



วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558
Vol. 3 No. 2 July - December 2015
ISSN : 1906-2591

1

การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็ง
ด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย

» ณัชชา พรหมศรี และกัญญาพร ยอดมิ่ง

22

การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์
สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้

» เสน่ห์พงษ์ ชัยชมภูสกุล และกัญญาพร ยอดมิ่ง

43

การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล

» กันตกรณ เชื้อสุวรรณ และนรินทร์ นำเจริญ

71

เยาวชนไทยและการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น

» ชวรินทร์ ศิลปสุวรรณ, ธรรมยุทธ ปัญญาโสภณ
และพริยา หาดยพงศ์พันธุ์

90

แนวทางการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนเชิงธุรกิจ
ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ
กรณีศึกษา คลื่นมันเอเฟอเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่

» แครรียา นิภามณี และโลภิศ นาสวัสดิ์

วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558
Vol. 3 No. 2 July - December 2015
ISSN : 1906-2591

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชนและสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่างๆ มากขึ้น

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อวรณ์ โอภาสพัฒนกิจ
อาจารย์ ดร.จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
มหาวิทยาลัยรังสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา เกียรติ
มหาวิทยาลัยรังสิต

รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี

สถานีวิจัยแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตติ ธรรมโม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง งามสุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ภาระมรทัต

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผงกา

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ ดร.วีระ สุทะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาฏยา ตนานนท์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรณพ ลิมปนารมณ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ภัทม์ อินทจักร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชลอเจริญ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล

อาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์

อาจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

อาจารย์ ดร.ภัทม์ อินทจักร

อาจารย์ ดร.รัฐพล พรหมมาศ

อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชลอเจริญ

อาจารย์ ดร.วีระ สุภา

กองจัดการ

นายกิตติศักดิ์ ไชยคำ
นางสาวเกษรี ตติยะอนันต์
นางสาวชลาลัย สุขเต่าเผือก
นางสาวณัชชา พรหมศรี
นายมีชัยวัฒน์ พงศ์มัญวาน
นางวัชรภรณ์ ใจเมคา
นายวัชรระ เจริญเรือง
นายอภิภู กิติกำธร
นางสาวอรอนงค์ ดุ้ยแสน

เลขานุการ

นางสาวจิตราพรรณ รัตนวงษ์
นางสาวมูทิตา บุญวยากรณ์

บทบรรณาธิการ

“วารสารการสื่อสารมวลชน” คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2558 มีบทความเกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กรสื่อท้องถิ่น สื่อกับการเรียนรู้ของเยาวชน และสื่อออนไลน์กับการสร้างความ เป็นประชาธิปไตย ซึ่งได้ใช้แนวคิดต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ทำให้เห็นมุมมอง และแง่คิดต่างๆ เกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างน่าสนใจ

ในส่วนของบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารองค์กรสื่อท้องถิ่น บทความแรก เป็นบทความเรื่อง “แนวทางการบริหารงานวิทยุชุมชนเชิงธุรกิจ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ กรณีศึกษา คลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งมีข้อค้นพบการปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารให้สอดคล้องกับ คสช. การดำเนินงานเพื่อควบคุม ค่าใช้จ่าย การวางแผนกำหนดเนื้อหาสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่เนื้อหา นอกจากนี้ ในบทความได้เสนอแนวทางการปรับตัวของคลื่นมันเอฟเอ็มภายใต้การควบคุมของ คสช. โดยเน้นแนวการใช้สื่อใหม่ที่มีอยู่ขององค์กรบูรณาการระหว่างกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมด

บทความ ต่อมา เรื่อง “การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำลายของสื่อดิจิทัล” ผู้เขียนได้อธิบายถึงการปรับตัวขององค์กรออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านการผลิต ด้านบุคลากร และด้านงบประมาณด้านการบริหาร ทั้งนี้ ผู้เขียนได้เสนอว่า องค์กรสื่อท้องถิ่นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูง และนำไปสู่การปฏิบัติทั้ง 4 ด้าน เพื่อให้เกิดการขยายแพลตฟอร์มและนำสื่อโซเชียลมาปรับใช้ให้เกิดความชัดเจนและสอดคล้องกับบริบททางสังคมในยุคดิจิทัล

ในส่วนของบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อกับการเรียนรู้ของเยาวชน บทความแรก เรื่อง “เยาวชนไทยและการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น” ผู้เขียนได้อธิบายถึงผลกระทบจากสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อเยาวชนไทยในด้านต่างๆ ทั้งความเชื่อ ค่านิยม และวิถีการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ยังพบว่า เยาวชนไทยมีความประทับใจในเรื่องของภาษา ลักษณะบุคลิกตัวละคร และการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทั้งนี้ ผู้เขียนยังพบว่าเยาวชนหลายคนได้นำแง่มุมที่ตึงามซึ่งได้รับการ์ตูนญี่ปุ่นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

บทความ ถัดมา เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้” ผู้เขียนนำเสนอ

รายงานการวิจัยที่พบว่า รูปแบบของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีค่าเฉลี่ยของการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตามลำดับ คือ รูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะในการคิดเลขเป็น และรูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะในการอ่านออก รองลงมา คือ รูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้ผู้เขียนได้รายงานผลการวิจัยที่พบว่า คุณลักษณะรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก คือ มีการนำเสนอเนื้อหาความรู้ในการใช้ทักษะชีวิต รวมถึงทักษะในการเรียนรู้และการเห็นคุณค่าในตัวเอง หรือการมีจิตอาสารับใช้สังคม

ในส่วนของบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์กับการสร้างความเป็นประชาธิปไตยเป็นเรื่อง “การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย” โดยผู้เขียนวิเคราะห์ผ่านบทความบนเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมกลุ่มประชาไท (<http://prachatai.com>) และเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมกลุ่มสำนักข่าวอิศรา (<http://www.isranews.org>) เป็นการเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมให้กับประชาชนในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งข้อได้เปรียบของการใช้สื่อเว็บไซต์ของภาคประชาสังคม คือ ความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร เมื่อประชาชนได้รับการสื่อสารที่หลากหลายจะช่วยส่งเสริมความเป็นพลเมืองผู้รอบรู้ (informed citizen) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาธิปไตย โดยเฉพาะเรื่องการใช้สิทธิ เสรีภาพ การวิพากษ์วิจารณ์การปกครอง และการแสดงความคิดเห็น

ในท้ายนี้ หากท่านต้องการส่งบทความเข้าร่วมตีพิมพ์ หรือต้องการบอกรับเป็นสมาชิก “วารสารการสื่อสารมวลชน” รวมถึงข้อมูลอื่นๆ สามารถสืบค้นได้ที่ <http://tci-thaijo.org/index.php/masscomm> พบกันใหม่ฉบับหน้าครับ

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็ง ด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย The Use of Websites by Civic Organizations Democratic Empowerment Among People in Thailand » ณิชชา พรหมศรี และกัญญาพัฑ์ ยอดมิ่ง	1
การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์ สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง ภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ Analysis of Content and Format of Edutainment Television Programs for Children Within Learning Skill Enhancement » เสน่ห์พงษ์ ชัยชมภูสกุล และกัญญาพัฑ์ ยอดมิ่ง	22
การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล Adjustment of Local Newspapers in Chiang Mai Province to the Challenge of Digital Media » กันตภณ เชื้อสุวรรณ และนรินทร์ นำเจริญ	43
เยาวชนไทยและการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น Thai Youth and Their Learning on Japanese Culture via Japanese Comic Media » ขวรินทร์ ศิลปสุวรรณ, ธรณยุทธ ปัญญาโสภณ และพีรยา หาญพงศ์พันธุ์	71

แนวทางการบริหารงานวิทยุชุมชนเชิงธุรกิจ

90

ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกฤษฎีกาความสงบแห่งชาติ

กรณีศึกษา คลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่

Media Management Process of Commercial Community Radio

under the Control of National Council for Peace

and Order Case Study of MUN FM Radio

at Chiang Mai Province

» แคทรียา นิภามณี และโสภัทร นาสวัสดิ์

การพิจารณารับบทความ

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) พิจารณาตีพิมพ์บทความภาษาไทย ประเภทบทความวิจัย และบทความทางวิชาการ ที่มีเนื้อหาด้านการสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง ที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ ในสิ่งพิมพ์วิชาการใด

หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

1. กองบรรณาธิการจะไม่พิจารณาบทความหรือข้อเขียนที่ได้รับการตีพิมพ์แล้วในแหล่งอื่นๆ
2. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิในการพิจารณาคัดเลือกบทความวิชาการ/บทความจากผลการวิจัย ที่จะเผยแพร่โดยความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอก คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิในการพิจารณาทบทวนต้นฉบับบางส่วนในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
4. สำหรับบทความหรือข้อเขียนที่ส่งมาให้พิจารณา กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน ผู้เขียนควรทำสำเนาไว้ด้วย

รายละเอียดการจัดพิมพ์

1. การส่งบทความให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 โดยส่งมาที่กองบรรณาธิการ พร้อมแผ่น CD Rom บรรจุ file ของบทความที่ส่ง
2. ใช้โปรแกรม Microsoft word (Cordia New ขนาดอักษร 16 pt.)
3. ความยาวประมาณ 15 – 20 หน้ากระดาษ A4
4. การอ้างอิง ให้ใช้แบบนามปี

สถานที่ส่งผลงาน

นางสาวจิตราพรพรณ รัตนวงษ์

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ (053) 942703 ต่อ 195 หรือ 086-3935556 โทรสาร (053) 942704

E-mail: aorjiratrapan@gmail.com

- วารสารการสื่อสารมวลชน กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับเดือนมกราคม-มิถุนายน และฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม
- ลิขสิทธิ์เป็นของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ผู้ใดประสงค์จะนำข้อความใดๆ ไปพิมพ์เผยแพร่ต่อ ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์
- วารสารการสื่อสารมวลชน ได้รับเงินอุดหนุนจากคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทศนะและข้อคิดเห็นในวารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทศนะ และข้อเขียนของกองบรรณาธิการหรือของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็ง
ด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย
The Use of Websites by Civic Organizations Democratic
Empowerment Among People in Thailand

ณัชชา พรหมศรี¹
ภูพายัพ ยอดมิ่ง

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม 2) ศึกษาเนื้อหาในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์เนื้อหา ศึกษาเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในส่วนของ “บทความ” บนเว็บไซต์และศึกษาโครงสร้างขององค์กรภาคประชาสังคม เก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2557 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมกลุ่มประชาไท (<http://prachatai.com>) และเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมกลุ่มสำนักข่าวอิศรา (<http://www.isranews.org>)

ผลการศึกษาการใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย พบว่า เว็บไซต์ประชาไท และเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา มีโครงสร้างองค์กรที่หลากหลายและเป็นอิสระ มีการใช้เว็บไซต์เป็นสื่อกลาง หรือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย ด้วยรูปแบบการนำเสนอแบบบล็อก (Blogs) การนำเสนอ

¹ ณัชชา พรหมศรี (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558) และรองศาสตราจารย์ ภูพายัพ ยอดมิ่ง คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสังคมออนไลน์ (Online communities) และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networks) ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมให้กับประชาชนในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งข้อได้เปรียบของการใช้สื่อเว็บไซต์ของภาคประชาสังคม คือ ความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร เมื่อประชาชนได้รับการสื่อสารที่หลากหลายจะช่วยส่งเสริมความเป็นพลเมืองผู้รอบรู้ (Informed citizen) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาธิปไตยได้ จากการศึกษาโครงสร้างองค์กรของสื่อภาคประชาสังคม พบว่า มีโครงสร้างองค์กรที่เป็นอิสระ เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาในบทความ พบว่า มีเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งของประชาชนด้านประชาธิปไตยใน 3 ความหมาย คือ ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของการปกครอง ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต และความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ ทั้งนี้ เนื้อหาดังกล่าวได้ก่อให้เกิดกระบวนการทางประชาธิปไตยขึ้นทั้งเรื่องของการใช้สิทธิ เสรีภาพ การวิพากษ์วิจารณ์การปกครอง และการแสดงความคิดเห็น

Abstract

The objectives of this study entitled “The Use of Websites by Civic Organizations for Democratic Empowerment among People in Thailand” are to examine presentation styles and the content of democratic empowerment found in the two civic organizations’ official websites, which are Prachatai (www.prachatai.com) and Isaranews Agency (www.isaranews.org).

This qualitative research employed content analysis, together with conducting in - depth interviews to investigate the content of democratic empowerment found in the sites’ articles covering the period from August to September, 2014. The samples were chosen from the Prachatai and Isaranews’ sites.

The analysis of the content of democratic empowerment showed that the two sites had various organizational structures, along with the sites were used as a medium for democratic empowering. They used blogs, online communities, and social networks to not only communicate with

the receivers but also to encourage citizen participation. The findings also showed that the edge of using websites was the variety of contents helping the citizens to be informed citizen which was universally considered fundamental factor in democratic empowerment. The examination of the organizational structures of the sites indicated that they were independent organizations. The analysis of the contents revealed that they used contents of democratic empowerment in three aspects as follows: governance, way of life, and ideology. For this reason, it could be said that the contents helped promoting democratic including the human rights, freedom, critique of governance, and freedom of expression.

บทนำ

เสรีภาพในการแสดงออกหรือ “Freedom of expression” เป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคนในระบบประชาธิปไตย จากมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 ได้เขียนหลักการไว้ในวรรคแรกว่า “บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น” และวรรคสองบัญญัติว่าการจำกัดสิทธิต้องออกเป็นกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน ในมาตรา 45 นี้ยัง “ห้ามรัฐสั่งปิดกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นใดไม่ว่าในกรณีใดๆ ก็ตาม และห้ามรัฐแทรกแซงการเสนอข่าวหรือเซ็นเซอร์ข่าว เว้นแต่จะมีกฎหมายเฉพาะให้อำนาจไว้” เสรีภาพของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์อย่างมากกับเสรีภาพในการแสดงออกของบุคคล หากสื่อมวลชนไม่มีเสรีภาพ ก็ยากที่ปัจเจกบุคคลจะมีเสรีภาพในการแสดงออก เนื่องจากบุคคลมักต้องใช้สิทธิในเสรีภาพนี้โดยผ่านสื่อ หรืออาจกล่าวได้ว่า สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนนั้นแยกไม่ออกจากสิทธิเสรีภาพของสามัญชน หรือประชาชนในระบอบการปกครองประชาธิปไตย รากฐานอำนาจของสื่อมวลชนจึงตั้งอยู่บนหลักการสิทธิเสรีภาพของประชาชน ซึ่งสื่อมวลชนเป็นผู้ทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ การตรวจสอบรัฐบาล ตลอดจนหน่วยงานของรัฐแทนประชาชน จึงเท่ากับเป็นผู้ใช้สิทธิเสรีภาพในนามของประชาชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) ดังนั้น สถาบันสื่อสารมวลชนที่อยู่ภายใต้การปกครองในระบอบประชาธิปไตย

ของประเทศไทย จึงควรยึดถือเจตนารมณ์ตามรัฐธรรมนูญ นั่นคือ การทำหน้าที่สื่อเพื่อสาธารณะประโยชน์และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย จึงจะถือได้ว่าสื่อนั้นเข้มแข็งสามารถเป็นที่พึ่งของประชาชนและสังคมได้

แต่ในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยกลับพบว่า สื่อหลักยังไม่สามารถทำหน้าที่เป็นที่พึ่งของประชาชนได้ จากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2553 ที่ผ่านมามีคำสั่งจากรัฐในการปิดกั้นข่าวสาร และลูกลามาไปถึงการสั่งปิดสื่อทางเลือกอื่นๆ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาเรื่อง “ความเป็นพลเมืองในสื่อหนังสือพิมพ์: กรณีการผลักดัน (ร่าง) พ.ร.บ.องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค” ของมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (มีเดียมอนิเตอร์) ซึ่งเป็นการศึกษาข่าวจากหนังสือพิมพ์และจากเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับ คือ ไทยรัฐ มติชน เดลินิวส์ กรุงเทพธุรกิจ โพสต์ทูเดย์ และ ASTV ผู้จัดการ ผลการศึกษา พบว่า ในประเด็นของการนำเสนอข้อมูลที่สนับสนุนขบวนการขับเคลื่อนเพื่อผลักดัน (ร่าง) พ.ร.บ. นั้น ไม่มีหนังสือพิมพ์ฉบับใดนำเสนอ ในขณะที่ไทยรัฐ ไม่นำเสนอเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับเรื่อง (ร่าง) พ.ร.บ.องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีสาระในมาตรา 61 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูตร นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ได้วิเคราะห์สาเหตุการละเลยการทำหน้าที่ของสื่อว่า ส่วนหนึ่งมีสาเหตุจากลักษณะโครงสร้างสื่อที่มีความเป็นสื่อเชิงพาณิชย์สูงจึงทำให้เป็นเรื่องยากในการเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือเข้าถึงได้ การมีส่วนร่วมในการสร้างพื้นที่สื่อสารของภาคประชาสังคมหรือพื้นที่สาธารณะจึงลดลง (พิรงรอง รามสูตร, 2554)

ทั้งนี้ สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนักวิชาการนิเทศศาสตร์ที่มีต่อสื่อมวลชนไทย ปี 2553” ผลการศึกษาพบว่า ในด้านสื่อมวลชน การทำหน้าที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร โดยเฉพาะการประสานส่วนต่างๆ ของสังคม ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความขัดแย้ง เหตุเพราะนโยบายเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก และบ้างก็ถูกแทรกแซงจากอำนาจทางการเมือง ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหานี้ สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ “ประสานสังคม” โดยทำหน้าที่เป็นเวทีกลางในการให้คนกลุ่มต่างๆ เข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ส่วนในด้านของสื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ จากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า สื่อประเภทนี้มีเสรีภาพสูงและยากแก่การปิดกั้น กระบวนการทำงานง่าย สะดวก และรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับการแทรกแซงสื่อ เรื่อง “มาตรการป้องกัน และแก้ไขปัญหาการแทรกแซงสื่อมวลชนโดยรัฐบาล” ของ จริยา คงมา (2554) พบว่า สาเหตุที่รัฐบาลทุกสมัยพยายามเข้ามาแทรกแซงสื่อต้องการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ผลงานและนโยบายต่างๆ เพื่อรักษาฐานเสียง รวมถึงใช้สื่อเป็นเครื่องมือโน้มน้าว ให้ประชาชนเห็นด้วยกับสิ่งที่รัฐบาลต้องการและป้องกันไม่ให้สื่อกระทำการทำร้ายอำนาจ รัฐบาล ซึ่งจากการวิจัยพบว่ารูปแบบหรือวิธีการที่รัฐบาลนำมาใช้ในการแทรกแซง สื่อมวลชนไทยท่ามกลางกระแสทุนนิยมมี 6 รูปแบบ คือ 1) แทรกแซงสื่อผ่านงบประมาณ 2) แทรกแซงสื่อผ่านความสัมพันธ์ส่วนตัว 3) แทรกแซงสื่อด้วยวิธีการกว้านซื้อหุ้น 4) แทรกแซงสื่อผ่านระบบสัมปทาน 5) แทรกแซงสื่อผ่านระบบกฎหมาย และ 6) แทรกแซง สื่อผ่านหน่วยงานภาครัฐ ในด้านของผลกระทบจากการแทรกแซงสื่อ คือ ทำให้การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐบาลถูกจำกัด ความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่อ และองค์กรวิชาชีพต่ำลง เกิดการเซ็นเซอร์ตัวเองของสื่อ กระทั่งต่อหน้าที่การงาน ส่งผล ต่อขวัญกำลังใจของสื่อมวลชน ประชาชนถูกบิดรอนสิทธิเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสาร

เมื่อวิเคราะห์สถานการณ์สื่อในปัจจุบันภายใต้กรอบทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ของสื่อมวลชนจะพบว่าสื่อมวลชนกระแสหลักในปัจจุบัน ทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ล้วนถูกแทรกแซงโดยระบบทุน จึงส่งผลต่อการนำเสนอข่าวสารขององค์กรสื่ออื่นๆ ที่ปิดกั้นข่าวสาร นำเสนอข่าวสารด้านเดียว ในขณะเดียวกันปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร มีการพัฒนามากขึ้น ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต จึงเกิด “สื่อใหม่” ซึ่งเป็นสื่อที่มีความเป็นอิสระสูง เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่า หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ และอิสระจากยุคник การตลาดสร้างเนื้อหาเข้าสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (ณัฏฐชัย จารุวัฒน์ และประภัสสร วรณสถิต, ผู้แปล, 2551)

นอกจากความเป็นอิสระแล้ว ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของสื่อออนไลน์ได้เอง เนื่องจากปัจจัยการผลิตต่ำลง ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ประกอบกับการทำหน้าที่ของสื่อกระแสหลักเบี่ยงเบน จึงเกิด สื่อทางเลือกต่างๆ ที่นำเสนอข่าวสารในรูปแบบออนไลน์ขึ้นมา เพื่อเสนอข่าวสาร

อีกด้านหนึ่งให้กับประชาชน

ในทางทฤษฎี สื่อทางเลือก หมายถึง สื่อที่ทำหายและปฏิเสธอำนาจและสถาบันทางการเมืองอย่างเปิดเผย ทำหน้าที่รณรงค์และตรวจสอบค่านิยมเดิมของสังคมอย่างเจาะลึก ทั้งยังสัมพันธ์กับอำนาจทางการเมืองด้วยการเป็นตัวแทนของลัทธิทางการเมืองและสังคมที่อยู่นอกกรอบทางการเมืองของการแสดงฉันทามติ และในระบอบรัฐสภา สื่อทางเลือกจะทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางการเมืองเพื่อการสื่อสารเพื่อสะท้อนความคิด ความเห็นและปัญหาของกลุ่มที่ถูกมองข้าม มีพลังอำนาจต่อรองทางการเมืองและผลประโยชน์น้อย มักถูกมองข้ามจากสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับชาติ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550) ดังนั้น สื่อทางเลือกจึงเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารอีกด้านหนึ่งกับประชาชน เช่น สื่อวิทยุชุมชน สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ท้องถิ่น สื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ ตัวอย่างสื่อทางเลือก เช่น ศูนย์ข่าวอิศรา เว็บไซต์โต๊ะข่าวภาคใต้ มูลนิธิสถาบันอิศรา เว็บไซต์ปัตตานีนิวส์ เป็นต้น ข้อสังเกต คือ สื่อภาคประชาชนที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของสื่อทางเลือก มักใช้ช่องทางของอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเว็บไซต์ (Website) เฟสบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร เช่น เว็บไซต์ประชาไท เว็บไซต์ผู้จัดการ เว็บไซต์สำนักข่าวประชาธรรม กลุ่มไทยสปริง กลุ่มหน้ากากขาว เป็นต้น เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนมากที่สุดนั่นเอง²

สื่อทั่วโลกได้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ จากเหตุการณ์การขับไล่ประธานาธิบดี ซิน เอล อาบิติน เบน อาลี (Zine El Abidine Ben Ali) แห่งตูนิเซีย เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2554 นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในงานของรัฐบาลได้มากขึ้น นักเคลื่อนไหวใช้โปรแกรมประยุกต์โซเชียลเพื่อเผยแพร่ข้อมูลการรณรงค์ ส่งเสริมการเลือกตั้ง เรียกร้องให้ปลดปล่อยนักโทษการเมืองและนักโทษการเมืองต่อต้านการทุจริต และจัดตั้งการเดิน

²จากสถิติการใช้สื่อใหม่ อย่างสื่อสังคมออนไลน์ของประเทศไทย อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตตามรายงานของ Internet World Stats พบว่าในปี พ.ศ. 2554 เอเชียมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดในโลกถึงร้อยละ 44.8 จากข้อมูลของ Infographic: Thailand Digital Statistic Sep 2012 อัปเดตล่าสุดเดือน กันยายน พ.ศ. 2555 พบว่า ประชากรที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 25 ล้านคน จากสถิติการใช้ Facebook คนไทยใช้ Facebook มากเป็นอันดับที่ 16 ของโลก โดยมีจำนวนผู้ใช้ทั้งหมด 16,403,280 บัญชีทั่วประเทศ โดยส่วนแบ่งการตลาดของสื่อสังคมออนไลน์ 3 อันดับแรก ณ เดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2556 ได้แก่ 1.Facebook 58.51% 2.Youtube 24.15% และ 3.Twitter 1.72%

ขบวนในลักษณะที่สามารถส่งเสริมหลักธรรมาภิบาล สื่อสังคมสามารถกระตุ้นให้รัฐบาลดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง จากปรากฏการณ์ต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันประชาชนมีบทบาทในฐานะสื่อมากขึ้น รวมถึงการรวมตัวกันขององค์กรภาคประชาสังคมในการใช้สื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางการนำเสนอข่าวทางเลือก หรือข่าวนอกกระแส และบางครั้งก็มีอิทธิพลมากกว่าบทบาทของสื่อหลักอีกด้วย ดังนั้นเมื่อสื่อกระแสหลักไม่มีความเข้มแข็งเนื่องจากตกเป็นเครื่องมือของรัฐและทุน จึงไม่สามารถเป็นที่พึ่งของประชาชนได้ ในขณะที่ปัจจุบันสื่อออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาททางการเคลื่อนไหวทางสังคมของประชาชนเพิ่มขึ้น เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสนับสนุนการเคลื่อนไหวรูปแบบดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการศึกษา ดังนี้

1. องค์กรภาคประชาสังคม กลุ่ม ประชาไท ศึกษาเว็บไซต์ <http://prachatai.com/>
2. องค์กรภาคประชาสังคม กลุ่ม สำนักข่าวอิศรา ศึกษาเว็บไซต์ <http://www.isranews.org>

โดยใช้แนวคิดสื่อภาคประชาสังคม แนวคิดประชาธิปไตย แนวคิดสื่อแบบประชาธิปไตย และเน้นการมีส่วนร่วม แนวคิดเกี่ยวกับความเข้มแข็ง และแนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสาร มาเป็นกรอบในการศึกษา โดยมุ่งหวังว่าจะนำความรู้ไปต่อยอดและพัฒนาการใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตย และนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความเข้มแข็งในด้านอื่นๆ ให้กับประชาชนและสังคมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. ศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม
2. ศึกษาเนื้อหาที่มีส่วนในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์ของภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย” ผู้วิจัยในแนวคิดและทฤษฎี เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาคประชาสังคม
2. แนวคิดสื่อภาคประชาสังคม
3. แนวคิดสื่อทางเลือก
4. แนวคิดประชาธิปไตย
5. แนวคิดสื่อแบบประชาธิปไตยเน้นการมีส่วนร่วม
6. แนวคิดความเข้มแข็งของชุมชน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับประชาสังคม แนวคิดสื่อภาคประชาสังคม แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนกับสื่อ และแนวคิดสื่อทางเลือก มาใช้ในงานวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจลักษณะสำคัญของสื่อภาคประชาสังคมอย่างรอบด้าน และใช้แนวคิดประชาธิปไตย แนวคิดสื่อแบบประชาธิปไตยเน้นการมีส่วนร่วม และแนวคิดความเข้มแข็งของชุมชน นำไปใช้สร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชน โดยการศึกษาการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตย ต้องศึกษาทั้ง 3 ความหมาย คือ ประชาธิปไตยในความหมายของการปกครอง ประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต และประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ดังนี้

ผู้วิจัยแบ่งประเภทของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม 2 เว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องเป็นสื่อที่นำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ออนไลน์ที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ในปัจจุบัน ดำเนินงานโดยกลุ่มองค์กร

ไม่แสวงหากำไร (NGO) หรือมูลนิธิ โดยไม่มีจุดประสงค์ด้านการค้าเป็นหลัก และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 คือ กลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน และกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ของ “บทความ” ในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม เป็นระยะเวลา 2 เดือน คือ 1 สิงหาคม 2557- 30 กันยายน 2557 เนื่องจากเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเกิดขึ้น จึงอยากทราบว่าส่งผลต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมหรือไม่ โดยใช้กรอบแนวคิดสื่อทางสังคมออนไลน์ แนวคิดสื่อภาคประชาสังคม และแนวคิดประชาธิปไตยเป็นกรอบหลักในการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณานาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

สรุปผลการวิจัย

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ทั้งเว็บไซต์ประชาไทและเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรานี้ มีส่วนช่วยในการสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชน ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่สนับสนุนอุดมการณ์ สิทธิ และเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ความเท่าเทียมของผู้ส่งสาร การให้ข่าวสารความรู้กับประชาชน และช่วยสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนกับสื่อ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมือง และการทำกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ เป็นต้น

แนวคิดสื่อทางสังคม (Social media)	เว็บไซต์ประเทศไทย	เว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา
บล็อก (Blog)	บล็อก ประเทศไทย บล็อกกาสิโน	-
สังคมออนไลน์ (Online Communities)	ผู้ที่มีความสนใจคล้ายกัน โดยเว็บไซต์มีการแบ่งหมวดเนื้อหาในเว็บไซต์ ดังนี้ เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม บันเทิง ต่างประเทศ แรงงาน สิ่งแวดล้อม ความมั่นคง ไอซีที/เทคโนโลยี สิทธิมนุษยชน สารระ ภาพข่าวทั้งหมดรวมถึงหัวเรื่องอื่นๆ เช่น บล็อกกาสิโน มัลติมีเดีย ประชาไทใส่เสียง (ข่าวคลิปเสียง) ปฏิทินกิจกรรม มอนิเตอร์โฆษณา ร้านค้า ผู้สนับสนุน	ผู้ที่มีความสนใจคล้ายกัน โดยเว็บไซต์มีการแบ่งหมวดเนื้อหาในเว็บไซต์ ดังนี้ ศูนย์ข่าวภาคใต้ ศูนย์ข่าวเพื่อชุมชน ศูนย์ข่าวสารนโยบายสาธารณะ ศูนย์ข่าวสืบสวน โดยทั้งข่าวและบทความได้แบ่งเป็นหมวดเนื้อหาย่อยๆ เช่น การศึกษาระบบสุขภาพ เศรษฐกิจ ชุมชน ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมเยาวชนสตรี วัฒนธรรม เกษตร นวัตกรรม ข่าวการเมือง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networks)	ประเทศไทย อาร์เอสเอส ฟีด (Prachatai.com RSS) Facebook Fanpage Twitter Youtube Channel Google Plus	Facebook Fanpage Twitter Youtube Channel

ภาพที่ 1 ตารางสรุปรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม

เนื้อหาการสร้างเสริมความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย

เนื้อหาการสร้างเสริมความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของเว็บไซต์ภาคประชาสังคมที่สะท้อนจากบทความของเว็บไซต์ทั้งสอง ประกอบด้วยเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยใน 3 ความหมาย คือ ประชาธิปไตยในความหมายของการปกครองประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต และประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ จากประเด็นเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานของรัฐบาล หรือการปกครอง และการเสนอข้อร้องเรียนต่อรัฐบาล พบเป็นจำนวนมากที่สุด อาจอนุมานได้ว่าเว็บไซต์ประชาไทให้ความสำคัญกับการเปิดพื้นที่สาธารณะในการแสดงความคิดเห็นของประชาชน ประกอบกับเนื้อหาที่สอดคล้องกับประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต พบประเด็นเกี่ยวกับการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างจำนวนมากที่สุด และบทความเกี่ยวกับประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ พบเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาค ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ความเสมอภาคทางการปฏิบัติของกฎหมาย และกฎหมาย/รัฐธรรมนูญ และเสรีภาพในการพูด การพิมพ์ การโฆษณา (เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น) จำนวนมากที่สุด ยังเป็นการแสดงจุดยืนที่แตกต่างของเว็บไซต์ประชาไท ในการสนับสนุนความคิดเห็นที่หลากหลายของประชาชน ส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อรัฐบาล หรือการปกครองผ่านบทความในเว็บไซต์ และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อำนาจรัฐในมุมมองที่หลากหลายจากองค์กรสื่อจากนักเคลื่อนไหวทางสังคม รวมถึงจากผู้เขียนที่เป็นประชาชนทั่วไป ผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ใช้พื้นที่สาธารณะออนไลน์ในการนำเสนอประเด็นปัญหาในชุมชนตลอดจนรับทราบประเด็นปัญหาจากชุมชนอื่นๆ ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะความเป็นพลเมืองตามกฎหมาย รัฐธรรมนูญ สิทธิ เสรีภาพ และโอกาสทางสังคมของประชาชน จุดเด่นของบทความในเว็บไซต์ประชาไท อยู่ที่ความหลากหลายของเนื้อหาและผู้เขียน ซึ่งผู้เขียนที่มาจากต่างพื้นที่ก็ทำให้มีประเด็นการนำเสนอที่ต่างกันไป รวมทั้งผู้เขียนที่มาจากต่างสาขาอาชีพ ทั้งอาชีพรับราชการ นักวิชาการ นักเคลื่อนไหวทางสังคม เกษตรกร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ย่อมมีมุมมองต่อประเด็นเดียวกันที่ต่างกันไป ส่งผลให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด ที่หลากหลาย เพื่อนำไปคิดต่อยอด วิเคราะห์และพิจารณาประเด็นต่างๆ ในสังคมได้อย่างรอบคอบมากขึ้น

เนื้อหาการสร้างเสริมความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของเว็บไซต์สำนักข่าวอิศราที่สะท้อนจากบทความของเว็บไซต์ ประกอบด้วยเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดความเป็นประชาธิปไตยใน 3 ความหมายเช่นเดียวกับเว็บไซต์ประชาไท คือ ประชาธิปไตยใน

ความหมายของการปกครอง ประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต และประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ โดยบทความที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับประชาธิปไตยในความหมายของการปกครอง พบประเด็นเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานของรัฐบาล หรือการปกครองจำนวนมากที่สุด บทความที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต พบประเด็นที่เกี่ยวกับการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างจำนวนมากที่สุด ประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ พบประเด็นที่เกี่ยวกับ กฎหมาย/รัฐธรรมนูญ และเสรีภาพในการพูด การพิมพ์ การโฆษณา (เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น) จำนวนมากที่สุด จากเนื้อหาที่สอดคล้องกับความหมายของประชาธิปไตยดังกล่าว ส่งผลให้ประชาชนผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อรัฐบาล ผ่านบทความในเว็บไซต์ รับทราบข้อร้องเรียนต่อรัฐบาล บทความอื่นๆ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อำนาจรัฐในแง่มุมที่หลากหลายจากองค์กรสื่อ ในลักษณะที่ใกล้เคียงกับเว็บไซต์ประชาไท แต่จุดเด่นของบทความในเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา คือ บทความส่วนหนึ่งมาจากองค์กรสื่อเอง หรือเป็นข่าวที่สร้างขึ้นโดยทีมข่าวขององค์กรเอง ดังนั้น ในบทความของเว็บไซต์สำนักข่าวอิศราจะค่อนข้างมีประเด็นที่มีความเข้มข้น เป็นข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน นำเสนอประเด็นที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่มีแหล่งอ้างอิง สามารถตรวจสอบได้ รวมไปถึงมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ทั้งการเขียนสลับข่าว การสัมภาษณ์ เป็นต้น ส่งผลให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลประเด็นข่าวทางเลือก ซึ่งไม่สามารถหาอ่านได้ในสื่อกระแสหลัก ก่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ และเห็นมิติทางสังคม หรือมิติเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งข้อมูล ข่าวสาร และความรู้จากบทความ หรือจากเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมนั้น นำไปสู่ความเข้มแข็งทางความคิดของประชาชนได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย” พบความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยที่สะท้อนจากเว็บไซต์ภาคประชาสังคมทั้งสององค์กร แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นใหญ่ๆ คือ

ประเด็นที่หนึ่ง ความเข้มแข็งด้านโครงสร้างองค์กร

แนวคิดสื่อแบบประชาธิปไตยและเน้นการมีส่วนร่วม (Democratic participant Media Theory) จะต่อต้านการผูกขาดกิจการสื่อ และการนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากเกินไป รวมทั้งปฏิเสธเรื่องการสื่อสารแบบรวมศูนย์ และได้เสนอเรื่องความหลากหลายในการสื่อสาร สิทธิที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สิทธิที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน และกลุ่มวัฒนธรรมย่อยต่างๆ รวมถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร แมคเคเวล เสนอประเด็นบทบาทของสื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตยไว้ดังนี้ (McQuail, 2005 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ) ประเด็นโครงสร้างและการทำงานของสื่อ จำเป็นต้องประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ เสรีภาพของสื่อมวลชน ความหลากหลายในการเป็นเจ้าของสื่อ และความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นและวัฒนธรรม รวมถึงประเด็นของสิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบในการรายงานข่าวก็เป็นสิ่งสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมมีความสอดคล้องกับแนวคิดสื่อแบบประชาธิปไตยและเน้นการมีส่วนร่วม (Democratic-participant Media Theory) กล่าวคือ ด้วยความเชื่อว่าสื่อมวลชนควรเป็นอิสระจากการควบคุมของรัฐบาลหรือกลุ่มผลประโยชน์ในสังคม เพื่อจะได้มีอิสระในการรายงานข่าว ไม่ต้องมีการเซ็นเซอร์หรือการขออนุญาตจากรัฐ และมีความหลากหลายในการเป็นเจ้าของสื่อ และความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นและวัฒนธรรม ซึ่งสื่อมวลชนควรจะแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของสังคม โดยเฉพาะด้านการเมือง ศาสนา วัฒนธรรม เชื้อชาติ และอื่นๆ โดยสื่อมวลชนต้องเปิดโอกาสให้ความคิดเห็นที่แตกต่าง โดยเฉพาะความคิดเห็นของคนส่วนน้อยได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อ

ดังนั้น เมื่อองค์กรสื่อภาคประชาสังคมทั้งสอง มีโครงสร้างองค์กรที่หลากหลาย มีอิสรภาพ ไม่ถูกครอบงำจากกลุ่มอำนาจหรือกลุ่มทุนใดๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดสื่อแบบประชาธิปไตยและเน้นการมีส่วนร่วม จึงทำให้ให้เว็บไซต์ทั้งสองสามารถนำเสนอเนื้อหาประเด็นข่าวสารที่มีความหลากหลาย ประเด็นข่าวสารเชิงลึก และประเด็นข่าวทางเลือกเพื่อเปิดแนวคิดมุมมองของประชาชน ส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจจากข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น มองสังคมในแง่มุมหรือในมิติต่างได้หลากหลาย จึงถือว่าช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนได้

ประเด็นที่สอง ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของการปกครอง วิถีชีวิต และอุดมการณ์

ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของการปกครอง

พงษ์ศักดิ์ เล็กนุกญาสิน (2547) ได้สรุปความหมายของคำว่า ประชาธิปไตย ในฐานะที่เป็นระบอบการปกครอง หมายถึง รูปแบบการปกครองที่ยึดอำนาจอธิปไตย เป็นของปวงชน เป็นการปกครองที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การเลือกตั้งผู้แทน การลงสมัครเลือกตั้งผู้แทน การลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทน การแสดงความคิดเห็นต่อการบริหารงานของรัฐบาล เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการปกครองที่อาศัยเสียงข้างมากอยู่บนพื้นฐานการเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคน ว่ามีวิจรรย์ญาณในการตัดสินใจ ว่าชอบด้วยธรรมและมีเหตุผล โดยมีองค์ประกอบของการปกครอง คือ รัฐบาล การเลือกตั้ง และเสียงข้างมาก

จากการศึกษาพบบทความในลักษณะที่ผู้รับสารใช้เว็บไซต์ของภาคประชาสังคม เป็นช่องทางในการเขียนบทความเพื่อเสนอปัญหาต่อสังคม หรือเรียกร้องความรับผิดชอบของรัฐ ซึ่งการเสนอข้อร้องเรียนต่อรัฐนั้น ถือเป็นหน้าที่พลเมืองตามระบอบประชาธิปไตย กล่าวคือ การเป็นพลเมืองนั้นมีหลายมิติ ซึ่งการที่จะเป็นพลเมืองได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ (Abowitz & Harnish, 2006 อ้างถึงใน วรากร สามโกเศศ) ดังต่อไปนี้ (1) มีเอกลักษณ์ที่มาจากความเป็นสมาชิกของชุมชนทางการเมือง (2) ยึดถือค่านิยมเฉพาะและอุดมคติ (3) มีสิทธิและหน้าที่ (4) มีส่วนร่วมทางการเมือง (5) มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง ดังแนวคิดที่ว่าความเป็นพลเมือง (Citizen) เป็นคำที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประชาธิปไตย เนื่องจากประชาธิปไตยจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ นอกจากจะมีรัฐธรรมนูญที่ดีเท่านั้น แต่ประชาชนยังต้องเป็นพลเมืองตามระบอบประชาธิปไตยด้วย (วรากร สามโกเศศ, 2554) ความเป็นพลเมืองนั้น เป็นสถานะที่การเป็นพลเมืองของสังคมของประชาชนของชาติที่มีทฤษฎีเรื่องสัญญาของสังคมให้สิทธิและความรับผิดชอบแก่ประชาชน ความเป็นพลเมืองเป็นเรื่องของการมีสิทธิ เสรีภาพ การมีส่วนร่วมทางการเมืองในชีวิตของชุมชน ในทางกฎหมายยังเป็น เรื่องที่เชื่อมระหว่างปัจเจกชนกับรัฐอีกด้วย นอกจากนี้ พลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ถือว่าเป็นพลเมืองที่ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะที่จะนำประเทศไปสู่สันติสุข ด้วยวิถีประชาธิปไตย ซึ่งรวมการมีอิสรภาพ การพึ่งตัวเองได้ การมีสิทธิ การเคารพสิทธิ มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม เคารพกติกาบ้านเมือง ไม่ใช้ความรุนแรง มีจิตสาธารณะ เป็นต้น การที่ประเทศใดจะพัฒนาประชาธิปไตยให้ก้าวหน้าไปได้ด้วยดี ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัย

หลายประการ รวมทั้งการที่ประชาชนมีความเป็นพลเมืองสูงด้วย (ดร.ถิรลวดิ บุรีกุล, 2555)

นอกจากประเด็นการแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานของรัฐบาล หรือการปกครอง และการเสนอข้อร้องเรียนต่อรัฐบาลแล้ว เนื้อหาของเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ทั้งสอง ยังสะท้อนประชาธิปไตยในความหมายของการปกครองที่ยึดอำนาจอธิปไตย เป็นของปวงชนผ่านบทความที่มีเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะ ความเป็นพลเมือง ข้าราชการภาครัฐ การใช้อำนาจรัฐ การเลือกตั้ง ซึ่งประเด็นดังกล่าว สามารถช่วยสนับสนุนให้เกิดสังคมของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยที่มั่นคงได้

ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต

เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็ง ด้านประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต ด้วยการเป็นสื่อกลางในการนำเสนอปัญหา และการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่าง จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้เว็บไซต์ ส่วนหนึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยใช้เว็บไซต์ประชาไท/สำนักข่าวอิศรา เป็นสื่อกลางในการนำเสนอปัญหา หรือขอความช่วยเหลือ มีข้อมูลข่าวสารเชิงลึก และแตกต่างจาก สื่อกระแสหลัก อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ ต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างเคยนำข้อมูลหรือประเด็นข่าวเชิงลึก จากเว็บไซต์ขององค์กร ภาคประชาสังคมในประเด็นข่าว หรือบทความ มานำเสนอ หรือเปิดประเด็นในสังคม ส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ผ่านโซเชียลมีเดีย (Facebook) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า เมื่อประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก และเกิดการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะช่วยส่งเสริมความเป็นพลเมือง ผู้รอบรู้ (informed citizen) และมีเหตุมีผล อันจะส่งผลให้ประชาชนมีเหตุมีผลในการ ตัดสินใจในการเลือกตั้งมากขึ้น ทำให้มีแนวโน้มเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น รวมทั้งยังทำให้พลเมืองมีความสามารถในการปกครองตนเองได้มากขึ้นด้วย (Barber, 1984 อ้างถึงใน เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์) ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานที่เสริมสร้างความ เข้มแข็งให้กับประชาธิปไตย

ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์

จากการศึกษาบทความในเว็บไซต์ประชาไท และเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา พบว่า มีความคล้ายคลึงกันทั้ง 2 เว็บไซต์ คือ พบบทความที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับประชาธิปไตย

ในความหมายของอุดมการณ์ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสิทธิต่างๆ ของประชาชน ทั้งสิทธิมนุษยชน สิทธิพลเมือง สิทธิส่วนบุคคล สิทธิในทรัพย์สิน สิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายและเสรีภาพ ทั้งเสรีภาพในการพูด การพิมพ์ การโฆษณา (เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น) เสรีภาพในการรวมกลุ่ม สมาคม รวมไปถึงเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาคทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ซึ่งเว็บไซต์ทั้งสองมีประเด็นที่เกี่ยวกับ ความเสมอภาคทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเสรีภาพในการพูด การพิมพ์ การโฆษณา (เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น) โดยบทความจะนำเสนอในลักษณะของข้อเขียน หรือบทความวิชาการวิจารณ์รัฐเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมในสังคมไทย นอกจากนี้ยังพบบทความในประเด็นเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน เป็นลักษณะของบทความนำเสนอผลกระทบของรัฐที่มีต่อสิทธิด้านมนุษยชนของประชาชนในลักษณะต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านได้ตระหนักถึงสิทธิของตน

ฤทัยวรรณ โชคทวีพาณิชย์ (2550) อธิบายถึงสิทธิในการรายงานข่าวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารนั้นๆ มาเผยแพร่สู่สาธารณชน เช่น สิทธิการรับรู้ ที่ประชาชนทุกคนจะต้องรับรู้ข่าวสารนั้นครบถ้วน แต่ทั้งนี้จะต้องไม่ล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลซึ่งควรได้รับการพิทักษ์รักษาตามกฎหมายและตามหลักว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ดังนั้น พลเมืองจะต้องมีสิทธิที่จะรู้ (Right to Know) ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ก่อน เมื่อประชาชนมีสิทธิที่จะรู้จึงเป็นหน้าที่สำคัญของสื่อมวลชนที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ มามอบให้กับประชาชน เมื่อประชาชนมีข้อมูลข่าวสารที่มากพอ ก็จะนำไปสู่การถกเถียงเพื่อหาคำตอบและเพื่อให้สื่อมวลชนสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อจึงได้รับมอบ “สิทธิในการแสวงหาข่าวสาร” เพื่อนำความรู้ที่ได้มา มอบให้แก่ประชาชน แต่อย่างไรก็ตาม แม้ประชาชนมีสิทธิที่จะรู้แต่สิทธิดังกล่าวก็จะมีข้อจำกัดหลักประการหนึ่งซึ่งเป็นข้อจำกัดสิทธิที่จะรู้ คือ หลักในเรื่องของสิทธิส่วนบุคคล (Right of privacy) กล่าวคือประชาชนย่อมมีสิทธิที่จะรู้ได้ทราบที่ไม่ไปละเมิดต่อเรื่องส่วนตัวของบุคคลอื่น

นอกจากนี้ในสังคมประชาธิปไตยยังต้องมีเสรีภาพในการแสวงหาข่าวสาร โดยในการปกครองระบอบประชาธิปไตยส่วนใหญ่ต้องมีแนวความคิดที่ตรงกันว่า รัฐมีหน้าที่แจ้งข่าวสารต่างๆ ให้กับประชาชนได้รับทราบผ่านสื่อมวลชนและจะต้องอนุญาตให้สื่อมวลชนแสวงหาข่าวสารต่างๆ ได้โดยเสรี ปราศจากการแทรกแซงหรือขัดขวางจากรัฐ เสรีภาพของสื่อมวลชนในการแสวงหาข่าวสารจึงมีความผูกพันอย่างใกล้ชิดกับเสรีภาพของประชาชนในการได้รับข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า

แท้จริงแล้วสื่อมวลชนเปรียบเสมือนตัวแทนของประชาชนในการใช้เสรีภาพในการแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาวิพากษ์วิจารณ์หรือแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อสวัสดิภาพและความเป็นอยู่ของประชาชนนั่นเอง ทั้งนี้ ปฎิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติข้อ 11 ได้บัญญัติไว้ว่า “ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความคิดเห็น และการแสดงออกสิทธินี้รวมถึงอิสรภาพในการที่จะถือเอาความเห็นโดยปราศจากการแทรกสอดที่จะแสวงหาจับและแจกจ่ายข่าวสารและความคิดเห็นไม่ว่าโดยวิธีใดๆ และโดยไม่คำนึงถึงเขตแดน” นั้นหมายความว่า เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ถือเป็นหลักสำคัญของการสร้างเสริมความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชน ซึ่งในบทความของเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมนั้น ปรากฏบทความที่สอดคล้องกับเสรีภาพในการพูด การพิมพ์ การโฆษณา (เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น) ในเชิงของบทความที่สนับสนุนให้ประชาชนทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ผ่านการนำเสนอข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับเสรีภาพในมุมมองที่หลากหลาย นอกจากสิทธิและเสรีภาพแล้ว ความเข้มแข็งด้าน “ประชาธิปไตย” ในความหมายของอุดมการณ์ ยังต้องประกอบไปด้วย ความเสมอภาค รวมถึงประเด็นเกี่ยวกับกฎหมายและรัฐธรรมนูญของไทยในเชิงผลกระทบด้วย

ดังนั้น เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคม ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ ด้วยการนำเสนอพื้นที่ที่เสนอบทความที่ก่อให้เกิดการติดตั้งอุดมการณ์ประชาธิปไตยว่าด้วยเรื่องของสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของภาคประชาชน รวมถึงให้ข้อมูลข่าวสารที่เสริมสร้างความเข้าใจในประเด็นเกี่ยวกับกฎหมายและรัฐธรรมนูญว่าเป็นประเด็นใกล้ตัวที่มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน รวมไปถึงก่อให้เกิดการตระหนักในสิทธิหน้าที่ของตน และการใช้สิทธิชุมชนเพื่อผลักดันและต่อสู้ให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ของกลุ่มตนและประโยชน์สาธารณะ

ประเด็นที่สาม พลังของการใช้สื่อของภาคประชาสังคม

การวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างเสริมความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทยในบทความของเว็บไซต์ประชาไทและเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา พบเนื้อหาที่สอดคล้องและสะท้อนความหมายของประชาธิปไตยไว้เป็นส่วนใหญ่เมื่อเทียบกับประเด็นเนื้อหาในด้านอื่นๆ

Larry Diamond (อ้างถึงใน มนทกานต์ ตปนียางกูร, 2545) กล่าวว่า ประชาสังคมเป็นทั้งจุดหมายและวิธีการหรือกระบวนการของการพัฒนาประชาธิปไตย นั้นหมายความว่า

ว่า ประชาสังคมมีบทบาทในกระบวนการสร้างและจรรโลงประชาธิปไตย เพราะการทำงานของประชาสังคมในการสร้างพื้นที่ทางสังคมและการดำรงอยู่ในกระบวนการสร้างและจรรโลงประชาธิปไตยด้วย บทบาทของประชาสังคมจึงมีลักษณะที่มากกว่า การรวมกลุ่มก่อนของผู้คนในลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มผลักดันที่อาศัยกลุ่มเป็นเครื่องมือในการปกป้องหรือต่อสู้ผลักดันให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ของกลุ่มตน นอกจากนี้ในประเด็นของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ของอินเทอร์เน็ต มีข้อได้เปรียบที่เหนือสื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อย่างเห็นได้ชัด เมื่อนำข้อได้เปรียบของเทคโนโลยีสื่อใหม่มาผนวกกับแนวคิดเรื่องสื่อประชาสังคมที่ต้องอาศัยพื้นที่สาธารณะในการเป็นพื้นที่ให้กับภาคประชาชน ที่มีความสนใจสามารถร่วมกันแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเป็นตัวช่วยสร้างเครือข่ายความเป็นประชาสังคม ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนกันถึงประเด็นปัญหาต่างๆ โดยตรง โดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักที่มีกรอบความคิด และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแบบเดิมๆ ตลอดจนลักษณะความเป็นนิรนาม (Anonymity) ของอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้มีความรู้สึกอิสระและสามารถมีเสรีภาพในการแสดงออกได้มากกว่า เช่นเดียวกับการเกิดของเว็บไซต์ข่าวสาร เป็นการสื่อสารในแนวราบมากยิ่งขึ้น ประชาชนสามารถสื่อสารกันเองได้ เปิดโอกาสให้การรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มการเคลื่อนไหว การแสวงหาแนวร่วม เปลี่ยนบทบาทของพลเมืองที่จากเดิมเป็นเพียงผู้รับสาร (Passive) แต่เพียงอย่างเดียวมาเป็นผู้กระทำ (Active) คือมาเป็นผู้ส่งสาร หรือแสดงความคิดเห็นสร้างแรงกดดันให้กับภาครัฐ ในประเด็นที่พลเมืองไม่เห็นด้วยได้ ทั้งหมดนี้เรียกได้ว่าเป็นการติดต่อทางด้านข้อมูลให้กับประชาชน (มนทกานต์ ตปนียางกูร, 2545) สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าการใช้เว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมในการสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยของประชาชนในประเทศไทย ศึกษาผ่านเว็บไซต์ประชาไท และเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา สามารถสร้างความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยให้กับประชาชนได้ โดยความเข้มแข็งด้านโครงสร้างองค์กร คือ เป็นเว็บไซต์ที่มีโครงสร้างองค์กรที่หลากหลาย ไม่เป็นทั้งของภาครัฐและเอกชน ไม่มุ่งหวังกำไรเป็นที่ตั้ง จึงไม่ถูกรอบงำด้วยทุนนิยมอย่างสื่อกระแสหลัก รวมทั้งลักษณะของรูปแบบการนำเสนอของเว็บไซต์ทั้งสอง ยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และความเข้มแข็งทางความคิดของประชาชนได้ กล่าวคือ ธรรมชาติของสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่เปิดพื้นที่และการมีส่วนร่วมของประชาชนออกไปอย่างกว้างขวางเป็นสื่อที่มีต้นทุนต่ำ มีประสิทธิภาพ

ในการสื่อสาร 2 ทาง ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายขึ้น เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร และมีเนื้อหาหลากหลาย ซึ่งเป็นเนื้อหาที่สนับสนุนให้เกิดความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของการปกครอง ความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของวิถีชีวิต และความเข้มแข็งด้านประชาธิปไตยในความหมายของอุดมการณ์ เมื่อประชาชนมีข้อมูลและความรู้ในจึงมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น จะช่วยส่งเสริมความเป็นพลเมืองผู้รอบรู้ (Informed citizen) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาธิปไตย เช่น ประชาชนมีข้อมูลในมิติทางการเมืองการปกครองด้วย ส่งผลให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้น มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะต่างๆ เป็นต้น

เมื่อประชาชนมีความรอบรู้ มีความสนใจร่วมกัน เกิดการติดตั้งอุดมการณ์ประชาธิปไตยและมีจิตสำนึกร่วมกันในการพัฒนาชุมชนหรือสังคมที่ตนอาศัยอยู่ด้วยความเต็มใจ ไม่หวังผลตอบแทน จะทำให้เกิดพลังการเคลื่อนไหวทางการเมือง เชื่อมมั่นและเคารพในสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของพลเมืองในประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมไทยไปสู่สังคมประชาธิปไตยอย่างสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

การศึกษาเว็บไซต์ขององค์กรภาคประชาสังคมนั้นยังมีหลายด้านที่สามารถนำไปศึกษาต่อยอดได้ เช่น การสร้างพื้นที่ในการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยศึกษาเชิงลึกถึงรูปแบบการมีส่วนร่วม ระดับการมีส่วนร่วม หรือศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของผู้รับสาร ในประเด็นเกี่ยวกับ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้พัฒนาการสร้างเว็บไซต์ที่สามารถสร้างความเข้มแข็งด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างเป็นรูปธรรม

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิด และเทคนิค. กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.

- จามะรี เชียงทอง. (2543). **วิวัฒนาการของประชาสังคมในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- เจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ. (2550). **เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนในฐานะสื่อประชาสังคม**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2550). **ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ขบวนการเคลื่อนไหวประชาสังคมในต่างประเทศ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ วิชาฯ, 2540 อ้างถึงใน อริณ เจียรพงษ์.
- ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีรยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. (2546). **รายงานวิจัยเรื่อง สื่อสาธารณะ (โครงการปฏิรูปสื่อการพัฒนาบุคลากรและสื่อสาธารณะ)**.
- ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์. ผู้อำนวยการสถาบันอิศรา สัมภาษณ์วันที่ 20 มีนาคม 2558.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **การสื่อสาร: กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21**. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 17 กรกฎาคม-กันยายน 2542
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- พงษ์ศักดิ์ เล็กบุญญาสิน. (2547). **บทบาทของโรงเรียนในการส่งเสริมประชาธิปไตย**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิรงรอง รามสูต. (2556). **พิศสื่อ พินิจสังคม**. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2543). **วิวัฒนาการของประชาสังคมในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: ทีดีอาร์ไอ.
- สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักมาตรฐานอุดมศึกษาและทบวงมหาวิทยาลัย (2545)
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. **อภิปรายหัวข้อ เสรีภาพสื่อไทยในยุคเศรษฐกิจการเมืองผูกขาด** 25 พฤศจิกายน 2547.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). **“อินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาประชาธิปไตย”**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 กันยายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.kriengsakom/node/1127>

- มนทกานต์ ตปนียางกูร. (2557). “พัฒนาการของสื่อประชาสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ต”
วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 กันยายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.thaitesis.org/detail.php?id=1082545001556>
- ฤทัยวรรณ โชคทวีพาณิชย์. (2558). “สิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบในการรายงานข่าว” วันที่เข้าถึงข้อมูล 18 มกราคม 2558, แหล่งที่มา http://elearning.nsruc.ac.th/2550/report_beginning/208.html
- วิลาสินี พิพิธกุล, ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีรยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. “การสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ” วันที่เข้าถึงข้อมูล 12 มิถุนายน 2555, แหล่งที่มา www.thaibja.org
- สภาพัฒนาการเมือง (สพม.). “การสร้างคามเข้มแข็งของพลเมือง: มุมมองต่อบทบาทของภาครัฐ” วันที่เข้าถึงข้อมูล 7 กันยายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.pdc.go.th/th/content/97/123.html>

การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์
สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง
ภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้
Analysis of Content and Format
of Edutainment Television Programs
for Children Within Learning Skill Enhancement

เสนห์พงษ์ ชัยชมภูสกุล¹
ภูยาชีพ ยอดมิ่ง

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้” มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อวิเคราะห์รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง และเพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง ผลการศึกษา รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง ทั้งหมด 4 รายการจาก 3 ช่องสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ที่ออกอากาศทางช่อง 3, 7 และไทยพีบีเอส ในช่วงระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2557 พบว่า รูปแบบของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุดคือ รูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะในการคิดเลขเป็น ((A)Rithematics) และรูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะในการอ่านออก (Reading) รองลงมาคือ รูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Computing and ICT Literacy)

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงโดยใช้การสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามที่จัดทำตามหลักของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ว่าด้วยองค์ประกอบของการคิดวิเคราะห์จาก

¹เสนห์พงษ์ ชัยชมภูสกุล (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558) และรองศาสตราจารย์ ภูยาชีพ ยอดมิ่ง คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3 ท่าน ให้ความคิดเห็นที่แตกต่างกันแบ่งเป็น 2 แนวคิด 1) เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีความแตกต่างหลากหลาย วัตถุประสงค์การทำรายการของหน่วยงาน หรือองค์กรนั้นๆ 2) เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ไม่ได้สอนแต่ความรู้ในการใช้ทักษะชีวิต หรือทักษะในการเรียนรู้เพียงอย่างเดียว ยังคงมีองค์ประกอบอื่นอีกมากมาย เช่นการเห็นคุณค่าในตัวเอง การมีจิตอาสารับใช้สังคม

Abstract

The objectives of this independent study entitled “Analysis of Content and Format of Edutainment Television Programs for Children with the Concept of Learning Skill Enhancement” are to analyze and examine format and content of educational entertainment (edutainment) disseminated for children via television programs. Four edutainment programs, broadcasted during 1st October until 31st December 2014, are selected from three television channels which are Channel 3, Channel 7, and Thai PBS. The study showed that on average, children programs, especially the ones focusing on arithmetic or mathematics and reading received the highest average. Then computing and ICT literacy programs held lower ranks respectively.

For content analysis, three samples were interviewed with a questionnaire based on the standard of the Office of the Basic Education Commission of Thailand. The findings suggested two main ideas. First, the content for children programs should be varied depending on the target audience and purposes of media companies. Second, excellent content for children should not only be about promoting learning skills or life skills but also helping the target audience develop self-esteem or volunteerism.

บทนำ

เด็กไทยในยุคปัจจุบัน มีเครื่องมือในการสื่อสารกันมากมาย อาทิ โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ตโฟน ที่ทำงานได้หลายอย่างในเครื่องเดียว อินเทอร์เน็ต สถานีโทรทัศน์ ดาวเทียม สถานีโทรทัศน์ทั่วไป และอื่นๆ มีผู้ตั้งคำถามว่า นักวิจัยสนใจเกี่ยวกับสื่อมวลชน

หรือสื่อที่จะทำหน้าที่บ่มเพาะคนหรือกลุ่มคนในสังคมมีวิธีการสื่อสารที่จะส่งสารไปถึงผู้รับสารที่เป็นเด็กได้อย่างชัดเจน มีรูปแบบที่น่าสนใจ เนื้อหาที่ครบถ้วน ส่งเสริมทักษะในการเรียนรู้ในยุคสมัยปัจจุบัน จากผลวิจัยประจำปีฉบับที่ 4 ของ อีริคสัน คอนซูเมอร์แล็บ (Ericsson Consumer Lab) ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคยุคอิทธิพลของสมาร์ตดีไวซ์กับการดูทีวี พบว่า ทศนคติและแนวโน้มของผู้บริโภคกับการชมโทรทัศน์ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ ผลมาจากการเติบโตของเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการสื่อสาร อุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างแท็บเล็ตสมาร์ตโฟน ประกอบกับเทคโนโลยีไร้สายในปัจจุบันที่มีการพัฒนาเป็นอย่างมาก ทำให้การส่งผ่านข้อมูลได้รวดเร็วและผู้บริโภคมีทางเลือกช่องทางในการรับชม เปลี่ยนจากผู้ใช้เป็นผู้เรียนรู้ที่จะค้นหาสิ่งที่ตัวเองต้องการมากขึ้น

สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กต้องปรับตัว ปรับเนื้อหา ปรับรูปแบบการนำเสนอเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นเด็ก ให้ได้ในสิ่งที่ต้องการพร้อมกับเนื้อหาสาระ ทักษะการใช้ชีวิตที่เป็นประโยชน์ ข้อมูลปี พ.ศ. 2557 จากมีเดียมอนิเตอร์พบว่า รายการสำหรับเด็กหรือรายการเพื่อเด็กปฐมวัยหายไปจากหน้าจอโทรทัศน์อย่างสิ้นเชิง “แสดงให้เห็นว่าไม่มีใครสื่อสารกับเด็กโดยตรง ด้วยภาษาที่เด็กเข้าใจ รายงานจากสถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม ผลวิจัยโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อระบุเรตติ้งรายการทั่วไปจะมากที่สุด ส่วนรายการเด็กเหลือเพียงร้อยละ 1 ขณะที่รายการการ์ตูนและภาพยนตร์การ์ตูนมากที่สุด รายการละครสำหรับเด็กเป็นจำนวนน้อยมาก ซึ่งมักเป็นละครที่นำเสนอเรื่องราวเหนือจริง (Fantasy) อิทธิฤทธิ์และเวทย์มนตร์ไม่ค่อยสอดแทรกความรู้ ลักษณะการให้ความรู้ผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ยังอยู่ในระดับต้นเป็นการให้โดยใช้ความจำ การจำแนกแยกแยะ ความเข้าใจ แต่การพัฒนาความรู้ขึ้นการจำแนกแยกแยะไปจนถึงการประยุกต์ พบว่ารายการวาไรตี้หรือนิตยสารทางอากาศที่เน้นการสาธิต การสอน การประดิษฐ์ ส่วนการให้ความรู้ขั้นวิเคราะห์และสังเคราะห์พบว่ามีน้อยมาก แต่มักปรากฏในรายการประเภทตอบปัญหา เกมโชว์ ระดับการมีส่วนร่วมของเด็กในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีส่วนสำคัญในการคัดสรรเนื้อหาและรูปแบบรายการ ประเด็นในการนำเสนอ เนื้อหารายละเอียด รวมไปถึงรูปแบบของรายการ โดยรายการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของเด็กสูงคือ รายการที่มีลักษณะของการแสดงออกร่วมของเด็ก เกมส์ตอบปัญหาแข่งขันหาผู้ชนะ สารคดีและรายการรูปแบบที่สอดแทรกความรู้ ทักษะในการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลมากพอหรือยัง ซึ่งในความจริงมีรายการรูปแบบนี้ในปริมาณที่

น้อยมาก หากไม่เริ่มปรับตัวในปัจจุบัน หากต่อไปในอนาคตอาจจะมีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ดี รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เป็นแบบอย่างให้กับเด็กๆ ในสังคมที่ควรจะต้องทำตามเป็นตัวอย่างที่ดี ฉายบนหน้าจอสถานีโทรทัศน์อีกต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง
2. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้” ผู้ศึกษาวิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย รายละเอียด ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการเล่าเรื่อง (Narrative Theory)

Lucaites & Condit อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่หลักของการเล่าเรื่องไว้ว่า (อริยญา มิ่งเมือง อ้างถึงในพรทิพย์ ลิ้มปิชัยโสภณ, 2549, น.15-16) มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. มีหน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการ เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการเล่าเรื่องอยู่ที่ความเป็นไปได้และการยอมรับร่วมกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร
2. หน้าที่ในทางวิภาษวิธี คือ การค้นหา เปิดเผย และนำเสนอความจริง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข่าวสารที่คนเรารู้เป็นประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้
3. หน้าที่ในการโน้มน้าวใจ การเล่าเรื่องต้องมีการเรียบเรียงถ้อยคำ รูปแบบการพูด รวมถึงเนื้อหาที่จะพูด ต้องสอดคล้องกับบริบท

แนวคิดขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์

นิรุฒ สุพรรณชาติ (อ้างถึงใน เกียรติ วัฒนศิริป, 2552) กล่าวถึงลักษณะการผลิตรายการโทรทัศน์ไว้ว่า โดยทั่วไปรายการโทรทัศน์วงจรเปิดและวงจรปิดมีลักษณะการผลิตรายการเป็น 2 ลักษณะ คือ รายการสด (Live Program) และรายการบันทึกเทปโทรทัศน์ (Video Tape Program)

รายการบันทึกเทปโทรทัศน์เป็นการผลิตรายการที่นิยมใช้มากทั้งในวงการโทรทัศน์วงจรเปิดและโทรทัศน์วงจรปิด เพราะการผลิตสามารถทำการแก้ไข เปลี่ยนแปลงข้อบกพร่องของรายการก่อนที่จะทำการถ่ายทอด การผลิตรายการเช่นนี้กระบวนการ

ทุกอย่างทำเช่นเดียวกับการผลิตรายการสด เพียงแต่ขณะที่กำลังถ่ายทำรายการจะยังไม่ส่งรายการออกไปทันที รายการจะถูกทำไว้ล่วงหน้าก่อน เมื่อถึงเวลาถ่ายทอดรายการจริงจึงจะทำการเปิดเครื่องบันทึกภาพเพื่อส่งรายการออกอากาศไป การผลิตรายการเทปโทรทัศน์นี้จึงมีข้อดีกว่ารายการสด เพราะสามารถควบคุมเวลา สามารถแก้ไขข้อบกพร่องของรายการและด้านอื่นๆ อีกทั้งรายการสดไม่สามารถทำการแก้ไขได้ในระหว่างการออกอากาศ แต่สำหรับรายการบันทึกเทปโทรทัศน์สามารถแก้ไขได้โดยเริ่มต้นทำการแสดงใหม่ และบันทึกภาพรายการที่สมบูรณ์ที่สุดเพื่อเผยแพร่ต่อไปได้

เมื่อพิจารณาตามลักษณะของงานแล้วสามารถรวมเป็นขั้นตอนหลักได้ 4 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. ขั้นตอนการวางแผนผลิตรายการโทรทัศน์ (Production planning)
2. ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Preparation)
3. ขั้นตอนดำเนินการผลิต (Production)
4. ขั้นตอนประเมินผลรายการ (Post - Production)

แนวคิดรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

หลักการจัดรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กวัย 7-12 ปี (วัยประถมศึกษา ป.1-ป.6) เด็กวัยนี้ต้องการที่จะแสดงความสามารถในการเคลื่อนไหวมากขึ้น มักชอบเปลี่ยนกิจกรรมอยู่เสมอ ต้องการพักผ่อนที่เพียงพอ ชอบเล่นรุนแรง ไม่ชอบอยู่นิ่ง เริ่มสนใจเรื่องเพศ สนใจเรื่องสุขภาพอนามัยและขยายความสนใจไปสู่โลกภายนอก มีความต้องการอารมณ์ที่ต่างกันไปจากวัยเด็กเล็ก คือชอบสร้างจินตนาการ สร้างโลกของตัวเอง ต้องการเป็นที่ยอมรับ แต่มักมีความกลัวจากจินตนาการที่ตัวเองสร้างขึ้น และบางครั้งก็มีลักษณะก้าวร้าว บางครั้งอ่อนไหว ต้องการความรัก ความใกล้ชิดผูกพัน

1. วัตถุประสงค์ของการจัดรายการ ส่วนใหญ่มักมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน เป็นความบันเทิงที่แฝงความตื่นเต้น เข้าใจ เพื่อดึงดูดมิให้เปลี่ยนกิจกรรมจากการดูโทรทัศน์เป็นการทำกิจกรรมอื่นเร็วเกินไป นอกจากนั้นยังจำเป็นที่จะต้องสอดแทรกการปลูกฝังความรู้และทัศนคติบางอย่างที่ละเอียดละน้อยโดยอาจสร้างสิ่งสมมติให้เด็กสร้างจินตนาการตามไป ทดแทนสิ่งที่เป็นามธรรมด้วยสิ่งที่เป็รูปธรรม ให้มีตัวตนที่เห็นได้ สัมผัสได้ เพื่อให้เด็กเกิดความจดจำและเพลิดเพลินควบคู่ไปด้วย

2. เนื้อหาสาระของรายการเด็กวัยนี้สนใจเรื่องที่ทางตัวไปสู่โลกภายนอกมากขึ้น แต่เป็นเรื่องง่ายๆ มีความตื่นเต้น ผจญภัย และชอบเล่นรุนแรง จึงมักชอบนิทานที่มีการต่อสู้ มีผู้ร้ายและพระเอก เริ่มที่จะเลียนแบบจดจำแบบอย่างและปฏิบัติตาม ดังนั้น เนื้อหา

จึงมักจะแฝงการสั่งสอนในเรื่องความดี ความเก่งกาจสามารถ ความซื่อสัตย์ เพื่อสอนใจ และให้จดจำเป็นแบบอย่าง สอนให้รู้สิ่งดีสิ่งชั่วร้ายได้

3. รูปแบบการนำเสนอ เนื่องจากเนื้อหาเป็นเรื่องที่เน้นความตื่นตันทื่นใจมากขึ้น สร้างจินตนาการมากขึ้น รูปแบบ การเสนอรายการจึงนิยมรูปแบบละครมากกว่าเล่าเรื่อง แต่ยังชอบการ์ตูนอยู่ อาจสอดแทรกการให้ความรู้โดยรูปแบบการนำเสนอเชิงแข่งขัน และประกอบกับต้องการการยอมรับ ต้องการเป็นคนที่มีความสำคัญ และชอบตัดสินใจด้วยตนเอง จึงอาจจัดรายการสอดแทรกความรู้โดยการแข่งขันเกม แข่งขันตอบปัญหา

4. เวลาในการนำเสนอรายการ ไม่ควรนำเสนอรายการในช่วงเวลาที่ยาวนานนัก เพราะเด็กวัยนี้ยังต้องการพักผ่อนไม่ชอบความจำเจ มักเปลี่ยนกิจกรรมอยู่เสมอ เวลาที่นำเสนอรายการของเด็กวัยนี้จึงอยู่ที่ รายการละ 15-30 นาที อาจเสนอในเวลาสั้นกว่านี้ก็ได้ แต่ละรายการจะไม่วายเกิน 30 นาที เพราะสมาธิในการฟังและดูมีขีดจำกัดอยู่ แต่เนื่องจากเนื้อหาเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้เพราะมักเป็นเรื่องตื่นเต้นต่อเนื่อง จึงนิยมใช้เวลา 15-30 นาทีเพื่อไม่ให้เสียอรรถรสของเนื้อหาสาระและเวลาที่จัดออกอากาศ ควรเป็นเวลาเด็กพ้นจากการพักผ่อนนอนหลับแล้ว อาจเป็นช่วงเช้า สาย บ่ายหรือเย็น ก็ได้ แต่ไม่ควรเป็นเวลากลางคืน เพราะเด็กจะเกิดความกลัวต่อกิจกรรมที่ได้ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลาทำให้เพลียและหมดสมาธิเร็วเกินกว่าปกติ ดังนั้นจึงไม่นิยมจัดรายการเด็กในตอนกลางคืน

สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้จัดรายการโทรทัศน์ควรจะต้องคำนึงถึงโดยเน้นเนื้อหาสาระให้เกิดประโยชน์ โดยจัดเสนอด้วยรูปแบบและวิธีการที่สามารถโน้มน้าวชักจูงให้เยาวชน ตัดใจและซึมซาบสิ่งที่ดี ๆ ไว้ทีละเล็กทีละน้อย การจัดรายการที่ดีผู้จัดต้องนำองค์ประกอบ มาพิจารณาให้ลึกซึ้งเพราะเด็กเป็นวัยที่มีลักษณะเฉพาะ สื่อโทรทัศน์นับว่ามีอิทธิพลต่อ ความเชื่อและทัศนคติของเด็กอย่างมาก เด็กจะยึดถือและทำตามแบบอย่างรายการ โทรทัศน์อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่จะต้องใช้หลักการพิจารณา จัดรายการโทรทัศน์ ให้รอบคอบที่สุด

แนวคิดด้านทักษะการศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21 (21st Century Skill)
หมายถึง ทักษะเพื่อนำไปใช้ โดยเฉพาะทักษะในการสร้างแรงบันดาลใจ ทักษะในการ เรียนรู้ อ่านออกเขียนได้ พร้อมด้วยการฝึกฝนสำนึกความเป็นคนดี และกลม่อกลาให้เป็นมนุษย์ที่แท้จริง

กรอบความคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (3Rs+8Cs)
+2Ls

1. 3Rs คือ

1.1 Reading (อ่านออก)

1.2 (W) Riting (เขียนได้)

1.3 (A) Rithmetics (คิดเลขเป็น) รวมกับ 21st Century Themes (8Cs)

2. 21st Century Themes หรือ 8Cs คือ

2.1 Critical Thinking and Problem Solving (ทักษะด้านการคิดอย่างมี
วิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา)

2.2 Creativity and Innovation (ทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม)

2.3 Collaboration Teamwork and Leadership (ทักษะด้านความร่วมมือ
การทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ)

2.4 Cross-cultural Understanding (ทักษะด้านความเข้าใจความต่าง
วัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์)

2.5 Communications, Information and Media Literacy (ทักษะด้าน
การสื่อสารสารสนเทศและรู้เท่าทันสื่อ)

2.6 Computing and Media Literacy/ ICT Literacy (ทักษะด้านคอมพิวเตอร์
และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

2.7 Career and Learning Skills (ทักษะอาชีพ และทักษะการเรียนรู้)

2.8 Change (ทักษะในการปรับตัวเปลี่ยนแปลง)

3. 2Ls คือ

3.1 Learning Skills (ทักษะการเรียนรู้)

3.2 Leadership (ทักษะภาวะผู้นำ)

เพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดเกี่ยวกับ The 21st Century Skill (ทักษะ
แห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21) ในภาพรวมกับทักษะที่กำลังเฟื่องฟูสร้างวิธีการเรียนรู้
ได้ผลดีอย่างไรและมีรายละเอียดปลีกย่อยตามหลักทักษะแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่
21 ดังต่อไปนี้ (ข้อมูลจาก: การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21 วิจารณ์ พานิช (2557):
หน้า 10) “เรียนให้ได้ทักษะเพื่อนำไปใช้ โดยเฉพาะทักษะในการสร้างแรงบันดาลใจและ
ทักษะในการเรียนรู้ อ่านออกเขียนได้ ไม่พอ ต้องกล่อมเกลามากฝึกฝนสำนึกความเป็นคนดี
เป็นมนุษย์ที่แท้” สิ่งสำคัญที่พวกเราทุกคนคงทราบกันแล้วว่า การศึกษาไทยจะดำรง
สภาพเหมือนอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ไม่ได้ ลูกหลานของเรจะไม่ทันโลก จะมีชีวิตที่
ดีไม่ได้ เพราะฉะนั้นการศึกษาจะต้องเปลี่ยน และท่านที่อยู่เนิ่นนี้คือ “แกนนำ” คือผู้ที่

มาช่วยกันลงมือทำ จะนำทฤษฎีคิดทั้งหลายมาลงมือทำและดูว่าได้ผลอย่างไร แล้วมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นี่คือ “วิธีการที่ดีที่สุดที่จะสร้างคุณประโยชน์ สร้างการเปลี่ยนแปลง ให้แก่ระบบการศึกษาของบ้านเมืองเรา”

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง เพื่อให้ครอบคลุมในส่วนของรายละเอียดเนื้อหาของรายการ ออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหารายการผ่านความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กผู้มีประสบการณ์ ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และยังใช้การเก็บข้อมูลจากการสังเกต (Observation) ประกอบด้วย โดยใช้หลักการคิดเชิงวิเคราะห์ (Analytical Thinking) โดยเลือกการเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกลุ่มตัวอย่างและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กผู้มีประสบการณ์ รายละเอียดแบบสอบถามได้จัดทำตามหลักของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2548, หน้า 52) กล่าวว่า องค์ประกอบของการคิดวิเคราะห์ประกอบด้วย รายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การตีความ ความเข้าใจและให้เหตุผลแก่สิ่งที่ต้องการวิเคราะห์เพื่อแปลความของสิ่งนั้นขึ้นกับความรู้ประสบการณ์และค่านิยม
2. การมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะวิเคราะห์
3. การช่างสังเกต สงสัย ช่างถาม ขอบเขตของคำถาม ที่เกี่ยวข้องกับการคิดเชิงวิเคราะห์จะยึดหลัก 5W1H คือ (Who) ใคร, (What) อะไร, (Where) ที่ไหน, (When) เมื่อไร, (Why) ทำไม และ (How) อย่างไร
4. การหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (คำถาม) ค้นหาคำตอบได้ว่า อะไรเป็นสาเหตุให้เรื่องนั้นเชื่อมกับสิ่งนี้ได้ส่งผลกระทบอย่างไรวิธีการ แก้ไขปัญหาอย่างไร

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างเลือกการเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจากรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 3 คน

2. ประชากรผู้มีประสบการณ์ หรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมุ่งเน้นเกี่ยวกับเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทั้งหมดจำนวน 3 คน จาก 3 รายการ ได้แก่

คุณจตุพล ชุมพงค์ อายุ 38 ปี รายการสายลับธรรมชาติ Nature Spy ออกอากาศทางช่องไทยพีบีเอส Thai PBSทีวีเสรี

คุณคาเรน คล่องตรวโจโรค (คาเรน คล่องตรวโจโรค นิตโรจน์สกุล) อายุ 30 ปี รายการ “เป็นเด็กให้เก่งกว่าที่เด็กเป็น” ออกอากาศทางช่องไทยพีบีเอส Thai PBS ทีวีเสรี

คุณธีระพร ปิ่นทอง อายุ 31 ปี รายการ Super book ซึ่งเป็นการตูนแอนิเมชัน ออกอากาศทางช่อง 9 Family, ช่อง 9 HD และช่อง Cartoon Club Channel (Cable TV)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง ภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ใช้การเก็บข้อมูลจากการสังเกต (Observation) และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยคัดเลือกรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ประเภทสาระบันเทิง ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ทั่วไป หรือฟรีทีวี ที่ได้รับความนิยมในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เป็นรายการที่ส่งเสริมทักษะในการเรียนรู้ของเด็ก ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ที่ออกอากาศระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 4 รายการ จาก 3 ช่องสถานีฟรีทีวี โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เน้นเฉพาะรายการประเภทสาระบันเทิง ตามการสำรวจวรรณกรรม ผู้วิจัยใช้การลงรหัสบันทึก (Coding Sheet)

ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2557 โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการรับชมผ่านเว็บไซต์ <https://www.youtube.com> และดูทีวีย้อนหลัง ซึ่งประกอบด้วยรายการกลุ่มตัวอย่างที่มีการนำเสนอรูปแบบสาระบันเทิง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ 4 รายการ รายการละ 13 ตอน รวมทั้งหมด 52 ตอน

ผู้วิจัยสร้างตารางลงรหัสบันทึก (Coding Sheet) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลใน ส่วนแรก คือ วิเคราะห์รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิงภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ (3Rs+8Cs)+2Ls เครื่องมือในการวิจัยในการวัดค่าประเมินแบบสอบถาม คำถามในส่วนแรกนี้ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ท

(Likert Type) ซึ่งมีอยู่ 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงขอบเขตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสารบันเทิงจำนวน 4 รายการ

สถานีโทรทัศน์	รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก	วันที่ออกอากาศ	ช่วงเวลา (น.)	ระยะเวลา (นาที)
ช่อง 3	รายการสมรภูมิไอเดีย	วันศุกร์	15.30-15.55	25
ช่อง 7	รายการเรื่องเด็กๆ สนุกยกกำลัง 2	วันพุธ	16.30-17.00	30
ไทยพีบีเอส	รายการวิตามินข่าว	วันเสาร์-อาทิตย์	17.55-18.00	5
ไทยพีบีเอส	รายการทำให้อ่าน	วันอาทิตย์	8.30-9.00	30

1. รายการสมรภูมิไอเดีย ไทยทีวีสีช่อง 3 ร่วมกับ บีบีซี-เทโร จัดงานมอบรางวัล “สมรภูมิไอเดียอวอร์ด ครั้งที่ 1” เชิดชูไอเดียสิ่งประดิษฐ์ ของนักคิดที่เป็นทั้งวัยเด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป โดยมีการแบ่งประเภทของการแข่งขันเป็นระดับต่างๆ รุ่นประถม รุ่นมัธยมอุดมศึกษา และประชาชนทั่วไป ในวันที่ 16 มิถุนายน 2557

2. รายการเรื่องเด็กๆ ยกกำลัง 2 รางวัลผู้ทำคุณประโยชน์ด้านนันทนาการ สาขารายการโทรทัศน์ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายการเด็กที่มีรูปแบบการนำเสนอผ่านตัวพิธีกรเด็กและหลากหลายช่วงรายการประกอบเข้าไว้ด้วยกัน รูปแบบว่าไรต์ ในวันที่ 12 สิงหาคม 2557

3. รายการวิตามินข่าว รางวัลรายการโทรทัศน์ในดวงใจครอบครัว (Family Poll) 2012 โดยเครือข่ายครอบครัวเผ่าระวังและสร้างสรรค์สื่อ (คฟส.) และรายการเด็กที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายในการประกวดรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กระดับโลก THE PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL FESTIVAL 2012 ที่ประเทศเยอรมนีและเข้าชิง Japan Prize 2012 การประกวดสื่อการศึกษาและให้ความรู้ระดับนานาชาติ ที่ประเทศญี่ปุ่น

4. รายการทำให้อ่าน รางวัลรายการโทรทัศน์ในดวงใจครอบครัว ครั้งที่ 5

(Family Awards 2013) ประเภท ๓6+ โดดเด่นด้านการส่งเสริมระบบคิด วิธีการและการให้เหตุผลทางวิชาการ โดยเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ รูปแบบรายการที่เป็นการแบ่งทีมเพื่อเลือกคำตอบ กลุ่มเป้าหมายคือระดับชั้นประถมศึกษา

ตารางแสดงผลการศึกษา

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบรายการเกี่ยวกับทักษะการศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21 (21st Century Skill)

รูปแบบรายการเกี่ยวกับ ทักษะการเรียนรู้		S.D.	ระดับการ ส่งเสริม ทักษะ
1. ในการอ่านออก Reading	4.71	0.51	มากที่สุด
2. ในการเขียนได้ (W)Riting	4.29	0.69	มากที่สุด
3. ในการคิดเลขเป็น(A)Rithemetics	4.71	0.42	มากที่สุด
4. การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณและทักษะในการแก้ปัญหา Critical Thinking and Problem Solving	4.31	0.57	มากที่สุด
5. ด้านการสร้างสรรค์ และนวัตกรรม Creativity and Innovation	4.04	0.72	มาก
6. ด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ Collaboration ,Teamwork and Leadership	4.35	0.54	มากที่สุด
7. ด้านความเข้าใจต่างวัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์ Cross-Cultural Understanding Skills	4.17	0.79	มากที่สุด
8. ด้านการสื่อสารสารสนเทศและรู้เท่าทันสื่อ Communications, Information and Media Literacy	4.27	0.66	มากที่สุด
9. ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร Computing and ICT Literacy	4.56	0.40	มากที่สุด

10. อาชีพ และทักษะการเรียนรู้ Career and Learning Skills	4.33	0.73	มากที่สุด
11. การปรับตัวเปลี่ยนแปลง Change	4.22	0.73	มากที่สุด
12. ภาวะผู้นำ Leadership	4.27	0.57	มากที่สุด
13. การเรียนรู้ Learning Skills	4.14	0.65	มาก

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ในส่วนของเนื้อหารายการผ่านความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแนวทางการสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และยังใช้การเก็บข้อมูลจากการสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและแนวคิดตามหลักของ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ การศึกษาวิเคราะห์ผลในเชิงพรรณนา สรุปเป็นประเด็น ดังนี้
ประเด็น: การตีความ ความเข้าใจ และให้เหตุผลแก่สิ่งที่ต้องการวิเคราะห์ เพื่อแปลความของสิ่งนั้นขึ้นกับความรู้อุปสรรคและค่านิยม

การตีความ

เนื้อหารายการเด็ก ไม่ควรมีการตีความยาก การเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งที่สำคัญ กลุ่มตัวอย่างให้ประเด็นในเนื้อหารายการ เริ่มต้นด้วยคำถาม ปัญหา หรือข้อขัดแย้งก่อน เพื่อการที่จะเข้าเนื้อหารายการหลักที่จะแปลปัญหานั้นว่ามีสาเหตุหรือต้นเรื่องมาจากอะไร เกี่ยวประสานกับการแปลความหมายของปัญหานั้นอย่างไร

ความเข้าใจ

เนื้อหาของรายการเด็กที่ง่ายต่อความเข้าใจนั้นสำคัญ รายการทำให้อ่านมีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ มีการตั้งคำถามก่อน โดยที่พิธีกรทำหน้าที่ถามคำถาม ต่อจากนั้นก็สอบถามความคิดเห็นของเด็กๆที่ร่วมรายการว่าคิดอย่างไร คำถามคือคำตอบต่อไปนี้ที่มีความหมายว่า “รักอย่างที่สุด” ก.สุดสวาทขาดใจ ข.สุดใจขาดดิน น้อยๆให้ความคิดเห็น สวาทแปลว่ารัก สุดสวาทขาดใจเป็นความรักที่มาก ลูกเป็นสุดสวาทขาดใจของคุณพ่อคุณแม่ โดยน้อยๆ ที่ร่วมรายการทั้งหมดทุกคนได้ทำความเข้าใจและเลือกตอบ ข้อ ก.

ซึ่งเป็นคำตอบที่ถูกต้อง

การให้เหตุผล

การให้เหตุผลควรมีข้อมูลหรือข้อยืนยันที่น่าเชื่อถือ รายการสมมุติโอเดียให้ตัวอย่างได้ชัดเจน ในตอนสิ่งประดิษฐ์เตาไฟมหัศจรรย์ เป็นของที่สร้างสรรค์โดยการเริ่มต้นจากการที่น้องๆ ต้องไปเข้าค่ายลูกเสือนอกสถานที่ ไม่มีไฟสำหรับประกอบอาหาร จึงมีการประดิษฐ์คิดค้น เตาไฟซึ่งทำจากวัสดุเหลือใช้นำมาประกอบรวมกัน มีการเรียงแรงของเปลวไฟด้วยเครื่องเป่าลม มีการให้เหตุผลประกอบว่า การประดิษฐ์เตาไฟมหัศจรรย์นี้เป็นการสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุที่เหลือใช้ มีขนาดเล็กพกพาง่ายและมีประโยชน์ในการออกค่าย หรือทำอาหารนอกสถานที่

ประเด็น : การมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะวิเคราะห์

กลุ่มตัวอย่างมีการวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน จำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มรายการโทรทัศน์ที่เป็นเนื้อหาแบบวไรตี้หรือหลายช่วงรายการ คือรายการสมมุติโอเดีย และ รายการเรื่องเด็กๆ สนุกยกกำลัง 2
2. กลุ่มรายการโทรทัศน์ที่เป็นเนื้อหาแบบเล่าเรื่องเป็นประเด็น คือรายการวิตามินข่าว และรายการทำให้อ่าน

ประเด็น : การช่างสังเกต สงสัย ช่างถาม ขอบเขตของคำถาม ที่เกี่ยวข้องกับการคิดเชิงวิเคราะห์จะยึดหลัก 5 W 1 H

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน แต่ว่ามีองค์ประกอบครบถ้วน เหมือนกับหลัก 5W1H ดังต่อไปนี้

ใคร (Who)

เนื้อหารายการวิตามินข่าวมีความชัดเจนมากที่สุดรายการนำเสนอเนื้อหาผ่านพิธีกรเด็กที่มีบุคลิก ช่างสังเกต ช่างถาม เริ่มต้นด้วยปัญหาที่ต้องการคำตอบ ให้ความรู้มีคำตอบผ่านตัวพิธีกรหลัก นอกจากนั้นก็มีข้อมูลอ้างอิงจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้

อะไร (What)

เนื้อหารายการสมมุติโอเดียมีความชัดเจนมากที่สุด เนื้อหารายการที่เน้นย้ำว่า สิ่งประดิษฐ์ชิ้นนั้นสร้างสรรค์เพื่ออะไร ใช้แนวคิดหรือมีกระบวนการคิดอย่างไรและสุดท้ายมีประโยชน์อย่างไรบ้าง สุดท้ายคณะกรรมการก็ให้คำแนะนำว่าหากต้องการผลิตเพื่อใช้งานจริงก็ควรทำให้มีรูปลักษณะที่สวยงามกว่านี้แต่ที่สำคัญสิ่งประดิษฐ์นี้ได้รับคำชมและผ่านเข้ารอบต่อไป

ที่ไหน (Where)

เนื้อหารายการเรื่องเด็กๆ สนุกยกกำลัง 2 มีความชัดเจนที่สุด มีช่วงหนึ่งของรายการที่พิธีกรจะทำกิจกรรมชื่อช่วง “ภารกิจคิดสนุก” เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เรียนรู้จากสถานที่แห่งนั้นมีประโยชน์หรือมีที่มาอย่างไร เช่น หอรัชมงคล เป็นสถานที่รวบรวมพระราชกรณียกิจของในหลวง รัชกาลที่ 9 ในหลวงได้ทรงทุ่มเทพลังนาเพื่อพสกนิกร เป็นที่มาของความรักความเคารพของชนชาวไทยทุกคนต่อในหลวง

เมื่อไร (When)

เนื้อหารายการวิตามินข่าวมีความชัดเจนมากที่สุดตัวอย่างในตอน กระเป๋ายังชีพ ในเนื้อหาที่นำเสนอในตอนนี้จะบอกเกี่ยวกับความสำคัญ ความจำเป็นในการเตรียมของใช้ที่สำคัญเมื่อยามเกิดเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง เมื่อเราต้องดำรงชีวิตอยู่ สิ่งที่ขาดไม่ได้เลย คือ อาหารและน้ำดื่มสะอาด ยารักษาโรคที่จำเป็นเสื้อผ้าสะอาด ไฟฉาย เอกสารรายการที่สำคัญจำเป็น ทุกอย่างบรรจุในกระเป๋ายังชีพเมื่อต้องอยู่ในสถานการณ์ฉุกเฉิน ต้องคิดเรื่องนี้ก่อน

ทำไม (Why)

เนื้อหารายการทำให้อ่านมีความชัดเจนมากที่สุด ตัวอย่างในตอนที่มีคำถามเกี่ยวกับ อาหารใดที่มีต้นกำเนิดในประเทศไทย โดยมีตัวเลือกคือ ก.ข้าวผัดอเมริกัน ข.เย็นตาโฟ คำตอบคือ ข.ข้าวผัดอเมริกัน เพราะว่า ข้าวผัดอเมริกันมีต้นกำเนิดในประเทศไทย คิดค้นโดยคุณหญิงสุรีพันธ์ มณีวัต ได้ประยุกต์ขึ้นขณะที่ได้ทำงานเป็นผู้จัดการร้านราชนาถนันทาคาร ซึ่งเป็นร้านของกรมรถไฟเปิดให้บริการภายในสนามบินดอนเมือง เหตุเกิดจากสายการบินแห่งหนึ่งได้สั่งจองอาหารเช้าและอาหารกลางวันเอาไว้ ได้มีการยกเลิกเที่ยวบิน ทำให้อาหารเช้าที่เตรียมเอาไว้เหลือเป็นจำนวนมากทิ้งไว้ได้วัน ไส้กรอก ที่มีอยู่มาประยุกต์ตกแต่งด้วยอาหารเช้าแบบอเมริกัน ตั้งชื่อว่า “American fried rice หรือ ข้าวผัดอเมริกัน” จนเป็นที่นิยม ส่วนเย็นตาโฟมีต้นกำเนิดมาจากประเทศจีน

อย่างไร (How)

เนื้อหารายการวิตามินมีความชัดเจนมากที่สุด เด็กเปรียบเทียบแล้วเห็นชัดถึงผลเสียที่ตามมาเอง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือตอน “ใครทำให้หนูอ้วน” บอกรายละเอียดเกี่ยวกับโรคอ้วนโดยเฉพาะวัยเด็ก สาเหตุมาจากอาหารที่กินเข้าไป เนื้อหาของรายการกลุ่มตัวอย่างมีครบถ้วน โดดเด่นแตกต่างกัน ในแต่ละประเด็น การช่างสังเกต สงสัย ช่างถาม ขอบเขตของคำถาม ที่เกี่ยวข้องกับการคิดเชิงวิเคราะห์ใคร อะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไร ความหลากหลายของเนื้อหาแต่ละรายการทำให้เกิดความน่าสนใจ

เป็นประโยชน์ในการเรียนรู้ของเด็กๆ เพราะประสบการณ์บางอย่างเกิดจากการเรียน นอกห้องเรียน การเรียนรู้จากประสบการณ์ของคนอื่น การคิดเชิงวิเคราะห์พร้อมกับ ตัวอย่างในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีการสอดแทรกความรู้ รายละเอียดที่เข้าใจง่ายและเป็นไปตามหลัก 5W1H ครบถ้วน

ประเด็น : การหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (คำถาม) ตั้งคำถามเพื่อค้นหาคำตอบได้ ว่าอะไรเป็นสาเหตุให้เรื่องนั้นเกิดขึ้น โดยเชื่อมโยงกับสิ่งนี้แล้วได้ส่งผลกระทบอย่างไร มีวิธีการแก้ไขปัญหายังไง

ทุกรายการกลุ่มตัวอย่างมีเนื้อหาในการให้ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ทั้งการตั้งคำถาม ว่าสาเหตุคืออะไรมีผลกระทบอย่างไร รวมไปถึงวิธีการแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร ซึ่งแต่ละ รายการมีความแตกต่างกันดังนี้

รายการสมรภูมิไอเดีย เนื้อหาของรายการเริ่มต้นจากแนะนำสิ่งประดิษฐ์ เชื่อมโยง ไปถึงให้เวลาผู้ประดิษฐ์สิ่งนั้นแนะนำที่มา แนวคิด วิธีการ ขั้นตอนการสร้างสรรค์ รวมถึงประโยชน์ของสิ่งประดิษฐ์นั้น จากนั้นพิธีกรจะให้เวลาคณะกรรมการ 3 ท่านในการสอบถาม อาจจะเป็นคำถาม หรือเป็นการถามความคิดเห็นเชิงเหตุผล ว่าทำไมต้อง สร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์นี้ มีแนวคิด ความคิดอย่างไรในตอนเริ่มต้น และดูความน่าจะเป็น ของการประดิษฐ์ว่าจะทำได้จริงมีประโยชน์ในการใช้งานได้หรือไม่ ทั้งนี้รวมถึง หลักการทางวิทยาศาสตร์ ภาพลักษณ์ความสวยงาม และประโยชน์ที่ใช้งานได้จริง

รายการวิ他命ข่าว เนื้อหาของรายการทุกตอนมักจะเริ่มต้นด้วย ประเด็นที่กำลังเป็น ปัญหาในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว โรคอ้วน เป็นต้น อาจจะมีการตั้งคำถามนำก่อนเข้ารายการ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหานั้นๆ ก่อน ยกตัวอย่าง ตอนโรคอ้วน เปิดรายการด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับประชากร เด็กที่มีความเสี่ยงที่เป็นโรคอ้วน ต่อด้วยคำถามว่าสาเหตุของโรคนี้เกิดจากอะไร ต่อมา ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าทานอะไร น้ำหวานซึ่งประกอบด้วยน้ำตาลจำนวนมาก ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือพิธีกรให้ข้อมูลว่าเครื่องดื่มแต่ละชนิดประกอบด้วยปริมาณน้ำตาล เท่าไร ก็ชวนหา ซึ่งน้ำตาลเป็นสาเหตุทำให้เป็นโรคอ้วน ผลเสียที่ตามมาจากรโรคอ้วน มีอะไรบ้าง รวมไปถึงวิธีการดูแลสุขภาพหรือป้องกันตัวเองจากรโรคอ้วนสามารถทำได้ อย่างไร

รายการทำให้อ่าน เนื้อหาของรายการจะเป็นการกระตุ้นให้เด็กเกิดกระบวนการคิด จะมีโจทย์คำถามที่เปิดกว้างในการแสดงออกในการคิดเห็นของเด็กที่ร่วมรายการ ไม่มีความเห็นใดที่ไม่มีประโยชน์ ตัวอย่างเช่น ช่วงทำให้อ่าน คำถามคืออาหารชนิดใด

ที่เป็นตัวกระตุ้นทำให้เหงื่อและกลิ่นตัวของเราเพิ่มมากขึ้น ตัวเลือก ก. ไก่ทอด ข. ซาลาเปา เด็กที่ตอบแต่ละคำตอบจะมีการให้ความคิดเห็น ให้เหตุผลเกี่ยวกับคำตอบที่ได้เลือกเอาไว้ ก. ไก่ทอดให้เหตุผลว่า น้ำมันที่ใช้ทอดไก่จะไปสะสมในร่างกายเวลาเราไปออกกำลังกาย มันก็จะมีเหงื่อออกเป็นกลิ่นน้ำมัน ส่วนน้องที่เลือกข้อ ข. ซาลาเปา ก็ให้เหตุผลว่า กลิ่นน้ำมันในไส้ซาลาเปามีน้ำมันเยอะ เมื่อเหงื่อออกจะมีกลิ่นน้ำมันด้วยเฉย ข้อ ก. ไก่ทอด สาเหตุที่สำคัญก็คือกลิ่นเหงื่อ วิธีการลดกลิ่นตัวก็ควรเริ่มต้นจากการลดเหงื่อ คือ 1) การสวมใส่เสื้อผ้าที่ทำมาจากผ้าฝ้าย เพราะผ้าฝ้ายสามารถระบายอากาศได้ดี ร่างกายของเราจะได้ไม่เหม็นอับ 2) หลีกเลี่ยงอาหารที่อมน้ำมัน อาหารทอดเพราะน้ำมันที่ใช้ทอดจะไปกระตุ้นการขับของเสียออกจากร่างกาย ซึ่งจะทำให้เหงื่อมากขึ้นและกลิ่นตัวก็จะเพิ่มมากขึ้นไปด้วย กระบวนการในการคิดวิเคราะห์ที่สรุปได้ชัดเจนและครบถ้วนทุกขั้นตอน

รายการเรื่องเด็กๆ สนุกยกกำลัง 2 เนื้อหาของรายการในช่วง “ภาระกิจคิดสนุก” ลักษณะเนื้อหาเป็นการถามคำถามนำ เป็นลักษณะเพื่อหาคำตอบเชิงสร้างสรรค์ เรียนรู้จากสถานที่แห่งนั้นว่ามีประโยชน์หรือมีที่มาอย่างไร เช่น การทำกิจกรรมบริเวณสวนหลวงรัชกาลที่ 9 หอรัชชมงคล เป็นสถานที่รวบรวมพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 “โครงการฝนหลวง” เป็นตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจน การทำฝนเทียมหรือฝนหลวงเป็นวิธีการเหนี่ยวนำน้ำจากท้องฟ้า เริ่มต้นด้วยสาเหตุที่ประเทศไทยมีสภาพอากาศและปริมาณน้ำฝนที่น้อย ทำให้ภูมิประเทศแห้งแล้งไม่เหมาะกับการเพาะปลูก เพื่อแก้ไขปัญหาคความแห้งแล้งจึงมีพระราชดำริการทำ “โครงการฝนหลวง” เป็นวิธีการแก้ไขปัญหาคความแห้งแล้ง การแก้ไขปัญหาคที่ตรงจุดชัดเจน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (Content and Format Analysis) รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทสาระบันเทิง ตามแนวคิดการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านทักษะการศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21 พบว่า มีรูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 13 ทักษะเพื่อการเรียนรู้การทำงานและการเป็นพลเมืองในศตวรรษที่ 21 เป็นความยืดหยุ่นและปรับตัวเพื่อบรรลุเป้าหมาย ไม่ใช่ยึดหยุ่นและปรับตัวแบบไร้หลักการและเลื่อนลอย การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รุนแรงและไม่คาดฝันอย่างที่เป็นอยู่ในโลกปัจจุบันและรุนแรงขึ้นในอนาคต ทำให้การวางแผนการทำงานแบบตายตัวใช้ไม่ได้ในศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีความสามารถสูงในการยืดหยุ่นและปรับตัวเพื่อบรรลุเป้าหมายและคุณค่า

รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก มีรูปแบบรายการเกี่ยวกับการส่งเสริมทักษะ

การเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับ ดังนี้

อันดับที่ 1 ทักษะด้านรายการที่ส่งเสริมทักษะในการอ่านออก Reading และการคิดเลขเป็น (A)Rithmetics สูงที่สุด คือมีค่า $\bar{X}=4.71$ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงมากเท่ากัน คือ รายการวิตามินข้าวและรายการสมรภูมิเอดียตามลำดับ สอดคล้องในเรื่องการอ่าน (วิจารณ์ พานิช, 2555, หน้า 271) โดยเน้นว่าการอ่านหนังสือไม่แตกคืออุปสรรคอันดับ 1 ของการเรียนรู้ให้ได้ผลแท้จริง ธรรมชาติของเด็กมีความอยากรู้อยากเห็น อยากเข้าใจ อยากประสบความสำเร็จ และการอ่านได้เป็นสิ่งที่ตอบสนองจิตวิทยาข้อนี้ และในส่วนทักษะของการคิดเลขเป็น เพื่อที่จะเรียนรู้ในกรอบแนวคิดใหม่ เพื่อมุ่งให้เกิดทักษะที่สำคัญ ได้แก่ ทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving) ทักษะการคิดสร้างสรรค์และการใช้เหตุผล (Creative Thinking and Reasoning) และทักษะการสื่อสาร (Communication) เพื่อให้เกิดความร่วมมือและพบวิธีหรือคำตอบเอง

อันดับที่ 2 ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร Computing and ICT Literacy คือมีค่า $\bar{X}=4.56$ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงลำดับต่อมา รายการกลุ่มตัวอย่างทุกรายการได้นำเสนอค่าเฉลี่ยที่สูงและเท่ากัน สอดคล้อง (วิจารณ์ พานิช, 2557, หน้า 40) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT Literacy) คู่มือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนที่ ISTE (International Society for Technology in Education) แม้ว่าเด็กในยุคนี้จะเก่งกว่าครูและพ่อแม่ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แต่เด็กยังต้องการคำแนะนำจากครู และพ่อแม่ในการใช้เครื่องมือนี้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้และสร้างสรรค์และไม่เข้าไปใช้ในทางที่ทำร้ายตนเองหรือทำลายอนาคตของตนเอง

อันดับที่ 3 ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ Collaboration ,Teamwork and Leadership คือมีค่า $\bar{X}=4.35$ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูง คือรายการทำให้อ่าน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (ทิพวรรณ นิลทยา, 2555) สำหรับมุมมองของ ศาสตราจารย์ นพ.วิจารณ์ พานิช กล่าวว่า มิฉะพริฐที่ก่อความเสียหายที่สุดคือ การเรียนรู้แบบต้น ยึดมั่นถือมั่นกับวิชาหรือความรู้เดิม (Knowledge) การศึกษาหรือการเรียนรู้สมัยใหม่ต้องไปให้ถึงการพัฒนาทักษะ (Skills) ที่เรียกรวมๆ ว่าทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ย้ำว่าการศึกษาเปลี่ยนจากเน้นการสอนเป็นเน้นการเรียนรู้ และเน้นการเรียนรู้โดยการลงมือทำ (Learning by Doing) และเรียนเป็นกลุ่มหรือเป็นทีม เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมและทักษะความร่วมมือกับผู้อื่น ทักษะการอยู่กับความแตกต่างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ต้องผลิตรายการเพื่อเด็ก ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ใช่ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิต เพียงแต่ผู้ผลิตรายการเป็นผู้สร้างสารที่จะสื่อ ส่งสาร หรือต้องการให้รายการนั้นนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข้อคิด สาระความรู้ การใช้ชีวิตทักษะด้านต่างๆ อย่างไร แต่สุดท้ายแล้วต้องทำรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ใช่เพื่อสนองความต้องการของผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เป็นเจ้าของรายการเพียงอย่างเดียว การเข้าใจพฤติกรรม พัฒนาการของเด็ก หรือความคิดของเด็กในแต่ละช่วงวัยนั้นมีความสำคัญมาก ๆ สำหรับการทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การทำความเข้าใจ พร้อมจะเข้าใจ และเป็นครู เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับเด็กกับอนาคตของชาตินั้นมีความสำคัญไม่น้อย เด็กในวันนี้คือผู้ใหญ่ในวันหน้า หากมีการปลูกฝัง ค่านิยม ปลูกฝังนิสัยการมีความรับผิดชอบ รู้จักผิด รู้จักขอโทษ รู้จักให้อภัย เรียนรู้ทักษะต่างๆ ที่มากมายอย่างสนุกสนาน ไม่ใช่ว่ายัดเยียดต้องเรียน ต้องรู้ เข้าใจความเป็นเด็ก เชื่อแน่ว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในอนาคตจะทำรายการได้ดียอดเยี่ยมไม่แพ้ที่เคยประสบผลสำเร็จมาแล้วอย่างแน่นอน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค**. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). **สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2554). **ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร: เด็ก สตรีและผู้สูงอายุ**. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์. (2557). **“คนสร้างสรรค์: คิด พูด และทำอย่างสร้างสรรค์” องค์ประกอบ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มีนาคม 2557, แหล่งที่มา www.konsangsan.com/index.php/leadership/12-academic.

- เก็จมณี วรรณะสิน. (2550). **ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก: กรณีศึกษากลุ่มบุรพาเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.**
- เขมิกา จินดาวงศ์. (2551). **การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และ อธิป จิตตฤกษ์ (2554). **ทักษะแห่งอนาคตใหม่ : การศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21 แปล จากเรื่อง 21st Century Skill: Rethinking How Students Learn โดย James Bellanca and Ron Brandt. (บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Open worlds.**
- ทิพย์วรรณ นิลทยา. (2555). **รวบรวมทักษะนักบริหารการศึกษาในศตวรรษที่ 21. วันที่เข้าถึงข้อมูล ตุลาคม 2555, แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/516798>.**
- เทียน ทองแก้ว. (2558). **ภาวะผู้นำ: สรรณะหลักของผู้บริหารในยุคปฏิรูป. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 ตุลาคม 2558, แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/206238>.**
- ประเวศ วะสี และคณะ. (2554). **หนังสือรู้ทันสื่อ. แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน (สสย).**
- ประเวศ วะสี และคณะ. (2554). **รู้ทันสื่อ: รวมบทความ แนวคิด ทฤษฎี เทคนิคและประสบการณ์ ด้านการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: บริษัท ออฟเซ็ทพลัส จำกัด.**
- ประเวศ วะสี และคณะ. (2558). **หนังสือรู้ทันสื่อ. แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน (สสย). วันที่เข้าถึงข้อมูล 19 พฤษภาคม 2558, แหล่งที่มา http://www.issuu.com/childmedia/docs/book-ssa_knowmedia_real_20-10-54__1/270.**
- พรทิพย์ ลิ้มปิชัยโสภณ. (2549). **การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องผ่านรายการถึงลูกถึงคนทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- มีเดียมอนิเตอร์. (2552). **“มีเดียมอนิเตอร์” ชี้รายการเด็กหายไปจากหน้าจอทีวี. วันที่เข้าถึงข้อมูล 23 กุมภาพันธ์ 2552, แหล่งที่มา www.mediamonitor.in.th.**

- มูลนิธิการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม (Civicet Foundation). (2552). **‘มีเดียมอนิเตอร์’** ชี้รายการเด็กหายไปจากหน้าจอทีวี. วันที่เข้าถึงข้อมูล 23 กุมภาพันธ์ 2552, แหล่งที่มา <http://thaicivicnet.com/?p=46>.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). **วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21**. บริษัท ตลาดาพับลิเคชั่น จำกัด. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิจารณ์ พานิช. (2557). **ครูเพื่อศิษย์ สนุกกับการเรียนในศตวรรษที่ 21**. บริษัท เอส.อาร์. พรินติ้งแมสโปรดักส์จำกัด กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิจารณ์ พานิช. (2557). **การสร้างการเรียนรู้ สู่ศตวรรษที่ 21**. ส.เจริญการพิมพ์. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- วิจารณ์ พานิช. (2557). **สอนเด็กให้เป็นคนดี**. บริษัท มาตาการพิมพ์ จำกัด. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- ศิริวรรณ นัตรมณีรุ่งเจริญและวรางคณา ทองนพคุณ. (2557). **ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ความท้าทายในอนาคต 21st Century Skills: The Challenges Ahead**. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2557). **ความคิดสร้างสรรค์กับการเรียนรู้**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 พฤศจิกายน 2557, แหล่งที่มา www.gotoknow.org.
- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง คอลัมน์ บันเทิง. (ประจำวันที 25 มกราคม 2557). **หัวข้อข่าว“วิตามินข่าวและทำให้อ่าน คิวรางวัลรายการโทรทัศน์ในดวงใจครอบครัว ปี 4”**.
- หนังสือครูเพื่อศิษย์. (2558). **เมนูกิจกรรมการเรียนรู้: ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills)**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 19 พฤษภาคม 2558, แหล่งที่มา www.acord.in.th.
- หนังสือพิมพ์แนวหน้า คอลัมน์ในประเทศ โดย ปานมณี. (2558). **โลกสดใส ภายหลังสันต์: น่าเป็นห่วง ! โฆษณาหลอกล่อเด็ก**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 23 กันยายน 2558, แหล่งที่มา <http://www.naewna.com/local/columnist/14337>.
- หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ คอลัมน์ ไอซีที. (2557). **เจาะพฤติกรรมผู้บริโภค ยุค Multi-Tasks อิทธิพล สมาร์ททีวี กับการดูทีวี**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 2 ตุลาคม 2557, แหล่งที่มา http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1380683112.

- อรณพ ลิมนารมณ. (2548). การเขียนบทวิทยุโทรทัศน์. เชียงใหม่: โครงการจัดตั้ง
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อริสสา สะอาดนัก. (2557). ทักษะการจัดการการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. คณะวิทยา
การจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษา รายวิชาการใช้ประโยชน์จาก
เทคโนโลยีและนวัตกรรม. การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย”
ครั้งที่ 1.

การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล
Adjustment of Local Newspapers in Chiang Mai Province
to the Challenge of Digital Media

กันตภณ เชื้อสุวรรณ¹
นรินทร์ นำเจริญ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัลครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์กรของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลและเพื่อศึกษาการปรับตัว การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวทางการปฏิบัติของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองเมื่อเข้าสู่ยุคสื่อแบบดิจิทัลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติงานของหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ ทฤษฎีการตั้งองค์กรหนังสือพิมพ์ และทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด มาเป็นกรอบในการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์ และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ในยุคดิจิทัล เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์กร 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้ผู้บริหารองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับตัวภายในองค์กรเพื่อความอยู่รอด โดยแบ่งการปรับตัวขององค์กรออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านการผลิต ด้านบุคลากร

¹ กันตภณ เชื้อสุวรรณ (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558) และรองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

และด้านงบประมาณ ด้านการบริหาร ผู้บริหารระดับสูงมีการปรับตัวโดยการวางโครงสร้างองค์กรใหม่ตั้งแต่การปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรเอง โดยดูจากหนังสือพิมพ์ระดับประเทศเป็นหลักในการปรับตัว นำมาสู่การวางยุทธศาสตร์และปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยมีการขยายแพลตฟอร์มและนำโซเชียลมีเดียมาปรับใช้ให้เกิดความชัดเจนและสอดคล้องกับบริบททางสังคมในยุคดิจิทัล ในด้านการผลิตหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์เลือกที่จะเพิ่มแท่นพิมพ์ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต และรองรับการขยายแพลตฟอร์มขององค์กร ด้านบุคลากรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังไม่มีแผนพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน แต่มีการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านเข้ามาดูแลในส่วนโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้น ซึ่งในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานบางส่วนยังขาดความรู้ความสามารถในเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ได้รับการแก้ไขโดยการแบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงานด้วยตนเอง เท่านั้น และด้านงบประมาณ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการทำการตลาดเชิงรุกเพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายแพลตฟอร์มเพื่อดึงโฆษณา เนื่องจากองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีเงินทุนเวียนที่ทำให้หนังสือพิมพ์อยู่รอดจากการขายพื้นที่โฆษณา

เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่สามารถอยู่เฉยได้โดยไม่ปรับเปลี่ยนรูปแบบ แต่การที่สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นจะเกิดการปรับตัวองค์กร จะรอดูทิศทางของสื่อหนังสือพิมพ์ระดับประเทศเป็นหลักและใช้หนังสือพิมพ์ระดับประเทศเป็นต้นแบบในการนำมาปรับใช้ ซึ่งการปรับตัวขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น จะใช้เวลาในการปรับตัวขององค์กรค่อนข้างมาก เนื่องจากการลงทุนในระดับท้องถิ่นนั้นมีเงินลงทุนที่จำกัดและภายในระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2561) หนังสือพิมพ์ยังไม่มีแนวทางการปรับตัวที่ชัดเจนว่าจะมีการปรับตัวไปในทิศทางใด

Abstract

The research entitled the Adjustment of Local Newspapers in Chiang Mai Province to the Challenge of Digital Media aims to study factors that have impacts on organizational management of local newspapers in the digital age and study their adaptation, policymaking processes, strategies, and practical ways of local newspapers to face the new social, economic, and political contexts. The study relies on in-depth interview with executives and employees of Chiang Mai News and Thai News in data collection, and employs the conceptual framework of newspaper

organization management and technological determinism theory.

The study found that factors in organizational management of Chiang Mai News and Thai News in the digital age are uncontrollable. Three factors in the organizational management included economic, social, cultural, and technological factors.

Those factors had both direct and indirect impacts on the organizations, encouraging the administrators to adjust the internal organization to ensure their survival. The adaptation could be divided into 4 aspects as follows: administration, production, personnel, and management budget. In terms of administration, the executives restructured their organizations based on the model of national newspaper, particularly their visions leading to new strategies. At the aspect of production, these local newspapers expand their media outlets embracing social media to fit into the digital age. Thai News increased and modernized their printing presses to increase the production capability, and to support the platform expansion of their organization. These local newspapers still did not have any plan for personnel development; however, they hired more personnel specialized in social media. Actually, some employees still lacked knowledge and ability about technology which was the main problem in which was later on solved by knowledge sharing among employees.

Lastly, local newspapers boosted proactive marketing, along with expanding platform to attract more advertisements because they was their main source of income. In fact, the local newspapers could not carry on their businesses without adaptation. With this action, the local newspapers would mainly follow the directions of the national newspaper, and use it as the model. Nevertheless, their adaptation would take long time because of inadequate investment. Even so, within the next 3 years (2018), they still did not come up with realistic plan for their adaptation yet.

บทนำ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชุมชน ในการเป็นแหล่งของข้อมูลเพื่อท้องถิ่นที่ดีที่สุด และหนังสือพิมพ์ที่คตินั้นยังจะต้องมีหน้าที่และบทบาทสำหรับชุมชนที่มีอิสระทางความคิดและเป็นองค์กรที่สื่อชุมชนให้การยอมรับในประสิทธิภาพการทำงานด้วยการรายงานเรื่องราวที่เกิดขึ้นแบบเจาะลึก นำเสนอข้อมูลรอบด้าน กล้าที่จะเสนอมุมมองต่อสังคมในลักษณะของการชี้นำไปสู่สิ่งที่ดีกว่าด้วยมุมมองของตนเอง ในรูปแบบของการวิเคราะห์วิจารณ์ ตลอดจนมีความเป็นกลางของข่าวที่นำเสนอ (พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช, 2542)

จากนิยามข้างต้นแสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความสำคัญต่อสังคมในท้องถิ่น ทั้งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและเป็นสื่อกลางของสังคมในท้องถิ่นนั้นๆ แต่ในปัจจุบันสังคมได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในสังคม ดังเห็นได้จากรายงานล่าสุดจาก e Marketer ในหัวข้อ “Social Network Demographics and Usage” ได้ประมาณการว่า ในปี ค.ศ. 2010 มีผู้ใช้งาน Social Network มากกว่า 127 ล้านคน หรือร้อยละ 57.5 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทั่วโลก ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากขึ้นร้อยละ 7 จาก ปี ค.ศ. 2009 โดย Social Network ที่ได้รับความนิยม คือ Facebook และทีม e Marketer ได้คาดการณ์ไปถึงปี ค.ศ. 2014 แล้วว่า 2 ใน 3 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด หรือ 164 ล้านกว่าคนในปัจจุบัน จะเข้าใช้ Social Network อย่างสม่ำเสมอและจะมีกลุ่มอายุที่โดดเด่นอยู่สองกลุ่ม คือ ในปี ค.ศ. 2014 กลุ่มอายุ 55-64 ปี จะมีจำนวนมากขึ้นร้อยละ 56.8 จากเดิมร้อยละ 34.3 ของปี ค.ศ. 2009 และกลุ่มอายุ 65 ปีหรือผู้สูงอายุขึ้นไป ที่จะเข้าใช้ Social Network ในปี ค.ศ. 2014 จะสูงถึงร้อยละ 37.9 จากเดิมร้อยละ 14.1 ของปี ค.ศ. 2009

จากแนวโน้มดังกล่าวข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงสื่อออนไลน์ที่กลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงสุดของโลก เพราะสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่า และเร็วกว่าทุกสื่อในขณะนี้ ส่งผลให้สื่อหนังสือพิมพ์ได้รับผลกระทบถึงขั้นต้องลดยอดพิมพ์ และยุติการพิมพ์ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐและอีกหลายประเทศในยุโรป สมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งอเมริกาเผยว่า หนังสือพิมพ์ในสหรัฐประสบปัญหาอย่างหนักอยู่ในเวลานี้ รายได้ลดลงอย่างมากในปี พ.ศ. 2556 โดยรายได้ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ทั้งหมด อยู่ที่ 37,590 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1,225,434 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2556 หดหายไปร้อยละ 2.6 จาก 38,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 1,258,360 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2555

ประภา เหนระกุล ศรีนวนันต์ (2553) บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ได้กล่าวถึงองค์กรหนังสือพิมพ์ ในยุคดิจิทัลว่า เว็บไซต์เป็นสิ่งจำเป็น แต่ผู้บริหารระดับกลางมีบ้างที่มองดิจิทัลเป็นคู่แข่ง และทำให้กระบวนการทำงานยุ่งยาก ซับซ้อนมากขึ้น องค์กรส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจศักยภาพทางธุรกิจหรือมองเห็นอนาคตของชาวดิจิทัลนัก แต่มีการติดตามอย่างใกล้ชิด หลายองค์กรอาจตั้งศักยภาพเครือข่ายทางสังคมมาใช้ในการบริหารงานข่าว สื่อสารกันภายในระหว่างหัวหน้าและนักข่าวภาคสนาม ใช้เป็นช่องทางในการส่งข่าว รวมทั้งจับกระแสของสังคมจากประเด็นที่พูดคุยในเครือข่ายสังคมมาเป็นประเด็นข่าว และองค์กร ส่วนใหญ่ตัดสินใจลงทุนทรัพยากร ความเชี่ยวชาญ พลังงานในการปรับรูปแบบธุรกิจเข้าสู่ยุคดิจิทัล แต่มีความแตกต่างกัน มีตั้งแต่เต็มรูปแบบในการลงทุนทรัพยากรและเทคโนโลยี วางนโยบาย ปรับพื้นที่องค์กรให้เอื้อต่อธุรกิจที่มีอยู่เท่านั้น เช่นแนวคิดที่กันบางประเด็นข่าวเฉพาะสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ หรือรอให้หนังสือพิมพ์ออกจึงลงออนไลน์

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงวิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นของหนังสือพิมพ์ในยุคดิจิทัล หากมองถึงปัญหาและอุปสรรคในการปรับตัว สื่อหนังสือพิมพ์ในระดับประเทศที่มีความพร้อมทั้งด้านเงินทุน บุคลากร ยังคงพบว่ามีอุปสรรคในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม สื่อท้องถิ่นยังคงค่อนข้างอยู่ห่างไกลจากสนามการต่อสู้อันดุเดือด เนื่องจากอัตราของผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนในท้องถิ่นยังไม่สูงเท่าคนในเมือง แต่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงสนใจศึกษาว่า ในระหว่างที่เกิดภาวะแข่งขันระหว่างสื่อดิจิทัลกับสื่อกระดาษทั่วโลก สื่อท้องถิ่นได้ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงนี้หรือไม่ และได้วางแผนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้หรือไม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์กรของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาการปรับตัว การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์

แนวคิดนี้นำมาประกอบการวิจัยองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ เพื่อศึกษาถึงการปรับตัวของผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรหนังสือพิมพ์ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล

1) นิยามความหมายของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

กิตติศักดิ์ อุปมา (2549) กล่าวว่า “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทที่มีลักษณะพิเศษกว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติ ในฐานะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นตัวกลางสำคัญต่อการพัฒนากระบวนการทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในภูมิภาคนั้นๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับการกลั่นกรองแล้วจึงต้องการมุ่งรับใช้สังคมในเมืองและสังคมของข้าราชการตั้งที่เป็นอยู่ขณะนี้”

2) สื่อดิจิทัล เป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นมามาทดแทนสิ่งที่มีอยู่เดิม เพื่อให้ราคาถูกลงและรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ เอื้อต่อประโยชน์การใช้สอยที่มากกว่าเดิม สื่อดิจิทัลเป็นการสื่อสารมวลชน ในยุคแรกเรียกว่า Other Media ต่อมาพัฒนาเป็น Multimedia, New Media และ Digital Media ในปัจจุบัน Digital >> Technic เป็นสื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ เป็นต้น โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ เข้ามาช่วยให้ข้อมูลที่เป็นสื่อต่างๆ เหล่านั้นมาแปลงสภาพ และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน การเกิดของสื่อใหม่ๆ ทุกวันนี้ ล้วนแล้วแต่เป็นสื่อในรูปแบบดิจิทัลทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ดิจิทัล วิทยุออนไลน์ สื่อกลางแจ้งที่มีการควบคุมเนื้อหาสาระจากศูนย์บังคับการ อินเทอร์เน็ต เกมอิเล็กทรอนิกส์ หรือแม้แต่สื่อที่ใกล้ชิดตัวเรามากที่สุดอย่างโทรศัพท์มือถือที่มีใช้กันอยู่แทบจะทุกคน โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ในเมืองก็ไม่พ้นต่อการสื่อสารผ่านจอกันทั้งสิ้น ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคมมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นทางเลือกในการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ รูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร รวมไปถึงวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ทฤษฎีการจัดองค์กรหนังสือพิมพ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารองค์กร (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2543)

1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ในระบบสังคมทุนนิยม มิติเศรษฐกิจได้แทรกซึมเข้าสู่ทุกระดับ ไม่เว้นแม้แต่สื่อสิ่งพิมพ์ และสร้างผลกระทบต่อการบริหารงานสื่อสิ่งพิมพ์ด้วย การขยายตัวของระบบเศรษฐกิจการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศให้ทันกับโลกในยุคปัจจุบัน ตั้งแต่ Knowledge Economy หรือเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ และ Creative Economy ที่วางเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ให้กับสินค้าและการบริการผ่านทางนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อรองรับการขยายตัวในด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยดังกล่าวทำให้ลักษณะการเป็นเจ้าของ และการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์

2) ปัจจัยด้านการเมือง สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ได้รับการยกย่องในฐานะ “หมาเฝ้าบ้าน” หรือ การทำหน้าที่สอดส่อง และส่งเสียงร้องเตือนประชาชนทั่วไป แต่ในโลกแห่งความเป็นจริงสื่อสิ่งพิมพ์ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างอิสระเสรี โดยที่ปัจจัยด้านการเมืองถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริหารงาน และกำหนดแนวทางของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่สื่อสิ่งพิมพ์เองก็ต้องต่อต้านและต่อรองเพื่อให้ได้มาซึ่งอิสรภาพของตนเอง

3) ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้อ่าน ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรมอาจจำแนกได้สองส่วน คือ ส่วนแรก การมองในภาพรวม และส่วนที่สอง การมองในภาพย่อย โดยที่การมองภาพรวมของสังคมที่แปรเปลี่ยนไปจะส่งผลต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนการมองในภาพย่อยจะพิจารณาตัวแปรต่างๆ เช่น เพศ วัย ความแตกต่างเชื้อชาติ ศาสนา

4) ปัจจัยด้านกฎหมาย การกำกับกิจการสื่อของไทยในปัจจุบันใช้การกำกับแยกตามประเภทของช่องทาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ใช้ พ.ร.บ. จดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 การที่สื่อหนังสือพิมพ์มีการขยายแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นนั้น จึงรวมไปถึงกฎหมายที่เพิ่มตามมาอีกด้วย

3. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

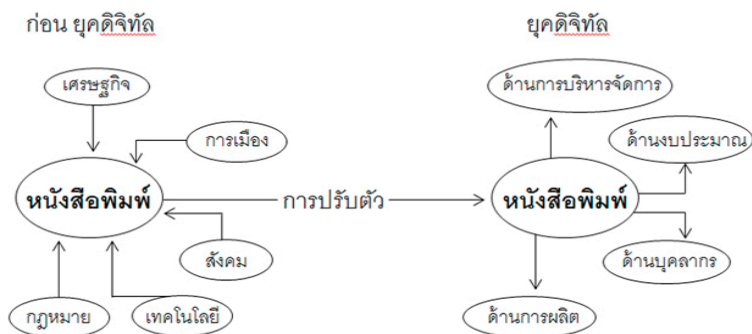
กลุ่มนักคิดของทฤษฎีนี้มีความเห็นว่า เทคโนโลยีและการสื่อสาร รวมถึง สังคม วัฒนธรรม ทุกสิ่งล้วนมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้โดยกลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ถือเป็นปิกย่อย

ของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจวิเคราะห์ผลกระทบต่อการผลิตในส่วนที่เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในแวดวงสื่อสารมวลชน จึงหมายความว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Determinism)

D. McQuail (1994) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่นๆ ของแนวคิดกลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดไว้ ดังนี้

- 1) เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
- 2) เทคโนโลยีแต่ละชนิดเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง
- 3) ขั้นตอนการผลิตและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร จะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
- 4) การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารแต่ละครั้ง ก่อให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามมาเสมอ

กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล” กรณีตัวอย่าง ได้แก่ หนังสือพิมพ์เชียงใหม่ไนส์ และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารองค์กรและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เชียงใหม่ไนส์และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ รวมถึงนักวิชาการด้านสื่อสิ่งพิมพ์

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ มีการแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยคัดเลือกผู้บริหารองค์กรที่สามารถกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รวมถึงบรรณาธิการที่รับผิดชอบนโยบายของหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ได้แก่

- 1) นายสรารุณ แซ่เตียว ผู้บริหารหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์
- 2) นางอุบลนันทา สุภาวรรณ ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์
- 3) นายสันตต์ ศักดิ์สูง บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์
- 4) นายมนต์ชัย เทชะแพทย์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง นักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่

- 1) รองศาสตราจารย์สดศรี เผ่าอินจันทร์ อดีตคณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2) อาจารย์สุนันทา แยมทัฬห อาจารย์ประจำแขนงวิชาการหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธรรมกิตติ ธรรมโม รองอธิการบดีและอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- 4) อาจารย์กิริติ ไพบูลย์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษาและอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ มีทั้งข้อมูลทางเอกสารและข้อมูลบุคคล โดยข้อมูลเอกสารจะมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย แผนงาน ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวและผลการปรับตัวขององค์กรในยุคสื่อแบบดิจิทัล รวมถึงหนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและในส่วนของข้อมูลบุคคล ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มระดับผู้บริหาร ที่สามารถกำหนดนโยบาย วางยุทธศาสตร์ในการปรับตัวขององค์กรและบรรณาธิการที่รับผิดชอบนโยบายของหนังสือพิมพ์ รวมถึงนักวิชาการวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน ซึ่งผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เพื่อเจาะลึกประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีลักษณะโครงสร้างที่แน่นอน การบันทึกเสียงการให้สัมภาษณ์พร้อมทั้งการจดบันทึก เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถรวบรวมความคิดเพื่อประโยชน์ในการตั้งคำถามที่จะใช้ในการซักถามเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและตรงประเด็นยิ่งขึ้น

โดยมีการกำหนดกรอบคำถามในการสัมภาษณ์เอาไว้แล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหารระดับสูง มาประมวลข้อมูล ควบคู่กับการเก็บข้อมูลเชิงลึกของนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน เพื่ออธิบายการปฏิบัติงานจริง และศึกษารูปแบบการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้บริหารและผู้ตอบรับในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยให้อธิบายการทำงานภายใน องค์กร จากนั้นนำข้อมูลมาจำแนกรูปแบบของการจัดการองค์กร ปัจจัยที่มีผลต่อการ การปรับองค์กร การปฏิบัติงานและกระบวนการปรับเปลี่ยนองค์กรในยุคสื่อดิจิทัล โดยการนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive-analysis)

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์กรของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมี 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้อ่านและด้านเทคโนโลยี ส่วนด้านการเมืองและด้านกฎหมาย พบว่าไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ พบว่า รายได้หลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังมาจากการขาย พื้นที่โฆษณาทั้งก่อนและหลังยุคดิจิทัล แต่เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความพยายามที่จะขายพื้นที่โฆษณาให้มากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากแต่เดิมในช่วงก่อนยุคดิจิทัลที่สื่อต่างๆ ที่ต้องการลงหนังสือพิมพ์จะเป็นฝ่ายวิ่งเข้าหาเพื่อซื้อพื้นที่โฆษณา แต่เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลกลับเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเองที่ต้องวิ่งหาโฆษณามาลง องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นบางองค์กรยังมีการเพิ่มรายได้ช่องทางหนึ่ง คือ การรับ พิมพ์งาน นอกจากนั้น เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องเพิ่มบุคลากรที่มา รับผิดชอบในเรื่องของโซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของตนทำให้ค่าใช้จ่ายในองค์กรต้องเพิ่มขึ้นตาม

2. ด้านสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้อ่าน พบว่า สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล มีเรื่องของการขยายแพลตฟอร์มให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และยุบแพลตฟอร์มที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เพราะพฤติกรรมการบริโภคสื่อหลังยุคดิจิทัล มีการเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงก่อนยุคดิจิทัลค่อนข้างมาก คือ เลือกบริโภคสื่อเฉพาะที่ ตรงความต้องการของตนเองเท่านั้น จึงมีสื่อเฉพาะทางเกิดขึ้นมากมาย นอกจากนั้น ยังส่งเสริมกิจกรรมในรูปแบบของ CSR ที่จัดอบรมเด็กและเยาวชนให้ได้ทำข่าวท้องถิ่น

ในรูปแบบของตนเองที่ใช้ชื่อว่า “ชาติไทยนิวส์ (Child’s Thai news)” เพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่ยังคงให้ความสนใจกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพื่อให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงอยู่ไม่ถูกกลืนหายไป

3. ด้านเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีมีผลต่อการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หลังยุคดิจิทัลสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการเพิ่มช่องทางในการนำเสนอข่าวผ่านโซเชียลมีเดียมากขึ้น และบุคลากรในองค์กรต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ได้แก่ Application LINE และ Facebook ในการส่งข้อมูลระหว่างคนในองค์กรและแหล่งข่าวเพื่อความสะดวกรวดเร็ว คนหันมาใช้โซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จำเป็นอย่างต่อเนื่องต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล

4. ด้านการเมือง พบว่า ปัจจัยด้านการเมืองถือว่าเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการปรับตัวของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะจากการศึกษาค้นคว้าวิจัย พบว่า ปัจจัยทางด้านการเมืองมีผลสืบเนื่องมาตั้งแต่ก่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัล (ก่อน พ.ศ. 2553) และเป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจนกระทั่งเข้าสู่ยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

5. ด้านกฎหมาย พบว่า ด้านกฎหมายไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพราะได้มีการออกพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ขึ้นเพื่อควบคุมประชาชนไม่ให้นำเทคโนโลยีไปใช้ในทางที่ผิด พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ฉบับแรกมีขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2550 ตั้งแต่อ่อนยุคดิจิทัล (ยุคดิจิทัล พ.ศ. 2553) และมีการปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งถึงยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ด้านกฎหมายก่อนและหลังยุคดิจิทัลมีบทบาทต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่สอดคล้องกัน คือ เรื่องของการเพิ่มความละเอียดรอบคอบในการโพสต์ข่าวลงสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะหากข่าวหรือข้อมูลใดใดที่โพสต์ในอินเทอร์เน็ตไม่ได้ผ่านการตรวจสอบและเกิดข้อผิดพลาดข้อมูลนั้นก็ยังคงอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งถูกลบได้ยากและอาจถูกแชร์ต่อๆ ไปจนเกิดความเสียหายในวงกว้าง

การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล

จากผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล ในด้านของการปรับตัวภายในองค์กร ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริหาร ด้านการผลิต ด้านบุคลากรและด้านงบประมาณ เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลพบว่ามี การปรับตัว ดังนี้

1. ด้านการบริหาร พบว่าเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลโดยนับตั้งแต่ พ.ศ. 2553 การบริหาร

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างภายในองค์กรให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจนสำหรับแต่ละบุคคลโดยไม่จำกัดว่าคนคนเดียวจะต้องทำหน้าที่เดียวและการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ทั้งยังมีความพยายามที่จะเพิ่มคุณค่าให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากขึ้นโดยพยายามให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอข่าวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาอ่านได้ในสื่ออื่น ส่วนวิสัยทัศน์ในเชิงรับ คือ การรอดูทิศทาง การเปลี่ยนแปลงของสื่อหนังสือพิมพ์ระดับประเทศว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดบ้าง หากเห็นว่าเป็นการปรับตัวที่เหมาะสมกับท้องถิ่นก็จะนำมาปรับใช้กับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ในอีก 3 ปีข้างหน้า หนังสือพิมพ์เชียงใหม่วิสัยทัศน์ไม่วางแผนระยะยาวในอีก 3 ปีข้างหน้า เนื่องจากกรอบยุคของการเปลี่ยนแปลงสื่อยุคดิจิทัลแบบปีต่อปี เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการลงทุนเชิงรุก ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่วิสัยทัศน์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยวิสัยทัศน์ได้มีการวางแผนที่จะขยายแพลตฟอร์มที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับศิลปะ หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการแต่งบ้าน และสวน เป็นต้น ซึ่งเป็นการวางเชิงรุกที่ค่อนข้างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

การบริหารในเรื่องของการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และการบริหารพบว่า เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล เรื่องนโยบายไม่มีการเปลี่ยนแปลง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังใช้นโยบายแบบเดียวกับก่อนยุคดิจิทัล เรื่องยุทธศาสตร์ มีการปรับตัว คือ การเพิ่มช่องทางให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข่าวได้หลากหลายช่องทางและมีการขยายแพลตฟอร์มที่เฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น รวมถึงการทำ CSR เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมให้เยาวชนสนใจในสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงมีอยู่ให้คนรุ่นใหม่สืบทอด เพราะเมื่อเริ่มเข้าสู่ยุคดิจิทัลเยาวชนรุ่นใหม่หันมาสนใจสื่อออนไลน์มากขึ้น สื่อในรูปแบบกระดาษอย่างหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงถูกละเลย การมีกิจกรรม CSR เพื่อส่งเสริมการทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแก่เยาวชนจึงเหมือนเป็นตัวกระตุ้นให้เยาวชนหันมาสนใจสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ทำให้หนังสือพิมพ์ยังอยู่ได้ด้วยพลังของคนรุ่นใหม่ที่ยังสนใจในเรื่องของสิ่งพิมพ์ เรื่องกลยุทธ์ หลังยุคดิจิทัลมีการใช้กลยุทธ์เชิงรับและเชิงรุก กลยุทธ์เชิงรุก คือ การขยายแพลตฟอร์มที่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายและการทำ CSR ส่งเสริมเยาวชนให้เรียนรู้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพื่อที่จะได้รักและสืบทอดให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงมีอยู่คู่คนในท้องถิ่น ในส่วนของกลยุทธ์เชิงรับนั้น เน้นในการดูแลหนังสือพิมพ์ระดับประเทศและนำรูปแบบวิธีการมาปรับใช้ในเรื่องของการใช้โซเชียลมีเดียต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น นอกจากนั้น ยังมีการ

นำแอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) มาใช้เพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างนักข่าวและแหล่งข่าว หรือใช้เพื่อการประชุมงานภายในองค์กร หรือเพื่อเลือกหัวข้อข่าวและภาพข่าว เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน

2. ด้านการผลิต พบว่า เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้งสององค์กรมีการปรับเรื่องของการข้อความในการลงโฆษณาเสียทีเดียว โดยมักเป็นข้อความที่สั้นและกระชับ เพื่อจูงใจให้คนคลิกอ่านข่าวของตนเอง นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์เลือกที่จะเพิ่มแท่นพิมพ์ที่ทันสมัย เพื่อเตรียมรองรับการรับพิมพ์งานจากหน่วยงานอื่น ซึ่งเป็นการเพิ่มรายรับให้แก่องค์กรอีกช่องทางหนึ่งด้วย ในขณะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์ยังไม่กล้าลงทุนในการปรับตัว เพราะกังวลในการแบกรับความเสี่ยงในการขาดทุน

3. ด้านบุคลากร พบว่า เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังไม่มีแผนพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน มีเพียงแค่การแบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงานในองค์กรในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่าแต่ละองค์กรมีการจ้างบุคลากรเพิ่มเติมเพื่อรับผิดชอบด้านสื่อโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะ

4. ด้านงบประมาณ พบว่า เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการทำการตลาดเชิงรุกเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการกลับมาทำ CSR เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะคาดหวังให้คนรุ่นใหม่สืบทอดในการเห็นความสำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและต่อลมหายใจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นให้ยังคงอยู่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดที่มีผลต่อการซื้อพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะเมื่อส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมีคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทั้งการเพิ่มกลุ่มผู้รับสารของกลุ่มเป้าหมาย การขยายแพลตฟอร์มและการทำ CSR นั้นเป็นคำตอบ เรื่องของปัจจัยด้านเศรษฐกิจสอดคล้องตามการแบ่งของ อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2558) ที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกำลังพยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อให้สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงอยู่รอดได้ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยในการเกิดของ Chain Ownership ที่มาจากแนวโน้มของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องขยายขนาดการผลิตให้ครอบคลุม การขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์อื่นสามารถนำผลกำไรมาทดแทนได้ในส่วนที่ขาดทุน โดยมีสาเหตุจากการเข้ามาของสื่ออื่นทำให้ความสำคัญของหนังสือพิมพ์ลดลงและผู้อ่านลดลง (จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์เดือนกุมภาพันธ์ปี 2558)

สรุปแนวทางการปรับตัวของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจากมุมมองของนักวิชาการ

1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรพัฒนาเนื้อหา โดยการนำเสนอและสร้างเนื้อหาที่มีรูปแบบประเด็น ความเฉพาะของท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาอ่านได้จากสื่อกระแสหลักทั่วไป

2. การเพิ่มคอลัมน์หรือพื้นที่ข่าวในการเพิ่มเนื้อหาที่เป็นข้อมูลเชิงวิเคราะห์เจาะลึก มีการเปิดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่น โดยเนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์ก็เป็นเรื่องราวในท้องถิ่นสื่อควรเป็นกระบอกเสียง อีกทั้งยังคอยเปิดประเด็นให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้รับรู้ อาทิเช่น มีวิเคราะห์เศรษฐกิจของเชียงใหม่ การทำคอนโดในเชียงใหม่ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งจะเกิดผลดี ผลเสียอะไรตามมา คอนโดมีมากเกินไป ความต้องการหรือไม่ หรือเรื่องราวใดๆ ที่มีเฉพาะท้องถิ่นเท่านั้น ฯลฯ

3. สื่อท้องถิ่นควรเพิ่มความเข้มแข็งและความต่อเนื่องในการกระจายข้อมูลข่าวสารทางโซเชียลมีเดีย ไม่ใช่แค่เพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียขึ้นมา แต่ไม่มีการพัฒนาหรือดัดศักยภาพออกมาใช้ให้เต็มที่และต้องพึงระวังในการใช้ การกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนรวมถึงต้องรู้จักใช้โซเชียลมีเดียให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4. องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องพัฒนาบุคลากรให้เท่าทันกับเทคโนโลยี เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีบุคลากรอาวุโส หรือผู้ที่อยู่ในวงการข่าวสารมานานค่อนข้างมาก ซึ่งมีความเป็นมืออาชีพในการทำข่าวแต่ขาดการพัฒนาศักยภาพในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งองค์กรสื่อท้องถิ่นเองนั้นต้องเพิ่มศักยภาพไม่เพียงแต่คนรุ่นเก่าแต่รวมถึงคนรุ่นใหม่ด้วยที่ขาดประสบการณ์การทำข่าว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

5. การที่องค์กรหนังสือพิมพ์จะขยายแพลตฟอร์มด้านสื่อสิ่งพิมพ์ออกไป นักวิชาการมีความกังวลและเป็นห่วงในประเด็นนี้ เพราะสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมลดลงเรื่อยๆ แต่เพื่อความอยู่รอดขององค์กรนักวิชาการมองว่า สิ่งที่องค์กรหนังสือพิมพ์เลือกที่จะทำก็ไม่ใช่สิ่งที่ผิด เพียงแต่การขยายแพลตฟอร์มทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์อาจทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสิ้นเปลืองงบประมาณที่เกินความจำเป็น นักวิชาการจึงเสนอแนวทางให้องค์กรหนังสือพิมพ์ควรหันมาขยายช่องทางการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียแทน เพราะเป็นการลดต้นทุนและสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนมาก

6. ในอนาคตองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสามารถขยายแพลตฟอร์มข้ามสื่อไปทำ สื่อเคเบิลทีวีหรือวิทยุท้องถิ่นในอนาคตได้ แต่อยู่ในรูปแบบของการรวมสื่อไม่ใช่การออกมาทำเป็นของตนเองเหมือนกับสื่อระดับประเทศ

ในฐานะของวิจัย ผู้วิจัยเห็นด้วยกับแนวทางของนักวิชาการ ที่ได้เสนอความเห็น

ในเรื่องการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในหลายๆ ด้านดังที่กล่าวมาข้างต้น เพราะแนวทางที่องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นต้องการที่จะปรับเปลี่ยนองค์กรไปข้างหน้า ยังมีจุดอ่อนที่นักวิชาการได้สังเกตเห็นและได้ให้คำแนะนำที่สามารถปรับปรุงแก้ไขรวมถึงพัฒนาจุดอ่อนให้เกิดความเข้มแข็งได้อย่างชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีปัจจัย 5 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้อ่าน ด้านการเมือง ด้านกฎหมายและด้านเทคโนโลยี ที่ส่งผลให้เกิดการปรับตัวภายในองค์กร 4 ด้าน คือ ด้านการบริหาร ด้านการผลิต ด้านบุคลากรและด้านงบประมาณเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ซึ่งส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมทำให้สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กร อภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ

ก่อนยุคดิจิทัลสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีรายได้หลักจากการขายพื้นที่โฆษณา ซึ่งในยุคดังกล่าวมีคู่แข่งไม่มาก อาทิเช่น ป้ายบิลบอร์ดโฆษณาตามสี่แยก การโฆษณาตามคลื่นวิทยุ เคเบิลท้องถิ่น เป็นต้น เป็นรูปแบบของการแข่งขันในรูปแบบสื่อคนละประเภท หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นกลุ่มแรกๆ ที่นักการตลาดระดับท้องถิ่นจะซื้อพื้นที่โฆษณา แต่เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ความหลากหลายในเรื่องของช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น นักการตลาดระดับท้องถิ่นมีตัวเลือกมากขึ้น เมื่อต้องเลือกซื้อพื้นที่โฆษณาจึงนึกถึงจุดที่คุ้มค่าและมีผู้รับสารตรงกลุ่มเป้าหมาย จากเดิมที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นกลุ่มแรกๆ ที่นักการตลาดนึกถึงกลับไม่ตอบโจทย์เรื่องจุดคุ้มค่าของการลงพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จากจุดนี้เองที่ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมในเรื่องของการขยายแพลตฟอร์ม เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้ผู้ที่ซื้อพื้นที่โฆษณากับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรู้สึกคุ้มค่าและตอบโจทย์เพื่อต้องการให้เกิดการซื้อพื้นที่โฆษณากับสื่อในเครือของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ เพราะรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นช่วงก่อนยุคดิจิทัลหรือยุคดิจิทัล คือ การขายพื้นที่โฆษณา สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่าง ในด้านเศรษฐกิจจะระหว่างก่อนยุคดิจิทัลและยุคดิจิทัล คือ การเลือกซื้อพื้นที่โฆษณาของลูกค้ามีความยากขึ้นกว่าเดิม เพราะต้องการซื้อสื่อที่

ตอบโจทย์เรื่องความคุ้มค่าในการลงทุนซื้อโฆษณา กล่าวคือ ถ้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการขยายแพลตฟอร์มมาก ก็จะสามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อโฆษณาได้มากในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารและการตอบสนองดังกล่าวจะทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นขายพื้นที่โฆษณาได้ง่ายขึ้น เห็นได้จากกรณีศึกษา สายการบินโลว์คอสต์สายการบินหนึ่งซื้อพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์และต่อมาเกิดการถอนโฆษณาออกด้วยเหตุผลว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ตอบโจทย์เรื่องกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่ลงโฆษณา จากกรณีดังกล่าวทำให้เห็นภาพชัดเจนว่าการขยายแพลตฟอร์มมีผลต่อการซื้อพื้นที่โฆษณาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นจุดที่ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับตัว เพราะถ้าไม่มีการซื้อพื้นที่โฆษณาหรือมีการซื้อพื้นที่โฆษณาที่ลดลงก็จะมีผลกระทบต่อยอดรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและการที่รายได้หลักลดลงย่อมจะมีผลกระทบต่อด้านอื่นๆ ตามมา

อีกทั้งการขยายแพลตฟอร์มและสร้างเนื้อหาที่มีเฉพาะในท้องถิ่น มีจุดประสงค์เพื่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งในอนาคตอาจจะขยายแพลตฟอร์มโดยร่วมกับเคเบิลท้องถิ่นเหมือนที่สื่อหนังสือพิมพ์หลักกำลังทำอยู่ในรูปแบบของทีวีดิจิทัลหรือทำเป็นแพลตฟอร์มสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบฟรีก็อปปี๋ เหมือนหนังสือพิมพ์ฟรีก็อปปี๋ในรูปแบบแท็บลอยด์อย่างหนังสือพิมพ์เอ็มทูเอฟ เป็นต้น ซึ่งเป็นรูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน เป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์จะมีการขยายตัวในลักษณะที่สำคัญ การขยายตัวแบบนี้เป็นแบบ Cross Media Ownership การเป็นเจ้าของสื่อหลายสื่อภายใต้เจ้าของเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ อมรรพรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ที่เห็นได้จากการขยายแพลตฟอร์มต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รวมถึงในอนาคตอาจมีความเป็นไปได้ที่จะรวมกับเคเบิลทีวีท้องถิ่นแบบสื่อหนังสือพิมพ์กระแสหลักที่มีช่องรายการทีวีของตนเอง

ส่วนรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ยังคงมาจากการขายพื้นที่โฆษณา นอกจากรายได้หลักแล้วหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ยังมีการเพิ่มรายได้อีกช่องทางหนึ่ง คือ การรับพิมพ์งาน ซึ่งในยุคดิจิทัลที่การปรับเปลี่ยน หรือการลงทุนใดๆ ยังคงค่อนข้างชะลอตัว เนื่องจากอุทิสทางการปรับเปลี่ยนของหนังสือพิมพ์หลักระดับประเทศ แต่หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์กลับเลือกลงทุนเพิ่มเติม ในส่วนของการซื้อแท่นพิมพ์ใหม่ เพื่อให้เกิดรายรับเพิ่มอีกช่องทางหนึ่งในการรับพิมพ์งานจากหน่วยงานภายนอก

จะเห็นได้ว่า เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่สามารถอยู่เฉยโดยไม่ปรับรูปแบบได้ แต่การปรับรูปแบบของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นจะรอดูทิศทางของสื่อหนังสือพิมพ์ระดับประเทศเป็นหลัก เพราะความแตกต่างระหว่างหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์

ระดับประเทศ คือ เรื่องของเงินลงทุนและกลุ่มผู้รับสารที่มีมาก ดังนั้น สื่อระดับประเทศ พร้อมทั้งจะปรับเปลี่ยนได้ในทันที แต่การลงทุนในระดับท้องถิ่นมีเงินลงทุนจำกัดและกลุ่มผู้รับสารที่จำกัด จึงต้องค่อยๆ ปรับเปลี่ยนและใช้หนังสือพิมพ์ระดับประเทศเป็นต้นแบบในการนำมาปรับใช้

2. ด้านสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้อ่าน

ด้านสังคม วัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้อ่าน สามารถจำแนกได้ 2 ส่วน ตามการจำแนกของ อมรพรพรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) คือ ส่วนแรก การมองในภาพรวม และส่วนที่สอง การมองในภาพย่อย โดยที่การมองภาพรวมของสังคมที่แปรเปลี่ยนไป จะส่งผลต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนการมองในภาพย่อยจะพิจารณาตัวแปรต่างๆ เช่น เพศ วัย ความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา ซึ่งในส่วนของผลการวิจัยมองในลักษณะภาพใหญ่ และภาพย่อยตัวแปรที่เห็นได้ชัด คือ อายุ เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลอายุของผู้รับสารจากเดิมที่มีความหลากหลายกลายเป็นกลุ่มผู้รับสารแบบเฉพาะเจาะจง หรือเจาะกลุ่มเป้าหมาย ตามความชอบ ความสนใจ และช่วงวัยมีผลต่อความสนใจต่างๆ ของผู้รับสาร ที่เห็นได้ชัดเจนจากเรื่องของการขยายแพลตฟอร์มให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น อาทิเช่น นิตยสาร เชียงใหม่แม็กที่มีกลุ่มเป้าหมายระดับบน หนังสือพิมพ์พรวิทย์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยทำงานตอนต้น เป็นต้น และยุบแพลตฟอร์มที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ คือ หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์เชียงใหม่ธุรกิจที่เป็นหนังสือพิมพ์สำหรับหางานในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดในเขตภาคเหนือ โดยสาเหตุที่ต้องยุบแพลตฟอร์มเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเลือกที่จะค้นหางานในสื่ออินเทอร์เน็ตแทนที่สื่อหนังสือพิมพ์ จากกรณีตัวอย่างดังกล่าว เห็นได้ว่าสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านของพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนในสังคมที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว และคนรุ่นใหม่ในสังคมที่เข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว เลือกที่จะตอบสนองความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เหตุผลต่างๆ นี่เป็นสิ่งที่ทำให้สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับตัว

3. ด้านการเมือง

ปัจจัยด้านการเมืองถือว่าเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการปรับตัวของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการเมืองมีผลสืบเนื่องมาตั้งแต่ก่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัล (ก่อน พ.ศ. 2553) และเป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจนกระทั่งเข้าสู่ยุคดิจิทัลในปัจจุบัน จากกรณีของการนำเสนอข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ตั้งแต่ช่วงก่อน ยุคดิจิทัลมีการนำเสนอข่าวประเด็นทางการเมืองในครั้งนั้น ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ ถูกคุกคามจากผู้ไม่เห็นด้วยโดยกล่าวหาว่า

นำเสนอข่าวด้วยความไม่เป็นกลาง ถูกปิดล้อมสำนักงาน ถูกยกเลิกการซื้อพื้นที่โฆษณาเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดผลกระทบต่องค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งเหตุการณ์ในครั้งนั้นมีผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์การเมืองระดับประเทศมีการแบ่งแยกฝักฝ่ายจนลุกลามมาถึงการเมืองระดับจังหวัดที่มีการแบ่งฝ่ายด้วยเช่นกันและเมื่อนำเสนอข่าวไม่ว่ากรณีใดๆ ที่เกี่ยวกับการเมืองมักจะถูกนำไปตีความเพื่อนำมาโจมตีฝ่ายตรงข้ามให้เกิดความขัดแย้งและความเข้าใจผิด ดังนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงและเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าวไม่ให้เกิดเหตุการณ์บานปลายหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์จึงเลือกหลีกเลี่ยงที่จะนำเสนอข่าวการเมือง ตั้งแต่ช่วงก่อนยุคดิจิทัลสืบเนื่องมาจนถึงยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ซึ่งปัญหาสืบเนื่องนั้นจึงจัดว่าปัจจัยทางด้านการเมืองไม่ส่งผลต่อการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล

4. ด้านกฎหมาย

ด้านกฎหมายไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพราะว่ามีมีการออกพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ขึ้นเพื่อควบคุมประชาชนไม่ให้นำเทคโนโลยีไปใช้ในทางที่ผิด พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ฉบับแรกมีขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2550 ตั้งแต่อ่อนยุคดิจิทัล (ยุคดิจิทัล พ.ศ. 2553) และมีการปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งถึงยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ด้านกฎหมายก่อนและหลังยุคดิจิทัลมีบทบาทต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่สอดคล้องกัน คือ เรื่องของการเพิ่มความละเอียดรอบคอบในการโพสต์ข่าวลงสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะหากข่าวหรือข้อมูลใดใดที่โพสต์ในอินเทอร์เน็ตไม่ได้ผ่านการตรวจสอบและเกิดข้อผิดพลาดข้อมูลนั้นก็จะยังคงอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งถูกลบได้ยากและอาจถูกแชร์ต่อๆ ไปจนเกิดความเสียหายในวงกว้าง ซึ่งพบได้จากหลากหลายกรณีศึกษา ที่เกิดจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อมูลอันเป็นเท็จ หรือข้อมูลที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น ปัญหาดังกล่าวพบมาตั้งแต่ในช่วงก่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยังคงมีผลเรื่อยมาจนถึงยุคดิจิทัลในปัจจุบันในเรื่องของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่นำข่าวลงในสื่อโซเชียลมีเดีย

5. ด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีถือได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญ ตั้งแต่ก่อนก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี สอดคล้องกับทัศนะของนักวิชาการสำนักเทคโนโลยี (Technology Determinism) ที่จะพิจารณาเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญ ในการส่งผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์ นับตั้งแต่ยุคแรกจนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sullen Tapsall (2011) ที่เห็นว่า เทคโนโลยีด้านสื่อสิ่งพิมพ์ส่งผลต่อสังคมหลายด้าน ทั้งในเรื่อง

ของการสร้างสังคมอุดมคติ และสังคมในด้านลบ ในขณะเดียวกัน ก็มีความเห็นของนักวิชาการบางกลุ่มมองว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถที่จะสร้างผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์ได้ ในด้านการทำให้สื่อสิ่งพิมพ์หายไปหรือลดจำนวนลง แต่นับตั้งแต่การเกิดของวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต ก็ทำให้ค้นพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้หายไปไหนเลย นั่นเป็นเพราะสังคมในทุกสังคมยังต้องการการอ่านผ่านกระดาษ ในทางตรงกันข้ามเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในยุคดิจิทัลกลับกลายเป็นสิ่งที่เสริมสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย กล่าวคือ เทคโนโลยีก้าวเข้ามามีบทบาทต่อสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทำให้ความนิยมในการบริโภคสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลดลง แต่ในขณะเดียวกันสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นพยายามให้ตัวตนยังคงอยู่ ด้วยการขยายช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ภายใต้ความเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ เทคโนโลยีส่งผลต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แต่ในขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็มีความพยายามนำการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มาเอื้อประโยชน์ต่อตนเอง และในอนาคตก็มีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีมาเป็นประโยชน์ในการทำคลิปข่าว เพื่อลงในเว็บไซต์และสื่อโซเชียลมีเดียอื่นๆ เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารถึงผู้บริโภคและประโยชน์ทางธุรกิจขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในด้านการขายพื้นที่โฆษณาอีกช่องทางหนึ่งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557’ ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพรอ. (2557) โดยจากงานวิจัยนี้ แสดงถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยที่เพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นจากการใช้งานโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเห็นได้ชัดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี และนอกจากนี้ยังมีผลการสำรวจที่แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อความบันเทิงและการสื่อสารเป็นหลัก โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 การพูดคุยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ 78 อันดับ 2 อ่านข่าว หรือ e-book ร้อยละ 56 จากงานวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสื่ออินเทอร์เน็ตที่คนส่วนใหญ่นำมาใช้เพื่อการบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องหาหนทางที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องปรับตัวโดยนำประโยชน์ของสื่อโซเชียลมีเดียที่มากับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรของตนเอง

การปรับตัวภายในองค์กร

1. ด้านการบริหาร

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ เปรียบเทียบช่วงก่อนและหลังยุคดิจิทัล (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553) แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในการบริหารจัดการองค์กรเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งในช่วงก่อนยุคดิจิทัลการปรับตัวภายในแบ่งเป็น 4 ด้าน เหมือนกับการแบ่งของอมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ได้แก่ การบริหาร บุคลากร การผลิต และงบประมาณในด้านการบริหาร ไทยนิวส์และเชียงใหม่นิวส์ มีรูปแบบการบริหารที่ต่างกัน คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์บริหารในรูปแบบของครอบครัวและเครือญาติ แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์บริหารในรูปแบบเชิงขององค์กรธุรกิจ และเมื่อเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวในช่วงหลังยุคดิจิทัลในเรื่องของการบริหารองค์กรทุกด้าน

ในส่วนของนโยบายของทั้งสองยังคงใช้นโยบายเดิมเหมือนกับช่วงก่อนยุคดิจิทัล โดยเป็นในรูปแบบสโลแกนเชิงนโยบาย การกำหนดนโยบายย่อมมีผลต่อการบริหาร สอดคล้องกับคำกล่าวของ อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ในการที่สื่อหนังสือพิมพ์ยังคงรักษานโยบายแบบเดิม ทั้งที่ในความเป็นจริงกำลังรับมือกับการเปลี่ยนสู่ยุคดิจิทัล ทำให้เน้นหนักในการรักษาลผลประโยชน์ในด้านธุรกิจ ในเรื่องการปรับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรยังคงมีกำไรและอยู่รอด

ความแตกต่างในด้านยุทธศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ยุคก่อนและหลังดิจิทัล ในด้านยุทธศาสตร์ ก่อนยุคดิจิทัลทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ มียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งเน้นการกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อการแข่งขันเพื่อการเป็นผู้นำทางด้านข่าวสารของท้องถิ่นที่ต้องมีทั้งความถูกต้องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการในการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในท้องถิ่น ทั้งยังเป็นกระบอกเสียงให้กับทั้งภาครัฐและเอกชน ในช่วงก่อนยุคดิจิทัลนั้น เห็นได้ว่าการแข่งขันของสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยกันเองและสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มี ความหลากหลายมากเท่าไรนัก เพราะยุทธศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้งสองยังมุ่งเน้นการเป็นผู้นำทางด้านข้อมูลข่าวสารและความรวดเร็วเป็นหลัก ส่วนยุทธศาสตร์หลังยุคดิจิทัลนั้น ทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ คล้ายกันในเรื่องของการมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้รับสารได้หลากหลายช่องทางและการขยาย

แพลตฟอร์ม สอดคล้องกับคำแนะนำของอาจารย์ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองท่าน คือ รองศาสตราจารย์สดศรี เผ่าอินทร์จันทน์ (สัมภาษณ์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558) และ อาจารย์สุนันทา แยมทัพ (สัมภาษณ์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558) ที่กล่าวถึง การทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอยู่รอดในช่วงยุคดิจิทัล คือ การเพิ่มกลุ่มผู้รับสารให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้หลากหลายด้วยการขยายแพลตฟอร์ม เพื่อเพิ่มกลุ่มผู้รับสารและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่จะมาลงโฆษณา โดยหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์จะมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์ในเรื่องของยุทธศาสตร์การกลับมาทำ CSR ในรูปแบบของตนเอง เพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่หันมาสนใจสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น การทำ CSR เพื่อให้เยาวชนได้มีโอกาสทดลองทำข่าวจริงและได้ตีพิมพ์จริงในชื่อว่าหนังสือพิมพ์ชาติไทยนิวส์ (Child's Thainews) โดยมีทีมบรรณาธิการข่าวของไทยนิวส์เป็นที่ปรึกษา ซึ่งโครงการดังกล่าวเคยมีมาตั้งแต่ก่อนยุคดิจิทัลและเป็นโครงการต่อเนื่องเรื่อยมาก่อนจะหยุดทำโครงการเป็นระยะเวลาสองปีในช่วงก่อนยุคดิจิทัลและตอนนี้ก็กลับมาทำอีกครั้งหนึ่ง แสดงความเป็นหนังสือพิมพ์ลงเหลือเป็นคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ในปัจจุบัน ทั้งการเพิ่มกลุ่มผู้รับสารของกลุ่มเป้าหมาย การขยายแพลตฟอร์ม และการทำ CSR นั้นเป็นคำตอบ เรื่องของปัจจัยด้านเศรษฐกิจสอดคล้องตามการแบ่งของ อมรรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2558) ที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกำลังพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงอยู่รอดได้ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยในการเกิดของ Chain Ownership ที่มาจากแนวโน้มของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องขยายขนาดการผลิตให้ครอบคลุมการขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์อื่น สามารถนำผลกำไรมาทดแทนได้ในส่วนที่ขาดทุน โดยมีสาเหตุจากการเข้ามาของสื่ออื่นทำให้ความสำคัญของหนังสือพิมพ์ลดลงและผู้อ่านลดลง (จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์เดือนกุมภาพันธ์ปี 2558)

ด้านกลยุทธ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก่อนยุคดิจิทัลนั้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ มีกลยุทธ์เชิงรุกที่คล้ายกัน คือ การขยายแพลตฟอร์ม หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์ขยายแพลตฟอร์มเป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ คือ หนังสือพิมพ์เชียงใหม่ธุรกิจ ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์นอกจากจะขยายแพลตฟอร์ม โดยการทำ CSR ขอบทุนจากองค์กรไม่แสวงหากำไรเพื่อให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการทำข่าวท้องถิ่นในรูปแบบของตนเองและจะได้ตีพิมพ์จริงชื่อว่า หนังสือพิมพ์ชาติไทยนิวส์ (Child's Thainews) ซึ่งเป็นการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ตามคำนิยามของ วริษฐา ภักดี (2552) คือ การผลิตสื่อออกมาในรูปแบบหนังสือพิมพ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเหตุการณ์ ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในรูปแบบข่าว บทความ ที่วิจารณ์เหตุการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้และรวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหรือเสนอความคิดเห็นเพื่อเป็นการพัฒนาท้องถิ่น ส่วนหลังยุคดิจิทัลนั้น ทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ใช้กลยุทธ์ทั้งรับทั้งรุก โดยกลยุทธ์เชิงรุกนั้น คือ การขยายแพลตฟอร์มหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์ขยายแพลตฟอร์ม คือ นิตยสารเชียงใหม่แม่ก ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ขยายแพลตฟอร์มเป็นหนังสือพิมพ์แท็บลอยด์เชิงธุรกิจ มีชื่อว่า หนังสือพิมพ์พราวดี และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์ กลับมาทำเชิงรุกในเรื่องของการขอร้ององค์กรไม่แสวงหากำไรเพื่อทำ CSR ในการส่งเสริมให้เยาวชนได้มีโอกาสทำข่าวในท้องถิ่นของตนที่จะได้ตีพิมพ์จริงและมีที่ปรึกษา คือ ทีมบรรณาธิการของไทยนิวส์ กิจกรรม CSR นี้ มุ่งหวังให้เด็กรุ่นใหม่ยังคงสนใจสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งการขยายแพลตฟอร์มนั้นเป็นการปรับตัวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจปัจจัยในการเกิดของ Chain Ownership ซึ่งหนังสือพิมพ์ต้องทำให้ตัวเองอยู่รอดเนื่องจากการเข้ามาของสื่ออื่นทำให้ความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลง ในส่วนนี้ยังเป็นปัจจัยเรื่องของสังคม วัฒนธรรม การเปลี่ยนของสังคมเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลทำให้กลุ่มช่วงอายุของคนที่อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์เชียงใหม่และไทยนิวส์เดือนกุมภาพันธ์ 2558) เยาวชนรุ่นใหม่สนใจสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลดน้อยลง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงถูกลดบทบาทลง จึงเป็นที่มาของการที่หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์เลือกที่จะทำกิจกรรม CSR ในการส่งเสริมเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีส่วนร่วมกับการทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นตามรูปแบบของตนเอง โดยมีกองบรรณาธิการของไทยนิวส์คอยให้คำปรึกษา เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ทอดทิ้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปัจจัยด้านผู้อ่านซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งของ อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ที่กล่าวถึงการผันแปรกับการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตามแนวคิดของ Sullen Tapsall (2011) ที่เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ทำให้ความเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้รับความสนใจน้อยลง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเองจึงต้องปรับตัวนำสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์เชิงรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์คล้ายกัน คือ การดูทิศทางของสื่อหนังสือพิมพ์ระดับประเทศ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการ เป็นต้น ว่ามีการนำสื่อดิจิทัลรูปแบบใด เพื่อนำมาปรับกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ ถ้าสื่อที่หนังสือพิมพ์ระดับประเทศนำมาใช้และประสบผลสำเร็จ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็จะมีแนวโน้มนำมาปรับใช้กับองค์กรของตน เช่น การที่สื่อหนังสือพิมพ์ระดับประเทศเริ่มนำเว็บไซต์และเฟซบุ๊กเพื่อใช้ในการรายงานข่าวและเห็นแนวโน้มว่าประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวขององค์กรได้มากขึ้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงเริ่มนำเว็บไซต์และเฟซบุ๊กมาปรับใช้กับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของตนและมีการนำ Application Line การสนทนาส่งข้อมูลข่าวสารและประชุมงานเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์แตกต่างในเรื่องของสื่อโซเชียลมีเดียที่นำมาปรับใช้นอกเหนือจากเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์นำทวิตเตอร์มาใช้ในการรายงานข่าวอีกช่องทางหนึ่งด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือ วิธีที่สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล

ส่วนการบริหารองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของทศพล คัมสุวรรณ (2552) ซึ่งศึกษาเรื่องลักษณะการบริหารงานหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเขตภาคเหนือ ซึ่งแบ่งการบริหารงานหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมี 2 ส่วนหลักด้วยกัน คือ การบริหารด้านเนื้อหาและการผลิตและการบริหารองค์กร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่ในอดีตในช่วงก่อนยุคดิจิทัลและยุคดิจิทัล การบริหารงานในรูปแบบองค์กรแบบทางการยังคงมีการบริหารงานและสายการบริหารงานรูปแบบเดิม คือ มีผู้อำนวยการหรือบรรณาธิการ รองลงมา คือ รองบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ ในส่วนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์นั้น รูปแบบการบริหารงานก่อนยุคดิจิทัลและยุคดิจิทัลยังคงเป็นการสืบทอดสายงานในรูปแบบกิจการครอบครัว การบริหารงานภายในองค์กรก็เป็นองค์กรแบบไม่เป็นทางการใช้ระบบเครือญาติในการบริหารและมีการจัดตั้งบรรณาธิการและกองบรรณาธิการแยกกันชัดเจนระหว่างหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับหนังสือพิมพ์ที่ขยายแพลตฟอร์ม การผลิตในยุคก่อนและหลังยุคดิจิทัลนั้นยังรูปแบบการจัดการผลิตเอง ทั้งในส่วนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ โดยแยกเป็นทีมบรรณาธิการและทีมฝ่ายผลิต ส่วนด้านเนื้อหา ก่อนยุคดิจิทัล มีการนำเสนอเนื้อหาภายในท้องถิ่นเป็นหลักทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ หลังยุคดิจิทัลนั้น ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์มีแนวทางที่จะไม่นำเสนอข่าวด้านการเมือง เพราะเกรงจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางด้านการเมือง ซึ่งสอดคล้องตามคำกล่าวของ อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ที่ว่าด้วยเรื่องการเมืองนั้น เป็นปัญหามาตั้งแต่ช่วงก่อนยุคดิจิทัลและเมื่อเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัลก็ยังคงส่งผลกระทบในรูปแบบเดิมอยู่ คือ การที่สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการนำเสนอข่าวประเด็นทางการเมืองของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เพื่อป้องกันปัญหา

ความขัดแย้งในจังหวัดเชียงใหม่ การแบ่งฝักฝ่ายทางการเมืองระดับประเทศส่งผลกระทบในระดับท้องถิ่น ทำให้การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการนำเสนอข้อมูลด้านการเมือง สื่อท้องถิ่นจึงเลือกที่จะไม่นำเสนอประเด็นทางการเมือง

2. ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากรมีผลต่อสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สอดคล้องตามคำนิยามของอมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ดังจะเห็นได้จากเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังไม่มีแผนพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงานในองค์กร ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อให้รู้เท่าทันเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการทำข่าว นอกจากนั้นยังพบว่า แต่ละองค์กรมีการจ้างบุคลากรเพิ่มเติมเพื่อรับผิดชอบด้านโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ศรีราชาของ ภูมิพัช ชมชื่น (2551) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้หนังสือพิมพ์ศรีราชาอยู่รอดเกิดจากการมีความเข้าใจในกรอบแนวคิดรวมไปถึงเข้าใจบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนท้องถิ่นและมีการปรับตัวให้เข้ากับการเมืองและเศรษฐกิจและสังคมของศรีราชาเป็นอย่างดี ด้านบุคลากรเป็นอีกด้านหนึ่งที่เห็นได้ชัดถึงการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นท้องถิ่นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ปรับตัว ที่ต้องให้บุคลากรทุกคนมีความรู้และสามารถใช้โซเชียลมีเดียเบื้องต้นได้ เพื่อประโยชน์ในการทำงานด้านการส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างแหล่งข่าว การประชุมงานระหว่างบุคคลในองค์กร การจ้างบุคลากรเพิ่มเพื่อรับผิดชอบเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะ เพื่อรองรับยุคดิจิทัลที่ถือได้ว่า การเพิ่มบุคลากรเป็นการแบกรับค่าใช้จ่ายในองค์กรที่ต้องเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าเพราะเทคโนโลยีมีการพัฒนา อย่างต่อเนื่องสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องการคนรุ่นใหม่ที่มีความเชี่ยวชาญด้านโซเชียลมีเดียและเทคโนโลยี เพื่อให้เท่าทันกับผู้บริโภคข่าวที่มีการเข้าถึงเทคโนโลยีและสื่อต่างๆ ผ่านหลากหลายช่องทางได้อย่างรวดเร็ว

3. ด้านการผลิต

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ มีส่วนที่เหมือนกัน คือ ทั้งสองมีกระบวนการผลิตเองทั้งหมดและมีแท่นพิมพ์ของตนเอง แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์หลังยุคดิจิทัล มีการเพิ่มแท่นพิมพ์ใหม่ เพื่อรองรับการขยายแพลตฟอร์มและธุรกิจโรงพิมพ์ที่เป็นรายรับอีกทางหนึ่งขององค์กร ด้านงบประมาณ

ทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์ มีลักษณะที่คล้ายกัน คือ มีรายได้มาจากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และการขายพื้นที่โฆษณา โดยรายได้หลักมาจากการขายพื้นที่โฆษณา แต่ในส่วนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์นั้น มีรายได้จากธุรกิจโรงพิมพ์เพิ่มมาอีกช่องทางหนึ่ง ด้วยรายได้ทั้งหมดนำมาถัวเฉลี่ยไม่ขาดทุน ซึ่งจะมีการทำฐานเงินเดือนที่ชัดเจนในอนาคต รูปแบบการบริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหลังปรับสู่ยุคดิจิทัลสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพล คุ่มสุวรรณ (2552) เรื่อง การบริหารองค์กรมีรายได้ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคเหนือมาจาก 4 ทาง คือ การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ การขายพื้นที่โฆษณา ธุรกิจโรงพิมพ์ ส่วนใหญ่จะนำเงินรายได้จาก 4 แหล่ง เฉลี่ยรวมกันเพื่อให้กิจการหนังสือพิมพ์ดำเนินการอยู่รอดต่อไปได้ จากการสัมภาษณ์ทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิวส์แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวในช่วงหลังยุคดิจิทัลในเรื่องของการบริหารองค์กรเกือบทุกด้าน ที่ต้องปรับโดยมีการดึงนำสื่อดิจิทัลตามแนวคิดของ Sullen Tapsall (2011) เรื่องการนำมาปรับใช้ให้เกิดผลในเชิงบวก คือ เป็นการสนับสนุนสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ให้สามารถเปิดรับข่าวได้หลากหลายช่องทาง

4. ด้านงบประมาณ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงมีรายได้ขององค์กรเหมือนเดิม คือ มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาและการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นบางฉบับที่มีรายได้จากการรับพิมพ์งานอีกช่องทางหนึ่ง เมื่อเข้าสู่ช่วงยุคดิจิทัลหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกำลังพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้สื่อหนังสือพิมพ์ยังคงอยู่รอดในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นรูปแบบปัจจัยในการเกิดของ Chain Ownership สอดคล้องตามงานของ อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล (2548) ที่กล่าวถึงแนวโน้มของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องขยายขนาดการผลิตให้ครอบคลุม การขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์อื่นสามารถนำผลกำไรมาทดแทนได้ในส่วนที่ขาดทุน โดยมีสาเหตุจากการเข้ามาของสื่ออื่นทำให้ความสำคัญของหนังสือพิมพ์ลดลงและผู้อ่านลดลง (ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์เดือนกุมภาพันธ์ 2558)

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการค้นคว้าอิสระเรื่อง “การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำหายของสื่อดิจิทัล” นั้นสามารถนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นได้ ดังนี้

สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีด้วยกันสองสื่อ คือ เชียงใหม่นิวส์และไทยนิวส์ ซึ่งทั้งสองสื่อนี้ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล ทำให้ต้องมีการปรับตัวในการเพิ่มช่องทางการนำเสนอข่าวผ่านหลากหลายช่องทางมากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงคนได้หลายกลุ่ม ในขณะที่การผลิตหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็มีอัตราที่ลดลง การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงเริ่มขึ้นแต่ก็ยังคงเป็นในรูปแบบที่ร่อดูทิศทางของหนังสือพิมพ์กระแสหลักหลังการเปลี่ยนแปลงรวมกับสื่อยุคดิจิทัล ซึ่งยังไม่ชัดเจนว่าจะไปในทิศทางใด ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในโอกาสต่อไป ดังนี้

- 1) ควรศึกษาในเชิงปริมาณในมุมมองของผู้รับสาร ว่าผู้รับสารอยากให้ทิศทางของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบไหนในยุคดิจิทัล เพื่อจะได้ผลิตสื่อได้ตรงกลุ่มเป้าหมายในการรับข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น
- 2) สามารถต่อยอดนำไปทำวิจัยกับสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 4 ภูมิภาค เพื่อดูการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละภาคว่าสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร เพื่อจะได้นำมาเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้กับสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์.
- คำเอื้อง คำปะสิทธิ์. (2554). **กระบวนการนำเสนอข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาลาว**. การค้นคว้าแบบอิสระ คณะการสื่อสารมวลชน: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรัตน์ เชิดชัย. (2527). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตติ วิทย์สรณะ. (2548). **บทบาทและการดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต

- ณัชรรัตน์ ตาวางศ์. (2552). การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพของเด็กและเยาวชนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์รายวัน. การค้นคว้าแบบอิสระ คณะการสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดรุณี หิรัญรักษ์. (2543). การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิรันดร์ ตามศักดิ์. (2558). Digital Economy รู้ทัน เข้าใจและนำไปใช้. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 สิงหาคม 2558, แหล่งที่มา <http://www.most.go.th/main/index.php/product/sciencetalk/4054-digital-economy-.html#>.
- พงศธร คำบ่อเศร้า. (2557). กลยุทธ์การจัดการองค์การบริษัท มติชน จำกัด. วันที่เข้าถึงข้อมูล 7 กุมภาพันธ์ 2557, แหล่งที่มา <http://www.slideshare.net/pongsa/ss-15444395>.
- พัฒนสินี กรานเลิศ. (2556). เมื่อสื่อเก่าปะทะกับสื่อใหม่ในยุคดิจิทัล. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 พฤษภาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.prachatai.com/journal/2012/11/43461>.
- รัชณี วงศ์วรรณ. (2535). แนวโน้มหนังสือพิมพ์ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2535-2544). วิทยานิพนธ์ สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ อินทจักร. (2556). เอกสารประกอบการสอนการบริหารจัดการองค์กรสื่อ. คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2549). ปัญหาท้าทายสื่อมวลชนไทยในทศวรรษหน้า. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์การพิมพ์.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2556). สู่ยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด
- สุธิดา พัฒนศรีวิเชียร. (2547). การศึกษาบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในการพัฒนาท้องถิ่น: กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์และหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ จังหวัดเชียงใหม่. สำนักวิจัยมหาวิทยาลัยพายัพ.
- สิริทิพย์ ชันสุวรรณ. (2539). การบริหารงานหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). เรียนรู้การและงานบรรณาธิการสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล และคณะ. (2554). การบริหารงานสื่อสิ่งพิมพ์. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อดิศักดิ์ จำปาทอง. (2558). Digital Sphere โลกยุคใหม่ของสื่อดิจิทัล. วันที่เข้าถึง
ข้อมูล 30 สิงหาคม 2558, แหล่งที่มา <http://www.nation.ac.th/course-works-detail.php?main=7/19/134/148&content=255>.

เยาวชนไทยและการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น

Thai Youth and Their Learning on Japanese Culture via Japanese Comic Media

ชวรินทร์ ศิลสุวรรณ¹
ดร.ธรณธร ปัญญโสภณ
พีรยา หาญพงศ์พันธุ์

บทคัดย่อ

หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเยาวชนไทยมาเป็นเวลานาน และการ์ตูนญี่ปุ่นได้สอดแทรกกลิ่นอายวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นในหลากหลายแง่มุม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยมของคนญี่ปุ่นในหมู่เยาวชนไทย รวมถึงการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการรับรู้และการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของเยาวชนไทยผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมสูงสุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2553–2557) จำนวน 5 เรื่องได้แก่ (1) ครูพิเศษจอมป่วน รีบอร์น (2) บลีส เทพมรณะ (3) วันพีซ (4) ฮันเตอร์ x ฮันเตอร์ และ (5) นินจา นารูโตะ โดยใช้ทฤษฎีสัญญะวิทยามาช่วยในการวิเคราะห์และอธิบายลักษณะสัญญาณทางวัฒนธรรม อนึ่ง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับเยาวชนซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย รวม 48 คน จากโรงเรียนมัธยมศึกษา 4 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2557

ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีการดำเนินชีวิตที่เยาวชนไทยรับรู้ และเรียนรู้ได้จากสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น ได้แก่ ความเชื่อเรื่องภูตผีปีศาจและสิ่งลี้ลับมหัศจรรย์ ค่านิยมการเสียสละ ความเพียรพยายามและการมีวินัยในตนเอง ความมีจิตอาสา และความกตัญญู และวิถีการดำเนินชีวิต เช่น อาหาร การแต่งตัว เรื่องการรักครอบครัว

¹ ชวรินทร์ ศิลสุวรรณ (นศ.ม. นิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558), ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรณธร ปัญญโสภณ และอาจารย์ ดร.พีรยา หาญพงศ์พันธุ์ นิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

นอกจากนี้ยังพบว่า เยาวชนไทยมีความประทับใจในเรื่องของภาษา ประโยค และคำพูดของตัวการ์ตูนญี่ปุ่น ลักษณะบุคลิกตัวละคร และการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมไปถึงเนื้อเรื่องที่มีความแปลกใหม่ การนำเสนอฉากทัศน์ ทั้งนี้ พบว่าเยาวชนหลายคนได้นำแง่มุมที่ตึงามซึ่งได้รับการ์ตูนญี่ปุ่นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ค่านิยม ตระหนักความสำนึกของความเป็นกลุ่ม และมีระเบียบวินัย

อนึ่ง จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงขอเรียนเสนอแนะให้ผู้ปกครอง ครู และผู้บริหารการศึกษา ได้ตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อการ์ตูน ซึ่งมีความสามารถในการจูงใจให้เยาวชนมีเจตคติและค่านิยมที่จะประพฤติตนเป็นคนดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความมีวินัย ความซื่อสัตย์ ความเพียรพยายาม และความสามัคคี

Abstract

Japanese comic book is a media that has become popular among Thai youths for a long time. And, several aspects of Japanese culture have also presented in Japanese comic books.

The objectives of this paper are to study the Japanese culture and perceptions, beliefs, and values among Thai youths, as well as, how they could adapt what they have learned into everyday life. In addition, the author incorporated semiotic theories to help analyze and explain the cultural characteristics via sign portrayed in five most popular Japanese comic books in Thailand during the past five years (2010-2014), including (1) Reborn (2) BLEACH (3) One Piece (4) Hunter X Hunter and (5) Naruto.

The research study is a qualitative research, in which, the researchers conducted the in-depth interviews with 48 Thai students from four secondary schools (grade 7-12) in Bangkok during February-March 2014.

The results revealed that the beliefs, values and the ways of life that the Thai youths recognized from Japanese comic books, including the beliefs about the existence of ghosts, magic and mystery things; the values about sacrifice, perseverance, self-discipline, volunteer, gratitude; and the ways of life, such as diet, dress, the love of one's family. In addition, Thai youths were impressed by the language, lines/ words, characteristics of

the characters and their interpersonal relationships, as well as, the fresh and unseen plot and the unique scenery presentation. Moreover, it was also revealed that many Thai youths have taken the good aspects from Japanese comic books and adapted them into their daily lives such as having intrinsic values of the awareness of group harmony and keeping discipline.

According to the results, the researcher would like to suggest that parents, teachers and education administrators should reconsider and realize the power of comic books as a medium that could influence and motivate youths to have positive attitudes and values to become good people for the society, particularly, in terms of self-discipline, honesty, perseverance, and harmony.

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้ภูมิทัศน์ของสื่อ (Media Landscape) เปลี่ยนแปลง ซึ่งหมายถึง การขยายพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร ในรูปแบบต่างๆ สื่อใหม่ที่มีรูปแบบหลากหลาย กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) และบล็อก (Blog) เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นสื่อใหม่ที่กลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่เปิดรับอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2556) นอกจากนี้ สื่อพิเศษอีกประเภทหนึ่งซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย มาโดยตลอดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นั่นก็คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นการตุนที่เน้นสาระความรู้ ความบันเทิงที่มีเนื้อหาค่อนข้างหลากหลาย ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม “สื่อการตุน” ช่วยสร้างเสริมจินตนาการให้กับผู้อ่านได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ขมนาด บุญอารีย์ (2551) เสนอว่าการตุนเป็นสื่อทางวัฒนธรรมการดู (Visual Culture) และวัฒนธรรมมวลชน (Pop Culture) อีกทั้งเป็นทรัพยากรสารสนเทศ ที่ได้รับความนิยมจากเด็กและเยาวชน การตุนประเภทนิยายภาพที่มีเนื้อหาดี จัดเป็นวรรณกรรมสมัยใหม่ประเภทหนึ่งสามารถดึงดูดผู้ใช้ โดยเฉพาะการตุนประเภทนิยายภาพ เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดจิตใจผู้อ่านได้จากภาพที่สวยงาม อารมณ์ขันของภาพ

และข้อความที่เสนอ วัยรุ่นไทยนิยมบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นมากที่สุด ในแต่ละปีมูลค่าทางเศรษฐกิจของการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทยมีสูงถึงประมาณ 10,000 ล้านบาทต่อปี (วชิรพงษ์ ปรีชาวงศ์กุล, 2553) โดยที่การ์ตูนญี่ปุ่นที่แปลเป็นภาษาไทยเป็นกลุ่มที่ขายดีที่สุดถึงร้อยละ 90 ขณะที่ยอดการขายของหนังสือการ์ตูนไทยอยู่ที่เพียงร้อยละ 5-7 เท่านั้น ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มการ์ตูนจากประเทศอื่นๆ การ์ตูนญี่ปุ่น หรือ “มังงะ” เป็นนิยายภาพมีองค์ประกอบพื้นฐานสามอย่างของการ์ตูน คือ กรอบสี่เหลี่ยม ภาพลายเส้น และคำพูด ส่วนความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ รูปเล่มแบบหนังสือและความซับซ้อนของการเล่าเรื่อง สามารถรับใช้สังคมในยุคนิยมวัฒนธรรมการดูในลักษณะที่ง่ายต่อการเข้าใจ เน้นอารมณ์ความรู้สึก โยงไปสู่จินตนาการของแต่ละคน ในสังคมยุคโลกาภิวัตน์การ์ตูนเป็นสื่อที่ผู้คนบริโภคในยามว่างของพวกเขาเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ลดความตึงเครียดและสร้างความพึงพอใจให้แก่ชีวิตของตนเอง กลุ่มผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเรื่องราวจากสื่อการ์ตูนอย่างง่ายดาย ด้วยสัมผัสของอารมณ์ซึ่งชอบเข้าถึงมากกว่าระดับของการให้เหตุผลในเนื้อหาสาระ (ศรัณย์ สิงห์ทน, 2550 หน้า 236) จึงส่งผลให้เยาวชนซึมซับข้อมูลต่างๆ ของผู้เขียน ได้ทั้งเจตนาและไม่เจตนาดังเช่นกระแสการคลั่งไคล้วัฒนธรรมญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง คือ การเลียนแบบการ์ตูนญี่ปุ่นในการแต่งกายมาเฟีย โดยพฤติกรรมของวัยรุ่นกลุ่มนี้จะไม่แตกต่างกับแก๊งผู้ชายมากนัก คือ นิยมการยกพวกไปตีกับแก๊งอื่นๆ (สุพรรณา เตียวหิณ, 2557) ประเด็นสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นได้เผยแพร่ผ่านวัฒนธรรมญี่ปุ่นในเรื่องความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่นมาสู่ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นนั้น มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอยู่กับวัฒนธรรมความทันสมัยของสังคมวัยรุ่นได้แสดงออกผ่านทางบริโภคผลผลิตทางวัฒนธรรมอย่างมีความหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Identity) และเข้าไปมีส่วนร่วมในกระแสบริโภคนิยมต่างๆ ในสังคม อีกทั้งการบริโภคสื่อบันเทิงประเภทนี้มิได้ถูกตีความว่ามีความผิดแต่ประการใด แต่กลับเป็นการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมใหม่โดยผ่านงานการ์ตูน ผู้บริโภครับรู้ เข้าใจและสามารถสร้างรูปแบบทางความคิดเกิดเป็นการเรียนรู้โดยไม่ต้องมีประสบการณ์ตรงนับตั้งแต่การปรากฏตัวของการ์ตูนโดราเอมอน ซึ่งหาซื้อสะสมเข้าถึงได้ง่าย และติดใจอ่านกันอย่างต่อเนื่อง อนึ่ง การรับรู้ของเยาวชนไทยจากการซึมซับ วัฒนธรรมของญี่ปุ่นผ่านสื่อ การ์ตูนมีผลต่อการเลือกนำมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต หรือเป็นการยอมรับให้คุณค่าแก่ลักษณะโดดเด่นของตัวละครที่อาจมีลักษณะที่เป็นส่วนให้คุณให้โทษ หรือไม่ยังมีการศึกษาอย่างเป็นระบบระเบียบไม่มากนัก ในการสะท้อนข้อเท็จจริงจากมุมมองของผู้บริโภคที่เป็นเยาวชนไทย การศึกษา

วิจัยสื่อ การ์ตูนญี่ปุ่นที่มีอยู่ ผู้วิจัยเน้นการวิเคราะห์สาระจากเรื่องราวการ์ตูนโดยตรงเกี่ยวกับการส่งผ่านความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นจากสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่นักเรียนอ่าน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีจุดหมายศึกษาวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นเกี่ยวกับ ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่นจากการรับรู้ของเยาวชน ถ่ายทอดผ่านสื่อการ์ตูน 5 เรื่อง และเพื่อศึกษาการเรียนรู้ความหมายเกี่ยวกับความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่น จากการเรียนรู้ของเยาวชน ถ่ายทอดผ่านสื่อการ์ตูน 5 เรื่อง เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันของเยาวชนไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นเกี่ยวกับความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่น จากการรับรู้ของเยาวชนไทยผ่านสื่อการ์ตูน 5 เรื่อง
2. เพื่อศึกษาการเรียนรู้ความหมายเกี่ยวกับความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่น จากการเรียนรู้ของเยาวชนไทยผ่านสื่อการ์ตูน 5 เรื่อง เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการผลิตสื่อที่ดี

หลักการผลิตสื่อที่ดีต้องสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้สื่อ ซึ่งเน้นความชอบ ความต้องการ การมีความหมายต่อผู้เข้าถึงสื่อหรือผู้บริโภค ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดในการผลิตสื่อจึงต้องทำให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ผลิตสื่อจะต้องวิเคราะห์เป็นส่วนสำคัญกำหนดทิศทางของผลผลิต (เกียรติยศ ประพฤติชอบ, 2558) ดังนั้น การ์ตูนในฐานะสื่อประเภทบันเทิง จำเป็นต้องศึกษา ตรวจสอบ พฤติกรรมความชอบของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เด็กและเยาวชน ในการวิจัยนี้จึงสัมภาษณ์กลุ่มนักเรียนที่มีความชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นตามทัศนคติของเขาและกลุ่มเพื่อนๆ ที่ชอบการ์ตูนญี่ปุ่นด้วยกัน เกี่ยวกับเนื้อหาสาระที่ได้รับรู้

แนวคิดเรื่องการ์ตูนญี่ปุ่น

สำหรับการ์ตูนที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ เป็นการ์ตูนเรื่องยาว (Comics Book) ใน ญี่ปุ่นเรียกว่า “มังงะ” หัวใจสำคัญของการ์ตูนที่เด็กชื่นชอบอยู่ที่ความคิด (Idea) ที่อยู่เบื้องหลังภาพ ซึ่งแฝงอารมณ์ความรู้สึกหรือความคิดที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้อ่าน ผู้อ่านการ์ตูนต้องการได้ความคิดและอารมณ์ที่อยู่เบื้องหลังภาพนั้น เช่น ขำขัน น่าเอ็นดู

ลักษณะภาพการ์ตูนที่ง่าย ๆ ยังตรงกับภาพที่เด็กสนใจ เด็กจะชื่นชอบส่วนสำคัญหลักในภาพ ไม่สนใจรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ความรู้เบื้องต้นนี้นำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในสัมพันธภาพการเจาะลึกสิ่งที่นักเรียนได้รับรู้จากเนื้อหาสาระแล้วเกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมญี่ปุ่นจากการอ่านการ์ตูนญี่ปุ่น อะไรบ้างที่ตอบสนองแล้ว นำความเชื่อ ค่านิยม และวิถีการดำเนินชีวิตมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือไม่อย่างไร โดยพื้นฐานการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อการอ่านก่อให้เกิดการรับรู้เนื้อหาสาระที่ถ่ายทอดผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น หรือ มังงะ ที่นักเรียนได้อ่าน นำมาสื่อสาร แลกเปลี่ยน แบ่งปันผ่านกระบวนการพูดคุยสนทนา แล้วมีการแปลความหมายผ่านมุมมองและความเข้าใจของตนเอง เกิดเป็นกระบวนการเรียนรู้ของบุคคล ดังคำกล่าวของเบนจามิน บลูม (Bloom, 1984) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เป็นผลรวมจากประสบการณ์ที่เขาได้รับ เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาด้านสติปัญญาของบุคคลที่จะเปลี่ยนแปลงจากการรับรู้มาสู่การเรียนรู้ ได้แก่ การรับรู้ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความจำ ความเข้าใจ และการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การแก้ปัญหาโดยผ่านกระบวนการทางสมอง การเรียนรู้จึงเป็นพัฒนาการมนุษย์โดยเฉพาะในเด็กที่ได้มาจากการอ่าน ในที่นี้ไม่ได้เป็นความสามารถเฉพาะสมอง แต่ยังรวมถึงความสามารถทางอารมณ์ การ์ตูนจึงเป็นเครื่องมือการเรียนรู้อันทรงพลังของคนทุกวัย (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ และ พิรุณ อนุวัชศิริวงศ์, 2553) การอ่านการ์ตูนมีผลต่อความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กและวัยรุ่นเสนอว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางสติปัญญา อารมณ์ ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ทักษะ ค่านิยมต่างๆ และการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องของวัฒนธรรมนั้น วัฒนธรรมเปรียบเสมือนกับมรดกที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยการกระบวนการเรียนรู้จากการฟัง การอ่านการติดต่อสื่อสารภายในสังคม หรือการแลกเปลี่ยนระหว่างสังคม วัฒนธรรมโดยทั่วไปประกอบด้วย ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนในสังคม ซึ่งสามารถวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสัญญาวิทยาเพื่อทำความเข้าใจสาระในการ์ตูน และการสื่อสารถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องราว และรูปรวตามที่นักเรียน รับรู้ เรียนรู้ให้ความหมาย

แนวคิดเรื่องการศึกษาเชิงวัฒนธรรมด้วยทฤษฎีสัญญาวิทยา

คำว่า “สัญญาวิทยา” (Semiology) หรือ “สัญศาสตร์” (Semiotics) หรือสัญญาซึ่งสัญวิทยาหรือสัญศาสตร์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับเครื่องหมายและสัญลักษณ์

ทั้งสองคำนี้ต่างมีเอกลักษณ์และถูกรวมอยู่ในระบบของเครื่องหมาย ซึ่งรวมถึงการศึกษาว่าความหมายของมันถูกสร้างและถูกเข้าใจอย่างไร ในระดับทั่วไปจะกล่าวถึงเครื่องหมายที่ศึกษาในแง่ของการสื่อสารของสารสนเทศในสิ่งมีชีวิต (Chandler, 2002, pp. 40-44)

เบอเกอร์ (Berger, 1997 อ้างใน วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544) ได้เสนอว่า สัญลักษณ์วิทยาทำหน้าที่ค้นหาความหมายที่มาจากตัวอักษรต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ รายการทีวี และงานศิลปะต่างๆ ภาษาศาสตร์สัญลักษณ์วิทยามีประโยชน์ในการวิเคราะห์คำต่างๆ ที่ทำให้เกิดความเข้าใจคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยศึกษาว่า “สัญลักษณ์” มีความสำคัญของการตีความหรือให้ความหมาย โดยบาร์ตได้จำแนกความหมายไว้ใน 2 ความหมาย คือ ความหมายโดยอรรถ (Denotation) เป็นความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร เข้าใจตรงกันเป็นส่วนใหญ่และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ความหมายโดยอรรถนี้เป็นความหมายชั้นแรกที่สามารถถือว่าเป็นสามัญโดยทั่วไปที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน และความหมายโดยนัย (Connotation) เป็นตัวหมายถึงที่ประกอบสร้างอย่างตรงกันข้ามกับความหมายโดยอรรถ ได้แก่ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่มหรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคล กล่าวคือถูกประกอบสร้างขึ้นมาอย่างเป็นอัตวิสัย (Subjective) ไม่ว่าจะเป็นอัตวิสัยในระดับบุคคล เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว หรืออารมณ์ความรู้สึกของแต่ละคน หรือเป็นอัตวิสัยในระดับสังคม ที่เราเรียกว่า “ค่านิยมของแต่ละสังคม” (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544)

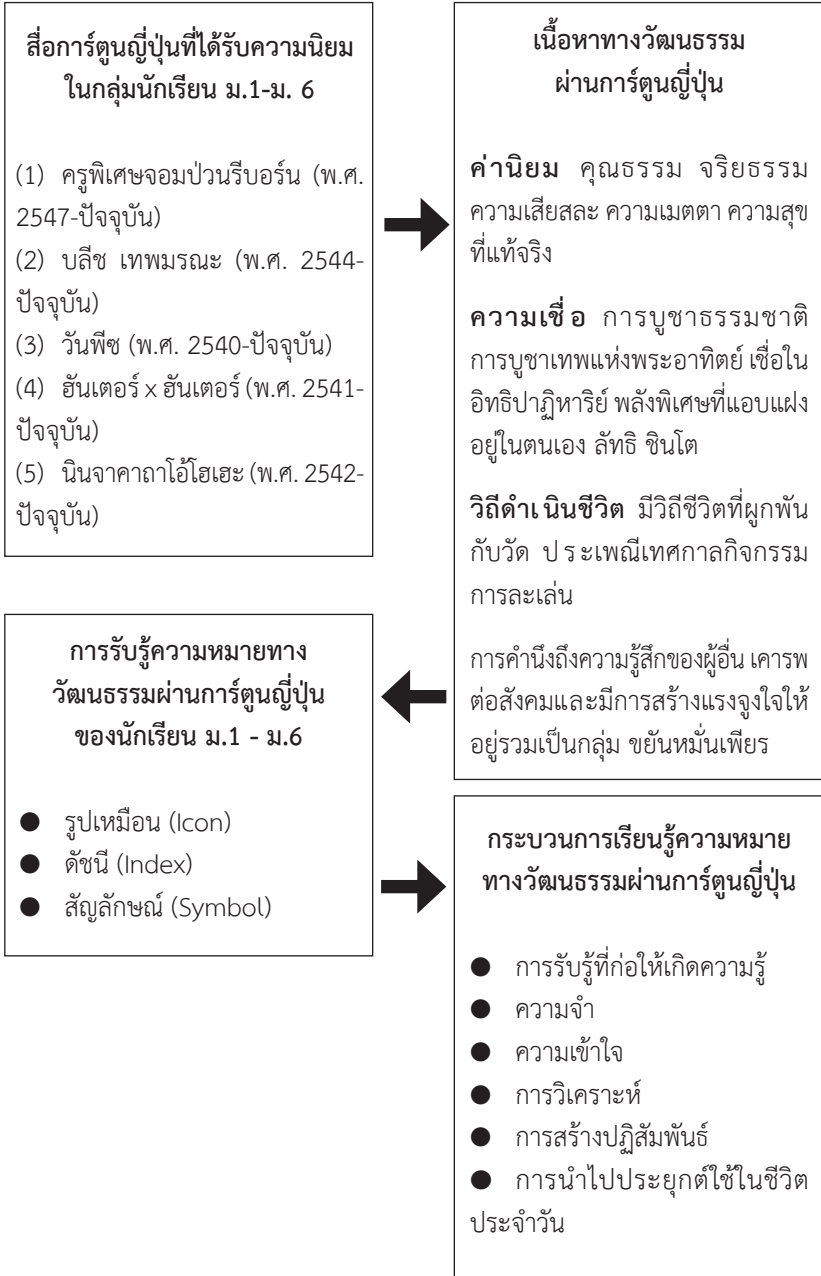
กระบวนการเกิดขึ้นของนัยยะหรือความหมายแฝงซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์ในความหมายระดับแรกถูกนำไปใช้เป็นรูปสัญลักษณ์โดยมีการผูกโยงรวมเข้ากับความหมายใหม่ จึงเกิดเป็นความหมายแฝง ซึ่งกระบวนการนี้เองที่ บาร์ตส์ (Barthes, 1980 อ้างใน วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544) เรียกว่ามายาคติ (Myth)

ในการ ตุนญี่ปุ่นมีรูปสัญลักษณ์มากมายเป็นเอกลักษณ์ของคนญี่ปุ่น จากการศึกษาครั้งนี้ การตุนญี่ปุ่นมีความหมายตรงและที่แฝงฝังมาด้วยในวิถีดำเนินชีวิต และสิ่งนี้ได้สื่อออกมาให้ผู้อ่านหรือนักเรียนได้รับรู้ มีจินตนาการร่วม สัญลักษณ์หนึ่งสามารถแปรไปสู่อีกสัญลักษณ์หนึ่ง และกระตุ้นให้เกิดสัญลักษณ์อื่นๆ ตามมา กลายเป็นกระแสของเครื่องหมายและความหมายที่ไหลเวียนต่อเนื่องกันไปอย่างไม่จบสิ้น ดังเช่น การจัดดอกไม้หรือพิธีชงชา อันเป็นศิลปะที่ความหมายของคนญี่ปุ่น ซึ่งแฝงฝังไปด้วยพิธีกรรมทางศาสนา และความรักในธรรมชาติชาวญี่ปุ่นที่มีค่านิยมในการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่ายและสงบ ที่ผู้เขียนมีความชื่นชมและถ่ายทอดมาสู่ผู้อ่านจะรับรู้ไปสู่การเรียนรู้ของนักเรียนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยนี้ จากความจำได้ การเข้าใจ และการนำไปใช้ในชีวิต

ประจำวัน ตลอดจนการให้คุณค่าในสิ่งที่ตนเองเรียนรู้เป็น ความชื่นชอบ นำมาเล่าขาน หรือใช้เป็นบรรทัดฐานการแสดงออกตามความเชื่อ ค่านิยม หรือนำมาประยุกต์ใช้ของกลุ่มนักเรียนวัยรุ่นไทยดังกรอบแนวคิดดังนี้

กรอบแนวคิด

การเรียนรู้วัฒนธรรมญี่ปุ่น ความเชื่อ ค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิต ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 จากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น 5 เรื่องกรอบแนวคิดของการศึกษาสำรวจการ์ตูน และอิทธิพลต่อการรับรู้การ์ตูนญี่ปุ่น ได้ส่งผ่านวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นให้นักเรียนวัยรุ่นได้รับรู้สิ่งเร้าจากวัฒนธรรมการมองเห็น (Visual Culture) และส่งผ่านไปสู่กระบวนการทางสมองเป็นความรู้สึนึกคิด เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) (Marnie K. Jorenby, 2007) มีอารมณ์ตอบสนองชื่นชม จนนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ดังแผนภาพกรอบแนวคิดที่ 1



ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบ่ง เป็น 2 ตอน ตอนแรก การวิเคราะห์สื่อการ์ตูนยอดนิยม 5 เรื่อง ปี พ.ศ. 2553-2557 โดยผู้วิจัยใช้เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการสร้างโครงสร้างคำถามด้านค่านิยม ความเชื่อ วิธีการดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่นผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา รูปภาพโดยใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยา ในประเด็นของปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ในกระบวนการสื่อความหมาย โดยพิจารณาธรรมชาติของหน่วยสื่อความหมายและขั้นตอนการทำงานของมัน เพื่อทำความเข้าใจว่า ความหมายของวัตถุ สิ่งของ ถูกสื่อความหมายออกมาในวัฒนธรรมของญี่ปุ่นแนวคิด เรื่อง ค่านิยมความเชื่อ วิธีดำเนินชีวิต พิจารณาข้อความ/วลีที่มีความหมายและสาระสำคัญ ในแต่ละด้านจากการ์ตูนญี่ปุ่นที่เด็กๆ และเยาวชนไทยชื่นชอบติดอันดับ 1-5 ซึ่งพิจารณาจากยอดการจำหน่ายของประเทศไทย พ.ศ. 2555 ก่อนนำไปใช้เป็นแนวทาง ตั้งคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึกกับกลุ่มเยาวชน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและวิธีการเลือกกลุ่มศึกษานักเรียนชายและหญิง อายุระหว่าง 12-18 ปี ศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 จากโรงเรียนสหศึกษา 4 โรงเรียน ขนาดใหญ่และขนาดกลางทั้งของรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครได้กำหนดเกณฑ์การเลือกแบบเจาะจง คือ โรงเรียนขนาดใหญ่ มีจำนวนนักเรียนไม่น้อยกว่า 1,500 คน ได้แก่ โรงเรียนสารวิทยา โรงเรียนสามเสนวิทยา โรงเรียนขนาดกลาง (นักเรียน 500-1,500 คน) ได้แก่ โรงเรียนมัธยมสวนกุหลาบวิทยาลัย โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี ที่ยินดีให้ศึกษาคัดเลือกจากรายชื่อของนักเรียนซึ่งเป็นอาสาสมัครที่อ่านการ์ตูนอย่างน้อย 2 ใน 5 เรื่อง ที่กำหนด ของแต่ละโรงเรียนให้ได้สัดส่วนของนักเรียนหญิงและนักเรียนชายที่คัดเลือก มามีกลุ่มอายุใกล้เคียงกัน ชั้นปีละ 2 คน ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 48 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มสนทนาประกอบด้วยนักเรียน 6 คนต่อ 1 กลุ่ม จัด 2 กลุ่ม ต่อ 1 โรงเรียน โดยทำการเก็บข้อมูลที่ละกลุ่ม ด้วยการขออนุญาตบันทึกเทป

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยการนำข้อมูลมาคัดสรรข้อความ/วลีที่มีความหมายและสาระสำคัญในแต่ละด้าน จำแนกกลุ่มค่านิยม ความเชื่อ วิธีดำเนินชีวิต แล้วลงรหัส เมื่อนำมาวิเคราะห์ในเบื้องต้นโดยใช้แนวคิดของ Philipp Mayring (2000) วิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้กฎเกณฑ์ และหลักการพื้นฐานเพื่ออธิบายหน่วยของการวิเคราะห์ ขั้นตอน รูปแบบและการทำหน้าที่ของรหัสให้มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เป็นแนวทางการทำอุปนัยและนินัยจากการจัดประเภท หมวดหมู่ของสาระหลักและรองที่มีความหมายตรงและแฝงฝัง ให้มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับบริบทของ

ปรากฏการณ์ที่ได้จากการถอดรหัสจากสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น สกตสารและความหมายจากรูปภาพ คำพูด สำนวน เกี่ยวกับค่านิยม ความเชื่อ และวิถีดำเนินชีวิตจากการ์ตูนญี่ปุ่น ตามการรับรู้ และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน แล้วนำมาเปรียบเทียบกัน เพื่อวิเคราะห์ความเหมือนและความแตกต่างระหว่างความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของเยาวชนในโรงเรียน จำแนกตามเพศ ชั้นปีที่เรียน หรืออายุที่เพิ่มขึ้นในประเด็นต่างๆ ดังกล่าว

ผลการวิจัย

1. เยาวชนไทยเรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น เกี่ยวกับความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนของญี่ปุ่น ผ่านสื่อการ์ตูน 5 เรื่อง ดังนี้

ข้อมูลเบื้องต้น

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นนักเรียนทั้งหมด 48 คน เป็นนักเรียนหญิง 24 คน ชาย 24 คน (ศึกษาในระดับมัธยมต้น 12 คน มัธยมปลาย 12 คน) มีอายุระหว่าง 12 ปี ถึง 19 ปี ส่วนใหญ่นักเรียนคิดเป็นร้อยละ 80.4 อ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น 4 เรื่อง จากการ์ตูนทั้งหมด 5 เรื่อง มีผู้อ่านการ์ตูนญี่ปุ่นทุกวันคิดเป็นร้อยละ 31.2 ผู้ที่อ่านบางครั้งคิดเป็นร้อยละ 50 และผู้ที่นานๆ อ่านการ์ตูนญี่ปุ่นครั้งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 8 ส่วนใหญ่ของนักเรียนกลุ่มนี้ซื้อการ์ตูนญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 75 มีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 20 บาท-300 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ย จ่ายค่าหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น 125 บาทต่อเดือน มีบ้างที่นักเรียนขอยืมการ์ตูนญี่ปุ่นของเพื่อนมาอ่านคิดเป็นร้อยละ 25 การ์ตูนญี่ปุ่นที่นักเรียนชอบอ่านมากที่สุด คือ เรื่อง Reborn เรื่องที่นักเรียนอ่านน้อยที่สุด คือเรื่อง Hunter X Hunter เนื่องจากเด็กแต่ละคนนิยมเลือกอ่านแตกต่างกันไป นักเรียนหญิงและนักเรียนชายเล่าถึงที่มาของการเลือกอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นว่า สิ่งสำคัญ ได้แก่ การบอกเล่าของเพื่อนๆ ความรู้สึกของเพื่อนๆ ผู้ชื่นชมประทับใจมากๆ ได้แก่ “พลังอำนาจ สิ่งลึกลับทั้งหลายจะต้องได้มาจากเวทย์มนตร์คาถาอาคม” เรื่อง “การสอนของริบอร์น ต่อสินะทำให้มีบทเรียนที่สามารถไปใช้ในชีวิตประจำวันได้” (นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลาย, 21 กุมภาพันธ์ 2557) เนื้อหาที่น่าสนใจ เพราะมีเหตุการณ์ สภาพแวดล้อม แปลกแตกต่างจากที่เคยรู้เห็นมาก่อน รวมทั้ง ชื่นชอบ รูปภาพปก และลายเส้นลักษณะการ์ตูน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ดังนี้

การเรียนรู้ของนักเรียนจากเรื่องความเชื่อ ค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่น โดยใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยามาอธิบาย สื่อ การสร้างความหมายทั้งจากมุมมองของ

ผู้ผลิตสื่อและนักเรียนผู้อ่าน จากการรับรู้และตีความสัญลักษณ์ซึ่งมีรหัสที่กำกับการตีความ คือ ส่วนรหัสจากการ์ตูนญี่ปุ่น ได้แก่ เทคนิคของการวาดรูปภาพ การใช้ลายเส้น เงาแสง ขนาดและการวางตำแหน่งภาพ วิธีการเล่าเรื่อง ซึ่งมีชุดกฎเกณฑ์การสื่อความหมาย กำกับด้วยทักษะและเทคนิคความคิดสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดความเข้าใจทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกและสร้างเอกลักษณ์ให้กับการ์ตูนแต่ละตัว ส่วนรหัสของนักเรียน ในการตีความ รหัสของผู้วาดการ์ตูนจะมีบริบททางวัฒนธรรมและพื้นภูมิหลังทางสังคมของตนเอง และ บรรทัดฐานทางสังคมเป็นตัวกำกับเสมอ ได้แก่ รหัสทางวัฒนธรรม รหัสทางสังคม ซึ่งมีความแตกต่างของบุคคลในเรื่อง ภูมิหลัง สภาพแวดล้อม และทัศนคติมาวิเคราะห์ ประกอบกัน เป็นต้น แบ่งออกเป็น

1.1 ความเชื่อ

1.1.1 การมีอิทธิฤทธิ์ อภินิหาร มีพลังอำนาจพิเศษเหนือธรรมชาติ สิ่งลึกลับ เช่น การทำพิธีกรรมของคนญี่ปุ่น เช่น พิธีโยนถั่วเพื่อขับไล่สิ่งชั่วร้าย พิธีกรรม ตอกตะปูลงตุ๊กตาฟางที่เขียนชื่อศัตรูไว้เพื่อทำร้ายศัตรู

ภาพที่ 1 แสดงภาพ คนในหมู่บ้านเชื่อกันว่า ตัวนารูโตะเป็นปีศาจจึงจอกเก้าทางที่ฆ่า พ่อแม่ของอิรุกะและทำลายหมู่บ้านจนยับเยิน



ที่มา: Masashi Kishimoto. (2542). นินจานารูโตะ เล่มที่ 1 ตอน1.กรุงเทพมหานคร: เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์

จากการดูเรื่องนินจานารูโตะ คนในหมู่บ้านเชื่อกันว่า ตัวนารูโตะเป็นปีศาจจึงจอก
เก้าหางเป็นสัญญาณแสดงสัญลักษณ์ของสิ่งมหัศจรรย์ มีอิทธิฤทธิ์ ดังคำพูดที่ว่า ที่ฆ่า
พ่อแม่ และทำลายหมู่บ้านยับเยิน และมีความหมายแฝงฝังถึงความชั่วร้ายอันเป็นส่วน
สัมพันธ์กับพลังอำนาจเหนือมนุษย์ที่ผู้คนหวาดกลัว ในการดูญี่ปุ่นหลายๆ เรื่องจะมี
ตัวละครที่เป็นภูตผี หรือปีศาจแฝงอยู่ในท้องเรื่องแสดงถึงความเชื่อเรื่องสิ่งลึกลับ แสดง
ว่าคนญี่ปุ่นเชื่อเรื่องปีศาจเป็นสิ่งที่น่ากลัวและไม่ดีต่อมนุษย์

1.1.2 ความเชื่อและศรัทธาในศาสนาของคนญี่ปุ่น เช่น การไหว้พระ
มีฉากเกี่ยวกับวัด การมีวัดอยู่ในชุมชน (เรื่องริบอร์นแสดงถึง ชาวบ้านนิยม ศรัทธา
ในศาสนา ความเชื่อของคนญี่ปุ่น ความเป็นคนเก่งคนดี ความเพียรพยายาม อดทน
อดกลั้นเรื่อง “การสอนของริบอร์นต่อสึเนะเรื่อง อย่าเพิ่งกลัวในสิ่งที่ยังไม่ลองพยายาม
ให้มีความกล้าหาญและยึดมั่นในความดี” (นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลาย,
21 กุมภาพันธ์ 2557) ทำให้มีบทเรียนที่สามารถไปใช้ในชีวิตประจำวันได้มาจากคุณธรรม
ที่มีฐานความรู้คิดจากศาสนาของคนญี่ปุ่นได้แก่ ลัทธิชินโต

1.1.3 ความเชื่อมั่นในสายสัมพันธ์พวกพ้อง (นักเรียนชาย มัธยมศึกษา
ตอนปลาย, 21 กุมภาพันธ์ 2557)

1.2 ค่านิยม แบ่งเป็น

1.2.1 ความเพียรพยายาม ขยัน อดทน ฝ่าฟันอุปสรรค ผู้อ่านติดตาม
ชื่นชอบแสดงออกจากการอุปนิสัยของตัวละครที่ขยันและอดทน

1.2.2 ให้ความสำคัญกับครอบครัว เช่น การกินข้าวพร้อมหน้า
พร้อมตากัน จากเรื่อง บลิซ เทพมรณะ โดยพระเอกจะเรียกน้องๆ ทั้ง 2 ของตนให้มา
ร่วมรับประทานอาหารข้าวให้พร้อมกัน “การดูญี่ปุ่นมีหลายยุค สอนให้คนรักและสามัคคีกัน
มีมิตรภาพ และนำเสนอวิถีชีวิตแบบสอดแทรกวัฒนธรรมญี่ปุ่นให้กลมกลืน
กับยุคสมัย” (นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนต้น, 3 มีนาคม 2557) “เพื่อนไม่ทิ้งเพื่อน”
คำพูดของฮิโซกะ และในการดูเรื่องนารูโตะ และ “เรามีบ้านที่ต้องกลับไป” นักเรียน
หลายคนบอกว่า “ชอบมาก ประโยคคำพูดที่เท่ๆ” และยังนำมาใช้พูดกันบ้าง
ในกลุ่มคนชอบการดูญี่ปุ่นด้วยกัน (นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนต้น, 3 มีนาคม 2557)

1.2.3 ความมีระเบียบวินัย เกิดการซึมซับที่ได้มาจากการชื่นชอบ
ความเก่ง เท่ของพระเอก หรือน่ารัก สวยงาม ดี ของนางเอก ที่เด่นชัด มีเอกลักษณ์
แปลกแนวไปจากของทุกๆ ไป อีกทั้งประทับใจไปกับรูปภาพการ์ตูนที่น่ารัก

1.3 วิธีการดำเนินชีวิต แบ่งเป็น

1.3.1 วัฒนธรรมการกิน เช่น วัฒนธรรมการกินข้าวปั้นเป็นอาหาร ข้าวปั้นเป็นสัญลักษณ์ของอาหารที่เป็นอาหารประจำชาติของคนญี่ปุ่นที่เรียกว่า “โอเมะมุชิบิ”

ภาพที่ 2 แสดงภาพ จาก เนื้อเรื่องตอนที่เด็กผู้หญิง ทำข้าวปั้นมาให้โรโรโนอา ที่ถูกตรึงอยู่ที่ลานนักโทษ เพื่อให้โรโรโนอาได้รับประทานประทังชีวิต”



ที่มา: Eiichiro Oda. (2540). วันพีซ เล่มที่ 1 ตอน3. กรุงเทพมหานคร: สยามอินเตอร์คอมิกส์

จากเรื่อง One Piece: เล่มที่ 1 ตอน 3 เด็กผู้หญิงพูดว่า ทำข้าวปั้นมาให้โรโรโนอาที่ถูกตรึงอยู่ที่ลานนักโทษ เพื่อให้โรโรโนอาได้รับประทาน เพื่อประทังชีวิตแล้วพูดว่า “ฉันทำข้าวปั้นมาให้ พี่ชายคงหิวสินะ” นอกจากนี้จากการดู นักเรียนยังรู้จักการกินราเม็ง การกินทาโกะยากิ จนบางคนอยากรับประทานอาหารญี่ปุ่น

2. เยาวชนไทยเรียนรู้ผ่านสื่อการ์ตูน 5 เรื่อง เรื่องความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่น และนำมาใช้ประโยชน์ นักเรียนนำค่านิยมเรื่องความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ มาใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ความรักของคนในครอบครัว ความรักของพวกพ้องให้ความสำคัญของเพื่อนๆ ที่โรงเรียน ความมีวินัยในการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น ดังนี้

2.1 ความเชื่อที่นำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

2.1.1 “เรื่องการยึดมั่นในความดี รักพวกพ้องและรักครอบครัวจากเรื่อง คุณครูจอมป่วนที่นำมาใช้กันได้ คือ รักและพยายามเข้าใจเพื่อนๆ มากขึ้น” (นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลาย, 21 กุมภาพันธ์ 2557)

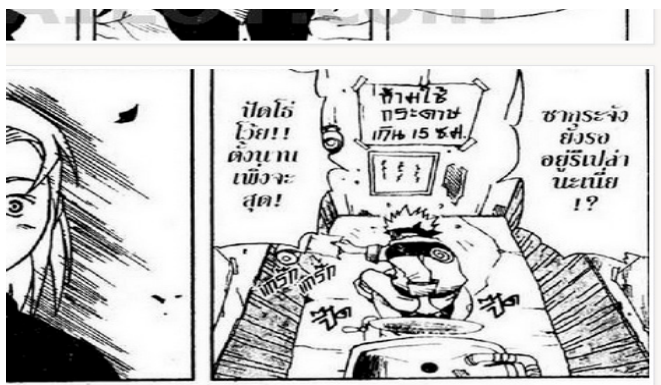
2.2 ค่านิยมที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น

2.2.1 เรื่องความขยันและความพยายามของนารูโตะฝึกซ้อมวิชานินจาเพื่อให้ได้เป็นโฮคาเงะ ซึ่งจะทำให้คนในหมู่บ้านยอมรับ นำมาเตือนใจตนเองเพื่อให้คนอื่น ๆ ยอมรับบ้าง”

2.2.2 ความจริงจังต่อภาระหน้าที่ เช่น นักเรียนคนหนึ่งกล่าวว่า “การกลั้วตัดสินใจการมุ่งมั่นในเรื่องการทำความมีวินัย เป็นสิ่งที่น่าจะนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ดี”

2.2.3 การปลูกฝังค่านิยม วินัย กฎระเบียบที่เคร่งครัดของชาวญี่ปุ่น เช่น การใช้กระดาษทิชชูอย่างประหยัด

ดังรูปภาพ 3 แสดงภาพของ นารูโตะใช้ห้องสุขา สังเกตได้จากบริบท สภาพแวดล้อมของ ผงังที่มีป้ายติดในห้องน้ำสาธารณะ ที่นารูโตะไปเข้าว่า “ห้ามใช้กระดาษเกิน 15 ซม.”



ที่มา: Masashi Kishimoto. (2542). นินจานารูโตะ เล่มที่ 1 ตอน 3 .กรุงเทพมหานคร: เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์

จากการ์ตูน เรื่อง นินจานารูโตะ ห้องน้ำสาธารณะ ที่นารูโตะไปเข้าว่า “ห้ามใช้กระดาษเกิน 15 ซม.” เป็นสัญญาณ แสดงดัชนี บ่งชี้ถึงเงื่อนไขที่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม กติกาของสังคม เพื่อให้การใช้ของสาธารณะเป็นประโยชน์ร่วมกัน จะเห็นได้ว่าค่านิยม เรื่องการเคารพกฎระเบียบวินัยของการอยู่ร่วมกันในสังคม ปรากฏออกมาเด่นชัด

2.3 การดำเนินชีวิตที่ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

2.3.1 พฤติกรรมการแต่งกาย นักเรียนกล่าวว่า อยากแต่งกายที่สวยงามตามตัวละครในการ์ตูน “แต่งกายแบบนินจาที่มีเอกลักษณ์ เสื้อผ้า เครื่องประดับ และแต่งตัวเลียนแบบตัวละคร เรียกว่าคอสเพลย์” “ชอบการเป็นอยู่ของญี่ปุ่นมากๆ โดยเฉพาะเรื่องคอสเพลย์มากกว่าการแต่งตามเลียนแบบมันเจ๋งดี” (นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนต้น, 3 มีนาคม 2557)

2.3.2 นักเรียนชอบการทำงานเป็นกลุ่ม ดังคำกล่าวว่า-“ทำอะไรเป็นหมู่คณะ ทำให้แต่ละคนมีความทะเยอทะยาน มีความฝันของตัวเอง ชอบการเป็นอยู่ที่ดูสวยงาม มีแบบแผนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีระเบียบแบบแผนทำให้พวกเราเห็นความสำคัญของการต้องร่วมมือกันไม่แตกแยก” (นักเรียนชายมัธยมศึกษาตอนปลาย, 21 กุมภาพันธ์ 2557)

2.3.3 การรับประทานอาหารญี่ปุ่น เป็นวิถีชีวิตที่เด็กเยาวชนไทยชื่นชอบมาก “อยากมีโอกาส ลองกินทาโกะยากิ ราเม็งบ้าง” “ชื่นชอบ เบ็นโตะ กล่องอาหารกลางวันที่ได้สื่อความหมาย ให้ชื่นชม ศิลปะของการทำอาหารกลางวันด้วยตนเอง ต้องใช้ความประณีต พิถีพิถันเพื่อให้ดูน่ารักและรสชาติดี” (นักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนต้น, 3 มีนาคม 2557)

อภิปรายผลการวิจัย

นักเรียนส่วนใหญ่ชอบการ์ตูนญี่ปุ่น 5 เรื่อง ด้วยเหตุผลที่สื่อความหมาย สัญลักษณ์ ดนตรี และสัญลักษณ์ ทั้งโดยตรงและที่แฝงฝังให้ผู้อ่านสร้างความหมายหรือมีจินตนาการร่วมตามประสบการณ์ดั้งเดิมหรือบริบทของกลุ่มผู้อ่านเยาวชนไทยที่ประทับใจไปกับตัวละคร บริบทสิ่งแวดล้อม วิถีดำเนินชีวิตในประเทศญี่ปุ่นที่มีบริบททางสังคมต่างไปจากของไทย ทำให้นักเรียนรับรู้สิ่งที่แตกต่างไปจากสิ่งที่นักเรียนวัยรุ่นของไทยเป็นอยู่ในเชิงน่าสนใจติดตาม ประกอบกับการจูงใจของผู้ผลิตสื่อ ด้วยศิลปะที่งดงามของลายเส้น และการใช้สำนวนคำพูดเป็นรหัสที่ผู้สร้างการ์ตูนได้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น นักเรียนจึงให้ความเห็นตรงกันว่าการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ทำให้รู้สึกสนุก น่าสนใจ มีประโยชน์ และข้อคิดที่ดี แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการอ่านหนังสือการ์ตูน ควรอยู่ในความดูแลของผู้ปกครอง เนื่องจากประเด็นเนื้อหา คำพูด รูปภาพ ที่แสดงออกชัดเจนและแฝงฝัง เช่น จากเรื่องคุรุพิเศษจอมป่วนริบอร์น ในตอนหนึ่งที่กล่าวถึงและแสดงภาพ “ฮาเร็ม” ในจินตนาการของพระเอก สอดแทรกลงไปในเรื่องเพื่อให้ดูน่าสนใจ แต่อาจทำให้

เกิดการตีความหมายที่ไม่เหมาะสมกับเยาวชน อาทิ รักร่วมเพศ ลุ่มหลงในกามารมณ์ และการกดขี่เพศหญิง

1. ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาสาระ การดำเนินเรื่อง สนุก น่าสนใจ มีตลก ปนเล็กน้อย เข้าใจง่าย น่าติดตาม มีค่านิยมดีๆ สอดแทรก ไม่เครียด แม้แต่คนทำงานก็นิยมอ่านโดยเฉพาะฉากต่อสู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการ์ตูนของ (ธารา จันทร์อนุ, 2551) ในประเด็นที่ว่า การสื่อความหมายของการ์ตูนควรจะต้องเป็นเรื่องที่สนุก น่าติดตาม และให้ข้อคิด ความเชื่อ และค่านิยมที่ดีแก่ผู้อ่านและเยาวชน

2. พฤติกรรมเด่นของพระเอก คือ มีหน้าที่สำคัญในการปราบปราม และกำจัดผู้ร้าย คนชั่ว ปิศาจซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโครงเรื่องของการ์ตูนของ (นิศารท ทองนอก, 2551) ในประเด็นที่ว่า ตัวละครร้ายต้องพ่ายแพ้แก่ตัวละครดี ในหลักธรรมะย่อมชนะอธรรม ซึ่งเป็นกุสาลของการดำเนินเรื่องในการ์ตูนหรือละคร

3. ความเชื่อเรื่องลัทธิชินโตมีอิทธิพลมากในวัฒนธรรม และวิถีดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่น รูปปั้น เทพเจ้าต่างๆ เช่น Ebisu เป็นเทพเจ้าของคนตกปลา และคนทำงาน เทพเจ้าชินโตเป็นเทพของทะเล และพายุ เทพพระเจ้า หรือวิญญาณต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของคนญี่ปุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่มีอิทธิพลจากศาสนาชินโตของ Mark Macwilliams, 2008, ปาริชาติ สุริยพรพันธ์ 2549 แต่อาจจะไม่สอดคล้องกับวิถีพุทธของชาวไทย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. เป็นแนวทางให้ผู้ปกครองและครู ผู้บริหารการศึกษาของโรงเรียนได้ตระหนักความสำคัญของการอ่านหนังสือการ์ตูน หรือ รูปแบบหนึ่งใดของการบริโภคการ์ตูนจากสื่อต่างๆ ที่อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ค่านิยม และวิถีการปฏิบัติของนักเรียน ทั้งเชิงบวกและลบ

2. ครู ผู้บริหารศึกษานำมาประยุกต์ใช้ในการจูงใจให้เด็กปรับเจตคติ ค่านิยมให้เหมาะสมผ่านสื่อการ์ตูนของไทย โดยเฉพาะการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เยาวชนจากวัฒนธรรมญี่ปุ่นบางลักษณะของความเชื่อ ค่านิยม และ การกระทำที่ยังไม่เหมาะสมแก่สังคมไทย

3. เป็นแนวทางสำคัญของการผลิตสื่อ โดยเฉพาะการ์ตูนไทยในฐานะทุนทางสังคม ภูมิปัญญาไทยที่ควรพัฒนาปรับปรุง สร้างสรรค์รูปแบบให้เป็นที่ยอมรับ และมีอิทธิพลต่อการปลูกฝังความเชื่อ ค่านิยมอันดีงามของไทยให้ปรากฏในรูปแบบวิถีดำเนินชีวิต

ในบริบทของสังคมไทยที่เยาวชนไทยรุ่นใหม่เข้าใจ ยอมรับ และนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน เช่น ค่านิยมเรื่องความสามัคคี การมีมารยาทอันดีของการอยู่ร่วมกัน การเห็นประโยชน์ของคนส่วนใหญ่สำคัญกว่าส่วนตน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชมนาด บุญอารีย์. (2551). **นิยายภาพ: การ์ตูนสร้างสรรค์เพื่อการอ่าน**. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 29, 1 (ม.ค. - เม.ย. 2556) หน้า 111-138.
- ชุดิมา มนูญธรรมที่ศน์. (2546). **วัฒนธรรมญี่ปุ่นในการ์ตูน วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2551). **วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐนิชา วัฒนพานิช. (2552). **การเปิดรับวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย จากสื่อมวลชนและแรงจูงใจการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่น**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิศากร ทองนอก. (2551). **การเคลื่อนย้ายทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นและนัยต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย: กรณีศึกษาการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคใต้**. ภาควิชาตะวันออกคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สกว 2 (3) หน้า 7-32.
- เบญจมาศ สุขชาติวุฒิ. (2536). **ผลของการใช้หนังสือการ์ตูนประกอบการสอนจริยศึกษาที่มีต่อมโนทัศน์ทางจริยธรรมของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต. (ภาควิชาประถมศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 10-14.
- ปาริชาติ สุริยวรพันธ์. (2549). **ทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่นตอนกลางที่มีต่อหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาเพศและความรุนแรง**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ธารา จันทร่อน. (2551). การวิเคราะห์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นภาษาไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544-2550. ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2546). **ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่ม 1.** 2 กรุงเทพฯ: มติชน.
- วชิรพงษ์ ปรีชาว่องไวกุล. (2553). วงการการ์ตูนไทยกำลังรอ “จุดเปลี่ยนกรุงเทพธุรกิจ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 27 สิงหาคม, แหล่งที่มา <http://www.portfolios.net/forum/>
- ศรัณย์ สิงห์ทน. (2550). การ์ตูนบอยเลิฟ (Boylove): โลกอิสระของผู้หญิงวารสาร **ร่มพฤษ (25) 3**; มิถุนายน-กันยายน หน้า 230-248.
- สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2556). “สื่อออนไลน์” ทำเด็ก-สตรี ตกเป็นเหยื่อความรุนแรงง่ายขึ้น. แหล่งที่มา [## ภาษาอังกฤษ](http://www.thaihealth.or.th/สุพรรณา เตียวหยิน. (2557). “ข่าวการศึกษา : อิทธิพลของญี่ปุ่นต่อวัยรุ่นไทย”. หนังสือพิมพ์ข่าวสด วันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ปีที่ 14 ฉบับที่ 5186.</p>
</div>
<div data-bbox=)

- Arthur Asa Berger. (2014). **Semiotics and Society.** Society, 1(51), 22-26. DOI 10.1007/s12115-013-9731-4
- Mark W. MacWilliams. (2010). **Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime.** Retrieved from [http://enlight.lib.ntu.edu.tw/FULLTEXT/JRNX012/nx01237_4358 .pdf](http://enlight.lib.ntu.edu.tw/FULLTEXT/JRNX012/nx01237_4358.pdf)
- Marnie K Jorenby. (2007). **Comics and war: transforming perceptions of the Other through a constructive learning experience.** Journal of Peace Education, 2(4), 149-162. Retrieved from 2013 (online)/07/020149-14
- Mayring, Philipp (2000). **Qualitative Content Analysis [28 paragraphs].** Forum Qualitative Sozialforschung/
- Forum: **Qualitative Social Research**, 1(2). Retrieved from 2013 (online)/07/020149-14.

แนวทางการบริหารงานวิทยุชุมชนเชิงธุรกิจ ภายใต้การกำกับดูแล
ของคณะกรรมการกำกับดูแลของคณะกรรมการ
การศึกษา คลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่
Media Management Process
of Commercial Community Radio under
the Control of National Council for Peace and Order Case
Study of MUN FM Radio at Chiang Mai Province

แคทรียา นิภามณี¹
โสภัทร นาสวัสดิ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ และแนวทางการปรับตัวภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับดูแลของคณะกรรมการการศึกษา คลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารและพนักงานคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง จำนวน 6 คน จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แนวทางการบริหารคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับดูแลของคณะกรรมการการศึกษา คลื่นมันเอฟเอ็ม เป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์มีความกระตือรือร้นเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ มีความรู้หลากหลายสามารถปรับตัวบริหารองค์กรให้ผ่านพ้นวิกฤตได้อย่างราบรื่น จึงมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารให้สอดคล้องกับ คสช. และแนวทางการบริหารที่สำคัญของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ที่มุ่งเน้นนโยบายการบริหารควบคุมด้านการเงินอย่างรัดกุม ปรับโครงสร้าง ลดระยะเวลาและต้นทุนให้ต่ำที่สุด เน้นประหยัด โดยมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย ตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นด้านบุคลากร พักจ้างงานพนักงาน

¹ แคทรียา นิภามณี (นศ.ม. นิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2558), อาจารย์ ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์ คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ชั่วคราว ผู้บริหารไม่รับเงินเดือน ด้านเนื้อหาที่จะสื่อสารออกไปในช่วงที่คลื่นถูกระงับ มีการกำหนดนโยบายการบริหารรายการเพื่อนำมาวางแผนงานในส่วนต่างๆ โดยมีกลยุทธ์การประสานงานไปยังผู้ฟังและผู้ซื้อโฆษณาของคลื่นมันเอฟเอ็มให้ได้มากที่สุด มีผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ประเมินสถานการณ์ทำให้การประสานงานภายในและภายนอกมีการตัดสินใจที่ดีและรวดเร็ว ชัดเจน มีแนวทางการวางแผนกำหนดเนื้อหาสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน สร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากร

ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยคลื่นมันเอฟเอ็มสามารถนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ช่วยลดรายจ่ายและมีแนวทางพัฒนาต่อยอดเพิ่มมูลค่าได้ในอนาคต สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเชียงใหม่ที่เปิดรับสื่อใหม่โดยเฉพาะทางเพชฌัญที่มากขึ้น จึงทำให้มันเอฟเอ็มปรับตัวได้ จึงไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ผู้ซื้อโฆษณา มีแนวทางวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดดึงกลับมาโดยการศึกษาเรียนรู้จากคู่แข่ง

แนวทางการปรับตัวของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การควบคุมของคสช. มีแนวทางการวางแผนการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้าโดยการใช้สื่อใหม่ที่มีอยู่ขององค์กร บูรณาการระหว่างกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดในการสร้างความแตกต่าง แปลงใหม่ และสร้างสรรค์ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดมากขึ้น เช่น กลยุทธ์รีแบรนด์ทางเพชฌัญ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ดึงดูดผู้ฟัง และผู้ซื้อโฆษณาทั้งเก่าและใหม่ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ หรือกลยุทธ์การหลอมรวมสื่อเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดและสร้างรายได้ กลยุทธ์ดิจิทัลเรดิโอเพื่อขยายตลาดหรือต่อยอดธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์เพื่อสร้างกำไรระยะยาวยั่งยืนในการดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในช่วงหลังจากนี้ต่อไป

Abstract

The qualitative study entitled “Media Management Process of MUN FM Radio at Chiang Mai Province under the Control of National Council for Peace and Order (NCPO) Case Study of MUN FM Radio at Chiang Mai Province” aims to study MUN FM’s adjustment and management processes under the control of NCPO. This research employs in-depth interview with six samples—the station executive and employees. The findings showed that the executive created grand vision and adopted a

highly active role in adjusting the station to NCPO order. Furthermore, MUN FM adopted financial control policy and implemented and pushed through fundamental structural reform such as temporarily laying off employees and the executive refused to receive salary.

In terms of content, during the broadcast restrain, management policy was adapted in to program planning. Also strategy in which related the audience with the advertising media buyers was adopted to increase sales. As the executive was the one who assessed the situation, he/she designed the solution to provide quick and good coordination between internal units and external organizations. Also, this workflow allowed content creation and public relations to work in harmony, along with intending to lift the employees' spirit.

Looking at the aspect of technology, MUN FM employed social media, reaching their full potential, to reduce expenses and to increase the values of its media in the future in order to respond to changing local customer demand which tended to consume information via Facebook. For this reason, the station was not deeply affected by the NCPO order. In fact, external factors affected the station the most was the advertising media buyers, so the station planned marketing strategy and used it to increase its market share, learning from its competitors.

All in all, MUN FM adopted marketing strategy focusing on embracing social media as a tool to make uniqueness and creatively develop marketing communication plans. The plans included Facebook re-branding plan, plan to create website and application in order to attract more audience and media buyers, online marketing plan or convergent media plan to raise the station's revenue, plan for digital radio to expand its market, and branding plan. The branding plan was developed ahead with the intention to generate profit in the long run.

บทนำ

แนวทางการบริหารงานสื่อวิทยุชุมชนเชิงธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบันต้องเผชิญกับความเสี่ยงประเภทต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบ่อยครั้ง ทั้งจากการแข่งขันที่สูงขึ้นและการเกิดเหตุการณ์ทางการเมืองที่มีความรุนแรงและมีความถี่บ่อยครั้งขึ้น ช่วงตั้งแต่การเกิดขึ้นของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 40 การขยายตัวของวิทยุชุมชนแบบก้าวกระโดดและไม่สามารถควบคุมได้ เกิดวิทยุชุมชนมากกว่า 7,000 สถานี โดยเฉพาะวิทยุชุมชนประเภทกิจการธุรกิจ การรบกวนกันของคลื่นความถี่ต่อมา รธน. พ.ศ. 2550 มาตรา 47 และความล่าช้าในการมีองค์กรอิสระเพื่อทำหน้าที่จัดสรรและกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม วิกฤตการณ์ทางการเมืองตั้งแต่ปี 2549 สื่อวิทยุท้องถิ่นพยายามหาช่องทางในการสร้างความอยู่รอดในการสร้างรายได้ให้กับสถานี การปรับรูปแบบที่เน้นความบันเทิงแต่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความนิยมในวงกว้าง การเลือกข้างทางการเมืองเพื่อให้มีเงินและกลุ่มคนพึ่งสนับสนุน และผลกระทบจากการเจริญเติบโตทางเทคโนโลยีเป็นผลธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคมก้าวหน้า และเป็นฉนวนของการเคลื่อนไหวทางการเมือง จนนำไปสู่การรัฐประหารอีกครั้ง ในวันที่ 22 พ.ค. 2557 โดย คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ยึดอำนาจการปกครองประเทศและมีประกาศอย่างเป็นทางการฉบับแรกๆ โดยมีเป้าหมายที่สื่อมวลชน โดยเป็นการสั่งการให้สถานีโทรทัศน์และวิทยุทั่วประเทศระงับการออกอากาศทันที หลังจากนั้นก็ออกประกาศและคำสั่งมากมายที่มีจุดมุ่งหมายควบคุมอย่างเข้มงวดต่อสื่อวิทยุชุมชนและการเผยแพร่ข้อมูล รวมทั้งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีประกาศที่ส่งผลกระทบดังนี้

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 4/2557 ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีวิทยุโทรทัศน์ และสถานีวิทยุชุมชนทั่วประเทศ ระงับการออกอากาศ

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 12/2557 ขอให้ผู้ใช้และผู้ประกอบการสื่อสารคมนาคมออนไลน์ป้องกันเนื้อหาที่ยั่วุ่ให้เกิดความรุนแรง กระตุ้นให้เกิดการประท้วงหรือต่อต้านการปกครองของ คสช.

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 15/2557 ขอให้ระงับการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเคเบิล โทรทัศน์ระบบดิจิตอล และสถานีวิทยุชุมชน

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 32/2557 ให้ระงับการออกอากาศวิทยุชุมชนที่ไม่มีใบอนุญาต

ประกาศคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 66/2557 กสทช. แลงลงในนาม คสช. มีคำสั่งปิดวิทยุชุมชนที่ผิดกฎหมายอย่างถาวร และให้รื้อถอนเสาอากาศให้ ออกจากอากาศใหม่จาก กสทช.

หลังประกาศฉบับที่ 15/2557 สื่อวิทยุชุมชนที่เคยได้รับการผ่อนผัน ต้องปิดตัวลง ทั้งหมดทันที สื่อที่ต้องการดำเนินกิจการต่อต้องยื่นเรื่องขออนุญาตกลับมา ออกจากอากาศใหม่ โดยต้องลงชื่อในข้อตกลง (เอ็มโอยู)ว่าจะไม่นำเสนอเนื้อหาที่ขัดต่อ คสช. สื่อหลายแห่งได้รับอนุญาตให้กลับมาออกอากาศได้ สื่อหลายแห่งเลือกที่จะไม่ขอ อนุญาตกลับมาเพราะไม่ต้องการออกอากาศในบรรยากาศเช่นนี้ วิทยุชุมชนหลายแห่ง ไม่มีกำลังแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในกระบวนการขออนุญาตซึ่งตกประมาณ 50,000 บาท ต่อแห่งทำให้ปัจจุบันสื่อระดับท้องถิ่นมีจำนวนลดลงมาก จากเมื่อก่อนกว่า 7,000 แห่ง กลับมายื่นขออนุญาตออกอากาศใหม่ประมาณ 5,300 แห่ง และได้รับอนุญาต ให้กลับมาออกอากาศแล้วประมาณ 3,300 แห่ง (ศูนย์ข้อมูลกฎหมายและคดีเสรีภาพ, 17 ก.ค. 2558)

ประกาศคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 79/2557 จัดระเบียบวิทยุชุมชน ทุกประเภทใหม่หมดโดยให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขกติกาที่ คสช. กำหนดมาทั้งหมด

คมชัดลึก (18 มิถุนายน 2557) ได้สัมภาษณ์ พันเอก นที ศุกลรัตน์ ประธาน คณะกรรมการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ว่า คสช. อนุญาตให้สถานีวิทยุชุมชน ที่แท้จริงที่ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยมูลนิธิต่างๆ และวัดวาอารามทั่วไป เพื่อชุมชน ไม่ใช่เชิงพาณิชย์ กว่า 500 สถานี ออกอากาศได้ตามปกติ ถัดมาเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียง สู่ภูมิภาคที่ส่วนใหญ่เป็นวิทยุเชิงพาณิชย์กว่า 5,000 สถานี จากปัญหานายทุนที่ตั้ง สถานีวิทยุ 5-6 แห่ง ในจังหวัดเดียวกัน จึงมีกฎหมายให้เลือกเพียงสถานีเดียวเท่านั้น ในขณะที่มีการล้างไฟสถานีวิทยุชุมชนเถื่อน กว่า 3,000 สถานี ถูกสั่งปิดถาวร ด้วยเงื่อนไข ใหม่ กสทช. จึงกำหนดใช้เครื่องส่ง กำลังส่ง เนื้อหาเป็นไปตามประกาศต่างๆ คสช. และ ผู้ประกอบการต้องมาดำเนินการด้วยตนเองในการขอรับใบอนุญาตทดลองประกอบ กิจการ และต้องถูกประกาศชื่อในเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช. เพียงช่องทางเดียวเท่านั้น การดำเนินการวิทยุชุมชนก็ยากขึ้น เพราะต้องทำตามระเบียบทุกขั้นตอน อย่างเคร่งครัด การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งนี้ ทำให้การบริหารงานธุรกิจสื่อวิทยุ กระจายเสียงหยุดชะงักทั่วประเทศ ภาวะเช่นนี้ทำให้ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อการ จับบ่ายใช้สอยของสินค้าในประเทศอย่างมาก เพราะกลัวความไม่แน่นอนในอนาคต การไม่สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าออกอากาศได้ ทำให้มีลูกค้าหรือผู้ที่ซื้อโฆษณา

บางรายขอหยุดโฆษณา การขอเงินคืน การที่ลูกค้าบางรายซื้อโฆษณาและออกอากาศ
ไปได้ระยะเวลาหนึ่งแล้วยังไม่จ่ายเงินค่าโฆษณา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องบโฆษณาส่งเสริมการขายลง สร้างความเสียหายต่อการบริหารงานภายในองค์กรโดยเฉพาะวิทยุชุมชนเชิงพาณิชย์ คลื่นวิทยุชุมชนหลายคลื่นตกอยู่ในสภาวะยากลำบาก ต้องพยายามประคองตัวเอาตัวรอดไปเดือนๆ หนึ่ง บางคลื่นไม่สามารถอยู่รอดได้ ต้องปิดตัวไป

จากการศึกษาผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและบุคลากรในคลื่นมันเอฟเอ็ม การสำรวจทางเอกสาร และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมพบว่า คลื่นมันเอฟเอ็ม 104.75 เชียงใหม่เป็นวิทยุชุมชนเชิงธุรกิจได้รับผลกระทบโดยตรงจากการสั่งระงับการออกอากาศ ถึงแม้เนื้อหาไม่เกี่ยวกับการเมืองแต่เนื่องจากตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่สีแดงทางการเมือง จึงถูกระงับรายการวิทยุทางออนไลน์ด้วย และต้องคอยติดตามข่าวปฏิบัติตัวอย่างเคร่งครัด เนื่องด้วยสถานีคลื่นมันเอฟเอ็มมีการบริหารงานอยู่กรุงเทพฯ ไม่ใช่คนในพื้นที่ ใช้เทคโนโลยีเครือข่ายใยแก้วนำแสงส่งสัญญาณและเป็นคลื่นที่ดำเนินการเน้นการสร้างรายได้เป็นสำคัญจึงส่งผลกระทบให้การบริหารจัดการทุกด้านหยุดชะงักไปเกือบ 3 เดือน ได้รับอนุญาตออกอากาศช้ากว่าคลื่นคู่แข่ง เพราะไม่ใช่เจ้าของคลื่นผู้ที่ขอรับใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงเอง

ผู้วิจัยได้ทำการค้นหาจากเจิร์สเอนจินผ่านทางเว็บเจิร์สต่างๆ ได้แก่ Google (2557, 21 ส.ค.) โดยใช้คีย์เวิร์ด “รายการวิทยุที่ได้รับความนิยมในจังหวัดเชียงใหม่” Yahoo (2557, 21 ส.ค.) โดยใช้คีย์เวิร์ด “MUNFM” Sanook (2557, 21 ส.ค.) โดยใช้คีย์เวิร์ด “MUNFM” พบว่าคลื่นมันเอฟเอ็มได้รับความนิยมจากผู้ฟังทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบรายการเพลง นักจัดรายการวิทยุ และด้านการทำการตลาดอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องเป็นที่รู้จักในสื่อวิทยุออนไลน์ในวงกว้าง สิ่งที่น่าสนใจก็คือ มันเอฟเอ็มมีการใช้สื่อใหม่สร้างสรรค์หลากหลาย มีการหลอมรวมเชื่อมโยงกัน โดยจะเน้นศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กในช่วงที่ถูกระงับการออกอากาศ และหลังจากที่ได้รับอนุญาตให้ออกอากาศแล้ว ภายใต้การกำกับดูแลของ คสช. เมื่อเปรียบเทียบสื่อสังคมออนไลน์กับจำนวนสมาชิกแฟนเพจ และการมีส่วนร่วมกับคลื่นคู่แข่งอื่นๆ นั้น คลื่นมันเอฟเอ็มมีความสดใหม่ ทันสมัย และมีการใช้งานสม่ำเสมอ จากการศึกษาด้านเอกสาร อิเลกทรอนิกส์ เปรียบเทียบเฟซบุ๊กของคลื่นวิทยุคู่แข่งของคลื่นมันเอฟเอ็มพบว่า คลื่น MUNFM มีจำนวน Fan ใน Facebook Page มากที่สุดถึงจำนวน 100,600 คน ในขณะที่ XFM มีจำนวน 20,000 คน และ ดนตรีสีส้ม มีจำนวน 7,656 คนซึ่งน้อยที่สุด (นับถึงวันที่ 7 กรกฎาคม 2557)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยยังพบว่า ไม่ค่อยพบผู้ศึกษาและวิจัยในเรื่องแนวทางการบริหารงานวิเทศสัมพันธ์เชิงธุรกิจ ภายใต้การนำรัฐประหารไว้มากนัก จึงได้ค้นคว้าในรูปรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานสื่อวิทยุกระจายเสียง แนวทางการปรับตัว และการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจสื่อในสถานการณ์วิกฤตต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและใกล้เคียงกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

จากบทความวารสารที่เกี่ยวข้องเรื่อง (สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทางรอดของธุรกิจในภาวะวิกฤต, 2555) การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจนับว่า เป็นทางออกสำหรับการลดความเสียหายที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดำเนินงานหยุดชะงัก เมื่อเกิดภาวะวิกฤตต่างๆ ขึ้น โดยธุรกิจจะต้องกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง รักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้าและองค์กรควบคู่ไปด้วย แต่การจะให้บรรลุผลนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก

ด้วยเหตุนี้จึงเห็นว่า แนวทางการบริหารจัดการคลื่นมันเอฟเอ็มให้เกิดประสิทธิภาพแท้จริงนั้น ไม่สามารถทำได้โดยปราศจากการวางแผนหรือการเตรียมการล่วงหน้า เพราะเมื่อเกิดสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด หรือไม่สามารถควบคุมได้ก็จัดการได้อย่างรวดเร็ว และเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นก็จะช่วยลดความสูญเสียให้กับธุรกิจได้อย่างมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการบริหารคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การกำกับดูแลของคสช. มีแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานองค์กรสื่อมวลชนที่อยู่ภายใต้สภาวะกดดันต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอกองค์กร อันได้แก่ แรงกดดันจากภาวะทางสังคมและการเมือง ข้อกฎหมาย แรงกดดันทางเศรษฐกิจ คู่แข่ง ผู้โฆษณา และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีผลกระทบต่อการบริหารคือปัจจัยภายในอันได้แก่ นโยบายสถานีและ

การบริหารจัดการ ความสามารถของบุคลากร และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการบริหาร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน มีแนวความคิดการบริหารจัดการวิหุขุมชนนำหลักการสำคัญมาปรับใช้วิเคราะห์ความพร้อมในการดำเนินการสถานีวิหุขคลิ้นมันเอฟเอ็ม ทั้งก่อนและหลังถูกกำกับดูแลโดย คสช. ทั้ง 5 ด้าน คือ 1. การบริหารด้านบุคลากร 2. การบริหารด้านงบประมาณ 3. การบริหารด้านเนื้อหา 4. การบริหารด้านเทคนิค หรือเทคโนโลยีต่างๆ 5. การบริหารด้านการจัดการ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงาน คลิ้นมันเอฟเอ็มมาเป็นแนวทางความอยู่รอด เพราะธุรกิจก็ต่างก็ต้องลดความสูญเสีย ทรัพย์สิน และค่าเสียโอกาสในการขายให้เหลือน้อยที่สุด ว่ามีกระบวนการในการจัดการ ที่มีความสัมพันธ์กับการกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กรและแปรเปลี่ยนจุดมุ่งหมายนั้นสู่การปฏิบัติจริง โดยผ่านกระบวนการที่เป็นระบบ มีการประสานงาน และความร่วมมือร่วมใจจากทรัพยากรมนุษย์หรือสมาชิกองค์กรนั้นๆ หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร มีแนวความคิดการจัดการภาวะวิกฤตว่าผู้บริหารสามารถคาดการณ์ได้ตามเป้าหมาย มีวิธีการบริหาร และกลยุทธ์การปรับตัวในนโยบายที่แตกต่างออกไปตามช่วงเวลาต่างๆ เพื่อให้ผ่านพ้นไปได้ และยังมีแนวความคิดใช้สื่อใหม่และการหลอมรวมสื่อที่น่าสนใจ ซึ่งคลิ้นมันเอฟเอ็มตระหนักถึงกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดขึ้นพร้อมได้มีการนำช่องทางต่างๆ ของ Social Media และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความทันสมัยมาใช้ในการกำหนดสิ่งใหม่ในการบริหารจัดการคลื่อนอย่างหลากหลาย รวมถึงการปรับใช้กลยุทธ์การหลอมรวมสื่อมาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าทางการขาย และการตลาดเพิ่มรายได้ให้แก่องค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้มากที่สุด เพื่อรองรับการเข้าถึงและตอบโจทยของผู้ฟังโดยเฉพาะช่วงที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ คสช.

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มประชากร ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานชั้นปฏิบัติการ คลิ้นมันเอฟเอ็มแบบเจาะลึกกับแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ในการปฏิบัติงานและมีความสำคัญในการให้ข้อมูลเป็นหลักในช่วงที่ถูกระงับการออกอากาศวันที่ 22 พ.ค. 2557 จนถึงวันที่ได้ออกอากาศ วันที่ 6 ส.ค. 2557 โดยมีบุคคลที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูล (Key Information) จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการคลิ้นมันเอฟเอ็ม ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์เพลง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด เจ้าหน้าที่การเงินและธุรการ เจ้าหน้าที่ประสานงาน และผู้ช่วยฝ่ายสร้างสรรค์เพลงด้วย

โครงสร้างคำถามที่วางไว้ล่วงหน้าแบบปลายเปิด เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ศึกษาเป็นผู้สัมภาษณ์เพื่อทราบถึงสถานการณ์โดยรวมของแนวทางการบริหารจัดการ และการปรับตัวคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้ คสช. ผู้วิจัยแบ่งผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

ผู้บริหารเชิงนโยบายของคลื่นมันเอฟเอ็ม โดยเกณฑ์การคัดเลือกคือเป็นบุคคลสำคัญที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านวางนโยบาย ควบคุม ตรวจสอบ ประเมินผล ภาพรวมต่างๆ ของบริษัท และวางแผนแนวทางในการปฏิบัติการ จำนวน 3 คน

ผู้ปฏิบัติงานคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ที่ทำงานตามสถานการณ์ในช่วงภาวะวิกฤต โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก คือ มีประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลต่างที่ชัดเจนครอบคลุมเกี่ยวกับแนวทางการบริหาร และการปรับตัวหลังคลื่นมันเอฟเอ็มได้รับอนุญาตออกอากาศอีกครั้ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานในคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ สมุดจดบันทึกสำหรับจดบันทึกเพื่อเก็บข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร เครื่องบันทึกเสียง โทรศัพท์มือถือ สำหรับบันทึกเสียงสัมภาษณ์ และการถอดเทปสัมภาษณ์ กล้องถ่ายภาพ สำหรับบันทึกภาพถ่ายเพื่อประกอบในงานวิจัย บันทึกภาพสถานที่ห้องจัดรายการ ลงพื้นที่ทำวิจัยที่จังหวัดเชียงใหม่ และบุคคลที่ร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลมารวบรวมแล้วจัดระบบข้อมูล รวมทั้งแบ่งหมวดหมู่และประเภทข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการวิเคราะห์การสรุปเรื่องของกรณีศึกษาในแต่ละประเด็น ทำการถอดเทป แล้วจึงนำผลออกมาสรุปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครอบคลุมตามสัดส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

จากผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารและบุคลากรคลื่นมันเอฟเอ็ม การสำรวจทางเอกสาร และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมพบว่า ก่อนมี คสช. คลื่นมันเอฟเอ็ม 104.75 อิตจริง ตัวจริงมันจริง กล้ามันไม่ตามใคร ดำเนินงานคลื่นมา 4 ปี มีวัตถุประสงค์หรือนโยบายในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและหารายได้ โดยนำความทันสมัยสู่คนฟัง 24 ชั่วโมง เป้าหมายเป็นวิทยุอันดับหนึ่งของคนเชียงใหม่ มีหุ้นส่วนบริหารงานที่เป็นโครงสร้างการบริหารแบบองค์กรเอกชนขนาดใหญ่ เป็นผู้ประกอบวิชาชีพทางด้าน

วิทยุกระจายเสียงที่มีประสบการณ์มายาวนาน และวิสัยทัศน์ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการผลิตรายการตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน

หลังประกาศกฎอัยการศึก ประกาศของ คสช. ที่มีสาระสำคัญเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานสถานี สรุปได้ดังนี้

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 4/2557 ให้สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ และสถานีวิทยุชุมชนทั่วประเทศ ระวังการออกอากาศและถ่ายทอด รายการจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ของกองทัพบกเท่านั้น ประกาศ ณ วันที่ 22 พฤษภาคม 2557

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 12/2557 ขอให้ผู้ใช้และผู้ประกอบการ สื่อสังคมออนไลน์ป้องกันเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความรุนแรง กระตุ้นให้เกิดการประท้วง หรือต่อต้านการปกครองของ คสช. ประกาศ ณ วันที่ 22 พฤษภาคม 2557

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 15/2557 ขอให้ระงับ การออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเคเบิล โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และสถานีวิทยุชุมชน ประกาศ ณ วันที่ 22 พฤษภาคม 2557

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 32/2557 ให้ระงับการออกอากาศ วิทยุชุมชนที่ไม่มีใบอนุญาต ประกาศ ณ วันที่ 24 พฤษภาคม 2557

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 66/2557 กสทช. แลงลงในนาม คสช. มีคำสั่งปิดวิทยุชุมชนที่ผิดกฎหมายอย่างถาวร และให้รอเงื่อนไขการอนุญาตให้ออกอากาศ ใหม่จาก กสทช. ประกาศ ณ วันที่ 14 มิถุนายน 2557

ประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 79/2557 จัดระเบียบวิทยุชุมชน ทุกประเภทใหม่หมดโดยให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขกติกาที่ คสช. กำหนดมาทั้งหมด ประกาศ ณ วันที่ 9 กรกฎาคม 2557

ส่งผลกระทบให้การดำเนินงานของธุรกิจหยุดชะงักเป็นระยะเวลา 2 เดือน 15 วัน ผลจากการศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การกำกับดูแลของ คสช. พบว่า คลื่นมันเอฟเอ็ม 104.75 มีความถี่ออกอากาศ จัดเป็นวิทยุชุมชนที่มีรัศมีอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการจัดสรรว่าเป็นวิทยุ เชิงพาณิชย์ที่ได้รับใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงจาก สำนักงาน กสทช. อย่างถูกต้องตามประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการ บริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน) พ.ศ. 2555 (กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์ การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง, 2557, 29 มิถุนายน)

ในชื่อ “เพื่อคนเชียงใหม่” ต้องปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 79/2557 ดังนั้น หมายความว่าคลื่นมันเอฟเอ็มมีแนวทางการปฏิบัติตามที่ คสช. กำหนดมาในทุกข้ออย่างเคร่งครัด ผู้บริหารมีการวางแผน ตั้งเป้าหมายลดระยะเวลาที่ถูกปิดคลื่นให้สั้นที่สุด และลดความเสียหายอันเนื่องมาจากการหยุดชะงักของการดำเนินงานธุรกิจ คือ รายได้โดยเน้นลดผลกระทบต่อผลประโยชน์และเงินทุน คือ ลดต้นทุน ให้ต่ำที่สุด ควบคุมค่าใช้จ่าย สามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้โดยอยู่รอดปลอดภัย

จากการศึกษาภาพรวมโครงสร้างการบริหารจัดการคลื่นมันเอฟเอ็มและการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงคลื่นมันเอฟเอ็มพบว่า มีแนวทางการปรับโครงสร้างองค์กรจะเป็นหัวหน้าของแต่ละฝ่าย มีการนำเสนอโครงสร้างแบ่งส่วนงานในองค์กรช่วงที่ถูกระงับการออกอากาศออกเป็น 3 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารการผลิต ฝ่ายบริหารสร้างสรรค์เพลง ฝ่ายบริหารการตลาด มีการปรับให้พนักงานประจำ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมทางการตลาดนอกสถานที่มาเป็นฝ่ายประสานงานสถานีเครื่องส่งเชียงใหม่ พักการจ้างพนักงานชั่วคราว โดยมีหลักการบริหารแบบเดิมแต่นำการมีส่วนร่วมในการวางแผนประสานงานภายในและภายนอก รายงานและประเมินผลให้สอดคล้องกันทำงานเป็นระบบทีมเวิร์คมากขึ้น โดยผู้บริหารระดับสูง คือ ผู้อำนวยการคลื่นมันเอฟเอ็ม ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารสร้างสรรค์เพลง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารการตลาดเป็นผู้ร่วมกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการ พนักงานในระดับปฏิบัติการมีหน้าที่ดำเนินการตามนโยบายที่ได้กำหนดมา

การดำเนินธุรกิจในสภาพที่มีความแปรปรวนทางการเมืองความพร้อมของบุคลากร เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการบริหารงานไปสู่แนวทางที่กำหนดในการพัฒนาบุคลากรเราจะพบว่า มีทีมงานในการบริหารจัดการด้านประสิทธิภาพด้านวิทยุโดยตรง บุคลากรแต่ละคนเก่ง ตรงตามความสามารถและวิชาชีพ เป็นมืออาชีพจากองค์กรสื่อที่มีชื่อเสียง บุคลากรของเราไม่ได้ทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้อย่างเดียวผู้บริหารระดับสูงไม่รับเงินเดือน ช่วยเหลือองค์กรเพราะยังมีรายได้จากด้านอื่นๆ ะบบบางตำแหน่งไปเลย เพราะทุกคนสามารถทำงานได้ในช่วงที่ถูกระงับ มีการทำงานที่ประสานงานใกล้ชิดเข้มข้นขึ้น ต้นทุนน้อยโครงสร้างองค์กรเล็กคล่องตัวอยู่รอด

จากประกาศของ คสช. ทำให้เนื้อหารายการวิทยุถูกระงับ จากผลการสัมภาษณ์บุคลากรคลื่นมันเอฟเอ็มพบว่า มีแนวทางการบริหารเนื้อหา แบบระดมความคิดวางแผนให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีผู้อำนวยการคลื่นเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจ เป็นศูนย์กลางควบคุมดูแลการทำงานของบุคลากรทุกฝ่ายให้สอดคล้อง

ราบรื่น เกิดกระบวนการทำงาน คือ แนวทางการวางแผน และประสานงานเนื้อหาไปยัง ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับคลื่นมันเอฟเอ็มให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างขวัญกำลังใจ ภาพลักษณ์ รักษาผู้ฟังและผู้ซื้อโฆษณา เพิ่มมูลค่า ผู้อำนวยการคลื่นวางแผนประสานงานนำเนื้อหา จากภายนอกเข้ามาในองค์กรรูปแบบการสอบถามจากบุคลากรโดยตรง ทางโทรศัพท์ ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ข้อความ ภาพ เสียงและทางอินเทอร์เน็ตทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ทวิตเตอร์ ไลน์ เป็นต้นในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มต่างๆ ได้ และประสาน นำเนื้อหานั้นมาสร้างความเข้าใจและกำหนดแผนปฏิบัติงานร่วมกันภายในองค์กรโดย เรียกประชุมทุกฝ่าย หลังจากนั้นใช้อีเมลล์และไลน์ในการยืนยันเป็นลายลักษณ์อักษร

กระบวนการสื่อสารภายนอกองค์กรเป็นแบบอย่างในความรวดเร็ว ชัดเจน ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดเพื่อแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์องค์กร สม่าเสมอ ลดข้อลือ

แนวทางการวางแผนประสานงานนำเนื้อหาไปสู่ผู้ฟัง กลยุทธ์การใช้การสื่อสาร การตลาดด้วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เช่น การทำกิจกรรมผ่านการเล่น เกมสื่แจกของรางวัล การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ สร้างความแตกต่าง การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานของคลื่น การทำการสำรวจความคิดเห็นมีรูปแบบการนำเสนอเป็น ข้อความ ภาพ ไฮเปอร์ลิงก์ กราฟฟิค เนื้อหา วีดีโอ เสียง ยูทูบ ที่ถูกจัดทำเป็นดิจิทัล แพลตฟอร์มให้เหมาะกับแต่ละช่องทางการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ทางสื่อ สังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เว็ปไซต์ เป็นต้น การทำสำรวจวิจัย การตลาดด้วยรูปแบบเป็นแบบสอบถามกับผู้ฟังที่เชียงใหม่ในช่วงที่คลื่นถูกระงับ การออกอากาศ ด้วยการลงพื้นที่จริงสื่อสารผ่านบุคลากรของคลื่นมันเอฟเอ็ม เช่น ฝ่ายประสานงาน ฝ่ายการตลาด ทั้งหมดสามารถวัดผลความพึงพอใจและความนิยม ในแต่ละกิจกรรมได้ทันทีและเป็นแบบสื่อสารสองทางโต้ตอบกันได้

แนวทางการวางแผนประสานงานนำเนื้อหาไปสู่ผู้ซื้อโฆษณา หรือลูกค้า คือ กลยุทธ์ การใช้การสื่อสารทางการตลาดด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขาย กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ มีการแจ้งผู้ประสานงาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ยื่นข้อเสนอแพคเกจพิเศษ ส่วนลด ส่งเสริมการขาย จัดกิจกรรมพิเศษ การชดเชยเงินคืน สัมภาษณ์ความพึงพอใจของ ผู้ซื้อโฆษณาอยู่เสมอ สร้างภาพลักษณ์ เพิ่มความเชื่อมั่นของผู้ซื้อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นแนวทางหลักของการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของคลื่นมันเอฟเอ็ม ในการวัดผลได้ทันทีในการรักษาควบคุมฐานทางการเงินของคลื่นมันเอฟเอ็ม มีการ สื่อสารผ่านบุคคล เช่น พนักงานฝ่ายการตลาด ฝ่ายประสานงาน ผู้บริหารคลื่น

มันเอฟเอ็ม ในรูปแบบการนำเสนอแพคเกจสุดคุ้มตอบแทนความไว้วางใจ การขอนัดพบ เข้าเยี่ยมเยียนมอบของขวัญ สื่อสารผ่านสื่อเดิม ผ่านโทรศัพท์ รูปแบบการแจ้งการดำเนินงาน แสดงความรับผิดชอบ ขอโทษ แจ้งวันออกอากาศ การนำเสนอข้อเสนอทางการเงิน ในรูปแบบต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ การสอบถามความพึงพอใจ การสื่อสารผ่าน อินเทอร์เน็ต ได้แก่ อีเมล รูปแบบการส่งเอกสารต่างๆ ให้แก่ลูกค้าเป็นลายลักษณ์อักษร เน้นความรวดเร็ว ทันสมัย การประสานงานการสำรวจความพึงพอใจทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานได้รับทราบผลสะท้อนกลับผู้อำนวยการคลื่นมันเอฟเอ็มมีการเฝ้าติดตาม ข่าวสารจาก คสช. พุดคุย และปรึกษากับผู้บริหารของ กสทช. มีการตรวจสอบ ข้อเท็จจริง สอบถามรายละเอียดเพื่อความมั่นใจในการนำไปปฏิบัติตามอย่างเหมาะสม ใกล้ชิด มีการประชุมและพูดคุยกัน มีการประมาณการขายทั้งหมดที่มีมาแบ่งแยกเป็น แต่ละแพคเกจและทีมก็จะลงความเห็นกันว่าตรงไหนจะหยิбыื่นเพื่อเป็นสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าได้ เป็นการประชุมภายในทั้งฝ่ายทีมผู้บริหาร ฝ่ายเจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้าที่รับ ผลสะท้อนตรงกับลูกค้า

แนวทางการควบคุมงบประมาณการเงินและการตลาด

ด้านค่าใช้จ่ายกับผู้ซื้อโฆษณา มีการทำข้อตกลงกับลูกค้าเรื่องระยะเวลา และการวางบิลในการจ่าย แนวทางดำเนินงานในอนาคตของคลื่นมันเอฟเอ็มเพื่อสร้างสัมพันธ์ ที่ดี ความมั่นใจ ไม่หยุดนิ่งและผลสะท้อนกลับ มีกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบการประสาน งานโดยทางโทรศัพท์ ทางพนักงานฝ่ายการตลาดแบบตัวต่อตัว อีเมล โซเชียลมีเดีย ของคลื่น

ตัดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสำนักงานที่ไม่จำเป็นอย่างเช่นค่า Internet ที่ต้องใช้ในการ ที่จะ Streaming จากกรุงเทพฯ ไปยังเชียงใหม่ ระบบ FIXIP ค่าไฟที่เชียงใหม่ เครื่องส่ง ในเมื่อหยุดออกอากาศ ทำให้ไม่ต้องจ่าย รวมทั้งค่าเช่าให้กับพีเจพี

ด้านเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่า มีผลด้านบวกสามารถใช้แพลตฟอร์มอื่น ในการสื่อไปถึงคนฟัง มีการใช้สื่อ Social Network เช่น Facebook ที่ค่อนข้างแข็งแรง มากจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสื่อสารกับคนฟัง ให้รู้ว่าจะไม่ได้หยุดนิ่ง แจ้งการกลับมาให้ ชาวโซเชียลได้ทราบข่าวก่อน มีการวางแผนการตลาดจากวันที่มีประกาศคำสั่งของ คสช. มีแผนกิจกรรมต่างๆ ทำกับคนฟังตลอด เล่นเกมส์ แจกรางวัลตัวหนึ่ง ตอบคำถาม แสดงความคิดเห็น สื่อสารได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร วัตถุประสงค์ที่ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ประหยัดค่าใช้จ่าย รวมถึงระหว่างที่รอใบอนุญาตให้ออกอากาศ คลื่นมันเอฟเอ็ม มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการมาทำงานแทน ในการแจ้งข่าวสาร

การดำเนินการออกอากาศของคลื่น การพูดคุย ได้ตอบกันมากขึ้นจากสมาชิกในสื่อออนไลน์ คือทางเฟซบุ๊กมันเอฟเอ็ม คนเพิ่มจำนวนมากขึ้นภายใต้วิกฤตสามารถสร้างให้เป็นโอกาสดีในการรักษาคนฟัง ลูกค้า เพิ่มคุณภาพ ดึงลูกค้าเก่ากลับมาและได้กลุ่มคนฟังใหม่เพิ่มขึ้น เพิ่มมูลค่าและช่องทางการตลาด การทำกิจกรรมระหว่างที่คลื่นถูกปิดทางเฟซบุ๊กแทน ติดต่อพูดคุยรับฟังฟีดแบคสม่ำเสมอ เฟซบุ๊กมันเอฟเอ็มมีจำนวนสมาชิกแฟนเพจและผู้เข้าร่วมกิจกรรมช่วงที่ถูก คสช. สั่งปิดเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดมาก จึงมีการวางแผนทำกิจกรรมไม่ให้คนแสบกว่าคนนี้ Unlike และวางแผนจัดกิจกรรมดึงให้มาเป็นผู้ฟังรายการคลื่นมันเอฟเอ็มต่อไป โดยตั้งเป้าหมายในวันที่ได้ออกอากาศคาดว่าจะมีผู้ที่เข้ามาเป็นกลุ่มผู้ฟังใหม่ 10% จากยอดในแฟนเพจแสบกว่า ก็ประมาณหมื่นกว่าคน

ผลสรุปแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ คือ คลื่นมันเอฟเอ็มมีนโยบายการบริหารควบคุมงบประมาณการเงินที่ดี เป็นระบบ ตัดสิ่งที่ไม่จำเป็น เน้นประหยัดค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ค่อนข้างตายตัว ดังนั้น ภาระในการจ่ายไม่มาก ผู้บริหารและพนักงานอิสระไม่รับเงินเดือน มีต้นทุนต่ำ จึงยังสามารบริหารงานคลื่นต่อไปได้แม้ไม่มีรายได้ มีการประสานงานนำเสนอข้อเสนอที่ดึงดูดใจสร้างความแตกต่างสู่ผู้ฟังและผู้ซื้อโฆษณาควบคุมการจ่ายเงินออกไปได้นี่คือตัวชี้วัดความสำเร็จหลักขององค์กร มีแนวทางการสื่อสารภายในและภายนอก คือ มีทั้งการสื่อสารโดยผ่านบุคคล การใช้สื่อเดิม เช่น โทรศัพท์ และการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น สื่อสังคมออนไลน์ และสมาร์ทโฟน มาช่วยเสริมข้อมูลซึ่งกันและกัน มีรูปแบบที่เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น สามารถโต้ตอบ สื่อสาร วัตถุประสงค์ทันที ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายให้องค์กรได้มาก ทั้งค่าเดินทาง ค่าจัดส่งเอกสาร ค่าอุปกรณ์การสื่อสาร การทำวิจัยการตลาด

ปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบมากที่สุดก็มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบมากที่สุด คือ ด้านรายได้ และผู้ซื้อโฆษณาแนวทางการบริหารการตลาดมีงบสำรองสำหรับแผนการตลาดอยู่ที่ 30% เพราะฉะนั้นไม่กระทบมาก มีงบประมาณพอที่จะนำมาหล่อเลี้ยงองค์กร และยังมาทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อจะดึงความมั่นใจกลับมาในระยะเวลาหนึ่ง ถึงนานกว่านี้ก็ยังมีแผนสำรอง เนื่องจากคลื่น MUNFM พยายามจะแตกธุรกิจออกมาด้านอื่นด้วย คลื่นค่อนข้างมีความแข็งแรง ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการบริหารงานมากที่สุด คือ ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการภาวะวิกฤตได้ และการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ที่ทันสมัยในองค์กร ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีผลส่งเสริมต่อการบริหารงานมากที่สุด คือ การขยายตัวของผู้บริโภคยุคใหม่ในเชียงใหม่จึงทำให้องค์กรปรับตัวได้

ผลจากการศึกษาวิจัย คลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีแนวทางการปรับตัวภายใต้การกำกับดูแลของ คสช.

1. มีการวางแผนทางการตลาดโดยการมุ่งเน้นผู้ซื้อโฆษณาหรือลูกค้า มีการบูรณาการเทคโนโลยีสื่อของคลื่นที่มีระหว่างกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมด ให้หลากหลายสร้างสรรค์มากขึ้นโดยเฉพาะการนำมาผสมผสานกับกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นการตลาดแบบหลอมรวมมากขึ้น มีแนวทางการหาช่องทางหรือสื่อใหม่ๆ ในอนาคต มาวางแผนพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแบบสร้างสรรค์ กลยุทธ์ขยายตลาด เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่า และต่อยอดทางธุรกิจในอนาคตตามนโยบายขององค์กรในแต่ละระยะ เพื่อสร้างแบรนด์มันเอฟเอ็ม เป้าหมาย คือ การสร้างเม็ดเงินหากำไรระยะยาวให้องค์กรต่อไป และมีแผนงานหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในช่วงหลังจากได้ออกอากาศ

2. แนวทางการปรับด้านบุคลากร มีนโยบายให้พนักงานและผู้บริหารแต่ละแผนก ไปฝึกอบรม เช่น ผู้บริหารสอนงาน เตรียมส่งนักจัดรายการวิทยุไปอบรมผู้ประกาศและการจัดรายการที่ กสทช. เพื่อให้มีมาตรฐานและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พนักงานสามารถทำงานแทนกันได้ มีการทำงานเข้มข้นขึ้นไม่จำเป็นต้องจ้างคนเพิ่ม

3. แนวทางการปรับเนื้อหาและผังรายการปรับบทบาทให้มีรายการที่มีสาระเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนในช่วงเวลาตอนเย็นหรือวันเสาร์ อาทิตย์ ตามที่ได้ตกลงไว้กับ คสช. และข้อห้ามพูดหรือวิจารณ์การเมือง

อภิปรายผลการวิจัย

แนวทางการบริหารงานวิทยุชุมชนเชิงธุรกิจ ภายใต้การกำกับดูแลของ คสช. จากการศึกษาค้นคว้า ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารงานของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ คือ การกำกับดูแลโดย คสช. สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารมวลชนของเดนิส แมคควอล (McQuail, 2000, pp. 249 - 250) ได้กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไป สื่อมวลชนจะถูกควบคุมโดยปัจจัยต่างๆ ทางสังคม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้น สื่อมวลชนจึงไม่สามารถปฏิบัติงานได้โดยอิสระด้วยตัวเอง ผู้บริหารต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และหลักการในการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารงานคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ

แนวทางการบริหารจัดการคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การกำกับดูแลของ คสช. นั้น สามารถอธิบายตามที่ได้ศึกษาได้ค้นพบดังนี้

1. แนวทางการบริหารจัดการคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่

ผลกระทบในทุกด้านของคลื่นมันเอฟเอ็มใช้กลยุทธ์การเน้นด้านการจัดการด้านการเงิน ปรับโครงสร้างลดต้นทุน ควบคุมค่าใช้จ่าย เป้าหมายเพื่อลดระยะเวลาที่หยุดชะงักและลดความสูญเสียด้านการเงินให้อยู่รอดได้ มีการวางแผนประสานงานสื่อสารข้อความชัดเจน ถูกต้องครบถ้วน เข้าใจง่ายจากภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อบุคลากรภายในองค์กรในการวางแผนการดำเนินงานต่อ ผู้บริหารจะมีการวางแผนการบริหารปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุนโยบายหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธงชัย สันติวงษ์ (อ้างถึงใน พากร ปิ่นเมือง, 2554, น. 12) การบริหารองค์กร คือ งานของหัวหน้าหรือผู้นำที่จะต้องทำเพื่อให้กลุ่มต่างๆ ที่มีคนหมู่มากอยู่ร่วมกันทำงาน เพื่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้จนสำเร็จผล โดยแบ่งโครงสร้างการทำงานเป็นสามฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายอำนวยการผลิต ฝ่ายบริหารสร้างสรรค์เพลง ฝ่ายบริหารการตลาด จากแนวทางการบริหารธุรกิจที่เน้นด้านความอยู่รอดการบริหารจัดการด้านการเงินเป็นหลัก แบบ Business Unit ภายใต้อำนาจผู้อำนวยการคลื่น มีการนำแนวทางการจัดการภาวะวิกฤตเข้ามาใช้เป็นแนวทางเพื่อดูการวางแผนประสานงานของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อจะได้ทราบแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบและกลับมาดำเนินงานสู่สภาวะปกติ แข่งขันกับรายการวิทยุอื่นๆ โดยเร็ว จากการศึกษาพบว่า แนวทางการบริหารงานของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ มีการปรับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่พนักงานประจำมาช่วยประสานงานสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรในช่วงที่คลื่นถูกระงับการออกอากาศ พักการจ้างงานพนักงานชั่วคราว ซึ่งหลักการบริหารที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผน ประสานงาน รายงานผล วิเคราะห์ประเมินผล โดยมีผู้อำนวยการคลื่นเป็นศูนย์กลางการวางแผนสั่งการ ประสานการทำงานให้เป็นระบบทีมที่มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันทุกส่วน มีแนวทางในการบริหาร คือ การวางแผนประสานงานควบคุมด้านการเงินอย่างรัดกุม เป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญต่อการอยู่รอดของคลื่นภายใต้การสั่งการของผู้อำนวยการคลื่น ในแนวทางการบริหารในการควบคุมการดำเนินแนวทางให้ครอบคลุมทุกส่วนส่งผลต่อความเข้าใจเชื่อมั่นและรายได้ของคลื่นในแต่ละฝ่ายซึ่งสนับสนุนซึ่งกันและกันที่จะทำงานให้คลื่นมันเอฟเอ็มสามารถทำสำเร็จบรรลุผลที่ตั้งเป้าไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกจากนี้แนวทางสำคัญในการบริหารของคลื่น มีการกำหนดแนวทางในการบริหาร

งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารวิทยุกระจายเสียงของลูเธอร์ และลินคอล์น โดยให้ความสำคัญการอยู่รอดทางธุรกิจ ทางการเงินในการบริหาร ในแนวทางการบริหารแบบ POSDCORB การจัดองค์การ การบริหารบุคคล การสั่งการ การประสานงาน การรายงานผล งบประมาณ กล่าวได้ว่าการนำแนวทางการบริหารงานมีความสอดคล้องกันกับแนวทางการบริหารงานคลื่นมันเอฟเอ็ม เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการบูรณาการทำงานทั้งหมดภายในองค์กรให้สอดคล้องกับสภาวะในปัจจุบัน ในการทำกิจกรรมเพื่อรักษาและเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย มีการทำกิจกรรมทางการขายและการตลาดผ่านรายการวิทยุและช่องทางอื่นๆ

การศึกษาในเรื่องแนวทางการวางแผนการจัดการเนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า คลื่นมันเอฟเอ็ม มีแนวทางการวางแผน ประสานงานเข้าใจในเนื้อหาที่จะสื่อสารในทิศทางเดียวกัน โดยผู้อำนวยการคลื่นมีอำนาจตัดสินใจสูงสุด กำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติงาน พนักงานมีหน้าที่รับนโยบายไปปฏิบัติตาม จึงเกิดกระบวนการทำงานที่เรียกว่าการจัดการ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการกำหนดจุดมุ่งหมายของคลื่นมันเอฟเอ็มและแปรเปลี่ยนจุดมุ่งหมายนั้นไปสู่การปฏิบัติจริง โดยผ่านกระบวนการที่เป็นระบบ มีการประสานงานและความร่วมมือร่วมใจจากบุคลากรในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการจัดการการบริหารเนื้อหาประชาสัมพันธ์สื่อสารในช่วงระยะวิกฤตของมิทรอฟ (Mitroff, p.81) เรื่องที่องค์กรต้องรับผิดชอบต่อผลที่ตามมา ควบคุมความเสียหาย และผลต่อความรู้สึกและภาพลักษณ์การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อองค์กร งานที่ต้องกระทำอย่างเร่งด่วน คือ การแสดงให้ประชาชนประจักษ์ว่าองค์กรรับผิดชอบต่อภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นทั้งหมด และมีวิธีแก้ไขภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นนั้นอย่างมีประสิทธิภาพโดยฉับไว ยึดหลักการสื่อสารที่นักประชาสัมพันธ์ทั่วโลกรู้จักและนิยมกระทำกัน คือ จงบอกทุกสิ่งทุกอย่างแก่ประชาชนและบอกให้เร็วที่สุด นั่นคือ การประชาสัมพันธ์บอกกล่าวแถลงชี้แจงรายละเอียดทุกสิ่งทุกอย่างให้ประชาชนทราบอย่างชัดเจนในเวลาอันรวดเร็วฉับไวและทันการณ์ที่สุด ประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับเหตุการณ์นั้นจะได้รับความรู้สึกเข้าใจสบายใจขึ้น ลดความตื่นตระหนก และสามารถสยบข่าวลือได้โดยทันที การบอกกล่าวความจริงมีบทบาทสำคัญสำหรับภาวะวิกฤตทุกประเภท อภิปรายได้ว่า แนวทางสำคัญในการบริหารรายการคลื่นมันเอฟเอ็ม คือ ต้องการสร้างภาพลักษณ์ความเชื่อมั่น รักษาฐานผู้ฟังและผู้ซื้อโฆษณาของคลื่นมันเอฟเอ็ม ในการเป็นผู้นำความทันสมัยและการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความน่าสนใจและแตกต่างจากคู่แข่ง ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย การแจ้งข่าวสาร ผ่านความร่วมมือประสานงานรวดเร็ว

ฉบับใดในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานองค์กรด้วยความจริงอย่างตรงไปตรงมาชัดเจน
ใส่ใจ แสดงความรับผิดชอบ เช่น การขอโทษ การเปิดรับฟังความคิดเห็น ในการสร้าง
ความมั่นใจและสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร การรักษากรฐานผู้ฟังด้วยการสื่อสารทำกิจกรรม
สม่ำเสมอ การแจ้งวันที่ได้ออกอากาศผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของคลื่นเช่นทางเฟซบุ๊ก
ผลที่ได้ในช่วงที่ถูกระงับสัญญาณ คือ มีจำนวนสมาชิกและผู้ใช้งานผ่านเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้น
อย่างมาก มีรูปแบบการใช้เฟซบุ๊กไปสู่ผู้ฟังมากที่สุด โดยมีการนำเสนอผ่านเป็นแพลตฟอร์ม
ที่หลากหลายตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย นอกนั้นก็จะเป็นรูปแบบผ่านการสื่อสาร
ระหว่างบุคคลโดยใช้แบบสอบถามการวิจัย การสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจงไปยังลูกค้า
และผู้ฟังของคลื่นมันเอฟเอ็มเพื่อสำรวจความพึงพอใจ เป็นไปตามแนวโน้มของกลุ่มผู้ฟัง

แนวทางการวางแผนประสานงานสื่อสารทางการตลาดคลื่นมันเอฟเอ็ม คือ ต้องการ
สร้างภาพลักษณ์ความมั่นใจของผู้ฟังและผู้ซื้อโฆษณาที่ต้องการสนับสนุนคลื่นมันเอฟ
เอ็ม จากการศึกษาวิจัยพบว่า มีรูปแบบทางการตลาด เช่น การส่งเสริมการขาย กิจกรรม
พิเศษ กิจกรรมทางการตลาด มอบข้อเสนอพิเศษ ชดเชยเงินคืน และการลดแลกแจก
แถมแพ็คเกจให้กับลูกค้า ซึ่งจะมี 3 แบบ คือ ลูกค้าที่สนับสนุนคลื่นมันมายาวนาน
ลูกค้าที่ซื้อจำนวนมาก และลูกค้าทั่วไปที่เพิ่งเข้ามาซื้อโฆษณา โดยผู้ซื้อโฆษณาที่ไม่รับ
เงินชดเชยคืนทางคลื่นจะมอบข้อเสนอพิเศษนี้เป็นการตอบแทนที่ไว้วางใจมันเอฟเอ็ม
การประสานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีสำรวจความคิดเห็นกับผู้ซื้อโฆษณาสม่ำเสมอ
การสื่อสารแนวทางธุรกิจในอนาคตขององค์กรเพื่อย้ำความมั่นใจและความแข็งแรง
สร้างภาพลักษณ์และรักษาผู้ซื้อโฆษณาเมื่อกลับมาได้ดังเดิม ผลที่ได้รับสะท้อน
กลับจากลูกค้าส่วนใหญ่จะตอบรับข้อเสนอพิเศษช่วยควบคุมไม่เงินออกจากองค์กรและ
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและมั่นใจในการบริหารงานของคลื่น รูปแบบการสื่อสาร คือ
การนัดพบลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ การสื่อสารผ่านบุคคลโดยเจ้าหน้าที่ประสานงาน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย ผู้บริหารฝ่ายการตลาด การใช้อีเมลล์ ในการประสานงานที่รวดเร็ว
ในการส่งเอกสารการดำเนินงานต่างๆ เพื่อเป็นลายลักษณ์อักษรมีความรับผิดชอบและ
มีอาชีพ เช่น เอกสารแจ้งเรื่อง คสช. การดำเนินงาน วันที่ได้ออกอากาศและวันที่จะเริ่ม
มีสปอตโฆษณา การคำนวณเงินคืน เอกสารเสนอราคา เอกสารผลประกอบการขาย
สปอตโฆษณาในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา เอกสารเรียกเก็บเงิน และการใช้แบบสอบถาม
การวิจัยของคลื่นผสมผสานเพิ่มประสิทธิภาพ รายงานผลสะท้อนกลับ ประเมินวิเคราะห์
ร่วมกัน และเป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารคลื่นมันเอฟเอ็มในระยะต่อไปได้
อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จตามนโยบายองค์กร คือ การลดต้นทุนและ

อยู่รอดได้

ดังนั้น ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สิ่งสำคัญ คือ แนวทางการประสานงานให้ทุกส่วนให้มีประสิทธิภาพเพราะทุกส่วนมีส่วนสัมพันธ์และกระทบต่อกันไม่ว่าจะเป็นบุคลากร เนื้อหา เทคโนโลยี การตลาดและผู้เกี่ยวข้องภายนอกองค์กร เช่น ผู้ฟัง ผู้ซื้อโฆษณา คสช. กสทช. คู่แข่ง ล้วนส่งผลต่อผลประกอบการคลื่นมันเอฟเอ็มทั้งสิ้น ซึ่งก็สอดคล้องกับการบริหารงานวิทยุเพราะมีแนวคิดเช่นเดียวกับการบริหารองค์กรธุรกิจทั่วไปนั่นเอง

ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการบริหารของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ

จากการศึกษาพบว่า แนวทางในการบริหารจัดการคลื่นมันเอฟเอ็ม มีการปรับนโยบายอีกครั้งตอนได้ออกอากาศเป็นการสร้างแบรนด์มันเอฟเอ็มเพื่อรักษา ดึงผู้ฟัง และผู้ซื้อโฆษณากลับมา มีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้กลับมาดังเดิม มีกลยุทธ์การวางแผนปรับเปลี่ยนในแต่ละระยะต่อไป ผลจากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ผลกระทบจากการถูกควบคุมโดย คสช. ยังไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงมากนัก เนื่องจากมีการปรับตัวที่รวดเร็ว มีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมทางสังคม ดังที่ฮอดซ์และ แอนโทนี (อ้างถึงใน พิระพงษ์ เตชะวิเศษ, 2547, น. 23 - 24) ว่าองค์กรส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จทั้งทางด้านอุดมการณ์รับใช้สังคม และในด้านธุรกิจนั้น เป็นองค์กรที่มีการจัดโครงสร้างรูปแบบขององค์กรให้สอดคล้องการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ภายนอก โดยต้องมีแนวทางทางการบริหารปรับเปลี่ยนการบริหารองค์กรตามนโยบายของ คสช. ทุกด้าน ทั้งเทคโนโลยีเครื่องส่ง เสาอากาศ การขอใบอนุญาตตามกฎหมายใหม่ ในระเบียบของประเภทวิทยุชุมชนเชิงพาณิชย์ และด้านสัดส่วนเนื้อหาและผังรายการ และปัจจัยภายในที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะด้านบุคลากรและทีมผู้บริหารที่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ปรับตัวตั้งรับรวดเร็ว เก่ง มีความสามารถหลากหลาย และทักษะประสบการณ์ยาวนาน เป็นคนที่มีสายสัมพันธ์ดี (Connection) หลักการบริหารจัดการภายในที่เป็นระบบ ระเบียบ ชัดเจน มีอาชีพ ฉับไว มีประสิทธิภาพ เน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม แต่ให้อำนาจผู้อำนวยความสะดวกคล่องตัวเป็นอันดับสูงสุด โครงสร้างองค์กรเล็กง่ายในการติดต่อสื่อสาร ประสานงานรายงานกันอย่างสม่ำเสมอ และมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และสื่อที่ดีในองค์กร และนอกองค์กรทุกคน ลูกค้าเชื่อมั่น คนฟังชอบ รวมถึงเทคโนโลยีสื่อใหม่ที่มีอยู่ช่วยองค์กรได้มากในภาวะวิกฤต ลดค่าใช้จ่ายและยังเพิ่มช่องทางการตลาด

2. แนวทางการปรับตัวของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยทั้งในด้านการผลิต สามารถอธิบายได้ว่า การบริหารจัดการ และการติดต่อสื่อสารประสานงานของคลื่นได้อย่างมากมาอยู่ก่อนแล้ว การรวบรวมและผลิตเนื้อหา การนำเสนอโดยใช้สื่อใหม่ที่มีอยู่ได้อย่างเต็มศักยภาพเพื่อเข้าถึงผู้รับสารที่มีหลากหลาย ยังได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และแนวคิดเกี่ยวกับการหลอมรวมเทคโนโลยีสื่อ (Media Convergence) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาระบบเทคโนโลยีดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ ทำให้ผู้สื่อสารสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) (พรจิต สมบัติพานิช, อ้างถึงใน วรารัตน์ รัตนวงศ์ไชยา, 2554, น. 83) สอดคล้องกับแนวคิดของ Deirdre Breakenridge (2008, p. 41) ได้กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์หรือตราสินค้าให้แก่องค์กรมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อที่จะค้นหากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดสำหรับการตลาดและช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับคู่ค้าที่เหมาะสมในการให้ความช่วยเหลือ เมื่องบประมาณมีจำกัด องค์กรสามารถเตรียมกำหนดกลยุทธ์ที่ได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาเป็นแผนสำรองให้กับองค์กรได้ นอกจากนี้ยังอาจไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือมีราคาไม่แพง ใช้การสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นเป็นเครื่องมือหลัก หรืออย่างแรกในการวิจัยแล้วเมื่อเงินทุนยังมีอยู่ การให้บริการก็สามารถเสนอได้ตรงจุดมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ผลตอบรับจากคู่ค้าในการทำสัญญาตามข้อเสนอก็มีมากขึ้น ทั้งสองวิธีสามารถพึ่งพาได้จากอินเทอร์เน็ต มันมีการเข้าถึงและเป็นทรัพยากรที่มีความเชี่ยวชาญจำเป็นสำหรับโครงการวิจัยงานขององค์กร ไม่ว่าคุณจะทำเนิการการวิจัยด้วยตัวเอง หรือจะจ้างผู้เชี่ยวชาญไปจัดการแทนก็ตาม และปัจจุบันองค์กรธุรกิจใช้ประโยชน์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างตราสินค้า นอกจากนี้ ยังใช้เป็นช่องทางการสร้างกลุ่มผู้สนับสนุน หรือช่องทางในการตรวจสอบข้อร้องเรียนต่างๆ ขององค์กร จากผลการวิจัยข้างต้นยังอธิบายได้ถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของคลื่นมันเอฟเอ็มที่นำสื่อใหม่ๆ มาใช้ร่วมกับสื่อหลัก สื่อดั้งเดิม กิจกรรมทางการตลาดที่มีทั้งหมดมาผสมผสานใช้เกื้อหนุนกัน เพื่อเพิ่มทางเลือก

แนวทางการใช้สื่อใหม่ของคลื่นมันเอฟเอ็ม ยังพบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กในการปรับมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Brain Halligan and Dharmesh Shah (2010, p. 85) ได้กล่าวถึงความหมาย

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ตามวิกิพีเดียว่า คือ เครื่องมือที่ใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการแบ่งปันและพูดคุยข้อมูลในหมู่มนุษย์ และให้ความหมายเพิ่มเติมว่าโซเชียลมีเดียเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเชื่อมต่อผู้คน การโต้ตอบและการแบ่งปันทางออนไลน์ เหตุผลที่คุณควรดูแลเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย คำตอบเหมือนกับเหตุผลที่คุณควรดูแลเกี่ยวกับ Google เพราะมันเป็นวิธีที่ดีที่เพื่อไปให้ถึงการมีส่วนร่วมมากขึ้นของลูกค้าที่มีศักยภาพ เป็นกรณีเดียวกับภูเกิ้ลที่มากขึ้นจากลูกค้าที่มีศักยภาพที่ออกไปแสวงหาโซเชียลมีเดียที่มีความสดใหม่ ตรงตามความต้องการ ดังนั้น นี่คือการที่เราต้องออกไปแสวงหาเช่นเดียวกัน ถ้าเราต้องการที่จะมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค สามารถพบความหลากหลายของเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook อภิปรายได้ว่า มันเอฟเอ็มใช้สื่อเป็นและสร้างสรรค์ แตกต่าง รวดเร็ว สดใหม่ และมีความโดดเด่นชัดเจนในด้านเทคโนโลยีอย่างมาก การเป็นผู้นำความทันสมัย ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ผู้ฟังช่วงที่ออกอากาศทางเสียงไม่ได้ ก็ใช้ภาพ (Picture) ข้อความ (Message) ภาพเคลื่อนไหว (VDO) หรืองานกราฟฟิก (Graphic) ที่เป็นเนื้อหา (Content) เดียวกันนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคลื่นมันเอฟเอ็ม เช่น เพจบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ แอปพลิเคชันมันเอฟเอ็ม และแอปพลิเคชันไลน์ เป็นการนำเนื้อหาให้เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล หลอมรวมช่องทางการสื่อสารข้อมูลและเพิ่มความหลากหลาย แตกต่าง และสร้างความแปลกใหม่เพิ่มขึ้นไปอีกในธุรกิจอุตสาหกรรมสื่อที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของในลักษณะการรวมตัว ควบรวมมากขึ้นทุกที และผลการตอบรับที่ดีมากทางสื่อสังคมออนไลน์ของมันเอฟเอ็มในช่วงที่มี คสช. ทำให้เกิดแนวคิดช่องทางการขยายแนวทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของคลื่นได้โดยไม่ต้องลงทุนหรือมีค่าใช้จ่ายน้อย นอกจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในองค์กรจะช่วยลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้านโครงสร้างแล้วยังช่วยเพิ่มเม็ดเงินและช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับคลื่นมันเอฟเอ็มเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย การให้บริการเดิมเคยแยกกันคนละตลาดอย่างชัดเจน แต่การพัฒนาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงให้กลายเป็นตลาดเดียวกัน การเกิดประโยชน์และบริการใหม่ๆ ในยุคดิจิทัล การนำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และแนวคิดเกี่ยวกับสื่อหลอมรวมมาปรับใช้ ทำให้คลื่นมันเอฟเอ็มมีความโดดเด่นในด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับคลื่นคู่แข่งอื่นๆ ด้วยกัน

สรุปได้ว่า คลื่นมันเอฟเอ็มมีแนวทางการปรับเปลี่ยนนโยบายการบริหารโดยนำเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นตัวตั้งเพื่อลดผลกระทบด้านการเงิน มีนโยบายการใช้เทคโนโลยีที่

ทันสมัยในองค์กรมาตั้งแต่แรกเริ่ม ทั้งในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการภายใน พหุมิตาสั่ง คสช. จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้ประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งในเรื่องบุคลากร ต้นทุนการผลิต การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มาช่วยควบคุมในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร เดินทาง รวมถึงผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ด้านเทคโนโลยี จึงสามารถนำมาใช้ให้เต็มศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพิ่มมูลค่าสร้างเม็ดเงิน สร้างภาพลักษณ์ สร้างความแตกต่างและยังช่วยเพิ่มความโดดเด่นมีเอกลักษณ์ตามนโยบายของคลื่นให้ ยิ่งเด่นชัดอีกด้วย เป็นตัวชี้วัดจำนวนผู้ฟังและผู้ใช้งานในแต่ละกิจกรรมได้ทันที มีเป้าหมายรักษาและเพิ่มผู้ฟังโดยการทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ผ่านสื่อใหม่และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดและการขาย การสื่อสารไปยังผู้ฟังและลูกค้าฟังผลสะท้อนกลับวัดผล ได้เลย การที่คลื่นมันเอฟเอ็ม ประสบความสำเร็จได้นั้น การสื่อสารประสานงานภายใน องค์กรและภายนอกองค์กรเป็นส่วนสำคัญ คือ การที่ผู้บริหารวางแนวทางและนโยบาย ไว้แล้ว พนักงานมีการสอดรับโดยการปฏิบัติตามแนวทางและนโยบายเพื่อให้บริษัทบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้

ดังนั้น เมื่ออยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ คสช. ส่งผลกระทบต่อการบริหารงาน คลื่นมันเอฟเอ็ม อภิปรายได้ว่า แม้ต้องเผชิญกับความแปรปรวนทางการเมือง กฎหมาย ข้อบังคับระเบียบต่างๆ เนื่องจากมีการพร้อมรับปรับตัวอยู่เสมอ และยังเป็นโอกาส ในการพัฒนาองค์กรให้มีความกระตือรือร้นมองหาแนวทางใหม่ๆ และขยายธุรกิจกิจการ เพิ่มขึ้นอีกด้วย มีกลยุทธ์สร้างกิจกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนารายการไปตาม วิสัยทัศน์ปรับตัวตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีผลต่อผู้บริโภค ผู้บริโภคหันมา บริโภคเฟกบุ๊กกันมากขึ้นโดยมีการใช้ Social Network Online หลอมรวมเป็นรูปแบบ Digital ทำกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตได้หลายอย่างมีการใช้อินเทอร์เน็ต และสมาร์ตโฟน ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยยังพบว่า มีแนวทางการพัฒนาปรับตัวคลื่นมันเอฟเอ็มการเตรียม ความพร้อมรองรับต่อ คสช. หลังจากนั้นและในอนาคตเพิ่มเติม ดังนี้ มีแนวทางการพัฒนา โครงสร้างการบริหารงานคลื่นมันเอฟเอ็ม เกิดการวางแผนงานใหม่ๆ และการปรับพัฒนานโยบายการบริหารงานภายในองค์กรให้สดใหม่อยู่เสมอ การเผชิญหน้า การเฝ้าสังเกต สัญญาณวิกฤตต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร เกิดความรู้และ ประสบการณ์ในการจัดการกับความเสี่ยงและผลกระทบต่างๆ เน้นเรื่องการวางแผนและ

กำหนดนโยบายในอนาคต แผนในระยะสั้น คือ การไปเป็นคลื่นหลัก แผนระยะกลาง ระยะ 5 ปี คือ การเป็นวิทยุดิจิทัล และการเป็นวิทยุดิจิทัลระดับจังหวัด และแผนระยะยาว คือ การขยายธุรกิจรับประชาคมอาเซียน การสร้างแบรนด์มันเอฟเอ็มให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น มีแผนทำงานต่อไปได้ทันทีในทุกๆระยะ มองภาพรวมทั้งหมด ศึกษาและวิเคราะห์เหตุการณ์อยู่เสมอ วิสัยทัศน์และนโยบายองค์กรมาเป็นอันดับหนึ่ง

คลื่นมันเอฟเอ็มไม่มีแผนรองรับนโยบายการจัดการภาวะวิกฤต ถึงแม้ว่าจะมีการปรับตัวพร้อมรับสถานการณ์ทางการเมืองจาก คสช. ที่ดี อยู่รอดได้ มีปัจจัยโครงสร้างภายในที่แข็งแกร่งและมีการวางแผนการดำเนินงานในระยะต่างๆ ของคลื่นมันเอฟเอ็มที่กำหนดเอาไว้ในขณะเกิดเหตุการณ์ แต่เหตุการณ์วิกฤตเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาองค์กรธุรกิจต่างๆ ในปัจจุบันต่างก็มีการเตรียมพร้อมวางแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอดในภาวะวิกฤต กำหนดเป็นนโยบายของคลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีปัจจัยเสี่ยงจากการเกิดเหตุการณ์แปรปรวนทางการเมือง และภาวะวิกฤตต่างๆ จึงควรมีแผนจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤต และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทั้งในด้านการวางแผนก่อนเกิดเหตุการณ์ และการฟื้นฟูเมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลาย เพื่อให้การบริหารงานไม่หยุดชะงัก หรือหากหยุดชะงักก็สามารถกลับมาดำเนินการได้อย่างรวดเร็วที่สุดเพื่อความปลอดภัยขององค์กร

รายการอ้างอิง

Facebook. (2557). **XFM เชียงใหม่**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 31 มิถุนายน 2557, แหล่งที่มา www.facebook.com/XFM

Facebook. (2557). **คลื่นมันเอฟเอ็ม จังหวัดเชียงใหม่**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 31 มิถุนายน 2557, แหล่งที่มา www.facebook.com/mun10475

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2557). **บริบทด้านสังคม และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 5 มกราคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.nbtc.go.th>

คมชัดลึก. (2557, 28 พฤษภาคม). **มองผ่านเลนส์ปิดตาย วิทยุเถื่อน โดย บรรณวัชร**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 18 มิถุนายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.komchadluek.net/detail/20140618/186685.html>

- ฐานเศรษฐกิจ. (2556, 10-13 พฤศจิกายน). การปรับตัวของคนฟัง สถานี และแบรนด์
ในสื่อวิทยุ โดย กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี และ สุรสิทธิ์ ประมุข. คอลัมภ์การ
ตลาด. จากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจปีที่ 33 ฉบับที่ 2,895. วันที่เข้าถึงข้อมูล
21 มิถุนายน 2557, แหล่งที่มา [http://www.thanonline.com/index.
php?option=com_content&view=article&id=20645:2013-11-08-
06-55-54&catid=106:-marketing&Itemid=456#.VG](http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=20645:2013-11-08-06-55-54&catid=106:-marketing&Itemid=456#.VG)
- นภาพร ปิงคำ. (2548). ดนตรีลีลา รายการวิทยุกระจายเสียงตามทัศนคติของชาว
เชียงใหม่. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิตยศาสตร์ โครงการบัณฑิต
วิทยาลัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 กุมภาพันธ์ 2557,
แหล่งที่มา [webpac.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2550/
Napaporn_Pingkam/fulltext.pdf](http://webpac.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2550/Napaporn_Pingkam/fulltext.pdf) <http://www.library.mju.ac.th>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557). รวมประกาศคำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ. วันที่เข้า
ถึงข้อมูล 25 กรกฎาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th>
- พากร ปิ่นเมือง. (2554). กลยุทธ์การบริหารงาน In-Store Radio กรณีศึกษา บริษัท
อาร์เอสอินสโตร์มีเดีย จำกัด. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- พิทักษ์ศักดิ์ ติศาภาคย์. (2546). การจัดการภาวะวิกฤตของรายการวิทยุเพื่อสาธารณะ
กรณีศึกษา รายการร่วมด้วยช่วยกัน. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิระพงษ์ เตชะวิเศษ. (2557). การบริหารธุรกิจสื่อออนสาร อสท. ของการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เพ็ญนภา เข้มตรง. (2554). การบริหารงานสื่อภาครัฐภายใต้ พ.ร.บ. องค์การจัดสรร
คลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และ
กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 กรณีศึกษา: การบริหารงานสถานีวิทยุกระจาย
เสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา. (2555, 25 กรกฎาคม). จัดระเบียบคลื่นวิทยุ-คุมกำลังส่งแยก “ธุรกิจ-ชุมชน-สาธารณะ”. วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 ธันวาคม 2555, แหล่งที่มา <http://mediamonitorin.th/%e0%b8%88%e0%b8%b1%e0%b8%94%e0%b8%a3%e0%b8%b0%e0%b9%80%e0%b8%9a%e0%b8%b5%e0%b8%a2%e0%b8%9a%e0%b8%84%e0%b8%a5%e0%b8%b7%e0%b9%88%e0%b8%99%e0%b8%a7%e0%b8%b4%e0%b8%97%e0%b8%a2%e0%b8%b8-%e0%b8%84%e0%b8%b8/>

ฤาษตา หงส์ร่อน. (2554). การบริหารจัดการสถานีคลื่น วิทยุ เอฟเอ็ม 99.0 MHz Active Radio คลื่นเมืองไทยแข็งแรงเพื่อคนรักกีฬาสุขภาพและท่องเที่ยว. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรารัตน์ รัตนาวาศ์ไชยา. (2554). การปรับตัวจากสื่อสิ่งพิมพ์สู่สื่อใหม่ กรณีศึกษา บริษัท วัฏฏะ คลาสสิกฟายด์ส จำกัด. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วังทราย อินทะวัน. (2553). พฤติกรรมการบริโภคสื่อประเภทต่างๆของวัยรุ่นในจังหวัด เชียงใหม่. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 กุมภาพันธ์ 2557, แหล่งที่มา <http://library.cmu.ac.th>

สลิลทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). “การบริหารความต่อเนื่องทาง ธุรกิจ...ทางรอดของธุรกิจในภาวะวิกฤต”. วารสารปัญญาวิวัฒน์. ปีที่4. ฉบับที่ 1. หน้า 68-77.

สุพิชชา จักรสิรินนท์. (2553). การบริหารจัดการองค์กรด้านการผลิตรายการวิทยุ กรณีศึกษากลุ่มบริษัทคลิก วีอาร์วัน เรดิโอ จำกัด. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงาน กสทช. (กลุ่มงานอนุญาตประกอบกิจการ). (2556). การยื่นแบบคำขอทดลอง ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ของสถานีวิทยุที่มีการขอขยายระยะเวลา การยื่นขอทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง. วันที่เข้าถึงข้อมูล 29 มิถุนายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.nbt.go.th/>

สำนักงาน กสทช. (ราชกิจจานุเบกษา). (2556). พ.ร.บ. องค์การจัดสรรฯ พ.ศ. 2553. วันที่เข้าถึงข้อมูล 5 มกราคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.nbt.go.th>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม.
 (2557). บทที่3การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคและผลกระทบต่อการดำเนินงาน
 ตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. วันที่เข้าถึงข้อมูล
 29 มิถุนายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.nbtc.go.th>
 สุนจิตต์ ตรีวิจิตรศิลป์. (2555). ผลสัมฤทธิ์ของการให้บริการหลอมรวมสื่อของบริษัท
 ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
 สุรกิจบัณฑิตย.
 ศูนย์ข้อมูลกฎหมายและคดีเสรีภาพ. (2558). สรุปสถานการณ์ปี 2557 5/5: เก็บตก
 เหตุการณ์ก่อน-หลังรัฐประหาร การเซ็นเซอร์ตัวเอง การปิดกั้นสื่อออนไลน์ การ
 ปิดวิทยุชุมชน และอื่นๆ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 กรกฎาคม 2558, แหล่งที่มา
<http://www.freedom.ilaw.or.th/report/สรุปสถานการณ์ปี25575/5>
 เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2553). จากวิทยุชุมชนถึงวิทยุในขอกติกพื้นที่สาธารณะ
 ของการแย่งชิง. วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 ธันวาคม 2555, แหล่งที่มา <http://google.co.th/61.47.2.69/-midnight/midnighttext/000908.doc>

ภาษาอังกฤษ

Breakenridge, Deirdre. (2008). PR 2.0: new media, new audiences. New
 Jersey: Pearson Education Inc.
 Halligan, Brian., and Shah, Dharmesh. (2010). Inbound marketing: get
 found using Google, social media, and blogs. New Jersey: John
 Wiley & Sons, Inc.
 McQuail, Denis. (2005). McQuail's Mass Communication Theory: Fifth
 Edition. London: SAGE Publications Ltd.,
 Mitroff, Ian I., and Anagnos, Gus. (2001). Managing Crisis before They
 Happen: What Every Executive and Manager Needs to Know about
 Crisis Management. New York: Amarcom.
 Van Dijk, Jan. (2006). The Network Society: social aspects of new media
 second edition. London: SAGE Publications Ltd.



วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ : 0-5394-2703

โทรสาร : 0-5394-2704

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang District, Chiang Mai, Thailand, 50200

Tel : 0-5394-2703

Fax : 0-5394-2704

www.masscomm.cmu.ac.th