

INTERVIEWS Chapter 1

TRADITIONAL MEDIA AND NEW MEDIA

- คนสื่อในอนาคต : เปิดทัศนะมุมมอง
- ผู้บริหารและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อโทรทัศน์
- ผู้บริหารสื่อทางเลือก NEW MEDIA
- นักวิชาการด้านสื่อ





สำราญ ฉัตรโท

รองกรรมการผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

โซเซียลบีเดียเน้นที่ความเร็ว

โดยตัวเองก็บอกอยู่แล้ววิวัฒนาการโซเชียล
มีเดีย เป็นช่วงๆ เพราะความนิยมเน้นในเชิงด้าน
บุคคลเป็นส่วนใหญ่ขึ้งมันก็อยู่ได้ระยะหนึ่งช่วง
หนึ่งและจะพัฒนาไปในอีกรูปแบบ ยกตัวอย่าง
เฟชบุ๊ก ตอนก่อนมีเพื่อบอกอารมณ์ตัวเองต้อง
เข้าใจสื่อโซเชียลที่เขาสร้างขึ้นมาให้คนแล่นนั้น
พมายถึงว่าสร้างขึ้นมาให้คนผลิตคอนเทนห์
ตราบโดคเน็มผลิตคอนเทนท์เขาก็อยู่ใม่ได้ หากมี
แต่คนกดแชร์ กดใลค์ อย่างเตียวเขาอยู่ไม่ได้

ฉะนั้นวิวัฒนาการที่เขาคิดก็เน้นเครื่องมืออื่นๆ ตอบโจทย์ให้คนสร้างคอนเทนต์ เช่น เฟซบุ๊กใลฟ์ จูงใจให้คนสร้างคอนเทนต์ ถามว่ามั่นอยู่ให้ยาว ใหมก็ได้ระดับหนึ่งเกิดใลน์คิดอย่างอื่นขึ้นมาตอบ โจทย์ความต้องการมากขึ้น เฟซบุ๊กก็ต้องปรับ ตัวคือเขาสร้างให้คนผลิตคอนเทนต์และได้ ประโยชน์จากความเป็นไซเชียล

คิดว่าคอนเทนต์ของโซเซียลมีเดียใช้ได้ใหม มีประเด็นให้สื่อหลักตามต่อได้

ผมเชื่อในฐานะเป็นสื่อสารมวลชนทุกคอน เทนค์ในไซเชียลเฟซบุ๊ก ยูทูบ ใช้ได้หมดเพราะมัน ตอบสนองคนเล่น คนเข้าไปดู คนเข้าไปเล่นมี วัดถุประสงค์ให้เป็นช่องทางของเขาในการเผย แหร่ตอบโจทย์ความต้องการได้โดยไม่มีสิ่งขวาง กันเขาตัดสินใจส่งได้เลยไม่เหมือนการทำข่าวของ สื่อหลักมีข่าวก่าวะส่งให้ทีวีด้องผ่านการตัดสินใจ หลายขั้นแต่นั้นเขาสามารถส่งได้เลยมีบัญหาอยาก ร้องเรียนทำได้ทันที

นั่นเป็นจดเด่นของโซเซียลมีเดีย

ตอบสนองความต้องการของคนใต้ในบัดดล แต่สื่อหลักมีขั้นตอน คัดกรอง มีกฏหมาย มีอะไร มาควายคุมแยะ สื่อกระแสหลักตอบใจทย์ไม่ได้ ทันทียกเริ่นบางเหตุการณ์เท่านั้นแอง สื่อหลักต้อง ใช้กระบวนการใช้โพรเซสแยอะมาก ถ้ามองเรื่อง การแข่งขันเรายอมรับว่าเราผู้ไม่ได้แน่นอนใน เรื่องความใว

ถ้าแข่งเรื่องความน่าเชื่อถือ สื่อกระแสหลัก ต้องทำหน้าที่ตรงนี้เราจะไปตามโซเชียลจนลืมตัว ตนของตัวเองไม่ได้เพราะอัตลึกษณ์ของสือกระแส หลักมีอยู่ เราไม่สามารถตรวจสอบไว้ คือความถูกต้องหรือเปล่า แต่สื่อกระแสหลักต้อง ตอบให้ได้ว่านี่คือข้อเท็จจริงความน่าเชื่อถือ ดังนั้น ความได้เปรียบของสื่อกระแสหลักยังคงมีอยู่ แต่ ต้องทำหน้าที่ให้เข้มแข็งมาบขึ้น

ในฐานะสื่อหลักรับมืออย่างไร เพื่อนำเสนอ ให้ได้มากกว่าโฆเซียลมีเดีย

ไม่เฉพาะช่องสามสื่อหลัก อื่นๆก็ปรับตัว เช่นกัน โชเชียลไม่ใช่กลไกให้ปรับตัวต้องปรับตัว ตั้งแต่ผู้บริโภคต้องมองตรงนั้นเป็นฐาน วันหนึ่ง ตื่นช้ามามีหนังสือพิมพ์สำหรับเซ็กข้อมูลข่าวสาร แต่โอก ณ วันนี้ภาพแหล่านั้นบันทาใปแล้ว

หนังสือพิมพ์ก็ต้องปรับตัวว่า ทำอย่างไร ให้คนเข้าถึงคอนเทนด์ของหนังสือพิมพ์ คนอ่าน ไม่ได้เข้าถึงโดยใช้หนังสือพิมพ์ แต่ใช้ดีใวช์ (device) เข้าถึงอย่างไร ทีวีก็เหมือนกัน ข่าวหนึ่ง ข่าว คอนเทนด์หนึ่งคอนเทนด์ เดิมที่จะดูทีวีต้อง รอหนึ่งทุ่ม สองทุ่ม แต่โลกเปลี่ยนแปลงไปแล้ว กระบวนการปรับต้องมองผู้บริโภคด้วย ผู้บริโภค เห็นว่าทีวีเป็นแค่เฟอร์นิเจอร์

เรายังคงมุ่งมั่นเสนอข่าวทางทีวีหรือเปล่า เพราะคอนเทนต์ที่เสนอคือคอนเทนด์ แต่เขาไม่ได้ ดูจากทีวี ดูจากโทรศัพท์มือถือ นี่คือการปรับตัว สือต้องปรับให้เข้ากับสถานการณ์ความต้องการ ของผู้บริโภค นั่นคือประเด็นที่หนึ่ง



สอง-การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี ให้เร็ว ทันสถานการณ์ว่าหนึ่งตอนเทนท์ของสื่อกระแส หลักหนีใม่พันคอนเทนต์โพรไวเตอร์ จะนำเสนอ ผ่านหนังสือพิมพ์ทีวี ต้องถามตัวเองแต่คอนเทนด์ ที่ผ่านหนังสือพิมพ์ มันยาว จะให้อ่านเป็นไปใม่ได้ ต้องปรับตัวในเทคโนโลยี ให้คนอ่านรับรู้ในเวลาที่ เขาต้องการ

สาม-ปรับตัวในเชิงคอนเวอร์เจนท์(Convergent) คือ ควบรวมสื่อบรอดแตสด้กับบรอดแบรนด์ เช้าตัวยกันอย่างไร เชื่อมโยงกันและกัน เช่น ค่ำนี้ (รายการข่าว)สามมิติมีเรื่องนี้ก็เขียนโปรยไว้ก่อน ในเฟซบุ๊ก วันหนึ่ง เราดูผลฟุตบอลยูโรจนดีก เดี๋ยวนี้ไม่จำเป็นเล้ว ตื่นเช้ามามีคนสรูปให้ตอบ โสทย์จากดีใวช์พวกนี้เพื่อให้เห็นการทำหน้าที่สื่อ กระแสพลักการบริหารคอนเทนด์

ความไวเราเอามาเป็นประโยชน์ในสื่อกระแส หลักเพื่อขยายความ ต่อยอดเป็นข่าวสืบสวน สอบสวน (Investigative) อย่างไร เราคิดว่าตรงนี้ เป็นแหล่งข่าวอันหนึ่ง ไม่ใช่คู่แข่ง

อย่าลึมว่าผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ในเขตเมือง เขามีดีไวซ์ที่ทันสมัยสามารถรับข้อมูลใต้หมดแต่ ชาวบ้าน ใช้โทรศัพท์ประมาณ 60-70 เปอร์เซ็นด์ คนเหล่านั้นบริโภคคอนเทนด์ผ่านทีวี เพียงแต่ โซเซียลเป็นคนนำกระแสไนเขตเมืองกระแสเหล่านี้ บางทีชาวบ้านยังไม่รู้เลย

คนทำสื่อต้องทำหลายอย่างขึ้น ทำข่าวป้อน ทีวี และอื่นๆ ด้วย

ไม่ๆๆ หลักการคนทำสื่อเรายึด what who when where how ไม่ได้ ณ วันนี้ต้องใส่คำว่า แรร์ แอนด์ ไลด์ด้วย (share and like) ทำอย่างไร ให้คนแชร์ให้คนชยายผลต่อยอดได้ ไม่ใช่แต่ใคร ทำข่าว ณ วันนี้คณระบันเทศศาสตร์ ต้องเปลี่ยน หลักสูตรแล้ว what when where why คือเบสิก how ขยายผล

แชร์ แอนด์ ไลค์ ทำเพื่อใคร เพื่ออะไร อย่างไรให้ชอบหรือใม่ มันเกี่ยวกับอารมณ์ผล กระทบประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับลังคม คอนเทนท์ เชิงข่าวจะตอบโจทย์เรื่องอารมณ์ความรู้สึกและ การมีส่วนร่วม ถามว่าเราต้องพัฒนาอย่างไร ถึงบอกว่า ณ วันนี้ ต้องคิตมากขึ้น what when where why และ แชร์ แอนด์ ไลค์ จะตามมาอย่างไร

ช่องสามมีทีวีสามช่องแต่ละช่องมีวิธีการต่าง กันใหม

ขึ้นกับผู้ชม ขณะนี้โลกโกลบอลไลซ์มากขึ้น วิวัฒนาการของสังคมไทยไปใกลมาก มันแตก เช็กเมนต์เยอะมากบอกว่าทีวีคือสื่อกระแสหลักที่ ตอบโลทย์ทุกเซ็กเมนต์ก็ไม่ใช่ เรามีสามช่อง เติม ทีทุกเซ็กเมนต์ถูกอัดอยู่ในช่องสามใหญ่ พอช่อง สามใหญ่แตกใลน์ออกมาเป็นสามช่องย่อยหากเอา คณเทนต์ทั้งหมดมาไส่ๆโดยไม่กำหนดใดเดนติตี้ (identity)ของช่อง คนดูช่องใหนก็ได้ เหมือนที่ ผ่านมามี 6 ช่องหรือ 24 ช่อง ทำไมคนดูช่องสาม

นายกข คนเดียวกันให้สัมภาษณ์ เป็นข่าว รูทีนไม่ต้องรีบ เพราะเป็นไปรแกรมเตียวกันเมื่อ เกิดสามฮ่อง เราต้องทำให้คนรู้สึกว่าถ้าข่าว ประเภทนี้ต้องดูข่องนี้เพราะฉะนั้นข่าวที่เราไล่เข้า ให่ตัวงอกเไจทท์นี้

คนในเมืองคนทำงานออฟฟิศ เราต้องตอบ โจทย์ว่าเขาอยากดูแบบไหน อะไร คนในเมืองไม่ ดูอะไรยาวๆ เขาอยากดูแฟลชนิวส์สั้นๆ (Flash news) ระหว่างดละครมีข่าวมาเดิมปั๊บๆ สั้นๆ

คนบ้านนอกอยากดูอะไร อยากดูเรื่องใกล้ตัว เขาวันนี้ขอนแก่นเป็นอย่างไรบ้าง เขาชื่อยามาก ที่จะมีแทรม (โครงการรถไฟฟ้าระบบรางเบา) จังหวัดแรกของประเทศไทย ถ้ารอขอนแก่น แถลงข่าวก็ได้ทุกข่อง แต่เราเข้าไปเจาะไปทา

เราถึงกำหนดคนเฝ้าข่าวขึ้นมาคนไปทำ ข่าวเฝ้ากับเขา 24 ชั่วโมง ป็อบ-อลงกรณ์ (อลงกรณ์ เหมือนดาว) ปัญญา นานกระโท-สานฝ้าข่าวอยู่ในพื้นที่ไม่เคยเช้าออฟฟิศเลยนะ ซึ่งไซเชียสทำไม่ได้ เราต้องสร้างทีมพวกนี้ขึ้นมา

ทำไมต้องเฝ้าข่าว? เพราะวิวัฒนาการในการ สร้างโครงข่ายในการส่งข้อมูล สังคมไทยยังคง ห้ ความสำคัญ (เน้นเสียง) กับสื่อกระแหลัก โชเชียล มีเดียแค่ระบายความรู้สึก แต่ตราบใดสื่อกระแส หลักเอาความรู้สึกนั้นมาขยายผล มันจะเกิดผลใน ทางปฏิบัติขึ้นทันที



หมายถึงภาครัฐจะขยับตัวทำเรื่องนั้นๆ

ใช่ เพราะองค์ประกอบภาครัฐไม่สามารถ ตอบโจทย์ เมื่อใต้เป็นข่าวแล้ว กระบวนการการ เรียกร้องความเป็นธรรมหรืออื่นๆจะรวจเร็ว ภากขึ้นนี้คือข้อขืองสื่อกระหลัก แต่ใม่ใช่ใคร ก็ได้ถามว่ามันมี ปีฮีฟอิน (Believe in) ให้ดำหรือ เปล่า เช่น เรื่องนี้ถ้าโยนให้ กิตติ (สิงหาบัต) หรือ สรยุทธ (สูทัศนะจินตา) หมายถึงสมัยก่อนนะ ก็จบ มันสามารถดอบโรทย์ใต้หมด นี่คือความน่าเชื่อถือ ความเป็นอัตล์กษณ์ของสื่อกระแสหลัก สิ่งนี้เรา ดักงทำหน้าที่ต่อใป

เราต้องมองความสำคัญว่าสื่อกระแสหลัก มีจุดยืนอยู่ตรงใหน บางทีจริยธรรมอย่างเตียวมัน ไม่พอสำหรับสือกระแสหลัก ที่มากไปกว่านั้นคือ เราทำอะไรให้กับสังคมที่เป็นชิ้นเป็นอัน สังคม วันนี้พูดถึง ชีเอสอาร์ โชเชียลเอ็นเตอร์ไพรส์ ที่ ผ่านมาเราก็ไปร่วม เช่น ตอนน้ำท่วมปี 2554 เรา ก็เอาชีเอสอาร์ของเพื่อนๆ ทั้งหมด เช่น บริษัท เบียร์ช้าง เบียร์สิงห์ เอสซีจี ฯลฯแล้วขับเคลื่อนไป ด้วยกัน

คุณสมบัติของบุคคลกรในอนาคตนอกจาก จรรยาบรรณ และจริยธรรมแล้วต้องมีอะไรอีก

ต้องสร้างทัศนคติด้วย พื้นฐานจรรยาบรรณ อยู่ในใจ ทัศนคติกว้างไกล คิดอะไรมากขึ้นสร้าง ความรับผิดชอบมากขึ้น

พอมีโซเซียลมีเดียเข้ามา ต้องออกแบบใหม่ หรือใน่

มีหัวหน้างานประชุมอบรมคนของเขาจะ พัฒนทรีอใช้ไซเชียอมาเป็นประโยชน์ ซึ่งข่าว อย่างไร อย่างเมื่อค่อนต้องใช้รถไปทำข่าว เดี๋ยวนี้ ไม่ต้อง เราสร้างเครื่องมือขึ้นมาอาศัยช่องทางนี้ เช่น โครงการตาลับประด สร้างมาโดยร่วมกับ กองป้องกันภัยพลเรือน อบรมอาสาสมัครหัว ประเทศเซ็นสัญญาความร่วมมือ (MOU) กัน เรา อบรมให้ในการถ่ายทำข่าว เกิดเหตุที่ใหนขาส่งมา ให้เราออกข่าวได้ทันทีใน ตาลับประดเราก็เอามา ขึ้นเป็นข่าวได้ทั้งใชเชียลมีเดียและออกอากาศ ทางทีรีลัย

ด้านทักษะการทำงาน คนเดียวต้องทำได้ ทกอย่าง

ไม่ถึงขนาดนั้น ตอนนี้ผู้สื่อข่าวก็ถ่ายภาพได้ เทคโนโลยีตอบโจทย์ ขณะเดียวกันตัวข่างภาพ ต้องพัฒนาหลักการถ่ายภาพได้ และได้ดี ที่ผมพูด ถึง แอททิจูด ถ่ายภาพยังไงให้ดูภาพแล้ว สื่อเรื่อง เล่าเรื่องได้ ในส่วนของนักข่าวก็เขื่อ คือโครงการ พร้อมเหน็-PromptPay) ถ้า what who where when แล้วไงล่ะ ชี้ให้เห็นว่าต่อไปคนชราไม่ต้องไป แบงก์รัฐจะโอน(เงิน)มาให้เอง เวลาจะไปแจก ผ้าห่ม เราก็รู้ว่าคนใหนเป็นคนจนจริง ไอดี คือ เมาะตาต้า คือฐานข้อมูล ตัวไอดี พวกนี้ถ้าเกิด พัฒนาอย่างเป็นระบบทะเบียนราษฎร์ เลข 13 ตัว ตอบโจทย์ได้หมด ทุกวันนี้ข้อมูลอยู่ที่กรมการ ปกตรกง

พอจะยกตัวอย่างการนำเสนอข่าว Any ID ของซ่องสามได้หรือไม่ ว่าเป็นอย่างไร

วิธีการนำเสนอ มองไปให้ใกลมากกว่าที่ นายทฯ แถลง ประโยชน์ครน์ใจะเกิดกับประชาชน อย่างไร เราอยากให้ไอดีของเราผูกพัน แค่ไหน อย่างไร ไม่ใช่ให้ทั้งหมด ส่วนที่เป็นความลับก็ เก็บไว้ทำให้จนเห็นผลลัพธ์ นี่อีกการทำหน้าที่สิ่ด







วทันยา วงษ์โอภาสี ประธานจำหน้าที่บริหาร บริษัท สปริงมิวส์ คอร์แปอเรซี่น จำกัด

ช่วงปีที่ผ่านมา สปริงนิวส์ มีการขยับตัว ด้านสื่ออย่างไรบ้าง

เรากำลังรวบรวมสื่อที่จะเข้ามาในเครือ รวมไปถึงพันธมิตรสิงที่เครียมคือเรื่อง พูลเซอร์วิส ของสื่อที่เป็น Total solution ทั้งหมดให้กับตัวเน็ต เวิร์ก ปีที่แล้ว เรามีทีวีดีจิหัล ปลายปีขยายแพลต พอร์มเพิ่มขึ้น คือ วิทยุ 98.5 MHz เร็วๆ นี้ จะมี สิ่งพิมพ์อีก 2 ฉบับ ซึ่งเป็นฉบับที่มีอยู่แล้วและฟรี ก็อปปีซึ่งจะออกภายในปีนี้

ในส่วนของนิตยสาร มี "สวัสดี" ในออน ไฟลท์ของการบินไทย ซึ่งถือเป็นนิตยสารที่มีเซอร์ ดูเลชั่นสูงที่สุดในประเทศและเป็นครั้งแรกที่บริษัท ของคนไทย มีโอกาสได้เข้าไปคอนแทรีกด์กับ การบินไทยนอกจากนี้ มีกลุ่มที่เป็นแพ้ชนใลพ์ สไตล์ Harpers Bazaar และ Lonely Planet รวมทั้ง All of media ที่เป็นบริษัททำบิลบอร์ด ล่าสุด คือ การร่วมทุนกับดิจิทัสเอเจนซี นีคือ ห้ามหาดีสบริงนิวส์จะเริ่มเคลื่อย ในหน้าเรามัน ใจว่าเราเป็นกลุ่มสื่อที่มีเน็ตเวิร์ตหรือแพลตพ่อร์ม ที่จะให้บริการลูกค้าได้ตรอยคลมและไทยให้สด

คนส่วนใหญ่มองว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีแต่ถดถอย แต่คุณกลับลุกซึ้นมาทำหนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร ประเมินสถานการณ์อย่างไร

ถ้าสิ่งพิมพ์ Stand Alone เหนื่อยแน่ แต่ สิ่งที่เราพยายาม คือ การขับเคลื่อนไปพร้อมกัน ทั้งองกาพยายาม คือ การขับเคลื่อนไปพร้อมกัน กุ้งองกาพยายที่อส่วนใหญ่จงรู้แล้วว่าแม้แต่การ คุยแต่แพลตฟอร์มทีวีก็ดูเพรามาก ไม่น่าสนใจ จริง แต่พอไปดูเทรนด์ต่าจประเทศ คนของเขา มีการศึกษาสูงกว่า การเข้าถึงในอินเทอร์เน็ตตีกว่า แต่สื่อแอนะลือก หรือ Traditional media ก็ยังอยู่ เพียงแต่ไม่เพิ่มขึ้น ต้องยอมรับว่ากลุ่มที่เป็น คอช่าวของสบริงนิวล์ อยู่ที่อายุ 30 - 60 ปีเทรนด์ ประชารองงไทยเป็นบิรามิจคอร่าสนุมนี้จะเป็น ฐานใหญ่ที่สุดเขาคู้นเคยกับ Traditional media และ คือว่าแต่จะสื่อมีเลน่ห์ที่แตกต่างกันไป

แต่ละสื่อที่กล่าวมา จะมีการทำงานร่วมกัน คย่างไรบ้าง

เรื่องการขายและการตลาดทั้งหมด ทุกสื่อ สามารถสลับสับเปลี่ยนกันได้ วิทยุมีรายการของ สบริจนิวส์ และ เรดิโอเป็น Duplicate parallel สื่อ สิ่งพิมห์อาจต่างกันตรงที่ไม่ใสฟ์ 24 ชั่วโมง แต่ใน แง่ของเนื้อหากองรถมริการ ต้องทำงาน Auditoria board ว่วมกัน นิตยสารอาจเพิ่มข้อมูล ในเชิงข่าวเพื่อเพิ่มสาระเข้าไปข่าวเองคงไม่เครียด ตลอดทั้งวัน แต่สามารถสอดแทรกแฟชั่นก็ได้ซึ่ง เป็นเนื้อหาจากนิตยสาร

ในส่วนวิทยมีการดำเนินงานอย่างไร

เมื่อก่อนเราจับมือกับ คุณคนัย (ดนัย เอกมหาสวัสดิ) ทำรายการเลารสึกทั่วใหยแต่ 1 ชั่วโมง แต่พอทำทั้งคลื่นคุณดนัยมาเป็นเอ็มดีให้ เนื้อหาวทยุส่วนใหญ่ผู้จัดจะกึ่งๆ เป็นโปรดิวเซอร์ เตรียมข้อมูลเอง ทีมงานหลักเป็นเรื่องของการ โอเปอร์เรชันหน้างาน และทีมสนับสนุนเรา ขยายมออกแบบผัจรายการให้ประหยัดคำใช้จ่าย โดยทุ่มทรัพยากรให้ปอยู่ในช่วงไพรม์ใหม่

วิทยุจะเป็นนิวมีเดียใด้อย่างใร

อยู่ดีๆ ไปทำวิทยุออนไลน์เลยน่าจะยาก แต่โชคตีตรงเรามีเน็ตเวิร์ค ก็สามารถเอางานมา รวมกับทีวี มีลูกเล่นค้านโซเชียลมีเตียได้มากขึ้น ต้องยอมรับว่าตอนนี้คลื่นวิทยุเป็นตลาดวัยรุ่น ล่าสุด เราไปร่วมงานกับ Cat radio ซึ่งมีเฉพาะ ออนไลน์เขาก็ประสบความสำเร็จมากเลยคิดว่า วิทยุอาจะไม่ Spin off ด้วยตัวเอง แต่สามารถ สร้างชุมชนแล้ว Spin off เป็นส่วนอื่นๆ โดยใช้ โซเชียลมีเตียเป็นครื่องมือ



สปริงนิวส์ใปทำอะไรกับ Cat radio

ไปออกบูธ เราทำ New Gen Reporter ผู้ประกาศหน้าใหม่ เพื่อจะดูความสามารถของน้อง ใหม่ๆ เราพยายามเข้าไปสร้างความคุ้นเคยกับ กลุ่มคนใหม่ๆ ซึ่งในอนาคตน้องๆ เหล่านี้ก็จะต้อง เดิงโตขึ้น

ข่าว..สำหรับคนรุ่นใหม่ดูเหมือนยังเป็นช่องว่าง ทางการตลาดในบ้านเรา

กลุ่มเต็กรุ่นใหม่ ช่องที่เขาชอบคงไม่ใช่เรา อยู่แล้ว ทุกคนในแต่ละช่วงอายุจะมีความชอบหรือ มองหาเนื้อหาที่แตกต่างกันไป เขาอาจจะไม่ใช่ กลุ่มเป้าหมายของเรา แต่เขาจะต้องเติบโดขึ้นมา แต่ถ้าเรารอให้เขาโตขึ้นมาดูเรา มันอาจจะสายไป

ที่กล่าวมาทั้งหมด ตอนนี้ให้น้ำหนักกับโปรดักส์ ใหนมากที่สด

อย่างไรก็คงต้องเป็นทีวีเพราะดูจากเม็ดเงิน ที่เราลหุนไปกับทีวีดิจทัล ยังถือว่าเยอะที่สุด แต่ ส่วนอื่นๆ เราเลือกมาต่อยอด เราจึงพยายามเลือก สัตยที่มีอยู่แล้วไม่ได้ไปปั้นหัวไหม่ แล้วทุกสือก็มีฐานของเขาอยู่ตัวรูกิจใม่ได้ฟูฟ้าเหมือนเมื่อก่อน แต่ผลประกอบการยังพอเลี้ยงตัวเองได้ ใม่ให้เข้า มาเป็นการะและต้องมีการปรับตัว นิตยสราที่มา เป็นพาร์ดเนอร์ยังทำกำไร ไม่ได้โคม่าเหมือนอัน อื่นที่ปิดตัวไปและส่วนใหญ่เป็นหัวนอกตัวย เลยได้ อานิสงค์ตรงนี้ สิ่งที่มองคือถ้าเรารวบรวมเข้ามาได้ ทั้งหมดจะทำให้การไปขายทีวี วิทยุ มีพลังมากขึ้น ลูกค้าในวันนี้เวลาทำดิจิทัลเขาพยายามหาฟุลเซอร์ วิลจิจิทัลมีเดีย แต่ในส่วนของแอนะล็อกเองเรายัง ไม่เดยเห็นใครทำในส่วนนี้

เวลาที่จะเลือกพันธมิตรสื่อ พิจารณาจากอะไร

เราวางไว้แล้วว่า เราจะวางแพลตฟอร์มใด บ้าง จากนั้นเราก็มองหาแบรนด์ที่มีอยู่แล้วใน แต่ละแพลตฟอร์ม เช่น เรามีทีวี และวิทยุ สิ่งที่ เรามองหาต่อคือ หนังสือพิมพ์ คนที่ดูสบริงนิวส์ เป็นคนเมืองเป็นคนกรุงเทพฯ มีรายได้ประมาณ ปานกลางค่อนไปทางสูง ฉะนั้น การเลือกสิ่งพิมพ์ มาต่อยอด เราคงใม่มองหาสิ่งพิมพ์ที่ลงไปใน รากหญ้า แต่ต้องอยู่ในกลุ่มเป้าหมายผู้ชมเตียวกัน พวก บิลบอร์ต เลย์เอาต์ ส่วนใหญ่ถ้าไม่ใช่ จอ แอลอีดี สมัยใหม่อย่าง Plan B งานบิลบอร์ต ส่วนใหญ่ยังอยู่ในกรุงเทพฯ 80 เปอร์เซ็นต์ อีก 20 เปอร์เซ็นต์อยู่ตามหัวเมืองหลัก ส่วนติจิทัลเอเจนซี เปล่นต่อนู่ตามหัวเมืองหลัก ส่วนติจิทัลเอเจนซี ใน่พันคนกรุงเทพฯและตามกับเมืองหลัก จะเห็น ว่า สื่อทั้งหมดหรือขอขอดมนไปอยู่ในระนาบเตียวกัน ทั้งหมด เมื่อมาต่อจิกชอร์รวมกันจะได้อายบอลใน เป้าหมายกลุ่มนี้ให้แข็งแรงที่สุด

มองเห็นศักยภาพอะไร ของหนังสือพิมพ์ฐาน เศรษฐกิจ

เรามองหาสิ่งพิมพ์ที่มีแบรนด์อยู่แล้วกลุ่ม เป้าหมายอยู่ที่กรุงเทพฯ และหัวเมืองตาม ยุทธศาสตร์ที่วางไว้อาจสร้างแบรนด์ฐานศรษฐกิจ มาต่อยอดทางทีวีด้วย เรื่องนิวมีเดียาขาก็มีบ้างแต่ ยังไม่แข็งแรง เรื่องบุคลากรเรามีคนที่มีความรู้ ความชำนาญด้านนี้ต้องไปต่อเพียม เรื่องเนื้อหาคง ต้องเข้าไปช่วยกันสร้างให้แข็งแกร่งมากขึ้น ถ้า เอาแบรนด์ฐานเศรษฐกิจมาร่วมในกลุ่มจะสร้าง Value และต่อยอดได้อีกเยอะ โดยเฉพาะงานหลัก ของเข้าที่สร้างรายได้ 30 เปอร์เซ็นด์เป็นอีเว้นด์ ช่วมีสื่อครบยิ่งดี ขนาดเขามีสื่อเดียว ทำอีเว้นด์ ทำลับมนา ทั้งสามารถเล็กเต็ว

ดูเหมือนว่าทุกแพลตฟอร์มจะมีนิวมีเดียมาเป็น ส่วนต่อขยาย มีการวางแผนบุคลากรอย่างไร

เรามี กองนิวมีเดีย นิตยสารเขาก็มีกองนิว มีเตียของเขาอยู่แล้วแต่สิ่งที่เรามองคือ ดิจิทัล เอเจนซี ที่ฟุลเซอร์วิสเป็นโซลูชั่นที่จะครีเอทีฟ ให้ทั้งหมดอีกด้วย

นิวมีเดียสามารถรวมทุกผลิตภัณฑ์ของเราใด้ ใช่หรือใน่

ใช่ค่ะ เรามักเจอปัญหาที่ลูกค้าบอกว่าไม่ค่อย มีงบสำหรับแอนะล็อกแล้ว มีอะไรที่เป็นโซเซียล



มีเดียไหม ซึ่งเราต้องเอาโจทย์ของลูกค้ามาทำงาน ภายให้สื่อทั้งหมดที่มี ทำอย่างไรให้ตอบโจทย์ ลูกค้าใต้มากที่สุด ในขณะที่ลูกค้าต้องการโซเชียล มีเดีย แต่ปัญหาตือลูกค้าส่วนใหญ่เข้าใจเรื่อง อง โซเชียลมีเดียน้อยมาก เราเลยต้องการคนที่มี ครามรู้ความจำนาญ จึงเลือกที่จะร่วมทุนกับ ดิจิทัธเอเจนซี

สถานการณ์ธุรกิจค่าสุด ของการเป็นสถานีข่าว เป็นอย่างใร

สื่อมีวงจรของมัน ตอนเราทำดาวเทียม ทำได้ 4 - 5 ปี ตัวเลขอยู่ที่เดิม คาดว่าปีถัดไปจะ คำนวณกำไรได้ แต่ กสทช. บอกว่า ทีวีจะต้องไป ประมลทีวีดิจทัลนะ เราก็กลับมาทำการบ้านไปคย กับลูกค้าหาข้อมูลเยอะมากหลังจากที่ศึกษาแล้ว เราไม่ไปก็ไม่ได้ถ้าอยู่ที่เดิมตายแน่ๆ แต่การเดิน หน้าต่อก็ยอมรับว่าเหนื่อย ทีวีดิจิทัลในยุคแรกต้อง บอกว่าคลมเครือมากกล่องไม่แจก ประชาสัมพันธ์ พอไปหาลูกค้าลูกค้าบอกว่าไม่เคยเจอ ปรากฏการณ์แบบนี้มาก่อนไม่รู้ว่าจะวางแผน อย่างไรขอชะลอสัก 1 ปี เพื่อรอดูท่าที พอปีที่ 2 เราบอกว่า เราจะเป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมง ลูกค้า บอกดีมากเลย เป็นช่องที่โพชิชั่นตัวเองชัดเจนมี จุดขาย แต่พอมาปีนี้ลูกค้าเริ่มพูดว่าดูข่าวช่อง ไหนๆ ก็เหมือนกันเราเลยต้องทำการบ้านเพิ่มอีก แต่ก็มองเป็นความท้าทายดี และเราหยุดนิ่งไม่ได้

หลังจากประมูลทีวีดิจิทัล มาเทคโนโลยีสื่อสาร พัฒนาใปใกลมาก มีทั้ง ใลน์ทีวี ยทบ

เรายังเป็นดิจิทัลทีวีผ่านโครงข่ายภาคพื้น ดินที่ญี่ปุ่นเข้าไปถึง 4K กันแล้ว ภายใน 2 ปีนี้ ถ้า มองเรื่องความคมชัดไม่ใช่ เอ็ชดี ที่ กสทช. ให้ ประมูลกันแต่จะไประดับความชัด 4K แล้ว

ตอนนั้นถ้ากลั้นใจสวนกระแสไม่ประมูลทีวีดิจิทัล ใก้ใหม

ไม่ได้เลย เพราะตลาดเคเบิ้ลแทบจะตายแล้ว ช่องที่อยู่ได้ก็เป็นช่องขายของ หารายได้จากวิธีอื่น ที่ไม่ใช่หาสปอนเซอร์ ลูกค้าบอกว่าเขาแพลนลง เคเบิ้ลทีวีเพื่อจะทำกิจกรรม อย่างเช่นไปขอนแก่น เขาจะวางแผนใช้สื่อหลักผสมกับสื่อท้องถิ่นอย่าง เคเบิ้ลทีวี ซึ่งที่ผ่านมาต่อนข้างได้ผล แต่เมื่อเกิด จิหักสีวิกลายเป็นว่าพอลงเคเบิ้ลทีวีกลายเป็นว่ากิจกรรมในปีนั้นส้มแหลว ในขณะที่ดิจิหักส์ทีวีเองก็ ไม่ได้มีอิมแพคเข้ามาทดแทนเดเบิ้ลในช่วงปีแรก กลายปืนว่าเม็ดเงินยังไม่มาในช่องแอนะล็อกเดิม ช่อง 3 และ ช่อง 7 จากเดิมที่ไม่เคยลดเลยตอน ที่ก็ชื้อ1 แถม 1 และลูกค้าเขาก็วัดจาก Effective ในส่วนของเขาด้วย แต่ว่าตอนนี้ที่ดแบ็กตีขึ้นแต่ก็ ขึ้งเป็น Tier กลางๆ ยังเป็นทางเลือกให้กันลูกค้า เวลาวางแผงงานมากกกว่าที่จะเป็นตัวเลือกหลัก

ในส่วนของกองข่าวช่วงปีที่ผ่านนาเป็นอย่างใรบ้าง

มั่นคงแข็งแรงมากขึ้น เราเริ่มใต้บุคลากร จากหลายส่วนจากที่เมื่อต้นปีมีน้องๆ บางส่วน ออกไปแล้วก็รับธมัตรพนักงานที่มาเพิ่มเต็มเรื่อง เตรษฐกิจ ซึ่งน่าจะเป็นอีกหนึ่งธงหลักที่เราจะบัก ในปีหน้าด้วย ติดว่าหนึ่งปีที่ท่ามาการเตรียมมีเตีย แพลตฟลร์ปในภาพรวมต่อนจ้างมั่นใจ

เมื่อสักครู่คุณบอกว่า ลูกค้ามองซ่าวในซ่องสถานี ทีวีดิจิทัลว่าเหมือนดับไปหมด

ใช่ค่ะ นี่เป็นใจทย์สำหรับเราในปีหน้าตอนนี้ กองบรรณาธิการเริ่มลงตัว บรรณาธิการแต่ละท่าน มีความช่านาญแตกต่างกันมี ได้รอาเชียน ได้ะต่าง ประเทศ ได้ะเศรษฐกิจ ที่แข็งแรงมากขึ้นมี บรรณาธิการ ด้านสังคม ซึ่งเป็น Human interest มีการเมือง อาชญากรรม บันเทิง กีฬา แต่ละสาย ข่าวต่อนข้างแข็งแรง

ตอนนี้หลายช่องหันไปทุ่มเทกับช่าวกีฬา เพราะดึง เรตติ้งได้ดี สปริงนิวส์มองอย่างไร

เราพยายามไม่เข้าไปตามเทรนด์แต่ก็ดูไว้ไม่ ให้หลุดจากเทรนด์ เพราะทุกอย่างเป็นไปตาม Demand และ Supply สปริงนิวส์เป็นสถานีข่าว ไม่ได้มีเม็ดเงินลงทุนเยอะ ถ้าลงทุนซื้อเนื้อหาเรา ต้องระมัดระวัง และต้องมั่นใจว่าสิ่งนั้นน่าสนใจ สามารถตอบไขทย์เรื่องรายได้



ในฐานะผู้บริหารหน้าใหม่ อะไรคือข้อเรียนรู้ที่สำคัญ ในวงการข่าวโทรทัศน์

เรียนรู้เยอะมาก ข้อแรก คือ หยุดอยู่กับที่ ไม่ได้เลยต้องหมั่นศึกษาพาข้อมูลตลอดเวลา ต้อง ทำรีเสิร์ชเยอะมาก ในช่วงที่พฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนเร็วเราต้องตามให้ทันต้องตักทางให้ถูก ในใช่ เขาแปลี่ยนแล้วเราต่อยเปลี่ยนตาม ข้อสอง คือเรื่องของคนได้เรียนรู้การทำงานกับคนมากขึ้น ทุกวัน ทั้งสองส่วนเป็นเรื่องท้าทายมากเราต้อง พร้อมรับมือกับสถานการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นตลอด เวลา เคยคิดหรือไม่ว่า การไปทำธุรกิจอื่นอาจให้ผลตอบ แทนที่คุ้มเหนื่อยกว่านี้

ทำสปริงนิวส์ ส่วนตัวไม่ได้คิดเรื่องกำไรเลย
มองว่าไม่เป็นปัญหา มองว่างานสื่อเป็นวิชาชีพที่มี
อิทธิพลกับคนและสังคมอย่างมาก สังคมจะดี
หรือไม่ดีส่วนหนึ่งอยู่ที่สื่อ ถ้าเราสามารถทำงาน
ให้ดีและสร้างประโยชน์หลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็น
คนกลางในฐานะสื่อ หรือตอนเกิดเหตุการณ์อย่าง
ช่วยเหลือเราเอาป็นสื่อกลางในทารช่วยให้ความ
ช่วยเหลือเราเอาทีมข่าวลงไปหาคนที่ประสบภัย
แล้วอพยพตนออกมา มันทำอะไรได้เยอะมาก
ไม่ใช่เป็นแต่การเดือนประชาชนตอนน้ำท่วมมีคน
มาขอบคุณทำให้รู้สึกว่าเป็นกำลังใจในการทำงาน







เขมทัตต์ พลเดช กรรมการผู้อำนวยการใหญ่สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

คำว่า สื่อเก่า สื่อใหม่ มีความหมายอย่างไรใน มุมมองของคุณ

ในความเห็นของผมสื่อเก่าและสื่อใหม่ไม้ได้ ต่างกันมากนัก แต่ในเรื่องคอนเทเล้าะต่างกันที่ เทคโนโลยีแพลตฟอร์ม และการเหาะเล้าะตอนเรเต็บ กันสื่อเก่าก็เป็นคนรุ่นเดิมยังใช้วิธีการสื่อสารแบบ เดิมๆ ส่วนสื่อใหม่เป็นคนรุ่นใหม่กับคนรุ่นเก่า ผสมกัน ซึ่งคนรุ่นเก่าจะมองว่าสื่อใหม่มีทั้งข้อตี และ ข้อเสียข้อตีดือสามารถสื่อสารไปถึงคนหมู่ มากได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ผ่านระบบคัดกรองใน ขณะที่สื่อเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุท้ออถิ่นระบบวัด เรติ้ง ส่วนข้อเสียจากหนึ่งคนสามารถเผยแพร่ ไม่สู่หลายคนได้ โดยที่ไม่มีอุปกรณ์การกรองเน็อหา ซึ่งอาจะเป็นอันครายต่อสังปีด้

ดังนั้นสื้อใหม่ในโลกใหม่ จึงเป็น Personal casting คือ คนหนึ่งคนไป engage คนหลายคน ได้บางที่ในหนึ่งเฟซบุ๊กไปถึงคนอื่นด้วยสื่อใหม่ เหล่านี้ ต้องจัดความสำคัญแล้วว่าเป็นคอนเทนด์ แบบใหนเป็นข่าวแบบใหน แกมไม่ต้องผ่านระบบ เรดตั้ง กระบวนการผลิตไม่มาก พอมัคนเข้าถึง มากๆ ก็มีมูลค่าขึ้นมาสามารถทำเป็นอี-คอมเมิร์ช ได้แต่สิ่งเร้าที่เข้ามาในสื้อใหม่มีเยอะมาก จำนวน ปริมาณมหาศาลในทุกวันเราจะควบคุมอย่างไร เพราะเป็นจึงถึงใหม่

เราควรรับมือเรื่องนี้อย่างใร

ต้องเริ่มที่ต้นทางเหมือนกับเรื่องจริยธรรม สื่อทั้งคนทำสื่อและคนรับสารจากสื่อประเด็นคือ คนทำสื่อใหม่ไม่ได้เกิดจากสายพื้นฐานวิชาชีพ เหมือนสื่อเก่า ถ้าหากเป็นเจ้าของสื่อใหม่ต้องมี ความรับผิดชอบถึงจะเป็น Personal casting หรือ Citizen reporter ก็ตาม บางคนบอกเป็นแค่เจ้า ของเฟซญีกทำไม่ต้องกลับไปพื้นฐานด้วย แต่การ เป็นเจ้าของแพลตฟอร์มต้องรับผิดชอบต่อสังคม ถ้าหากพื้นฐานวิธีติดจูนตรงกันในเรื่องนี้ ผมคิดว่า สื่อใหม่จะช่วยจรรโลงและทำให้คนกลับมาอ่านข้อ มูลข่าวสารและวิเคราะห์กันอย่างเป็นธรรมมากขึ้น

ช่วยจรรโลงสังคมอย่างไร สื่อใหม่สามารถ ก้าวข้ามกำแพงขวางกันในเชิงธุรกิจบางอย่างของ คนทำลือในอดีต และเป็นเกราะป้องกันให้สังคมได้ ในต่างประเทศ พวกกรีนพืช หรือ เอ็นจีโอต่างๆ รีซื่อโซเชียลมีเดีย ในการจระโลงชุมชนให้รอดพัน บางอย่าง แต่บ้านเราบางครั้งใช้ในทางทำลายหรือ ต่อด้านกันโดยอ้างเหตุผลที่ต่างกัน ในการใช้สื่อ Social บางครั้งรัฐบาลใช้สื่อสร้างความเข้าใจกับ คนรุ่นใหม่ได้ สังคมจริดีได้ต้องให้ความรู้อยู่ใน กรอบที่กำกับตูแลได้กุกคนในโชเชียลต้องเข้าใจ รู้เคราะห์คัดกรองข้อมูลแพราะข้อมูลเป็นสิ่งเร้าที่ เข้ามามากกว่าสื่อเก่าร้อยเพ่าตัว

พีพีทีวี ปรับตัวอย่างไรในสถานการณ์แบบนี้

ปีที่ผ่านมาเราเปิด แผนกไขเขียลมีเดีย สิ่งที่
มองคือ ทีวีเรตตั้งเท่าเดิม ทั้งแอนะลือกและดิจิทัล
ไม่ว่าจะทำเนื้อหาตีขนาดไทน คอนเทนด์รายการ
ในทีวีทุกวันนี้เลยยังเหมือนเดิม ผู้คนก็จะข้ามไป
หาข้อมูลที่สดตรงกว่าจากโขเขียลมีเดีย เรามอง
เรื่องการสร้าง Non-broadcasting business
กับการหาฐานผู้ชม ในการวัด response ของผู้ชม
บางรายการทางหน้าจอมีเรตตั้ง 0.1 เท่ากับคนไม่
กี่หมื่นคน แต่ในโขเขียลมีคนดูเป็นล้านคน ระบบ
เรตตั้งทางโทรทัศน์ยังไม่ได้เอาโขเชียลมีเดีย
ใปรวม ท่าอย่างโรจิจะทำให้เกิดสมดุลขณะเดียว
กันวิฮีการนำเสนอในโขเชียลมีเดียก็ต้องปรับ
เมื่อน ให้เข้ากับผู้ใช้ที่ไม่ได้แค่อ่านแต่มีการตอบ
สมองทั้งโลดีและแซร์ด้วย

ตอนนี้มีการแบ่งประเภทคอนเทนต์อย่างไร ที่สถานีโทรทัศน์ PPTV HD เราแท่งสัดส่วน



รายการออกเป็นช่าว 30% กีฬา 30% วาไรตั้ บันเทิง 40% โดยในส่วนของโซเซียลมีเดียเราทำ ทั้ง Live สด ดูรายการย้อนหลัง และรายการช่าว และกำลังจะเพิ่มการ Engage ด้านกีฬาให้มากขึ้น ด้วยการมีส่วนร่วม เช่น การเล่นเกมตอบคำถาม หรือหาสมาชิกเข้ามหาพื้มขึ้น ซึ่งก็เพิ่มขึ้นทั้งภาพ นึ่งภาพเคลื่อนไหว ข่าวกีฬา รายการอื่นๆเป็นเทป ซึ่งตัดงหำให้บันษีชีวิต

เหมือนต้องมีลูกเล่นมากกว่าหน้าจอโทรทัศน์

ด้องมีมิติและความถี่เพิ่มขึ้นทีวีมืออกอากาศ 24 ชั่วโมง แต่ไซเชียสมีเดียมีการวัดและส่งออก ถึงผู้คนเป็นวินาที การมีข้อมูลเข้ามาแล้ว ทำให้เล้าของเพพลกฟอร์มต้องหาคอนเทนต์ที่โดด เด่นที่สุดที่เขาจะแชร์ต่อได้

การทำสื่อใหม่ต้องมีการลงทุนเพิ่มขึ้นหรือไม่

มีบ้าง เตโม่มากนัก การลงทุนส่วนใหญ่ใช้ ไปกับค้านอุปกรณ์และของค์แวร์ นอกจากนี้เรามี ความร่วมมือกับ ไลน์ กูเกิ้ล ยูทูป หากเปรียบ เทียบแล้วงานใหรทัศน์มีค้นทุนเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้อง ให้กับรัฐและค่าผลิตรายการสูงมาก บางข่องเริ่ม เบนเข็มเป็นคอนเทนด์โพรไวเดอร์แล้ว เล่นเฉพาะ ในโตเชียมมีเดียอย่างเดียว ซึ่งพอคำนวณแล้วมี รายได้มากกว่าคาโฆษณาอีก เทรนค์จะเป็นแช่นนี้ ในต่างประเทศเราจะเห็นได้ สถานีที่เป็นกลุ่มโฮม ในต่างประเทศเราจะเห็นได้ สถานีที่เป็นกลุ่มโฮม ข่อปปิ้งเน้นลงทุนในส่วนนี้เพราะมูลค่าที่กลับมา จากสูงกิจออนไลน์อาสสูงกว่ารายได้จากค่าโฆษณา

ความตื่นตัวของผู้บริโภคออนใลน์บ้านเราตอบโจทย์ เชิงธุรกิจแล้วหรือยัง

ขณะที่ ผู้บริโภคมีความตื่นตัวมากใน ประเทศไทย ธุรกิจออนไลน์เวิมขยายตัว รัฐบาลก็ สนับสนุนแต่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐทางหน่วยงานไม่ เข้าใจจะมาบล็อกตลกดรุรกิจก็ไม่เกิดการต่อยอด ในเกาหลี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาโฮมข้อปบึ้งมีรายได้ เป็นแสนล้านบาท เขาขายทั้งวันทั้งคืนมูลค่าที่จะ ไปตอบโจทย์อินค้าอื่นทั้ง โลจิสติสต์ โออีเอ็ม โอท็อป แต่ของเราพอทำไตปุ๊บ เอ๊ะ ผิดกฎหมาย หรือเปล่าต้องประมูลไหม หน่วยงานรัฐมีความคิด ว่าทุกอย่างต้องขอใบอนุญาตเหมือนทีวีติจิทัล หรือไม่ นี่ก็เป็นประเต็นบัญหาที่กลุ่มออนไลน์เริ่ม ไม่แน่ใจในทิศทางของธุรกิจ

ในขณะที่โทรทัศน์ดิจิทัลดูจะติดขัดใปหมด สื่อใหม่ น่าจะเป็นโอกาสที่น่าสนใจกว่าหรือใม่

ผมคิดว่าทุกสถานีมองข้ามบัญหาทีวีดิจิทัล ไปแล้ว ดอนนี้มีสองทางเลือก หนึ่ง หาสื่อใหม่ มาเสริม หรือ สอง สักระยะก็หยุดให้บริการไป พราสตาร์ทอัพ แต่เกรงว่าจะเป็นไฟใหม้พาง คือ ค่อยๆ ทายไปเหมือนจุรกิจเอสเอ็มอีโอท็อปยุด แรกๆ ฮิตแล้วก็หายไปเทคในโลยีพัฒนาเร็วมาก สถานีก็ต้องปรับด้วเองไห้ทันแต่แอนะลือกทีวีใหญ่ มากมีทั้งโครงข่าย สายส่ง คน รถโอบีมีทุกแผนก ไม่เหมือนต่างประเทศใช้คนน้อยที่เหลือเอ้าด์ซอร์ส หมดดันทุนไม่ต้องมากไม่มีภาระ สื่อใหม่จึงเป็น ทิศทางที่น่าสนใจ

ต้นทุนในการผลิตข่าวของพีพีทีวีเป็นอย่างไร เมื่อ เทียบกับคอนเทนต์อื่นๆ ของทางสถานี

ไม่สูงมากนัก เพราะฝ่ายข่าวของเราแค่ 100 กว่าคน เรามีนโยบายให้ข่าวเป็นภาพลักษณ์ ใน กลุ่มอาเซียน เรามองว่าการเสนอข่าว 5 -10 ช่อง ที่มีอยู่ในบัจจุบันยังค่อนข้างเหมือนเดิม ภารกิจ กรขยายงานด้านข่าวของพีพีทีวี จึงทำงานเน็น คุณภาพบวกวิธีคิดของคนทำข่าวต้องไม่ใช่ข่าว อาชญากรรมข่าวเจาะแบบเดิม ๆ หรือ ข่าวราก หญ้า เอ็นจีโอ ซึ่งคนดูไม่สนใจ แต่ถ้านำเสนอ ประเด็นใหม่ๆ ที่คนใทยต้องเข้าใจ เช่น พรอมเพย์ คืออะไร ส่งผลกระทบต่อชีวิตคนอย่างไร อย่างนี้ คือ เศรษฐกิจบวกต่างประเทศ หรือเรื่องอัตราแลก เตี่ยนกับเงินฝากเราต้องการคนทำงานที่มีความรู้ ตรงนี้ ถึงตอนนี้ทีมข่าวถือว่าต่อนข้างสงตัวทั่งใน ด้านข่าวเจาะข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศนอก เหนือจากข่าวที่วไปที่มีอยู่



ให้ความสำคัญในการลงทุนกับงานข่าว หรือ ชื่อง โมโน ไม่เน้นข่าวแต่ผลตอบลัพธ์ก็ดีพอควร

ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละสถานีบางสถานี
วางนโยบายชงตั้งแต่แรกว่าไม่สนใจเรื่องข่าวสาร
เน้นบันเทิงอย่างเตียว แต่ พีพีทีวีไม่ใช่ข่าว ถึงจะ
ไม่สามารถทำขอย่าดีสูงขายไม่ให้หมดแก้ก้ทำราย
ไม่สามารถทำขอย่าดีสูงขายไม่ให้หมดแก้ก้ทำรถานี
เป็นกระบอกเสียงต่อสังคมนโยบายเรา คือ ทำ
ข่าวสารที่แดกต่างจากชาวบ้านมีจริยธรรมหากจะ
เสนอข่าวก็ต้องเป็นผู้นำกระแสขึ้นมา เช่นการเปิด
ประเด็นของผักตบชวาในเขื่อนเจ้าพระยา การ
ทุจริดไฟประดับถนนของ กทม. เป็นเชื่งเริ่มจะเห็น
หิศทางที่ดีไม่เดือนสิงหายมที่ผ่านมา

เมีเมีทีวีต้องการข่าวแบบใหม

ข่าวของพีพีทีวี เอชตี มีตั้งแต่การเน้นต้าน ของประเด็นในสังคม ให้สังคมใปคิตต่อเนื่อง การ เชื่อมโยงข่าวต่างประเทศ เศรษฐกิจ การเมือง กระแสร้อนแรงและผลกระพบต่อทุกกลุ่ม ไม่เน้น ข่าวชาวบ้านมากนัก แต่ต้องมองประเด็นได้ แม่นย่า ต้องอาศัยการเปิดใจกว้าง ซึ่งผมมองว่า บัญหาไม่ได้มาจากคน แต่เป็นวัฒนธรรมการ ทำงานมากกว่า คนในรงการข่าวต้องพัฒนาตัวเอง ตลอดเวลาเพราะสถานการณ์ข่าวเปลี่ยนไปตลอด เวลามีแต่เรื่องใหม่ๆ เกิดขึ้น คนทำงานต้อง ทันลมัย ถ้าไม่เปิดใจกว้างก็ไม่ได้ข่าวลึก

อยากให้ช่วยขยายความ เรื่องวิสัยทัศน์อาเซียน ที่กล่าวถึงเมื่อสักครู่

มองว่า เราหากินในประเทศอย่างเดียวไม่ พอเราควรรู้เรื่องอาเซียนด้วย อย่าไปดูถูกเขาเรา ไม่รู้เรื่องเขาเลย ไม่ว่าจะด้านกฎหมาย วัฒนธรรม ถ้าเขาเปิดประเทศ แรงงานเราจะหายไปหมดเป็น ข้อเสียเปรียบ เมื่อใดที่อาเซียนรอบข้างแข็งแรง เมืองไทยก็จะแข็งแรงด้วย เพราะนักลงทุนใช้ เมืองไทยเป็นฐานเขาก็บินจากไทยไปประเทศใน อาเซียนธุรกิจไทยจะไดหันที่ในแง่ของการทำธุรกิจ โทรทัศน์และมีคอนแทนด์ เรามองว่าจวรต้องส่วม มือกันอย่างน้อยอาเซียนจะได้เป็นพื้นที่ที่มีการ เดิบโตในอนาคต ถ้าผูกตรงนี้ได้เราจะแข็งแรง มากขึ้นเพราะคอนเทนต์และวัฒนธรรมการชม รายการโทรทัดน์ใกล้เดียงกับ

นองการผลิตคอนเทนต์รองรับในส่วนนี้

ใช่ ตอนนี้เราเริ่มไปคุยว่าเขาสนใจอะไร รายการถีฬา วาไรดี ละคร ประเทศไทยอยู่ดรง กลางเรื่อมต่อได้หมด อยู่ที่ว่าบุคคลากรพร้อมไหม สองคอนเทนด์พร้อมไหมและข้อสุดท้ายคือเราจะ เรจากับสถานีโทรทัศน์ในอาเขียนได้มากน้อยแค่ ไพน

คนรุ่นใหม่มีความพร้อมหรือไม่ ได้ฟังวิสัยทัศน์ อาเซียน แล้วสนใจหรือไม่

ก็มีบ้างแต่ยังไม่เข้าใจ เพราะยังยึดติด อยาก ท่าข่าวติดตินข่าวบันเท็งตบกัน เขาควรจะมีความ เข้าใจใหม่ อย่างทำข่าวบันเท็งต้องรู้จักคนเบื้อง หังง้าง้าหมด เวลาผลิตรายการ จะต้องแปลกใม่ เหมือนคนอื่น อย่างเมืองนอกมีชีวประวัติคนดัง เป็นโครมาจากไทนขายเป็นหนังสือใต้ วงดนตรี ดังๆก็ขายได้อีกส่วนคือ Classical ทำไม บางข่อง ในทีวีเป็นช่องคลาสลิก ฉายแต่หนังเก่าๆคนอยาก เสพของเก่าตรงนี้ก็มี ถ้าเป็นนักข่าวเศรษฐกิจตับเคลื่อนตลอดเวลา กฎหมายใหญ่ๆ ว่าโลกนักข่าวการเมืองต้องรู้ เทคในโลยีด้าน เกษตร ไปถึงใหน บัญหาพลังงานแก้กันไปถึงใหน แล้วพวกนี้อนาคตของโลกทั้งนั้น ผมมอว่าต้อง พยายามที่จะสือสารกับคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง พยายามที่จะสือสารกับคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ตอนนี้พีพีทีวีเน้นลงทุนกับเนื้อหาประเภทใหน

กีฬา ทั้งที่เราก็มีแต่ 30 เปอร์เซ็นต์ ส่วนอีก 40 เปอร์เซ็นต์เป็นวาไรดี้กับละตร แต่คนสนใจ กีฬา ส่วนข่าวกำลังเริ่มได้รับความนิยมโจทย์ต่อไป คือข่าวจะได้รับความขยมมากน้อยแต่ใน ทีมเรา ข้มแข็งแต่มีปัญหาตรงอยู่คนละออฟฟิศเพิ่งอ้าย มาอย่าวมกับเมื่อเดือนมิถนายนที่ผ่านมา ถ้าเป็น



2-3 ปีก่อน เราจะตอบว่าเราเพิ่งมาใหม่ ถ้ามอง อย่างเป็นธรรม 3 ปี ถือว่าไม่ใหม่ไม่เก่า สมัย แอนะล็อกบางช่องสืบกว่าปีถึงจะเกิดแต่เราต้อง สู้กับ 24 ช่องและเป็นช่องใหม่เราไม่เคยเป็น สำนักข่าวมาก่อนแต่ 3 ปีนี้ ทุกคนรู้จัก Brand Value พีพีทีวี มากขึ้นนะ

ในยุคสื่อใหม่ นอกจากความพร้อมทีมคอนเทนต์ ทีมธรกิจต้องปรับตัวสักแค่ใหน

การตลาดขายแบบเดิมๆ เหมือนขายหมูปั้ง ไม่ได้คงไม่ได้แล้ว ตอนนี้ธุรกิจซับซ้อนมากขึ้น ต้องขาย Positioning และ Target ต้องให้ Marketing lead ไม่ใช่ Sales lead ให้เข้าถึง กลุ่มต่างๆ วิธีทำให้ขายได้ไม่ใช่ถามว่าซื้อรายการ นี้ใหม แต่ต้องเป็น Strategic Partner ในการติด แนนการตลาดให้ลูกค้ามันใจโดยเอารายการของ สถานีเป็นแกนดังดัน

อะไรคือซ้อจำกัดของมาร์เก็ตติ้งงานสื่อในบ้านเรา

บุคลากรยังไม่มีความเข้าใจ ถึงแม้จะมาจาก สายธุรกิจอื่นก็ยังไม่ใช่ ต้องมาจากสายสื่อผู้บริหาร ทั้ง Professional และ Investor ก็ต้องคุยกัน อย่าง Investorมองว่าลงทุนแบบนี้จะเห็นสะ อย่างไรมีกรอบให้ดำเนินการฝ่ายจัดการ professional ก็ต้องหาทาง Implementation ไฟ้ได้

ถึงตอนนี้ พีพีทีวีวางแผนธุรกิจใว้อย่างใร

ชุรกิจของทีวีดิจิหัลมี 2 ส่วน หนึ่ง เรื่องเรตติ้ง ทำอย่างไร เพราะเป็นของเดิมยากมากคุณต้องไล่ เงินให้คอนเทนต์แข็งแรง แต่ที่ผ่านมาใช้งบ ประมาณมาก แต่เพราะเรตติ้งไม่ดีมาก บางสถานี จึงใช้ออนไลน์ช่วยเสริม หรือ พาแนวทางการ ตลาดใหม่ๆ ถ้าหากไส่เงินในคอนเทนต์ไปแล้ว ไม่พอต้องดูส่วนที่สอง คือ หันกลับมาทบทวน รายจ่าย วัดเข็มขัด ลดตันทุน









ฉัตร ซัย ตะ วัน ธร ง ค์ เจ้าหน้าที่บริหารสายงานปฏิบัติการ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐกีวี

การพัฒนาเทคโนโลยีช่าวสารที่เกิดใหม่อย่าง โซเซียลมีเดีย ส่งผลกระทบต่อสื่อหลักอย่างไทยรัฐ อย่างไรบ้าง ?

เรื่องนี้คงไม่ได้ส่งผลกระทบแค้ไทยรัฐที่เดียว แต่กระทบทั้งอุตสาหารมสื่อซึ่งเจ้าของสุรกิจสื่อ และเราเองก็เห็นทิศทางมาอยู่แล้วเพียงแต่ตกใจ กันเล็กน้อยไม่ติดว่าประเทศเราจะดื่นตัวเรื่องหาดนี และผลกระทบน่าจะรุนแรงเกินกว่าที่คาดไว้ ใครจะ จิตว่าวันนี้เราจะมีมือถือร้อยล้านเครื่อง ใครจะ จิตว่าอีก 2 ปีข้างหน้าอื่นเทอร์เน็จจะไปถึงทุก หมู่บ้าน ใลน์มี 30-40 ล้านแอ๊กเคาต์ภายในไม่ก็ปี วันนี้ถ้าเอาตัวเลขจากที่มีการสำรวจคนดูหน้าจอ ทั้งมือถือ โทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์ใช้เวลากว่า 7- 8 ขั้วโมง แต่ลนดูไทรทัศน์อยลง เด็กรุ่นใหม่ ที่อายุ 30 ลงมาแทบจะไม่ดูโทรทัศน์ นั่นหมาย ความว่าเราเลียประชากรที่รับขมผ่านสื่อหลักอย่าง โทรทัศน์จำนวนมหาศาล สื่อจึงต้องพยายามตั้นรน และปรับตัว

บรรยากาศความตื่นตัวในเรื่องนี้เป็นอย่างไร

ทุกคนเริ่มตั้งคำถามว่า โทรทัศน์ดิจิทัลที่ ประมูลใบอนุญาตมา 15 ปี วันนี้เราเพิ่งเดินมาแค่ 3 ปี คำถามคือใบอนุญาตยังมี value ถึง 15 ปี หรือเปล่า ถ้าในอีก 2 - 4 ปีช้างหน้า อินเทอร์เน็ต เข้าถึงทุกบ้าน คนก็ไม่จำเป็นจะต้องมีกล่องของ กสทช. หรือมุมมองของผู้ควบคุมอย่าง กสทช. หรือมุมมองของผู้ควบคุมอย่าง กสทช. ก็บอกว่าใบอนุญาตมีมูลค่ามหาศาล ต้องประมูล กันเป็นพันล้าน และมีแค่ 24 ช่อง แต่ทุกวันนี้เปิดง เข้าเท็บม ซึ่งมีเป็นร้อยของ ยังไม่นับบนมือถือ โลน์ทีวี ยูทูป เฟซบุ๊กใสฟ์ จำนวนเซแนลและผีเล่นเปลี่ยนไปแบบคาดไม่ถึง

วันนี้คนที่เคยรับโทรทัศน์แบบทางเตียว เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น คนทำโทรทัศน์เองต้อง หยิบข่าวจากผู้สื่อข่าวพลเมืองบนยูทุป เฟซบุ๊ก มาขับขานที่หน้าจอด้วย ซึ่งก็ทำให้อลหม่านกัน
พอสมควรสมมุติว่าในหนึ่งร้อย ข่าวผมหยิบข่าว
จากใชเชียลมาใช้สินข่าว นั้นหมายความว่าเขากิน
ส่วนแบ่งการทำงานของมืออาชีพากัน และเป็น
เรื่อง ที่ประชาชนให้ความสนใจด้วยถ้าเป็นสิบกว่า
ปีที่ แล้วคนจะร้องเรียนอะไรด้องมาที่หนังสือพิมพ์
ไทยรัฐ วันนี้ไม่ต้องแล้วแค่สาดลงบนโซเชียลมีเดีย
เรื่องก็ถูกขยายใหญ่โต คุณมดดำ (คชาภา
ดันเจริญ) บอกผมว่า "พี่ ทุกวันนี้ข่าวบันเทิงตารา
เขาไม่ต้องพึ่งสื่อแร้วยหวาะเขามีของดัวเองมี เรื่องอะไรเขาไม่ต้องเขาภาพที่ก็ต้องมาเก็บข่าของ
หนูเอง" ความเปลี่ยนแปลงอย่างนี้ถ่าใครไม่ปรับ
ตัวไม่ทำความเข้าใส่ยนแปลงอย่างนี้ถ่าใครไม่ปรับ
ตัวไม่ทำความเข้าใส่ยนแปลงอย่างนี้ถ่าใครไม่ปรับ

สื่อจะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ได้ คย่างไร

ในมุมมองของผม มี 3 สเต็ป ที่คนทำสื่อต้อง พิจารณา หนึ่ง ปรับตัว สอง ปฏิรูป และสาม ปฏิรัติ เราจะเลือกระดับไหนเมื่อก่อนผมมอง ปรากฏการณ์ใหญ่ในโลกของข่าวโทรทัศว่ามี 4 ยุค แต่วันนี้ผมว่ามี 5 ยุค

ยุคแรก เมื่อ 50 - 60 ปีที่แล้ว โทรทัศน์จอ ขาวดำเริ่มมีข่าวเป็นข่าวแบบตรงไปตรงมา ไม่มี อะไร

ยุคที่ 2 ต้องให้เครดิตอาจารย์สมเกียรติ (ตร.สมเกียรติ อ่อนวิมล) เป็นคนที่เอาฟอร์แมต ข่าวโทรทัศน์สากลเข้ามาใช้ในช่อง 9

ยุคที่ 3 ให้เครดิตกับไอทีวี เพราะเป็น ปรากฏการณ์คลื่นลูกใหม่ที่เป็นสถานีโทรทัศน์ข่าว ร้อยเปอร์เซ็นต์ครั้งแรกในประเทศไทย และไอทีวี



ก็เปิดมิติในการพัฒนางานหน้าจอ เริ่มให้ผู้สื่อข่าว มีบทบาทให้ผู้คนได้รู้จักข่าวสืบสวนสอบสวน ซึ่ง โทรทัศน์ก่อนหน้านี้ไม่ทำ

ยุคที่ 4 ผมให้เครดิตคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา เขาเป็นคนเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอย่าวไทรทัศน์ ที่เคยใส่สุทผุกเนคไทอ่านสดวิปต์ทีละบรรทัด มา เป็นการเล่าแบบเรียบง่ายที่เราใช่คำว่า ยุคเล่าข่าว ซึ่งหลายช่องเหียบเอาความสำเร็จนี้มาค่อยอด ช่วงแรกๆ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนออกมา ทั่วงดึงว่าการเล่าข่าวอาจเป็นการชี้นำ ตัดสิน หรือ ละลาบละลังง ซึ่งเสี่เงต่อการก้าวข้ามเส้นในเชิง มาตรฐานวิชาชีพซึ่งก็ถูกครับ แต่ประชาชนอยากดู เพราะผลลัพธ์คือ เรตดิ้งของรายการเล่าข่าวดี กว่ารายการนั่งค่านค่าวปกติ

คำถามที่ผมถามมาตลอด 5 ปีที่ผ่านมาว่า อะไรจะเป็นยุคที่ 5 วันนี้ผมได้คำตอบแล้วผมเรียก มันว่า ยุคพระหรือารย์ของงานข่าว นั้นเหมือน กับวันดีคืนต์เราก็มีพระเจ้าองค์ใหม่ลงมาจุติและก็ เปลี่ยนปีขชิเนสโมเดลของงานข่าว ทั้งกระบวน ทัศน์ใหม่หมด ทุกวันนี้ไม่ใช่แค่มุมมอง ที่ว่าจะ เล่าข่าวหรือไม่เล่าข่าวไม่ใช่วันเวย์หรือทูเวย์ ไม่ใช่ แต่ แอนะล็อกหรือดิจิทัล ไม่ใช่เคล่นทำกับคนดู แต่ทุกอย่างเปลี่ยนหมดเลย การเริ่มตันยุคที่ 5 เริ่มตัดเจน และจะเดินหนักต่ำไป

มองข้อใด้เปรียบ-เสียเปรียบของสื่อหลักและ สื่อรองที่เกิดใหม่อย่างใร

สื่อออนไลน์หรือโซเซียลมีเดียได้เปรียบอยู่
แล้วเป็นสื่อที่ไปใต้ทุกที่ เป็น Personal media
สามารถพกพาไปใต้ตอดเวลาซึ่งทำให้พฤติกรรม
คนเปลี่ยนกระทบไปถึงการทำงานของคนสื่อที่ต้อง
ปรับตาม วันนี้คนไม่ยึดติดกับเวลาออกอากา
พวกเขาสามารถดูข้อนหลังเมื่อไรก็ได้ เป็นสื่อที่
สามารถตอบสนองความต้องการของคนดูได้อย่าง
แท้จริง

สื่อหลักยังมีความใด้เปรียบเหลืออยู่หรือใม่

ไทยรัฐเชื่อว่า สิ่งที่จะเป็นเครื่องที่ค้ำจุนสุดท้าย คือความเป็นมืออาชีพ และความน่าเพื่อถือ เพราะ ท่ามกลางกระแสสื่อใหม่ สิ่งที่ตามมาด้วยคือ ปริมาณที่เยอะและความไม่น่าเชื่อ ซึ่งความรับ ผิดชอบองคนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนโลก ออนใสไม่มีทางเท่ากับนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เขาสามารถสาดอะไรมาก็ได้ ทำอะไรก็ได้ที่ไม่ ต้องมีความรับผิดชอบเท่ากับที่คนซึ่งเป็นสื่อ วิชาชีพพี่มีและต้องมีแพราะ ฉะนั้นตรงนี้เป็นช่อง ว่างที่สุดท้ายแล้วคนก็ต้องพึ่งสำนักข่าวที่เป็น มาตรฐานสูงและไทยรัฐก็พยายามจะยืนอยู่ตรงนั้น มาตรฐานสูงและไทยรัฐก็พยายามจะยืนอยู่ตรงนั้น

บองอนาคตของสื่อหลักและสื่อรองเหล่านี้อย่างใร

เราเชื่อว่าท้ายที่สุดโลกติจิทัดจะหลอมรวมโลก ของสื่อเข้าเป็นหนึ่งเตียว อยู่ที่ว่าจะใช้ประโยชน์ จากเทคโนโลยีเหล่านั้นว่ากน้อยแตกต่างกันอย่างไร เพียงแต่วันนั้นอาจจะยังมาไม่ถึง เนื่องจาก วัฒนธรรมองค์กรทักษะในวิชาชีพความเคยชิน ของคน อายุการทำงานของคนสื่อเก่า ดังนั้นต้อง รอให้เปลี่ยนเจเนอเรชันคนที่เข้ามาในเจเนอเรชัน ใหม่จะต้องปรับตัวและเข้าโจทุกสื่อ

สมัยก่อนเวลาทำไทรทัศน์ ที่เราเรียกว่า มัลดีแรนเนล คือ การเอาคอนเทนต์ออกไทรทัศน์ และนำไปออกผูทูป เพชบุ๊ก หรือ เว็บไซต์ แต่ทุก วันนี้แต่นี้ไม่พอ กลายเป็นว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องทำคอนเทนต์ที่สัมพันธ์กับช่องทางหลักอย่าง โทรทัศน์ไปหรือมๆ กัน สมัยนั้นผมมีคอนเซ็บไต้ว่า กองบรรณาฮิการเมื่อทำข่าว 1 ชิ้น เราเรียกว่า Digital first TV After สิ่งที่นักข่าวต้องทำ คือ ส่งข่าวสั้นๆ 2 บรรทัดให้ SMS ถ่าอนาทะแล้วส่ง ให้เร็บไซต์ หรือ ลงในทวิตเตอร์ เพชบุ๊ก และทำ หังหมดอย่างเร็วที่สุดเพื่อส่ง Breaking News ที่ โทรทัศน์ซึ่งกระบวนการทั้งหมดควรใช้เวลาไม่ เกิน 30 นที ปัจจุบันด้องมากกว่านั้น

เร็วๆ นี้ ผมจะมีกองบรรณาธิการที่ดูแลงาน เรื่อง ดิจิทัลเด็มตัว ทางผู้บริหารได้เตรียมความ พร้อมสำหรับการเปลี่ยนผ่านในเรื่องนี้อยู่แล้ว สิ่ง ที่ผมให้นโยบายกับกองบรรณาธิการคือ คนในกอง บา.ทั้งหมดต้องเห็นความสำคัญของจิจิทัลแขแแล และต้องปรับตัว ไทยรัฐจะมีทีมชาวที่เป็นดิจิทัล อย่างเป็นทางการเร็วๆ นี้ เราเป็นรายแรกๆ ที่เปิด



ข่าวเข้าไซเซียล คือ หยิบคอนเทนด์ไซเซียลมาขึ้น โทรทัศน์แบบไม่ต้องกระตาก แต่ยังคงรักษาจุดยืน คือต้องศรวจสอบ ต้องสร้างความน่าเชื่อถือต้อง ละลายจาวมไม่น่าเชื่อถือของโลกข่าวสารที่อยู่บน โลกโซเซียล อย่างที่เคยมีคนออกมาบอกข่าวว่า เชื่อนจีนแตก ซึ่งเราต้องรีบบอกเลยว่านั้นคือ ภาพ เหราะไม่เช่นนั้น ผลกระทบจะแรงมากบนโลก โซเซียล แรงกว่าที่เราออกทีวีสมัยก่อนเสียอีก

มีการเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยน แปลงดังกล่าวอย่างไร

คนที่เข้ามาทำงานที่ไทยรัฐ จะถูกเทรนด์ เรื่อง โตเชียลมีเตีย จากเดิมที่แยกทีม วันนี้จะเริ่ม ให้ทุกโต๊ะมีคนท่าโซเซียลซ จากเดิมที่ยุ้นประกาศอยู่ ในสตูดิโออย่างเตียว ผมจะเริ่มนำด้วรไทรทัศน์อย่าง เตียวคุณท่าข่าวบนเฟซบุ๊ก ด้วย เราปรับการบริหาร ลำดับการทำงานความเข้าใจ ทักษะการทำงาน การรายงานสตที่มีความรุงรังเทอะทะในอดีตจะถูก ปรับให้เหมาะสม เรามีทีมรายงานสดตั้งแต่คน เดียวทำได้ไปจนถึงถอก่ายกอคผ่านคาวเทียม ขนาดใหญ่เพื่อให้เหมาะกับบางเหตุการณ์ ซึ่งต้อง ใช้เทคโนโลยีแตกต่างกันระบบวิสารรมก็ปรับ แต่ทั้งหลายทั้งปรงต่อให้เราทำดีขนาดนั้นะ เรายัง รู้สึกว่าเราชักว่าลลาด ตลาดไปเร็วกว่า

บุกลากรต้องมีการปรับตัวทั้งด้านทักษะและจริยธรรม ในวิชาชีพอย่างไร เพื่อให้เท่าทันกับเทคโนโลยีและ พฤติกรรมซองผู้บริโภคที่เปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

เราให้ความสำคัญสูงมากในเรื่องจริยธรรม จรรยาบรรณ ธรรมาภิบาล รวมถึงระบบการกำกับ ดูแลตนเองโดยเฉพาะโทชาัศท์ที่ กลทร. พยายาม จะมีนโยบายแต่ผู้บริหารไทยรัฐคิดต่าง ในบางเรื่อง คือ เราต้องเข้าใจว่าผู้บริโภคมีความต้องการที่ หลากหลาย ขณะเดียวกันความรับผิดชอบต่อ สังคมเรายังอยู่เหมือนเดิม กรณีที่ผมยกเป็น รูปธรรมได้ คือ การเอาข่าวโซเชียลขึ้นมาบนจอ เราตรวจสอบอย่างถี้ถ้วนและยืนยันสอง คือ เรา ค่อนข้างแม่นเรื่องการคุ้มครองผู้ตกเป็นข่าวซึ่ง เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว การให้เกียรติ การนำเสนอข่าว สองต้านเราทำเป็นมาตรฐานอยู่แล้ว แต่กรณีที่ พูดกันมากในรอบหลายเดือนที่ผ่านมา คือ กรณี ของอาจารย์ท่านหนึ่งที่ยิงตัวตายซึ่งมีภาพที่มี ของอาจารย์ท่านหนึ่งที่ยิงตัวตายซึ่งมีภาพที่มี ของอาจารย์ท่านหนึ่งที่ยิงตัวตายซึ่งมีภาพที่มี มหก็ถูก กลทธ. เรียกไปสอบ ผมไม่ปฏิเสธนะว่า มันไม่เหมาะสมเราพลาด

ผมขึ้นจงว่านี่เป็นกรณีศึกษา บทเรียนที่เราได้ อันดับแรก ไทยรัฐสั่งซื้ออุปกรณ์ดีเลย์สัญญาณ เพื่อใช้ในการรายงานสดถ้ามีเสียงหรือภาพที่ไม่ เหมาะสม เราสามารถดูดเสียงและตัดภาพออก ก่อนที่จะส่งสัญญาณไปให้คนดู 30 วินาที

ชั้นตอน ที่ 2 เราจะมีตัว น 18+ หรือ ฉ ขึ้น บทจอโทรทัศน์ตลอดการถ่ายทอดสด ถ้าบก. วินิจฉัยว่าเหตุการณ์ นี้สุ่มเสี่ยงที่จะมีภาพที่มา เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 ผมมีตัววิ่ง ผมทำตัววิ่งไว้ 3 เช็ต เพื่อจะบอกคนดูว่า รายงานข่าวต่วนที่ท่านกำลัง รับชมอยู่นี้อาจมีภาพและเสียงที่ไม่เหมาะสม ตาม ความหนักเบาของสถานการณ์ เนื่จะเป็นระเบียบ ปฏิบัติการของทีมงาน ผมคิดว่าอย่างน้อย ไม่ใช่ ลงไทษ ตำหนี หรือคำกันแล้วเจอครั้งใหม่ก็ว่ากัน ใหม่แต่สร้างให้เกิดรูปธรรมการแก้ปัญหาที่ขัดเจน เป็นพัฒนาการของไทรทัศน์อีกขั้น เพื่อให้คนดู เห็นว่าเรารับผิดชอบต่อสังคม

เทคโนโลยีดีเลย์จะทำให้ข่าวซ้าใหม ในยุคการแข่ง ความเร็วสูงขนาดนี้ ?

ผมว่าการรับผิดชอบต่อคนดูสำคัญกว่า ผม บอกนักข่าวเสมอว่าจริงๆ แล้วสื่อรับใช้ 2 คน หลักๆ คนแรกคือคนดูคนที่สองคือผู้ใสเษณาแต่คน ที่มีบทบาที่สุด มาก่อนใครต้องทั้งเป้าที่คนดูไม่ใช้ กสทช. แพราะฉะนั้นการตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ ของเรา จะนำมาซึ่งกฎกติกาการทำงานที่รัดกุมมี อามรับผิดชอบสูงสุด คำนึงถึงคนดูมากที่สุด ความรับจำเหมียงกับต่อมลังค่อว่าความถูกต้องสำคัญ กว่าความเร็วจำสวนน่าเชื่อถือสำคัญกว่าความเร็ว



แล้วความเร็วที่เรายอมรับได้ ผมว่าคนดูเห็นภาพ ช้ากว่ากัน 30 วินาที่ไม่เสียหาย เพราะทุกวันนี้ ก็ ดีเลย์อยู่แล้วนะบางทีอาจจะด้วยระบบดาวเทียม หรือโครงข่าย

มีความคาดหวังจะเห็นบุคลากรสื่อในอนาคต เป็นคว่างใร

ผมไม่ได้คาดหวังอะไร ทุกคนก็มีทางของ ตัวเอง มีชีวิตของตัวเอง มีการย้ายจากนี้ไปนั้น ผมเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงสูง บางที่เราจะไป คาดหวังให้เขามีความเคารพภักดีต่อองค์กรอย่าง คนสื่อแท้จริงอาจจะได้ไม่เท่าเดิม สิ่งที่เราคาดหว่ง ว่าต้องมี คือความรับผิดชอบต่อดนเองและหน้าที่ และความเอาใจใส่ในหน้าที่การทำงาน และ การ มุ่งนันพัฒนาตนเอง ผมชอบคนที่เห็นแล้วปรับตั้ง ข้อสังเกต คนสื่อต้องมีพื้นฐานการคิดต่างอดหน้ไม่ ยอมแพ้มีโพวหรับเฉลียวฉลาดหาแง่มมที่แคกต่าง และมีไฟในการทำข่าว คุณสมบัติเหล่านี้หวังว่า จะอยู่ในคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้ทำงานฉาบฉวย ไปวัน ๆ แต่โลกของสื่อก็เหมือนโลกของธุรกิจอื่นๆ คุณจะ เห็นว่ายุคนี้มีเด็กรุ่นใหม่ที่ทำงานแบบไม่ง้อ องค์กรเปิดเฟซบุ๊กทำของขายโลกของสื่อก็มี เหมือนกันวันนี้คณสามารถเป็นเจ้าของสื่อเองโดย ไม่ต้องพึ่งองค์กรก็ได้ จะตั้งสำนักข่าวทำข่าวเอง คนเดียวก็ได้ มีช่องทางของตัวเองคนสื่อแบบนี้ ก็มี และผมเชื่อว่าแนวทางแบบนี้ก็จะถกพัฒนาไป โดดเด่นและประสบความสำเร็จ แต่ในมุมผม เชื่อว่าองค์กรที่แข็งแรงนี่แหล่ะ จะเป็นเสาค้ำให้ทก สื่อต่อไปต่อให้สิ่งแวดล้อมรอบตัวมันเปลี่ยน พถติกรรมคนเปลี่ยนความต้องการเปลี่ยนโฆษณา เปลี่ยนอย่างไรเสียมาตรฐานของสื่อก็ไม่ควร เปลี่ยนมาตรจานความรับผิดชอบ ก็ไม่ควรเปลี่ยน มาตรฐานการกำกับดูแลที่ใส่ใจคนทุกเพศทุกวัย ทุกกลุ่มก็ไม่ควรเปลี่ยน







นงค์นาถ ห่านวิไล ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เมชั่น บรอดเคสตั้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในยอที่สื่อออนไลเมี่ช้ามาแร่บริงเพิ่มที่เกี่ช่าว

ชาย: ต้องบอกว่าเนชั่นมีทั้ง 2 สื่อ สื่อเก่าเรา ก็มีหลายหัว ทั้ง กรุงเทพธุรกิจ เดอะเนชั่น คมชัดลึก ฯลฯ สื่อใหม่เราก็มีทีวี วิทยู และ สื่อ ออนใสน์ ที่สามารถดูแบบมัลติแพลตฟอร์มได้ทั้ง จลื่อใหม่ที่มาเสริมทีวี ยูคนี้แม้จะมีสื่อใหม่เข้า มาแย่งชิง แต่ผมว่าก็ไม่ต่างจากสมัยก่อนที่มี หนังสือพิมพ์ฉบับไพม์ขึ้นมาแข่งกับฉบับเก็ม หนังสือพิมพ์ฉบับไพม์ขึ้นมาแข่งกับฉบับเก็ม

นงค์นาถ : พอมีโซเชียดมีเดียเข้ามาแข่งกับ ข่าวขุดเก่า เราเลยพัฒนาทั้งเว็บไซต์ มีหวิดเตอร์ เฟซบุ๊ก ที่อัพเดตข่าวก่อนโครต้องบอกว่าเรามี สังหนุทตรงนี้ เพราะว่าเราเป็นผู้รู้เริ่มในการเข้า สื่อใหม่อย่างเว็บบล็อกเราก็ทำเว็บไซต์ โอเดเนชั่น มาเป็นสิบปีแล้ว พวกเว็บไซต์เราก็พัฒนาก่อนโคร เรามีแผนกลือใหม่เป็นรายแรก ๆ ที่เป็นคนพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน พูดได้ว่าเรามีครบแต่มีสื่อใหม่ ค่อนข้างเยอะ

หมายความว่า โดยทิศทางการพัฒนา ก็ต้องให้น้ำหนัก ไปที่สื่อใหม่มากขึ้นใช่หรือไม่

ขาย : คือ ต้องเทไปสื่อใหม่พร้อมกับประคอง สิ่อเดิมให้อยู่นานที่สุด สื่อในอินเทอร์เน็ตเป็นข่าว สั้นๆ ซึ่งอาจไม่ตรงจริตบางคนักนูลูงเหนือยากอ่าน อะไรยาวๆ และสื่อใหม่ก็เพ่งขันกันลูงเหนือยกัน ทุกคนบางข้องได้สิบสิทธิ์ทูตบอลมา ก็ต้องฉาย ทั้งในทีวีตัวเอง กับผ่านแอพพลิเคชั่นต่างๆ คือ ต้องขยายช่องทางผ่านมัลติสกรีนเพื่อดึงให้คน กลับมาดูทีรีเพราะต่าโฆษณาทางทีวีก็ยังมากกว่า อะนไลน์ถ้าไปดูผลประกอบการ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่มี สื่อใหม่ เขาจะต่อนข้างแย่

นงค์นาถ : เราเลี่ยงสื่อใหม่ไม่พัน อย่างของ เนชั่นก็มีพัฒนาโชเชียลมีเดียต่างๆ สถิติล่าสุดของ เดือนกรกฏาคมปีนี้ เฟชบุ๊ก แฟนเพจเนชั่น ทีวี มีผู้ติดตาม 2.4 ล้านคน ส่วน ทวิตเตอร์ของเนชั่น

ชาย ซีโฮ่ รองบรรณาธิการ นิว มีเดีย เนฮั่นทีวี บริษัท เนฮั่น บรอดเคสดิ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาซน)

ทีวีมี 1.1 ล้านคน ส่วน เว็บไซต์มีผู้เข้าชมเว็บ 6.8 ล้านคน ถ้าไม่นับซ้ำเลขไอพีเลยจะได้เดือนละ 1.4 ล้านคน

ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอหรือยัง

นงค์นาถ : ก็ถือว่าคนข้าชมเพิ่มขึ้นในระดับ ที่น่าพอใจ ถึงแม้เราจะมีทั้งสื่อเก่าสื่อใหม่อยู่ในมือ แต่เราก็ให้น้ำหนักกับสื่อใหม่มาก ด้วยซึ่งเรา เน้นว่าต้องมีความถูกต้องแม่นย้ำ ความน่าเชื่อถือ เพราะแร้นก็เป็นสถาบันข่าวที่มีนักข่าวรุ่นบุกเบิก มีออาชีพเป็นจำนวนมาก ถึงแม้จะมีสื่อติจิตอล มาแต่สื่อบางพวกก็ไม่ได้มีความน่าเชื่อถือเต็มร้าย เราอยากให้คนเสพข่าวได้เลพข่าวจากมืออาชีพ

ชาย: เรื่องผลตอบรับนี้ไม่แน่ใจ สมัยก่อนเวลา จะติดต่อกับหนังสือพิมพ์ ก็ต้องเขียนจดหมาย ไปทาเป็นอาทิตย์ยุคลัดมาก็เร็วขึ้นเรื่อยๆ แต่วันนี้ คุณเผยแพร่คนจะเข้ามาคอมเมนต์ทันที ตรงนี้ เยอะมาก ซึ่งเป็นเรื่องดี ทำให้สื่อหลักระมัดระวัง การนำเสนออยู่ตลอด และทำให้เรารู้จริดผู้บริโภค รวมถึงข้อมูลต่างๆ ที่เรารู้ว่าจะต้องปรับตาม ผู้แลงสืออย่างไร

โซเซียลมีเดีย ทุกวันนี้มีคนมากมายกำหน้าที่เป็นสื่อ และได้รับความนิยมสูง มองตรงนี้อย่างไร

ชาย : มันอันตรายตรงที่คนพวกนี้มีคนติดตาม เยอะมาก คนดังหลายคนกลายเป็นสื่อ แล้วถูก สถาบันหลักหลายอย่างจ้างให้ใจเษณาคือตัว สถาบันไปให้ความสำคัญส่วนนี้ เช่น วีวิวสินค้า ต่างๆ จนกลายเป็นไม่มีสาระอะไร

นงค์นาด: ตอนนี้สื่อโซเชียลบางอย่างก็เป็นสื่อ สมัครเล่นที่ทำให้ทุกคนเป็นนักข่าวได้มันก็ตีในการ ตรวจสอบนำเสนอข่าวสารแต่มันไม่มืออาชีพและ เกิดการเหมารวมว่าพวกนี้เป็นสื่อมวลชนไปด้วย



ทำให้วงการสื่อถูกหาว่าทำไมเป็นแบบนี้ ทั้งพวก ข่าวลวง ข่าวโกหกต่างๆ ที่เกิดขึ้นมา ทั้งๆ ที่ข่าว คือ ข้อเท็จจริง สื่อมืออาชีพไม่ควรทำผิดๆ ถูกๆ ไม่เช่นนั้นจะกลายเป็นสื่อสมัครเล่น

การที่คนสนใจสื่อเหล่านี้เพิ่มขึ้น สะท้อนหรือเปล่า ว่าคนยุกใหม่ใม่ซอบอ่านข่าวในรูปแบบเดิมๆ

ชาย : ผมมองว่าคหนุ่นใหม่ให้ดีทำงจากคน วุ่นเก่าขาเน้นอ่านเฉพาะด้าน บางคนสนใจเฉพาะ ก็พาก็ไปเสพเฉพาะเพจาักหา อย่างแฟนผมสนใจ แต่ทำกับข้าวก็ดูแต่เพจสอนทำอาหาร ซึ่งเป็น เพจเฉพาะด้าน แต่เอาเข้าจริงมองย้อนกลับไป 10-20 ปีก่อน สื่อของไทยก็เวิ่มเป็นสื่อเฉพาะด้าน แล้ว เช่น สยามกีฬา ตอนแรกก็มีคนกามว่าใคร จะมาอ่านแต่ผลสุดท้ายขอดพิมพ์สูงมาก นี่เป็น ด้วอย่างว่าสื่อเฉพาะด้านมันเป็นได้ ทุกวันนี้จื้อ ใหม่มีดรงนี้เลยดึงความสนใจคนได้แต่สิ่งที่ต่าง ออกไป คือ คนวุ่นใหม่ไม่ต้องการรายละเอียดเขา สามารถติความและหาความรู้เองบางทีเขาเสพแต่ หัวข้อข่าวด้วยซ้ำ ที่เหลือมานั่งคุยกันเจงมานั่ง องค์รวมทั้ง กีฬา บันเทิง เตรษฐกิจทำไห้ดีงคนได้

องค์กรสื่อใหญ่อย่างเนซิ่น มองความได้เปรียบ หรือ เสียงเปรียบ ในยุคที่มีสื่อใหม่อย่างไร

นงค์นาถ: ก็ไม่ใช่ว่าเราจะเสียเปรียบเพราะ เรามีทุกอย่าง เรียกได้ว่าบริษัทเรามีลัยรมผสมครบ อยู่ที่ว่าเราจะผสมสิ่งที่เรามีอยู่ให้ถูกรสนิยมผู้รับ ล้อได้อย่างไร เรามองว่าเราเข้าถึงจนได้ทุกกลุ่ม เพราะเรามีความหลาทหลายของสื่อ บุคลการมี ความพร้อม การที่เราเข้าสู่สื่อใหม่ก่อนใครทำให้ นักข่าวได้เรียนรู้อะไรมากถ้าอยู่ในองค์กรเมชันเรา จะเอาดิไม่ได้ ตอนที่ไซเชียลมีเดียเข้าไทยใหม่ๆ คุณสุทธิชัย (สุทธิชัย หยุ่น) บังคับว่านักข่าวต้อง เล่นเป็นทุกคน

ชาย : โซเซียลมีเดีย มันคอยเดือนเราว่าการ แข่งขันต่อไปจะไม่ใช่การแข่งขันรูปแบบเดิม ถ้า เป็นเมื่อก่อนก็แข่งกันที่คอลัมน์โครลงข่าวได้ลึก กว่ากันแต่ยูคนี้ แย่งกันว่าใครลงก่อนอะไร ประมาณนี้ ทำให้เราต้องจับทาดูเพื่อพัฒนาตัวเอง และสื่นตั้งขึ้งข่างข่างขาดออดเวลา หมายความว่านักข่าวต้องทำงานหนักขึ้นใช่หรือไม่

ชาย : ใช่ หนักขึ้น คุณต้องพัฒนาตัวเองตลอด เวลา ตื่นตัวตลอดเวลา

นงค์นาถ : คือถ้าไม่ปรับตัวก็จะลัมหายตายจาก ไปกับสื่อเก่า คนที่อยู่ในสื่อเก่าแต่เดิมก็ต้องหันมา ปรับตัวให้ทำสื่อใหม่ใต้ด้วย นโยบายของ คุณสุทธิชัย บอกว่า คนๆ หนึ่งต้องทำได้พลาย เขียนเก๋ง แต่ต่อไปนี้ก็ต้องรู้ว่าจะเขียนอย่างไรให้ เหมาะกับโซเซียลมีเดียเอลเอ็มเอสและทวิตเตอร์ คือเขียนให้เหมาะกับแพลตฟอร์มที่นำเสนอ การ รายงานข่าวทีวีจะมาตั้งกล้องจับหน้าผู้ประกาศข่าว ไม่ได้แล้ว คนดูเบื้อต้องมีทำอินไฟกราฟิทที่สวย งามตึงคุดผู้ชม และต้องมีความคิดสร้างสรรค์มาก ซึ่นพื่อให้แตกต่างจากเจ้าอื่น เพราะสือวันนี้มัน เทอะมาก

แล้วเนชั่นยังวางกลุ่มเป้าหมายเป็นคนในเมือง คนชั้นกลาง เหมือนเดิมหรือเปล่า

นงค์นาถ : จริง ๆ ก็ยังคงวางเป็นคนขั้นกลาง แต่พอมีทีวี 2 ช่อง ช่อง NOW กับ เพิ่นทีวี ช่อง NOW ก็เป็นช่องวาไรดี้ เน้นคนเมืองหน้าตาของ NOW จะดูทับสมัย ส่วน Nation TV จะเข้าถึง ชาวบ้านมากขึ้นแต่ก็มีแยกส่วนกัน คือเราไม่ถนัด ที่จะลงถึงคนรากหญ้าเหมือนช่อง 3 ช่อง 7 เราก็ เน้นเจาะคนหัวเมืองในเขตเทศบาลหรือนอก หัวเจาะหน่อย ทุกวันนั้นอกจากมีข่าวก็ต้องมี รายการบันเทิง เช่น สารคดีที่ตอบโจทย์ คงแต่าง จังหวัด เช่น สารคดีวิทยาศาสตร์ง่ายๆ ที่เด็กก็ สามารถดูได้หลักการทำงานของเนชั่นคือเรา อยากให้คนได้เสพเมื่อหาสาระที่มีประโขชน์ จะรโลงสังคม พัฒนาภูมิปัญญาคนเป็นอาหาร สมองให้คน เราไม่อยากทำสื่มมอมเมาแต่ขายข่าว ให้คนดูเยอะๆ เรตจิ้งสูงๆ เท่านั้น

ในฐานะที่เนชั่นเป็นสื่อมืออาชีพ มองเรื่องจริยธรรม สื่อทุกวันนี้อย่างใร

นงค์นาด : อยากพูดว่าไม่ว่าสื่อใหม่จะมา ถาโถมอย่างไร จริยธรรมสื่อเป็นเรื่องสำคัญถ้าไม่มี แล้วสื่อจะสร้างผลกระทบต่อสังคมอย่างมหันต์ จริยธรรมสื่อส่วนนี้ ต้องเหนือกว่ากฎหมายไม่ต้อง



ให้กฎหมายมาบังคับพรอก คุณต้องมีจิตสำนึก ความรับผิดขอบต่อสังคม มีศีลธรรม จรรยาบรรณ ของเนชั่นมีใช้คำว่า Nation Way เป็น Code of conduct หรือ แนวปฏิบัติการทำงานแบบมีอิอาชีพ ด้านสื่อ ถ้าไม่มีตรงนี้แล้ว เนชั่นก็จะไม่ต่างจากสื่อ พลเมืองสื่อสมัครเล่นที่ใครๆ ก็เป็นได้และไม่ได้มี หลีกอะไรมากำหนดแล้ววงการด้านสื่อก็จะจบลง เร็าขึ้น

นักช่าวยุคนี้ต้องระมัดระวังมากขึ้นด้วย ใช่หรือไม่ ต้องยึดมั่นจรรยาบรรณ พร้อมกับการแช่งซัน ความเร็ว

นงค์นาถ : ใช่ เพราะโชเชียลมีเดียยุคนี้มันเร็ว มาก พลาดอะไรขึ้นมาก็ไปเร็วเหมือนไฟใหม้ทุ่ง เอาไม่อยู่ และสื่อถูกตรวจสอบจนระชานได้ กับขึ้น เหมือนตำรวจที่ถูกถ่ายจลิป ต่อไปนักข่าว ถ้าทำผิจสรรชยบรรณไปทำจะโรมา เช่น รับซองก็ อาจโตนเช่นกัน เราเป็นสื่อมืออาชีพเราต้องรับ ผิดชอบต่อผู้อ่านผู้พัง ผู้ชม และประชาชน เพราะ สื่อมีผลต่อทัพนคติของผู้รับสารสามารถชักจุงให้ ผู้คนเชื่อตามได้ ซึ่งอันตรายถ้าเรามีสื่อ ไม่มีความ รับผิดชอบ สังคมก็จะเกิดความขัดแย้งและพาไปสู่ สิ่งที่ไม่ถูกไม่ควร

ชาย: การเข้ามาของสื่อใหม่มันทำให้เราต้อง ระมัดระวัง ตื่นตัวในการนำเสนอข่าว และจุดหลัก คือเราต้องมีความเที่ยงตรง มีความขัดเจน ถ้ามี อะไรผิดพลาดเราลบทั้งไม่ได้ เพราะเสียเครดิต อย่างเนชั่นบางทีก็มีผิดพลาดตัวเลขบ้างก็ต้อง ขอมรับคำตักหนีดีเดียนของผีเสพสื่อ

ที่มีปัญหาทุกวันนี้เป็นเพราะเกิดการแข่งขันสูงขึ้น ด้วยหรือเปล่า

นงค์นาถ: ใช่ รีบกัน แข่งกันก็ส่งข่าวผิดๆถูกๆ ไม่มีข้อมูลมาเสริมเพียงพอ หรือ บางทีก็มาจาก การเลือกข้างตามอิทธิพลทางการเมืองนำไปสู่ การลำเดียง นำเสนอข่าวด้านใดด้านหนึ่ง

ในแง่ของการผลิตบุคลากรด้านคนทำสื่อรุ่นใหม่ ตอมนี้เป็นอย่างไร

ชาย : สถาบันการศึกษาเน้นการสอนสื่อ ใหม่แก่เด็กนักเรียนมากขึ้นผมยอมรับว่าเขารู้เรื่อง เทคโนโลยีมากกว่าเรา แต่เราต้องสอนเรื่องการจับ ประเด็น มุมมองการนำเสนอข่าวเขา การที่ยุคนี้มี เฟซบุ๊กมีอิน สตาแกรมทำให้คนสามารถสถาปนา ตัวเองขึ้นมาเป็นนักข่าวได้ขึ้นมาเป็นสื่อมวลชน ได้ เช่น ถ้าเฟซบุ๊กคุณเล่าแต่เรื่อง เลี้ยงแมว คุณ ก็เป็นสื่อมวลชนด้านแมว อะไรทำนองนี้เวลาที่ผม ไปสอนเด็กรุ่นไหม่ผมเน้น 4 อย่าง คือ

1.ใฝ่รู้ 2.ไม่อยู่นิ่ง

3.อ้างอิงข้อมูล 4.เพิดทูนความเป็นธรรม ไม่ว่าคุณเขียนอะไรคุณต้องคำนึงจริยธรรมเป็น เรื่องสำคัญ และ ต้องยินดีแก้ไข ถ้าเขียนอะไรผิด ลงไป

มหาวิทยาลัยเนชั่น มีส่วนร่วมในการผลิตบุคลากร เพื่อวงกรช่าวอย่างไร

นงค์นาถ : เราวางทิศทางไว้ว่า มหาวิทยาลัย เนชัน ต้องผลิตสื่อพับถู่ใหม่ที่ทำอะไรใต้รอบด้าน มากขึ้นสอคคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง และเป็นมืออาชีพที่มีจิตวิญญาและเป็นมือของ เนชั่นจากวุ่นสู่รุ่นเป็นคนทำสื่อที่มีความรับผิดของ เต่อสังคมและสามารถทำประโยชน์ให้สังคมได้ ให้มองสังคน นึกถึงส่วนรวม ไม่คำนึงถึงแต่ตัวเอง

มีความเป็นห่วงอย่างใรสำหรับคนทำสื่อรุ่นใหม่

นงค์นาถ : ที่เป็นห่วงคือเรื่องจริยธรรม จรรยา บรรณที่อาจลืมนึกกันไป แต่เราอยากจะบอกว่า งานข่าวเป็นงานพิเศษที่ส่งผลกระทบต่อสังคมคน อ่านเป็นล้านๆ คนถ้าทำจะไรพลาดไปมีโทษมหันด์ เลยเรื่องจรรยาบรรณจึงเป็นเรื่องสำคัญ ถ้าคน รุ่นไหม่ไม่ได้รับฝึกฝนหรือปลูกผังก็จะกับงานแบบ ไม่รู้จริงว่าวิชาชีพสื่อคืออะไรเกิดเป็นปัญหารู้ เท่าไม่ถึงการณ์หรือกรณีเด้าข่าวขยายข่าวไห้ ไหญ่โด และไม่ใช้ขัยเท็จจริง

จิตวิญญาณความเป็นสื่อจึงมีความสำคัญ ถ้าองค์กรควบคุมสื่อจัดการไม่ใต้ องค์การื่อก็ต้อง ควบคุมบุคลากรของคุณเองให้อยู่ในจรรยาบรรณ ปัญหาคอนนี้คือเราอบุคภัณไม่ได้ เอยมีอเสนอ ปัญหาคับมีวูปให้ประชาชนมีความน่าเชื่อถือใน วิชาชีพนี้ ไม่เช่นนั้นสึกจะตายหมด









อภิศักดิ์ ธนเศรษฐกร

กรรมการผู้จัดการและผู้อำนวยการบริหารซ่องรายการ TNN 24

TNN 24 มองผลกระทบที่สำคัญจากการ พัฒนา เทคโนโลยีช่าวสารที่ทำให้ เกิดสื่อใหม่อย่างไร

นับวันการสื่อสารทางช่องทางใหม่ยิ่งเพิ่มขึ้น และมีอิทธิพลสูงขึ้น แต่ต้องแยกออกจากความถูก ต้องจากการสำรวจของ Millward Brown Ad Reaction การบริโภคลื่อโดยเฉลี่ยในประเทศไทย ในปี 2557 พบว่าคนดูสื่อผ่านทีวี 1.18 ชั่วโมง ต่อวัน แท็บเล็ต 1.35 ชั่วโมงต่อวัน แก็บเล็ต 1.35 ชั่วโมงต่อวันแล็บท็อป 1.36 ชั่วโมงต่อวัน แรมแล้ว เท่ากับคนดูผ่าน 3 ช่องทางหลัง 6 - 7 ชั่วโมง ต่อวันทึ้งท่าจจากทีวีหลายแท่าตัว

ส่วนสถิติของตูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์
และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ในปี 2558
หบว่าคนไทย 67.7 ล้านคน ใช้อินเตอร์เน็ต 38
ล้านคน โทรศัพท์มือถือ 98.9 ล้านผู้ใช้งานโลน์ 33
ล้าน เฟซบุ๊ค 30 ล้าน ทวิตเตอร์ 4.5 ล้าน ยูทูบ
26.2 ล้าน อินสตราแกรม 1.7 ล้าน ทำให้ The
Nielsen Company บริษัทสำรวจวิจัยระดับโลก
กำลังจะเข้ามาวัดเจตจึงผ่านสือใหม่ด้วย

มองความใด้เปรียบ - เสียเปรียบของสื่อหลัก และ สื่อรองที่เกิดใหม่อย่างใร

เป็นที่ยอมรับว่าการสื่อสารผ่านช่องทาง สื่อใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ค ไลน์ ทวิตเตอร์ หรือ IG มีความรวดเร็วทุกทั่วโลกใต้เห็นเหมือนกัน ภายในไม่ก็วินาที และ ทุกคนเสพสื่อได้ทั้งหมดไม่ ว่าจะอยู่มุมใหนของเล ทุกคนเสพสื่อได้ทั้งหมดไม่ ว่าจะอยู่มุมใหนของเล ที่มีก็กตัวย แต่ก็มี ก็รี่เท่านั้นและยังดูย้อนหลังได้อีกด้วย แต่ก็มี ถูกต้องรวมถึงอาจมีเจคนาให้ดีหรือเจคนาแยบแฝง การควบคุมก็ทำได้ลำบาก จึงต้องเดือนผู้เสพสื่อให้ ระมัตระวังและใช้วิจารณญาณไตร่ตรองให้ดี โดย เฉพาะก่อนจะโพสต์หรือแชร์ข้อความต่อให้คนอื่น เพื่อไม่ให้ตัวเองต้องตกไปเป็นเครื่องมือของใคร

มองอนาคตคนสื่อหลักและสื่อรองอย่างใร

ไม่ก็ปีที่ผ่านมา เห็นได้ชัดว่าคนดูสื่อใหม่มาก ขึ้นและจะทิ้งท่างการดูสื่อผ่านทีวีไปเรื่อย ๆ ดังนั้น สื่อหลักต้องปรับตัวต้องไม่หยุดที่จะหาทางทำให้ ตัวเองอยู่ให้ได้ ทั้งประหยัดคำใช้จ่ายและมองหา ช่องทางสร้างรายได้ให้หันกับโลก และเทคโนโลยี ท่าเลี่ยนไปอยู่ไม่รอดแน่นอน แต่เชื่อว่าสื่อหลัก ยังมีอิทชิพลชื้นำสังคม เป็นที่พึ่งพาของประชาชน ดังนั้นการนำเสนอต้องสร้างสรรค์เพื่อทำให้สังคมดี ขึ้นตัวย

TNN 24 มีการปรับตัวเพื่อรับกระแสการเปลี่ยน แปลงเหล่านี้อย่างใร

การที่เราอยู่ในเครือทรู ทำให้มีแพลตฟอร์ม ต่างๆ ให้ข่าวที่ผลิตขึ้นมา นอกจากดิจิทัลทีวีข่อง 16แล้ว ยังเข้าไปในสื่อใหม่มีหลายเว็บไซต์ซึ่ง เชื่อมโยงข้อมูลกัน เช่น ถ้าต้องการดูแบบส้นๆ ก็ทวิตเตอร์ ต้องการดูรายละเอียตเพิ่มเติมก็ไปดู ที่เว็บไซต์ เป็นต้น มากึ่งวันนี้เชื่อว่าคนที่ดูข่าวเป็น คนมีความรู้ และชอบข่าวจริงๆ เมื่อ TNN24 เป็น สถานีข่าวร้อยเปอร์เซ็นต์และเป็นช่องพรีทีวีแล้ว ด้วย สิ่งที่จะนำเสนอต้องยึดหลักความเป็นกลาง และความถูกต้อง ไม่รายงานตามกระแสหรือนำ ข้อมูลจากโซเซียลมีเดียมานำเสนอ โดยไม่ผ่าน



กระบวนการตรวจสอบข้อมูลรอบด้าน เรายึดหลัก ความถูกต้อง ไม่เอาเรตติ้งเป็นตัวนำ

ต้องมีการปรับการนำเสนอเนื้อหาอย่างไร เมื่อใช้ แพลตฟอร์มของสื่อใหม่

การสื่อสารมีหลายช่องทางมากขึ้น เรายิ่ง ต้องทำให้ข่าวที่น่าเสนอใต้รับความสนใจ การนำ เสนอข่าวตามกระแสกลายเป็นส่วนหนึ่ง แต่ต้องมี การต่อยอดและข่าวต้องกระชับมากขึ้น ให้สอด คล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไปลื่อนไป รวมทั้งเน้นข่าวเชิงสังคมมากขึ้นด้วย โดยเปิด พื้นที่เผยแพร่เรื่องราวของคนด้อยโอกาสในสังคม ให้ได้รับการพัฒนาคักยภาพมากกว่าช่วยเหลือ เป็นครั้งคราวและจะไม่นำเสนอข่าวการเมืองที่มี แต่ค่าพูดว่ากล่าวก็นไปมา เพื่อเพิ่มความชัดแย้ง เพราะเจลาใประเทศอ้องการความสามัคดี

TNN 24 ยังมีการปรับตัวโดยมุ่งเน้นการ เป็นสถานีข่าวที่รับผิดชอบต่อสังคมด้วยมีการทำ กิจกรรม **ซีเอสอาร์** ออกคาราวานเดินสายช่วย เหลือคนด้อยโอกาสในหลายพื้นที่ นอกจากนี้ต้อง มองหาช่องทางใหม่ๆ ในการให้ได้มาซึ่งข่าวด้วย อาทิ โครงการ I report ที่เปิดให้ประชาชนส่งข่าว เข้ามาที่สถานี และเราจะคัดเลือกนำเสนอโดยให้ เครดิตชื่อผู้ทำข่าวนั้น ซึ่งจะเริ่มเปิดรับข่าวจาก ประชาชนในปลายปีนี้ โครงการนี้เกิดขึ้นเพราะเรา ถือว่าประชาชนอยู่ใกล้ชิดที่เกิดเหตุมากกว่าเรา การรายงานก็จะรวดเร็วกว่า นอกจากเราจะได้ ข้อมูลแล้วยังเป็นกระบอกเสียง ให้กับประชาชนได้ อย่างดี ใน 2 ปีข้างหน้า เราเตรียมเปิดสถานีข่าว TNN ASIA เพื่อนำเสนอเรื่องราวของ 10 ประเทศ อาเซียนรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจ กาเซียน

ในแง่ธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างไรหรือไม่

TNN 24 อยู่ได้อาจไม่มีกำไรแต่เลี้ยงตัวเอง ได้นอกจากมีหลายแพลตฟอร์ม อย่างทีกล่าว ตอนตัน การที่ The Nielsen Company กำลัง จะมาวัดเรตติ้งโซเชียลมีเตียตัวยในปีหน้าทุก แพลตฟอร์มของเราจะถูกนับเรตติ้งได้ทั้งหมดจาก เดิมทีวีดเสพารทีวี ทำให้เวาไม่ต้องกัววล การเข้ามาของสื่อใหม่มากนัก นอกจากนี้เราต้อง ไม่หยุดติดแผนธุรกิจที่จะนำมาซึ่งรายได้ด้วย ตอนนี้ TNN ไม่ใช่เพียงสถานีข่าวแต่เป็นสำนัก ข่าวด้วย เป็นคอนเทนด์โพรไวเตอร์รับผลิตเนื้อหา สาระป้อนข้องต่างๆ

ขณะเดียวกันยังให้ผ่ายผลิตมีส่วนในการหา รายได้ด้วยการคิดคอนเทนท์ดีๆ ที่เป็นประโยชน์ ต่อสาธารณะและนำไปพูดคุย กับหน่วยงานหรือ องค์กรทั้งรัฐและเอกชนเพื่อร่วมมือกันผลิตและนำ เสนออกมาสู่สังคม อาทิ แผ่นดินวัยเยาว์เพื่อตาม รอยพระบาทในหลวงระหว่างทรงประทับที่ประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ หรือ เรื่องหลักธรรมทางพระพุทธ ศาสนาที่ร่วมมือกับสำนักงานพระพุทธศาสนา แห่งชาติ

ล่าสุดเตรียมออกอากาศสารคดีภารกิจสำคัญ
ของกองทัพเรือร่านรน 12 ตอน อาทิ การปกป้อง
น่านน้ำ หรือ การฝึกของหน่วยรบพิเศษ เป็นต้น
ซึ่งเป็นการผลิตโดยกองทัพเรือเองโดยเรานำมา
ออกอากาศให้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นตันซึ่งระยะ
เวลาเพียงไม่ก็เดือนนับจากต้นปีที่มีการคิด
คอนเหนท์ และออกไปน่าเสนอหน่วยงานและ
องค์กรต่างๆ ใต้รับการตอบรับอย่างดีมีหลายรูป
เบบที่ร่วมมือกันทำงาน ทำให้เรามีรายได้เข้ามา
หลายสิบลีกันบาทขณะเตียวกันการหารายได้
แบบนี้อังทำให้ TNN อังยึดหลัก 3 ประโยชน์
โดยไม่บาหร่องทั้งประโยชน์ประชาชนเพราะ
คอนเทนท์ที่นำเสนอต้องเป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะเท่านั้นรัฐได้ประโยชน์และประโยชน์ทาง
ธรกิจหีมทำยที่สด

และในอนาคตเราจะทำสถานีวิทยุด้วยเพื่อ รองรับถึกกลุ่มคนภายหลังเราพบว่าคนที่รับพังข่าว สารทางวิทยุยังคงมีอยู่เป็นจำนวนมาก

บุคลากร ต้องมีการปรับตัวอย่างไรเพื่อให้เท่าทัน กับเทคโนโลยีและ พฤติกรรมของผู้บริโภค

ลิ่งที่เราย้ำเสมอคือความถูกต้องมาก่อนความ รวดเร็วไม่รายงานโดยไม่ตรวจสอบที่ไปที่มาและ เราจะเป็นสื่อที่เป็นกลาง เพื่อให้ทุกฝ่ายมีโอกาสได้ พูดได้อธิบายทั้งหมด และจริยธรรมที่เราลิมไม่ได้ ที่ต้องในการนำเสนอข่าวอาชญากรรม และ ข่าว



เยาวชน โดยจะย้าให้ทีมข่าวคำนึงถึง หลักสิทธิ มนุษยนเพื่อให้ระมัดระวังอย่างสูงที่จะไม่เปิด เผยรูปของเยาวชนบุคคลใกล้ชิดและผู้กระทำที่ยัง เป็นผู้ต้องสงสัย โดยที่ยังไม่ถูกตัดสินใทษไม่นำ เสนอแม้กระทั่งการเบลอภาพ การใช้นามสมมุติ รวมถึงไม่นำภาพที่สุ่มเสี่ยงไปเผยแพร่ให้ดูตัวอย่าง การรายงานข่าว สีนามิของญี่ปุ่นเมื่อหลายปีก่อน จะพบว่าไม่มีสื่อใดนำเสนอภาพข่าวศพผู้เสียชีวิต เธย แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการรายงานข่าวของ เขา เป็นอย่างดี

เราเชื่อว่าการน่าเสนอข่าวที่สร้างสรรค์ สังคมจะทำให้เราได้รับการยอมรับมากกว่าการมุ่ง เสนอทุกเรื่องเพื่อดึงเรตตั้ง นอกจากนี้สิ่งที่เรา พยายามทำคือ TNN ต้องอยู่ได้ด้วยระบบไม่ใช่คน ดังนั้นงานต้องไม่ขึ้นอยู่คนใดคนหนึ่งเพื่อให้ระบบ ที่วางไว้จะทำให้คนใหม่ที่มาแทนคนรุ่นเดิม สามารถทำงานต่อได้เอย

มีการวางแผนพัฒนาบุคลากร อย่างเป็นระบบ หรือใม่ อย่างใร

เรามีการจัดอบรม เพื่อพัฒนาทักษะดวาม จำเป็นในวิชาชีพ อาทิ การเขียนข่าวการรายงาน ข่าวการถ่ายภาพ และจะฝึกให้ทุกคนทำงานได้ หลายอย่างให้สอดคล้องกับโลกอุคใหม่ เช่น ใน 1 คนต้องทำให้ให้จักกรถ่ายภาพ ดัดต่อ และส่งภาพ ทำให้ทีมที่ออกไปข่าวกระขับมากขึ้นลดจำนวนคน ได้ใน 1 ทีม จาก 5 คน เหลือ 2 คน และสามารถ ถ่ายทอดสดผ่านไทรศัพท์มือถือด้วย เทคโนเลีย 3Gและ 4G ส่วนรถถ่ายทอดสดเคลื่ม แหลในเลียกไปเฉพาะพื้นที่ใกลดุเ ท่านั้นทำให้เรามีคน เหลือไปทำอย่างอื่นมากขึ้นและประหตัดค่าใช้จ่าย

คาดหวังจะเห็นบุคลากรสื่อในอนาคตเป็นอย่างไร

จากการงานสื่อมา 30 ปี เห็นว่าคนทำงาน สื่อในปัจจุบันทั้งรุ่นพี่รุ่นน้องดีขึ้นมากในแง่ของ จรรยาบรรณหางวิชาชีพการเรียกรับผลประโยชน์ แทบไม่มีปรากฏ ทำหัภาพลบของสื่อมีน้อยลง แต่สื่อบัจจุบันมีจุดอ่อนสำคัญ คือ การทำการบ้าน ต่างจากสื่อในอดีตที่ค่อนชางาน และ ประเทศ ทำจำวรักษาผลประโยชน์ประชาชน และ ประเทศ ออกมาให้เห็นมากกว่าปัจจุบัน ซึ่งน้ำเสนอข่าว ตามกระแสมากเกินไปและยังขาดความรับผิดชอบ ต่อส่วนร่วม จึงอยากให้สื่อเข้ามาทำในเรื่องเนื้อหา ที่สนสงวัน จึงอยางเท้จริงในการเป็นหมาเฝ้าบ้าน ทำหน้าที่สื่ออย่างแท้จริงในการเป็นหมาเฝ้าบ้าน ปกป้องผลประโยช์ของชาติของส่วนรวม

นอกจากนี้การที่เด็กรุ่นใหม่เข้ามาทำอาชีพนี้
และการอย่างอื่นเพื่อหาตัวตนของตัวเองไปพร้อม
กันด้วยเป็นอีกิส งที่นักข่าวปัจจุบัน ต่างจาก
นักข่าวในอดีต คนรุ่นเด็มจะทุ่มเทกับงานข่าวนับ
เป็นสายเลือตของเราเลยทีเดียว อย่างไรก็ตาม
ต้องขอย้าว่าคนที่มาทำอาชีพนี้หากไม่ได้เป็นคน
รวยมาก่อนจะไม่รวย แต่ก็จะไม่จน สามารถอยู่ได้
และเลี้ยงตัวเองได้ อยู่ในสถานภาพตามที่เป็น
โดยไม่เดือตร้อนแต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความ
ผื้อสัตย์ขณะเตียวกันองค์กรต้องส่วนกรามมันใจ
ว่าเขาจะอยู่ในอาชีพนี้ได้ ไม่ใช่ไห้เงินเดือนด้าว
เพราะทากเขาอยู่ไม่ได้ก็ต้องไข้คนรนทำอย่างอื่น

นักข่าวต้องอดทน ชื่อสัตย์ และเรียนรู้ คนทำอาชีพนี้ หากหยุดเรียนรู้เมื่อใจสะปิดตัวเอง ทันทีและต้องอดทนุตกระทารได้ข่าวมาแต่ละชื่น ไม่ได้มาง่ายๆ ดังนั้นหากใครเข้าเพื่อเป็น ทางผ่าน ไม่ขอแนะนำเพราะทำให้เสียเวลา เนื่องจากอาชีพ นี้ไม่ได้ทำให้รวย หรือหากใครคิดว่าเข้ามาใน อาชีพนี้เพื่อหาผลประโยชน์ถือว่าต่ำตัวเองตั้งแต่ วันแรกและทำร้ายประเทศชาติโดยไม่รู้ตัวเพราะ การรับผลประโยชน์กางใดทางหนึ่งจะนำไปสู่การ บิดเบือนข่าว

นักข่าวเป็นอาชีพที่มั่นคง สามารถอยู่ได้ใน ระยะยาวเพราะยิ่งประเทศที่เจริญแล้ว คนยิ่งต้อง การดูข่าวและไม่ว่าภาวะเตรษฐกิจจะเป็นอย่างไร ก็อยู่ได้จะเห็นได้ว่าช่องพรีทีวีหลายช่องได้ปรับผัง ภาเพิ่มเวลาข่าวมากขึ้น เพราะเห็นความสำคัญ ของข่าวให้ดูว่าเพราะเหตุโดสหรัฐอเมริกา มี CNN และอังกฤษ มี BCC และ ยืนอยู่ได้มานับสิบปี เพราะเขาไม่ได้ทำข่าวเฉพาะในประเทศแต่ กระจายทั่วโลกและก็ขายคอนเทหที่ด้วย เช่น เดียวกัน เราอยู่ได้แน่อนแต่ต้องปรับตัวให้หัน เกานโนยีและต้องนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างด้วย ให้คนดูมีทางเลือกมากขึ้น และสร้างความนั้นใจ ด้วยความถูกต้องของเนื้อหาที่นำเสนอ



Thai Broadcast Journalists Association





ส ม ภ พ 🏻 รั ต น ว ลี ผ้อำนวยการฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์

ในบรรดาทีมข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัล ที่นี่ดูเหมือน จะตั้งทีมล่าสด

ใช่ ทำมา 6 เดือน เมื่อก่อนเวิร์คพอยท์ จ้างมติชนทำ พิจข่าวจากสตูดีโอที่ประชาชิ้น พอสิ้นสุดสัญญาเลยผลิตเอง เวิร์คพอยท์เป็น อุตสาหกรรมบันเทิงพอมีช่องของตัวเองก็ต้องผลิต ให้ได้ทุกอย่างตามมาตรฐานทีวีดิจิหัล โดยเขา ไม่เคยทำข่าวมาก่อนไม่มีความรู้เรื่องการผลิตข่าว แต่ผู้บริหารสนใจเรื่องข่าวอยู่แล้ว ข่าวเป็นบัจจัย พื้นฐานของข่อง เป็นหน้าตา เป็นความน่าเชื่อถือ ก็จัง ทีมเซตฮันเตอร์ กันขึ้นมาเราตกล่องปล่องขึ้น มาทำให้

ผู้บริหารให้โจทย์เรื่องงานข่าวกับทีมอย่างไร

คนดูเป็นอย่างไร ข่าวเวิร์คพอยท์ก็เป็น อย่างนั้น เป็นคนดูวาไร้ดี ตั้งแต่อายุ 4 ขวบขึ้นไป 80 เปอร์เซ็นต์เป็นข่าวชาวบ้าน เป็นพอล์คอื่อน่ แดอะทาวน์ วิถีขาวบ้าน ประเพณี วัฒนธรรม เศรษฐกิจ อุบัติเหตุ อาชญากรรม ที่จะให้เป็น อุทาหรณให้คน อีก 10 เปอร์เซ็นต์เป็นข่าวต่าง ประเทศที่เราเน้นและใส่ใจรายละเอียด ข่าวเมือง ไทยเราเน้นชาวด์ไบด์แหล่งข่าวที่เป็นคนดัง ข่าวต่างประเทศเราก็เน้นตรงนี้เหมือนกัน เราแปล ทุกภาษา เช่น คนอินเดียที่เจน้าท่วม คนละดินที่ เจอปัญหาเศรษฐกิจการเมืองแต่ 5 เปอร์เซ็นด์ และอีก 5 เปอร์เซ็นด์ข่าวทั่วไป เอสเอ็มอีเศรษฐกิจ ใจเดียทำมาหากิน

ทางผู้บริหารมองเรื่องรายได้จากข่าว หรือไม่ อย่างไร

แน่นอน จะช้าจะเร็วต้องคิดเรื่องรายได้ตอน นี้ก็มีโฆษณาจากงานข่าวแล้ว สามเดือนที่ผ่านมา เราขึ้นค่าโฆษณาเพิ่มอีกเท่าตัว

ขนาดของทีมข่าวเป็นอย่างใร

ทีมข่าวมี 3 ทีม กองบรรณาธิการ 20 - 25 คน เรามีข่าวเข้า 3 ชั่วโมง ตั้งแต่ดี 5 ครึ่งถึง 9โมง ข่าวเที่ยง 45 นาที ข่าวค่ำ และ ข่าวดันชั่วโมง ซึ่ง อยู่ในลัดส่วนที่ กสทช. กำหนด และพอเหมาะ กับช่องที่เพิ่มจีมต้น เป็นทีมกะทัดวัดเดลื่อนตัวได้ เรื่องกนหักแต่สนุก เราอยากให้ตนจดจำที่นี้เด็ มาวันแรกเป็นห้องว่างๆ เราก็สร้างระบบข่าวระบบ การจัดเก็บขลง ใช้เวลาประมาณ 1 เดือนทีมข่าว เดิมที่เดยทำกับมติชนเราก็ดึงมา บางคน บางส่วน เช่น ผู้ประกาศข่าวที่คนผู้นหน้า ข่าวต่างประเทศ ซื้อรอยเตอร์ เอฟี ซีเอ็นเอ็น ส่วนข่าว 77 จังหวัดเราชี้อีจอาตอร์ เอฟี ซีเอ็นเอ็น ส่วนข่าว 77 จังหวัดเราก็ซึ้อจากตอริงเกอร์

จุดแข็งอย่างหนึ่งของเวิร์คพอยท์ คือ ข่าว ต่างจังหวัด เรามีข่าวนยอะมากในแต่ละวันเราจ่าย ค่าข่าวในราคาที่ช่องใหญ่จ่ายสตริงเกอร์จะมี กรรรษราธานาดีและรอยังดีกับเวิร์คพอยท์ เราก็ พึ่งพาอาศัยกันในฐานะนักข่าวร่วมอาชีพและเขาก็ เป็นหาร์ดแนอในการสร้างเหตาวิรักข่าว

สัดส่วนของทีมเล็กๆ ประกอบไปด้วยคนรุ่นใหนบ้าง

เด็กจบใหม่ครึ่งหนึ่ง อีกครึ่งมีประสบการณ์ 2-10 ปี เรานึกถึงการสร้างคนเสมอคนประสบการณ์ สูงอีโก้เยอะยากจะกลมกลืนกันได้ การเลือกคน สำคัญที่สุด ถ้าเลือกไม่ดีหัวหน้าก็เจ็งได้

ทำมา 6 เดือน ผลตอบรับเป็นอย่างใรบ้าง ทั้ง คนดู และ ผู้บริหาร

เรตติ้งข่าวเที่ยงมาเป็นอันดับหนึ่งในช่อง ดิจิทัลด้วยกัน สูสึกับช่อง 3 ข่าว เข้าเป็นอันดับ 4 รองจากช่อง 3 7 8 ขึ้นจากอันดับ 8 อย่าง ตอนเข้าคนดูข่าวเวิร์คพอยท์ประมาณ 400,000 -500,000 แสนคน สำรวจล่าสุดคือ 0.38-0.4 และ มีแนวโน้มจะเป็น 0.5 ในเรื่วๆ นี้ ส่วนเรตติ้งข่าว ดันชั่วโมงก็ 600,000 - 800,000



ทำใด้ถึงขั้นที่คนตั้งใจเปิดมาดูซ่าวหรือยัง หรือแค่ ดูต่อจากรายการอื่นโดยไม่เปลี่ยนช่อง

รายการตอนเข้าจะรู้เลยว่าคนเข้ามาดูข่าว ตอนเที่ยงอาจจะดูปริศนาฟ้าแลบค้างไว้ แล้วดู ข่าวต่อ แต่ตอนเข้าตื่นนอนมาคุ้นเสียงใครต้อง เปิดช่องนั้นเพราะอย่างที่บอกจุดแข็งเราคือ เกมส์โชว์ แต่ข่าวทำมา 6 เดือน ได้เท่านี้ถือว่าได้ เร็วที่เหลือคือทำให้เสถียรและมีคุณภาพมีอิมแพค กับสังคม

ช่วง 6 เดือน มีการปรับจากที่วางใว้ตั้งแต่แรก หรือใม่ อย่างใร

แทบไม่ได้ปรับอะไรเลย มีแต่เพิ่มเวลา ข่าวจากเดิม 2 ชั่วโมงมาเป็น 3 ชั่วโมงครึ่ง ใน เดือนที่ 3 เดือนที่ 4 เราเพิ่มทีมข่าวเครษฐกิจมี แฟนเพจ มีเว็บไซต์ ตัวเลขก็น่าดีใจ แฟนเพ มี ของโลค์ 300,000-400,000 และมี Engagement ที่น่าซีนใจ ซึ่งต้องให้เครดิตกับแบรนด์เวิร์คพอยต์

คนข่าว มาทำงานกับองค์กรที่โตมากับคอนเทนต์ วาใรตี้ บรรยากาศการทำงานเป็นอย่างไร

เราประชุมกับผู้บริหารทุกวันจันทร์ ว่า อยากเล่นข่าวแบบใหน ทิศทางข่าวแบบใหน อาทิตย์หน้าปภิทินข่าวมีอะไรน่าสนใจ ส่วนทีม ข่าวประชุมวันละ 3 ครั้ง เหมือนกองบรรณาธิการ ทั่วไป ผู้บริหารให้ความเชื่อมั่นกับเรา ให้นโยบาย รวมๆ ว่าต้องการข่าวที่เป็นกลางนำเสนอรอบด้าน ให้คนดูรายการชอบข่าวเรา และข่าวเวิร์คพอยท์ ช่วยชาวบ้านได้ด้วย เช่น มอนิเตอร์ดินฟ้าอากาศ ราคาผลผลิต ช่วยบอกทิศทางอาชีพใหม่ๆ และ ผลิตซ้ำ วัฒนธรรมประเพณี เป็นนโยบายใหญ่ๆ ที่ ให้ไว้คาแรคเตอร์ คือ การนำเสนอข่าวที่ชาวบ้าน อยากดู ส่วนความเป็นกลางเราคงเห็นกันแล้วจาก ประสบการณ์ที่ผ่านมาว่าถ้าเอียงไปทางการเมือง มากช่องจะมีสติกเกอร์แปะไว้ว่าเป็นสีไหน 10 ปี ที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 49 สะท้อนให้เห็นว่าไม่ได้พังแค่ วงการการเมือง แต่มันพังไปทั้งองคาพยพ ทุกคน ไม่เป็นมืออาชีพ สถานีต่างๆ เลือกข้างคนดูไม่ สามารถเพื่อใจใครได้ ตอนนี้เราต้องมาเรียนกัน ใหม่ว่าอะไรคือความเป็นกลาง 1 ปีที่ผ่านมาผมคิด

ว่าเราเริ่มอยู่ในร่องรอยกันมากขึ้น เราเรียกร้อง สิทธิ เรียกร้องเรื่อง Hate speech มากขึ้น

พูดได้ไหมว่าความเห็นของผู้บริหารเวิร์คพอยท์ เป็นเสียงจากผู้บริโภคข่าว

ถูก เราจะเห็นว่าเวิร์ตพอยท์ไม่ยุ่งกับการเมือง เราผลิตอุตสาหกรรมบันเทิงความสุข ดูข่าว ช่องอื่นแล้วคงเห็นบทเรียนเลยหยิบยกมาว่าข่าว ที่เสนอต้องให้คนทุกฝ่ายดูได้ เพราะคนดูเราคือ ทุกกลุ่มทุกฝ่ายคนทำงานเลยมีความสุขสามารถ ชื่อนับใบจิชาชีพพองเราได้

ตั้งแต่มีช่องดิจิทัลของตัวเอง เวิร์คพอยท์ เติบโต อย่างมั่นคง มีการขยับไปศู่สื่อใหม่เพียงใด

คิดว่าขยับมากกว่าใคร มีมากกว่า 30 แฟน เพจ ยูทูปทำรายได้เดือนละหลายล้าน ทั้งยอดวิว ทั้งแอด ทั้งหมดคือรีรัน แล้วยังมีใลน์ อินสตรา แกรม คอนเทนต์เวิร์คพอยต์ติดอันดับใน 100 คนลูมากสุดของโลก หมายถึงว่าเราทำกุรกิจ โทรทัศน์ควบคู่ไปกับมัลติ - แพลตฟอร์มอื่นๆ อนาคตจะมีใลน์ทีวีเอีกคลูซีฟ และ รายการสดให้ เฟซบุ๊กเดือนละ 100 ชั่วโมง เขาเริ่มจริงจังกับ ข่องทางใหม่ ๆเช่น เลือกใล่ที่รายการที่คนดูเยอะ และ รายการข่าวก็ลงเฟซบุ๊กใลฟ์ซึ่งมี Engage ment เป็นหมื่น มีคนเข้ามาคอมเม้นต์อะไรต่อ อะไร

งานวาไรตี้ที่ขยายไปในทุกแพลตฟอร์ม เขาเอา เนื้อหาข่าวไปด้วยใช่ไหม

ถูก แต่แฟนเพจของรายการต่างๆ ทั้งวาไรตี้ และข่าวก็มีอิสระในการเอาคอนเทนด์ตัวเองมา ลงส่วนเฟนเพจอ็อฟฟีเซียลของเวิร์คพอยต์เวลา ไลฟ์ ก็จะเอาข่าวไปลงด้วยเราทำงานประสาน กันไป

ต้องนำคอนเทนต์มารีแพคเทจสักแค่ใหนเป็น ภาระเพียงใด

บางส่วนอดีตใหม่ บางส่วนก็ลงซ้ำเลยข่าวก็ เหมือนกันเวลาแถลงข่าวใหญ่ ๆ นักข่าวไปถึง



เราจะไลฟ์เฟซบุ๊ก หรือ มีสัมภาษณ์พิเศษก็จะ ขอใสฟ์แหล่งข่าวด้วย ยิ่งเป็นทีมชุดเล็กยิ่งทำได้ ทุกอย่าง แต่สเป็กยังไม่ถึงไอบี แต่แน่นอน่า ขั้นที่ไหน ดายเจ็บเท่าไร แต่โอบีต้องการขนาด งานโชว์ ประณีต แต่งานข่าวไม่ใช่ ต้องแข่งกับ ความรู้ ความเร็ว เราให้ความสำคัญ กับไซเชียล มีเดีย และคิดว่ามันเป็นอนาคต แต่เรายังเชื่อว่า ทีวีดิจิหิดอังเต็บโตอยู่ ตัวเลขก็ยืนยันว่าเต็บโตขณะ ที่ตลาดโซเชียล ตลาดออนไลน์ก็เช่นกัน โมษณา ทุกวันนี้ยังต้องแพ็คคู่เรื่องการขาย เช่น เรา สามารถขายคอนแหนค์ออกทางไซเซียลใต้ หรือ ขายโฆษณาจากยูทูบ เฟซบุ๊ก

มองงานข่าวในสื่อใหม่ว่าจะนำไปสู่รายได้อย่างไร เพราะคอนเทนต์ข่าวฟรีมีอยู่มากมาย

มีคนเชื่อว่าออนไลน์คอนเทนด์ที่ไม่ต้อง
เสียเงินจะเดิบโดมากกว่าการพรรายให้ออนไลน์
แทนที่ดิจิทัล ซึ่งเราไม่เชื่อ เราเชื่อว่าโฆษณายัง
เป็นรายได้หลัก ทีวีออนโมบาย ออนดีมาเด็ ไม่ได้ทำเงินในไทย คนยังอยากดูคอนเทนด์หรื เรายังเชื่อว่าดิจิทัลย์งมีอนาคต ในอีก 5 ปี รายได้ หลักยังมาจากสื่อเก่าพวกดิจิทัลทีวี จากการขาย โฆษณาแต่จะไปเพียวๆโดยไม่ผนึกกับแพลตฟอร์ม ใหม่ไม่ได้ ต้องไปพร้อมๆ กันขณะเดียวกันถ้าคน ทำดิจิทัลทีวีไม่ปรับให้คอนเทนด์ไปใต้ทุกทิศทาง และสร้างรายได้ทุกทิศทาง อันนั้นก็จะเป็นจุดจบ และต้องปรับตัวภายในปีนี้

อะไรคือ เดตใลน์ ของการปรับตัวภายในปีนี้

ภาพรวมของเศรษฐกิจแย่ ถ้าเราไม่ปรับตัว ในช่วงแย่สุด เราจะไปไม่ทัน เราจะตาขบวน ข่วงนี้เป็นช่วง เรียนรู้และปรับตัว ผมเชื่อว่า คนทำสื่อเติมๆ ถูกผู้บริหารสั่งให้ปรับตัวเออะต้อง ลงข่าวในออนไลน์ด้วย บีนี้เราจะรู้แล้วว่าทุกคนจะ ต้องปรับเปลี่ยน ถ้าดูจาก 4 - 5 ปีที่ผ่านมาก็รู้ว่า แนวโนมมาทางนี้ ยิ่งคอนเทนต์เราไปใต้ใกล ข่อทางที่จะสร้างรายให้จากแพลตพอร์มอื่นๆ ก็เยอะตามไปด้วยเราซึ่งเป็นหนึ่งในกลใกรุกิจก็ ต้องปรับตัวไม่งั้นเราจะถูกปรับให้ออกจากขบวนนี้ ถ้าถามประสบการณ์ของคุณเองในฐานะคนข่าว ที่เติบโตมาในยุคการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สื่อใหม่ ต้องมีการปรับตัวสักแค้ใหน

ต้องปรับเลย ทีวีว่าเร็วแล้วโซเชียลเร็วกว่าอีก ทีวีกว่าจะเรียกคนมารวมได้ กว่าจะเบรกได้ โซเรียลมีเตียเหมือนมีเมาส์อยู่ในมือเราต้องลง ข่าวเลย ทั้งใสน์ เฟซบุ๊ค ทวิตเตอร์ ตอนนี้จาก Priority แรกเป็นทีวี ตอนนี้กลายเป็นออนไลน์ ทีวี เป็นที่สอง ลงออนไลน์แล้วสั่งทีมงานให้เตรียม เบรกข่าว ทุกวันนี้เป็นแบบนี้

สนุกหรือเหนื่อยมากกว่ากัน

ทั้งสองอย่าง ถ้ารอเล่นข่าวซึ่งคนอื่นมีออนไลน์ หมดแล้ว เราก็ไม่มีเครดิต

ความเร็วซนาดนี้ ในบทบาทผู้บริหารข่าวที่ต้องรับ ผิดชอบทีมข่าวที่เป็นคนรุ่นใหม่ๆ รู้สึกว่ามีความ เสี่ยงมากน้อยเพียงใด

เต็กรุ่นใหม่ฉลาดกว่าเรา ชีวิตเกิดมาเพื่อสิ่งนี้ มีข่าวขึบเอาลงออนไลเนลย 70 เปอร์เซ็นด์ ถูก 30 เปอร์เซ็นต์ พลาด ความเร็วมาพร้อมกับความ ผิดพลาด เราต้องนำสิ่งที่ผิดพลาดมาสอนกัน รายรันทีวีว่าเร็วแล้ว ยังผีตับเปิลเช็ตก่อนออก อากาศได้ แต่ออนไลน์โอกาสน้อยมากที่จะเช็ด เราพยายามที่จะไม่ผิดในสาระสำคัญ เช่น ตาย หรือไม่ตาย ตัวเลขการละเมิดจรรยาบรรณ ผู้เสีย พาย อย่างภาพผู้เสียหายไม่เบลอหน้า ภาพอุจาด ไม่เข็นเชอร์ หรือ พาดพินถึงบุคคลที่สามให้เขามา ฟ้องร้อง เราจะไม่ผิด จะผิดบ้างเรื่องการควบกล้ำ เสียงพิมพ์ผิดซึ่งที่ผ่านมา เรายังไม่เดยผิดพลาด ในสาระสาคัญ เรายืนยันกับทีมว่าผิดไม่ได้ในเรื่อง จรรยาบรรณหมิ่นประมาทกฏหมาย ไม่ว่าจะเร็ว แต่ใหนก็ตาม

เฟสต่อไป เวิร์คพอยท์ วางแผนเรื่องงานข่าวไว้ อย่างไรบ้าง

เป็นสำนักข่าวที่ฟูลอัอปชั่น มีกองบรรณาธิการ ทุกเซ็คชันการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ใอที คิลปวัฒนธรรม รวมถึงข่าวเจาะ 25 คน แต่เริ่มดันปีที่ 2 จะไปให้ได้ครั้งหนึ่งของฟูลอ้อป ชั่นที่วางไว้ เราปรารถนาเรตตั้งที่ไดรันโดคินอยาก จะชื่อผู้นำข่าวกับเขาบ้าง เชื่อว่าคอนเทนด์ดียังใง คนก็ดู





เกรียงไกร สิริกาญจนาวัฒน์ ผู้อำนวยการฝ่ายรายการช่าว สถานีโทรทัศน์ช่อง 8

ตอนนี้ โทรทัศน์ของบริษัทอาร์เอสมีช่องอะไรบ้าง

ช่อง 2 เป็นบันเทิง ละคร มีรายการข่าวด้วย เป็นเทียร์ของเคเบิล ช่องสบายดีทีวีเป็นช่อง ลูกทุ่ง ทั้งสองช่องเป็นเคเบิล และช่อง 8 ดิจิจัดทีวี ดินยาเสกเมนต์ต่างกัน โดยช่อง 8 เป็นเทียร์ของ ดิจิจัด มีเป้าหมายคือเช้มทุกเรื่องราว สุดทุก อารมณ์ คอนเข็ปต์การทำงาน เช่น รายการคุย ข่าวเช้า คุยง่าย เล่าง่าย เข้าใจง่าย ข่าวเข้าใจ ง่ายให้ค้อแปล เด็กดูข่าวเราได้ แสดงว่าง่ายๆ ใม่ ต้องแปลข้ำ นั่นคือสิ่งที่เราพยายามนำเสนอแม้แต่ บุคลากรเราบรับให้วิธีการเล่า หรือฉากให้ดูเข้าถึง เช้าใจ จุดเล้วเล่าต่อได้ด้วย เล่าแบบถูกนะ

ในการทำงานมีนโยบายชัดเจน เน้นทำตาม
จริยธรรมของสื่อ หากเป็นข่าวความขัดแย้งเรา
ไม่ทำข่าวด้านเดียว ซึ่งเป็นคอนเข็บได้หันฐานของ
แต่ละช่องอยู่แล้ว เรานำเสนอสองด้าน หากติดต่อ
อีกฝ่ายไม่ได้ ก็บอกว่าเราติดต่อแล้วไม่รับสายแต่
เราจะเขียนแก้ต่างให้แม้จะเป็นช่องเกิดใหม่ แต่เรา
เรียนรู้ เรียนลัดจากพี่ๆ วงการสื่อในการทำงาน
และทำตามจะบระเบียบหมด

สัดส่วนของผังรายการซ่อง 8 แบ่งเป็น บันเทิง และ ข่าวเท่าใร

เรายึดตามที่ กสทช.กำหนด ข่าวหรือสาระ
25 เปอร์เซ็นต์ ตอนเข้ามีคูยข่าวเช้า รูปแบบ
เป็นข่าวทีย่อยมาแล้วมีที่อีกรสี่ตน ข่าวเสรษฐกิจ
เป็นแบบที่ขาวบ้านจำไจง่าย คือพอพูดถึง
เสรษฐกิจ คนจะนีกว่าเข้าใจข่าก แต่ของเราไม่
ทำไงให้ชาวบ้านเข้าใจทันทีให้คนดูข่าวแล้วเก็ต
เลยแล้วไปคุยต่อได้ด้วย

ช่อง 8 เจาะกลุ่ม แมส อะไรคือความแตกต่างจาก ช่อง 7

เราพยายามดีไซน์ตัวเองให้เข้าถึงกลุ่มเป้า หมายเหมือนช่อง 7 และ ได้กลุ่มคนชั้นกลางแบบ ช่อง 3 ด้วย แต่ตัวเราเองคือช่อง 8 จึงไพสิชั่น ตัวเองว่าเป็นข่าวที่เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปล ฉะนั้น ใครดูเราก็ได้ไม่จำกัดว่าต้องเป็นตลาดล่าง หรือ ตลาดบน ส่วนบันเทิงขอพูตรวมๆ อย่างทีบอกว่า เราเช็ม ทุกเรื่องราว เนื้อหาต้องเช้มส่วนสุดทุก อารมณ์ หมายถึงละครก็เข้าถึง คือ ทุกคนในช่อง วาไรตี้ก็ต้องปรับตัวในการทำงานทำไงให้ชิงคนดู มาได้

การนำเสนอของช่อง 8 ผ่านแผลตฟอร์นใดบ้าง

มีทุกแพลดฟอร์ม อย่างที่บอกว่าสื่อมันเปลี่ยน ช่อง 8 มีช่องทางนำเสนอผ่านแพลดฟอร์มดิจิทัล เข้าไปอยู่ในเคเบิลดามกฏมียู่ทูปของแชนแนลเอง เป็นรายการรีรัน มีเว็บไซด์ที่จะออกรายการสด และแอพพลิเคชั่นในโมบายล์ และ มีเฟซบุ๊ก ส่วน ใหญ่ของข่าวจะไลฟ์เฟชบุ๊ก หรือ นักข่าวไลฟ์เอง เรามีค่อนซึ่งจรรบ โลกมีการเปลี่ยนแปลงเทคโน-โลยี แบบใหนเราเชิร์ฟหมด

แต่ละแพลตฟอร์มใช้คอนเทนต์ชุดเดียวกัน หรือต้องปรับ ตัดต่อใหม่

เหมือนกัน ถ้าเป็นข่าวก็เลือกครีมๆ ใส่ลงไป คือจริงๆ เราเลือกของที่ที่ที่สุดอยู่แล้ว อย่างสะคร มีชีรีย์เกาหลีก็ลง โดยเฉพาะแกนของข่าวๆ เดียวกันแต่การนำเสนอในแต่ละแพลตฟอร์มต้อง ต่างกันตามลักษณะของแพลตฟอร์ม และ พฤติกรรม ของมับรีโกสลื่อในแต่ละประเภท พฤติกรรม ของมับรีโกสลื่อในแต่ละประเภท

การมีสื่อใหม่กระทบต่อการทำงานของซ่องอย่างไร

ผมว่าเป็นการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี มากกว่า พาราไตม์ ที่เคยตั้งแต่ก่อนมีคนบอกว่า การทำธุรกิจ เดินข้าแพ้ ถ้าเป็นเครษฐกิจติจิหัล เดินข้าแพ้ เดินเร็ว และเร็วไม่เท่ากับเพื่อน ก็แพ้ นะครับ

ถาบที่บอกว่าเกินเรือใม่เท่าเพื่อน หบายถึงอะใรบ้าง ทุกอย่างครับ อย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่โนเกีย ไม่ผิดแต่เดินตามเพื่อนไม่ทันเพื่อนก็ทิ้งการ ทำงานของอาร์เอส หรือ ช่อง 8 เราตั้งเป้ากำไร



ตั้งแต่ปีแรก เราไม่ตั้งเป้าขาดทุนการทำธูรกิจ เหมือนดำน้ำต้องสิบห้าปีหากตั้งเป้าขาดทุน ตั้งแต่ ห้าปีแรก คุณก็ตำลงไป แต่เพื่อนโผล่หันน้ำแล้ว คุณจะรู้เหรอว่าอีกห้าปีโผล่ขึ้นมาเพื่อนไปใหนแล้ว อาร์เอสทำธูรกิจนความรอบคอบ ใช้ทุกบาททุก สตางค์คุ้มค่า และได้ของดีที่สุด

ทีมข่าวมีจำนวนทั้งหมดเท่าใร

สิบสามทีม ก็พาสองทีม ทีมข่าวสิบเอ็ดทีม ข่องเราเป็นช่องวาไรดี แต่รายการข่าวติดอินดับ เป็นอันดับสาม รายการคุยข่าวตั้งแต่ต้ห้าถึงเก้า โมงเราเป็นชั่นดับสาม เราชนะช่องที่เป็นช่องข่าว อันดับหนึ่งคือช่อง 7 อันดับสอง ช่อง 3 อันดับสามข่อง 8 เรคดั้งข่าวเราทำได้แปดแสน ลักนหนึ่งก็เดยได้ เราจัดทุกสัปดาห์เราทำงานบน ข้อมูลที่ใหลมาทุกวันปรับดัวทุกวันที่เราได้เรดดัง มาเพราะมีผู้บริหาร ที่ให้นโยบายชัดเจนม์ที่มงาน ที่แข็งแกร่ง เราพยายามเสริมทัพดลอด ไม่ชื่อตัว แต่มองคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการทำงาน และเข้ากับบุคลิกของช่องใ มิปซิกรก็เข้ากับข่องได้ และช้า แต่ผ่อง 8 เป็นฝ่ายเลือก

หากเทียบกับซ่องอื่น เลือกอย่างใร

ดูทัศนคติในการทำงานก่อนว่าพร้อมเหนื่อย
กับเราไหม เพราะทำทีวีไม่ง่ายเหมือนแต่ก่อน
เพราะต้องทำบนการปรับตัวทุกวัน และคุณต้อง
หาการบ้านทุกวันด้วย ไม่ใช่นั่งรอว่าเยาจะป้อน
ข่าวอย่างใรต้องดูข่าว มีพันความรู้ข่าวต้องทำตัว
เองเป็นคนข่าวด้วย ตัวเองต้องเข้าใจเรื่องก่อน
คอนเซปท์ เราถึงบอกผู้ประกาศหรือทีมงานทุกคน
ว่าต้องเขียนข่าวให้ตัวเองรู้เรื่องก่อน จึงจะสื่อสาร
กำคนเต็นได้

ทักษะด้านอื่นของคนทำข่าว

ทักษะการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการพูดบุคลิก ภาพสำคัญต้องมีตาแรคเตอร์ชัดอย่างที่ ผมบอกว่า รายการช่าวเกิดขึ้นทุกช่องเหมือนกันหมด เปรียบ เทียบเหมือนทำผัดกระเพราต้องมีวัดถุติบ เหมือน คนอื่นนี้มีจัดถุติบคือ ใบกระเพรา หมือน กันที่ผ หาวนี้อยู่ที่รสมือการใส่ความเป็นตัวเขาเองเราก็ เหมือนกันมีสตริงเกอร์ชาวทั่วประเทศมีที่มีช่าว คนเขียนข่าว บก.มืออาชีพ แต่สิ่งที่เราทำคือสไตล์ ที่ไม่เหมือนกันข่าวของเราเป็นแบบคุยง่าย เล่า ง่าย เข้าใจง่ายไม่ต้องแปล

หากเปิดทีวีดูใม่เห็นโลโกซ่องจะรู้ได้อย่างใรว่า เป็น ซ่อง 8

เสียงครับ แม้แต่เสียงเพลงใตเดิลรายการ หลับตาพังจะนีกออกเลยว่า ช่อง 8 ถ้าเคยดูเรา มาก่อนจะรู้ว่านั่นแหละคือความเป็นเราโทนสดชื่น สบายๆ เข้าใจไม่เครียดข่าวใหนเครียดเราทำให้ เครียดน้อยลง

ที่บอกว่านำเสนอแบบไม่เครียด ช่วยยกตัวอย่าง ช่าวระเบิดที่ภาคใต้วันที่ 11-12 สิงหาคมที่ผ่านมา

เราตรวจสอบข้อมูลก่อนเพราะหลากหลาย
มา เราเล่าในมุมที่ไม่เอาความเห็นไปใส่ เช่น
คำว่า โจรกระจอก คนทำอำมหิต เรามองว่ามัน
ทำให้คนเครียอมากขึ้น เหมือนเราพังข่าวแล้ว ไป
เล่าให้แม่ทั้งน้ำเสียงแบบนี้ เช่น "แม่วันนี้เกิด
ระเบิดนะ" ไม่ใช่เล่าว่า "แม่วันนี้เกิดระเบิดนะ
คนตายแอะเลย เลือดเต็มหมด" ข่าวแบบนี้เรา
ไม่จราม่าเราสร้างความวิตกให้กับคนดูไม่ใต้เพราะ
มันจะพันกันไปหมด

นอกจากน้ำเสียง บุคลิก ทักษะด้านเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ต้องมี

ทำใต้ทุกอย่าง ผมเชื่อว่าทำได้ทุกคนใครไม่ ทำนี่เชย ในวงการเวลาเราออกไปทำข่าวมันต้อง มีคนเริ่มใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด เราเลือกว่า เทคโนโลยีอันไหนเหมาะกับบุคลิกเรามากกว่า

ให้น้ำหนักกับแพลตฟอร์มใหนมากที่สุด

ใช้ทุกอย่างตามสถานการณ์ เช่น หากอยู่ใน พื้นที่แต่ไม่มีชั่วโมงช่าวเราก็ไลพ์เฟซบุ๊ก ถ้าเข้า ช่วงชั่วโมงก็ถ่ายทอดสด หากไม่มีสัญญาณ โทรศัพท์ ก็ทำเป็นตัววิ่งข่าว คือ ปรับใช้เทคในเลีย ตามสถานการณ์คงใช้พร้อมกันไม่ได้เพราะคนดู มีแต่สองตา คงไม่ดูพร้อม ๆ กันหลายอย่าง

สถานีดิจิทัลเปิดมาสองปี เริ่มใช้ทุกแพลตฟอร์ม พร้อมกัน หรือ มาปรับเพิ่มภายหลัง

อย่าเรียกว่าเพิ่ม เรียกว่าเราปรับตัวก้าวให้ เท่าทันตามความต้องการของผู้บริโภคดีกว่า ถ้า ตามไม่ทันเพื่อนเราก็เสียลูกค้า



ผู้บริหารให้นโยบายอย่างไรบ้าง

ให้อิสระในการทำงาน อย่าง เฮียฮ้อ (สุรชัย เชษฐ์ให้ดิสระในการทำงาน อย่าง เฮียฮ้อ (สุรชัย เชษฐ์ให้ทร บมจ. อาร์เอส) และ คุณพรพรรณ เดชรุ่งชัยกูล (ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ บมจ.อาร์เอส) เรา ประชุมบอร์ดทุกวิศ คุยกันเรื่องของข่าว อย่างเฮีย ชอบดูข่าวทำดัวเป็นคนดูมีคอมเมนต์มา บอก เรื่องนี้ซึ่งไม่เข้าใจเรื่องที่มีความขัดแย้อกัน เราไม่ สนอข่าวด้านเดียว เรื่องใหนเป็นการกล่าวหาต้อง ให้อีกฝ่ายแท้ต่าง

ด้านจริยธรรมเฮียก็เน้นหนัก อย่างรถข่าว ปกติจะซิ่งมาก แต่เฮียเน็นว่าขับรถต้องมีมารยาท นะเพราะนักข่าวและรถข่าวมันเหมือนเป็นด้วแทน ช่อง เครื่องแต่งกายให้ดูดีเหมาะสม อย่างไป หน่วยงานต่างๆ การแต่งกายคืองให้เกียรติสถานที่ มีความน่าเชื่อถือ ไม่ใช่แต่งตัวอย่างไรก็ได้

ความคาดหวังต่อบุคลากรสื่อในอนาคต

ท่างานสนุกนะ สู้กัน วิน - วิน (win-win) สนุกตี คาดหวังว่าแต่ละช่องในการทำงานเป็น สไตล์ แต่ละคนคาดหวังคือว่าเวลามีการถ่ายทอด พระราชพิธีต่างๆ หรือ ไทรทัพน์รวมการเถพาะกิจ อยากให้ทำเหมือนกันหมดมีความร่วมมือกัน เป็น ไปตามกันจะถ่ายทอด ไม่ถ่ายทอดให้เหมือนกัน หมดทำเวลาเตียวกันด้วย มันเป็นฐุรกิจมีความ ได้เปรียบเลียเปรียบ อยากให้สื่อเป็นน้ำหนึ่งใจ เตียวกันล์ลงพระราชพิธี

ด้านจริยธรรมในวิชาซีพ มีเน้นจุดใดเป็นพิเศษ หรือไม่

เหมือนสือทุกข่องที่เขาทำกันไร้จริยธรรมข้อ กำหนดในการทำงาน เรามีหมดอาศัยข่องด่างๆ ที่ ทำกันไร้มาปรับให้เข้าสไตล์เราส่วนใหญ่ไม่ด่าง คืองานสื่อ มีกฎหมายกับข้อบังคับสมาคม สมาพันธ์ ต่างๆ คุมไร้อยู่แล้ว เราเป็นสมาชิกก็ทำ ตามนั้นเราเน้นทำตามกฎเหมือนกฎหมายบังคับ ใช้กับทุกคนแต่เผลอ หรืออะลับอล่วยกันหรือเปล่า แต่เราไม่เผลอเรอ หากหลุดก็ดำหนิทีมงานเราเอง บอกเป็นหน้าที่ต้องรับผิดขอบในใจเสมอ

ความคาดหวังบุคลากรสื่อในอนาคต ซึ่งเป็นคุณ สมบัติ ส่วนบุคคล เช่น ทักษะ วิสัยทัศน์ สิ่งที่อยากเห็นคือ ทกคนทำตามกฎ อยาก สื่อสารให้คนรู้เรื่อง ต้องพูดรู้เรื่องก่อนมีวินัยใน ตนเอง อยากเป็นคนหน้าจอต้องเสียความเป็น ส่วนตัว คุณอยากจะยืนอยู่บนวิชาชีพนี้ต้องทำ การบ้าน ไม่ใช่อยากเป็น แต่ไม่ทำการบ้านแล้ว โผล่มาหน้าจอ ผมคิดว่ามันขึ้นกับตัวคนว่าอยาก อยู่ในวงการนานแค่ใหน หรือแค่ลองชิม คาดหวัง จริงๆอยากให้ทุกๆ คนทุกสื่อ เวลามีเหตุการณ์ไม่ สงบเราน่าจะวอร์รูมกันว่านำเสนอแบบใหนที่ ประเทศไม่เสียทาย ส่วนรสชาติการนำเสนอก็ขึ้น กับแต่ละช่อง มีชื่อตกลงร่วมกัน เช่น ภาพนี้เรา ไม่เล่นนะ ไม่ใช่มีคนแพลมออกมา

อย่างเรื่องสิทธิเด็ก ไม่ทำ แล้วแต่ตกลงกันว่า เรื่องไหน ควรเล่น ไม่ควรเล่น สมมติจงมติว่า ไม่เล่นต้องไม่เล่นด้วยกัน หรือ เล่นข่าวแล้วทำ อย่างไร ไม่ให้แหล่งข่าวเสียหาย ไม่ขั้นมันไม่เป็น เอกภาพ คือต้องมีโครงเป็นแนวปฏิบัติ

นอกจากทักษะที่นักข่าวมีอยู่แล้ว บริษัทใด้ส่งเสริม หรือ จัดคอร์สอบรมเพิ่มเติมอะไรบ้าง

มีครับ เพิ่มให้ดีขึ้น ทีม ผู้สื่อข่าว ทีมงาน รายการข่าวเราได้มีการให้ความรู้โดยเราให้ฝ่าย กฎหมายของทางบริษัทมาให้ความรู้ในเรื่องท่างๆ เช่น ลิขสิทธิ์ในการใช้ภาพ กฎหมายในการนำ เลนายท่าว ทำข่าวอย่างไรไม่ที่ถูกพือง รวมทั้งนำ เอาเทปของผู้สื่อข่าวภาคสนามมาวิจารณ์การ รายงานข่าวของแต่ละคนเพื่อนำมาวิจารณ์ปรับ ปรุงการรายงานข่าวให้ดียิ่งๆขึ้นและยังส่งผู้สื่อข่าว ของช่อง 8 ไปอบรมตามคอร์สต่างๆ ของทาง สมาคมผู้สื่อข่าวหรือ กสพร.ที่เปิดอบรมให้ความรู้ ในเรื่องต่างๆ ของการทำงานข่าว

ช่วงที่เป็นแอนะค็อกกับดิจิทัล การทำข่าวแตกต่าง กันใหม อย่างใร

ตอนเป็นแอนะล็อกมี 6 ช่องแต่ดิจิทัลมี ทางเลือกมากขึ้นต้องปรับตัวมากๆ ทำข่าวให้ ตรงใจน่าสนใจต้องมีคาแรคเตอร์ชัดเจนเพราะ รีโมทอย่ในมือผู้ชมสามารถกดเปลี่ยนช่องได้ทันที





ประทีบ คงสิบ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายข่าวและรายการช่าว สถานีโกรทัศน์วอยซ์ทีวี



ประทีบ คงสิบ

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายข่าวและรายการข่าว สถานีโทรทัศน์วอยซ์ทีวี

สถานการณ์ของ Voice TV ในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล

ถ้ามองในเชิงของธุรกิจ ตั้งแต่เปิดโทรทัศน์ ดิจิทัดสนถึงวันนี้คือขอยหรับว่ายังไม่ดี ถ้าติดตาม ข่าจะเห็นว่า เม็ดเงินในตลาดโยมติ ถ้าติดตาม ข่าจะเห็นว่า เม็ดเงินในตลาดโยมติ เคือยู่ที่ทีวี แอนเลือก เมื่อมีจำนวนช่องและผู้เล่นมากแน่นอน แต่ละรายก็เหนื่อย ยิ่งไปกว่านั้นโดยทั่วไปเม็ดเงิน โยมดนาละเข้าสู่หมวดวาไรดี้จะมากกว่าอยู่แล้ว กลุ่มข้องข่าวสารและสาระแบบ Voice TV ก็ยิ่งได้ รับผลกระทาในเดิงผลประกอบการ

ในช่วงที่ผ่านมา เราจำเป็นต้องลดขนาด องค์กรเพื่อให้ธุรกิจเตินใปได้ในระยะอา เราไม่ สามารถทุ่มสรรพทำลังหรืองบประมาณทำตลาด แบบแมสได้ แต่ต้องให้กัสจุดแข็งของตัวเองให้ชัด ในช่วงครั้งปีที่ผ่านมา ในเชื่องผลประกอบการทำได้ เกินกว่าเป้าที่ตั้งไว้ ถือว่ามีทิศทางที่ตีแต่ยังคงขาด ทุนอยู่ขึ้งเป็นธรรมชาติของธุรกิจนี้ ยังไม่มีช่อง ใหน่ได้กำไรแต่กลุ่มผู้ถือทุ้นของ Voice TV มี ความชัดเจนว่า ให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจนี้ ฉะนั้นเราเชื่อว่าหากเดินไปตามแผนที่วางไว้สถานี จะอยู่รอดได้ในระยะยาวอย่างแน่นอน

วางแผนธุรกิจของสถานีใว้อย่างใร

เราวางดำแหน่งชัดเจนว่า เป็นสถานี "วิเคราะห์ข่าว" มีทั้งข่าวความคิดเห็นและความรู้ ไม่ใช่แค่รายงานอย่างเดียว เราคิดว่าจะเป็นจุดที่ แคกต่างจากการนำเสนอย่าวทั่วไป รายการที่ ประสบผลลีกเรื่อล่าสูดคือ Tonight Thailand เป็น รายการคุยข่าว เล่าข่าว วิเคราะห์ข่าว คอนเข็ปดี จะเน้นการวิเคราะห์ข่าว เพราะผู้ดำเนินรายการ ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการเป็นผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญในแต่ ละด้านซึ่งมีมุมมองและองค์ความรู้ที่สามารถ วิเคราะห์ข่าวรายวันที่เกิดขึ้นได้แตกต่างจากการ รายงานข่าวทั่วไป เราเชื่อว่าโลกยุคใหม่ คนยุคใหม่ สังคมยุค ใหม่ไม่ได้ต้องการการรายงานข่าวเพียงอย่างเดียว แต่มากไปกว่านั้น เราคิดว่าสังคมต้องการความรู้ และความคิดเห็นที่ฉลาดที่ทำให้เขาสามารถด่อ ยอดหรือเกิดความคิดหรือตัดสินใจอะไรใต้มากขึ้น

ผลการตอบรับเมื่อพิจารณาจากเรตติ้ง เป็นอย่างไร

อย่างทีบอก แต่ละสถานีต้องเลือกไฟกัส กลุ่มลูกค้าให้พรงกับสิหล้าที่จะทำขาย ถ้าวัดจาก ภาพใหญ่กลุ่มคนดูอายุ 4 -15 ปีขึ้นไปทั่วประเทต เจติ้งเราอยู่ลำดับท้ายอย่างแน่นอน แต่ถ้าวัดใน กลุ่มของดลาดที่เราแข่งขันอยู่ ถือว่ามีอัดราที่ เดิบโตได้ดี ใน 6 ช่องข่าวด้วยกัน เราอยู่อันดับที่ 2 - 3 เราเจาะจงลงไปอีกด้วยว่า เป็นคนกรุงเทพฯ และคนในเมืองอายุ 30ปีขึ้นไป รายใต้ต่อครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป เพราะเราทำสินค้าสำหรับ กลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังชื่อสูง เมื่อมีความชัดเจน แบบนี้ เอเจซก็ก่องมรับ

ถ้ามองเฉพาะรายการ Tonight Thailand มีเรตติ้งที่เติบโตจากเตือนมีนาดมจนถึงเตือนนี้ มากกว่า 1,000 เปอร์เซ็นถ้าถามประสบความ สำเร็จไหม ณ ขณะนี้ถือว่าประสบความสำเร็จพอ สมควร แต่เราสังตัวงไปใช้ได้มากกว่านี้

ลงลึกขนาดนี้ จำกัดกลุ่มเป้าหมายแคบเกินใป หรือใม่

มีคำถามนี้เหมือนกัน เมื่อทีวีดิจิทัลมีมากถึง 24 ช่อง เราไม่สามารถหว่านเล่นได้ทุกตลาด รายการมีเป็นพัน คนดูจำไม่ได้หรอก ถ้าเราไม่ ส่รางสิ่งที่แตกต่าง ก็เหมือนหนังสือพิมพ์รายวัน ที่มีหลากหลายหัวแต่ละฉบับก็ไหกัสตลาดของ ตัวเอง กรุงเทพรูรกิจทำข่าวเศรษฐกิจ - การเงิน



มติชนเจาะตลาดคอการเมือง ทุกคนมีเป้าหมาย ของตนเอง ฉะนั้น ถามว่าเฉพาะเกินไปใหม่ก็คง เฉพาะแต่ฐานคนดูกลุ่มนี้ไม่เล็กนะ แล้วเราเชื่อว่า เมื่อถึงจุดหนึ่งคนดูจะเลือกว่าอันไหนที่ตรงกับ รสนิมและความตัดงการตัวเอง

คนทั่วไปมอง Voice TV เป็น "สื่อการเมือง" ในฐานะ คนทำงาน มองเรื่องนี้อย่างไร

ปฏิเสธความรู้สึกคนภายนอกได้ยาก เพราะ โปรไฟด์ผู้ถือหุ้นเป็นคนที่ยังเล่นการเมือง ถ้าจะ บอกว่าเราเป็นช่องที่ไม่เกี่ยวกับการเมือง พูดไป คนที่ไม่ชอบหรือไม่เชื่อก็ไม่มีทางเชื่อ เพราะเจ้า ของยังเล่นการเมืองอยู่เลย หน้าที่ของเรามีทาง เดียว คือ พิสูจน์ความเป็นมืออาชีพ ในการทำงาน ผ่านหน้าจอและหลักคันเรคตั้งให้พิสูจน์ตัวเอง แต่ ทุกวันนี้ก็ดขึ้นเรื่อยๆ ถ้าเทียบกับปีแรกๆ เหนื่อย กว่านี้แค่นัดสัมภาษณ์แหล่งข่าว หลายคนยังไม่ อยากสัมภาษณ์เราทำมาลักระยะคนค่อยๆ เห็นว่า เราก็เหมือนช่องทั่วไป

ที่สำคัญอีกเรื่อง ตรงนี้จะเชื่อหรือไม่เชื่อไม่ ว่ากันใน เชิงอุดมการณ์ คุณทักษิณ (อดีตนายกฯ ทักษิณ ชินวัตร) เชื่อว่าการทำสื่อ มีส่วนในการ สร้างสังคม พัฒนาสังคม เพราะเป็นช่องทาง ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์

การถูกมองเป็นสื่อการเมือง กระทบธุรกิจในแง่ รายได้จากโฆษณาเพียงใด

ก็มีผลต่อการตัดสินใจของเอเจนชื่อยู่บ้าง เพราะปฏิเสธไม่ได้ว่า เจ้าของคือ กลุ่มตระกูล ชินวัตร ซึ่งยังเล่นการเมืองอยู่เมื่อบ้านเรามีการ แบ่งชั้วทางการเมืองอย่างชัดเจน มีทั้งคนซอบ และคนไม่ชอบ ก็มาถึงจุดที่เราต้องพิสูจน์ตัวเอง โดยวัดกันที่เรตติ้ง เราทำเรตติ้งได้ถึงระดับที่คุ้ม กับการลงโฆษณาหรือไม่

ผู้ประกอบการทีวี ได้รับผลกระทบจากสื่อใหม่กัน อย่างกว้างขวาง Voice TV เป็นอย่างไร

Voice TV โชคตีที่เกิดมาพร้อมการเติบโต ของสื่อใหม่ เราไม่เหมือนช่องที่อยู่มานาน ซึ่งอาจ จะคุ้นชินกับการทำทีวีอย่างเดียว ในช่วงแรกเรา ยังคิดจะเป็นเว็บทีวีด้วยซ้ำ แต่ในที่สุดก็ตัดสินใจ เป็นทีวีดาวเทียม และทีวีดิจิทัส เราเห็นแล้วว่า นิวมีเดียจะมาแน่ๆ แม้แต่การสัมภาษณ์คนที่มา สมัคร ทำงานโทรทัศน์ 99 เปอร์เซ็นต์ บอกว่า ติดตามข่าวผ่านออนโลน์และเป็นมือถือมากขึ้น กว่าคอมพิวแตร์ตั้งได้ะด้วย

ลิ่งที่กระทบมากกว่า คือ การปรับตัวของคน ทำงานถึงจะเป็นเด็กรุ่นใหม่ที่เสพช่อมูลผ่านสื่อ ออนใลน์ก็จริง แต่เมื่อมาทำงานขางคนกลับติ กรอบว่าทำเฉพาะทีวีซึ่งไม่ชี่ เพราะ Voice TV เป็นมัลติมีเดีย เนื้อหาที่คุณถูกมอบหมายออก ไปทำมันต้องไปในทุกช่องทาง ซึ่งก็เหมือนเป็นการ เพิ่มงาน แต่ถ้าเปลี่ยนวิธีคิดตรงนี้ได้จะทำให้คน ทำเนื้อหามีความสามารถและความคล่องตัวมาก ขึ้น Voice TV ถึงจะเน้นเรื่องการวิเคราะห์ แต่ใน แต่ความเร็วเรามีทุกแพลตฟอร์ม

หมายความว่า ต้องผลิตงานเพื่อป้อนทั้งสื่อเก่าและ สื่อใหม่ไปพร้อมกัน

ใช่ มันเสริมซึ่งกันและกัน ถ้ามองในแง่เม็ต เงินโฆษณา เงินออนไลน์ยังน้อยมาก ส่วนใหญ่ยัง อยู่ที่ทีวีแต่ทุกคนเชื่อกันว่าในอนาคต ส่วนแบ่ง ของฮอนไลน์จะขยายขึ้นไปอีกเพราะคนมาดูตรงนี้ กันท่อด ในขณะที่ทีวีแทบไม่เติบโต เราใช้ชื่อสถานี Voice TV ก็จริงแต่เราเป็นมัลติมีเดียและพยายาม พัฒนาข่องทางต่างๆตลอดเวลา เช่น การออกแบบ การรับชมผ่านมือถือให้ดูง่ายขึ้น

ตอนนี้มีการใช้แพลตฟอร์มใหม่ๆ อย่างไรบ้าง

น่าจะครบหมดที่มีในโลกออนไลน์แล้ว เราไม่ น้ารายการทีวีที่ออนแอร์มาใลฟี แต่ท่าเป็นเหมือน รายการ Minter เพิ่มขึ้น เช่น รายการ Daily Dose ทำเป็น Daily Dose ภาคพิเศษ Facebook Live ข้องจะคุยประเด็นที่ต่างจากในทีวี หรือ คำ ผกา เขามี In her view และทำ Facebook Live ต่าง หากด้วยถือว่าเป็นของใหม่ คนไห้ความสนใจแต่ก็ดู กันอยู่ว่าโอกาสทางการขายจะเป็นอย่างไร

มีการบริหารจัดการการตลาดนิวมีเดียอย่างไร

ตอนนี้เราแยกกันระหว่างทีวีกับออนไลน์ เดิมใช้วิธีขายพ่วง เช่น ซื้อทีวีแถมออนไลน์แต่เมื่อ ยอดวิว ยอดคนติดตามออนไลน์ ถึงระดับหนึ่ง



สามารถขายแยกใต้ อย่าง ข่าวสดออนไลน์เป็น อันดับหนึ่งของเว็บข่าว ฉะนั้นเขาขายใต้เพราะ ยอดถึงระดับหนึ่งเอเจนซีจะชื่อเราก็พยายาม พัฒนามาถึงจุดที่ขายใต้ ถ้าคล็กดูวิดิโอข่าวของ Voice TV จะมีโฆษณา Pre-roll 3 วินาที่ ส่วน Banner ปกติขายแบบเดิม โฆษณาที่เป็นวิดิโอ ก่อนเข้าข่าว เราเริ่มมีการขายเป็นแพ็ดเกร

มองอนาคตในฐานะคนทำสื่อ ต้องมีการปรับตัว อย่างไร

จรรยาบรรณ เป็นพื้นฐานที่คนทำสื่อต้องมี อยู่แล้ว แต่การเรียนรู้ให้เท่าทันเทคโนโลยีใหม่ เป็นสิ่งสำคัญเพราะมีข้องทางใหม่เพิ่มขึ้นถ้าทำ สถู่ปทีวีจะเป็นอีกแบบหนึ่ง ทักษะในการเขียน บล็อกบนเว็บไซต์ทักษะในการเขียนข่าวบน หวิตเตอร์ เฟซบุ๊ค ก็ต่างกันทวิตเตอร์มีพื้นที่ให้ แต่ 140 ตัวอักษร คุณจะเขียนข่าวที่คุณสงพื้นที่ ได้ยังไงให้เข้าใจง่าย และถูกต้องนี่คือทักษะที่ต้อง ฝึกผ่น

Voice TV มีคนที่ทำใด้แบบนี้หรือยัง

มี แต่ยังน้อยเพราะคนไม่เยอะมากพอที่ จะปล่อยให้ลงไปทำคนเดียวเบ็ดเสร็จ ทุกวันนี้ยังมี ข้อจำกัดอยู่ เช่น หนึ่งหน หนึ่งวันถูกมอบหมายไป ที่ เขาจะเอาเวลาที่ไหนมานั่งตัด แต่วิ่งไปเก็บ ข้อมูลให้ทันหมายก็เหนือยแล้ว แต่เคขนำร่อง มีคนที่ท่านบนนี้ได้ถ่ายได้เองตัดได้เอง แต่ยังไม่ได้ เอามาใช้งานจริง เพราะยังมีข้อจำกัดเรื่องกำลังคน

องค์กรมีการสนับสนุนการเรียนรู้ของพนักงาน อย่างไรบ้าง

มีการอบรมเพื่อให้เข้าใจการทำ Digital content เข้าใจโลกของติจิหัสว่าต้องปรับตัว อย่างไรอบรมทุกคนทุกแผนกให้เข้าใจภาพรวมของธุรกิจสื่อ ส่วนนักข่าวต้องเรียนรู้ทักษะการถ่าย ภาพ ถ่ายคลิป อยากให้ตัดต่อเป็นด้วย นอกจากนี้ ยังมีการกระตุ้นโดยให้รางวัลประจำเตือน เนื้อหา ออนไลน์ชั้นใหนมียอดวิวเกิน 30,000 วิวต่อเตือน จะได้รางวัล เป็นการกระตุ้นให้เห็นตวามสำคัญ ของการทำเนื้อหาที่ตอบไจทย์คนบนโลกออนไลน์ บางชื่นไม่ได้มาจากทีมข่าวภาคมนาม แต่เกิดจาก

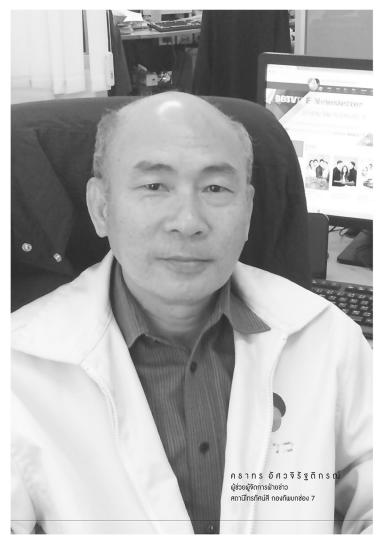
การรวบรวมข้อมูล แล้วเขียนเป็นเรื่องเป็นราว กลายเป็นชิ้นที่จนเข้ามาดูเยอะ อารมณ์โลก ออนไลน์ ถ้าประเด็นถูกใจยอดวิวมาแบบกระหน่ำ ปีที่แล้วเรากระตุ้นเรื่องคุณภาพงานทีวี ให้รางวัล ประกวดสถู๊ปทีวี จัดสามเดือนครั้งแข่งกันว่างาน ชิ้นใหนคุณภาพสูงสุด

มีการวางแผนการปรับตัวทางธุรกิจ เพื่อรองรับ สื่อใหม่อย่างไร

เรื่องของสิ่งอำนวยความละตวกพื้นฐานเพื่อให้ ดนบนโลกออนโลน์เข้าถึงเนื้อหาของ Voice TV ใช้การการวดเรื่อ ง่ายที่สุด เราจัดงบประมาณ พัฒนาตรงนี้เป็นพื้นฐานอยู่แล้วรวมทั้งการโปรโมด แพลตฟอร์มต่างๆ เพิ่มขึ้น แพลตฟอร์มต่างๆ เพิ่มขึ้น

ถือเป็นนโยบายหลักของสถานี ที่ให้ความ สำคัญกับออนไลน์เป็น First Priority ทุกคน สถานีต้องเข้าใจว่าเราต้องให้ความสำคัญกับการ นำเสนอเนื้อหาผ่านออนไลน์เป็นอันดับแรกเพราะ เร็วที่สุด ทีวีตลาดใหญ่ก็จริง แต่ความเร็วเป็นรอง ฉะนั้นไม่ต้องรอ ทำข่าว 8 โมงเพื่อออกเบรค 10 โมง 2 ชั่วโมงที่รอ สามารถถ่ายรูปหรือเขียนอะไร สักอย่างที่บอกว่า ตอน 10 โมงจะเกิดสิ่งนั้นสิ่งนี้ ก็เป็นข่าวหนึ่งชิ้นแล้วบนโลกออนไลน์ หรือสกู้ป ที่เตรียมออกทีวี ตัดเรียบร้อยแล้วไม่จำเป็นต้องรอ ออกทีวีก่อนให้เอาไปแชร์บนโลกออนไลน์ได้เลย รายการก็เหมือนกันถ้าเป็นรายการที่ Exclusive คุณสามารถหั่นบางชิ้นเพื่อทำโปรโมต แล้วเอามา แชร์บนโลกออนไลน์ให้คนดูตามมาดูทีวี เหล่านี้ เป็นสิ่งที่พยายามสื่อสารกับคนทำงานอยู่ตลอด เวลา







คธาทร อัศวจิรัฐติกรณ์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกซ่อง 7

บุบมองคนวิชาชีพสื่อใทยในอนาคตโดยเฉพาะ ในแง่ทักษะในวิชาชีพ และ ความรับผิดชอบด้าน จริยธรรมจะเป็นอย่างไร

คำถามเกี่ยวกับอนาคตเป็นสิ่งที่ตอบยากมาก เนื่องจากมีปัจจัย องค์ประกอบและสิ่งเกี่ยวเนื่อง แปรผัน เป็นผลกระทบอยู่ต่อนช้างมาก อย่างไร ก็ตามหากใครพยายามจับกฎเกณฑ์การผันแปร นี้ได้ และสามารถคาดการณ์อนาคตใต้ใกล้เคียงที่ สุดย่อมเป็นผู้มีความพร้อม สามารถตั้งรับและได้ เปรียบมากที่สุดเช่นกัน

ผลกระทบในแง่ทักษะวิชาชีพ อันเป็นผล ถึบ เมื่องมาจากพัฒนาการด้านเทคโนโดยีเป็น ปัจจัยหลักความก้าวหน้าของวิทยาการ เดินล้าน่า หน้าไปอย่างรวดเร็วมากความได้เปรียบด้าน เทคโนโยลี เป็นบัจจัยสำคัญด้านหนึ่ง โดยเฉพาะ ด้านความรวดเร็วและคุณภาพ ความคมชัดทั้งภาพ และเสียง ในแง้วิชาชีพด้านหนึ่ง จึงต่อเก้าวตาม และเสสามารถปรับใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ได้อย่างเต็ม ประสิทธิภาพ คุ้มค่ามากที่สุดด้วย

ในขณะที่ผลกระทบด้านจริยธรรม ความ ก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารเพิ่มโจหก์ความ ยุ่งยากละเอียดอ่อน ซึบซ้อน และมีข้อกเถียงถึง คุณธรรม จริยธรรม ความเหมาะสม ฯลฯ เพิ่ม มากยิ่งชื้นเนื่องจากว่าคนที่มีเครื่องมือสื่อสารในมือ ต่างคิดว่าตัวเองสามารถ เป็นนักข่าวพลเมืองกัน ได้หมด ซึ่งจวามจริงไม่ใช้กังหมด

ผมยืนยันอย่างนั้นจริงๆ ว่าไม่ใช่มีเครื่องมือ สื่อสารประสบพบเห็นเหตุการณ์ บันทึก รายงาน ถ่ายทอด รายละเอียด อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วนกระบวนความตามสูตรของการรายงาน ข่าวแล้วก็จะเป็นนักข่าว(พลเมือง)ได้อย่างสมบูรณ์ แบบ

ในความเห็นผมในแง่วิชาชีพ นักข่าวจะมีไม่ มีวันสมบูรณ์แบบครบถ้วน ได้เลยหากนักข่าว คนนั้นขาดซึ่งคุณธรรม จริยธรรม และไร้สานึกถึง สิทธิมนุษยธรรม ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไม เราจึงเห็นเคสจำนวนมากในไซเชียลมีเดียที่ บาน ปลายตราม่ากันอย่างหนักและจบลงที่ "รู้เท่าไม่ถึง การณ์ - ไม่มีเจตนา -ไม่ได้ตั้งใจ" ฯลฯ ข้าแล้ว ซ้ำล็ก

ดังนั้น จริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อ ของนักข่าวจึงเป็นทั่วใจสำคัญของนักข่าวยุคใหม่ ที่จะใช้รับมือกับพัฒนาการด้านเทคโนโยสีได้อย่าง สนน้ำสมเนื้อ ในบริบทของคุณภาพและความรับ ผิดชอบ

การพัฒนาเทคโนโลยีช่าวสารที่ทำให้เกิดสื่อใหม่ อย่างหลากหลาย อาทิ โซเซียลมีเดีย ส่งผลกระทบ ต่อสื่อหลักอย่างไรบ้าง

ความเห็นผมไม่ได้ให้น้ำหนักต่อปัญหา สื่อหลัก สื่อรอง มากนัก เพราะโดยเนี้ยได้ยย่างงาด หากสามารถทำหน้าที่สื่อสารออกไปใต้อย่างงาด เร็วครบถ้วน ถูกต้อง ก็โอเคแล้ว แต่ปัญหาของสื่อ ยุคใหม่จะต้องมีจริยธรรม ความรับผิดขอบกำกับ อยู่ด้วยเสมอผมถึงจะนับว่าเป็นสื่อสารมวลชน

สื่อรองในบางช่วงขณะ อาจพลิกสถานการณ์ กลายเป็นสื่อหลักและมีบทบาทอย่างยิ่งเพียงชั่ว ข้ามพื้นได้ เช่น หากมีสถานการณ์ความไม่สงบ ทางการเมืองทีวีถูกปิดจอมืด ทีวีดาวเทียม ก็จะ พลิกสถานะเป็นสื่อหลักเทน ฯลฯ ฉะนันบทบาท สื่อหลักหรือสื่อรอง จึงไม่ได้แตกต่างกันมากนัก

มองความได้เปรียบ - เสียเปรียบของสื่อหลักและ สื่อรองที่เทิดใหม่อย่างไร

ในยุคสมัยเราอาจมองเห็นความชัดเจนระหว่าง สื่อหลักกับสื่อรองค่อนข้างชัด แต่ผมเชื่อว่าภาย ในไม่ก็ปีความกลมกลืนระหว่างสื่อหลักกับสื่อรอง รองจะแคบเข้าจนอาจแยกไม่ได้ ถ้าไม่ใช้เกณฑ์ผู้



บริโภคสื่อนั้นเป็นตัวชี้วัด เนื่องจากว่าพัฒนาการ ด้านเทคโนโลยี จะทำให้เสื่อหลักกับสื่อรองแคบเข้า หรือคลุกเคล้าเป็นเนื้อเดียวกัน ความได้เปรียบ เสียเปรียบต่อไปอาจวัดกันยาก และบัจจัยพื้นฐานของตัวสื่อนั้นเอง จะเป็นตัว กำหนดขอบเขตความได้ เปรียบเสียเปรียบใน สนามของตัวเองมากกว่า เช่น สื่อที่เน็นนำเสนอ ข่าวสาร แบบฮาร์ดนิวส์ หรือ สื่อที่เน็นนำเสนอ บันเทิง ละตร ฯลฯ แน่นอนว่าสื่อที่เลือกลง สนามใหญ่คนเล่นก็เยอะตามไปด้วย ขณะที่ สนามเล็กคนเล่นก็เยอะตามไปด้วย ขณะที่ สนามเล็กคนเล่นก็เยอะตามไปด้วย ขณะที่ เกี่ยงสนาม ลงทั้งสนามไทญ่ เล็ก ซึ่งก็จะมีค่าใช้ จ่ายเป็นตัวคูณเพิ่ม ฯลฯ ก็เล้วแต่ใครจะเลือก

อย่างไรก็ตาม ยิ่งเทคโนโลยีพัฒนาเจริญ ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วสนามรองๆ ก็เพิ่มปริมาณ สื่อรองขึ้นมามากขึ้น ซึ่งสื่อรองเพล่านั้น ก็ต้อง พยายามพิสูจน์ตัวเองให้เป็นที่ยอมรับ (เชื่อถือ) ให้ได้อย่างรวดเร็วไม่เช่นนั้นกระแสสื่อ+เทคโนโอลี ก็จะซัดสื่อรองๆเข้านั้นจมหายไปอย่างรวดเร็ว หมุนเปลี่ยนสลับเวียนไปตามความเร็วของพัฒนา การเทคโนโลยี

รวมทั้งสื่อหลักๆ ในทุกวันนี้ก็อาจถูกคลื่น พัฒนาการเทคโนโลยีที่ทัวล้าอย่างรวดเร็ว พัด หายกลบกลินไปด้วยเช่นกันเดียวกัน หรือไม่ก็ จาสต้องกลมกลินผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ แปลงร่างแตกต่างจากที่เราทุ้นเคยเช่น ฮื่อสารพัด รูปแบบจะกลายร่างลงสมาร์ทไฟนกันหมด ไม่ เพียงเฉพาะสื่อ (ข่าวสาร) แต่จะหมายถึงข้อมูล (สารสนเทศน์) ทั้งหมดจะลงไปอยู่ในมือถือซึ่งจะ เกี่ยวข้องชีวิตประจำทุกชนิด เช่น ข้อมูลการเงิน บัตรเงินสด ข้อมูลสารสนเทศน์ด้านปกครอง สังคม เศรษะที่จ ขลง

จนถึงวันนั้น คงไม่มีโครคิดเรื่องสื่อหลัก สื่อรอง แต่โดยหลักๆ จะอยู่ที่สื่อใหนที่สนองตอบ ข้อมูล ข่าวสารได้สะควก รวดเร็วและมีความน่า และไล่ได้มากที่สุด มีประโยชน์มากที่สุดถูกรณิยม และไลพ์สไตล์ของแต่ละคนได้มากที่สุดเท่านั้น

บุคคลาทรด้านสื่อ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับ กระแสพัฒนาการด้านเทคโนโลยีอย่างไร ต้องมี การปรับตัว ทั้งด้ามทักษะ และจริยธรรม ในวิชา ซีพอย่างไรเพื่อให้เท่าทันกับเทคโนโลยี และ พฤติกรรม ของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

ในแง่นักข่าว โดยหลักๆสูตรสำเร็จความเป็น นักข่าวที่เราร่ำเรียนจากนิเทศน์ศาสตร์ ยังใช้ได้ เพียงแต่ในแง่ทักษะอาจขากลำบากที่ต้องติดตาม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทุกฝีก้าว ส่วนหนึ่ง ผมว่าเป็นหน้าที่ขององค์การสื่อนั้น ๆ มากกว่าที่จะ ต้องทำการบ้าน เลือกและรับและใช้เทคโนโลยี ประเภทใหนที่จะเหมารกับองค์การสื่อนั้นๆมาก ที่สุด และ ถ่ายทอด ฝึกอบรม พัฒนาพนักงาน ในองค์กรเป็นอำลัก

สำหับจริยธรรมในวิชาชีพ นี่คือประเด็น สำคัญที่จะแยกแยะว่า คุณเป็นสื่อมวลชนหรือไม่ ประเทศไหนหรือเป็นมืออาชีพแต่ใหน เนื่องจากใน สนามฮือในอนาคตจะอิรุงคูงนัง อบอวล ชุลมุน และยื้อยึง ในปริมณฑลที่กว้างขวางระดับประเทศ บางประเด็นอาจนัวเนีย ย้อนแย้งระดับโลกความ เป็นครามจำระมีอัตราสูงและมักใช้ความรู้สึกนึกคิด เป็นเกณฑ์การตัดสินใจ ซึ่งเกณฑ์เหล่านี้ค่อนข้าง หมินเหม่ต่อความผิดพลาคอย่างมาก ทั้งด้าน กฎหมาย ศีลธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชน ฯลฯ เนื่องจากสื่อในยุดหน้าจะเป็นนำเสนอข้อมูล ข่าวสารที่สันเกินไป และส่วนใหญ่ละเลยสาระ แก่นเท้ เก็องลึก เกื่องหลัง ฯลฯ

คาดหวังจะเห็นบคลากรสื่อในอนาคตเป็นอย่างไร

บุคคลากรสื่อในอนาคต ยังต้องปรับตัวอีก มากไม่เพียงด้านวิชาชีพล้วนๆแต่เผลอๆบัจจัยผล กระทบแวคล้อมอาจนีแรงกระหน้าที่รุนแรงกว่า "งเลื้นสุดทำให้คลาดการสื่อสารพลิกโฉม และ โยง ไม่ถึงระบบธุรกิจของสื่อเชื่อมไปยังกุญเกณฑ์ของ กุฎพมาย วะเบียบ สัมปทาน การประมูล ใบ อนุญาต ฯลฯ อย่างไรก็ตามในแง่ตัววิชาชีพของ สื่อเอง ผมยังให้น้ำหนักว่า สื่อ ต้องมีคุณธรรม จริยธรรมความรับผิดขอบเป็นตัวกำกับซึ่งจะทำให้ คุณภาพเกิดความความน่าเชื่อถือและสามารถ พิสูจน์ตัว ท่ามกลางตลาดการสื่อสารที่ถูกผสม ผสานจ้ามสื่อหลากสายพันธุ์





นักวิชาการกับมุมมอง "คนสื่อในอนาคต" สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่





ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรธนะ จันทราวัฒนากุล นักวิชาการด้านสื่อ กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ/กรรมการกำกับ ดูแลกิจการ บมจ. อสมท.

มอมสถานการณ์สื่อเซิมข่าวในป้าๆบัน ว่ามีความเปลี่ยนแปลมที่สำคัญอย่างไร ภายหลัง การเกิดขึ้นขอม สื่อใหม่ อาทิ โซเซียคมีเดีย

> เปลี่ยนไปมากจนหลายองค์กวตั้งรับไม่ทัน ก่อนหน้านี้ คนคิตว่าในช่วงเวลาไม่ ถึง 10 ปี หนังสือพิมพ์ไม่โต และ ต้องมีอันเป็นไป เพราะคนอ่านลดลงและประเมินว่า คนกลุ่มนี้จะไหลมาดูทีวีแทน จึงมองสื่อทีวีว่าคงไม่กระทบกระเทือนจากเทคโนโลยีการ สื่อสารใหม่ๆ ที่เข้ามา แต่ต่อมากีพบว่าคนดูทีวีก็น้อยลงไปด้วย ผลจากทีวีที่มีผลาย ช่องและสื่อใหม่ที่เข้ามาแล้ว ขณะที่ประชากาทั้งประเทศไม่ได้เปลี่ยนไปมากนัก

> การที่ประชาชนหันไปบริโภคสื่อใหม่ มาจาก 2 ปัจจัยคู่กัน คือ เทคโนโลยีที่ เปลี่ยนไป และ อินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งานได้อย่างกว้างขวางและมีศักยภาพดีขึ้น เมื่อประกอบเข้าด้วยกัน การดูผ่านสมาร์ดไฟนไม่ว่าจะอยู่ตรงใหน แม้เดินบนถนนก็ดูได้ ทำให้สื่อใหม่ได้รับการตอบรับจากประชาชนอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็ใช้ ช่องทางสมาร์ดโฟนดูสื่อเดิมอย่างทีวีช่องปกติ โดยไม่ต้องอยู่หน้าจอด้วย

มอมการปรับตัวขอมผู้ประกอบการสื่อ ว่ามีความเหมาะสมแล้วหรือไม่

เมื่อสื่อใหม่เข้ามามีบทบาท ทำให้เรตตั้งของสื่อหลักลตลงรายได้จากโรเษณา ก็ลดลงไปด้วยและไหลไปที่สื่อใหม่ที่มีคนดูมากขึ้นแทน ทำให้สื่อหลักต้องปรับตัวด้วย การให้คนข่าวเข้าไปมีตัวมีตนในสื่อใหม่ด้วย เช่น ในไลฟ์เฟซบุ๊ก เป็นตัน เพื่อดึงเรตตั้ง และต้องวิเคราะห์หากลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพราะตอนนี้พฤติกรรมของผับริโภคมีความ



หลากหลายจากการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป ดังนั้นด้องคิดใหม่ ไม่ควรทำเฉพาะการเอา คอนเทนด์เข้าไปในชื่อใหม่เท่านั้น และแทนที่จะคิดแบบเดิมว่าอยากให้อะไรผู้รับสาร เป็นการตามดูว่าผู้รับสารอยากใต้อะไร โดยผ่านการวิเคราะห์พฤติกรมผู้บริโภคที่เป็น กลุ่มเป้าหมายให้เห็นว่าใน 1 วันเขามีวิถีชีวิตอย่างไร เนื้อหาประเทนที่เขายากได้ และเนื้อหาที่เราผลิตจะเข้าไปอยู่ตรงช่วงใหนของเขาได้บ้าง ยกตัวอย่างผู้บริโภคที่มีการ ศึกษาจำนวนมากไม่ได้ต้องการบริโภคข่าวหนักตลอดเวลา เพราะระหว่างช่วงรับทำงาน อาจเครียดจากการทำงานมากพอแล้ว มักจะต้องการดูข่าวที่ย่อยง่ายมากขึ้น หรือเนื้อหาที่เบาขึ้นเป็นต้น นอกจากนี้ต่องวิเคราะห์แฮกแยะพฤติกรรมของชายหญิง ด้วย เพราะส่วนใหญ่กลุ่มแม่บ้าน และผู้หญิงจะชอบดูละครมากกว่า และไม่ขอบดูกีหา ขณะที่ผู้ชายไม่ชอบดูละคร แต่ดูอย่างอื่น เช่น กีฬา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การผลิตข่าว สารออกมา สามารถตอบไจทย์กล่มเป้าหมายใต้อย่างขัดเจน สามารถุมีดีกร

เราต้องเจาะเข้าถึงกลุ่มผู้ดูที่เป็นแมสในกลุ่มเฉพาะ ซึ่งเป็นเป้าหมายของเรา เพราะเป็นไปไม่ได้ที่จะส่งสารไปให้ไปถึงทุกกลุ่มคน

ในกระแสการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ยังมีโอกาสและความเสี่ยงใดบ้างที่แวดวงผู้ผลิตสื่อมองข้ามไป

น่าเห็นใจสำหรับคนผลิตสื่อที่เป็นคอนเทนต์โพรไวเดอร์ ซึ่งต้องใช้เงินทุน
และบุคลการจำนวนมากในการผลิตงาน แต่มีผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง
ข้อมูลและจึงไปใช้พรี ทั้งหาโฆษณาได้จากการที่มีคนเข้าดูเร็บใชต์ เช่น เดียวกับใน
คุณนึ่งที่มีการนำข่าวจากหนังสือพิมพ์ไปเล่าในช่องทีวี ซึ่งมีต้นทุนค่าหนังสือพิมพ์ไม่
ก็สิบบาท แต่สามารถสร้างรายได้จากค่าโฆษณาในรายการใต้จำนวนมาก แต่ยุคนี้ยิ่ง
มีปัจจัยบวกเพิ่มที่ทำให้คอนเทนต์โพรไวเดอร์สำบาก มาจากผู้บริโภคเชื่อว่าการดูข้อมูล
ผ่านออนไลน์เป็นของฟรี ไม่คิดว่าต้องจ่าย ดังนั้นองค์กรสื่อต้องหาบิชิเนสโมเดลใหม่
ที่จะทำในฐานะตอนเทนต์โพรไวเดอร์ สามารถได้รับการแบ่งบันผลประโยชน์จากผู้ที่
สำนาด

ในสถานการณ์ข่าวป้าๆบัน ผู้บริโภคได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์อย่ามไรบ้าง

มีผู้บริโภคจำนวนมาคิตว่า สามารถหาเนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารที่ไหน ก็ได้ในสื่อใหม่ อาที การโพสต์ข้อความผ่านไขเชียสมีเตีย ซึ่งจะมีคนมาคอมเมนท์ต่อ ๆ กันทำให้ได้ข้อมูลครบถ้วนมากขึ้น โดยไม่ได้มองคุณภาพและความน่าเชื่อถือว่า เพียงพลต่อการบริโภคหรือไม่

สถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรด้านงานข่าว มีการปรับตัวอย่างไร

ลิ่งที่เราทำ คือการเชื่อมต่อระหว่างสถาบันการศึกษากับองค์กรสื่อให้มากขึ้น ให้คนคิดและคนทำมาประกอบเข้าด้วยกัน เกือกูลกัน และมองเห็นภาพไปข้างหน้า ด้วยกัน ทั้งในแง่การเปิดให้นักเรียนนักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติในองค์สื่อ หรือการดึง หักวิชาการมาร่วมบริหารสื่อ รวมถึงการดึงบุคลากรสื่อไปข่วยลอนนักศึกษา เป็นดัน ในส่วนของการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาได้ปรับรูปแบบไปมาก มุ่งเน้นการฝึก ปฏิบัติตั้งแต่ปีแรก จากเต็มเรียนทฤษฎีเป็นหลัก และฝึกปฏิบัติตอนปีสุดท้ายรวมถึงการ



มุ่งเน้นทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้การทำทุกสื่อเพื่อให้เก่งในหลายด้าน พร้อมสำหรับการ ออกไปทำงาน ขณะเดียวกันก็สอดแทรกการปลูกผังเรื่องจริยธรรมในวิชาชีพในแถบ ทุกวิชา

มองบทบาทขององค์กรสื่อ/ สมาคมฯ ต่อการพัฒนาบุคลากรข่าวอย่างไร

องค์กรสื่อและสมาคมวิชาชีพต้องช่วยกันพัฒนาบุคลากร ให้เร่งปรับตัว โดยเฉพาะองศ์กรสื่อหลักที่อยู่มานาน มักมีต้นทุนบุคลากรสูงจำเป็นต้องกระตุ้นให้ บุคลากรปรับตัว ให้เขาเห็นความสำคัญของการปรับตัวและผลเสียหากไม่ปรับตัว เพราะจะอยู่ได้สาบาก เนื่องจากเต็กรุ่นใหม่ ดังนั้นหากคนรุ่นเก่าจะถูกคลื่นคน ร่นใหม่มาแขงหน้า

ดังนั้นบุคลากรสื่อ ต้องพัฒนาทักษะให้ทำอะไรได้เยอะขึ้น เพื่อให้การทำงานใน ทีมใช้คนน้อยลงแต่มีประสิทธิภาพประสิทธิผลสูงขึ้น เพื่อให้องค์กรนำคนที่เหลือไปทำ อย่างอื่น ซึ่งการพัฒนาบุคลกกรนั้นบางองค์กรสื่ออาจไม่พร้อมที่จะทำสมาคมวิชาชีพ ควรเข้ามาเป็นตัวกลางในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้สื่อ ซึ่งจะช่วยตดความสิ้นเปลือง และหน้าที่ที่สมาคมฯ ยังต้องทำต่อไปคือการคุมจรรยาบรรณของสื่อมวลชน องค์กรจิ่ง และหน้าที่ที่สมาคมฯ ยังต้องทำต่อไปคือการคุมจรรยาบรรณของสื่อมวลชน องค์กรจิ่ง แขนขามาทำงานสอดประสานกันให้ได้ คนรุ่นเก่าซึ่งมีมุมมอง และคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็น แขนขามาทำงานสอดประสานกันให้ได้ คนรุ่นเก่าต้องมองภาพรวมให้องค์กรอยู่รอด ไม่ได้มองเฉพาะตัวเองทำตัวให้เบาและปรับตัวเรียนรู้สิ่งใหม่ดู ต้องพัฒนาศักยากฯและ ประสิทธิภาพทากรู้ว่าจังกาคสนามไม่ได้แล้ว ก็ต้องทันใปผลิตบทความเพิ่มเป็นต้น ถ้า ไม่ปรับตัวก็เท่ากับไปขวางคนอื่นให้ก้าวไปไม่ได้อย่าลืมว่าคุณค่าของคนอยู่ที่งานที่ทำ

มองอนาคตของสื่อหลักและสื่อรองอย่างไร

มีหลายกรณีที่ทำให้เราเห็นปรากฏการณ์ในวันนี้ได้เห็นการตลาดยุคติจิทัล
และการประชาสัมพันธ์ที่มีลูกเล่น เข้าใจความเป็นมนุษย์ รู้ว่ามีจุดอ่อนตรงใหน เช่น
กลัวผีแต่ก็ขอบดูหนังผี เป็นต้นและประกอบสร้างเรื่องราวทำให้ดูใกล้เคียงปรากฏการณ์
ธรรมชาติ มีการวางระบบและกระบวนการทางการตลาด ชักจุงคนดูได้อย่างแนบเนียน
สื่อหลักรู้ว่ามีกระบวนการประกอบสร้างเพื่อโปรโมตบางเรื่องและชักจุงคน แต่ไม่
ต้องการไปตีแผ่เรื่องราวที่แท้จริง เพราะกังวลว่าจะไปตีกลุ่มธุรกิจอาจทำให้ไม่มีโฆษณา
เข้ามา ขณะที่สื่อต้องอยู่จอดเพราะมีค่าใช้จ่ายต่างๆมากมาย โดยเฉพาะค่าจ้างบุคลากร

แต่สื่อหลักก็ต้องทำให้สมดุล การนำเสนอเรื่องราวใคก็ตาม ต้องยืดประโยชน์ เป็นหลัก กระแสบางเรื่องนำเสนอเป็นสีสันได้ แต่ต้องไม่มากกว่าประโยชน์ที่ประชาชน จะได้รับ หากเอาเงินนำหน้าตลอดเวลา เห็นว่าสังคมชอบแบบนี้ เรื่องแบบนี้เราตั้งดี ที่ทำเป็นข่าวออกมา หรือ ทำละครออกมาตอบสนอง เช่น ละครตบที่กัน เพราะดิคว่า เขาทำได้เราก็ทำบ้าง เป็นวิธีติดแบบพวกมากลากไปสังคมก็จะไหลลงที่ต่ำ เพราะไม่ใช่ ว่าสิ่งที่ขายได้จะเป็นเรื่องดีสร้างสรรค์สังคมเสมอไป

นอกจากนี้ บางกรณีตั้งใจนำสื่อใหม่มาสร้างผลตอบแทน อาทิ มีการโพสด์รูป พาตหัวข่าวหวือหวาดึงดูดให้คนคลิกเข้าไปอ่าน แต่กลายเป็นเรื่องที่ไม่ได้เกิดในไทย หรือกลายเป็นคนละเรื่องกับที่พาดหัวไว้ แต่เขาได้เงินจาการคลิกของเราไปแล้วเป็นต้น



ดังนั้นจึงคาดหวังกับสื่อหลัก ให้ต้องทำหน้าที่เป็นที่ทึ่งของประชาชนต่อไป
เพียงแต่ต้องปรับให้อยู่รอดในโลกยุคใหม่ ตัวยการปรับวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระให้
สอดคลั้งอกับยุคสมัย หรือหฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น การย่อยเรื่องที่
เป็นประโยชน์ต่อสังคมให้น่าสนใจมากขึ้น โดยที่ไม่สูญเสียคุณค่าและประโยชน์เพื่อถึง
ความสนใจของคน อทิที เรื่องรัฐธรรมนูญอาจนำเสนอผ่านการ์ดูนผู้ใหญ่สีกับนางมา
เป็นต้น มีหลายวิธีที่ใช้ในการเล่าเรื่องราวได้ เพียงแต่สื่อหลักต้องปรับวิธีคิดและเข้าให้
ถึงการนำเสนอแบบใหม่จ ที่โดนใจประชาชน

ต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคว่า บัจจุบันคนเครียดกับการทำงานกับภาวะ เศรษฐกิจ มักต้องการบริโภคสื่อที่สบายๆ เบาๆ ดังนั้นในคนกลุ่มเดียวกัน คือ คนที่มี การศึกษา บางครั้งก็ต้องการบริโภคสื่อที่มีการอธิบายที่ง่ายๆ ชัดๆ ไม่ได้ต้องการบริโภค ข่าวพนักจ เสมอไป

คาดหวังาะเห็นบคลากรสื่อในอนาคตเป็นอย่างไร

ด้องแยกสื่อทั่วไปกับสื่อมวลชน ซึ่งต่างแย่งชิงมวลชนเหมือนกัน คนทั่วไป สามารถผลิตสารบางอย่างได้ และเผยแพร่ไปสู่คนจำนวนมากได้เช่นเดียวกัน แต่เขา ไม่ใช่สื่อมวลชน คนที่เป็นสื่อมืออาชีพเป็นสื่อมวลชน จึงต้องทำหน้าที่ให้สังคมเห็น ความแตกต่าง หมายถึงสื่อมวลชนหลักต้องทำหน้าเป็นที่พึ่งของประชาชนก่อนนำ เสนอข่าวสารใด ก็ตามต้องไตเร่องตวจสอบข้อมูลก่อน แสะขอยอดเชื่อมโยงองค์ ประกอบต่างๆ ประเมินวิเคราะห์ เพื่อคูว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารหรือไม่ ทำให้ข่าว ที่เสนอออกไปมีคุณภาพเป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง ก็จะยืนอยู่ได้ในฐานะที่ ทึ่งทาของประชาชนได้ตลอดไป

ไม่ใช่สื่อหลักเองก็เอาข้อมูลที่มีการโพสต์ หรือ แชร์มานำเสนอโตยขาดการ ใตร่ตรองเพราะคิตว่าต้องเล่นข่าวนี้ไม่เช่นนั้นตกข่าว ทำให้เรื่องนั้นถูกนำเสนอแบบ โดมิโน ทุกสื่อต้องพูดถึง จนทำให้เรื่องนั้นใหญ่กว่าเนื้อหาสาระที่แท้จริง







อ.ดร.มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ คณเดีและการารท์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหกการค้าไทย

ขอให้อาการย์ช่วยนิยามคำว่า **"สื่อใหม่"** กับ **"สื่อเก่า"** รวมทั้ง **"สื่อหลัก"** และ **"สื่อรอง"** เรายัง สามารถแม่มกันได้ชัดเจนอย่หรือไม่

> เวลาพูดถึงสื่อใหม่ โดยนิยามจะตั้นได้ว่าวันนี้ใหม่ต่อไปอาจจะเก่า แต่เวลา พูดถี สื่อใหม่ สื่อเก่า หรือ สื่อตั้งเดิม เราอาจแยกจากแพลตฟอร์มเป็นหลักมากกว่า อย่างเช่น สื่อตั้งเดิม หมายถึงหนังสือพิมพ์ วิทยุ ทีวี เวลาพูดถึงสื่อใหม่อาจจะพูดถึงสื่อ ดิจิทัล สื่อออนโลน์ หรือแม้แต่ใน โซเชียลมีเตีย หรือในส่วนอื่น ๆ ที่เสริมเข้ามาซึ่งทั้ง สองส่วนมีการถ่ายใจเก็นค่อนข้างมาก เช่น สื่อเก่า ก็เพิ่มรูป แบบไป ทำสื่อติจิทัล หรือ มากขึ้นทีวีก็เป็นทีวีดิจิทัล หรือ แม้แต่สื่อวิทยุในอนาคตเองก็จะกลายเป็นดิจิทัล หรือไป อยู่ในรูปแบบออนไลน์ พรมแดนเริ่มเหลื่อมกันจนแยกออกจากกันได้ยากโดยเฉพาะใน การข้ามไอนระหว่างสื่อเก่ากับสื่อใหม่จะไก่อริตมากขึ้น

ด้ามอวในแม่ขนาดขอมทุนเราจะเห็นอะไร เมื่อสื่อเก่าสื่อหลักเป็นกลุ่มทุนใหญ่ ขณะที่สื่อใหม่ดูจะเป็น รายเล็กรายน้อย

สื่อใหม่สามารถเกิดจากคนธรรมตาทั่วไปส่งข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น แม้กระทั่ง พฤติกรรมผู้บริโภคเองก็เปลี่ยนไป ผู้บริโภคที่เคยเสพสื่อจากสื่อพลักเพียงอย่างเดียว จากหนังสือพิมพ์จากการดูทีวี พังวิทยุ ก็เปลี่ยนไปเสพสื่อใหม่สื่อบุคคลมากขึ้น แอพพลิเคชั่นใหม่ๆ เช่น Bigo Live ช่องทีวีสตเฉพาะบุคคลก็เกิดขึ้น หมายความว่า ทุกคนมีช่องทีวี ช่องทางสื่อสารของตัวเอง มันทำให้สื่อมีช่องทางใน การเผยแพร่ข้อมูล มากขึ้น



้ถ้ามองในแม่ขนาดของทุนเราาะเห็นอะไร เมื่อสื่อเท่าสื่อหลักเป็นกลุ่มทุนใหญ่ ขณะที่สื่อใหม่ ดาะ เป็นรายเล็ทรายน้อย

สื่อใหม่สามารถเกิดจากคนธรรมดาทั่วไปส่งข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้นแม้กระทั่ง พฤติกรรมผู้บริโภคเองก็เปลี่ยนไป ผู้บริโภคที่เคยเสพสื่อจากสื่อหลักเพียงอย่างเดียว จากหนังสือพิมพ์ จากการดูทีวี ฟังวิทยุ ก็เปลี่ยนไปเสพสื่อใหม่ สื่อบุคคลมากขึ้น แอพพลีเสชั่นใหม่ๆ เช่น Bigo Live ช่องทีวีสดเฉพาะบุคคลก็เกิดขึ้น หมายความว่าทุก คนมีช่องทีวีช่องทางสื่อสารของตัวเอง มันทำให้สื่อมีช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล มากขึ้น

การที่ผู้บริโภคมีช่องทางในการรับสื่อมากขึ้น หมายความว่า พลังของสื่อเดิม เริ่มลดน้อยลง จากที่สามารถส่งเนื้อหาข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางที่จำกัด เพื่อเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง แต่ทุกวันนี้กลุ่มเป้าหมายบริโภคสื่อหลากหลายมากขึ้นเขา อาจจะไม่สนใจเนื้อหาที่คุณนำเสนอ แต่สามารถเลือกรับในสิ่งที่ตัวเองสนใจ และทุกคน สามารถส่งข้อมูลได้ด้วยตนเอง การกำหนดวาระข่าวสารจึงแตกต่างจากเดิมหลาย ประเดิน กลายเป็นสิ่งที่สื่อกระแสหลักยังต้องนำมาไปนำเสนอด้วยซ้ำไปเป็นปรากฏ การณ์ในช่วงเปลี่ยนผ่านหลายปีที่ผ่านมา

สื่อต้องปรับตัวอย่างไร ในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคมีส่วนในการกำหนดวาระข่าวสารเพิ่มขึ้น

ทุกวันนี้ สิ่งที่เป็นตัวกำหนดวาระข่าวสาร คือจริตของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มที่แตก ต่างกันนี้อหาที่ส่งแบบแมส ทุกวันนี้อาจไม่ใต้พลังเต็มที่เหมือนแต่ก่อน เมื่อทางเลือก เพิ่มขึ้นคนก็เลือกรับรู้ในสิ่งที่ตัวเองสนใจการสื่อสารที่ได้ผลมากที่สุด คือ เปลี่ยน จากแมส เป็น นิช ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

เป็นสื่อหลักเคยมองกลุ่มเป้าหมายและผลิตงานแบบแมส การจะปรับตัว ให้ตอบโจทย์กลุ่มเฉพาะ จะทำได้อย่างไร

ค้องมองเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มนักรูรกิจ เขาอาจจะสนใจบางอย่าง
คุณก็ต้องจับกลุ่มนี้โดยดึงความสนใจเขาขึ้นมา เช่น วันนี้ข่าวออกจากอียูของอังกฤษ
คุณอาจต้องน่าแสนอว่านักรูรกิจในไทยใต้รับผลกระทบอะไรเป็นหลัก แต่ถ้าคุณเป็นช่อง
ทีวีที่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเป็นหลัก คุณอาจนำเสนอในมุมนักท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นค่าเงิน
เยนจะสูงขึ้นมีผลกระทบอย่างไร คุณไม่สามารถนำเสนอกร้างๆ ได้ ว่าอังกฤษออกจาก
อียูแล้ว เพราะคนทุกคนรู้แล้วผ่านสื่อสังคมออนไลน์แต่อะไรที่ใกล้ตัวเขามาสะท้อน
ออกมาเป็นภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ ต้องปรับมุมมองในการนำเสนอด้วย ต้องชัดเจนว่าแต่ละกลุ่มเป้า หมายอยู่ในแพลตฟอร์มไหน ถ้ายังดูที่วีก็ต้องนำเสนอในแบบทีวีแด้ก่ายยู่ในสื่อใหม่ ต้องนำเสนอด้วยวิธีเล่าเรื่องอีกแบบหนึ่ง ไม่ใช่การนำข่าวครึ่งชั่วโมงที่มีอยู่ไปลงสื่อใหม่ ห้อหมด เพราะคนในสื่อใหม่มีพฤติกรรมการบริโภคสื่ออีกแบบหนึ่ง ไม่เหมือนในสื่อทีวี เนื้อหาแบบเดียวกัน แต่การแล่าเรื่องข้ามแพลตฟอร์มจะต้องมีวิธีการที่ต่างออกไป

แนวโน้มที่คนหันไปบริโภคสื่อใหม่เพิ่มขึ้น มองว่าจะมีผลต่อคุณภาพของข่าวสารอย่างไร ดุณภาพข่าวสารแยกตามเซ็กเมนต์มากขึ้น ความต้องการก็ย่อมมีความหลาก หลาย เช่น บางกลุ่มเสพข่าวแค่ต้องการรู้พาดหัวข่าว แต่ก็จะมีกลุ่มเฉพาะบางกลุ่มต้อง



มองงานด้านผู้บริโภคสื่อเป็นอย่างไรในบ้านเรา

แผ่วลง คงเพรารสื่อเยอะขึ้น เสียงดังไปสื่อไม่ยอมเปลี่ยนจะว่าไปแล้วสื่อก็โดน ดังคำถามเยอะ แต่จะดังในโลกออนไลน์ เช่น กรณีข่างจานศพคุณปอ (ปอ ทฤษฎี สหวรษ์) หรือ เรื่องอื่นๆ แต่บางเรื่องที่ผู้บริโภครู้ไม่ทันก็มีปัญหาอยู่ กลายเป็นพลังใน โลกออนไลน์โดยผู้บริโภคที่ไม่มีสังกัด แต่สิ่งที่ต้องเรียนรู้คือ active การชาดการจัดตั้ง องค์กรที่ชัดเจนก็จะทำให้กลายเป็นเรื่องของกระแสขึ้นเร็วลงเร็ว ไม่มีการคิดว่าจะทำ อะไรต่อ แล้วจะมีนโยบายควบคุมอย่างไร ก็ได้แต่คำกับบัน

เทคโนโลยีสื่อใหม่พัฒนารวดเร็วถึมตอนนี้

อาจารย์กล้าพูดหรือไม่ว่า การประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลไม่มีความจำเป็น

มีคนพูดไว้เยอะ ผมเชื่อว่าถ้ากฏหมายวิเศษเปิดช่องให้เลิกได้โดยที่ไม่ต้องเสีย สตางค์ ผมว่ามีหลายคนเลิก

โจทย์ในวันนี้ กับวันที่แข่วกันประมูลซ่อวทีวีดิจิทัล เปลี่ยนไปอย่าวสิ้นเชิว

เปลี่ยนท[ี]มดทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค เทคนิค เทคโนโลยีต่างๆ ผมว่าตอนนั้นเรา ประเมินสวยเกินไป

านถึงตอนนี้ อะไรเป็นสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับการมีทีวีดิจิทัลในสังคมไทย

การที่ทีวีไม่จำกัดอยู่ไม่กี่ช่องเหมือนในอดีตที่ผ่านมาคือข้อดีที่ต้องยอมรับ
แต่ปัญหาคือเนื้อหาที่น่าเสนอกลับไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนักทั้งที่จริงแล้ว
สามารถ ทำให้มีความต่างกันได้มากกว่านี้ แต่ทุกคนหันไปจับเหมือนกันหมด สนใจ
แบบเดียวกันหมด พอแข่งกีฬาก็แข่งเหมือนกันทุกข่อง มันเลยไม่มีจุดต่างที่ผล แบบเดียวกันหมด พอแข่งกีฬาก็แข่งเหมือนกันทุกข่อง มันเลยไม่มีจุดต่างที่ผล เฉพาะต้องสนใจแต่ผมเชื่อว่าหลายช่องเริ่มรู้แล้วว่าการหากคุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ ชัดเจนของตัวเองมีความลำคัญ และพยายามหาไพชีชั่นของตัวเองให้ชัดเจนมากขึ้น

ในแม่ของบคลากรสื่อมีความพร้อมเพียงใด

ผมว่ายังไม่พร้อมในหลายเรื่อง สำคัญคือมายด์เช็ตในการเปลี่ยนผ่าน ต้องใช้ เวลาการเรียนรู้ เพราะทุกวันนี้เท่าที่ดูยังเห็น การนำเสนอโดย การเล่าเรื่องแบบเดิมๆ ในขณะที่กลุ่มคนในโลกออนโลน์ต้องการการเล่าเรื่องอีกแบบหนึ่ง ถ้าไปนำเสนอแบบ เดิมอาจไม่ตรงจริตเขาและเข้าไม่ถึงเด็วนุ่นใหม่ซึ่งเขาะสนใจดู Personal TV ของเขา เองซึ่งถามผู้ใหญ่ก็ไม่เข้าใจว่าเด็กดูอะไรกันนั่งดูคนพูดไปเรื่อยๆ ได้อย่างไร หรืออย่าง ละครเด็กรุ่นใหม่ก็ไม่ดูที่ละตอนแบบที่คนรุ่นก่อนดูกัน แต่เขาดูข้อนหลังทีเดียวหมดทั้ง เรื่องลย เป็นต้น

ในเมื่อคนรุ่นใหม่ไม่สนใจข่าวสาร แล้วจะตอบสนอมตรมนี้อย่ามไร

เขาสนใจข่าวออนไลน์ ข่าวผ่านโซเชียลมีเดีย แต่ข่าวนั้นต้องเป็นข่าวใกล้ตัว หรือโยงเข้าตัวเขาใต้ เด็กรุ่นใหม่จะไม่สนใจประชามติหรือรัฐธรรมนูญแต่สนใจ การปิตถนนน้ำท่วม หรือสิ่งที่มีผลกระทบกับตัวเขาฉะนั้นการนำเสนอก็ต้องเฉพาะกลุ่ม มากขึ้น ดึงเรื่องที่เขาสนใจมาน้ำเสนอ อาจเป็นข่าวการเมืองก็ได้แต่ต้องหยิบบางมุม โทงให้เข้าใกล้ตัวเขาถึงจะสนใจ

เด็กรุ่นใหม่ไม่สนใจข่าว แล้วจะผลิตคนข่าวรุ่นใหม่ได้อย่ามไร

เขาสนใจ แต่สนใจในแง่มูมใกล้ตัว เขาไม่ได้สนใจในแง่ที่ผู้ใหญ่คาดหวัง เช่น ทำไมมีการหลอกกันในโลกออนไลน์ ทำไมมีการหลอกขายของ ถ้าสื่อต้องการนำเสนอ





เรื่องนี้ก็ต้องตึงจากเรื่องใกล้ตัว แล้วโยงให้เห็นถึงเรื่องไกลตัว ให้เขารู้สึกว่ามันเรื่อมโยง กับบัญหาอะไรบ้าง จากที่เราเอาแต่พูดเรื่องโครงสร้าง บัญหาทางการเมืองแล้วค่อย บอกว่ามันมีผลกับเรานะ คนรุ่นใหม่จะรู้สึกว่ามันโยงถึงตัวเขาลำบากเราต้องคิดกลับ ด้านคือตึงจากสิ่งที่เขาสนใจแล้วตึงให้เห็นถึงบัญหาเชิงนโยบายมากขึ้น ผมเห็นความ เป็นไปได้และมองว่าเป็นเรื่องท้าทายที่จะดึงให้เด็กๆ สนใจการเมืองจากเรื่องใกล้ตัว

สถาบันการศึกษา ที่ผลิตคนในสายนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนมีการปรับตัวอย่ามไร

ผมคิดว่าเราปรับดัวเยอะในด้านการสอน ยุคต่อไปคือ ยุคดิจิทัสคอนเทนด์
เด็กจะกระโดดไปอยู่ตรงส่วนงานด้านนั้นมากขึ้น อย่างเด็กที่เพิ่งจบใหม่ของคณะผมมีที่
ไปทำงานในสื่อเก่าค่อนข้างน้อย ที่เข้าไปอยู่กันมากคือดิจิทัสคอนเทนด์และเท่าที่
ทราบคืองานส่วนนี้ยังค่อนข้างขาดบุคลากรนับว่าเป็นโอกาสของเด็กที่จะเข้าไปเสิมใน
ส่วนนั้น ซึ่งดิจิทัสคอนเทนด์ที่เราพูดถึงนอกจากการเขียนแล้วก็รวมถึงการเล่าเรื่อง
ผ่านภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง กราฟิกต่างๆ ผมคิดว่าสายนิเทศศาสตร์ ไม่ต้องห่วงเรื่อง
เด็กใช้เทคโนโลยีแต่ผมห่วงเรื่อง คอนเทนด์ มากกว่าว่าเขาจะไม่สนใจเรื่องอื่นนอกจาก
เรื่องไกล้ๆตัว จึงพยายามให้เขาได้ฝึกที่จะดิดและตั้งลำถามมากขึ้นรวมทั้งคิดอย่างเป็น
ระบบให้มากขึ้นด้วย







ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อยากให้ช่วยนิยามสื่อเก่า - สื่อใหม่ ทุกวันนี้ยังเหมือนเดิมหรือไม่

เอาเข้าจริงแต่ละคนก็ให้นิยามไม่เหมือนกันถ้ามองในเชิงวิชาชีพ สื่อเก่า คือสื่อ ที่มีลังกัดวิชาชีพ ทำเพื่อประกอบอาชีพชัดเจน ส่วนสื่อใหม่ไม่จำเป็นต้องมีลังกัด ไม่ได้ทำเพื่ออาชีพเป็นหลัก และไม่ได้มีมาตรฐานทางจริยรรมมาเป็นตัวกำกับชัดเจน ที่ต้องมีคำว่าชัดเจน เพราะบางทีพวกนักข่าวพลเมือง หรือบล็อกเกอร์อยู่ในกลับ สื่อใหม่ ซึ่งไม่มีสังกัดชัดเจนเขาบอกว่าเขาก็มีจริยธรรมมีจรรยาบรรณแต่มันไม่ชัดเจน เท่าล็อเก่า ซึ่งสังกัดองค์กรสื่อของตัวเองและสังกัดองค์กรวิชาชีพ เช่น สมาคมนักข่าว

ถ้ามองในมุมเทคโนโลยี สื่อเก่าคือสื่อที่ไม่ได้เชื่อมต่อกับเน็ตเวิร์กทุกวันนี้ ไม่น่าจะมีแล้วเพราะทุกอย่างข้ามสื่อและหลอมรวมหมด ถ้าสื่อเก่าจริงๆ ก็ไม่ใช่ สื่อมวลชน เช่น หอกระจายข่าว เสียงตามสาย แต่ถ้าถามว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อเก่า ไหมเราก็พูดไม่ได้ เพราะหนังสือพิมพ์ก็ขึ้นออนไลน์หมดภาวะการหลอมรวมสื่อ ทำให้ไม่มีการแบ่งขาดกันชัดเจน แบ่งได้ยากแล้วว่าใครคือสื่อเก่า สื่อใหม่

มอวว่า เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลมไป มีผลต่อการเข้าถึงของผู้บริโภคสื่ออย่างไรบ้าง

ในแง่แพลตฟอร์ม เมื่อก่อนสื่อรองอย่างทีวีเคเบิ้ลกับทีวีตาวเทียมมีการเข้าถึง มากที่สุด แต่คนยังดูเนื้อหาจากสื่อหลัก หมายความว่าต่อ ทีวี เคเบิ้ล ทีวีตาวเทียม เพื่อดูช่อง 3 ช่อง 7 สมัยที่เป็น แอนะล็อก พูดง่ายๆ คือ คนยังดูสื่อหลัก แต่ใช้ช่องทาง ของสื่อรองในการเข้าถึง เมื่อมีทีวีดิจิทัลทำให้สื่อรองสูญเสียสุรกิจตรงนี้เพราะคนเข้า



ถึงได้โดยไม่ต้องเสียค่ากล่อง ค่าบริการ ปัจจุบันทีวีภาคพื้นดินก็กลับมาครองพื้นที่ ได้มากกว่า แต่ด้วยจำนวนที่มากทำให้ตลาดโฆษณาแบ่งกันไปยิ่งมีอินเทอร์เน็คก็ยิ่งมี ส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นลึก

ว่ากันว่า ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลของเรามีจำนวนมากเกินไป

มากเกินไป ตั้ง 27 ช่อง สำหรับตลาดขนาดเมืองไทย แถมคนรุ่นใหม่ดูทีวีน้อย ลงเพราะเขาชอบอะไรที่ต่อบสนองความเป็นตัวตนมากขึ้น เลยหันไปดูบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถดูที่ใหนก็ได้ ตอนไหนก็ได้ ดูอย่างไรก็ได้ เลือกดูเฉพาะสิ่งที่อยากดู คนดู ทีวีดีจิพัสก็ยิงน้อยลงอีก ถ้าไม่ได้มีสายป่านยาวก็จะต่อยๆ ตายจากไปไม่ต้องพูดถึง ทีวีรุมชนใครจะมาดูแล้วจะเอากำไรจากไหน อย่างไทยพีบีเอส ถ้าไม่มีเงินภาษีมาช่วย ก็อยไม่ได้

ดูเหมือนว่าตอนประมูลช่อมดิจิทัลผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้คิดว่า จำนวนคนดโทรทัศน์ จะลดลมรวดเร็วเช่นนี้

ก็คงใช่ คิดว่าอยากปลดล็อกเข้ามาสู่สังเวียนการประมูล เพราะคนยังคิด ภาพเดิมๆ ว่าการเป็นสำของข่องมีอ่านาจมาก เมื่อก่อนมันมูกขาดมาก เพราะฉะนั้น คนก็อยากเข้ามาสู่จุดนี้ คิดว่าขอเข้าไปก่อน ซึ่งสำหรับบางช่องก็ทำได้แต่ท้ายสุด คนที่ทำกำไรได้ก็ไม่ต่างจากเดิมก่อนมีทีวีดิจิทัลเท่าไร แต่เมื่อโอกาสเปิดทุกคนก็ต้อง กระโดดเข้ามาไม่ต้องไปพึ่งช่องที่ผกขาดแล้ว ก็ไปว่าเขาไม่ได้

มองปรากฏการณ์ของโซเซียลมีเดียอย่างไรบ้าง

โซเชียลมีเตียเป็นสื่อที่ผู้ใช้นำเนื้อหาเข้าสู่ระบบด้วยตนเอง พราะฉะนั้นสิ่งที่ เกิดขึ้น คือ นักวิชาชีพ นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ ไม่ใต้เป็นคนกำหนควาวะข่าวสาร อีก ต่อไปแต่ทุกคนสามารถนำเนื้อหาเข้าสู่ระบบได้ และสร้างเนื้อหาที่คนในสังคมสนใจได้ โซเชียลมีเดีย อาศัยการแชร์การเชื่อมโยงกันซึ่งสึกก็นำไปของต่อ เช่น ดูว่า อะไรตอนนี้ที่สังคมสนใจอยู่ โซเชียลมีเดียจึงทำหน้าที่ 2 ทาง คือ แพ่กระจายผ่าน แพลตฟอร์มซึ่งกระจายกว้างขวาง และ มีสื่อหลักมาหยืบเนื้อหาไปกระจายต่อ

ปรากฏการณ์หนึ่งคือ เกิดคนเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) มากขึ้น อย่างสมัยก่อนคนที่มีมีกรีพลกับมพิมหารนห้องเป็นนักข่าวชื่อดัง เช่น สุทธิรัช หผู้น แต่เมื่อเทคโนโลยีไปลี่ยนไปการรับรู้สื่อที่เปลี่ยน สุทธิรัช ก็ยังอยู่ และมีคนอื่นเพิ่มขึ้นมา ในรูปแบบอื่น เช่น เพจต่างๆ ในเพชบุ๊ค ซึ่งสมัยก่อนคนแบบนี้จะไม่มีพื้นที่เลย แต่ ทุกวันนี้คนแหล่านี้กลายเป็นผู้มีอิทธิพลทางสังคม (Social influenzer)

้ถึงขั้นนี้แล้ว ทำไมสื่อใหม่ถึงไม่ถูกจัดเป็นสื่อหลัก เพราะยังจำกัดเฉพาะคนรุ่นใหม่หรือเปล่า

ก็พูดยาก เพราะคนรุ่นกลางๆ ก็ได้รับอิทธิพลจากอินเทอร์เน็ต ในแพลตฟอร์ม ที่ย่อยกว่าผ่านโชเชียลมีเดียต่างๆ แทน เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก ทุกอย่างผ่านเข้าตามาเอง อัตโนมัติ

มองอะไรเป็นความเสี่ยงและโอกาสในเรื่องนี้

ที่เป็นห่วงคือพวกข่าวลือ ข่าวลวง เยอะมาก และ ทำให้เราแยกแยะได้ยากว่า



อะไรจริงไม่จริง ถ้ามองในบริบทของข่าวคือภาวะ Surreal หรือ เหนือจริง เราแยกไม่ใต้ เช่น ข่าวจากเว็บปลอมแพร่ระบาด เราก็ไม่รู้ว่าใช่ หรือเปล่าเว็บปลอม เหล่านี้นิยมนำความรุนแรง มานำเสนอแบบสุดๆ เช่น การข่ายืน การทำร้าย มาตึงดูด พอคนเห็นคนก็ เชื่อ เลยว่าใช่ แต่พอมาดูจริงๆ กลับไม่ใช่เป็นของปลอมที่หยิบองค์ ประกอบที่ดูเหมือนจะใช่ในสื่อเก่า แต่เอามาขยายให้สุดใลกในสื่อใหม่ และคนมี แนวโน้มที่จะเชื่อเพราะมีบริบทอ้างอิงมาจากสื่อเก่าในประสบการณ์เดิมๆ ทำให้พวกสื่อ เท่าที่ทำคลับยๆ นี้เสียชื่อเสียงใบลย กลายเป็นกาวะที่ท้าทายและถูกคุกคามอย่างมาก ในสื่อหลักว่าจะต่ารงคนอยู่ต่ออย่างไร ในแง่ของความน่าเชื่อถือกับสังคมและการอยู่ รอดทางจากิจ ถ้าหมดความน่าเชื่อถือกับสังคมและการอยู่ รอดทางจากิจ ถ้าหมดความน่าเชื่อถือคนก็ไม่เปิดรับ

เรื่อ มาเมแลอน ข่าวลือข่าวลา เ คารมีการจัดการอย่า ปร.

คงต้องอาศัยความรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมันไปใกลกว่าสื่อเดิมๆ เราควรตั้งคำถามไว้ ก่อนและระมัตระวังคัวเองไม่เข้าไปเป็นกระแสในนั้น ก่อนที่จะกดอะไรก็ตามควรคิด ให้ดีก่อน แต่เท่าที่สังเกตเด็กรุ่นใหม่มีแนวในั้นไม่เชื่ออะไรง่ายๆ เด็กจะตั้งคำถามก่อน ขณะที่คนรู่นก่อนเชื่อง่ายมาก เพราะเขาไม่คุ้นกับการมีข่องทางเยอะเขาโตมาด้วยสื่อ กระแสนักที่มีการกลั่นกรองสูง การโกหกน้อยความทรงจำในการเชื่อมโยงกับสื่อ ของเขาเป็นแบบนั้นชื่อความที่เขาได้มาจากใสนัก็เลยน่าจะเหมือนช่องทางสือที่เขา เดิบโตมา คนร่นเก่านี้แหละที่น่ากลัว

แล้วนิสัยการเสพข่าวขอมคนรุ่นใหม่ที่เติบโตในยุคโซเซียลมีเดียเป็นอย่ามไร

เด็กรุ่นใหม่ถูกแวดล้อมด้วยสื่อที่ไม่ทำให้เขาอยากอ่านอะไรที่ยาวเกินไป อย่าง ที่เรียกว่า "ยาวไปไม่อ่าน" เพราะว่าเด็กโดมากับโซเซียลมีเดียวิสัยการรับสื่อ เปลี่ยนไป นอกเสียจากว่ามีการปลูกผัง หรือการบังคับให้เขาอ่านหนังสือยาวๆ ทุกวันนี้หลายอย่าง หาได้ง่ายขึ้น ในอดีกตำเราอยากรู้ข่าวเราก็ต้องไปแผงหนังสือพิมพ์ เปิดทีวี เด็กสมัยนี้ ให้ต้องทุกอย่างอยู่ในอินเทอร์เน็ดหมด เขาไม่ต้องขวนขวาย ถ้าอยากอ่านเขาก็อ่านได้ แต่เขาไม่ก่านเพวาะเห็นว่าไม่มีความจำเงิน.

เมื่อก่อนถ้าเราไม่อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน หรือ เปิดโทรทัศน์ ณ ช่วงเวลาที่มี ข่าวเราจะไม่รู้ว่าอะไรเกิดขึ้นแย เพราะทุกวันข่าวมันออกเป็นวาระแล้วก็จนไปแต่ตอนนี้ ทุกอย่างมีการเก็บไว้หมด ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอ่านตามวาระเราจะอ่านเรื่องที่เกิด ขั้นเมื่อ 5 วันที่แล้ว 100 วันที่แล้วเมื่อไรก็ได้เลยไม่มีแรงจูงใจหรือความจำเป็นที่ต้อง อ่านข่าว อย่างมากก็อ่านแต่ที่เพื่อนแซร์มาตรงตามความสนใจของตัวเอง และโลกทัศน์ เด็กรุ่นใหม่ก็จะแดบลงเรื่อยๆ

สำนักข่าวต่างๆ หันมาใช้โซเซียลมีเดียดึงให้คนติดตามมากขึ้น

ใช่ ก็จำเป็น เพราะลักษณะคนรุ่นใหม่เป็นแบบนี้ไปแล้ว สื่อรุ่นใหม่ก็ต้องหา ความอยู่รอดกันเอง มันเป็นการประนีประนอมคุณภาพกับความเป็นสื่อคลาสลิก เพราะ ถ้าเป็นสื่อข่าวจริงๆ ไม่ว่ายังไงก็ทำสั้นไม่ได้ต้องทำให้ทุกคนเข้าใจให้ครบองค์ประกอบ ข่าว ซึ่งกว่าจะครบก็ต้องอาศัยพื้นที่ระดับหนึ่ง แต่ตอนนี้มันมีแต่รายงานว่าเกิดอะไรขึ้น แล้วจบเลย ถ้าจะสร้างความรู้ในเบื้องลึก สื่อก็ต้องทำสกู้ป คอลัมน์ บทบรรณาธิการ



บทวิเคราะห์ ซึ่งเด็กรุ่นใหม่ที่ไม่คุ้นเขาก็ไม่เปิดรับข่าว อย่างข่าวสืบสวนสอบสวน หลายเจ้าในพื้นที่ออนไลน์ก็มีผลตอบรับที่ต่ำ ถึงแม้มีคนอยากทำแต่ก็ไม่มีคนอ่านคน

กลายเป็นว่าเทคโนโลยีก้าวหน้า แต่คนกลับไม่เข้าถึงข่าวสาร ทางออกตรงนี้ควรเป็นอย่างไร

คนมีทางเลือกให้เลือกมากขึ้น อย่างข่าวสืบสวนสอบสวนเป็นเพียงหนึ่งใน ร้อยล้านของแหล่งที่เขาสามารถเลือกได้ สมัยก่อนไม่มีเทคโนโลยีก็จริง แต่ตัวเลือก คุณมีน้อยมาก มีแค่สื่อกระแสหลักอย่างเตียว คุณไม่อ่านคุณก็ไม่รู้ แต่ชีวิตตอนนี้ มันแข่งกับความเร็ว คนต้องทำงานหนักขึ้น อยู่กับเทคโนโลยีมากขึ้น เวลายิ่งมีน้อยลง ประกอบกับอะไรหลายอย่างไม่ใช่แค่เทคโนโลยีอย่างเดียว มันทำให้คนอ่านข่าวยาว ๆ เช่น พวกข่าวสืบสวน น้อยลง ทุกอย่างมีหลังผลประกอบกันหมด

สื่อควรปรับตัวอย่ามไร

เขาก็พยายามปรับกันอยู่ ถ้าในเชิงอุดมคติก็กลับไปที่อุปสงค์ อุปทาน แต่เพื่อ อำรงไว้ซึ่งสังคมที่ดี สื่อก็ไม่ควรชัพพลายให้ตรงกับตีมานด์ทั้งหมด เพราะเรื่องที่คน สนใจมากสุดในเชิงเนื้อหา คือเรื่องเพศกับความรุนแรงแต่ว่าชัพพลายก็ไม่ควรวิ่งลงไป ถึงต่ำสุดถึงขนาดนั้น เพราะจะฉุครั้งให้ตกค่ำถ้ามัวแต่คำนึงถึงเรตดิ้งข่าวก็จะมีแต่เรื่อง เพศกับความรุนแรง แต่มันควรยกระดับขึ้นมา

ข้อจำกัดคือสื่อทำดัวยตัวเองไม่ได้ สื่อต้องไปจัดการกับตีมานด์หรือผู้บริโภค เพียงคนเดียวไม่ได้ ถึงแม้จะทำเนื้อหาตีก็ตาม วันก่อนเพิ่งไปคุยกับไทยรัฐทีวีมา เขาก็ สะท้อนว่ารายการเนื้อมาตีมากมักมีเจดตั้งคำมันก็สะท้องเอะไรทางอย่างในสังคมเรา

เรตตั้ง คือคนดู คงต้องทำอะไรบางอย่างกับเรตตั้งตรงนี้ ไม่ใช่แค่ให้คอนเทนต์ ควรมีการแก้ไขยกระดับขึ้นมาและสื่อทำเองไม่ได้ ถ้าม้วนต่พูดว่าต้องสร้างสื่อน้ำดีไล่ น้ำเสียก็แก้ไม่ได้ สื่อน้ำเสียเขาก็ยังทำต่อไปเพราะเขามีคนดู

อาจารย์นอ.เทา.เออกในเรื่อ.เนื้อย่า.เไร

ภาคล่วนอื่นๆ ทั้งการศึกษา ครอบครัว ต้องเข้ามาช่วยกันอาจไม่ได้ใช้เวลาแค่ ปี 2 ปีในการแก้ปัญหา ยกตัวอย่างที่อเมริกา เขามีปัญหาว่าเด็กไม่อ่านหนังสือ เขียน หนังสือไม่เป็นเขาเลยมีนโยบายกำหนดให้โรงเรียนรัฐต้องบังคับเด็กให้อ่านหนังสือ ทุกวัน ก่อนเริ่มต้องเข้ามี คุณวัน เข้ามาก่อน คุณวัน คุน คุณวัน คุณว

ในบทบาทขอมอาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มอมเด็กที่จะจบไปเป็นนักข่าวอย่ามไร

เด็กเขาไม่ใต้อยากจบเป็นนักข่าว พูดตรง ๆ ว่าเด็กเพิ่งจบ ม.6 เขาถูกกล่อม เกลามาแบบหนึ่ง ส่วนใหญ่เห็นตัวอย่างดาราเลยเข้ามาเรียนตาม มีบ้างปีละ 2 - 3 คน



ที่อยากจะเป็นนักข่าว ทุกวันนี้ก็มีสาขาวารสารศาสตร์ แต่ก็ไม่ได้พันธุ์แท้ที่อยากจะได้ แต่ช่วงหลังก็มีจบไปเป็นนักข่าวมากขึ้นเพราะธุรกิจมีช่องทางมากขึ้น มีทีวีดิจิทัล และสื่ออื่นๆ มากขึ้น

สถาบันการศึกษาต้อมปรับตัวอย่ามไรบ้าม

คิดว่าปรับตัวยาก อย่างของจุฬาฯ ก็พยายามปรับกันอยู่ แต่ส่วนใหญ่ที่เห็น ทุกคนพยายามมุ่งไปที่การปรับเทคโนโลยี กับปรับทักษะที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี ซึ่งก็ จำเป็น แต่ว่าสิ่งที่สำคัญกว่าคือคักยภาพในการ วิเคราะห์ แยกแยะ เปรียบเทียบคูข้อดี ข้อเสีย ซึ่งต้องอยู่ในกระบวนการการเรียนรู้ ยิ่งสื่อมีความพิสิกพิธั่นมากขึ้น ถ้าแยกแยะ ประเมินไม่ได้จะทำให้สื่อก็ยิ่งตกต่ามากขึ้น ของจุฬาฯ ก็ยังทำอยู่ แม้ว่าจะมีคนกามว่า ทำใมถึงมีวิชาอย่างนี้ ทั้งวิชาอ่านงานคลาสสิตของนักเขียนสมัยก่อนวิชาฝึกเชียนซึ่ง เรายืนยันว่าด้องมี ไม่เช่นนั้นคุณจะไม่มีความคิดเบื้องสึกที่วิเคราะห์ได้ มันเป็นสิ่งสำคัญ และทำให้เด็กของเราแตกต่างและมีทักษะคิดวิเคราะห์ เชียนได้ ทำให้เห็น ประเด็น ชัดเจนได้ แต่ที่บอกว่าสถาบันการศึกษะก็ไร้บด้วยาก เพราะแต่ละที่ต่างก็มีข้อจำกัด ของตัวเอง พุดแทนกันไม่ได้ แต่ละที่ก็ต้องปรับตัวไปตามข้อจำกัดนั้นๆ





"คนสื่อในอนาคต" สื่อตั้งเดิมและสื่อใหม่ ในมุมมองผู้ประกอบวิชาชีพ และธุรกิจสื่อทางเลือก



อริยะ **พนมยงค์** กรรมการผู้จัดการไลน์ ประจำประเทศไทย

มองความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในยุคการเติบโตของสื่อใหม่อย่างไร

ผมเข้ามาในวงการออนไลน์ ปี 2011 สมัยนั้นจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 10 ล้านคน คนเข้าผ่านคอมพิวเตอร์ แต่ปี 2015 - 2016 เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่ จำนวนผู้ใช้ และ วิธีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยคนหมาใช้มือถือ สถิติต่าสุดประมาณ 40 ล้านคน หรือ 2 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ ด้วยการประมูล 4G เมื่อสิ้นปี 2015 เรา เห็นแล้วว่าทุกค่ายเร่งสร้างเน็ตเวิร์ก 4G ปีนี้ผู้ใช้จะกระโดดเป็น 50 ล้านคน กลายเป็น 80 เปอร์เซ็นต้องประชากร และภายใน 2-3 ปี จะกลายเป็น 90 เปอร์เซ็นด์ สาระสำคัญที่จะ พูดคือ สื่อที่ใหญ่ที่สุดรองจากทีวี ทุกวันนี้คืออินเทอร์เน็ต

มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อออนไลน์อย่างไรบ้าง

จุ่มอถือ มาแทนที่จุอทีวี ซึ่งผู้ชมบนจอทีวีลดลงเรื่อยๆ มีแค่เวิร์คพอยต์ที่ดูจะไป ได้ตีรายอื่นตกหมด คนที่ดูจากจอทีวีก็ย้ายไปดูในมือถือ ข่าวดีตือ 80 เปอร์เซ็นด์ ของเนื้อ หาที่เป็นวีดีโอเป็นเนื้อหาที่มาจากทีวี บัญหาคือการทำเรตตั้ง ซึ่งไม่ได้ทำทุกช่องทาง ผมเชื่อว่าจริงๆ เรตตั้งตัวรายการอาจไม่ตก แต่วัดไม่ได้ สิ่งที่เราหันคือ 24 ช่อง คนดู ไม่ได้เพิ่มขึ้น ทุกคนเหมือนมาซอยส่วนแบ่งกัน ช่องที่ขึ้นมาใหม่มีคนดูกระบริบารระปรอย การจะโอเปอเรตข่องดีๆ มีต้นทุนมหาศาลบางช่องอาจจะไปไม่ใหว แต่ถ้าวันนี้เราบอก ว่าคนดูเปลี่ยนบางช่องเริ่มทำออนไลน์ คนดูเพิ่มขึ้นและพันทุนไม่มี เช่น ได้เทีวี เราเป็น แพลตฟอร์มให้ คุณไม่มีต้นทุนอะไรเลยนอกจากการผลิตรายการอย่างเตียว



ไลน์มีช่องทางที่จะรองรับคอนเทนต์ข่าวได้อย่างไรบ้าง

เรามีช่องทางหลัก คือ **ไลน์ทีวี** ซึ่งเกิดขึ้นได้ปีกว่าๆ แต่ไปได้ตีมาก ละครวาไรตี้ เอ็นเตอร์เหนยังเป็นเนื้อหาหลักเพราะคนไทยบริโภคบันเทิงเยอะละครหลักๆ อยู่กับเรา ครบแต่ยังไม่มีคอนเหนด์ข่าวเริ่มคุยๆ กันอยู่ ข้อดีของโลกออนไลน์ คือดูเมื่อไรก็ได้ ผังรายการไม่สำคัญ ยกเริ่นกรณีเป็น โลฟี เรามีหลายโมเตลอุรกิจ ถ้าเป็นรีรันจากทีวีจะ มาที่โลเหนีรักษณะพลตฟอร์มอื่น คอนหนัทหด์ที่เรามีเน้นเอ็กซ์ดลูซีฟ บางกรณีก็มีความ ร่วมมือผลิตเฉพาะสำหรับไลน์ทีวี พาร์ตเนอร์ที่มาคุยกับเรา บางรายผลิตรายการให้ ข้อทีวีออนนี้เขาติคว่าทำออนไลน์ดีกว่าไหม ข้อดีคือ Flexibility ทำแล้วรู้ทันทีถ้าเริ่รก็ก็ ทำต่อวางแนวรายกาชิตก็ได้เลย

ทำไมต้องเลือกไลน์ทีวี แทนที่จะเป็นยูทูบ

ตอนคิดไลน์ทีวี เราเห็นช่องโหว่ ตอนนี้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่มีความกดดัน ว่ากลับบ้านไม่ทัน 2 ทุ่ม ดูละครไม่ทันเหมือนแต่ก่อนดูเมื่อไรก็ได้ แต่บัญหาคือไม่มีโคร อัพโหลดเร็วผู้บริโกเจ้อนอยากดูต้องได้ดูเลย เราก็เข้าไปแทรก เพาะทุกคอนเทนต์ที่ เราทำ คือ เอ็กซ์คลูซีฟ เราคุยกับพาร์ตเนอร์ว่าจะต้องอัพโหลดให้เราที่สุด ละครจบปุ๊บ อีก 30 นาที ต้องอยู่ในไลน์ทีวี ถือเป็นจุดขายหลักและต้องอยู่ที่เราก่อนอย่างน้อย 1 - 2 อาทิตย์ หรือ บางกรณี 1 ปี เราเห็นเลยว่าคนดูแยะมาก ใสน์ทีวีไม่มี User generating content เพราะเรารู้อยู่แล้วว่าเนื้อหา 80 เปอร์เซ็นต์จากเนื้อหามาทีวีอยู่ที่ตรงนี้

ไม่ว่าไลน์จะสร้างผลิตภัณฑ์ใดขึ้นมา จะมีคู่แข่งในตลาดที่แตกต่างกันออกไป

ถูก แต่ทุกวันนี้คงไม่มีอะไรที่เราทำแล้วไม่มีคู่แข่ง อยู่ที่ว่าเราทำอะไร ที่เพิ่มคุณค่า ให้ผู้บริโภคหรือเปล่า ซึ่งต้องกลับไปดูว่าความต้องการของผู้บริโภคว่าคืออะไร สิ่งหนึ่งที่ เรายึดเป็นหลัก คือ การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้ไลน์ทีวีที่เริ่มจากศูนย์ เพียงแต่ปี กว่าๆ กลายเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม

สำนักข่าวในยุคออนไลน์เาอโจทย์เดียวกัน คือ มีคู่แข่งหลากหลายมาก ไม่เฉพาะข่าว ด้วยกัน

ใช่ ต้องบอกกว่าเป็นความท้าทายและเสน่ห์ของยุคอินเทอร์เน็ต วันนี้คู่แข่งมาจาก โหนก็ไม่รู้ เราอยู่ในโลกออนไลน์ เสน่ห์คือข้ามพรมเดน ไม่มีเส้นแบ่งที่ชัดเจนในแง่ ของสื่อ ผมเห็นความโชคตีอย่างหนึ่ง ก็อ เนื้อหาที่คนไทยบริไวกยังเป็น Local content ที่ต้องเป็นภาษาไทย เนื้อหายังมาจากทีวีไทย เพลงจากผั่งอินเตอร์คนไทยไม่ได้นิยม มากนัก เหมือนไลน์ท่าสดิกเกอร์ ไลน์ในประเทศอื่นจะชอบอินเตอร์หนชั่นแนลสติกเกอร์ เช่น โดเรมอน ดิสนีย์ แต่ของไทยไม่ใช่ ต้องมีภาษาไทยคุณแชลส์ใหว้แบบไทยซึ่งถือเป็น เทรนด์ที่แตกต่าง และเป็นโอกาสของผู้ผลิตคอนเทนด์การแข่งขัน คือแข่งกับตัวเอง แข่งกับ แพลตฟอร์ม ไลน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ซึ่งเป็นทั้งคู่แข่งและพันธมิตร

รปแบบการหารายได้ในการเป็นพันธมิตรกับไลน์เป็นอย่างไร

จากโฆษณารายได้ร่วมกันระหว่างไลน์กับผู้ผลิตโมเดลธุรกิจของเราค่อนข้างยืดหยุ่น



เรามีอีกบริการ คือ ไลน์ทูเดย์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผังในไทม์ไลน์ ตอนแรกเราทดลองทำ พบว่าผลตอบรับดีมาก สื่อหลายรายรีบเข้ามาคุยเพราะเห็นว่าไปได้ดี ตอนนี้ทำร่วม กับพาร์ตเนอร์ 30 ราย หลักของเราคือก่อนที่จะทำบิชิเนสโมเดล เราจะสร้างบริการที่ดี มียูเซอร์เข้าใช้เยอะๆ หลังจากนั้นจะเริ่มคุยว่าทำอย่างไรให้พาร์ตเนอร์ของเรามีรายได้

ทำไมไลน์เลือกที่จะเริ่มจับมือกับงานบันเทิงก่อน แทนที่จะเป็นคอนเทนต์ข่าว

เนื้อหาที่คนไทยนิยมมากสุดคือละคร ถ้าเราจะสร้างบริการสื่อใหม่ๆ ต้องเปลี่ยน พฤติกรมผู้บริโภค กลุ่มรัยรุ่นเปลี่ยนหฤติกรรมได้ไวที่สุด เพราะเขาไม่ยึดติดกับโลกเติม เขาพร้อมทดลองอะไรใหม่ๆ ดังนั้น ตอนเริ่มต้นใลน์ทีวี ละครที่เราเน้นจะเป็นละคร สำหรับรัยรุ่น ให้เขาเข้ามาและพร้อมที่จะทดลอง จากนั้นค่อย ๆ ขยายฐานลูกคัาตัวงให้ กร้างทิ้งที่แ

มีความเป็นไปได้เพียงใดที่จะเสนอช่าวผ่านไลน์ทีวี เพราะไลน์ทูเดย์ ก็ยังเป็นภาพนิ่ง และ ด้วหนังสือ คนจะใช้เวลาดูคลิปข่าวเหมือนคลิปบันเทิงหรือไม่

ผมว่าวงการสื่อกำลังเรียนรู้และพยายามปรับตัว สื่อออฟไลน์ ออนไลน์ รูปแบบ การเขียนต่างกัน คนอำนออนไลน์ค่อนชางผิวเผินแค่ดูพาดทั่วเนื้อหาสั้นๆ ใต้โจความเลย อ่านแล้วจุยกับคนอื่นได้พอ ถ้าข่าวที่เขียนแบบเดิมในหนังสือพิมพ์มาอยู่ในออนไลน์ก็ไม่ แน้ใจว่าจะขายได้ ต้องดูว่าพฤติกรรมผู้ใช้ ดังนั้นข่าวต้องสดจริงๆ ถ้าเป็นภาพเคลื่อนไหว ต้องกระชับ รายการข่าวเป็นชั่วโมง คงไปไม่รอดแล้ว

เห็นการปรับตัวของคอนเทนต์ข่าวทีวีในบ้านเราที่เหมาะกับโลกออนไลน์บ้างหรือยัง

ผมว่าบางคนบางสำนักเข้าใจในจุดนี้ ก็ต้องเริ่มลงมือทำเราเห็นแล้วว่ามีการทำข่าว ที่สั้นลง กระชับ อ่านแล้วได้ใจความจบเลย 3 - 5 นาที อีกอันที่จะเปลี่ยนมิติ คือ ไลพี ต้องมีจุดเปลี่ยน ต้องดังดูดูให้คนคูว่าทำไมต้องดูสดคอนนี้ ผมว่าอุปสรรคสำคัญในการ ปรับตัวอยู่ที่ความคิต สิ่งหนึ่งที่เจอบ่อยและทำให้การปรับตัวไม่เร็วเท่าที่ควรอยู่ที่ความ ก็จือ Cannibalize ช่องทีวี และทำให้บางคนหรือบางค่ายยังลังเลที่จะเข้าไปเล่นในโลก ออนไลน์ ก็บระหมเข้าใจว่าแหล่งรายใต้ที่ใหญ่ที่สุดจะหายไป แล้วรายได้ จากข้องออนไลน์ เพราะผมเข้าใจว่าแหล่งรายใต้ที่ใหญ่ที่สุดจะหายไป แล้วรายได้ จากข้องออนไลน์ เพราะผมเข้าใจที่ได้ไหม บางค่ายยังไล้ก็สำคัชต่างเต็มที่

แต่สิ่งหนึ่งที่ต้องเข้าใจคือผู้บริโภคไหลไปหมดแล้ว มันเป็นเทรนด์ที่หยุดไม่ได้ มันไปแล้ว มันเป็นคำถามที่บอกว่าไม่มีประโยชน์ อย่าติดว่าไม่ทำแล้วผู้บริโภคจะไม่ไหล อยู่ที่เราจะสร้างบิซิเนสโมเดลอย่างไรมากกว่า คือ เทรนด์นี้เป็นปัจจุบัน ไม่มีทางเลือกอื่น

มีคำแนะนำสำหรับการปรับตัวของสื่อวิทยุให้เหมาะกับการบริโกคสื่อยุคออนไลน์อย่างไร

ผมนึกภาพไม่ออกเอาวิทยุมาอยู่ออนไลน์ไม่น่าเวิร์ก วิดีโอก็ครอบคลุมอยู่แล้วถ้าทีวี สิ่งพิมพ์ผมมีคำตอบ แต่วิทยุนี่ไม่รู้ เพราะเดี๋ยวนี้ทุกคนเข้าถึงภาพเคลื่อนไหวง่ายมาก



ฟิงแบบนี้แล้วเห็นความคล่องตัวของรายเล็ก ที่สามารถทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ ได้ง่าย

ใช่ แต่เท่าที่เราทำงานด้วย ผมว่าบัญหาไม่ได้อยู่ที่ขนาดแต่อยู่ที่วิสัยทัศน์ของ แต่ละคน มากกว่า ถ้าคิดว่าทำออนไลน์แล้วน่าจะเวิร์ก แล้วทดลองทำดูจะเห็นผลตอบรับ กลับมา ซึ่งรายใหญ่หรือรายเล็กก็เปลี่ยนความคิดได้ คือ แทนที่จะวางแผนในระยะยาว อย่างเดียว แต่ควรทดลองในระยะสั้นด้วยเพาะออนไลน์เห็นตัวเลขได้ง่ายนี่คือความ แตกต่างวงธุรกิจแบบเดิมและบัจจุบัน โลกเปลี่ยนเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนเร็ว ผมภยากแนะนำสัดมวลชนว่าทดลดงได้เร็ว

ในแง่ความพร้อมซองผู้บริโภคแบบไทย ความเร็วซองการสื่อสารระดับนี้สังคมาะไป ทางไหแ

อันดับแรก คนไทยไม่ชอบอ่าน การเปลี่ยนพฤติกรรม 70 ล้านคนต้องใช้เวลาอยู่ที่ การศึกษาและสอนอย่างใช่พลูกชอบอ่านหนังสือ แต่วันนี้ เมื่อเรารู้ว่าคนไทยไม่ชอบ อ่าน เราก็ทำเนื้อหาให้เขาไม่ต้องอ่าน เนื้อหาที่คนไทยชอบ คือ วิตีโอ ดังนั้น ต้องทำ อย่างไรให้รายการมีสาระนากขึ้นผ่านรูปแบบวิตีโอ ผมเชื่อว่าคนไทยอยากได้สาระแต่ต่อ หาวิธีการป้อนเนื้อหาที่เหมาะกับแพลตฟอร์มและพฤติกรรมของเขา ต้องสั้นและกระชับ เพราะเวลาในการบริโภคสั้น แต่ทั้งวันอาจกลับมาดูหลาย ๆ ครั้งก็ได้ ไม่ได้ดูรวดเดียว 60 นาที ตรงนี้ที่เราต้องปรับรูปแบบให้ทัน

ผมมีโอกาสไปบรรขายให้ TED EX Bangkok เป็นตัวอย่างที่ทำให้เห็นเลยว่า คนไทยต้องการเนื้อหาที่มีสาระ เพราะงานขายตัวและตอแสมัครต้องกรอกแบบฟอร์ม แต่ คนเข้าไปสมัครกันจนลันคนไทยทั้งนั้น TED Ex เป็นการขึ้นพูดสั้นๆ 10-15 นาที ฟังแล้ว ได้ใจความหนัง ก็ยไปทำเป็นวิดีโอก็มีคนดูเป็นแสน อีกมุมมองหนึ่ง คือ เราอยู่ในยุดที่ บริโภคสื่อได้เยอะ กอปมแช่งเร็ว เราก็ต้องใช้วิจารณญานไห้ดี

ในฐานะของผู้ให้บริการ มองการกำกับดูแลในเรื่องนี้อย่างไร

ผมคิดว่าการตรวจสอบเป็นการแก้ปัญหาปลายทาง ทางที่ดีคือต้องสร้างพฤติกรรม การใช้สื่อที่เหมาะสมมากกว่า ข้อแรกต้องอ่าน ไม่ใช่เห็นแล้วแขร์เลย คอมเมนด์ทันที โดยไม่ดูที่มาที่ไป เราต้องส่วยกันสื่อสารเรื่องนี้ ผมคิดว่าเป็นหน้าที่ของหลายกาลส่วน ต้องเริ่มตั้งแต่พ่อแม่ที่ต้องสอนลูก ครูสอนนักเรียน เราเองในฐานะเรียของแพลดพ่อร์ม ก็มีความรับผิดขอบที่จะต้องสื่อสารเรื่องนี้ไปยังผู้บริโภค เราเป็นไลน์จะมีคนถามพลอด ว่าอันนี้คือข่าวจริงหรือเปล่า ซึ่งทุกวันนี้เราอยู่ในยุคที่เช็คไม่ยากว่าจริงหรือไม่จริงเพียง แต่ต้องสร้างนิสัยเช็ดแหล่งที่มาเพิ่มขึ้นนิดหนึ่ง รัฐบาลเองก็ต้องสร้างความเช้าใจให้ กับประชาชนด้วย ผมมองว่าไม่ใช่ความรับผิดขอบใดรคนเดือว สังคมต้องสร้างความเข้าใจให้

มองว่าหมดยุคที่หน่วยงานรัฐาะมาควบคุมการสื่อสารของสังคมแล้วใช่หรือไม่

ทุกสิ่งมีสองด้านเสมอ โลกออนไลน์ก็มีทั้งบวกและลบ สิ่งที่ผมไม่อยากให้เกิดขึ้นคือ เวลาเกิดอุบัติเหตุ หรืออะไรก็ตาม การสื่อสารด้องเข้มงวดเพื่อไม่ให้มีการละเมิดผู้อื่น ซึ่งเป็นส่วนน้อยเมื่อเทียบกับคุณประโยชน์มหาศาลของโลกออนไลน์ เพราะโลกออนไลน์ คืออุรกิสท์ทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่ไปจนถึง เอสเอ็มอี สามารถจะขยายธุรกิจแบบไล่มี พรมแตนชัดเจนอย่างเรื่องการศึกษากว่าเราจะเปลี่ยนรูปแบบ ที่การศึกษาที่มีคุณภาพจะ กระจายไปได้ทั่วประเทศไทย การเปลี่ยนระบบการศึกษาคงใช้เวลานานแต่การป้อนเนื้อหาที่ที่มีประโยชน์แก็จน 70 ล้านคน คุณใช้โลกออนไลน์ไปถึงให้ทันที่นี้คือความเปลี่ยนแปลง ระดับประเทศที่อินเทอร์เน็ตทำได้และระหว่างทางก็ควรสอนให้คนใช้ในทางที่ถูกด้วย



ประสมค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ ผู้อำนวยการบริหารสถาบันอิศรา

สำนักข่าวอิศรา นิยามตัวเองว่าเป็นสื่อกระแสหลัก กระแสรอง หรือ ทางเลือก

ไม่เคยนิยามดัวเอง เขาไม่เคยรับเราเป็นกระแสพลักอยู่แล้ว กระแสพลัก หมายถึง หนังสือพิมพ์แบบเดิมเชื่อพาณีซย์ ฟรีทีวี ส่วนเคเบิล อย่างทรูวิชัน ก็เป็นกระแสหลักแต่ ไม่เน้นข่าว สำนักข่าวอิตราน่าจะเป็นสื่อใหม่ต้องเผยแพร่ผ่าน เฟขบุ๊ก ทวิตเตอร์ เตี๋ยวนี้ นักผบกที่ตั้งแระถ่านจากเร็าได้ยะตรง

การพัฒนาเทคในใลยีช่าวสารที่ทำให้เกิดสื่อใหม่ส่งผลกระทบที่สำคัญต่อสื่อหลัก อย่างไรท้าง

ภาพชัดเจนอยู่แล้ว ด้านสิ่งพิมพ์ ยอดขายสิ่งพิมพ์ตดลงอย่างมาก ด้วยเทคโนโลยี หรืออื่นๆ เช่น คนรุ่นใหม่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์แล้ว คนอายุสามสิบกว่า แม้แต่เราเอง ผม เองไม่ได้แตะหนังสือพิมพ์จริงจังนานมาก รู้สึกว่ามันเก่า เช่น ข่าวปลดนายก ๆ อบจ. เชียงใหม่ เวารู้ตั้งแต่เมื่อวานบ่ายแล้ว แต่หนังสือพิมพ์อังพาดหัว บึกคู่ปลดนายก อบจ. คอลัมนิสต์ดังๆ ก็ปรับด้วเขียนลงออนไลน์ที่อยากอ่านก็ลงเว็บหมดแล้ว เช่น เปลว สีเงิน ร่งเข้ามาก็มีพนส่งมาให้อ่าน

สรุปได้ว่า หนึ่ง คนเข้าถึงเทคโนโลยีใช้สมาร์ทโฟนดื่นเข้ามายังไม่ลุกจากที่นอนเลย มีให้อ่านถึงเตียง สอง มันฟรี แต่ก่อนต้องให้คนมาส่งหนังสือพิมพ์หรือเดินไปซื้อแต่ เคี๋ยวนี้ไม่ต้องตื่นเข้ามาก็เปิดคอม ฯ หนังสือพิมพ์ไม่ถึงกับตายสนิท แต่ไม่ใช่รายได้หลัก ขององค์กรอีกต่อไป

สองทีวี เริ่มเห็นชัดเรื่อยๆ คนรุ่นใหม่อายุยี่สิบกว่า หรือสามสิบ เลิกดูแบบเรียลใหม้ แล้วไม่ต้องรีบกลับบ้านใปดูละคร เพราะดูข้อนหลังเมื่อใรก็ได้คนจำนวนนี้หากมากขึ้น เรื่อยๆ ยอดคนดูทีวีน้อยลง คนจะดูรายการตจจริงๆ ก็คือถ่ายทอดก็หาหรือบางรายการที่ อยากดู ดังนั้นทีวีได้รับผลกระทบอยู่แล้ว จะเร็วหรือช้า ขึ้นกับการเข้าถึงเทคโนโลยี พดติกรรมที่ไปซึ่ยนไป



ดเหมือนสื่อหลักเสียเปรียบ

มันเป็นวิถีชีวิตใง อาจมีบางอย่างเป็นนิชมาร์เก็ต แต่ตลาดเล็ก คุณทำเป็นนิช มาร์เก็ต หากอยากเท็บสตางตำจากคนอ่าน ทำเป็นอี - บุ๊ก เป็นเอ็กซ์ดลูสีฟจริงๆ หาอ่าน ที่ใหนใม่ใต้บัญหาคือจะป้องกันการก้อปปี้อย่างไร โลกออนไลน์คนรู้สึกว่ามันอ่านฟรี มากขึ้นเรื่อยๆ กับเสียสตางตัจเอาอย่างไหน

สื่อใหม่มีอนาคตมากกว่า

การหารายได้จากคอนเทนด์โดยตรงยาก นอกจากเป็นรายการสด ที่ขายลิขสิทธิ์ได้ จริงๆ มีเท่าไร เช่น ฟุตบอลอยากรู้ผลทันที

อนาคตสองสื่อเป็นอย่างไร จะเติบโตไปด้วยกัน หรือ สื่อหลักตายไปแล้วสื่อใหม่มาแทน

อนาคตคือกี่ปี (หัวเราะ) อีกหน่อยคุณยังผลิตกระดาษอีกไหม บางออฟฟิศไม่ใช้ กระดาษเลย ทุกอย่างใช้อีเมลหมด และ กฎหมายเกี่ยวกับอิเลคทรอนิกส์

ทั้งหมดเป็นช่องทางในการนำเสนอ ในแง่บคลากรเป็นอย่างไร

คนผลิตคอนเทนด์ยังต้องสำคัญสี จะผลิตอย่างไร ส่วนว่าจะส่งแพลตฟอร์มไหน อีกเรื่องหนึ่ง จะส่งฟรีทีวี คลื่นความถี่ หรืออินเทอร์เน็ต มันต่างกันตรงไหน แพลตฟอร์ม ไม่ใช่ประเด็น แต่คอนเทนด์ยังสำคัญ วิธีการผลิตคุณอยากดูโปรตักชั่นดีๆ ไหม สมมติใช้ กล้องจากสมาร์ทโฟนถ่ายอยากดูหรือเปล่า

ที่บอกว่า "ใครๆ ก็เป็นสื่อได้" ควรใช้ว่า "ใครๆ ก็เป็นผู้ส่วสารได้" มากกว่า

สื่อหมายถึง วิชาชีพ อาชีพ ที่มีความชำนาญบางอย่างคอนเทนด์ยังสำคัญต้องผลิต ในสตูดิโอที่มีประสิทธิภาพดีมีโรงถ่าย เช่นหนังเรื่อง THE Jungle Book The Jungl Book (2016) หรือ เมาคลิลูกหมาป่า ตัวสัตว์เป็นแอนิเมชั่นหมด แต่ตัวเมาคลิแทบดูไม่อย เป็นแอนิเมชั่นมันเนียนมากเหมือนใช้คนแสดง แสดงว่าเทคโนโลยีสูงมาก ฉะนั้นการผลิต คอนเทนต์ยังสำคัญอยู่ แต่ช่องทางในการสื่อสารหรือแพลตฟอร์มไม่ใช่ประเด็นแล้ว

ทุกวันนี้เรามักง่ายใง คุณดูรายการข่าวในทีวี เอาคลิปมาเปิดในรายการเป็นเวลา เท่าใร ไม่ต้องทำการบ้านหาคลิปมาเปิดเท่านั้น เปิดแล้ววิจารณ์ไปเรื่อยรวมกับที่ วิจารณ์ เป็นสิบนาที หากมักง่ายคุณจะตาย

มองว่าทำงานง่ายไป เอาเปรียบคนดู

ทีมข่าวใม่มีประสิทธิภาพหรือใง ไม่ลงทุนเลยวิจารณ์เรื่อยเปื่อย ถ้าเปิดคลิป เช่น อุบัติเหตุจราจรด้องดูระบบจราจรเป็นอย่างไร ทำไมเกิดเหตุซ้ำซากรวมและวิเคราะห์เชิง ระบบว่าทำไมจึงเกิดอุบัติเหตุ

าะให้ทำแบบนั้นมันยากนะ

นั่นน่ะสิ เอาคลิปมาเปิดบอกเป็นสีสันที่จริงคือ มักง่าย คนดูก็ง่ายหากต่อไปคนดู มีความรู้มากขึ้นจะขายของแบบนี้อีกไหม ผมจะมีคุณไว้ทำไม ต้องเรียนนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ทำไม แค่เอาคลิปมาเปิด (หัวเราะ) ไม่ต่างจากผู้ส่งสารธรรมดา



การนำเสนอข่าวหรือรายงานของสำนักข่าวอิศรา เวลาทำข่าวในกระแสจะรอบด้านกว่า

เราเอาข่าวกระแสมาต่อขอด เช่น บุกจับตระกูลบูรณุปกรณ์ บริษัททัศนาภรณ์ มี
เครือข่ายอะไร มีใครบ้างถือหุ้น หรือ ข่าวเบญจาติดคุก ต้นตอคืออะไร (เบญจา
หลุยเจริญ อดีตรัฐมนตรีข่ายว่าการกระทรวงการคลังยุครัฐบาลนายกๆ ยิ่งลักษณ์ และ
อดีตรองยิบดีกรมสรรพากร กรณีข่ายบุดรขายและกุลสาว ทักษีณ ขันวัตร เลี่ยงภาษี
การชื้อขายหุ้นขอครับ 8 พันลี่านบาทในปี 2549) เบื้องหลังข่าวจากที่ศาลพิพากษา
นี้เป็นวิธีต่อยอด เป็นหลักการของวารศาสตร์อย่แล้ว แต่พวกเราไม่ให้ทำ

กรณีน้องเมย์ (เมย์-นริศราวัลถ์ แก้วนพรัตน์ หลานสาวพลทหาร ที่ถูกข้อมตาย ในค่ายทหารที่นราธิวาสปี 2554 ออกมาสู้เพื่อน้าชาย ต่อมาถูกจับถึงที่ทำงาน ข้อหาว่า ด้วยการกระทำผิดฐานหมินประมาทโดยการในเษณาและกระทำผิดพระราชบัญญัติว่าด้วย การกระทำความผิดกู้อาบักคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550) ที่โดนจับ หนึ่ง คนแจ้งความคือใคร สอง คือ คนที่ถูกกล่าวหาว่าข้อมไข้ใหม สาม คดีที่คณะกรรมการป้องกันและปราบปราม การทุจจัดในมาครัฐ (ป.ป.ท.) ซี่ไปถึงใหน

สี่ ป.ป.ท. ชี้มูลแล้ว ต้องออกจากราชการใช้ไหม ทำในยังอยู่ต้องไปใล่เอามีคน จามไหมแต่กลายเป็นข่าวไฟกัสกับน้องเมย์ เวลาชี้มูล ป.ป.ท. ไม่กล้าระบุชื่อ บอกแต่ว่า หพารยศร้อยโท ถามว่าเป็นคนเดียวกับคนแจ้งความไหม ไม่มีรายละเอียดหรือ ไปดูคำ พิพากษาศาลแพ่งลี ก็เอานั้นมาลงแทน (หัวเราะ) จะรู้ว่าเป็นคนเดียวกันไหมวิธีหามีอยู่ แข้วแต่เราไม่ต่อทำกันใง

เป็นเพราะผัเสพต้องการความเร็ว คนทำสื่อก็เลยแข่งกันด้านความเร็วมากกว่า

ไม่จริง ผมเอาเบื้องหลังมาลงมีคนอ่านมาก เช่น ทำไมคนนั้นโดนเด้ง คนนี้โดน มาตรา 44 ตอนนี้ตลาดใหญ่สำหรับอ่านข่าวสำนักข่าวอิฮราคือท้องถิ่น เพราะเรานำ เสนอข่าว เรื่องการทุจริตในท้องถิ่น ส่วนราชการเป็นนิชมาร์เก็ต จำนวนคนอ่านอาจไม่สูง แต่มีอิมเพ็ก

ทุกวันนี้สื่อทั้งหมดใม่ได้หาจุดขาย หรือ นิชมาร์เก็ต ของตนเอง คุณเปิดดูทีวีแต่ละ ข่องรู้สึกใหมว่าช่องใหนแตกต่างกัน คอนเทนด์แตกต่าง ใครตีกว่ากันอาจดูช่องเนชั่น สปริงนิวส์ หรือ ไทยที่ปีเอส ต่างกันแคลีลาของพิธีกร ผมดูข่าวช่องใหนก็เหมือนกัน ตัดลิลาออกอยากพังแต่ชัยเท็จจริงคืออะไร ไม่ต้องวิจารณ์หรือวิเตราะห์รู้สึกรำคาญเพราะ เราทำงานเรารู้อยู่แล้วแต่ชาวบ้านชอบไง พอดูแล้วไม่เห็นความแตกต่างอย่างเป็นนัย สำคัญของแต่ละช้อง พิธีกรบางคนอาจมีข้อมูลตีบ้างแต่เห็นความแตกต่างกันไม่ชัด ข่าว ข่องสามกลายเป็นข่าวตลาดล่างไปเลย ช่องเจ็คกลับหนีไปตลาดบน และข่าวตลาดกำลัง ขยายมาก

ชาวบ้านสนใจข่าวทุจริตของหน่วยงานท้องถิ่นหรือ

ใช่ เพราะสื่อท้องถิ่นไม่สามารถเล่นข่าวแบบนี้ในท้องถิ่นตนเองได้ เขากลัวจะด้วย เหตุผลอะไรก็ตามพอส่วนกลางไปจับ เป็นที่รู้จักที่พึ่ง ตอนนี้ท้องถิ่นร้องเรียนมาเยอะ มากจริงบ้างเท็จบ้าง เราทำไม่ทันในแง่ของข่าวทุกช่องไม่มีเอกลักษณ์ของตัวเองว่าจะ ขายอะไร หรือ หามุมตลาดของคุณ

จุดเด่นของสำนักข่าวอิศราอยู่ที่วิธีการนำเสนอข่าว และบุคลากร

ทีมเราเล็ก ข่าวสืบสวน 3 - 4 คน และนักข่าวจริงมีไม่ถึง 10 คน



ความยากอยู่ที่การมองประเด็น

เราอย่าทำข่าวแข่งกับสำนักใหญ่ เราสรุปสั้นๆ และอ้างอิงที่มาชัดเจนอยากอ่าน กระแสก็อ่านตรงนี้ ผมถึงบอกว่าสื่อกระแสหลักต้องเปลี่ยนวิธี ข่าวกระแสต้องสรุปสั้นๆไม่ ต้องลงเยอะยกเว้นเรื่องใหญ่ และ ทำข่าวของคุณแองอย่างรายการสามมิติทำถูกแล้วข่าว รอบวัน 10 ข่าวสั้นๆ ข่าวควรเป็นมุมของคุณแอง

โซเซียลมีเดีย นำเสนอได้เร็วกว่า สำนักข่าวเลยเอาข่าวโซเซียลมาเล่นบ้าง คุณมอง ลยางไร

เมื่อก่อนถ้าต้องการให้เป็นข่าวเขาบอกคุณทางไทรศัพท์ จดหมาย อีเมล เพราะไม่มี ช่องทางอื่น ตอนนี้เขาเขียนใส่เฟซบุ๊ก ไลน์ และ ส่งต่อให้เพื่อน คือ การร้องทุกข์ฟ้อง สังคงแบบหนึ่ง แต่อาจไม่ถูกต้องร้อยเปอร์เซ็นด์ ให้ตื้นๆ ถ้าเราหอิบเรื่องมาทำต่อเรื่อง ร้องเรียนเล็กๆ อาจขยายผลให้เป็นเรื่องใหญ่ได้ อย่างคตี ขอเตอร์เกท เกิดจากการแจ้ง ความงัดห้องพรรคเดโมแครต จาก คดีอาชญากรรรมดาเป็นคติวกำประธานาชิบที ชีขรรัด กินกิสัน เหมือนกันถ้าเลือกจากโขเชียลมีเดียอาจเห็นสิ่งเล็กๆ ซึ่งห่อมหัด เช่น กรณี คลฤติหนีทุน ซึ่งหมอมหิดสไพสต์แล้วหมอคนหนึ่งส่งมามมอามาทำต่อเลยสองวัน เท่านั้นกระจายไป ผมไม่ปฏิเลอการใช้เชเชียลมีเดีย เต่ได้มาแล้วทำอะไรต่อ

คนทั่วไปกำลังสนกกับการเป็นผู้ส่งสารเอง

อันตรายสิ ติดคุกกันง่าย อะไรก็ผิด พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 พวกนี้ไม่รู้ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ มาตรา 4 (1) การนำเข้าข้อ ความเป็นเท็จ การทำเพจปลอม หลอกลวง แต่หมิ่นประมาทไม่รู้ใช้กฎหมายไหนก็ใช้ 4 (1) เรื่อยมา

เดี๋ยวนี้คนนิยมส่งข้อมลด้วยไลน์หรือเฟซบิก บางครั้งก็ไม่ใช่เรื่องใหม่ หรือเป็นเรื่องาริง

มีคนพยายามทำคอลัมน์คิดก่อนแชร์ เป็นหน้าที่สื่อกระแสหลักต้องทำ คอยเบรก ตรวจสอบเนื่องจากการไฟลว์ของข้อมูลมันเลอะเทอะ ต้องเปลี่ยนบทบาทของเกท คีปเปอร์ ที่ทำหน้าที่กลั่นกรองข่าวสารเป็นกลั่นกรองข้อมูลให้เป็นคุณภาพที่เชื่อถือได้

เพื่อให้เท่าทันกับเทคในโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา สำนักข่าวมีการสนับสนนบคลากร ด้านทักษะและจริยธรรมในวิชาชีพอย่างไร

เราเป็นองค์กรเล็กไม่ได้จัดอบรมเอง ถ้ามีที่ใหนจัดก็พยายามส่งเข้าอบรมมีคน เรียนปริญญาไท ปริญญาเอก เราให้การสนับสนุนหาทุนฝึกอบรมโดย Learning by doing การประชุมแต่ละตรั้งเน้นตัวอย่างและอื่นๆ สถาบันอิสรามีจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ อยู่ แล้วทั้งระยะสั้นระยาว ถ้านักข่าวพร้อมเราส่งเข้าอบรมตัวยหากหน่วยงานอื่นจัดเราก็ส่ง นักข่าวไง!

นอกจากการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์แล้วเผยแพร่ช่องทางอื่นไหม

มีทวิตเตอร์ เฟซบุ๊กส่วนตัว เรามีหลายแฟนเพจ แฟนเพจ ของสำนักข่าวอิศราเรา มียอดไลค์ 80,000 กว่าแล้ว ไม่เคยซื้อนะกำลังคิดว่าจะทำเฟซบุ๊คไลฟ์ดีใหมรูปแบบควร เป็นอย่างไรให้มีความแตกต่าง ต้องเลือกในสิ่งที่เป็นไฮไลค์ กำลังคิดอยู่ว่าจะเริ่มอย่างไรดี



มองการพัฒนาจริยธรรมด้านวิชาชีพอย่างไร

เราเป็นสำนักข่าวเล็กๆ ไม่มี Code of conduct แต่พยายามเน้นและย้ำ หนึ่ง รูป ที่นำมาใช้เราไม่มีแฟ้มภาพเอง ฉะนั้นต้องย้างอิงที่มาทุกครั้ง สอง ละเมิดเด็ก/บุคคล ต้องระรังอย่างยิ่ง หากผิดพลาดต้องรีบแก้ไข ขอไทษ ไม่ต้องรอไฟ้ใครทักทัวง เราเป็น องค์กเล็กจึงค่อนข้างกำกับดูแลได้ดีพอสมควร ถ้าองค์กรไหญ่ขึ้นคงต้องคิดใหม่ว่าจะมีกลีกอย่างไรแต่เราไม่อยากให้สำนักข่าวใหญ่มาก ต้องดูว่าหากไม่ใหญ่จะอยู่ได้ด้วย ตนอง ขนางใหน







สุ**ชาดา จักรพิสุทธิ์** บรรณาธิการศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง

ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมาของ TCIJ มองพัฒนาการที่สำคัญของสื่อโดยรวมอย่างไร

เรามักจะบักหมุดกันว่า ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา จากการเรียกร้องและเดิบโตของ ขบวนการภาคประชาชน นำมาซึ่งรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ประกอบกับบัจจัยอื่นสื่อ เปลี่ยนแปลงชัดเจนในเชิงการประกอบการ มีโครงสร้างองค์กรเป็นธุรกิจพึ่งพึงโฆษณา เข้าตลาดหุ้น พอองค์กรเติบใหญ่ก็เพิ่มสื่อในสังกัตมีการลงทุนข้ามสื่อจ้างงาน คน จำนวนมากประเพณีว่าต้องจบวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์แล้วไปทำงานด้านสื่อ แทบจะ หมดไป ใครก็เข้ามาส่อาชีพสื่อได้

ขณะนี้ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนอีกระลอกเป็นการเปลี่ยนในเชิงคอนเทนด์และแพลตฟอร์ม ในแง่ที่ว่าอันนี้คือ ข่าวจากสื่อกระแสหลัก อันนั้นคือข่าวแบบสื่อกระแสรอง หรือ นอก กระแส รวมถึงคอนเทนด์ที่เกิดจาก Third Party หรือโชเชียลมีเดีย ส่วนด้านแพลตฟอร์ม เมื่อก่อนเรานิยามสื่อใหม่สื่อเก่าตามเทคโนโลทีที่ใช้ แต่ตอนนั้นเพลตฟอร์มก็เลือนอีก



เพราะสื่อเก่าหรือสื่อกระแสหลัก ก็เข้ามาอยู่ในโลกออนใลน์เหมือนกับสื่อทางเลือก แต่มาตัวยวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเรายังไม่เห็นจุดสิ้นสุดเนื่องจาก ตัวแปรเรื่องเทคโนโลยียังไม่จบ ถ้าวันหนึ่งทุกคนอ่านข่าวจาก Google Glass สื่อก็ต้อง ปรับตัวกันขนานใหญ่

ความเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมา มีผลต่อคุณภาพข่าวสารอย่างไร

เราได้เห็นสื่อนำเสนอข่าวแบบ "แชร์สนั่น" "ว่อนเน็ต" หรือ หยิบข้อมูลในโชเชียล มีเดีย มาใช้ซึ่งถ้ามีการตรวจสอบเพิ่มเติม ก็ทำให้ข่าวมีคุณลักษณะเป็นข่าวที่ดีมากขึ้น แต่เท่าที่เห็นส่วนใหญ่หยิบมาใช้เลย มองว่าสื่อไม่ว่าจะเป็นโซเชียลมีเดียหรือ ชื่อกระแส หลักก็แข่งในเรื่องเตียวกัน คือแข่งความเร็วทำให้การตรวจสอบค้อยไปถ้าโซเชียลมีเดีย ทำแบบนี้ก็ไม่น่าวิหากษัจวจรณ์เท่าไร แต่ถ้าสื่อหลักกระโดคลงมาด้วยคอนหานต์เตียวกัน เช่น เหนียวไก่หายลงหน้า 1 ถ้าพูดแบบคนหัวเก่าในแง่คนเสพสื่อ เราถามว่ามันมีคุณค่า ข่าวตรงไหนกระทบกับส่วนรวมอย่างไร คุณจะต้องสืบสอบเจาะไปถึงว่าหมาคาบไป จนถึง กระแสที่ผู้ว่า ข อบต. ลงมาเล่น เก็ตการซึ่งป้ายผ้า คุณกำลังสร้างค่านิยมที่มีค่าหรือไม่ มันหมดยุดแล้วที่จะย้างว่าสื่อคือกระจาดอยสะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นแจะระสิ่งที่เกิดขึ้นมีความ จริงเพียงให้เขารวมจริงเทียงถ้าไม่ตรวจสอบคณตักแป็นเขยื่อกณ์ไม่อยากเป็นตะเกียงข้างหรือ

ถ้ามองแบบนี้ ใครกันแน่ที่เป็นคนกำหนดวาระชาวสาร ไซเซียลมีเดียหรือยังเป็นสื่อหลัก

โซเชียลมีเดีย คนใช้โซเชียลมีเดียในไทยก็ครึ่งหนึ่งของประชากรแล้ว คุณจะผลิต เนื้อหาอะไรก็แล้วแต่ก็เป็นคนกำหนดวาระข่าวสารได้แล้วและเนื้อหาแบบที่สื่อกระแสหลัก เดยทำ อย่างงานแถลงข่าวของรัฐมนตรี ของกระทรวง คนไม่สนใจเสียแล้ว

มองการปรับตัวของผู้บริโภค ว่าสอดรับกับสถานการณ์เพียงใด

ถึง พ.ค.นี้ ระดับพ่อค้าแม่ค้าหรือคนรากหญ้า ถ้าไม่ใช่อนุรักษ์นิยมมากๆจะรับสื่อ มากกว่าหนึ่งแหล่ง ถ้าไม่ถนัดอ่านก็ทีวี วิทยุ และมือถือ แต่ถนัดอ่านอาจ 5 แหล่งไป จนถึงสื่อต่างประเทศ และรู้ลึกขึ้นจากยุดแรกที่เพิ่งมีโซเชียลมีเดีย คนต่ากันทะเลาะกัน แต่มาวันนี้ Hate Speech ลดลง มีการได้เถียงในเชิงข้อมูลมากชี้นเห็นพัฒนาการในเชิง บวก มีการสารภาพผิด หรือขอไทษกันเป็นการกำกับดูแลกันเอง

พัฒนาการที่เกิดขึ้นได้เองเช่นนี้ การกำกับดูแลจากหน่วยงานรัฐยังจำเป็นอย่หรือไม่

อย่าเลย เวลาติดถึงการแก้บัญหาเรามักมองถึงการออกกฎหมาย ออกมาตรการ ต่างๆ นานา แต่ก็พิสูจน์แล้วว่ามันไม่เคยได้ผล ทุกคนมีวุฒิภาวะระดับหนึ่ง ถ้าปล่อยให้ คนได้ทดลอง ต่ากันเอง ดีเบตกันเอง ดักเตือนกันเอง ถ้าไม่ถึงขั้นส่วงละเมิดก็ปล่อยเขา แต่ถ้ามีเรื่องการพนัน การล่อลวง การค้ามนุษย์ บนโลกออนไลน์ต้องควบคุมในระดับการ คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคหรือภัยความมั่นคงระดับหนึ่งแต่อยากให้คิดในมุมของการหนุน เสริมผู้บริโภคให้ดูแลกันเองได้ตัวย

มองว่าการจัดตั้งองค์กรผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งยังมีความจำเป็นหรือไม่

ถ้ามีกลุ่มที่กระตือรือรันอยากรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อคุณภาพ เพื่อประชาธิปไตยเกิดขึ้นได้ไม่ต้องใช้ทุน และมีสมาชิกมากขึ้นเรื่อยๆ ได้โดยไม่ต้องใช้ อะไรเลย แต่สำคัญคือปฏิบัติการที่ออฟโลน์ด้วยจึงจะมีพลังในการเปลี่ยนแปลง เช่น กรณี



Single gateway ทุกคนก็เข้าไปมีส่วนร่วมและช่วยกัน อยู่ที่คุณต้องการเปลี่ยนแปลง

ในต่างประเทศมีการรวมตัวกันออนไลน์ ออฟไลน์ รวมตัวกันเฉพาะกิจซึ่งจะ มีคุณภาพหรือไม่ซึ่นอยู่กับการยกระดับของกลุ่ม ทุกวันนี้เราก็เห็นการรวมตัวกัน ออนไลน์ สื่อสารกันออนไลน์และออฟไลน์ เช่น นัดกันไปปลูกดันไม้ ขึ้นอยู่กับว่าประเด็นนั้นโดนใจ ผู้บริโภคแค้ใน เพราะฉะนั้น ถ้าจะให้คอนเทนด์โดนก็ด้องสร้างคอนเทพต์คืนรู้สึกเป็น เจ้าของ หรือ มีส่วนร่วมซึ่งแต่ละคนก็สามารถมีส่วนร่วมใน คอนเทนต์ที่หลากหลาย

ช่วง 5 - 6 ปีของ TCIJ สถานการณ์สื่อเปลี่ยนไป ความดั้งใจแต่แรกเริ่มจนถึงวันนี้เป็น อย่างไร

เป็นงานทดลอง แรงจูงใจ คือสิ่งที่อยากเห็นแต่ยังไม่มี เราก็ลงมือทำ TCJJ ในช่วง 1 ปีแรก ข่าวสืบสวนของ TCJJ เป็นเหมือน อิศรานิวส์ ตอนนี้ คือเปิดโปงข้อมูลที่เป็น Hidden fact ของนักการเมือง บุคคลสาธารณะ เพราะได้คนทำงานแบบนั้น ซึ่งไม่ตรง กับภาพที่สันไว้นัก ปีที่ 2 เราเริ่มทำชาวเาะลึกและบอกกับลังคมว่าข่าวสืบสวน หรือข่าว เจาะไม่ไข่แค่ประเด็นคอรับไข้นในหมู่นักการเมือง พรรคการเมือง หรือ องค์กรธุรกิจแต่มี อยีในทุกส่วนในวัฒนธรรม ในชีวิตชมชน

ขณะเดียวกันเราหวังพึ่งแหล่งทุนแหล่งเดียวคงไม่ได้ ปีที่ 2 และ 3 เราพึ่งตัวเอง ด้วยการสร้างไปเรโกต์ หาตัวเองออกไปให้สังคมรู้จัก ไปจัดเวทีสาธารณะ จัดเวิร์กซ็อป ทำงานวิจัยอะไรที่จะทำให้ทีมงานทัฒนาศักยภาพตัวเองขึ้นมาและมีปณิธานทำงานแบบมี จิตสาธารณะ เป็นทั้งสื่อและนักกิจกรรมทางสื่อ

เราสร้าง TCIJ School เป็นการทดลองสร้างหลักสูตรผลิตนักข่าวนอกคอก ด้วย หลักสูตรวารสารศาสตร์แบบนอกคอก จนปีที่ 4 และ 5 ยังอยากให้ผู้บริโภคมอง TCIJ เป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่ TCIJ ต้องแข่งกัน 5ออนไลน์ที่อนแอง ประชาใน ThaiPublica อิศรานิวส์ ในบรรคาสื่อออนไลน์ที่เสนอเนื้อหาใหม่ๆ เราก็แข่งกันเอง ทุกคนพัฒนาเอกลักษณ์ของตัวเองขึ้นมาเราต้องเป็นมืออาชีพมากขึ้น เพราะข้องสู้กับสื่อ ออนไลน์ สู้กับโขเชียลมีเตีย เมื่อสื่อกระแสหลักลงมาเล่นออนไลน์เราก็ต้องสู้

TCIJ วางตำแหน่งแห่งที่ของตัวเองไว้อย่างไร

เราเจอข้อมูลชิ้นใหญ่ ที่องค์กรลุรกิจจ่ายเงินให้สื่อ เราใช้เวลากว่าครึ่งปีกว่าจะเอา ออกมาใต้ต้องผู้กับความกลัวของทีมงานที่มาจากสื่อกระแสหลัก และเคยชิ้นกับการ เซนเซอร์ตัวเองเมื่อเจอแหล่งข้อมูล หรือตัวละครในข่าวที่มีอิทธิพล เราวางแผนอย่าง รอบคอบในการนำแสนอข้อมูลตามด้วยเวทีที่สื่อทุกสำนักมา เราผ่านต่านมายาคติว่า ข้อมูลดิจิคอลไม่น่าเชื่อถือ เราผ่าต่านแหลงวันไม่คอมกันเอง

ข่าวนั้น เราได้ 300,000 กว่าวิว 40,000 กว่าแชร์ และยังอยู่ในกูเกิลและยูทูบจนทุก วันนี้แม้เขายังอยู่ดีมีสุข แต่คนไว้ใจเขาอีกต่อไปใหม จำนวนหนึ่งไม่ คนเชื่อสื่อหัวบักหัว ป่าใหม จำนวนหนึ่งไม่ วิกฤตินำมาเชื่งโอกาส เรารู้แล้วว่าองค์กรเล็กๆ แบบ TCIJ ข่าว เจาะในอุดมดติทำไม่ได้ เราปรับสไตล์ข่าวเจาะมาสู่ Data journalist ใช้วิธีค้นหาข้อมูล Document trail กับ Electronic trail เป็นหลัก เวลานี้ TCIJ มีพนักงานฟูลใหม์ 2 คน พราร์ตใหม์ 3 คน นอกนั้นเป็นฟรีแลนซ์ แต่เรากลับได้รับเสียงสะท้อนว่าข่าวแน่นปึ๊ก ข่าวดีสั้น



ึกล่มเป้าหมายของ TCIJ เป็นใคร

คนอ่านฮาร์ดนิวส์ และคนที่ต้องการอ้างอิง เพราะว่าวิธีการนำเสนอของเราที่คู่กัน ไปกับ Data base หรือตัวจับตา จะมีข้อมูลเป็นตัว Categorize

มีการจัดรูปแบบและแบ่งประเภทข่าวที่นำเสนออย่างไร

ใช้หน้าเว็บไซต์และเพ่ชบุ๊กเป็นหลัก ดงตอนเช็ปต์ความเป็นหนังสือพิมพ์ ข่าวเจาะ ออนไลน์ คือ รักษาความเป็นหนังสือพิมพ์ในแง่ความเป็นข่าว เราไม่ใช่เว็บไซต์ วิเคราะห์ข่าว แต่เป็น นิวส์และวัพอร์ต ถ้าไม่ยืนชั้นตรงนี้อาจกลายเป็นเว็บไซต์องค์กร เพราะฉนันใช้คำว่า หนังสือพิมพ์ข่าวออนไลน์ มีข่าวที่เป็นรีพอร์ตใหญ่กับข่าว ในกระแส ที่วิเคราะมอนิเตอร์ เราไม่แข่งรายวัน ส่วนประเภทข่าวมีแรงงาน LGBT การเมือง การเมืองระหว่างประเทศที่อยู่นอกสายตาของสื่ออื่น หรือข่าวอาเซียนที่ตอนนี้กลายเป็น อีกเพจหนึ่งไปแล้ว

ที่พูดว่าจุดยืนคือหนังสือพิมพ์ หมายความว่าจะไม่มีมัลติมีเดียหรือเปล่า

ไม่ๆ หมายถึงบุคลิกของมัน เราต้องตามเทคโนโลยี ตอนนี้เริ่มมีโลฟ์ทางเฟซบุ๊ก เพราะต้องยอมรับว่า คนยุคนี้อยู่กับมือถือเยอะ คนต้องการดูอะไรที่เรียลใหม่ เราก็ต้อง ตามเทคโนโลยีมากขึ้นด้วยเหมือนกัน เครื่องมือใหม่ๆ เหล่านี้ทำให้มีคนใหม่ๆ แระเราะม ดูเราแด้ถ้าพบว่าไม่ใช่ เขาก็ออกไป เชื่อว่าถ้าเราทำโดยพัฒนาไปเรื่อยๆ มีสิ่งที่ทาอ่านที่ ใหนไม่ได้จริงๆ จะทำให้ได้ลูกค้านิช ตอนนี้สื่อเป็นนิชมาร์เก็ต คุณต้องหาลูกค้านิชของ คุณเอง

ทำลินโฟกราฟิกไหม

ทำแบบง่ายๆ ใช้สี Categorize ให้คนอ่านหัวข้อแต่ไม่ถึงสปอยคนอ่านเพราะข้อมูล เราทำมาขนาดนี้ จะให้ทำมาเป็นอินโฟกราฟิกเป็นรูปหน้าเตียวคงไม่ใหว ต้องหัดอ่านบ้าง

วามความที่ในการผลิตข่าวไว้อย่ามไร

รีพอร์ดใหญ่สัปดาห์ละหนึ่งขึ้น สุดสัปดาห์จะเป็น Data special รายงานขึ้นเล็กๆ เช่น เด็กผู้หญิงคณิตศาสตร์กับวิทยาศาสตร์สู้เด็กผู้ขายไม่ใต้ เราก็จะมีข้อมูลว่า คนไทย รู้ยังว่าเด็กผู้หญิงไม่ได้ด้อยกว่าเด็กผู้ชาย

ยอกผู้ชมเป็นอย่างไร

เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ บางเรื่องมีคนอ่านเป็นแสน บางเรื่องน่าจะอ่านยากมาก เช่น Solar rooftop แต่มีคนอ่านดั้ง 50,000 ถ้าวัดจำนวนคนเข้าทางเฟซบุ๊กเยอะกว่า แต่แฟนประจำ ที่อ่านจริงจังจะเข้าหน้าเว็บเลย

ความอยู่รอดในแง่แหล่งทุนสนับสนุนถือว่ามาถึงจุดที่ลงตัวหรือยัง

ตอนนี้ ภารกิจหลักยังเป็น Investigative บนเว็บไซต์ สิ่งที่เพิ่มเติมมาคือโปรเจ็กต์ พิเศษ TCIJ School และ TCIJ Asean เวาไปโกลถึงขั้นฝึกอบรมนักข่าวหลเมือง อาเซียนที่จะผลิตข่าวอาเซียน โดยร่วมมือเบียอาเซียนศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เราอยู่ด้วยการของหูเปิด่อปีจาก National Endowment for Democracy ซึ่งเป็นองค์กร ต่างประเทศ เงินสนับสนุนแค่เพียงพอต่อการจ่ายค่าเรื่องและเงินเดือน เราอยากได้ทุน



จากในประเทศด้วย แต่พอบอกว่าจะตั้งกองทุนข่าวสืบสวน ก็คิดถึงแต่พวกใครพวกมัน เราไม่ใต้มีบารมีเข้าถึงนักธุรกิจใหญ่ ส่วนโครงการพิเศษ อย่าง TCIJ School ก็มี มูลนิชิพ์ชิตริชเอแบร์ตสนับสนุน เราเป็นองค์กรเล็ก ๆ ได้คนที่มีปณิธานเตียวกันหร้อมจะ หนักงานแบบไม่มีทางที่จะรวยขึ้นหรือมีเงินเหลือเก็บ แต่ทุกคนมีชีวิตอยู่ได้ และ ทำงาน หนักต่อไป

ตัวคุณเองผ่านประสบการณ์ทำสื่อมาพอสมควร ถึงตอนนี้พูดได้ใหมว่าสามารถสร้าง สื่อ อย่างที่ฝันไว้ได้สำเร็จแล้ว

ถึงระดับที่ว่าคงทำงานนี้เป็นงานสุดท้ายในชีวิต เพิ่งบอกกับน้องทีมงานว่าปีหน้า ขอเกษียณ แต่น้องไม่ยอม เขาทำต่อได้แต่อยากให้เราดูภาพรวม

ฝันเป็นจริงได้ในวันนี้ คำตอบอย่ที่เทคโนโลยีออนไลน์ใช่หรือไม่

ใช่ เทคโนโลยีทำให้เรามีอิสระจากทุน เพราะคุณเข้าถึงได้อย่างเสมอภาคและมี เสริภาพมันเหมาะกับสื่อมาก แต่ต้องใช้ให้เป็นจึงจะเกิดพลังคุณลักษณะของเทคโนโลยี ออนใลน์ที่เอื้อต่อการทำสื่อ คือ ช่วยให้เป็นอิสระ ปลดแอกจากทุน สื่อสารไ ด้ทั้งวงกว้าง และเจาะลึก เนื้อที่ใม่จำกัดไร้พรมแดนในมิติของเวลา

บุคลากรของ TCIJ เป็นอย่างไร

เป็นคนรุ่นใหม่ทั้งหมด เขาเข้ามาและโตไปกับเรา ทำงานกันเป็นครอบครัว ไม่มี เรื่องการแข่งขันกันเองหรือการเมืองภายในองค์กร เขารู้ว่าองค์กรเล็กแค่นี้ เงินเดือนแค่นี้ เขาจะมาตักดวงอะไร แต่มาด้วยปณิธาน อุดมคติ และภาพฝันแบบเดียวกับเรา





ชูวิส ฤกษ์ศิริสุข บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ประชาไท

ความดั้งใจในการก่อตั้งประชาไท พัตนนามาจนถึงวันที่มันได้ 11 ปี ถือว่าลงตัวหรือยัง

ลงตัวแล้วในแง่สื่อเล็กๆ ที่มีวัฒนธรรมของตัวเองถ้ารักษาสมคุลของบุคลากรดีๆ จะ สามารถรักษาปรัชญา จุดประสงค์ขององค์กรในแง่ของสื่อที่ทำหน้าที่ในการปกป้อง หรือพิทักษ์สิทธิเสรีภาพ ถ้ารักษาสมคลขององค์กรและรายได้ก็จะมีความยั่งยืนระดับหนึ่ง

หมายถึงสมดุลระหว่างรายรับกับรายจ่าย

คือมีเงินเลี้ยงองค์กรได้ รักษาคนได้ในระดับนี้ ซึ่งอยู่ที่เกือบๆ 20 คน ไม่มากไป กว่านี้ มีคนใหม่มาแทนคนเก่าในระดับที่ซึ่มซับ วัฒนกรรมองค์กร ปรัชญาองค์กร ไว้ได้ กัสสามารถรักษาเรื่องพวกนี้ให้คงอยู่ได้ ก็ถือว่ายังเข้ารูปเข้ารอย แต่เพิ่งจะมาเข้ารูปเข้า รอยได้ตอนนีที่ 5 ซึ่งเรียกได้ว่ายังทีนในด้านตอนเทนด์ แต่เรื่องรายได้ก็เป็นที่ต่อปี

เนื้อหาเป็นอย่างไรในช่วง 5 ปีแรก และเป็นอย่างไรหลังจากนั้น

ปีแรกๆ เราเน้นด้านฐานทรัพยากร ซึ่งไม่คอนแท็กด์กับผู้อ่านที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต พอปีที่ 2 เราเล่นเรื่อง สิทธิเสรีภาพในแง่พลเมืองมากขึ้น ประกอบกับมีสถานการณ์ทาง



การเมืองในช่วงปี 2549-2550 ทำให้เข้าถึงผู้อ่านได้จำนวนมาก โดยเฉพาะเป็นคน ที่ใช้รับผลกระทบจากการถูกละเม็ดสิทธิ ทำให้เราโดคเต่น และ มีโพชิชั่นของตัวเอง ทั้งที่จริงเรื่องทรัพยากรเราไม่เคยสดเนื้อทาลงเลยแต่อิมเพ็กต์ต่อสังคมไม่ค่อยมี ซึ่งก็ เหมือนกับสื่อทั่วๆ ไป ที่ประเต็นเหล่านี้ไม่เคยจุดติดแต่ก็ไม่เคยพายไปซึ่งประเต็นเหล่านี้ ใต้รับการเชื่อมโยงไปสู่เรื่องสิทธิพลเมืองแบบเนียนๆ ในประทาไท

คนทั่วไปรับรู้ประชาไท ว่าเป็นสื่อที่เล่นประเด็นการเมือง

ใช่ คือมองเป็นเรื่องการเมืองก็ได้ แต่เรามีเรื่องประชาธิบัตย์ เพื่อไทย ไม่มาก เรื่องการเมืองในระดับชนชั้นนำไม่มาก แต่เป็นการเมืองในระดับสิทธิพลเมืองมากกว่า พอพูดเรื่องการเมืองเหมือนกับแหล่งทุนหนึ่งของเราที่ไม่อยากให้เราฮุ่งเรื่องการเมือง ก็หามองว่า เรื่อง มีอบเป็นเรื่องการเมือง ซึ่งไม่ใช่ สิ่งที่เราเล่นเป็นสิทธิพลเมืองเป็นการ เมืองเชิงโครงสร้าง การเกระดับสิทธิสรีภาพ

ในกระแสความซัดแยังเลือกซ้างในช่วงที่ผ่านมา ประชาไทเองก็ถูกจัดให้อยู่ในฝึกฝ่ายทางการเมือง ทีมงานมีการพูดคุยเรื่องนี้กินอย่างไร

คุยกันเกือบทุกหัวข้อที่หมิ่นเหม่ โดยเฉพาะยุคแรกๆ เรื่องนี้ควรเสนอใหมเรื่องนั้น ท่าที่ควรเป็นอย่างไร จุดฮินควรเป็นอย่างไร และ การถกเถียงเว้ามาซึ่งการพัฒนาสู่ Code of conduct และวัฒนธรรมองค์กร เรามีกันไม่กี่คน การถกเถียงเป็นไปใต้ง่าย และกลาย เป็นการกำหนดทิศทางของประชาไท

ในสถานการณ์การเมืองที่ว่ามา ประชาไทได้รับแรงกดดันจากภายนอกอย่างไร

ยุคแรกๆ แรงเสียดทานหนักสุดมาจากภาคประชาสังคม เพราะเราเริ่มต้นเนื้อหา และการมีแหล่งข่าวจากกลุ่มเอ็มจีโอฐานทรัพยากร ซึ่งส่วนใหญ่ใหล่ไปกับการต้าน คอรัปชัน และนักการเมือง วันที่เราฉีกตัวออกมาชัดเจนคือเรื่องมาตรา 7 และรัฐประหาร บอร์ดประชาไหลาออกเกือบยกชุด

มาถึงขุคการเมืองเรื่องเหลืองแดง แรงเสียดทานมาจากผู้อ่าน เดยถึงขั้นโทรศัพท์ ข่างแก็ก็เป็นเรื่องที่รือผู้แล้วว่าจะต้องเจอ ถ้าเทียบกันแล้วเราไม่เดยเจอแรงเสียดทาน หนักเท่าเอ็นจีโอที่เคลื่อนไหวจนเราถูกตัดทุนสนับสนุน แม้แต่ในช่วงรัฐประหารของ คลซ. ทหารก็ไม่ใต้ผู้งกับเรามากนัก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะรู้ว่าแรงเสียดทานพากนี้มีมาแน่ เพราะเราเป็นสื่อเตียวที่ด้านรัฐประหารอย่างขัดเจน และเป็นความถนัดของ จิ๋ว จีรนุช (จีรนุช เปรมชัยพร ผู้อำนวยการเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ประชาไท) ที่ดำเนิน นโยบายต่างประเทศมีเครื่อข่ายระดับนานาชาติมาหนุนช่วยเรา ทูดสัก 10 ประเทศ ที่มา เยี่ยมประชาไทและอาจเป็นเหตุผลที่ คสซ. มายุ่งกับเราน้อย และปล่อยให้เราทำหน้าที่ ของเราไป

ประชาไทเติบโดจากการเป็นนักกิจกรรม พอมาทำสื่อ มีการกำหนดจดยืนในเรื่องนี้อย่างไร

มีการเถียงเรื่องนี้คลอด ว่าอย่าให้ล้าเส้นของการเป็นสื่อ เพราะถ้าเป็นแอ็กติวิสต์ คุณจะในัมเอียงไปประเด็นเดียว แม้เราจะวางตัวเป็นสื่อเพื่อการรณรงค์ แต่ต้องมี Code of conduct ต้องมีข้อมูลที่รอบด้าน ต้องละท้อนความจริงไม่ว่าจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ยกเว้นในบทความซึ่งเป็นท่าทีของผู้เขียน เราไม่ใช่สื่อแบบกระจา แต่สิ่งขนาดชูรณา ผู้จัดการหรือไทยโพสต์ จะเรียกว่าเป็นกึ่งแอ็กติวิสต์ไหม ก็ยังเป็นกึ่งๆอยู่ คือผู้สื่อข่าว ยังมีเจดจำนงซึ่งไม่ได้เป็นนโยบายองค์กร เป็นความสนใจส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นเรื่อง



สิทธิพลเมือง ก็จะโดดเข้าไปช่วยเหลือนักโทษเป็นการส่วนตัว ประชาไทไม่เคยช่วยเหลือ นักโทษ นอกจากการเสนอข่าว เรื่องที่นักข่าวทำเป็นการส่วนตัวถือว่าไม่เกี่ยวกับงาน หรือทุกคนจะไปร่งใสว่าทำหน้าที่อยู่ด้วยทุกคนก็จะตรวจสอบได้ อันไหนเกินเส้นก็จะต้อง กำกับดูแลกัน

บคลากรไปเคลื่อนไหวการเมือง องค์กรข่าวจะรักษาความน่าเชื่อถือและเป็นกลางไว้ได้อย่างไร

มีการจุยกันเรื่องนี้ และเป็น Code of conduct ไม่ว่าจะอย่างไรคุณต้องให้ความ เป็นธรรมกับคนที่คุณไม่เพ้นด้วย ทั้งในการเสนอข่าว หรือ พาดหัว ต้องไม่ใน้มเอียงไป ในทางเชิดรูประเดินส่วนด้วของคุณ เนื่องจากองค์กรเล็ก ทำให้ทุกคนรู้ว่าใครอยู่ตรง ใหน ใครทำอะไร ถ้านำเสนอแล้วเป็นราระส่วนตัวก็จะเห็นกัน ทุกคนต้องแยกแยะ ข่าว ทุกขึ้นของประชาไทไม่มีทัศนะส่วนด้วเลย คือ ร่วมกิจกรรมได้แต่ต้องไม่มาแล่บในงาน แต่ถ้าเป็นเทความก็เขียนให้เดิมที่

เนื้อหาลงตัว แต่รายได้ว่ากันปีต่อปี มีการจัดการเรื่องนี้อย่างไร

แหล่งทุนสมัยนี้ให้เงินเราใช้ปีต่อปี ไม่เคยบวก 10 เปอร์เซ็นต์เก็บเป็นคลังสำรอง
แหล่งทุนสมัยนี้ไม่มีองค์กรใหนให้ทำแบบนั้นได้ ปัญหาคือเราไม่สามารถรับคนเป็น
คอนแท็กค์ปีต่อปีใต้ รับมาแล้วก็ต้องอยู่ด้วยกันไปตลอด ดังนั้นเราต้องหาแหล่งทุน
เพิ่มขึ้นโดยทำโครงการมากขึ้น ซึ่งเป็นงานขององค์กรให้ทุนเขาจ้างเราทำแตโครงการนั้น
จะต้องไม่มาบิดเบือนนี้อหาข่าวสิ่งที่เกิดขึ้น คือ กอง บก.กับฝ่ายแบ็กอัพจะสู่กันเรื่องนี้
เสมอดีอจะดึงนักข่าวมาทำโครงการ นักข่าวบอกจะทำข่าวเราก็ต้องบอกว่าจะเอาเงินไหม
ถ้าจะอยู่ได้ก็ต้องมาช่วยกัน

ด้านเนื้อหา ประชาใหไม่ต้องคำนึงถึงสปอนเซอร์ เราชัดได้เต็มเหนี่ยวภาพลักษณ์ เราในมุมมองของแหล่งทุนค่อนข้างดี ในแง่ที่ว่าการบริหารจัดการการนินค่อนข้างเป็น มีออาชีพมี Code of finance มีระเบียบบุคลากรชัดเจนเป็นกิจจะลักษณะ ซึ่งด้านหนึ่งก็ ได้รับการพัฒนาจากแหล่งทุนเหมือนกันเขาบีบให้เราต้องทำเรื่องนี้เพื่อสร้าง ความมั่นใจ ในการบริจาดเงินให้เรา ทำให้ประชาไทประสบบัญหารายได้น้อยกว่าเอ็นจีโอทั่วไป หรือ แม้แต่รูวกิจเองด้วยช้า ตอนที่ทำ A Day Weekly คิดว่าจะมั่นคง แต่ 2 ปี ก็ปิดดัวแล้ว แต่อยู่ประชาไทนึกว่าจะปิดตัวตั้งแต่ปีแรก มันกลับอยู่มาใต้

มีแหล่งทุนสำหรับทำงานข่าวหรือเปล่า

เรามี 6 แหล่งทุน มี 2 แหล่ง ที่ให้เป็นเงินทุนสำหรับการบริหารจัดการเว็บไซด์ ประชาให คิดเป็น 25 เปอร์เซ็นด์ของรายได้ อีก 75 เปอร์เซ็นด์ มาจากโครงการเราก็ พยายามเลือก เช่น เป็นโครงการส่งเสริมเยาวชนทำข่าวเจาะ อบรมนักข่าวพลเมือง ให้อยู่บนฐานงานข่าว คือนักข่าวไม่ได้ทำข่าวอย่างเดียวต้องทำหน้าที่อบรมด้วย บางคน ก็ไม่แฮปปี

แบบนี้เรียกว่าโมเดลบริหารการเงินองค์กรได้ใหม หรือขึ้นกับแหล่งทุนที่จะหามาได้

โมเดล เราตั้งเป้าว่า 10 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ต้องหาเอง เช่น การขายเลื้อเราเคย เปิดรับสมาชิกปีละ 1,000 บาท ได้เสื้อสิมิเตออิติชัน แต่ตอนนี้ ถ้าดูจากสถานการณ์ แล้วไม่น่าทำได้ ขายเสื้อก็ตงถูกจับ ถ้าถึงยุคที่การบลเงินเงินไม่เสียค่ำธรรมเนียม ข้าม ขนาคารและสามารถโอนได้ 5 บาท 10 บาท บางทีเราอาจขายเป็นขึ้นข่าวมากขึ้นเป็น โมเดลที่เราหยายามจะทำมาตลอด แต่ระบบยังไม่รองรับ



ถึงจะไม่ติดเรื่องเทคนิคการโอนเงิน มั่นใจว่าคนไทยจะยอมจ่ายเพื่อชิ้นช่าวออนไลน์หรือ

คิดว่ามีนะ แต่ตอนนี้เลยยังเป็นแนวคิดเพราะระบบยังไม่พร้อมถ้าทำได้ก็ต้องลองทำ ดูเราเคยมีสมาชิกถึง150 คน สมาชิกให้แค่เลื้อและเป็นผู้อุปถัมภ์ประชาไทใม่ได้ประโยชน์ อะไรอื่นเลย แต่ก็ไม่ได้ทำต่อจริง ๆ จึง ๆ แบบนี้เรียกง่าย ๆ ว่าบริจาครายย่อย ส่วน รายย่อยที่เป็นมหาเศรษฐ์ไม่ค่อยมี มีบริษัทห้างร้านอยู่เหมือนกันที่แาลนับสนุนประชาไท แต่ก็ต้องแอบๆ ให้ ให้เป็นแหนม เป็นของกินเวลาจัดงานเลี้ยง

ในแง่ความอยู่รอดขององค์กร สื่อเล็กๆ กับสื่อขนาดใหญ่ มองว่ามีความเหมือนหรือแดกต่างกัน อย่างไร

รายได้ที่พูดมา เราไม่ได้ก็ไม่เป็นไร แต่สื่อใหญ่ใม่ได้ไม่ได้ เพราะเขาไม่มีแหล่งทุน ที่เป็นรายได้หลัก ทุกวันนี้ประชาไทแม้จะขัดสนแต่ก็ไม่ได้แย่

ดูเหมือนการเป็นสื่อเล็กๆ จะมีความสุขสงบประมาณหนึ่ง คุณมองบรรยากาศโดยรวมซอง วงการสื่อ ที่ถ้องเผชิญการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และ การเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลอย่างไร

มันจะไกลาหลอีกเยอะ โดยเฉพาะเรื่องของการแย่งบทบาทหน้าที่อำนาจในการ กำหนดประเด็นที่เคยถูกผูกขาดมากับวิชาชีพสื่อ ไปสู่โชเชียลมีเดียมากขึ้น แต่ต้นทุน อย่างหนึ่งที่ Civil media หรือ Individual media ไม่มี คือความเป็นมืออาชีพ ณ วันนี้ ยัง เป็นต้นทุนสำคัญของสื่อมืออาชีพ ซึ่งต้องรีบตกผลึกได้แล้วว่าสื่อมืออาชีพของคุณหมาย ถึงอะไรคือการเลือกข้าง หรือ ยืนอย่างเที่ยงตรงและแฟร์ กับความเห็นต่างการตั้งคำถาม อ่จจุดขึ้นของตัวเองในฐานะองค์กรสื่อมืออาชีพ ถ้าไม่ทำภายใน 5 - 6 ปีนี้ เมื่อความ โกลาหลของแพลตฟอร์มเพิ่มมากขึ้นเมื่อสิ่งพลเมืองเติบไตซั้น และ เป็นมืออาชีพมากขึ้น ในไม่ช้าวิชาชีพสื่อจะตาย ไม่มีจุดเด่น และไม่ได้รับความน่าเชื่อถืออีกต่อไป

พูดได้ไหมว่า ประชาไทเท่าทันและตอบรับความเปลี่ยนแปลงได้ทันท่วงทีกว่าสื่อหลัก

เพราะเราเกิดมาเป็นสื่อออนไลน์ เรายืนอยู่ในโลกใบใหม่ตั้งแต่ดัน ในแง่นี้แล้ว ประชาไทจะปรับตัวได้ดีกว่าสื่อกระแสหลักทั่วไป

การเกิดมาเป็นเด็กรุ่นใหม่ของประชาไท ถึงตอนนี้ยังมีอะไรอีกที่ต้องปรับตัว

พิดว่าโจทย์ใหญ่ยังคงเป็นเรื่องรายได้ ต้องสร้างโมเดลรุวกิจที่ทำให้อยู่รอดให้ได้ ซึ่งขังทำในได้เสียที่ แต่ผมเชื่อว่าสื่อกระแสหลักก็เจอความทำทายไม่แตกต่าวกันถ้าคุณ เหา้วงหวังรายใต้จากสปอนเซอร์ เดี๋ยวนี้สปอนเซอร์ก็มีสื่อของตัวเอง ใช้โซเชียลมีเตียได้เอง หรือ ชับคอนแทร็กต์ โดยไม่ต้องอาศัยแพลตฟอร์มของสือพลักอีกต่อไปแล้ว เป็นความทำทายของสื่อกระแสหลัก แต่ด้วยความที่ประชาไทยืนอยู่โลกใหม่ เวาได้เห็นเว็บไซด์ ลัมหายตายจากไปก็มาก เว็บไซด์ที่เคยเป็นหลักถูกแหนด้วยโซเชียลมีเดียเราอยู่กับความเปลี่ยนเปลง ความไม่มั่นคงทำให้เรารู้ว่าเราหร้อมจะปิดตัวได้เสมอ และ ทุกคนหรือมที่จะผนชิญกับความไม่มั่นคงหัน ทุกคนรู้ว่าหมดการกิจก็แยกย้ายก็เท่านั้น ที่ประชาไทใม่มีใครกลัจจะตกงานกันลักเท่าไร



ประชาไทแจ้งเกิดออนไลน์ในยุคตัวหนังสือและภาพนิ่ง ถึงวันนี้มีการปรับตัวเป็นมัลติมีเดียเพียงใด

จริงๆ ก็ยังเป็น Text 90 เปอร์เซ็นด์ เราพยายามก้าวให้ทันโลกแต่ยอมรับว่าต้นทุน และความณ์ต้อยยู่ที่ Text มากกว่า เราก็มีบุคลากรที่ทำมัดติมีเตียได้ แต่เอาเข้าจริงคนดู คลิปก็ยังน้อยกว่าอ่าน Text เยอะ คลิปมันกินเวลานานมาก แต่ว่าเฟซบุ๊กไลพ์ที่กำลังมา เราก็คูอยู่ว่าจะคอบสนองปรัชญาองค์กรได้ไหม ทำข่าวเรื้อสิทธิมนุษยชนได้หรือเปล่า พยายามไม่หลงไปกับรูปแบบใหม่ ๆ จนลืมว่าเราต้องการสื่อสารอะไร









จ่าพิชิต ขจัดพาลชน แอดมินเพจ "Drama Addict"

"ในยุคของสื่อใหม่ ที่มีจุดเด่นตรงความเร็วและการสื่อสารสองทาง ผมมองว่ามี ทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือผู้บริโภคมีสิทธินำเสนอเนื้อหา และสามารถโด้แย้งคัดค้านการ นำเสนอของสื่อหลักได้ ข้อเสียคือมันมั่วมีการเผยแพร่ข้อมูลเท็จอย่างรุนแรง และรวดเร็ว อิ๋งขึ้น แม้แต่สำนักข่าวเองก็เจอข่าวลวงโลก นำเสนอข่าวผิด ๆ กันไปทั้งขบวนก็มีมาแล้ว

ในสถานการณ์แบบนี้ ผมมองว่าเราจำเป็นต้องเรียนรู้ที่จะอยู่กับมัน เพราะมันได้ กลายเป็นชีวิตประจำวันของทุกคนไปแล้ว อาจจะต้องใส่ไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน เลยซึ่งในวงการแพทย์และพยาบาลก็เริ่มมีความเคลื่อนไหวเรื่องนี้ โดยมีการเรียนการ สอนเกี่ยวกับข้อควรระวังในการเผยแพร่ข้อมูลที่อาจจะกระทบสิทธิของผู้ป่วยหรือสิทธิเด็ก

ผมคิดว่าในแง่สิทธิ สังคมไทยเรียนรู้เพิ่มขึ้น เพราะเรามีบทเรียนจากหลายกรณี
ที่มีการโพสต์ไม่เหมาะสมและเกิดผลกระทบตามมา แต่ที่ยังติดขัตอยู่คือเรื่องเสริภาพ
โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ทั้งในแง่ของการควบคุมโดยหน่วยงานของ
รัฐและความขัดแย้งในสังคมที่การแบ่งศักฝ่ายยังรุนแรงถึงจะดูเหมือนสงบลง แต่ก็เป็น
คลื่นได้น้ำ ความเกลี่ยดขังกันยังมีอยู่ แล้วเราก็ดูเหมือนยังไม่พร้อมที่จะรับพังกันสักเท่าไร
แม้แต่เพจดรามา-แอดติกเองเน้นประเด็นสังคมและสุขภาพ ถ้าเผลอไปพาดพิงการเมือง
เช้าคนที่เข้ามาก็จะไปได้เถียงกันเรื่องการเมือง จนลืมประเด็นหลักที่เราต้องการจะสื่อ
แทบทาครั้ง"





อีเจี๊ยบ เลียบด่วน แกดมิน เพจ "กีเจี๊ยบ เลียบด่วน"

"ผมมีงานประจำ ดูแลเพจเป็นงานอดิเรก 80 เปอร์เซ็นต์ของ 'อีเจี๊ยบ เลียบด่วน' คือบันเทิง ไว้ระบายอารมณ์ เหมือนนักศึกษาเลิกเรียนแล้วมานั่งเล่นกันอยู่ใต้ตึกมีแชว กันค่ากันบ้าง หยาบคายบ้างแต่ไม่ได้เกลียดกัน ใครขอก็ช่วยได้ เอาประกาศไปแปะให้เขา หน่อย รถติด เกิดเหตจดใหนก็เตือนกัน

ตอนเริ่มทำครั้งแรก ผมแค่ทำสนุกๆ เหมือนเห็นอะไรก็เอามานิหากันในหมู่เพื่อน อยู่ๆ มีคนสนใจมามุงดูกันเยอะ ผมก็เริ่มเกร็งเหมือนกันนะจากที่อยากพูดอะไรก็พูด แชว แรงๆ ก็ชักจะไม่ได้แล้ว เพราะคนที่เราพูดถึงอาจจะเป็นหนึ่งในคนที่มาอ่านก็ต้องเลือกใช้ คำปรับอารมณ์การเขียนให้ขอฟด์ลงบางเรื่องก็ต้องเช็คข้อมูลเพิ่ม แต่ถ้าเป็นเรื่องการ เมือง เศรษฐกิจ ผมไม่มีความรู้จะไม่ยุ่งตัวยเลย

ผมไม่ใต้รู้สึกทนงตนกับการเป็นอีเจี๊ยบฯ นะ ผมยังให้เครติดกับสื่อหลักที่มีความ พร้อมทั้งกำลังคนและเครื่องมือเครื่องไม้ต่างๆผมทำของผมอยู่คนเดียวผมก็ต้อง พึ่งพาข่าวจากสื่อหลัก ผมคิดว่าสื่อสองประเภทแทนกันไม่ได้แต่เราไปด้วยกันได้ สื่อเดิม อาจจะหวันไหวกับเพจที่มันเร็ว แต่จุดอ่อนคือขาดการกลั่นกรองในแง่นี้คนทำสื่อไหม่ก็ ต้องปรับตัวเพิ่มความละเอียดรอบคอบรวมทั้งความรับผิดชอบให้มากขึ้นด้วยเหมือนกัน"





Policy Loan

สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ

- สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Policy Loan)
 พร้อมให้บริการ!
- จัดหนัก จัดเต็ม เพื่อช่วยเหลือ SMEs ขนาดเล็ก
- รู้ยัง...ดอกเบี้ยถูกสุดสุดเพียง 4% เท่านั้น



ทุกรางวัล คือ... ความภูมิใจของคนใทยทุกคน



6"ASIAN EXCELLENCE **AWARD 2016**

รางวัลอันทรงคณค่า สะท้อนความเป็นเลิศในการดำเนินธรกิจ ให้ความสำคัญกับการทำกับดแลกิจการที่ดี ควบค่ดแลผัมีส่วนได้ ส่วนเสียอย่างสมดล กลุ่ม ปตก. ขอม่งมั่นในการกิจบริหารจัดการ พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมเป็นอีกพลังขับเคลื่อน ประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน นำความภาคภูมิใจส่ประเทศและ คนใทยทกคน

รางวัลผู้นำองค์กรยอดเยี่ยม ใบเอเชียแห่งปี

- ปตก. เทวินทร์ วงศ์วานิช
- เมีทีที โกลเเอล เคเิดอล
- สพัฒนพงษ์ พันธ์มีเชาว์ ໃຈອາຣ໌ພີສີ ສຸກຖຸຕຍ໌ ສຸຣບກໂສກru

รางวัลผับริหารการเงินองค์กร ยอดเยี่ยมในเอเชียแห่งเป็

- ปตก. วิรัตน์ เอื้อนกนิต
- ปตก.สผ. แรรกมลืน มหาวงศ์ริกล รางวัลสีเอสอาร์ยอดเยี่ยแ
- เมีทีที โกลบอล เคนิคอล
- ใทยออยล์

รางวัลนักลงทนสัมพันธ์ ยอดเยี่ยม

- Ilan. Ilan. au.
- เมีทีที โกลเเอล เคมีคลล
- ไออาร์พีซี ไทยออยล์

รางวัลผู้บริหาร ฝ่ายลงทนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม

ปิดก เมือนต์ อกิจันกนาแร

รางวัลความรับผิดชอบ

ต่อสิ่งแวดล้อนยอดเยี่ยน

- e ilan adı
- พีทีที โกลบอล เคมิคอล
- รางวัลสื่อสารองค์กรยอดเยี่ยม
- ılan.











