

การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองเชิงวิชาการ และวิชาชีพสื่อสารมวลชน

Development of Communication Innovation of Digital Television Media from Perspective of Media Professionals and Academics

ประพจน์ ณ บางช้าง¹ และ วิโรจน์ ศรีหิรัญ^{2*}
Prapoj Na Bangchang and Wiroj Srihirun

¹แขนงวิชาการผลิตสื่อดิจิทัลและสตรีมมิ่งมีเดีย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Digital Media Production and Streaming Media, College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

²แขนงวิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและงานข่าว วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Content Creation and News, College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: wiroj.sr@ssru.ac.th

Received: 28/03/2023 Revised: 28/06/2023 Accepted: 29/06/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบัน ค้นหาและวิเคราะห์ รวมทั้งพัฒนาและยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยสู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 12 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การตีความเพื่อนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า สภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยนั้นยังมีปัญหาในทุกระดับ ทั้งในด้านความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่น้อยลง ส่งผลด้านเศรษฐกิจที่ประสบปัญหาขาดทุนแทบทุกช่องสถานี การค้นหาและวิเคราะห์นวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลพบว่า ควรเน้น “นวัตกรรมเฉพาะตัว” หรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละสื่อเองที่แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ จุดที่น่าสนใจคือ นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์นั้น ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ในทุกช่องทางทางการสื่อสารดิจิทัล การพัฒนาสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยสู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลควรใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อที่เน้นการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม ในลักษณะ “หนึ่งรายการ เผยแพร่หลากหลายสื่อ” และการยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้นควรใช้กลยุทธ์ในการเผยแพร่ และสร้างการมีส่วนร่วมบนทุกแพลตฟอร์มให้กับประชาชนผู้รับสาร มีการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่เชื่อมโยงเนื้อหาทั้งหมดให้เสริมกัน และสร้างเนื้อหาจากประเด็นสำคัญที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ : สื่อโทรทัศน์ นวัตกรรม โทรทัศน์ระบบดิจิทัล สื่อสารมวลชน

Abstract

This research aims to study current climate; to search and to analyze, as well as to develop and elevate digital television in Thailand to media innovation in digital TV. This research is a qualitative research using In-depth interview of 12 journalism scholars and professionals. Data analysis uses data interpretations to present a descriptive narration or descriptive analysis. Searching for and analyzing communication innovations of digital television media found that it should focus more on "unique innovation" or identity of each media that is different from others. The most interesting point is product innovation should reshape an interactive mode of communication across all digital communication channels. The development of digital television media in Thailand should aim for an innovation in digital television communication using the concept of media convergence by producing TV programs to be distributed on all online media

platforms as "one program, multiple platform". Furthermore, upgrading digital television media should employ a strategy to disseminate the media and engage the public on all platforms. There is a cross-media narrative that connects all contents together and creates contents based on key points that match audience interests.

Key Words: Television Media, Innovation, Digital Television, Mass Communication

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์นั้นมีความจำเป็นกับประชากรในประเทศ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการดำรงชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ในแต่ละวัน โดยผลการสำรวจคนไทยร้อยละ 90.2 มีการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดูโทรทัศน์ร้อยละ 82.2 เล่นกีฬาร้อยละ 10.3 อ่านหนังสือ ร้อยละ 6.9 และทำงานอดิเรกร้อยละ 5.4 เป็นต้น ทั้งนี้คนไทยมีเวลาว่างเฉลี่ยวันละ 3.6 ชั่วโมงต่อวัน กิจกรรมยามว่างที่คนไทยใช้มากที่สุดคือ การชมโทรทัศน์ 2.7 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 82.2 ถือว่ามากที่สุดสำหรับกิจกรรมยามว่างของคนไทย เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความทันสมัย ทันยุค ทันเหตุการณ์ และแพร่หลายข้อมูลในรูปแบบของมัลติมีเดีย (Multimedia) ได้อย่างกว้างขวางรวดเร็ว (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อ้างถึงใน วรพล มารศรี, 2556)

นอกจากนี้ โทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารไปสู่ประชาชนกลุ่มใหญ่จำนวนมาก การที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย ทำให้มีโอกาสพัฒนาแนวคิด ความเป็นอยู่ อีกทั้งนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม ประเทศชาติ ประชาชนทุกครัวเรือนสามารถซื้อเครื่องรับโทรทัศน์มาเป็นเจ้าของได้ทุกครัวเรือน ประชาชนมีโอกาสได้รับข่าวสารอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เวลาเดียวกันพร้อมกันทั้งประเทศ ประชาชนสามารถนำสื่อไปใช้วิเคราะห์ได้ด้วยความเร็วทันเหตุการณ์ และทันสมัยตลอดเวลา

ด้านนวัตกรรมทางการสื่อสารนับเป็นนวัตกรรมรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการดำเนินงานต่าง ๆ ในสังคมได้ เพราะกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญในฐานะเป็น "เครื่องมือ" หนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารสาธารณะการสื่อสารในองค์กร การสื่อสารทางสื่อมวลชน หรือการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่านวัตกรรมทางการสื่อสารมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ โดยนวัตกรรมทางการสื่อสารดังกล่าวอาจเป็นทั้งความคิดใหม่ วิธีการ การกระทำ หรือสิ่งใหม่ ๆ อาทิ สื่อ เทคโนโลยี อุปกรณ์ หรือเครื่องมือทางการสื่อสารที่มนุษย์นำมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การแก้ไขปัญหา หรือพัฒนาวิถีการดำรงชีวิต หรือการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการนำนวัตกรรมการสื่อสารมาใช้ในเชิงการพัฒนาการสื่อสารเชิงสุขภาพเพื่อสร้างความเท่าเทียม และลดความเหลื่อมล้ำทางสุขภาพของประชาชนบนพื้นฐานแนวคิดการหลอมรวมสื่อที่เป็นภูมิทัศน์ใหม่ของสื่อในยุคปัจจุบัน

อินเทอร์เน็ตจะทำให้วัฏจักรด้านเทคโนโลยีมีช่วงชีวิต (Life Cycle) ที่สั้นลง เพราะโลกมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอย่างหนักมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา จึงทำให้เทคโนโลยีในทุกสาขาวิชามีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด และเป็นที่น่าสนใจว่า ในช่วงปี 2020-2025 รูปแบบของการดำเนินธุรกิจจะเปลี่ยนไปอย่างมาก จนอาจจะมีบางสาขาอาชีพหายไป เกิดรูปแบบอาชีพใหม่ ๆ ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนเป็นจำนวนมาก จนอาจจะไม่เห็นเค้าโครงเดิมในปี 2030 เพราะในช่วงเวลานั้นเทคโนโลยี Mobile Broadband, IoT, Big Data, AI, Data Analytics และ Blockchain จะมีการหลอมรวม (Convergence) เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง จนทำให้ขีดความสามารถในธุรกิจแบบดั้งเดิมไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อีกต่อไป (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2562)

จากความสำคัญของนวัตกรรมการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษานวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนารูปแบบการสื่อสารใหม่ ๆ รวมถึงเนื้อหาหลักขณการสื่อสารใหม่ ๆ ของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยเน้นไปที่การค้นหาเชิงวิเคราะห์เพื่อพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารด้านสื่อโทรทัศน์ ในยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลนี้ ประเด็นสำคัญที่ต้องการวิจัยจึงเกี่ยวข้องกับการยกระดับให้สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมุ่งสู่การเป็นสื่อที่มีนวัตกรรมการสื่อสารที่ทันสมัย โดยศึกษาทั้งในมุมมองเชิงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชน บนฐานแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารที่เสนอโดย ศุภกิจ แดงขาว (2557) แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เสนอโดย นที ศุกลรัตน์ (2556) และแนวคิดเกี่ยวกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสื่อโทรทัศน์ เสนอโดย อุบลรัตน์ ศิริยวศักดิ์ และเมธา เสรีธนาวงศ์ (2547)

ทั้งนี้ผลการศึกษาในเรื่องนี้จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของสื่อมวลชนไทยอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม ในเชิงวิชาการยังสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางการสื่อสารเพื่องานโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่สำคัญได้ อันจะนำไปสู่การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรมสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์อย่างมากที่สุดกับสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ให้มีความทันสมัย และความน่าเชื่อถืออย่างแท้จริงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย
- 2) เพื่อค้นหาและวิเคราะห์นวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองเชิงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชน
- 3) เพื่อพัฒนาและยกระดับให้สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยสู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่มีแนวทางแบบกึ่งมีโครงสร้าง มีขั้นตอนตามระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 12 คน แบ่งเป็นกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจากสถาบันการศึกษาชั้นนำต่าง ๆ ของประเทศ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์การสอนในระดับอุดมศึกษาอย่างน้อย 10 ปี จำนวน 6 คน ได้แก่ มหาวิทยาลัยรัฐ จำนวน 2 คน มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 2 คน และมหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 2 คน รวมทั้งนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนจากองค์กรสื่อสารมวลชนชั้นนำต่าง ๆ ของประเทศ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานในองค์กรสื่อสารมวลชนอย่างน้อย 10 ปี จำนวน 6 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ต้องเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลอย่างน้อย 10 ปี และเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความสะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูลวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัยที่ถูกต้องน่าเชื่อถือมากที่สุด

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ใช้การตีความเพื่อนำเสนองานวิจัยในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลซ้ำอีกครั้ง (Second Thought) ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการ

นำผลสรุปการวิจัยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ให้ข้อมูล และงานวิจัยของบุคคลอื่นที่มีการศึกษาในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน รวมทั้งตรวจสอบแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ คนด้วย

3. ผลการวิจัย

3.1 สภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย

1) ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า สภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยนั้น สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยยังมีปัญหาในทุกด้าน ทั้งในด้านความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่น้อยลง เนื่องจากผู้บริโภคสื่อจำนวนมากหันไปชมรายการจากคลิป์วิดีโอทางสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ ยูทูบกันมากขึ้น ส่งผลให้รายได้จากโฆษณาซึ่งนับเป็นรายได้หลักของสื่อโทรทัศน์ลดน้อยลงไปอย่างมาก ทำให้เกิดปัญหาต่อมาคือ ด้านเศรษฐกิจของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ประสบปัญหาขาดทุนแทบทุกช่อง สถานี อันส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึงผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่มีการลดจำนวนคน นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักยังให้ความเห็นในประเด็นที่รองลงมา โดยมองว่าสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยยังมีปัญหาจากกฎระเบียบของ กสทช. ที่อาจยังไม่ชัดเจน ตัวอย่างเช่น การออกประกาศเรื่องการเรียงช่องฉบับใหม่ ที่ให้ทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี สามารถเรียงช่องแบบบอกรับสมาชิกในหมายเลข 1-10 แต่ห้ามนำช่องทีวีดิจิทัลไปออกอากาศซ้ำ และต้องคงหมายเลขช่องทีวีดิจิทัล 11-36 ไว้ดังเดิมในทุกโครงข่าย สร้างความเสียหายและผลกระทบต่อผู้ประกอบการและผู้ชมรายการโทรทัศน์เป็นอย่างมาก

2) ผลกระทบจากนวัตกรรมการสื่อสารที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยในปัจจุบัน ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ผลกระทบจากนวัตกรรมการสื่อสารที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยในปัจจุบันนั้น สาเหตุหลักมาจากการทำลายล้างของเทคโนโลยี (Technology Disruption) ที่ภูมิทัศน์ของสื่อเปลี่ยนไป นวัตกรรมการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Online Platform) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความต้องการเสพเนื้อหาจากเดิมคือ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ไปสู่สื่อออนไลน์อย่างแทบเต็มรูปแบบไปแล้ว นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นในประเด็นรองลงมา โดยมองว่า ผลกระทบจากนวัตกรรมการสื่อสารที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยปัจจุบันนั้น ส่งผลให้เกิด “ฟองสบู่ดิจิทัลแตก” ในการเลิกจ้างผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ครั้งใหญ่ ชีวิตของคนทำสื่อทีวีต้องเผชิญกับค่าตอบแทนที่ค่อนข้างน้อย และต้องทำงานหลากหลายด้านมากขึ้น

3.2 การค้นหาและวิเคราะห์นวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

1) นวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองเชิงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชน ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองเชิงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชนนั้น โดยภาพรวมของนวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลควรเน้น “นวัตกรรมเฉพาะตัว” (Individual Innovation) ของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแต่ละสื่อเอง กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ เช่น เป็นช่องทีวีที่เน้นเรื่องข่าวเจาะลึกที่ไม่มีสื่ออื่นสามารถทำได้ เป็นต้น

2) นวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในรูปแบบและลักษณะใหม่ ๆ

2.1) นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ในทุกช่องทางการสื่อสารดิจิทัล เช่น ยูทูบ เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม เป็นต้น โดยต้องเป็นการสื่อสารที่เน้นความรวดเร็วในการนำเสนอเนื้อหาด้วย

2.2) นวัตกรรมเชิงกระบวนการ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงกระบวนการของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีส่วนร่วมและกระตือรือร้นเพิ่มมากขึ้น ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

2.3) นวัตกรรมเชิงตำแหน่ง ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงตำแหน่งของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ควรเปลี่ยนตำแหน่งจากเดิมที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคมวลชน (Mass Audience) เปลี่ยนเป็นกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Audience) เพราะในปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคสื่อมักเปิดรับเนื้อหารายการตามความสนใจของตนเองเป็นหลักมากกว่าในอดีต

2.4) นวัตกรรมเชิงกระบวนการ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงกระบวนการของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ควรมีการเปลี่ยนแปลงกรอบความคิดหรือกระบวนการจากเดิมที่เสนอรายการสู่ผู้ชมโทรทัศน์โดยตรง เปลี่ยนมาเป็น “การเล่าเรื่องราวข้ามสื่อ” (Transmedia Storytelling) โดยเป็นการปรับเปลี่ยนทั้งเนื้อหา และรูปแบบวิธีการเล่าเรื่อง เพื่อลดช่องว่างของพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางการเลือกตามความสนใจ

2.5) นวัตกรรมเชิงสังคม ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงสังคมของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ควรปรับเปลี่ยนจากสื่อเพื่อมวลชน ผู้รับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจำนวนมาก หรือมวลชน เปลี่ยนเป็นสื่อโทรทัศน์เพื่อสังคม (Social TV) โดยสื่อทีวีดิจิทัลควรมีส่วนช่วยในการสร้างการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของประชาชนผู้บริโภคสื่อในสังคมให้ดีขึ้น

3.3 การพัฒนาและยกระดับให้สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยสู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

1) ความสามารถในการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ความสามารถในการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลสู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยนั้น ควรใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อ (Television Convergence) ที่เน้นการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มในลักษณะ “หนึ่งรายการ เผยแพร่หลากหลายสื่อ” (One Program Multiple Platform)

2) ความสามารถในการยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ความสามารถในการยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ต้องปรับแนวความคิดหรือชุดความคิดที่มีต่อระบบดิจิทัลที่ว่า ทีวีดิจิทัลเป็นสื่อหลักของชาติ มีความสำคัญต่อสังคม และความมั่นคงของชาติ ไม่ใช่เพียงสื่อเพื่อเสนอข่าวสารหรือเพื่อความบันเทิง โดยภาครัฐต้องเป็นหลักในการยกระดับแนวความคิดหรือชุดความคิดนี้ร่วมกับภาคเอกชนและภาคประชาชน เนื่องจากนโยบายจากภาครัฐและข้อบังคับทางกฎหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อนวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักรองลงมามองว่า ความสามารถในการยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น การยกระดับควรใช้กลยุทธ์ในการเผยแพร่ และสร้างการมีส่วนร่วมบนทุกแพลตฟอร์มให้กับประชาชนผู้รับสาร และมีการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่เชื่อมโยงเนื้อหาทั้งหมดให้เสริมกัน และสร้างเนื้อหาจากประเด็นสำคัญที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

4. สรุปผลและอภิปรายผล

4.1 สรุปผล

สภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยนั้นยังมีปัญหาในทุกด้าน ทั้งในด้านความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่น้อยลง ทำให้เกิดปัญหาต่อมาคือ ด้านเศรษฐกิจของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่มีปัญหาขาดทุนกันแทบทุกช่องสถานี ผลกระทบจากนวัตกรรมการสื่อสารที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยในปัจจุบันนั้น สาเหตุหลักมาจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีที่ภูมิทัศน์ของสื่อเปลี่ยนไป โดยภาพรวมของนวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ควรเน้น “นวัตกรรมเฉพาะตัว”

ของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแต่ละสื่อ ความสามารถในการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลสู่การเป็นนวัตกรรม การสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยนั้น ควรใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อที่เน้นการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มในลักษณะ “หนึ่งรายการเผยแพร่หลากหลายสื่อ” ส่วนความสามารถในการยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลสู่การเป็นนวัตกรรมการสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้น ต้องปรับแนวความคิดหรือชุดความคิดที่มีต่อระบบดิจิทัลเสียใหม่ที่ว่าทีวีดิจิทัลเป็นสื่อหลักของชาติ มีความสำคัญต่อสังคม และความมั่นคงของชาติ ไม่ใช่เพียงสื่อเพื่อเสนอข่าวสารหรือเพื่อความบันเทิง

4.2 อภิปรายผล

1) โทรทัศน์ดิจิทัลไทยยังมีปัญหาที่รอการแก้ไขมากพอสมควร เนื่องด้วยจากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยนั้น สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยยังมีปัญหาในทุกด้าน ทั้งในด้านความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่น้อยลง ส่งผลให้รายได้จากโฆษณา ลดน้อยลงไปอย่างมาก ปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ประสบปัญหาขาดทุนกันแทบทุกช่องสถานี ปัญหาจากกฎระเบียบของ กสทช. ที่อาจยังไม่ชัดเจนนัก รวมทั้งผลกระทบจากนวัตกรรมการสื่อสาร ที่มีสาเหตุหลักมาจากการทำลายล้างของเทคโนโลยี และส่งผลทำให้ภูมิทัศน์ของสื่อเปลี่ยนไป แพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความต้องการเสพเนื้อหาจากเดิมคือ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ไปสู่สื่อออนไลน์ อย่างแทบเต็มรูปแบบไปแล้ว เห็นได้ว่า สภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทยยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควร แม้จะเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเป็นโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว ยังมีปัญหาในหลากหลายด้านที่รอการแก้ไขปัญหาจากทั้งคนในวงการสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเอง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้ผลิต เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งภาครัฐที่ควรช่วยสนับสนุนในการแก้ไขปัญหา กฎระเบียบให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะประชาชนผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ที่ควรได้รับเนื้อหารายการที่มีคุณภาพและผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ต้องอยู่รอดได้ด้วยในพายุแห่งความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่กำลังเกิดขึ้น

2) นวัตกรรมการหลอมรวมและเล่าเรื่องข้ามสื่อ คือ คำตอบของการพัฒนาโทรทัศน์ดิจิทัล เนื่องด้วยจากผลการวิจัยที่พบว่า ความสามารถในการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลสู่การเป็นนวัตกรรม การสื่อสาร ควรใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อ ที่เน้นการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม ในลักษณะ “หนึ่งรายการ เผยแพร่หลากหลายสื่อ” และการยกระดับสู่การเป็นนวัตกรรม การสื่อสารทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ควรใช้กลยุทธ์ในการเผยแพร่ และสร้างการมีส่วนร่วมบนทุกแพลตฟอร์มให้กับประชาชนผู้รับสาร มีการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่เชื่อมโยงเนื้อหาทั้งหมดให้เสริมกัน และสร้างเนื้อหาจากประเด็นสำคัญที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับการศึกษาของ สกุลศรี ศรีสารคาม (2561) ที่พบว่า โจทย์ของการพัฒนานวัตกรรมคือจะอย่างไรให้รักษางานโปรดักชันที่ดีในแบบโทรทัศน์ไว้ แต่สร้างการรับรู้ของคนดูให้เหมาะกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ยังเป็นสิ่งที่คนทำโทรทัศน์ในไทยยังต้องพัฒนานวัตกรรมต่อไปเพื่อหารูปแบบใหม่ ๆ ทำอย่างไรให้ใช้วิธีในการเล่าเรื่องที่ตามใจวัยได้ ทั้งบนหน้าจอโทรทัศน์และบนสื่อออนไลน์ เห็นได้ว่า การที่จะพัฒนาและยกระดับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย ควรใช้นวัตกรรมการสื่อสารแบบการหลอมรวมสื่อโทรทัศน์เข้ากับทุกสื่อ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ พร้อมกับใช้วิธีการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์ให้มากที่สุด สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลสามารถต่อสู้กับสื่อออนไลน์ที่พัฒนาแบบก้าวกระโดดได้อย่างแน่นอน

4.3 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะทั่วไปจากการวิจัย

1.1) ผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว

1.2) ภาครัฐที่กำกับดูแลงานด้านสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลควรกำหนดกฎระเบียบเกี่ยวกับสื่อนี้ให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

1.3) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้าง “นวัตกรรมเฉพาะตัว” ขึ้นมาให้กับสื่อของตนเอง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ

1.4) ผลิตเนื้อหาโดยใช้นวัตกรรมการหลอมรวมสื่อกับการเล่าเรื่องข้ามสื่อ เพื่อนำเสนอรายการทางสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ให้ตอบสนองความต้องการของทั้งกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม

1.5) ประชาชนผู้บริโภคสื่อควรตระหนักว่า สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเป็นสื่อหลักของชาติ มีความสำคัญต่อสังคม และความมั่นคงของชาติ ไม่ใช่เป็นเพียงสื่อเพื่อข่าวสารหรือความบันเทิง

1.6) ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ต้องร่วมกันสร้างสรรค์สื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลให้มีนวัตกรรมการสื่อสารที่แข่งขันได้กับทุกสื่อ

2) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรศึกษานวัตกรรมการสื่อสารของสื่อประเภทอื่น เช่น สื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อขยายขอบเขตการสร้างองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์

2.2) ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้วยการวิจัยในรูปแบบอื่น ๆ เช่น วิธีการสนทนากลุ่ม และการวิจัยเชิงทดลอง น่าจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น

2.3) ค้นหาตัวแปรหรือแง่มุมทางการสื่อสารเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่น่าสนใจและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

2.4) ศึกษาผู้ให้ข้อมูลหลักอื่น ๆ ในประเด็นเดียวกันนี้ เช่น ศึกษาจากผู้บริหารองค์การสื่อ อาจได้มุมมองความรู้ความเข้าใจที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

5.เอกสารอ้างอิง

- นที ศุกลรัตน์. (2556). *สู่ยุคทีวีดิจิทัลจุดเปลี่ยนวงการโทรทัศน์ไทย*. สืบค้นจาก URL: <http://www.nic.go.th/gsic/e-book/TV-Digital.pdf>.
- วรพล มารศรี. (2556). *ความต้องการรับชมระบบโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนในบ้านเอื้ออาทรมินบุรี เขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภกิจ แดงขาว. (2557). *นวัตกรรมการสื่อสารแนวคิดค่านิยมของคนไทย 12 ประการ ของรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2562). *ดิจิทัลดิสรักชั่น เพิ่งจะเริ่มต้น*. สืบค้นจาก URL: <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9620000001581>.
- ศุกลศรี ศรีสารคาม. (2561). การพัฒนานวัตกรรมเชิงเนื้อหาด้วยกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อสำหรับรายการโทรทัศน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*. 12(1), 193-225.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมธา เสรีธนาวงศ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้เขียน



ประพจน์ ณ บางช้าง

อาจารย์ประจำแขนงวิชาการผลิตสื่อดิจิทัลและสตรีมมิ่งมีเดีย
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การศึกษา

ปริญญาตรี นศ.บ. วิทยุโทรทัศน์
ปริญญาโท นศ.ม. วารสารสนเทศ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิโรจน์ ศรีหิรัญ

อาจารย์ประจำแขนงวิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและงานข่าว
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การศึกษา

ปริญญาตรี นศ.บ. วารสารศาสตร์
ปริญญาโท นศ.ม. วารสารสนเทศ