



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conferenceปัจจัยในการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลและการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง
Factors in News Management of Digital TV and the Adaptation in Changing Media Landscapeรุ่งลักษณ์ นาคพงษ์ (Rungluck Nakpong)¹ มนทิรา ฐาตาอำนวยชัย (Montira Tadaamnuychai)²ธรรณธร ปัญญโสภณ (Tanyatorn Panyasophon)³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษานโยบายการบริหารงานข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง 2) เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการงานข่าวและการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวกับช่องทางการสื่อสาร และ 3) เพื่อศึกษาคูณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องมีการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 9 คน ผลการวิจัยพบว่า องค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีการกำหนดนโยบายการนำเสนอข่าวบนความถูกต้อง เป็นกลางและน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยภายในองค์กรที่มีการขาดแคลนบุคลากร ปัจจัยด้านเทคโนโลยีส่งผลดีต่อการบริหารงานข่าวในกระบวนการสื่อข่าวออนไลน์และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตข่าว ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าวมากที่สุดคือรายได้หลักที่มาจากผู้สนับสนุนและโฆษณา ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบรองลงมาคือการแข่งขันสูงจากจำนวนช่องดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น องค์กรมีกระบวนการบริหารจัดการงานข่าวโดยการหลอมรวมสื่อ บุคลากรระหว่างกระบวนการสื่อข่าวแบบดั้งเดิมกับสื่อออนไลน์เข้าด้วยกันในการนำเสนอข่าว เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อผู้รับชมและโอกาสทางธุรกิจ ด้านคุณสมบัติบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนสิ่งสำคัญที่สุดต่อการนำเสนอข่าวต้องอยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมจรรยาบรรณที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมและต่อแหล่งข่าว

คำสำคัญ การบริหารงานข่าว สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล การปรับตัว ภูมิทัศน์สื่อ

¹ นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ rungluck.n@gmail.com

² อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ dr.montira.t@gmail.com

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ tanyatorn.p@bu.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

Abstract

The research had three objectives: 1) To study policy news management and factors affecting news management of digital TV in changing media landscape 2) To study news management process and management news contents with communication channel; and 3) To examine the qualifications and the roles of media journalists in changing media landscape. The researcher used qualitative research with in-depth interviews with nine key informants in digital television stations. The results showed that news organization of digital TV had the policy of news presentation on accuracy, neutral and reliable. Human resource management factor was internal organization factor which was of shortage personnel. Technology factor resulted in effective news online management process, and the use of modern technology to produce news. The external factor affected most was the revenue from sponsors and advertising. The secondary external factor was high competitive from many digital TV channels. The organization had a news management process by media convergence, integration between traditional and online news media process. As for qualifications and the roles of media journalists, the most important to news reporting must be under the ethics and the reporters must have social and sources responsibility.

Keywords: News management, Digital TV, The Adaptation, Media landscape



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 26-27 ธันวาคม พ.ศ. 2556 มีการประมูลกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 24 ช่อง โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ภายหลังจากการประมูลจบลง มีการเสนอราคารวม 4 ประเภทเป็นจำนวน 50,862 ล้านบาท แบ่งเป็น 1) การเสนอราคาประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) 2) ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) 3) ช่องข่าวสารสาระ และ 4) ช่องเด็ก เยาวชน และครอบครัว (สุวิทย์ วีรธรรม, 2559) โดยการประมูลประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) มีผู้เสนอราคาสูงสุดที่ 3,530 ล้านบาท ซึ่งถือว่าสูงกว่าราคาเริ่มต้นไป 2,020 ล้านบาท รวมมูลค่าการเสนอราคา 23,700 ล้านบาท จะเห็นได้ว่า การประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) มีอัตราการประมูลที่สูงกว่าการประมูลประเภทอื่นๆ ทำให้ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) มีต้นทุนที่สูง ดังนั้นการหารายได้ของช่องความคมชัดสูง (HD) ต้องเร่งสร้างรายได้และเพิ่มโอกาส เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์ที่จะรุนแรงขึ้นหลังมีทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจถึง 24 ช่อง (“ปิดฉากประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง มูลค่ารวมสูง 50,862 ล้านบาท,” 2556)

การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ครั้งนี้ ผลกระทบที่ตามมาคือ 1) การแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่มีภาวะความรุนแรงและมีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ 2) จำนวนช่องโทรทัศน์ดิจิทัลมีลักษณะสินค้าล้นตลาด (Supply over demand) โดยกลุ่มคนดูโทรทัศน์มีจำนวนเท่าเดิม แต่ในขณะที่จำนวนช่องโทรทัศน์ดิจิทัลมีมากเกินไป เจ้าของกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลทั้งรายเล็กและรายใหญ่จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อกำหนดจุดยืนให้ชัดเจนและปรับการใช้กลยุทธ์ใหม่ให้กับสถานีโทรทัศน์ของตนในภาวะการแข่งขันที่สูง (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ [กสทช.], 2559) ผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้องค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้รับแรงกดดันจากคู่แข่ง ทั้งในแง่ความนิยมของกลุ่มผู้ชมที่ถูกแบ่งสัดส่วนของผู้ชมไป รวมถึงรายได้จากค่าโฆษณาที่ลดลง (“พิช ศก. ดิจิทัลทีวีล้นทำพวง.ช่อง 3 หวั่นไร้โบนัส ส่วนวอยซ์ทีวีปลด พนง. 127 คน,” 2560) องค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจึงกำหนดนโยบายการบริหารงานข่าวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัล เพื่อก้าวสู่การพัฒนาเนื้อหาข่าวการให้มีความคุณภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค (“ทีวีดิจิทัลทยอยไล่พนักงาน,” 2559) ซึ่งนโยบายขององค์กรถือเป็นแนวปฏิบัติขององค์กรที่มีทั้งปัจจัยด้านโครงสร้างธุรกิจ การหารายได้ และแรงกดดันในการรักษาความอยู่รอดของธุรกิจสื่อ สิ่งเหล่านี้จึงมีผลต่อการตัดสินใจในการบริหารองค์กรข่าว (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2557)

สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เอชดี มีนโยบายในการรายงานและเผยแพร่ข่าวสาร ด้วยการนำเสนอข่าวสารแบบเกาะติดสถานการณ์ตลอดทั้งวัน ด้วยทีมงานข่าวคุณภาพที่รายงานข่าวแบบรวดเร็ว ฉับไว เที่ยงตรง มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตัวเองให้เป็นข่าวยอดนิยม (เว็บไซต์ช่อง 7HD, 2561) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เอชดี มีนโยบายการเสริมสร้างศักยภาพให้องค์กรโดยมีการสร้างทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการทำข่าวที่สามารถแสวงหา ผลิต และนำเสนอได้อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะเป็นโมเดลใหม่ในการผลิตข่าว เพื่อให้ได้ข่าวที่เนื้อหาถูกต้อง รวดเร็ว และตรงกับความต้องการของผู้รับชม (บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน), 2561) และสำนักข่าวไทยมีนโยบายในการเป็นศูนย์กลางการผลิต รวบรวมจัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เน้นความเป็นกลาง ถูกต้อง เชื่อถือได้และทันเหตุการณ์ ยึดหลักการนำเสนอข่าวตามมาตรฐานทางวิชาชีพ โดยนำเสนอผ่านสื่อของบริษัทที่หลากหลายและมีรูปแบบการรายงานข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชน (บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), 2561) จะเห็นได้



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ว่า นโยบายการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ได้มุ่งเน้นไปที่นโยบายการนำเสนอข่าวเป็นหลัก เพื่อนำเสนอข่าวสารอย่างมีคุณภาพ ถูกต้อง และรวดเร็ว

เมื่อการนำเสนอรายการโทรทัศน์เข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มตัว ทำให้สื่อมวลชนต้องเตรียมรับมือและปรับตัวกับสถานการณ์ในโลกยุคใหม่ที่เรียกว่า “ยุคคอนเวอร์เจนซ์” เพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการนำเสนอเนื้อหารายการมากขึ้น อินเทอร์เน็ตและโซเชียลเน็ตเวิร์กเข้ามาเปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อ ทำให้พฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้บริโภคเปลี่ยนไป

สมภพ รัตนวลี (2559) กล่าวถึงทิศทางการนำเสนอข่าวในยุคดิจิทัลว่า พื้นที่ข่าวหรือภูมิทัศน์ของข่าวเปลี่ยนไป ความอยากรู้อยากเห็นของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ผู้นำเสนอก็ต้องเปลี่ยนตาม เพราะอย่างยิ่งมีเครื่องมือมากขึ้นก็ทำให้คนอยากรู้อะไรในทุกระดับ ในขณะเดียวกันคนทำข่าวต้องปรับตัวมากที่สุด สื่อในยุคดิจิทัลควรนำเสนอข่าวด้วยข้อมูลเชิงลึกควบคู่ไปกับการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว ถึงแม้ว่าจะมีสื่อใหม่เข้ามาแต่สื่อเก่าก็ยังมีคนเสพ โทรทัศน์ก็ยังมีคนรับชมอยู่มากที่สุดในประเภทแพลตฟอร์มการรับชม แต่ว่าวันนี้เป็นเพียงประตูบานแรกของการก้าวไปสู่โลกยุคใหม่ในยุคดิจิทัล ต้องปรับตัวโดยนำเนื้อหาเคลื่อนย้ายไปอยู่ในรูปแบบของออนไลน์ เนื้อหาที่นำมาใช้ในออนไลน์ต้องการความเร็ว โดยทุกวันนี้คนใช้สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตเพราะปรับตัวตามภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลง

ในงานเสวนา หัวข้อเรื่อง “บทบาทสื่อสารมวลชนยุคใหม่กับการพัฒนาประเทศไทย 4.0 และทางรอด ทางรุ่งสื่อไทยในยุค 4.0” คุณเทพชัย หย่อง กล่าวว่า ปัจจุบันสื่อดั้งเดิม ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ กำลังเจอกับความท้าทายที่มาจากโลกยุคดิจิทัลมากขึ้น และเชื่อว่าในอีกหลายปีข้างหน้าจะมีความท้าทายใหม่ๆ เกิดขึ้นอีก สิ่งสำคัญคือสื่อหลักต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดในยุค 4.0 เพราะฐานคนเสพสื่อได้เปลี่ยนแปลงไป เสพสื่อออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งมองว่าโอกาสที่สื่อหลักจะอยู่รอดก็ยังมีสูง แต่ต้องปรับตัวอย่างมีทิศทาง โดยเฉพาะการรายงานข่าวจะไม่ได้แข่งขันกันที่ความเร็วอีกต่อไป แต่จะต้องรายงานข่าวในเชิงอธิบาย มีมิติในเชิงลึก และสร้างความเข้าใจให้คนในสังคมได้รับรู้อย่างเท่าทัน (“ทางรอด ทางรุ่งสื่อไทยในยุค 4.0,” 2559)

สื่อใหม่ (new media) ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ เมื่ออินเทอร์เน็ตเป็นต้นกำเนิดของวิวัฒนาการต่างๆ จึงจำเป็นต้องยอมรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและยอมรับความเป็นจริงเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นกับรูปแบบการสื่อสาร สื่อดั้งเดิมยังคงมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างแต่มีแนวโน้มที่จะมีราคาแพงกว่าสื่อใหม่เล็กน้อย สื่อใหม่เป็นการเปลี่ยนแปลงโดยรวมของภูมิทัศน์สื่อ ช่วยให้ทุกธุรกิจสามารถติดตามสิ่งที่ผู้บริโภคสนใจและเชื่อมโยงผู้บริโภค ฉะนั้นแล้วต้องผสมผสานการใช้งานจากสื่อเดิมและสื่อใหม่ให้เป็นประโยชน์ ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายมากขึ้น (“สื่อเก่าก็คุ้นเคย สื่อใหม่ก็เข้าถึง,” 2560)

เมื่อภูมิทัศน์สื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้สื่อขององค์กรข่าวในสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการงานข่าวเพื่อตอบโจทย์กับพฤติกรรมกรับชมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจึงมีการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวด้วยช่องทางการสื่อสารโดยอาศัยการใช้สื่อใหม่ นำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางการเผยแพร่ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มโอกาสให้มียอดชมเพิ่มขึ้น แต่ขณะเดียวกันในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนจึงต้องนำเสนอข่าวต่างๆ ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่มาใช้ให้เกิดความสมดุลและตระหนักถึงคุณค่าของข่าวสารในการเผยแพร่หรือนำเสนอให้มากขึ้น เพราะในสื่อใหม่นั้นมีมิติของความเร็วในการรับส่งสาร อาจทำให้เกิดข่าวลือหรือข่าวลวงในสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ทำให้ผู้บริโภครับสารที่ไม่มีข้อเท็จจริงและเกิดการแชร์ต่อเป็นวงกว้างในสื่อออนไลน์ ฉะนั้นสื่อกระแสหลักหรือสื่อมืออาชีพขององค์กรข่าวใน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น จึงมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบและให้คำตอบแก่ผู้บริโภคสื่อถึงข้อเท็จจริงด้วยวิชาชีพสื่อมวลชน (ขวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี, 2560)

ผลจากการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสื่อสารและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีนี้ ทำให้เกิดข้อกังวลด้านจริยธรรม จรรยาบรรณในการสื่อสาร สื่อมวลชนจึงต้องมีการปรับตัวอย่างเหมาะสมต่อการนำเสนอข่าวผ่านออนไลน์และสื่อสังคม ซึ่งประกอบด้วยประเด็นสำคัญคือ 1) รักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือของการสื่อสารท่ามกลางข้อมูลที่ไหลอยู่ในวงจรข่าวจำนวนมาก 2) การตอบสนองความต้องการของผู้รับสารภายใต้แรงกดดันทางธุรกิจที่ต้องตัดสินใจระหว่างการนำเสนอข่าวตาม จรรยาบรรณสื่อ กับเรื่องราวที่อยู่ในกระแส (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2557) ซึ่งกล่าวได้ว่า ในฐานะสื่อมวลชนต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อจริยธรรมเป็นสิ่งสำคัญ มีจิตสำนึกในการนำเสนอข่าวสาร ข้อมูล และตระหนักถึงผลกระทบ ความเสียหายต่อเกียรติยศ ชื่อเสียงของบุคคลอื่น โดยบทบาทหน้าที่ในการแสวงหาข่าวสารและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่การรับรู้ของประชาชน ถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชน และสื่อมวลชนจะต้องพึงระวังต่อการนำเสนอข่าวอยู่เสมอ ซึ่งอาจมีผลในเรื่องของกฎหมาย ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่น (“ความท้าทายใหม่ สื่อยุคดิจิทัล,” 2556)

จากการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อที่เกิดขึ้นและปัญหาที่ได้กล่าวมานั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึง “ปัจจัยในการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลและการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง” เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางการบริหารงานข่าวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของผู้รับสาร อีกทั้งเกิดการแข่งขันสูงของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทำให้ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าว องค์กรข่าวจึงมีปรับกระบวนการบริหารและช่องทางการนำเสนอ รวมถึงคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงานข่าวให้เหมาะสมกับสังคมไทย และสื่อมวลชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อการทำงานในองค์กรข่าวต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษานโยบายการบริหารงานข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง
2. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการงานข่าวและการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวกับช่องทางการสื่อสาร
3. เพื่อศึกษาคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องมีการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยในการบริหารสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการบริหารสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก
2. การบริหารงานข่าว หมายถึง กระบวนการในการดำเนินงานบริหารงานและกระบวนการสื่อสารในองค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานของบุคลากรต่างๆ ในองค์กร เช่น บรรณาธิการ ผู้สื่อข่าว โปรดิวเซอร์ เป็นต้น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

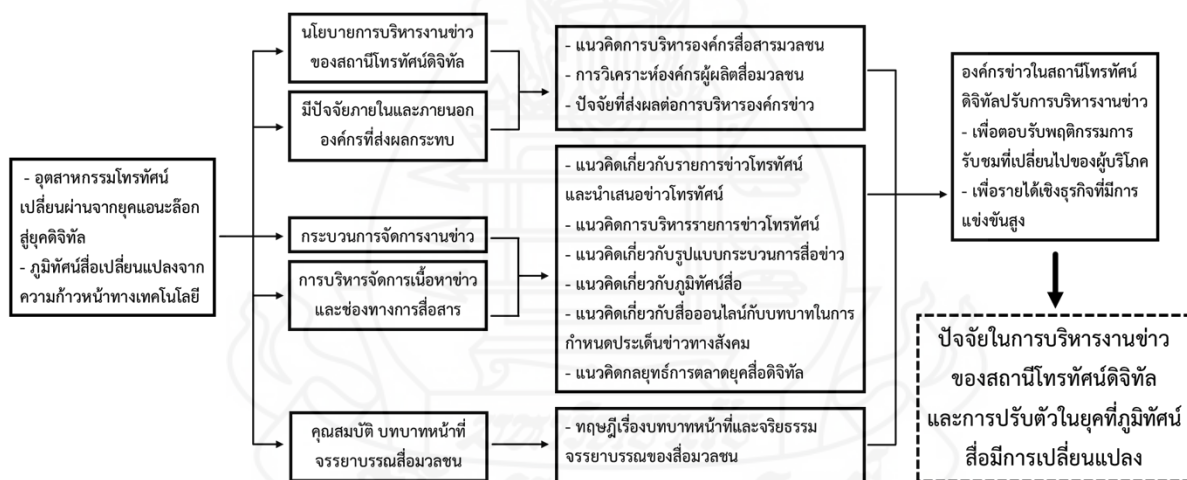
The 8th STOU National Research Conference

ตลอดจนการจัดการด้านเนื้อหาสาระของข่าวและการจัดการด้านช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่ใช้กระบวนการสื่อสารด้วยสื่อ
ดั้งเดิมและสื่อออนไลน์มาบูรณาการร่วมกันเพื่อนำเสนอข่าวในยุคดิจิทัล

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยนี้ทำการเก็บข้อมูลและศึกษากรณีศึกษาโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) จำนวน 4
กรณีศึกษา โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ช่อง 7 เอชดี ช่อง 3 เอชดี ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี และ ช่องอมรินทร์
ทีวี เอชดี โดยศึกษาถึงกระบวนการบริหารจัดการงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงาน
ข่าวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง มุ่งเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการบริหารข่าว กระบวนการบริหารจัดการด้านเนื้อหา
ข่าว ช่องทางการสื่อสาร รวมถึงคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล เพื่อให้ได้ข้อมูลจริงและ
ครอบคลุมทุกด้านเพื่อมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลบุคคลและเก็บข้อมูลหลักกับบุคลากรในองค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล โดย
คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD)
ที่มีการบริหารองค์กรข่าวจำนวน 4 สถานี คือ ช่อง 7 เอชดี (ช่อง 35) ช่อง 3 เอชดี (ช่อง 33) ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี (ช่อง 30)
และ ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี (ช่อง 34) มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 9 ท่าน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการฝ่ายข่าว บรรณาธิการ
ข่าว ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ รองผู้อำนวยการฝ่ายข่าว และโปรดิวเซอร์ การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative research) ใช้วิธีการศึกษาโดย 1) การสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth interview) ออกแบบคำถามเพื่อการ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) และ 2) ศึกษาข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary research) ได้แก่ เว็บไซต์ขององค์กรข่าว สื่อโซเชียลมีเดีย รายการข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัล และรายงานประจำปี ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลบนเนื้อหาเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรายการข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 4 สถานี และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการตั้งปัญหามาวิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ และศึกษาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดย 1) เก็บรวบรวมข้อมูลบนเนื้อหาเครือข่ายสังคมออนไลน์และรายการข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัล เพื่อนำมาวิเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวกับช่องทางการสื่อสาร และ 2) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 ท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากทั้งสองส่วนนี้ ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้มาอภิปรายและสรุป

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ด้านนโยบายการบริหารงานข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าว

ด้านการกำหนดนโยบายการบริหารงานข่าวขององค์กรข่าวในสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เอชดี ช่อง 3 เอชดี ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี และ ช่องอมรินทร์ทีวี ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เป็นไปตามหลักของจรรยาบรรณพื้นฐานของสื่อมวลชน โดยมีนโยบายที่เหมือนกันคือ นโยบายที่เน้นการนำเสนอข่าวบนความถูกต้อง นำเสนอข้อเท็จจริง เป็นกลาง ไม่ชี้นำ คนดู มีความน่าเชื่อถือ และต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือเป็นนโยบายหลักที่สำคัญที่สุดขององค์กรข่าวในสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับสารเป็นหลัก

ด้านวัตถุประสงค์การบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล องค์กรข่าวทุกสถานีมีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันคือ ต้องการสร้างความนิยมของผู้รับชม (Rating) เป็นหลัก ด้วยการนำเสนอเนื้อหาสาระข่าวที่ตรงกับความต้องการของผู้รับชม เพื่อสร้างรายได้ให้กับสถานีโทรทัศน์และมุ่งสร้างความนิยมของผู้รับชมโดยตั้งอยู่ในความถูกต้อง ไม่นำเสนอข่าวแบบฉาบฉวย ไม่ขึ้นคนดู ถึงแม้ว่าองค์กรข่าวจะต้องการความนิยมจากผู้รับชมมากเพียงใดก็ตาม

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล และ 2) ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

ปัจจัยภายในองค์กรด้านที่ 1 โครงสร้างองค์กร มีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าว 2 สถานี คือ 1) ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี มีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่แต่มีลักษณะการบริหารงานที่เป็นระบบรัฐวิสาหกิจ การสั่งการจะมีลักษณะเป็นหนังสือสั่งการ ทำให้มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับการบริหารงานในลักษณะของบริษัทเอกชน 2) ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี มีการบริหารงานองค์กรในลักษณะของบริษัทเอกชนแต่ยังเป็นองค์กรขนาดเล็ก ทำให้มีบุคลากรด้านงานข่าวจำนวนไม่มาก ทางด้านของช่อง 7 เอชดีและช่อง 3 เอชดี มีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่และแข็งแรง เนื่องจากมีการปรับโครงสร้างองค์กรมาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน บุคลากรทุกคนมีความเข้าใจในลักษณะของโครงสร้างและหน้าที่อย่างชัดเจน ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กรจึงไม่มีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าว



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ปัจจัยภายในองค์กรด้านที่ 2 นโยบายองค์กร ส่งผลกระทบกับช่อง 7 เอชดี ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี และ ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ถึงแม้ว่าองค์กรข่าวจะมีอิสระในขณะดำเนินงานและการปฏิบัติงาน แต่ในด้านของการนำเสนอข่าวอาจไม่ได้รับอิสระอย่างเต็มที่ บรรณาธิการข่าวจำเป็นต้องรับนโยบายขององค์กรมาปฏิบัติ มีการนำเสนอข่าวให้สอดคล้องกับนโยบายองค์กร เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร โดยข่าวบางข่าวจำเป็นต้องนำเสนอ ถึงแม้จะไม่สอดคล้องกับความนิยมของผู้รับชมก็ตาม ในขณะที่ช่อง 3 เอชดี กลับมีความแตกต่างในปัจจัยด้านนโยบายองค์กร ซึ่งช่อง 3 เอชดีไม่มีผลกระทบในด้านนี้ เนื่องจากผู้บริหารให้อิสระในการทำงานกับองค์กรข่าวของช่อง 3 เอชดี ทั้งในแง่ของการปฏิบัติงานและการนำเสนอข่าว

ปัจจัยภายในองค์กรด้านที่ 3 การบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่าองค์กรข่าวทุกสถานี ต่างได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านนี้ โดยช่อง 7 เอชดี ช่อง 3 เอชดี ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี มีผลกระทบจากปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่เหมือนกันอยู่ 2 ประเด็นคือ 1) ปัญหาห้วงบุคลากรรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ที่มีลักษณะการทำงาน มีข้อดีและข้อเสียที่ต่างกัน และ 2) ปัญหาด้านอัตราค่าจ้างคนภายในองค์กรที่ไม่เพียงพอต่อภาระหน้าที่ ส่วนทางด้านของอมรินทร์ทีวี เอชดีมีผลกระทบอยู่เพียง 1 ประเด็นคือ ปัญหาด้านอัตราค่าจ้างคนไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติ จากผลการวิจัยทำให้เห็นว่า ทรัพยากรบุคคลมีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าวมากที่สุด เนื่องจากองค์กรข่าวเป็นองค์กรของพลวัตและต้องขับเคลื่อนด้วยกำลังอัตราคนจำนวนมากในการปฏิบัติงาน แต่ภายในองค์กรทั้ง 4 สถานียังคงมีปัญหาเพราะภาระหน้าที่ไม่สัมพันธ์กับจำนวนคน

ปัจจัยภายในองค์กรด้านที่ 4 การบริหารเงินทุน ส่งผลกระทบต่อ 3 สถานีด้วยกันคือ ช่อง 7 เอชดี ช่อง 3 เอชดี และ ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี โดยรายได้หลักของสถานีคือ ผู้สนับสนุนและการขายโฆษณา แต่เมื่อเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้สนับสนุนและการขายโฆษณาลงลง ทำให้รายได้ลดลงไปอย่างมาก อีกทั้งมีช่องทางสื่อใหม่ๆ ที่แบ่งส่วนการตลาดออกไปด้วย ในขณะที่ปัจจัยด้านการบริหารเงินทุนไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานข่าวของช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี เนื่องจากช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี มีการจัดสรรงบประมาณของฝ่ายข่าวชัดเจน มีการควบคุมงบ เงินทุน ปัจจัยด้านนี้จึงไม่ใช่ผลกระทบหลัก

ปัจจัยภายในองค์กรด้านที่ 5 เทคโนโลยี ทุกสถานีต่างเห็นสอดคล้องกันว่า เทคโนโลยีส่งผลดีและเอื้อประโยชน์ต่อการบริหารงานข่าวที่สำคัญอยู่ 2 ด้าน คือ 1) เทคโนโลยีมีผลทำให้มีช่องทางการนำเสนอเนื้อหาข่าวใหม่ๆ เกิดขึ้นรวดเร็วและสะดวกมากขึ้น และ 2) การพัฒนาเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์เป็นผลดีต่อการทำข่าว สามารถพัฒนางานข่าวแก่ผู้สื่อข่าวเมื่อปฏิบัติหน้าที่ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีผลดีต่อการทำข่าว แต่ไม่ใช่ปัจจัยที่ชี้ขาดถึงคุณภาพของงานข่าวเสมอไป สิ่งสำคัญที่เหนือกว่านั้นคือ คนทำงาน คนมีความสำคัญกว่าเทคโนโลยีเพราะคนต้องควบคุมเทคโนโลยี

ปัจจัยภายในองค์กรด้านที่ 6 ความสามารถทางวิชาชีพสื่อมวลชน เป็นปัจจัยภายในด้านสุดท้ายที่องค์กรข่าวให้ความสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) บุคลากรต้องมีพื้นฐานความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ และ 2) บุคลากรต้องมีประสิทธิภาพในการทำงานข่าว ซึ่งทั้ง 2 ด้านมีความสำคัญเท่าเทียมกัน

ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านที่ 1 เศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อทุกสถานี ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้การบริหารเงินทุนภายในองค์กรข่าวเกิดปัญหา จากปัญหาสภาพเศรษฐกิจของประเทศไม่เอื้ออำนวยต่อการบริหารและการผลิตข่าว ทำให้รายได้ของสถานีโทรทัศน์น้อยลงมาก องค์กรข่าวต้องใช้ต้นทุนที่มีอยู่ผลิตข่าวอย่างประหยัดมากขึ้น สร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจอยู่เสมอเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้รับชม

ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านที่ 2 การควบคุมทางด้านการเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรข่าวของทุกสถานี สื่อมวลชนของประเทศไทยไม่ได้รับเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารต่อประชาชน ทำให้สื่อมีข้อจำกัดและไม่มีเสรีภาพในการนำเสนอข่าว โดยผลกระทบมาจาก 2 ส่วนด้วยกันคือ 1) รัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายในการนำเสนอ



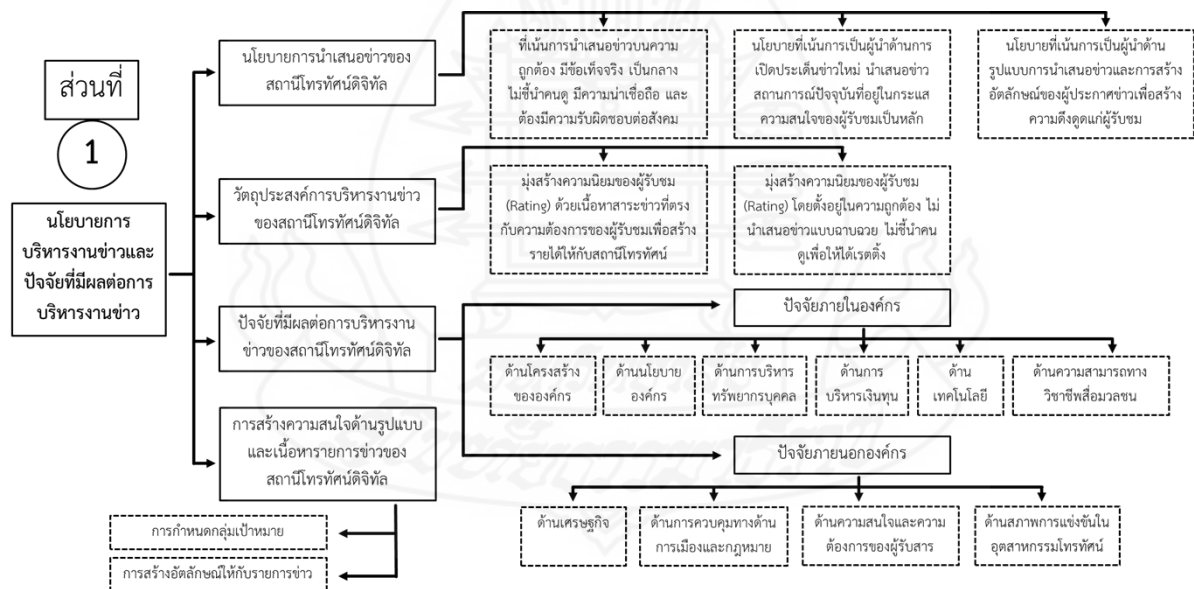
การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ข่าว เกิดข้อจำกัด ส่งผลกระทบต่อรายได้และการสร้างเรตติ้ง และ 2) คณะกสทช. มีการควบคุมการนำเสนอเนื้อหาข่าวตามกฎหมายและกฎระเบียบที่กำหนดไว้ ซึ่งทุกสถานีจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่น การเซ็นเซอร์ใบหน้าของผู้เสียหาย การปกปิดข้อมูลของแหล่งข้อมูลเพื่อป้องกันความปลอดภัยและไม่ให้ละเมิดสิทธิต่อบุคคลซึ่งจะมีผลทางด้านกฎหมาย เป็นต้น

ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านที่ 3 ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยนี้เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบมากที่สุดต่อองค์กรข่าวทุกสถานี ทุกองค์กรข่าวมีวัตถุประสงค์ไปในทิศทางเดียวกันคือการสร้างความนิยมให้ผู้รับชม ผู้ชมคือหัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสารข่าว เมื่อผู้รับชมให้ความสนใจและเป็นที่นิยมแล้ว ก็จะสามารถสร้างรายได้ด้านโฆษณาให้กับสถานี เพราะลูกค้ามีความต้องการที่จะลงพื้นที่โฆษณามากขึ้น แต่อีกประการหนึ่ง องค์กรข่าวช่อง 7 เอชดีและช่องอมรินทร์ทีวี เอชดีได้คำนึงถึงคือ ถึงแม้ว่าองค์กรข่าวจะต้องนำเสนอเนื้อหาข่าวให้ตรงกับความต้องการของผู้รับชมเพื่อสร้างความนิยมของผู้รับชมก็ตาม แต่ข่าวบางข่าวอาจมีเนื้อหาที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์และไม่เป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่คนในสังคม ข่าวประเภทนี้ผู้รับชมมักมีความต้องการรับรู้และติดตาม จึงต้องนำเสนออย่างมีขอบเขตและพึงระวังการนำเสนอข่าวให้มากขึ้น

ปัจจัยภายนอกองค์กรด้านที่ 4 สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ มีการแข่งขันสูงมาก เกิดภาวะสินค้าล้นตลาด (Demand over supply) องค์กรข่าวทุกสถานีได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านนี้อย่างมาก ผลกระทบดังกล่าวจึงทำให้ทุกสถานีต้องปรับกลยุทธ์ในการบริหารใหม่ โดยสรุปได้ดังนี้คือ 1) วางจุดยืนของรายการข่าวให้ชัดเจนเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายของช่องโดยตรง และ 2) ปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวเพื่อสร้างความแตกต่างหรือสร้างเอกลักษณ์ให้กับรายการข่าว



ภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูลด้านนโยบายการบริหารงานข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าว

ส่วนที่ 2 ด้านกระบวนการบริหารจัดการงานข่าวและการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวกับช่องทางการสื่อสาร

ด้านการวางแผนการประชุมโต๊ะข่าวและการกำหนดประเด็นข่าว ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการวางแผนการประชุมข่าวของทุกสถานีมีกระบวนการที่เหมือนกันคือ มีการประชุมโต๊ะข่าวทุกวันเพื่อวางแผนและกำหนดประเด็นข่าววันละ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

2 รอบ คือ รอบเช้าและรอบบ่าย มีหัวหน้าบรรณาธิการข่าวเป็นผู้นำในการประชุม โดยสรุปประเด็นและขั้นตอนการประชุมได้ ดังนี้คือ 1) ผู้ร่วมประชุมนำเสนอและบรรณาธิการข่าวเป็นผู้คัดเลือกประเด็นข่าวที่น่าสนใจรวมถึงติดตามความคืบหน้าข่าวที่เคยเปิดประเด็นและเคยนำเสนอไปแล้ว 2) เมื่อได้ข้อสรุปถึงประเด็นข่าว บรรณาธิการข่าวของโต๊ะข่าวต่างๆ จะมอบหมายประเด็นข่าวให้แก่ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิตรายการข่าว เพื่อนำเนื้อหาข่าวที่ผ่านการประชุมแล้วไปออกแบบการนำเสนอในรายการโดยมีผู้ประกาศข่าวเป็นผู้นำเสนอเนื้อหา และ 3) บรรณาธิการข่าวส่งทีมผู้สื่อข่าวลงสนามข่าวเพื่อหาข้อมูลหรือขยายผลเพิ่มเติมจากประเด็นข่าวที่ต้องการนำเสนอ

ด้านหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าว มีความสำคัญในกระบวนการเลือกข่าว เพราะในแต่ละวันองค์กรข่าวจะได้รับข้อมูลข่าวสารเข้ามาจากทุกช่องทางเป็นจำนวนมาก บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวเปรียบเสมือนนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ที่จะช่วยคัดกรองข่าวสารและคัดเลือกประเด็นข่าวก่อนที่จะนำเสนอและเผยแพร่ไปยังผู้รับสาร บรรณาธิการข่าวทุกสถานีจะพิจารณาข่าวต่างๆ โดยใช้หลักเกณฑ์และใช้หลักคุณค่าข่าวมาเป็นเกณฑ์คัดเลือกข่าวก่อนนำเสนออยู่ 2 ประเด็นคือ 1) เนื้อหาสาระข่าวต้องโดนใจผู้ชม เป็นข่าวใกล้ตัว ข่าวที่กำลังสร้างความสนใจให้แก่ประชาชนและเป็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนในสังคมส่วนใหญ่ และ 2) เนื้อหาสาระข่าวต้องมีคุณค่าข่าว ต้องให้ประโยชน์แก่คนในสังคม

ด้านวิธีหาประเด็นข่าวหรือแหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล องค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 4 สถานี มีวิธีการหาประเด็นข่าวหรือแหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ 3 วิธีดังนี้คือ 1) วิธีการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลข่าวจากเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาขยายผลและค้นหาแหล่งข่าว เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก 2) วิธีการเก็บข้อมูลข่าวจากเครือข่ายผู้สื่อข่าวพิเศษ (Stringer) ในองค์กรข่าวจะมีการสร้างเครือข่ายผู้สื่อข่าวพิเศษที่อยู่ตามภูมิภาคของจังหวัดต่างๆ ซึ่งจะส่งข่าวมาทางส่วนกลางของช่อง บรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้คัดกรองและทำการตัดยอดหรือหาประเด็นข่าวเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ผู้สื่อข่าวพิเศษส่งข้อมูลมาให้ และ 3) วิธีการเก็บข้อมูลจากข่าวการร้องเรียน ร้องทุกข์ ที่ประชาชนได้รับผลกระทบ โดยผ่านการส่งจดหมายหรือการร้องเรียนผ่านโซเชียลมีเดียของช่อง

ด้านการพิจารณาคุณค่าข่าว พบว่าทุกสถานีใช้หลักเกณฑ์เดียวกันในการพิจารณา โดยใช้หลักพิจารณาคุณค่าข่าว 10 ประการ หลักจริยธรรมจรรยาบรรณ และหลักกฎหมายร่วมพิจารณาข่าวก่อนจะเสนอประเด็นข่าวและนำเสนอเผยแพร่

ด้านวิธีการปรับข้อมูลเมื่อประเด็นข่าวเกิดการเปลี่ยนแปลง ทุกสถานีมีการส่งทีมผู้สื่อข่าวออกสู่สนามข่าว มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานหลักๆ 3 คน คือ ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และผู้ช่วยช่างภาพ เมื่อทีมออกสู่สนามข่าวในพื้นที่จริง สิ่งที่ได้วางแผนไว้อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทำให้พบว่า องค์กรข่าวมีการแก้ปัญหาเมื่อประเด็นข่าวเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ 2 วิธี คือ วิธีที่ 1 ผู้สื่อข่าวรายงานการเปลี่ยนแปลงต่อบรรณาธิการข่าวเพื่อปรึกษาและตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าร่วมกันในการเปลี่ยนแปลงประเด็นข่าวและปรับการนำเสนอข่าวตามสถานการณ์ข้อเท็จจริง และวิธีที่ 2 ผู้สื่อข่าวมีสิทธิ์ตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยตนเองในสถานการณ์ฉุกเฉินที่ไม่มีเวลาที่ปรึกษากับทางบรรณาธิการ เพราะทีมผู้สื่อข่าวทุกคนถือว่าเป็นบุคลากรที่มีประสบการณ์สามารถแก้สถานการณ์เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

ด้านช่องทางการสื่อสารการนำเสนอรูปแบบรายการข่าวในยุคของการหลอมรวมสื่อ นอกจากองค์กรข่าวทั้ง 4 สถานี จะเป็นสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักแล้ว แต่เนื่องจากภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงไป กระบวนการเลือกข่าวแบบดั้งเดิมจึงเปลี่ยนเป็นกระบวนการเลือกข่าวแบบใหม่เรียกว่า กระบวนการเลือกข่าวออนไลน์ ทำให้เกิดการหลอมรวมสื่อ โดยองค์กรข่าวมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าว ผู้วิจัยพบว่าทุกองค์กรข่าว มีการจัดตั้งทีมข่าวออนไลน์ขึ้นมาเพื่อ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่เนื้อหาข่าวทางสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ ส่งเสริมการใช้ช่องทางการเผยแพร่ข่าวให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรข่าวรวมถึงมีประโยชน์ต่อผู้รับชม ซึ่งมีการใช้สื่อ 10 ประเภทด้วยกัน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงช่องทางการและรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ช่อง 7 เอชดี ช่อง 3 เอชดี ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี และช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี

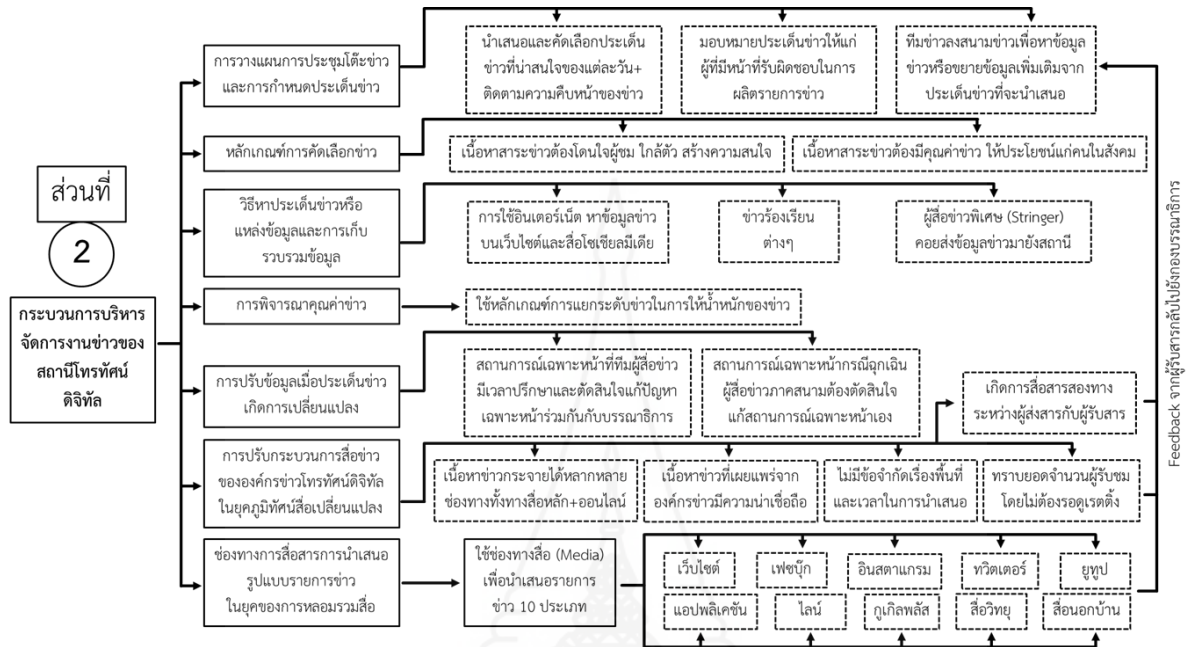
ช่องทาง การนำเสนอ	รูปแบบการนำเสนอ	ช่อง 7 เอชดี	ช่อง 3 เอชดี	ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี	ช่อง อมรินทร์ ทีวี เอชดี
1. เว็บไซต์	- รวบรวมลิงก์ข่าวที่ออกอากาศ	✓	✓	✓	✓
	- นำเสนอข่าวที่ไม่ได้ออกอากาศ	✓	✓	✓	✓
	- นำเสนอข่าวด่วน	✓	✓	✓	✓
2. เฟซบุ๊ก	- โพสต์ลิงก์จากเว็บไซต์หลัก	✓	✓	✓	✓
	- เฟซบุ๊กไลฟ์รายการข่าว	✓	✓	✓	✓
	- เฟซบุ๊กไลฟ์รายงานสด	✓	✓	✓	✓
3. อินสตาแกรม	- นำเสนอข่าวด้วยภาพและสรุปข่าว	-	✓	✓	✓
4. ทวิตเตอร์	- อัปเดตข่าวอย่างต่อเนื่องด้วยภาพและข้อความสั้น	✓	✓	✓	✓
5. ยูทูบ	- โพสต์วิดีโอรายการข่าวที่ออกอากาศไปแล้ว	✓	✓	✓	✓
6. แอปพลิเคชัน	- รับชมรายการข่าวย้อนหลัง	✓	✓	✓	-
	- อัปเดตข่าวสารของช่อง	✓	✓	✓	-
7. ไลน์	- โปรโมทข่าวเด่นและรายการ	-	✓	✓	✓
8. กูเกิลพลัส	- อัปเดตข่าวด้วยภาพและข้อความสั้น	✓	✓	-	-
9. วิทยุ	- ออกอากาศผ่านคลื่นวิทยุ FM	✓	✓	✓	-
10. สื่อออนไลน์	- โปรโมทรายการข่าวด้วยแผ่นโฆษณาภาพนิ่ง	-	✓	-	-

ผลสรุปพบว่าถึงแม้ว่าองค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจะมีสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวอยู่แล้ว แต่เนื่องจากภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงไปทำให้องค์กรข่าวมีการปรับตัวและใช้การหลอมรวมสื่อ นำช่องทางการเผยแพร่ใหม่มาใช้ในการบริหารงานข่าวและใช้การสื่อข่าวรูปแบบใหม่ โดยตั้งทีมข่าวออนไลน์ขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อส่งเสริมการใช้ช่องทางการเผยแพร่ข่าวให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรข่าวรวมถึงมีประโยชน์ต่อผู้รับชมที่มีพฤติกรรมมารับสารที่เปลี่ยนแปลงไป



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference



ภาพที่ 2 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการบริหารจัดการงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

ส่วนที่ 3 ด้านคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องมีการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง

ด้านคุณสมบัติของการเป็นสื่อในยุคดิจิทัล มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการปฏิบัติหน้าที่ในสายงานข่าว ผู้ที่จะเข้ามาทำงานในองค์กรด้านข่าวจะต้องมีคุณสมบัติที่พร้อมจึงสามารถเติบโตในองค์กรข่าวได้ คุณสมบัติของการเป็นสื่อสรุปได้ดังนี้คือ 1) ต้องเป็นคนอยากรู้อยากเห็น 2) ต้องเป็นคนมีไหวพริบ แก้ไขสถานการณ์เก่ง 3) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ 4) ต้องมีความอดทน เสียสละ ไม่ซีเรียสในการทำงาน 5) ต้องมีความสามารถในการจับประเด็นข่าวเก่ง 6) ต้องมีความสามารถในการนำเสนอหรือรายงานข่าว 7) ต้องมีบุคลิกภาพที่ดี สุภาพอ่อนน้อม น่าเชื่อถือ 8) ต้องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอข่าว 9) ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น สามารถทำงานเป็นทีมได้ และ 10) มีความรู้ด้านภาษา

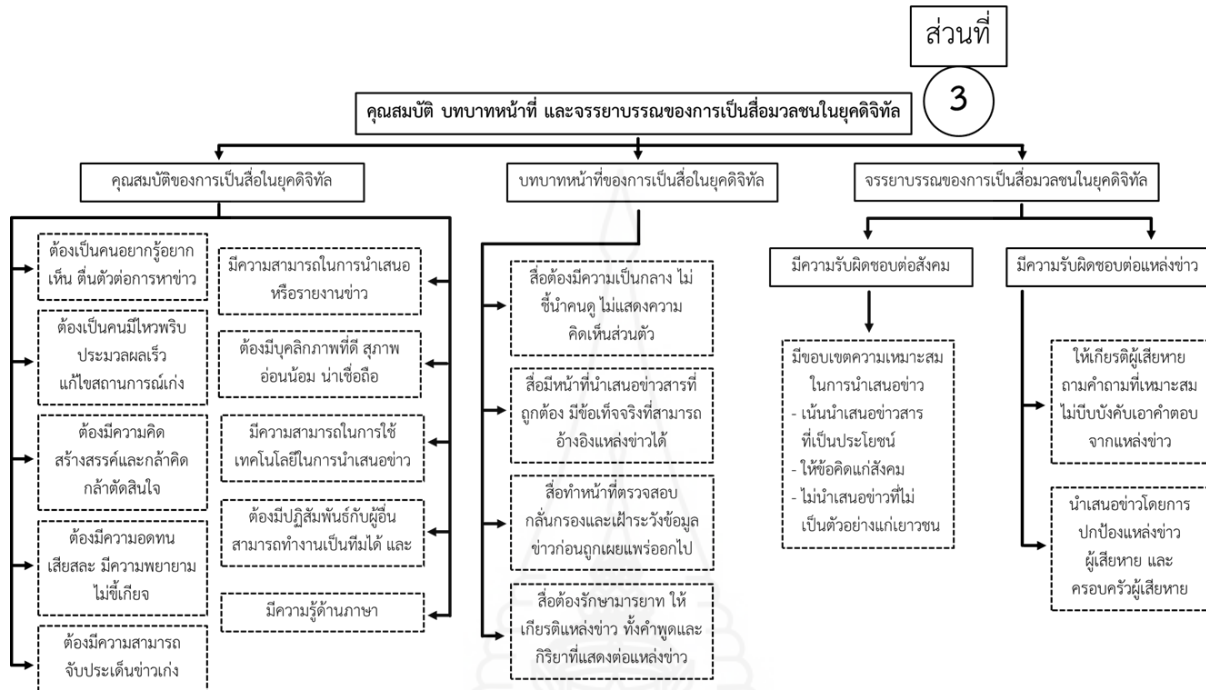
ด้านบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อในยุคดิจิทัล สื่อยังมีบทบาทหน้าที่ดั้งเดิม คือ 1) สื่อต้องมีความเป็นกลาง ไม่ชี้นำคนดู ไม่แสดงความคิดเห็นส่วนตัว 2) สื่อต้องทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง มีข้อเท็จจริงที่สามารถอ้างอิงแหล่งข่าวได้ และ 3) สื่อต้องรักษามารยาท ให้เกียรติแหล่งข่าว ทั้งคำพูดและกิริยาที่แสดงต่อแหล่งข่าว

ด้านจรรยาบรรณของการเป็นสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล ถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดต่อวิชาชีพสื่อสารมวลชนในทุกยุคทุกสมัย องค์กรข่าวทุกสถานียึดมั่นและเน้นย้ำถึงเรื่องนี้เป็นอย่างมากต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและความรับผิดชอบต่อแหล่งข่าว ดังนี้คือ 1) มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงขอบเขตความเหมาะสมในการนำเสนอข่าว เน้นนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ไม่นำเสนอข่าวที่สร้างผลกระทบต่อสังคม ต่อผู้รับชมหรือผู้รับสาร และ 2) มีความรับผิดชอบต่อแหล่งข่าว โดยการให้เกียรติผู้เสียหาย มีการตั้งคำถามอย่างเหมาะสมและไม่บีบบังคับเอาคำตอบจากแหล่งข่าว และสื่อต้องเป็นผู้ปกป้องแหล่งข่าว



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference



ภาพที่ 3 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณสมบัติ บทบาทหน้าที่ และจรรยาบรรณของการเป็นสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านนโยบายการบริหารงานข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าว

สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เอชดี ช่อง 3 เอชดี ช่อง 9 เอ็มคอต เอชดีและช่องอมรินทร์ทีวี มีการกำหนดนโยบายการนำเสนอข่าวอย่างชัดเจนด้านการนำเสนอข่าวบนความถูกต้อง เป็นกลางและน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อระดับเทคนิควิธีและนโยบายของ Marjoribanks (2011 อ้างถึงใน ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน, 2559) ในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านกระบวนการกลยุทธ์ นโยบายและวัฒนธรรม มีส่วนในการกำหนดแนวทางการผลิตและการทำงานขององค์กรสื่อ รวมทั้งกำหนดแนวทางด้านเนื้อหาสื่อ โดยองค์กรข่าวได้กำหนดนโยบายไว้เพื่อเป็นทิศทางการทำงานในกระบวนการสื่อข่าวทุกขั้นตอนและดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายหลักของสถานีด้วยการบริหารงานข่าวทางด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวให้มีประสิทธิภาพนำไปสู่เป้าหมายที่องค์กรข่าวกำหนดไว้

เป้าหมายหลักขององค์กรข่าว คือการสร้างคามนิยมต่อผู้รับชมเพื่อนำมาสู่รายได้ให้กับสถานีซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเป้าหมายขององค์กรสื่อสารมวลชนของ Tunstall (1971 as cited in McQuail, 2010, pp. 238) กล่าวว่า เป้าหมายทางกำไรในเชิงเศรษฐศาสตร์คือการแสวงหาผลกำไร โดยการเพิ่มรายได้จากการขายตรงให้แก่ผู้ซื้อและขายพื้นที่โฆษณา ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กรข่าวทุกสถานี

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นปัจจัยภายในที่มีผลกระทบมากที่สุด เพราะองค์กรข่าวต่างมีความต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ มีความรอบด้าน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่องค์กร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรข่าวของ McQuail (2005, pp. 282) ในประเด็นที่กล่าวว่า การบริหารกำลังคนเป็นการนำเอาประสิทธิภาพของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งหน้าที่มาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิผลกับงานให้ได้มากที่สุด ผลกระทบที่มาจากปัจจัยด้านนี้มีอยู่ 2 ปัญหาหลักคือ ปัญหาที่ 1 การขาดแคลนบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือสื่อใหม่บนโลกออนไลน์ของ Mitchelstein & Boczkowski (2009 อ้างถึงใน สกฤตศรี ศรีสารคาม, 2554); Alejandro (2010 อ้างถึงใน สกฤตศรี ศรีสารคาม, 2554) ในประเด็นที่ผู้สื่อข่าวต้องสามารถทำงานได้หลายอย่าง (Multi-skill journalist) ซึ่งในองค์กรข่าวนั้นมีบุคลากรอยู่อย่างจำกัด บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวจึงต้องมีความรอบด้านต่อภาระงานที่ได้รับมอบหมาย และปัญหาที่ 2 ด้านความแตกต่างทางทัศนคติการปฏิบัติที่ต่างกันของบุคลากรรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง แนวทางแก้ปัญหขององค์กรคือ การหาวิธีสร้างแรงจูงใจในการทำงานและจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ของบุคลากรอยู่เสมอ ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวขององค์กรข่าว คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี องค์กรข่าวพึ่งพาเทคโนโลยีอยู่ 2 ด้านคือ 1) กระบวนการสื่อข่าวใหม่ มีการนำเสนอที่มีรูปแบบใหม่ทางสื่อออนไลน์ เกิดการหลอมรวมสื่อ (Convergence) เพิ่มโอกาสในการนำเสนอข่าวต่อผู้รับสารได้มากขึ้น และ 2) การผลิต เทคโนโลยีทำให้มีอุปกรณ์ในการผลิตข่าวที่ทันสมัย ช่วยให้บุคลากรทำงานได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวด้านความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบมากที่สุด โดยเนื้อหาข่าวที่นำเสนอต้องตรงกับความต้องการของผู้รับชม ต้องรับฟังเสียงตอบรับและข้อคิดเห็นของผู้รับชม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรข่าวของ McQuail (2005, pp. 282) ในประเด็นที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านความสนใจหรือความต้องการของผู้รับสารคือความพึงพอใจของผู้รับสารที่ต้องการเลือกรับชมรายการที่ตนเองสนใจ โดยปัจจัยนี้มีผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานข่าวขององค์กร เพื่อเป้าหมายในการสร้างความนิยมแก่ผู้รับชมนำมาสู่รายได้จากผู้สนับสนุนและโฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักขององค์กรข่าว ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบรองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ปัญหาจากการเปลี่ยนผ่านมาสู่ยุคดิจิทัลทำให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาด องค์กรข่าวปรับกลยุทธ์ด้วยการวางจุดยืน (Positioning) รายการข่าวให้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดยุคสื่อดิจิทัลของ ธารม เชื้อ สถาปนศิริ (2556) ในประเด็นเกี่ยวกับ กลุ่มผู้รับชมกลุ่มเดียวกันเห็นเนื้อหาที่มีความคล้ายกันค่อนข้างมาก เนื้อหาที่เหมือนกันย่อมทำให้ถูกเปรียบเทียบ ผู้ผลิตสื่อต้องมองหาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยองค์กรข่าวได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับชมหลักของสถานีและสร้างเอกลักษณ์หรือความแตกต่างด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ด้วยการเปิดประเด็นข่าวใหม่ที่กำลังอยู่ในกระแสสังคมและดำเนินรายการด้วยผู้ประกาศข่าวที่มีเอกลักษณ์นำจดจำในการนำเสนอข่าว

2. ด้านกระบวนการบริหารจัดการงานข่าวและการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวกับช่องทางการสื่อสาร

กระบวนการบริหารจัดการข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ใช้กระบวนการสื่อข่าวแบบดั้งเดิม (Traditional journalism) ผสมผสานกับกระบวนการสื่อข่าวในรูปแบบใหม่หรือแบบออนไลน์ (Online journalism) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะของสื่อใหม่ของ ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์ (2554) ในประเด็นที่กล่าวถึง ลักษณะสื่อใหม่เกิดการบูรณาการสื่อต่างๆ เข้ามาอยู่ในสื่อเดียวกันซึ่งเรียกว่ากระบวนการหลอมรวมสื่อ โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อกระแสหลักที่ประชาชนยังให้ความเชื่อถือในการนำเสนอข่าว และกระบวนการสื่อข่าวรูปแบบใหม่เป็นกระบวนการสื่อข่าวที่นำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการนำสื่อเก่าและสื่อใหม่มาบูรณาการเพื่อเพิ่มรูปแบบและช่องทางการนำเสนอข่าวที่หลากหลาย



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

การบริหารจัดการเนื้อหาข่าว ด้านการวางแผนการประชุมโต๊ะข่าวและการกำหนดประเด็นข่าว เป็นขั้นตอนสำคัญที่บรรณาธิการข่าวเป็นผู้นำในการประชุมวางแผนการกำหนดทิศทางการทำข่าวและเป็นผู้คัดเลือกประเด็นข่าว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารรายการข่าวโทรทัศน์ของ Zettl (2015, pp.10 อ้างถึงใน วราภรณ์ ยินดีฉัตร, 2559); กุลทิพย์ ศาสตระจุ (2557) ในประเด็นที่กล่าวว่าบรรณาธิการข่าว คือ ผู้ที่มีความสำคัญที่สุดในองค์กรข่าวที่ทราบกระบวนการข่าวโทรทัศน์ทุกขั้นตอน ทำหน้าที่กำหนดทิศทางการทำข่าว วางแผนการทำข่าวร่วมกับผู้สื่อข่าวในการเตรียมการหาข่าว แสวงหาแหล่งข่าว และเรียบเรียงข่าว ซึ่งตรงกับขั้นตอนการวางแผนขององค์กรข่าว เพื่อการนำเสนอข่าวสารอย่างรอบคอบและถูกต้อง

การบริหารจัดการเนื้อหาข่าว ด้านการคัดเลือกข่าว บรรณาธิการข่าวเป็นผู้คัดเลือกประเด็นข่าวก่อนนำเสนอในกระบวนการสื่อข่าว บรรณาธิการเปรียบเสมือนนายทวารข่าวสาร ทำหน้าที่คัดกรองข่าวสารก่อนที่จะนำไปเผยแพร่แก่ผู้รับสารผ่านช่องทางการเผยแพร่ทางสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสารของ Lewin (1951 อ้างถึงใน ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2560) ในประเด็นที่กล่าวว่า เดิมสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสารที่เชื่อว่ามีหน้าที่เลือกสรรเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นก่อนจะเสนอไปยังผู้รับสาร โดยบทบาทเดิมในการเป็นนายทวารข่าวสารของบรรณาธิการยังคงอยู่ แต่ถูกลดบทบาทลงเนื่องจากการเติบโตของข่าวออนไลน์ ทำให้กระบวนการสื่อข่าวเปลี่ยนไป บรรณาธิการข่าวจึงต้องทำหน้าที่เป็น Gatewatching มีบทบาทในการเฝ้าระวัง ชี้นำเนื้อหาข้อมูลให้แก่ผู้รับสารที่มีการรับสารผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mltchelstein & Boczkowski (2009 อ้างถึงใน ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2560); Bruns (2005 อ้างถึงใน ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2560) ในประเด็นที่กล่าวว่า บทบาทนายทวารข่าวสารกลายเป็นเพียง Gatewatching เป็นผู้เปิดประตูเชื่อมโยงสื่อและผู้ชมให้มีส่วนร่วมในกระบวนการข่าวและทำงานร่วมกัน ซึ่งในกระบวนการคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการจะเลือกเนื้อหาโดยใช้ปัจจัยของผู้รับชมเป็นหลัก คัดเลือกข่าวที่อยู่ในความสนใจของผู้รับชมเพื่อเชื่อมโยงให้ผู้รับชมได้มีส่วนร่วมและเกิดอิทธิพลต่อสังคมกับข่าวนั้นๆ

การบริหารจัดการเนื้อหาข่าว ด้านหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าว บรรณาธิการพิจารณาจากคุณลักษณะของข่าว (Qualification of news) ถึงเนื้อหาสาระข่าวที่ต้องมีความน่าสนใจและสามารถสร้างความสนใจให้แก่ประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของข่าวของ ฤทัยวรรณ โชคทวีพานิชย์ (2550) ในประเด็นของการพิจารณาข่าวว่า ข่าวต้องมีคุณค่า มีความน่าสนใจของประชาชนในวงกว้าง และต้องมาจากเหตุการณ์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งองค์กรข่าวมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่สอดคล้องกับแนวคิดโดยเนื้อหาที่น่าสนใจต้องสร้างความสนใจต่อคนสังคมส่วนใหญ่และมีคุณค่าข่าวให้ประโยชน์แก่คนในสังคม อีกหลักเกณฑ์หนึ่งที่สำคัญคือต้องมีการพิจารณาคุณค่าข่าวถึงเนื้อหาข่าวให้ตรงตามหลักเกณฑ์ก่อนมีการเผยแพร่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าวเพื่อผลิตและนำเสนอข่าวโทรทัศน์ของ ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน (2558); ฤทัยวรรณ โชคทวีพานิชย์ (2550) ในประเด็นที่กล่าวถึงหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าว 10 ประการ ตรงกับหลักเกณฑ์ของบรรณาธิการที่เอาไว้พิจารณาข่าวก่อนมีการคัดเลือกประเด็นข่าวเพื่อนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ

ด้านช่องทางการสื่อสารเนื้อหาข่าวขององค์กรข่าวสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ยังคงมีการใช้สื่อดั้งเดิมที่เป็นสื่อหลักคือสื่อโทรทัศน์ในกระบวนการสื่อข่าว และมีการนำกระบวนการสื่อข่าวออนไลน์มาใช้ควบคู่กันเพื่อการนำเสนอข่าวให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในแง่ของธุรกิจและแง่ของผู้รับชม องค์กรข่าวมีการใช้สื่อออนไลน์ในทุกช่องทางเพื่อเผยแพร่รายการข่าวให้ไปอยู่ในทุกแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดยุคสื่อดิจิทัลของ ฮาม เชื้อสถาปนศิริ (2556) ในประเด็นที่กล่าวถึง การหลอมรวมเนื้อหาไว้ที่ศูนย์กลาง การใช้ประโยชน์สูงสุดจากเนื้อหาที่ดีที่สุด โดยผู้ผลิตสามารถกระจายเนื้อหาออกสู่แพลตฟอร์มที่แตกต่างกันได้และบูรณาการเนื้อหาเข้าด้วยกันเป็นองค์รวม โดยองค์กรข่าวได้มีการหลอมรวมเนื้อหาทั้งใน 1) สื่อหลัก คือ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

สื่อโทรทัศน์เป็นศูนย์รวมของเนื้อหาข่าว 2) สื่อออนไลน์ของสถานี คือ เว็บไซต์ 3) สื่อสังคมออนไลน์ คือ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ยูทูบ แอปพลิเคชัน ไลน์และกูเกิลพลัส 3) สื่อวิทยุ คลื่นวิทยุในเครือของสถานี และ 4) สื่อนอกบ้าน

3. ด้านคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องมีการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง

ด้านคุณสมบัติของสื่อมวลชน บุคลากรที่เข้ามาทำงานอยู่ในองค์กรข่าวจะต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการทำงาน มีความเข้าใจในข่าวสามารถแยกแยะข่าวได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณสมบัติของสื่อมวลชนของ มาลี บุญศิริพันธ์ (2537 อ้างถึงใน วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2551) ในประเด็นที่กล่าวถึง คุณสมบัติหลักของผู้สื่อข่าวที่ดี ต้องมีจรรยาบรรณสำหรับข่าว ทุกองค์กรข่าวต่างมีความต้องการบุคลากรที่มีความพร้อมอย่างมากทั้งทางด้านความรู้ ความสามารถเฉพาะทาง และบุคลิกลักษณะของการเป็นคนข่าว เพื่อให้บุคลากรสามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อองค์กรและปรับตัวได้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางด้านสื่อ

ด้านบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชน ในฐานะที่สื่อโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารรวมกับความต้องการของผู้รับสาร ในยุคดิจิทัลมีสื่อโซเชียลเข้ามามีอิทธิพลต่อการรับสารของผู้รับชมมากขึ้น การรับส่งข่าวสารที่รวดเร็วจึงทำให้สื่อต้องตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตน ซึ่งหน้าที่ที่สำคัญที่สุดของการเป็นสื่อยุคดิจิทัลนั้นยังคงต้องยึดหลักการทำหน้าที่การให้ข่าวสารที่มีความเป็นกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการสื่อข่าวออนไลน์ของ สกุลศรี ศรีสารคาม (2557) ในประเด็นที่กล่าวว่า ควรนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ เลือกใช้สื่อให้เหมาะสมต่อการนำเสนอ โดยองค์กรข่าวได้เน้นถึงเรื่องการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้องและมีข้อเท็จจริงเสมอมาเพราะเป็นองค์กรข่าวที่มีสังกัดและมีมาตรฐาน

ด้านจรรยาบรรณจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อ มีความสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่ของสื่อ เป็นเครื่องมือที่ใช้กำกับดูแลพฤติกรรมของสื่อมวลชนในขณะปฏิบัติหน้าที่ สื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัลต้องตระหนักมากที่สุด เพราะเป็นยุคที่มีการส่งและรับสารในมิติของความเร็ว แต่มีมิติของความเสี่ยงในเนื้อหาค่อนข้างต่ำ มีความเสี่ยงต่อการนำเสนอข่าวขององค์กรข่าวอย่างมาก นักสื่อสารมวลชนจึงต้องยึดหลักจรรยาบรรณจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อเพื่อการนำเสนอข่าวภายใต้การรับผิดชอบต่อสังคมและรับผิดชอบต่อแหล่งข่าว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจรรยาบรรณของสื่อมวลชนของ นงนุช ศิริโรจน์ (2558) ในประเด็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) ภายใต้กรอบของจรรยาบรรณและจรรยาบรรณ โดยองค์กรข่าวได้ยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและต่อแหล่งข่าวเป็นสำคัญ โดยการนำเสนอข่าวด้วยความถูกต้องเป็นประโยชน์แก่สังคม และนำเสนออย่างรอบคอบเหมาะสมไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของแหล่งข่าว ซึ่งบุคคลที่ทำงานในสายวิชาชีพสื่อมวลชนจะต้องตระหนัก และองค์กรข่าวต้องปลูกฝังเรื่องนี้เป็นสำคัญ เพื่อคงไว้ในสถาบันสื่อที่ได้รับความเชื่อถือจากประชาชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1.1 ในด้านของการนำเสนอ องค์กรข่าวควรสร้างสรรค์รายการข่าวด้วยรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร มองหาอัตลักษณ์และสร้างจุดเด่นของรายการ

1.2 ในอนาคตสื่อโทรทัศน์อาจจะไม่ใช่สื่อกระแสหลักอีกต่อไป แต่อาจเปลี่ยนไปอยู่ในแพลตฟอร์มอื่น ผู้บริหารงานข่าวจึงควรมีความตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเข้ามาอยู่ตลอดเวลา ต่อยอดการทำงานโดยการหลอมรวมสื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อหาวิธีป้องกันและปรับตัวได้ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่ออย่างรวดเร็ว



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

1.3 องค์การข่าวควรมีการจัดฝึกอบรมบุคลากรอยู่เสมอ ทั้งด้านการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถต่อการปฏิบัติงานข่าวให้มีคุณภาพ และฝึกอบรมเฉพาะด้านบทบาทหน้าที่และจริยธรรมจรรยาบรรณของสื่อ เพื่อให้บุคลากรเกิดความตระหนักในวิชาชีพสื่ออยู่เสมอ

1.4 ผู้สื่อข่าวในยุคใหม่ควรพัฒนาศักยภาพด้านการใช้ภาษาให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อการลงพื้นที่รายงานข่าว เมื่อเกิดเหตุการณ์ใหญ่ระดับประเทศ ผู้สื่อข่าวจะต้องมีความสามารถด้านภาษาเพื่อใช้ในการสนทนา ตั้งคำถามและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข่าวที่เป็นชาวต่างชาติได้

1.5 ในฐานะของสื่อมวลชนควรมีความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่และจรรยาบรรณให้มากกว่าเดิม เสรีภาพของสื่อมวลชนต้องอยู่บนพื้นฐานที่มีขอบเขต สื่อควรมีจรรยาบรรณและจริยธรรมอย่างแข็งแกร่ง เพราะสื่อมวลชนมีส่วนในการนำพาสังคมประเทศชาติไปในทิศทางที่ดีขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในอนาคตควรมีการศึกษากระบวนการสื่อข่าวรูปแบบใหม่ ที่ใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะท่ามกลางภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีการพึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น

2.2 ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวและความต้องการของผู้รับชมที่มีต่อรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล เพื่อให้รู้ถึงข้อคิดเห็นของผู้รับชมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาข่าวนำของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลต่อไป

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีตำแหน่งระดับผู้บริหารของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทำให้มีอุปสรรคต่อการติดต่อเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์

2. การได้มาซึ่งข้อมูลสัมภาษณ์ในบางประเด็นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีข้อมูลที่เป็นความลับหรืออาจส่งผลกระทบต่อองค์กรได้

เอกสารอ้างอิง

กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ. (2557). การบริหารรายการข่าวโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานโทรทัศน์*

(หน่วยที่ 6-10 ฉบับปรับปรุง). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ความท้าทายใหม่ สื่อยุคดิจิทัล. (2556). กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2560, จาก

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/524170>

ขวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี. (2560). วันที่ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนไปจนไม่มีวันเหมือนเดิม. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561,

จาก <https://www.thairath.co.th/content/907067>

ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. (2559). การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม (วิทยานิพนธ์ทุนอุดหนุนวิจัย).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ณรงค์ศักดิ์ ศรีทอานนท์. (2554). แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 126-134.

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2558). การผลิตรายการข่าว. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น*

(หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

- ทางรอด ทางรุ่งสื่อไทยในยุค 4.0. (2559). พีพีทีวีเชต36. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2560, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%99/39508>
- ทีวีดิจิทัลทยอยไละพนักงาน. (2559). หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.thansettakij.com/content/32406>
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2556). 7Cs ความท้าทายคนโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล!. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2560, จาก <http://positioningmag.com/57597>
- นนุช ศิริโรจน์. (2558). จริยธรรมสื่อสารมวลชน (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี 2560 บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน). สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.becworld.com/th_annual_report.html
- บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี 2560 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561, จาก <http://mcot-th.listedcompany.com/ar.html>
- ปิดฉากประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง มูลค่ารวมสูง 50,862 ล้านบาท. (2556). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2560, จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9560000159130>
- พิษ ศก. ดิจิทัลทีวีล้ม ทำพวง.ช่อง 3 หวั่นไร้โบนัส ส่วนวอยซ์ทีวีปลด พวง. 127 คน. (2560). บีบีซีไทย. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-42376912>
- ฤทัยวรรณ โขกพิพาณิช. (2550). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับข่าว. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2561, จาก http://elearning.nsruc.ac.th/2550/report_beginning/บทที่1%20หน้า%201.html
- วรจกณดา ยินดีฉัตร. (2559). การบริหารการผลิตรายการข่าวบนเทงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิโรจน์ ศรีทัญญ. (2551). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของสถานประกอบการในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพบัณฑิต สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม (รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- เว็บไซต์ช่อง 7HD. (2561). เกี่ยวกับเรา. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก http://www.ch7.com/about_us
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจืองวงศ์. (2560). การวิเคราะห์ผู้รับสารในยุคดิจิทัล. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 34(1), 168-187.
- สกลศรี ศรีสารคาม. (2554). สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สกลศรี ศรีสารคาม. (2557). จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล (รายงานการวิจัยทุนอุดหนุน). กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสถาบันนิรรา มูลนิธิพัฒนา สื่อมวลชนแห่งประเทศไทย โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- สมภพ รัตนวลี. (2559). ทิศทางการนำเสนอข่าวในยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2560, จาก <https://www.facebook.com/mediacurated/videos/1282199548486668>



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2559). รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2559. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2560, จาก <https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/600900000003.pdf>
- สื่อเก่าก็คุ้นเคย สื่อใหม่ก็เข้าถึง. (2560). แกรมดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.gramdigital.net/blog/how-to-use-new-media>
- สุรวิชัย วีรจรรณ. (2559). ทาง(ไม่รอด)ของทีวีดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2560, จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9590000038263>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE.
- _____. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). London: SAGE.

