถามว่าจะควบคุมได้เท่าไร อย่างไร ขึ้นกับจะออกกฎระเบียบและมีเครื่องมืออย่างไร แต่ผลสุดท้ายการควบคุมอาจลำบาก ผมคิดว่าอยู่ที่จิตสำนึกผู้ประกอบการ

**ในฐานะคนทำสื่อที่วิมองว่าเป็นวิกฤติของเสรีภาพอันไร้ขอบเขตของโซเชี่ยลมีเดียอย่างไร เช่น แม่แขวนคอรูก และ โลฟีนบนสื่อออนไลน์ คนก็แห่ดู**

ผมว่า ยังไม่ถึงขั้นนั้น มันอาจสร้างพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงแบบแ่งไม่ดี ต้องยอมรับว่าสื่อออกมาทั้งหมดนี้ไม่ดี ขึ้นกับว่าผู้ใหญ่ผู้ปกครองในครอบครัว ต้องชี้ให้เห็นข้อดี ไม่ดี และสื่อกระแสหลักจะมาช่วยได้สื่อหลักไม่ควรเสนอแต่แม่เอาลูกมาแขวนคอแต่นำเสนอข้อมูล

เพิ่มเติมว่า จะทำอย่างไรทำให้ข่าวชิ้นนั้นมีทางออกและชี้ทางออกเหตุผลและผลของข่าวชิ้นนั้น ไม่ใช่แค่แม่เอาเด็กมาแขวนคอ อาจเพิ่มเติมข้อมูลว่า ถึงเวลาแล้วโซใหม่การทำแบบนี้เกิดอะไรขึ้นและต่อยอดเพิ่มเติมไม่ใช่รายงานแค่พฤติกรรมของแม่

มองว่าสื่อหลักยังเป็นผู้กำหนดวาระทางสังคม ครอบ และ เป็นสื่อที่แก้ความเข้าใจในกระแสโซเชี่ยลมีเดีย

**คิดว่าจะรับมือผลกระทบจากสื่อโซเชี่ยลมีเดียอย่างไร**

เราต้องยอมรับว่าหนี้มันไม่พัน ก็ต้องเอามาถ่วงถ่วง และ สร้างความเข้าใจแก่ผู้บริโภคมากขึ้น การทำธุรกิจ บางครั้งไม่ได้หมายความว่าเอาเงินเป็นตัวตั้งได้กำไรเท่านั้นจึงถือว่าเป็นประสบความสำเร็จผลตอบแทนบางที่ไม่ได้วัดเป็นตัวเงิน แต่วัดที่ว่าสื่อเราสร้างสรรค์ให้อะไรกับสังคม หากดีเป็นคุณค่าหรือตัวเงินก็ได้เช่นกัน ถ้าคำนึงว่าลงทุนร้อยบาทต้องได้เงินกลับมาสองร้อยบาท บางครั้งเสนอแต่สิ่งที่สังคมอยากรู้ วันนี้ต้องมองอย่างอื่นด้วย มองคุณค่าสังคมคุณภาพของเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะเติบโตขึ้นมา เราจะช่วยสร้างสรรค์อะไรให้เขา





อริพล วงศ์สี่บุษุทธ  
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ  
บริษัท ทรูโฟรยู สเตชั่น จำกัด (TRUE4U)



## อิทธิพล วงศ์สิบลุกร

ผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท ทรูโฟรยู สเตชัน จำกัด (TRUE4U)

“การที่สื่อทีวีจะผ่านวิกฤติกระแสโซเชียลไปได้ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ True4U มีนโยบาย 2 อย่างคือ ต้องปรับตัวและรักษาตัว การปรับตัวของทางสถานี เน้นในเรื่องของ content ต้องดี การนำเสนอบนหน้าจอตงตั้งแต่ในการเป็นสื่อต้องเป็นสื่อที่ดีต้องมีจริยธรรมรับผิดชอบสังคม ด้านการรักษาตัวให้การทำงานสามารถดำเนินทั้งงานและธุรกิจควบคู่กันไปได้ ด้วยการทำ content ต่าง ๆ ให้ยืนยาว...จะวนาระทางสังคม คิดว่าคนดูน่าจะเป็นคนกำหนดวาระข่าวมากกว่าเพราะคนดูจะเลือกดูข่าวไปในทิศทางไหน หรือช่วงหลังจะสังเกตเห็นว่าหลายครั้งที่วาระของข่าวไปตามสื่อโซเชียล”

**ในมุมมองของผู้บริหารและผู้ประกอบอาชีพด้านข่าวโทรทัศน์คิดว่าสื่อโทรทัศน์จะฝ่ากระแสทรูสมและวิกฤติของเสรีภาพอันไร้ขอบเขตของสื่อโซเชียลมีเดีย ไปได้อย่างไร**

**อิทธิพล :** ตอบในฐานะของทีวีดิจิตอลทั้งสี่ที่เป็นข่าว ว่าได้ดี และรายการ content ที่อยู่ในช่องสำหรับทรูสมวิกฤติของเสรีภาพอันไร้ขอบเขตของสื่อโซเชียลในแง่ของช่องมี 2 อย่างที่อยากพูด คือ ต้องปรับตัว และ ต้องรักษาตัว

**การปรับตัว** เราต้องปรับตัวให้เข้ากับคนดูซึ่งปัจจุบันคนดูมีการเสกสื่อที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัยอย่างที่ชัดเจนคือการดูสื่อผ่านทางออนไลน์ไม่ใช่เพียงแค่ทรูสมของข่าวแต่เป็นทรูสมของทุกๆ content บนดิจิตอลแพลตฟอร์ม ฉะนั้นการปรับตัวจะอยู่ที่คนทำงานถ้าปรับตัวได้เร็วก็มีโอกาสที่จะอยู่รอดได้ซึ่งการปรับตัวของทางสถานี เน้นในเรื่องของ content ต้องดีการนำเสนอบนหน้าจอตงตั้งและในการเป็นสื่อต้องเป็นสื่อที่ดีต้องมีจริยธรรมรับผิดชอบต่อสังคม

**การรักษาตัว** ในหลาย ๆ ช่อง มีการทำงานยากลำบาก ทำงานบนสภาพวิกฤติทั้งสื่อโซเชียลทั้งสื่อที่เพิ่มขึ้นบนทีวีดิจิตอลทางเราพยายามรักษาตัวให้การทำงานสามารถดำเนินทั้งงาน และธุรกิจควบคู่กันไปได้ทั้งปรับตัวกับสิ่งที่เปลี่ยนแปลง และ พยายามทำงานรักษาตัวไปด้วยไม่ทำอะไรที่เกินกำลังพยายามมองถึงอนาคต 2-5 ปี ข้างหน้าว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้างจะได้รักษาตัวและทำ content ต่าง ๆ ให้ยืนยาว

**เหมือนสื่อโซเชียลมีเดียจะมีขอบเขตน้อยกว่า?**

**อิทธิพล :** สื่อโซเชียลน่าจะเป็นสื่อที่ไร้ขอบเขตหรือเปล่า สมมติว่าสื่อโซเชียลสามารถ นำเสนอได้

เกือบทุกมิติทุกมุมองเพราะว่าสมัยนี้คนเราสามารถดูสื่อได้และเป็นคนทำสื่อได้เพียงแค่เขียนหรือเลือกเนื้อหาการไปแชร์ข่าวเนื้อหาสาระของสื่ออื่น ๆ เหมือนกับเราเป็นอีกหนึ่งสื่อที่ไปช่วยแชร์อีกทางหนึ่ง การทำงานกับโซเชียลถ้าไม่มีการกำหนดดูแลจะทำให้หลาย ๆ เรื่องเกินขอบเขต หลาย ๆ เรื่องไม่ได้มีมาตรฐานแล้วรับผิดชอบสื่อตรงนี้โดยตรงซึ่งต่างจากทีวีที่มีหน่วยงานมาดูแล แต่สื่อโซเชียลไม่มีหน่วยงานมาดูแลแบบเป็นทางการพอทำงานหรือนำเสนออะไรไปแล้วเกิดการผิดพลาดจะเห็นว่ามีการปิดเพจไปตรงนี้ปัจจุบันหนึ่งทีคนดูคนทำงานต้องศึกษาให้ดีกว่าการทำงานในสื่อที่ไว้อย่างไรก็ได้ในแนวคลิกมากกว่าสื่อโซเชียล

**ในมุมมองของผู้บริหารช่อง True4u คิดว่าสถานการณ์ปัจจุบันใครเป็นคนกำหนดวาระข่าว ทั้งทางวาระทางสังคมเพราะอะไรและทำไมและมิข้อเสนอแนะกับสื่อหลักสื่อโซเชียลอย่างไรบ้าง?**

**อิทธิพล :** ถ้าพูดถึงในสถานีโทรทัศน์ True4u สำหรับ True4u ถ้าเป็นวาระข่าวอยู่ในหน้าที่ความรับผิดชอบของบรรณาธิการบริหาร ที่บรรณาธิการข่าวเป็นหลักกับหน้าที่รับนโยบายจากทางผู้บริหารของทางสถานี ซึ่งทางผู้บริหารมอบหมายให้นำเสนอข่าวที่ถูกต้องและมีจริยธรรม แต่การทำงาน เราให้อิสระให้กับคนทำงานในส่วนของ content อย่างเต็มที่

ส่วนวาระทางสังคม คิดว่าคนดูน่าจะเป็นคนกำหนดตัววาระข่าวมากกว่าเพราะคนดูจะเลือกดูข่าวไปในทิศทางไหน หรือช่วงหลังจะสังเกตเห็นว่าหลายครั้ง ที่วาระของข่าวไปตามสื่อโซเชียล ย้อนกลับไป 1-2 เดือนที่แล้ว จะเห็นชัดเรื่องคดีเห็นศพของเปรี๊ยะ





เป็นหลักน่าจะเป็น เพจของสื่อโซเชียลของอินชัณแทบจะไม่มีสื่อในกระแสหลักสื่อกระแสหลักต้องตามสื่อโซเชียลอีกครึ่งหนึ่ง แสดงให้เห็นว่าคนดูขอมือมีความเสพสื่อที่อยู่บนโซเชียลเพราะสืบบนโซเชียลข้อสำคัญคือสามารถดูซ้ำ หรือดูเมื่อไหร่ก็ได้ ส่วนสื่อที่ว่ามีเวลาในการนำเสนอที่ค่อนข้างระบุไว้ชัดเจน แต่โซเชียลสามารถดูได้เลยดูย้อนหลังหรือมีเพื่อนแชร์มาให้เราก็กดดูได้ สิ่งเหล่านี้เป็นพลังให้สื่อโซเชียลค่อนข้างแข็งแรงที่จะเป็นคณากำหนดวาระข่าวในแต่ละวันได้เหมือนกัน แต่สื่อกระแสหลักก็ยังกำหนดในวาระข่าวอยู่เหมือนกัน ยังมีความเชื่อว่าสุดท้ายแล้ววาระข่าวอยู่ไรคนดูก็อาจจะเป็นตัวกำหนดเองแต่ถ้าเขาจะเลือกจะดูวาระข่าวแบบไหน

หากเสนอแนะถ้ามองในแง่ของวาระข่าว หากเป็นข่าวที่อยู่ในสื่อโซเชียล จะเป็นข่าวที่คนค่อนข้างให้ความสนใจ เช่น ข่าวร้องเรียนการไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือ การช่วยเหลือแม้กระทั่งการเตือนภัยและอุทหาพรมข่าว ในลักษณะนี้สร้างคามสนใจให้กับคนดูพอสมควร ข้อได้เปรียบของโซเชียลคือความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวที่คนดูสนใจเขาทำได้ดีกว่าทีวีเพราะทีวีมีเรื่องระยะเวลา ที่งานการทำงานกว่าที่ข่าวนั้นจะออกมา แต่ทางโซเชียลนำเสนอข่าวนั้นไปก่อนแล้วอย่างไรเขาก็ไม่สามารถไปเบรกสื่อโซเชียลได้สื่ออาจจะนำเสนอเรื่องเหล่านี้ได้ดี แต่เชิงลึกแล้วทีวีค่อนข้างได้เปรียบกว่าในการประเด็นต่างๆเพิ่มขึ้นมีหลายขง สื่อที่พยายามนำเสนอหลักๆขบความต่อจากสื่อโซเชียล พอโซเชียลนำเสนอจะมีสื่อหลักเข้าไปหาแหล่งข่าวเพื่อจะได้นำเสนอออกมาในทีวีนั้นอาจจะเป็นการทำงานร่วมกันหรือเปล่าก็อาจจะเป็นไปได้ ถ้ามองในแง่ของความถูกต้องก็เป็นเรื่องดี เมื่อไหร่ที่สื่อทีวีลงไปแล้วแสดงว่าความน่าเชื่อถือของข่าวนั้นต้องมีแต่ก็ยังไม่สามารถนำเสนอได้ทุกประเด็นนั้นประเด็นที่สื่อทีวีลงไปแล้วเสนออยู่บนกรบจะมีการทำงานที่ดีมีจริยธรรมถือเป็นเรื่องดีเป็นการมอเนิเตอร์สื่อโซเชียลไปด้วยอีกทาง

**ความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละประเภทอย่างสื่อหลักกับสื่อโซเชียล?**

**อิทธิพล :** หากเหมือนกันคงเป็นเรื่อง content ข่าวแต่ละต่างกันเรื่องของการนำเสนอสื่อหลักเราคิดว่ามันมีประสิทธิภาพ ส่วนสื่อโซเชียลอาจให้ประสิทธิภาพถ้าเราคาดหวังว่าจะเสฟสื่อด้วยความรวดเร็วอย่าง Live facebook เราคาดหวังเรื่องความรวดเร็ว เราจะได้ผลนั้นเหมือนกันส่วนสื่อหลักเรื่องประสิทธิภาพสื่อหลักในแต่ละสำนักคนทำงานมากกว่าสื่อโซเชียล

กว่าจะกลั่นกรองจะเตรียมงานในเชิงของcontent สื่อหลักน่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่า

**ในมุมมองนักการตลาด นักกฎหมาย สื่อหลักและสื่อโซเชียลควรจะมีจุดร่วมและจุดต่างในเรื่องใดบ้าง?**

**อิทธิพล :** ยากที่จะตอบว่าจะทำอะไรที่จะทำให้สื่อหลักและสื่อโซเชียล สามารถควบคู่กันไปได้แต่ถ้าถ้าพูดเรื่องนี้มีเมื่อ 5-10 ปีที่แล้วโอกาสที่สื่อโซเชียลจะมากกระทบถึงสื่อหลักอาจจะยาก ถ้ามองดูจากปัจจุบันคิดว่าการทำงานนำเสนอเราใช้หลักบนความถูกต้องนำเสนอข่าวบนความรับผิดชอบของสังคมน่าจะเป็นจุดที่ควรที่จะร่วมกัน การรับผิดชอบต่อสังคมควรมอึงค้กร หรือ หน่วยงานเป็นตัวแทนของทั้งสื่อหลักสื่อโซเชียลเข้ามาอยู่ในหน่วยงานนี้เพื่อจะได้อำกับดูแลในทิศทางทางนำเสนอข่าวทั้ง 2 สื่อให้ไปในแนวทางเดียวกัน และจะทำให้แตกต่างในเรื่องของการนำเสนอที่รวดเร็ว หรือนั้น content ที่ตอบใจของคนดูบนโซเชียลกับคนดูทีวีหลักอาจจะตอบใจของคนละแบบเป็นอิสระในการทำงานแต่ถ้าจะกำกับดูแล และมีหน่วยงานกลางเข้ามาดูก็อาจจะเห็นจุดหนึ่งที่ทำให้นโยบาย หรือว่าอุดมการณ์ ทั้งคนทำข่าวหรือทำสื่อโซเชียลมีอุดมการณ์เดียวกัน

**ฝากถึงคนข่าวทีวี ปิดท้ายเพิ่มเติมเรื่องการนำเสนอโซเชียลมีเดีย?**

**อิทธิพล :** สังคมยุคนี้เป็นยุค 4.0 ทาง สถานีนี้ก็ก้าวสู่ 4.0 เหมือนกันตามนโยบายของ CEO คนนี้จะเข้าถึงข้อมูลเป็นเรื่องที่ง่ายมากในขณะที่สื่อกระแสหลักอาจจะติดอยู่ภายใต้เงื้อมมือของเวลาช่องทางในการสื่อสารช่องทางในการไปหาคนดูจะไม่เท่ากับสื่อโซเชียลที่จะฝากคือถ้าเราขยับกันกลั่นกรองข่าวเนื้อหา content จะเป็นเรื่องดี ที่ทำให้คนที่ดูข่าวเสพข่าวคนอาจกรองข่าวจากช่องทางอื่นด้วย แต่บางคนไม่ได้กรอง บางคนมีพฤติกรรมเชื่อเลียนแบบหรือจดจำถ้าสิ่งนั้นเป็นสิ่งไม่ดีทำให้คนที่ดูหรือคนที่เสพสื่ออาจได้รับผลกระทบไปด้วยเหมือนกัน สิ่งนี้ฝากยุค 4.0 ยังไปสื่อหลักก็ต้องปรับตัวเพราะสื่อโซเชียล เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว เมื่อไหร่ที่ปรับตัวเข้าหากันได้ เมื่อไหร่ที่สื่อหลักมีสื่อโซเชียลที่ตนเองสามารถนำเสนอได้อยู่ในมือก็อาจเป็นข้อที่ไปต่อยจุดด้วยของสื่อหลักได้ว่าสื่อหลักก็จะได้แค่นที่ทีวีอย่างเดียวสามารถติดตามสื่อหลักบนโซเชียลได้เหมือนกันนี่อาจเป็นวิธีที่ทำให้อยู่ร่วมกันได้



เกรียงไกร สิริกาญจนวัฒน์  
ผู้อำนวยการฝ่ายรายการข่าว  
สถานีโทรทัศน์ช่อง 8





เกรียงไกร สิริกาญจนวัฒน์

ผู้อำนวยการฝ่ายรายการข่าว สถานีโทรทัศน์ช่อง 8

“การตีความของช่อง 8 จะเห็นได้จากที่ผ่านมา ช่อง 8 พยายามตีความของช่องให้ชัด โดยการแสดงตัวตนให้ชัดว่า ฉันเป็นใครก่อน ถ่ายยกตัวอย่างให้ใกล้กับงานข่าว จะเห็นได้ว่าการตีความของเราเป็นการตีความแบบสามมิติ หนึ่งคือเรื่องของฉาก อันที่สองการตีความในเรื่องของพิธีกร และ วิธีการนำเสนอ เราเลือกวิธีการนำเสนอที่ดีความเล่าง่าย ดูง่าย เข้าใจง่าย บางคนอาจจะเข้าใจว่าเอาสคริปต์มานั่งอ่านแล้วก็ใส่เล่นเสียง ซึ่งไม่ใช่ สิ่งที่คนอื่นคิดไม่ได้เหมือนเราคือมันไม่ใช่การเอาสคริปต์มาเล่นเสียง มันเป็นการเรียงลำดับการเล่าเสียง ปกติการเล่าเรื่องต้อง หนึ่ง สอง สาม สี่ แต่การเล่าเรื่องของเราจะเอาสี่ขึ้นมาก่อนก็ได้แล้วค่อยหนึ่งสองสาม วิธีการก็เหมือนกัน เราตีความจากการดูหนึ่งจบหนึ่งเรื่องแล้วมาเล่าให้เหมือนฟัง”



ในฐานะที่เป็นผู้บริหารด้านข่าว จะฝ่าวิกฤตมรสุมเสรีภาพอันไร้ขอบเขตของสื่อโซเชียลมีเดียได้อย่างไร

อย่างประเด็นของช่อง 8 ถ้าถามว่าประเด็นที่ผู้ทำข่าว เจอมรสุมวิกฤต ต้องแยกเป็นสองอย่างก่อน คำว่า มรสุม ตีความของผม คือ การแข่งขันของทีวีดิจิทัลที่เกิดขึ้นต้องบอกนิตหนึ่งก่อนว่า ในเกณฑ์การแข่งขันผมเชื่อว่าทุกช่องรู้ข้อจำกัด รัฐบาลตลาดเท่ากับหมดเพียงแต่ว่าแต่ละช่องจะตีโจทย์หรือตีความได้ถูกต้องหรือเปล่าของกลุ่มลูกค้า การตีความของช่อง 8 จะเห็นได้จากที่ผ่านมา ช่อง 8 พยายามตีความของช่องให้ชัดโดยการแสดงตัวตนให้ชัดว่าฉันเป็นใครก่อน ถ่ายยกตัวอย่างให้ใกล้กับงานข่าว

ยกตัวอย่างข่าวเช้า เพราะเป็นตัวอย่างที่ดีถือว่าเรตติ้งสูงที่สุดสมัยก่อนการตีความกลุ่มลูกค้าของเราคือ กลุ่มชาวบ้าน จะเห็นได้ว่าการตีความของเราเป็นตีความแบบสามมิติหนึ่งคือเรื่องของฉากตีความเลยเราเป็นฉากหลัง 1.37 ด้วยซ้ำ ตีความไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราจะลงไปถึงเขาเนี่ยคือการตีความของเรา อันที่สองการตีความในเรื่องของพิธีกรบอกได้เลยความยากของมัน คือว่าอย่างช่วงเช้าเป็นการปราบเซียนของทุกช่องเลย เพราะทุกช่องมีข่าวแข่งกันเลย 22 ช่อง และ อย่างลิ้มพื้นที่เดิมอีกที่เขามียอยู่แล้ว

ที่นี้ปัญหาคืออะไรล่ะ ทำให้เป็นจุดแตกต่างความแตกต่างของเราคือ การตีความของกลุ่มลูกค้า อย่างที่บอกว่าเรามีการปรับเปลี่ยนในแง่ภูมิทัศน์ของรายการข่าวเราเปลี่ยนแล้วละ อย่างหนึ่งการเปลี่ยนในเลือกของฉากที่เราเอาใกล้ชาวบ้าน เราเอาที่ตีป่า

ล้อมเมือง ก็คือ เอาหลังจากที่เป็นตัวแทนของชาวบ้านที่ไกลปืนเที่ยง เวลาที่เขามีกิจกรรมต่างๆ ไปนั่งกินกาแฟนั่งคุยกันเรื่องของข่าวก็เอาร้านกาแฟมาเป็นฉาก คือ การตีความของเราให้รู้สึกว่ามีใกล้

ข้อที่สองการเลือกผู้ประกาศข่าว วิธีการนำเสนอเราเลือกวิธีการนำเสนอที่ดีความเล่าง่าย ดูง่าย เข้าใจง่ายบางคนอาจจะเข้าใจว่าเอาสคริปต์มานั่งอ่านแล้วก็ใส่เล่นเสียง ซึ่งไม่ใช่ สิ่งที่คนอื่นคิดไม่ได้เหมือนเราคือมันไม่ใช่การเอาสคริปต์มาเล่นเสียงมันเป็น การเรียงลำดับการเล่าเสียง ปกติการเล่าเรื่องต้อง หนึ่ง สอง สาม สี่ แต่การเล่าเรื่องของเราจะเอาสี่ขึ้นมาก่อนก็ได้แล้วค่อยหนึ่งสองสาม วิธีการก็เหมือนกันเราตีความจากการดูหนึ่ง จบหนึ่งเรื่องแล้วมาเล่าให้เหมือนฟังพิธีกรเรามีสามคนแต่ละคนก็เล่าไม่เหมือนกัน ดังนั้น ความสมดุลของรายการคือการสร้างคาแรคเตอร์ของสามคนให้ไม่เหมือนกันสไตล์ไม่เหมือนกันอย่าง คุณอุ๋ จะออกแฉนึ่งแต่ว่ายังดูสบายๆ แชรนี่เหมือนเปรี้ยวๆ แรงๆ คุณก้อย เหมือนจืดๆ แต่สามอย่างพอวางจัดจานวางบนโต๊ะแล้วลงตัวหมดเลย แชรเปรี้ยวไปก็เอาคุณก้อยมาตัดก็ลงตัว เพราะฉะนั้นสามอย่างที่มาตีความในการเล่ามันจะสมดุลกัน และอีกอย่างหนึ่งการตีความการให้น้ำหนักของข่าว เราตีความของกลุ่มลูกค้าที่ดูช่อง 8 ตีความให้ตรงจุดขายของชายให้ตรงจุด เราขายลูกค้าในเมืองเราตีความลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่เขานอกเมืองหัวเมือง เพราะฉะนั้น





สิ่งที่เป็นน้ำหนัก ข่าวที่เราให้ไป น้ำหนักก็ต้องเรียงแบบนั้นจะเห็นได้ว่าน้ำหนักข่าวจะเป็นข่าวภูมิภาคเยอะ นั่นคือสามอย่างที่เรารับ ทำให้ผมมารวมก่อน

ที่นี่ มาตอบคำถาม วิกฤตของเสรีภาพอันไร้ขอบเขตของสื่อโซเชียลมีเดีย เราจะผ่าวิกฤตอย่างไรอย่างแรก ผมมองว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในออนไลน์ เกิดจากก่อนนั้นเราเป็นคนกำหนด แต่ประชาชนไม่สามารถมากำหนดได้เพราะไม่มีเทคโนโลยีมาช่วย ทำให้ส่งข่าวไม่ได้แต่ตอนนี้เทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมคนเปลี่ยนไป ผมไม่ได้บอกว่าเป็นสื่อมวลชนนะ ทำให้เพียงกระบอกเสียงถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ไม่ใช่สื่อสื่อมีหน้าที่คัดกรองตรวจสอบข้อมูล แต่คนที่ส่งข่าวในโซเชียลเขาเป็นกระบอกเสียงที่สะท้อนสิ่งที่เขาเห็นในมิติเดียว ดังนั้น การจะผ่าวิกฤตอันนี้ได้ เราไม่ได้ปฏิเสธกระแสตรงนี้เพียงแต่ว่าความน่าเชื่อถือต่างหากที่เราต้องมี เราจะหยิบเรื่องของที่เขาถ่ายทอดเป็นกระบอกเสียงมาตรวจสอบ ถ้ามว่า วิธีการหยิบหยิบ ยังไง

ข้อแรก เลยนับว่ามีมีการบอกว่าความขัดแย้งเป็นเรื่องส่วนตัว หว่าคนนี้มีภารกิจนั่นถ้าเป็นเจ้าทุกข์ สิ่งแรกที่ต้องเช็ค คือคุณไปแจ้งความหรือยังถ้าคุณยังไม่แจ้งความ ตรวจสอบในเบื้องต้นว่ามีเป็นข่าวปลอมเลยกล่าวไปกล่าวมา ก็จะต้องทิ้งไป อันที่สองถ้าเป็นกรณีเรื่องของเด็กหาย สิ่งแรกผมมีเหมือนกันสื่อให้หน้าที่ไม่ต้องตามหาเด็กเพราะว่ามีหลายปัจจัยที่สื่อต้องเข้าใจว่าบางทีเด็กมีความรู้เท่าไม่ถึงการณ์เยอะ ถ้าเราโหมไปตามหาบางทีเด็กอาจจะตกใจอาจจะเคล็ดกว่านี้ก็ได้สื่อควรมีหน้าที่ส่งต่อไปที่เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เขาทำหน้าที่อย่างนั้นเขามีหน้าที่อยู่แล้วเชี่ยวชาญกว่า เพียงแต่เราคัดกรองก่อนว่าเด็กหายมีที่ประเภท เขาไปแจ้งความหรือยัง เพราะว่าอย่าลืมต้องนึกถึงอนาคต ถ้าเราทำไปแล้วเด็กมีผลกระทบมีปัญหาภายหลัง

เพราะฉะนั้นสิ่งที่ผมมองว่าสิ่งที่เราจะฝ่าวิกฤตได้ให้มันขึ้นอยู่กับเราเราต่างหากจะเลือกอะไร กำหนดอะไรเรายังกำหนดได้เหมือนเดิม จะหยิบเล่นหรือไม่ก็อยู่ที่เราเหมือนกัน แต่เราหยิบมาแล้วนำมาตรวจสอบหรือเปล่านั้นหรือว่าเราจะเล่นตามเขาไปเขาจะพูดอะไรก็พูดไป ไม่มีการคัดกรอง ผมว่าไม่เจ๋งเองมากกว่า คุณผ่านไม่ได้เอง เพราะฉะนั้น ผมว่าวันนี้ยังโง่สื่อก็ไม่ตายหรอก ดังนั้น สื่อที่ดีก็ต้องตรวจสอบมีหน้าที่ตรวจสอบยังเหมือนเดิม เพียงแต่เปลี่ยนแปลงแล้วแต่ความเราต้องวิ่งไปหา วันนี้ข้อมูลวิ่งมาหาเราเลย

ประเด็นที่สอง ถ้ามว่าใครคือผู้กำหนดภาวะในสังคมขณะนี้ เรากำหนดเองก็ได้ เราเป็นคนหยิบว่าจะเล่นหรือไม่เล่น อย่างที่บอก เขาเป็นตัวแทนกระบอกเสียงเรามีหน้าที่ตรวจสอบสมดุข้อมูลสื่อหลักเราเป็นสื่อหลัก ดังนั้น สื่อโซเชียลขอบเขตจริงไม่จริงไม่รู้ มันเหมือนป้ายสนทนาก็ไปปะตามเสาไฟฟ้า แต่แค่เปลี่ยนมาอยู่ในโซเชียลมีเดีย มันเหมือนกันเลยแต่จริงไม่จริงไม่รู้ใครมลายเยอะมากบางทีเอาข่าวเก่ามาเล่าใหม่ก็ได้ บางทีเรามีหน้าที่บอกว่า อย่าตื่นตระหนก มันก็เกิดคลื่นนี้เข็ดก่อนแชร์ข่าว ก่อนแชร์มันคือเราทำหน้าที่ตรวจสอบนั่นคือสิ่งที่ผมเชื่อว่าก็ต้องตรวจสอบเป็นธรรมดาที่ข้อ 8 โยบายที่ให้ไปคือข่าวที่มีคลิบ คุณก็ต้องลงไปหาความจริงคุณไปสัมภาษณ์คนรอบข้างลงไปดูที่เกิดเหตุว่าจริงไหมต้องให้รายละเอียดกับมัน

**อย่างไรบ้างคลิบไปใช้เรื่องจริง แต่เป็นกระแสที่เราปฏิเสธไม่ได้ว่าเราไม่เล่น**

เราไปดูตรวจสอบที่ว่าไม่จริง อย่างกรณี ตึก จะถล่มสุดท้ายไม่จริงคนก็จะได้ว่ามันไม่จริงใครอาจจะมองว่าตื่นตระหนก แต่เราไปเพื่อลดความตื่นตระหนกของคน แล้วสัมภาษณ์คนที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานราชการหน่วยงานที่รับผิดชอบว่าเป็นยังไงแบบนั้น มีสื่อสิ่งที่เป็นหน้าที่เราต้องทำเพิ่มเขามีสหิทธิที่บอกเหมือนก่อนหน้านั้น ที่ส่งจดหมายมาร้องทุกข์เดี๋ยวนี้มันเปลี่ยนใหม่ มีเพจ เราก็แค่ทำเหมือนเดิมเพียงแต่เทคโนโลยีเปลี่ยนโลกเปลี่ยนเราทำเหมือนเดิม แต่รูปแบบมันเปลี่ยนแปลงเท่านั้นเอง ถึงบอกว่าเรากำหนดเหมือนเดิม เพียงแต่ว่าเราเสนอ เราปรับปรับอยู่ที่เรา

อย่างไรทำให้เราง่ายขึ้นใหม่ ที่มีคนมาให้ข้อมูลเยอะๆผมมองแบบนี้ ไม่ได้ง่ายขึ้นเพียงแต่เราต้องกรองมากขึ้นรอบด้านมากขึ้น ยิ่งเรื่องมาเยอะ ๆ ยิ่งยากเรื่องน้อยยิ่งโอเคกว่าแต่เรื่องมาเราต้องมาดูว่าจะหยิบยังไปให้ถูกต้องเท่านั้นเอง

**เราจะแนะนำ สื่อหลัก กับ สื่อโซเชียล อย่างไรดี**

ในฐานะที่เราเองก็มีสื่อโซเชียลเหมือนกัน สื่อโซเชียลเราก็หลีกเลี่ยงการเดียวกับทีวีเอาจริยธรรมไปครอบเราก็ทำสื่อออนไลน์ให้เป็นสื่อหลัก จรรยาบรรณเดียวกันมาตรฐานเดียวกัน เราเองก็มีสื่อออนไลน์ ดังนั้นก่อนลงอะไรเราก็ต้องตรวจสอบเช็คทำเหมือนกันไม่ใช่ว่าเราไปว่าเขาว่าไม่ตรวจสอบ เรามีสื่อออนไลน์



เราก็ต้องตรวจสอบข้อมูลทุกครั้งก่อนจะลงทุกครั้ง แล้วเราต้องห้ามมากกว่าถ้าเป็นเรื่องคดีความที่ไปกล่าวหาเขาไว้แล้วมันยังไม่สิ้นสุด ถ้าสิ้นสุดแล้วเขา inbox มาหาเราว่านี่ไม่จริง เรามีหน้าที่ขอคำพิพากษา ก่อน ถ้าเขาไม่ผิดจริงเราลบทิ้งเลย นี่คือการสื่อออนไลน์จะไม่มีเปิดไว้อาจทิ้งหายเลยก็ได้ แต่เรารับผิดชอบต่อสังคม เรากลับไปลบทั้งด้วย หรือ บางทีเรากลับไปแก้ข่าวด้วยก็ได้ว่าอันนี้ไม่จริง จากกรณีคลิบเมื่อ 5 ปีที่แล้ว ผลปรากฏแล้วว่าไม่จริง นี่คือการเรียกร้องรับผิดชอบต่อสาธารณะดังนั้นแนะนำของเราคือข้ออื่นมีหรือเปล่าไม่ว่า แต่ช่องผมรับผิดชอบในแง่ของการทำงานและมีจริยธรรมทั้งออนไลน์และทั้งที่หลักเดียวกัน

**ความเหมือนหรือความต่างสื่อโซเชียลในมุมมองส่วนตัวเป็นอย่างไร**

ผมว่าเหมือนกัน แต่เพียงเปลี่ยนช่องทางในการออกเท่านั้นเอง ทุกอย่างยังคงเหมือนเดิม เนื้อหาน่าเสนอเหมือนเดิมเลยเพียงแต่ต่างกันที่ ทีวีมีเวลาจำกัด ออนไลน์ไม่จำกัด สื่อออนไลน์เร็วกว่า ผมว่ามีความแตกต่างเท่านี้ เร็วกว่า สื่อที่ทีวีจำกัดเรื่องเวลาแค่นั้นเอง ดังนั้นการข่าวออนไลน์ต้องเร็วและชัด

**วิธีการ เพราะเดี๋ยวนี้ออนไลน์ก็มีวิธีการทำสื่อบ้างที่แตกต่างจากทีวีไปเยอะ**

ถ้าเป็นเพจที่ถูกต้อง จะต้องทำให้ถูกฟังและมีลิขสิทธิ์ต่างๆ มันมีกฎหมายเยอะ แต่ถ้าเป็น dark side จะมีข้อมูลด้านเดียว อันนั้น ผมไม่ได้เรียกว่าเพจข่าว แต่เรียกว่าเพจช่องทางในการร้องเรียนมากกว่า เพราะมันไม่ใช่สองด้าน มันคือการตัดสินไปแล้วซึ่งมัน มุ่งถูกต้องการทำงาน สื่อมวลชนไม่ควรตัดสินควรเอาข้อมูลสองด้าน แต่อันนี้ตัดสินเลย ประณามเขาเลยผมมองว่าเป็นจุดต่างอยู่ตรงนี้เลยจุดต่างคุณทำตัวเป็นศาลเตี้ยตัดสินแล้ว

**จุดขึ้นของ ทีวี กับ ออนไลน์ ของช่อง 8 เหมือนกันหรือไม่**

เหมือนกันในแง่ของเรามีจริยธรรม 11 ข้อ ถ้าเป็นทางการมันมีกฎระเบียบของมันในการทำงานเหมือนกันมีการเก็บข้อมูลเพจมีตัวตนที่ตั้งที่แท้จริง มีคนรับผิดชอบคุณสามารถฟ้องได้ ถ้าคุณไปดูเพจอะไรก็ไม่ว่า สุดท้ายก็ไม่มีใครรับผิดชอบหรอกมันก็ปิดเพจหนีไป ไม่มีตัวตน

**ในมุมมองของผู้บริหารข่าวสื่อหลักกับ สื่อโซเชียล ควรจะมีจุดร่วมและสวนจุดต่างในเรื่องใดบ้าง**

จุดร่วมก็เหมือนกัน ก็ต้องตรวจสอบก่อนต้องตรวจสอบเหมือนกัน แต่จุดต่างคือ ผมว่าคนละแบบ เพราะรูปแบบการนำเสนอคนละแบบทำให้ทีวีรายงานสดได้แค่ 3 นาที แต่ live ออนไลน์ คน live แล้วแต่เลยยาวกว่าได้เลย อันนี้คือความแตกต่างกันแล้วมันไม่มีอะไรมาจำกัด มันไม่มี air time มันไม่มีอย่างอื่นที่ต้องนำเสนอ เรื่องเจาะประเด็นเรื่องนั้นก็ปล่อยยาวเลยดูให้อิ่มเลย แต่ทีวีต้อง mass ออนไลน์เป็น segment ดีใจขอให้ตรง ใจมันให้เป็น แล้วรู้ว่าสื่อนี้ควรใช้กับใคร

**เรามีขอบเขตอะไรบ้างที่ว่าออนไลน์ควรทำ อันไหนที่สื่อหลักควรทำ**

สิ่งที่ออนไลน์ควรทำ ในเมื่อเวลาเยอะขึ้นคุณควรหาประเด็นที่สร้างสรรค์ มากกว่านี้คุณมีพื้นที่มากคุณก็ต้องหาอะไรที่เป็นประโยชน์ได้มากกว่า อาจจะแบ่งก็ได้ เวลาที่คุณกำหนดได้ว่า ช่วงไหนคนดูเยอะคนเล่นมือถือเยอะ คุณอาจจะตั้งเอาที่อยากเสนอใส่เข้าไปแต่ต้องตรงจุดกลุ่มเป้าหมายคุณสามารถไปดูละเอียดได้มากกว่าทีวี คุณสามารถเช็คได้เลยว่าคนที่เข้าดูเราเพจอะไร อยุ่เท่าไร ของอะไร มันก็ต้องมีการลงทะเบียนข้างหลังบ้าน ซึ่งเรารู้และโดยตรงเราสามารถ tag โดยตรงได้เลยถ้าทำเป็นก็จะอยู่รอด แต่ก็ต้องอย่าปฏิเสธเรื่องออนไลน์ เพราะตัวเราเองก็ไม่ปฏิเสธ เราก็เอาข่าวที่วิ่งไปลงในออนไลน์อยู่แล้วต้องร่วมกันมองเป็นช่องทางการนำเสนอกลุ่มคนเปลี่ยนแปลงก็ต้องตอบสนองลูกค้าไป

**อย่างไรที่เคยแนะนำว่าอยากให้ออนไลน์เป็นตัวรองข่าวแล้วสั่งให้ทีวี อยุ่อยากให้อธิบายเรื่องนี้**

ในเมื่อเราไปตรวจสอบคลิบ เราอยู่นำจอเรา เราสามารถ inbox ไปถามเลยว่าคุณได้ข้อมูลจากใคร เขาบอกว่าแชร์มาจากใคร เช็คไปเรื่อยๆ พอได้ข้อมูลปุ๊บเราสามารถที่จะส่งต่อว่าเรามีคนต่อให้ทีมข่าวไปทำสิ ผู้สื่อข่าวไปขยายต่อ เรียกว่าให้คอนเวอร์เจนกัน ซึ่งสมัยใหม่ต้องเป็นแบบนี้ เขาเรียกว่าสื่อ ลูกกระทบทำให้ไม่เหมือนเดิมดังนั้นผู้สื่อข่าวก็ต้องปรับตัวให้ได้อยู่ในเกมใหม่ให้ได้ ในส่วนของออนไลน์ทำให้เกิดการแข่งขันอีกแบบด้วยซ้ำ Platform ใหม่ด้วยซ้ำต้องมาเสียเงินในเรื่องที่ไม่ต้องเสียเงิน แต่อย่างไรที่เป็นออนไลน์มากๆ ก็ถูกฟ้องได้ง่าย ก็ต้องระวัง sensitive มากเรื่องนี้

www.thaibja.org



สินีวรรณ เรณูมาก

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายข่าว

และรักษาการบรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว

สถานีโทรทัศน์ ONE HD





## สินีวรรณ เรณูมาศ

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายข่าวและรักษาการบรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว  
สถานีโทรทัศน์ ONE HD

“ทั้งสื่อสารมวลชนเองและทั้งสื่อโซเซียลมีความสำคัญไม่แพ้กัน ทั้ง 2 สื่อสามารถสร้างกระแสหรือค่านิยมหรือพฤติกรรมทางของบุคคลในชั่วข้ามคืนได้ หากสื่อมวลชนขาดจรรยาบรรณ ขาดจริยธรรมหรือแม้แต่สื่อโซเซียลขาดจริยธรรม และคุณธรรมในเวลานี้ ขาดการคัดกรองข้อมูล ผู้รับสื่อก็จะกลายเป็นเหยื่อ สื่อหลักเองต้องปรับตัวให้เป็นมืออาชีพมากขึ้นน่าเชื่อถือมากขึ้นเหนือกว่าสื่อโซเซียลและทุกสื่อควรเป็นช่องทางช่วยเหลือสังคม พึ่งพาอาศัยกันเชื่อมโยงกันเพิ่มช่องทาง การรับรู้ข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น”



### การเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีส่งกระทบต่ออาชีพสื่อมวลชนหรือไม่

ก่อนนี้ หลายคนกลัวพลังสื่อสารมวลชน แต่ปัจจุบันจะสู้พลังสื่อโซเซียลไม่ได้เกิดการสร้างกระแสโซเซียลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ จากคนธรรมดาอาจกลายเป็นคนดังในข้ามคืนได้สิ่งที่ตามมาก็คือ Drama กว่า Business คือการนำข่าวดิวไปอ้างความนิยม โดยนำข่าวดิวไปหวังผลทางธุรกิจ โซเซียลเป็นสื่อเปิดที่ใครสามารถพูดแสดงความคิดเห็นหรือว่าเผยแพร่คลิปวิดีโอ

อยากจะทำว่าสื่อโซเซียลเป็นสื่อเปิด ใครจะสามารถพูดแสดงความคิดเห็นหรือลงคลิปวิดีโอ คือเสรีภาพใคร ๆ ก็ทำได้ แต่เสรีภาพที่เกินขอบเขตนี้ย่อมมีผลต่อจริยธรรมในขณะที่สื่อสารมวลชนอย่างพวกเราถือว่าเป็นสื่อปิด สื่อวิทยุ ทีวี หนังสือพิมพ์เรามีกองบรรณาธิการเป็นผู้เลือกข่าวก่อนที่จะนำเสนอให้ผู้ชมได้รับชม

การเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีไปสู่ดิจิทัล หนึ่งในทางรอดคือการปรับตัวให้เข้ากับกาเปลี่ยนแปลงไม่เฉพาะสำนักข่าวชื่อดังยังรวมถึงแอดมินเพจต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ก็หันมาจริงจังกับการทำตลาดสื่อโซเซียลมีเดียกันมากขึ้น โดยหวังแย่งชิงคนอ่าน และงบโฆษณาที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดดถ้าวิธีนี้ย่อนล้มลามกกันเองว่าวิธีการนี้จะเป็นทางออกได้จริงหรือไม่อันนี้เป็นคำถามน่าคิด

### ความสำคัญระหว่างสื่อเดิมและสื่อใหม่ โซเซียลมีเดีย

ทั้งสื่อสารมวลชนเองและทั้งสื่อโซเซียลมีความสำคัญไม่แพ้กัน ทั้ง 2 สื่อสามารถสร้างกระแส หรือ ค่านิยม หรือ พฤติกรรมทางลบของบุคคลในชั่วข้ามคืนได้ หากสื่อมวลชนขาดจรรยาบรรณขาดจริยธรรม

หรือ แม้แต่สื่อโซเซียลขาดจริยธรรมและคุณธรรม ในส่วนนี้ขาดการคัดกรองข้อมูลผู้ชมอย่างเราก็จะกลายเป็นเหยื่อไปในที่สุด

**ต้องเสฟสื่ออย่างมีสติและสื่อก็ควรมิจรรยาบรรณ**  
ต้องร่วมมือกันสร้างค่านิยม เสฟสื่ออย่างมีสติ หากยึดจรรยาบรรณในวิชาชีพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลอดจนสังคมเองต้องร่วมมือกันเฝ้าระวังข้อความเท็จที่มีเนื้อความไม่เหมาะสม ก็ยังจะยับยั้งความรุนแรงจนกระทั่งเกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงได้

### ความสำคัญของการเป็นสื่อมืออาชีพช่วยให้ผ่านกระแสลมสุ่มโซเซียลมีเดียไปได้?

นอกจากการปรับตัวแล้ว ขอเน้นย้ำว่าสื่อหลักเองต้องปรับตัวให้เป็นมืออาชีพมากขึ้นน่าเชื่อถือมากขึ้นเหนือกว่าสื่อโซเซียล แต่สามารถโฟนอน หรือ ว่าแอนดรอยด์หนึ่งเครื่องใครๆ ก็สามารถเป็นสื่อได้

จะดีไหมถ้าหากว่าสื่อหลัก และ สื่อโซเซียลตลอดจนอุปกรณ์สื่อสารในมือเรา ทั้งสมาร์โฟน แอนดรอยด์ นำทุกสื่อในมือเป็นช่องทางช่วยเหลือสังคม พึ่งพาอาศัยกันเชื่อมโยงกันเพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น

จะยุคไหนใครก็ต้องการเสฟสื่อที่สะอาด สื่อที่ไม่มีพิษภัย มีประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมไม่ว่าสื่อหลัก หรือสื่อโซเซียล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่อยู่เหนือเสรีภาพ ด้วยความไม่รับผิดชอบเอาข้อมูลข่าวสารในเชิงลบที่สุดก็เชื่อว่าสังคมจะช่วยกันคัดกรองทำให้ข้อมูลข่าวสารเชิงลบเหล่านี้มีอายุที่สั้นลงแล้วกลายเป็นขยะในที่สุด

www.thaibja.org







บากัน บัญเลิศ

บรรณาธิการอำนวยการ  
สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์



бакบั้น บุญเลิศ

บรรณาธิการอำนวยการ สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์

“สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์รับมือกับประเด็นข่าวในโลกโซเชียลด้วยการออกข้อกำหนดของสปริงนิวส์ชัดเจนมาก เราไม่นำเพจ เฟซบุ๊ก หรือ คลิปในโซเชียลมีเดียมานำเสนอ โดยไม่ตรวจสอบ หรือบอกว่าโลกกำลังดูอะไร เราก็อีกอย่าง ถ้าแหล่งข่าวโพสต์ในเฟซบุ๊ก เราจึงประเด็นขยายถึงผลกระทบ แนวคิด น่าองค์ประกอบข่าวมาประมวลและนำเสนอ นี่คือการข่าวแบบมืออาชีพ ผมเชื่อว่าสถาบันข่าวจะอยู่ได้นอกเหนือจากสปีดคือ ความถูกต้อง ความลึก และการเต็มปัญญาให้กับคนสปริงนิวส์ประมวลทำธุรกิจข่าว สิ่งที่ต้องทำให้ทุกคนเห็นในการนำเสนอข่าวสารคือ Content is King โดยมียุทธศาสตร์”



ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสื่อต่างปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเกิดขึ้นของโลกโซเชียลมีเดียในช่วงหลายปีที่ผ่านมา บากบั้น บุญเลิศ บรรณาธิการอำนวยการสถานีโทรทัศน์ สปริงนิวส์ บอกว่า กลุ่มสปริงนิวส์มีการปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน โดยมั่นใจว่าความเป็นมืออาชีพจะสามารถฟันฝ่าผลกระทบที่เกิดขึ้นได้

### ประเมินสถานการณ์วงการสื่อตอนนี้อย่างไร

- 1) สมรรถนะที่ได้เปลี่ยนภูมิทัศน์ไปมาก อยู่ ๆ มีทีวีไฮสเปคตรัมเดียว 24-25 ช่อง แม้ กสทช. จัดวัตถุประสงค์ในการประมูลไว้ แต่ปัญหา คือ ทุกช่องมีเป้าหมายเดียวกัน คือ ผลิตเนื้อหาเพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภค 63 ล้านคน แต่ผู้บริโภคข่าวสารผ่านทีวีสัดส่วนผกผันกันสิ้นเชิง
- 2) พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงสิ้นเชิง หลังจากสมาร์ทโฟนก้าวเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญ คนวัย 15 ถึง 50 ปี หันมาดูข้อมูลผ่านมือถือมากขึ้น
- 3) มรสุมอีกลูก คือ โซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นโลกอะไรก็ไม่มี เป็นโลกของความเห็น กับ ความจริงคละเคล้ากันแยกไม่ออก
- 4) หนักหน่วงสุด คือ ผู้ใช้สื่อแปรสภาพเป็นคู่แข่งที่ไม่ต้องรอให้คนเปิดทีวีแต่เสิร์ฟถึงผู้บริโภคได้ไม่รออยู่ที่ไหน แต่ กสทช. ไม่สร้างกฎกติการองรับปัญหาเหล่านี้ ทีวีดิจิทัล ดิ้นต้อสูงสุดชีวิตหากจะยืนหยัดในสนามธุรกิจนี้

- 1) เป็นพันธมิตรกับซีเอ็นเอ็น เอมมาตรฐานการทำข่าวของโลก มาเปิดทางให้คนไทยได้รับชมข่าวสารที่เป็นไกลบอลเน็ตรีกเพราะเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรับรู้ข่าวสารส่วนหนึ่งมาจากภายใน แต่อีกส่วนมาจากปัจจัยภายนอก
  - 2) ทำคอนเทนต์ที่แตกต่างกันแน่นอนว่าไม่สามารถหลีกเลี่ยงสถานการณ์ข่าว แต่จะไม่ตกเป็นเครื่องมือหรือ เป็นแสนเซนเจอร์ของแหล่งข่าว who, what when where why เป็นแค่ปรากฏการณ์ สิ่งที่เราเสิร์ฟ ให้ผู้ชม คือ how effect และภาววิเคราะห์ผลกระทบของข่าวที่เกิดขึ้นกับคนให้เห็นภาพว่า แล้วมันอย่างไรต่อ
- กลุ่มลูกค้าคือ คนกรุงเทพฯ และหัวเมืองหลักอำเภอใหญ่ และปริมาณผล มีรายได้ 25,000 หมื่นบาทขึ้นไป ประชากรกลุ่มนี้มี 16-17 ล้านคน เราทำคอนเทนต์ตอบโจทย์คนกลุ่มนี้

### สปริงนิวส์รับมือปรับตัวจากโซเชียลมีเดีย อย่างไร

สปริงนิวส์ประมวลทำธุรกิจข่าว สิ่งที่ต้องทำให้ทุกคนเห็นในการนำเสนอข่าวสารคือ Content is King ยุทธศาสตร์คือ

### คนหันมาสนใจมากขึ้นไหม หากดูจากเรตติ้ง

การทำงานระยะต้นเพื่อสร้างแบรนด์-อิมเมจ-ความเชื่อมั่นจำเป็นต้องลงทุน บางเรื่องเราเลืองเรตติ้งไม่ได้แต่ไม่เชื่อว่าเรตติ้ง 2,000-3,000 จุดสู้ตัวอย่างแล้ว บอกเราว่าเป็นแบบนั้น เอซี นีลเส็น ไปวางบน





หลังคาบ้านชุมชนไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย  
เราเป็นบ้านล้อมรั้ว สิ่งที่เราปรับตัวคือขายคอนเซปต์  
ของความเป็นสถานที่ทำข่าวมาตรฐาน ตอบโจทย์คน  
ต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป

สมัยหนึ่งฟังพาดัง ปัจจุบันไม่ใช่ สิ่งที่เรา  
ทำคือการบูรณาการข่าว ทวี เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม  
เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ในเรื่องเดียวกัน เราทำ  
เสิร์ฟคนทุกแพลตฟอร์ม สิ่งที่เราขาดคือความลึกรอบ  
ด้านการวิเคราะห์ผลกระทบ เราเอาหนังสือพิมพ์ฐาน  
เศรษฐกิจเข้าไปเสิร์ฟในที่ ทำให้คอนเทนต์แปรสภาพ  
เป็นภาพเคลื่อนไหว และ เสียงในที่

### รับมือกับประเด็นข่าวในโลกโซเชียลอย่างไร

ผมออกข้อกำหนดของสปริงนิวส์ชัดเจนมา  
เราไม่นำเพจ เฟซบุ๊ก หรือ คลิปในโซเชียลมีเดีย มานำ  
เสนอโดยไม่ตรวจสอบหรือบอกว่าโลกกำลังดูอะไร  
เราทำอีกอย่างถ้าแหล่งข่าวโพสต์ในเฟซบุ๊กเราจับ  
ประเด็นมาขยายถึงผลกระทบแนวคิดน่าอึดใจประกอบ  
ข่าวมาประมวล และนำเสนอ นี่คือการทำข่าวแบบมี  
อาชีพ

### มองว่าผู้กำหนดวาระทางสังคมยังเป็นนักข่าว

พวกเรา นักวิชาการ รัฐบาล ก็ตระหนักว่าการ  
กำหนดวาระโดยใครเป็นเรื่องใหญ่ ถ้าผู้ประกอบวิชา  
ชีพออมรับให้ผู้ใช้สื่อเป็นผู้กำหนด อนาคตท่านทั้ง  
หลายจะตายไป ผมเชื่อว่าถ้าเราไม่เอาข้อมูลของเข  
มาขยายผลก็ได้แค่นั้น เพราะเขาไม่มีตัวตน เวลาผม  
วิพากษ์วิจารณ์ใครก็บอกว่าคือ นายบากัน ณุญเลิศ

เพจเหล่านั้น คือ อีแอม แล้วเราจะให้อีแอมมาชี้  
กำหนดวาระของสังคมกันเขียวหรือเราต้องลุกขึ้นมา  
แล้วประกาศตัดอคติความเป็นสถาบันวิชาชีพสื่อมวลชน

อยากชวนให้พวกเราส่งข้อมูลเหล่านี้ไปยัง  
เอเยนซี คอร์ปอเรท ที่ทำให้พวกเราเติบโตได้พวกท่าน  
หันไปสนับสนุนเพจเพียงเพราะมีคอมมูนิตี้เป็นหมื่น  
เป็นแสน แต่ในนั้นเป็นความเห็นมากกว่าความจริง  
ผมยอมรับว่าในเพจมีข้อมูลหลายเรื่องที่มีคุณ สุดท้าย  
คอร์ปอเรทสังคมจะจมลงไปกับอะไรก็ไม่รู้ ไม่ได้  
หมายความว่าเราต้องล้มล้างเพจเพราะเพจเป็นเสียง  
สะท้อนของสังคมเป็นหนึ่งในช่องทางของความเห็น  
ออกมา

โลกของสื่อมีสองประเภท

1) เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์  
เป็นโลกของการบริโภคด่วนต้องมีทิมสปีด แข่งความ  
เร็วอย่างไรก็ชนะเพราะถือปี่ข้อมูลจากอีกแห่งมา  
แต่เรามักข่าวไปอยู่ในสนาม สปีดมาพร้อมกับความ  
ถูกต้อง ผมเชื่อว่าสถาบันข่าวจะอยู่ได้ นอกเหนือจาก  
สปีด คือ ความถูกต้อง ความลึก และการเติมปัญญา  
ให้กับคน

ผมถามทุกท่าน ในยามสังคมมีตบอด มีความ  
ขัดแย้งและต้องการหาคำตอบ ใคร คือคนทำหน้าที่  
แทนพวกคุณในสนาม พวกผมใช้ใหม่ เราไปยืนใน  
สนามรบท่ากระสุนในสงครามกลางเมือง เราไม่ใช้คน  
แสดงความเห็นและยืนอยู่นอกสนามข่าว แต่เราคือผู้  
ปฏิบัติงานในภาคสนามถ้าทำแบบนี้เชื่อว่าในสมรภูมิ  
ที่สื่อแข่งขันกันดูเด็ด เรายืนอยู่ได้

