

การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย ประจำปี ค.ศ. ๒๐๑๓
(Asia Media Summit 2013)

วันที่ ๒๙ - ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๖
ณ เมืองมานาโด สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ความเป็นมา

การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit : AMS) จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยสถาบันพัฒนากิจการวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (The Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development : AIBD) เป็นผู้จัด การประชุมปีนี้เป็นการประชุมครั้งที่ ๑๐ มีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ ๕๐๐ คน โดยมีกระทรวงสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ (Ministry of Communication and Information Technology : MCIT) ของสาธารณรัฐอินโดนีเซียเป็นเจ้าภาพจัดงาน ณ เมืองมานาโด สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ระหว่างวันที่ ๒๙ - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๖ ซึ่งก่อนและหลังการประชุม AMS ได้มีการประชุมภาคสมทบต่าง ๆ ด้วย



ลักษณะการประชุม

ในการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชียจะมีการอภิปรายในหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อกระจายเสียงแพร่ภาพ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจากนานาชาติมาเป็นวิทยากรและเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ซักถามและแสดงความคิดเห็น สำหรับการประชุมภาคสมทบก่อนการประชุม AMS จะเป็นการประชุม/สัมมนาเชิงปฏิบัติการในหัวข้อต่าง ๆ และหลังการประชุม AMS เป็นการประชุมคณะกรรมการพันธมิตรสื่อ ครั้งที่ ๖ ของ AIBD/ASBU/ABU การประชุมคณะกรรมการพันธมิตรสื่อเอเชีย ครั้งที่ ๗ และการประชุมคณะกรรมการทำงานแผนกลยุทธ์ของ AIBD

สาระสำคัญของการประชุม

๑. พิธีเปิดการประชุมประกอบด้วยบุคคลสำคัญ ๔ ท่าน ได้แก่ ๑) Mrs. Dra. Rosarita Niken Widiastuti ตำแหน่ง President Director ของ Radio Republik Indonesia (RRI) แห่งประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งดำรงตำแหน่งประธาน AIBD General Conference ด้วย ๒) Prof. Hubert Gijzen ตำแหน่งผู้อำนวยการยูเนสโก สำนักงานภูมิภาค และเป็นผู้แทนของ Ms Irina Bokova ผู้อำนวยการใหญ่องค์การยูเนสโกด้วย ๓) Hon. Ir. Tifatul Sembiring ตำแหน่งรัฐมนตรีกระทรวงการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งอินโดนีเซีย (Ministry of Communication and Information Technology : MCIT) และ ๔) Mr Yang Binyuan ตำแหน่งผู้อำนวยการ AIBD

ผู้อำนวยการ AIBD ได้กล่าวในพิธีเปิดการประชุมว่า การประชุม AMS ครั้งนี้เป็นความสำเร็จของ AIBD ในการแสวงแนวทางและทางเลือกใหม่ ๆ เพื่อรับมือกับวิถีการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป และรับมือกับความจำเป็นที่สื่อจะต้องมีเนื้อหาที่โดดเด่นและมีนวัตกรรมใหม่เพื่อที่จะสามารถนำเสนอได้ทุกช่องทาง รวมถึงสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพมีจริยธรรม เขากล่าวว่า เทคโนโลยีใหม่และสื่อสังคมหรือโซเชียลมีเดียได้กระตุ้นให้ผู้บริโภคเรียกร้องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ดีขึ้น ดังนั้นนักวิทยุ-โทรทัศน์จะต้องสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมในวิธีที่แตกต่างและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่มีการตอบสนองได้หลายช่องทาง ซึ่งเรื่องนี้เป็นความท้าทายที่ต้องใช้วิธีการปฏิบัติแบบใหม่รวมถึงการใช้สื่อสังคม

๒. การอภิปรายหัวข้อ “สื่อและความหลากหลาย: เส้นทางข้างหน้า” (Media and Diversity: The Way Forward) วิทยากรมีทั้งหมด ๓ คน ได้แก่ Mrs. Usha Bhasin ตำแหน่ง Officer on Special Duty จาก Doordarshan (DD) จากอินเดีย Mr. Salah Eddine Maaoui ตำแหน่ง Director General ของ Arab States Broadcasting Union (ASBU) จากประเทศตูนิเซีย และ Mr. Yang Fuqing ตำแหน่ง Deputy Controller ของ China Central Television (CCTV) จากประเทศจีน โดยมี Dr. Michael McCluskey ที่ปรึกษาด้านการกระจายเสียงแพร่ภาพและสื่อนานาชาติจากประเทศออสเตรเลียเป็นประธาน

Mrs. Usha Bhasin ผู้แทนจาก Doordarshan ของอินเดียกล่าวว่าโลกในขณะนี้มีขนาดเล็กลงซึ่งนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์ของผู้คน ผู้แทนอินเดียได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประเทศอินเดียว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายอย่างไม่น่าเชื่อ โดยอินเดียมีศาสนาถึง ๔ ศาสนา มีภาษาพูดที่เป็นภาษาแม่มากกว่า ๑ หมื่นภาษา มีหมู่บ้านมากกว่า ๖ แสนแห่ง มีพื้นที่ชายหาดที่ยาวมาก ภูมิอากาศในประเทศก็แตกต่างกันมากตั้งแต่ร้อนสุดไปจนหนาวสุด อินเดียมีสถานีโทรทัศน์ของเอกชนกว่า ๘๒๓ สถานี สถานีวิทยุที่เป็น FM มีถึง ๒๔๒ สถานี มีหัวหนังสือพิมพ์มากกว่า ๗ หมื่นหัว และตีพิมพ์จำหน่ายจำนวนมากกว่า ๑๐๐ ล้านฉบับต่อวัน คนที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีถึง ๔๐ ล้านคน

Mrs. Usha Bhasin ได้สะท้อนความรู้สึกเสียใจที่หนุ่มสาวรุ่นใหม่ของอินเดียเริ่มสูญเสียอัตลักษณ์ของตนเองไป เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้เริ่มไม่คุ้นเคยกับภาษาท้องถิ่นของตน ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาที่ทำลายแนวคิดเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม แม้อุตสาหกรรมสื่อทั่วโลกจะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าสิ่งที่สูญหายไปกลับเป็นโอกาสที่จะได้สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นออกมา การเมืองและการเป็นเจ้าของข้ามสื่อคือสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะดังกล่าว อย่างไรก็ตามสถานีโทรทัศน์ Doordarshan ซึ่งเป็นโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ได้พยายามอุทิศเครือข่ายของตน 1 ช่อง ที่ชื่อ DD Bharati เผยแพร่เรื่องราวทางวัฒนธรรมตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งสาระในเรื่องประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศิลปะ นาฏกรรม ดนตรี ศิลปหัตถกรรม รวมทั้งภาพยนตร์และละครพื้นถิ่น ถือว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ของอินเดียเพียงช่องเดียวที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ แต่การหาเงินทุนสนับสนุน

การจัดรายการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมยังคงเป็นปัญหาวิกฤต วิธีแก้ปัญหาดังหนึ่งก็คือการหาพันธมิตรทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติซึ่งมีบทบาทชัดเจนในการอนุรักษ์วัฒนธรรม เกี่ยวกับเรื่องนี้วิทยากรได้เรียกร้องให้นักสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ร่วมกันแลกเปลี่ยนรายการทางวัฒนธรรม โดยขอให้สถาบันพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (ABPD) เป็นผู้นำในการผลักดันโครงการดังกล่าวด้วย

สำหรับสถานีวิทยุ All India Radio ซึ่งอยู่ภายใต้ Doordarshan นั้นสามารถเข้าถึงประชาชนได้ร้อยละ ๙๘.๘ ของประชาชนทั้งประเทศ และครอบคลุมร้อยละ ๙๐ ของพื้นที่ ในส่วนของโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ Doordarshan มีถึง ๖ ช่องและใช้ภาษาถิ่นถึง ๑๑ ภาษา โดยมี ๑ ช่องที่เป็นช่องนานาชาติ และมีการใช้สำเนียงฮินดีท้องถิ่นเพื่อสงวนรักษาอัตลักษณ์ของชาวอินเดียไว้

Mr. Salah Eddine Maaoui ตำแหน่ง Director General ของ Arab States Broadcasting Union (ASBU) จากประเทศตูนิเซียกล่าวว่า ความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาจากโลกาภิวัตน์ การสงวนรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงต้องสงวนรักษาเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนไว้ โดยสื่อควรเข้ามามีบทบาทและให้ความสำคัญกับการหลากหลายทางวัฒนธรรม สื่อสาธารณะควรต้องให้บริการในสิ่งที่ประชาชนต้องการต่อสาธารณะ โดยการนำเสนอเนื้อหาที่แสดงถึงความร่ำรวยทางวัฒนธรรม ซึ่ง Mr. Salah Eddine Maaoui ย้ำว่า ASBU มีเป้าหมายเด่นชัดที่ต้องการส่งเสริมให้สื่อสาธารณะรับใช้ประโยชน์ของสาธารณชน

วิทยากรจาก ASBU ได้เรียกร้องให้นักสื่อสารมวลชนปฏิเสธแนวคิดเชิงโลกาภิวัตน์และคตินิยมสุดโต่งที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม แม้นักสื่อสารมวลชนจะพยายามส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของตนเอง แต่ก็ต้องมีพื้นที่เปิดไว้สำหรับวัฒนธรรมอื่นที่มีอยู่ในโลกด้วย ซึ่ง ASBU กำลังดำเนินการตามแนวคิดนี้โดยเชื่อมโยงช่องทางการสื่อสารกับประเทศอื่นและสร้างความร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนรายการกัน ทั้งนี้การที่สื่อสาธารณะจะสามารถให้บริการตอบสนองต่อประชาชนสาธารณะได้อย่างแท้จริง จึงไม่ควรมีการการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการใด ๆ ทั้งสิ้น เพราะเป็นอุปสรรคต่อการรักษาและส่งเสริมแนวคิดเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคม

Mr. Yang Fuqing ตำแหน่ง Deputy Controller ของ China Central Television (CCTV) จากประเทศจีนกล่าวว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นเสมือนความหลากหลายทางชีวภาพ การเจรจาระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างเป็นเรื่องจำเป็นในยุคโลกาภิวัตน์ Mr. Yang เห็นว่าการหมุนเวียนของข่าวสารเป็นอันตรายต่อวัฒนธรรมที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากโลกาภิวัตน์และความเป็นสมัยใหม่จะพยายามดูดซึมวัฒนธรรมขนาดเล็กให้หายไป และสื่อใหม่ยิ่งทำให้สถานการณ์ซับซ้อนยิ่งขึ้น เพราะสื่อใหม่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นสื่อสาธารณะจะต้องรับภาระมากขึ้นเพื่อคุ้มครองวัฒนธรรมให้คงอยู่ และการจัดระเบียบข้อมูลใหม่เป็นสิ่งสำคัญ

Mr. Yang Fuqing กล่าวว่า สถานีโทรทัศน์ CCTV ของจีนเป็นกระบอกเสียงให้แก่ประเทศกำลังพัฒนา โดยเนื้อหาข่าวของ CCTV มีความหลากหลายครอบคลุมถึงภูมิภาคแอฟริกา และออกอากาศเผยแพร่ไปไกลถึงทวีปอเมริกาและแอฟริกา เขาเห็นว่าการปกป้องความหลากหลายทางวัฒนธรรมจะต้องมาจากภายในประเทศก่อน และการปกป้องความหลากหลายทางวัฒนธรรมจะต้องมีสื่อที่หลากหลาย โดยสื่อดั้งเดิมและสื่อปัจจุบันจะต้องร่วมมือกันมากขึ้น ทั้งนี้รศกททางวัฒนธรรมมากมายได้รับการคุ้มครองก็เนื่องมาจากการเปิดเผยของสื่อ

ผู้แทนจากสถานีโทรทัศน์ CCTV ได้บรรยายถึงความหลากหลายของประเทศจีนว่า มีถึง ๕๖ เชื้อชาติ มีชนกลุ่มน้อย ๕๕ กลุ่ม ซึ่งรัฐบาลจีนมีนโยบายที่จะคุ้มครองวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยไว้ โดยสถานีโทรทัศน์ CCTV ได้เผยแพร่กิจกรรมทางวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยอย่างกว้างขวาง

Mr. Yang Fuqing ได้สนับสนุนแนวคิดในการสร้างความหลากหลายของสื่อที่จะทำให้ห้องการค้าสื่อในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศสามารถแสดงออกทางความคิดที่หลากหลาย อันจะส่งผลให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมในที่สุด ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ ความพยายามของสถานีโทรทัศน์ CCTV, Al Jazeera และ Channel News Asia ที่บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ผู้แทนจาก CCTV ยังได้กระตุ้นให้สื่อยักษ์ใหญ่ในประเทศต่าง ๆ สนับสนุนสื่อขนาดเล็กในประเทศกำลังพัฒนาที่ช่วยส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมด้วย



๓. การอภิปรายหัวข้อ Dealing with Ethics: Are Existing Models Effective? การอภิปรายหัวข้อนี้จัดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสถานการณ์ด้านจริยธรรมสื่อของประเทศต่างๆ เนื่องจากปัจจุบัน มีการเรียกร้องจากผู้ชมและผู้ฟังเพิ่มขึ้น ซึ่งองค์กรกระจายเสียงแพร่ภาพต่างๆ จำเป็นต้องกำหนดกลไกการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น การประชุมครั้งนี้จึงมีการพิจารณากันว่า รูปแบบการจัดการด้านจริยธรรมสื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงหลักกฎหมาย การกำกับดูแลกันเองระหว่างผู้ประกอบการอาชีพสื่อ และการควบคุมร่วมกันระหว่างรัฐกับสื่อ มีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ และมีความจำเป็นหรือไม่ที่จะต้องมองหาเครื่องมือที่เข้มงวดกว่านี้เพื่อบังคับใช้จริยธรรมสื่อ และรัฐควรมีบทบาทในระบบการควบคุมดูแลตนเองหรือไม่ อะไรที่เป็นทางเลือกที่ดีกว่า

การอภิปรายดังกล่าวมี Associate Prof. Martin Hadlow เลขาธิการศูนย์สื่อสารและข้อมูลสื่อเอเชีย เอเชีย (Asian Media Information and Communication Centre : AMIC) จากสิงคโปร์ เป็นผู้ดำเนินการ โดยวิทยากรประกอบด้วย Dr. Venkat Iyer จากอังกฤษ Ms Moneeza Hashimi จากปากีสถาน Mr. Li Peichun จากจีน Mrs. Soondaree Devi Soborun จากมอริเชียส และ Mr Vorasack Pravongviengkham จากลาว

Dr. Venkat Iyer นักกฎหมายและที่ปรึกษาด้านกฎหมายสื่อแห่งมหาวิทยาลัย Ulster ประเทศอังกฤษได้แสดงความเห็นว่า การใช้กฎระเบียบรูปแบบเดียวกันในสื่อทุกประเภทในเรื่องของจริยธรรม ไม่น่าจะมีประสิทธิภาพเพียงพอ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องหาวิธีกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำหนดค่านิยมหรือความเชื่อหลัก นำมาประยุกต์ใช้กับสื่อ หรือให้สื่อใช้ได้ในทุกพื้นที่ ทั้งนี้เพราะมีความกดดันอย่างมากในการบังคับใช้หลักจริยธรรมสื่อในช่วง ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมา ซึ่งรวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตลอดจนความคาดหวังที่กำลังเปลี่ยนไปของผู้ชมและผู้ฟัง

Ms Moneeza Hashimi ประธานสมาคมกระจายเสียงเครือจักรภพอังกฤษ (CBA) และผู้จัดการสถานีวิทยุโทรทัศน์ HUM ของปากีสถาน กล่าวถึงการจัดการด้านจริยธรรมสื่อของปากีสถานว่า ปากีสถานมีการจัดการด้านจริยธรรมสื่อแตกต่างกันออกไป พร้อมกับเสนอแนวคิดการออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมตนเอง โดย Ms Hashimi เห็นด้วยกับความจำเป็นต้องกำหนดหลักปฏิบัติด้านจริยธรรมของสื่อมวลชน แต่ย้ำว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของมโนสำนึกและความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ด้วยเอกสารหรือนโยบายรัฐ

Mr. Li Peichun รองผู้อำนวยการภาควิชาภาษาอังกฤษ วิทยุกระจายเสียงระหว่างประเทศ (CRI) ของจีน กล่าวถึงกฎระเบียบด้านจริยธรรมในประเทศจีนว่า จีนมีองค์การบริหารสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ ซึ่งทำหน้าที่ออกระเบียบและกฎหมายเพื่อกำกับดูแลสื่อ ขณะที่องค์กรกระจายเสียงหรือแพร่ภาพต่างๆ จะต้องทำงานโดยยึดแนวทางปฏิบัติของบรรณาธิการแต่ละองค์กร ซึ่งถือเป็นกลไกการควบคุมร่วมกันระหว่างรัฐกับสื่อที่ใช้ในวงการสื่อมวลชนของจีน ซึ่งกลไกนี้ยังทำงานได้ดีด้วยดี แม้จะมีปัญหาอยู่บ้าง ทั้งนี้ องค์การบริหารสื่อ ฯ ของจีนจะกำหนดขอบเขตของเนื้อหา โดยยึดกฎหมายของประเทศที่ระบุไว้ เนื้อหาที่นำเสนอจะต้องไม่ขัดต่อเอกภาพ อำนาจอธิปไตยและบูรณภาพแห่งดินแดน รวมทั้งต้องไม่นำไปสู่ความขัดแย้งด้านเชื้อชาติ ศาสนา การรื้อหลความลับของประเทศชาติ ความเสื่อมเสียชื่อเสียง การสนับสนุนภาพโป๊เปลือย โสยศาสตร์และความรุนแรงต่างๆ แต่ในทางปฏิบัติเส้นแบ่งนี้ยังไม่เพียงพอเมื่อนำมาใช้บังคับจริง

Mrs. Soondaree Devi Soborun รองผู้อำนวยการบรรษัทกระจายเสียงมอริเชียส กล่าวถึงสถานการณ์ด้านจริยธรรมของสื่อในมอริเชียสว่า มีแนวโน้มที่จะเกิดการละเมิดจริยธรรมในโซเซียลมีเดียมากขึ้น และเห็นว่า กฎหมายเกี่ยวกับสื่อในมอริเชียสยังไม่ได้พัฒนาปรับปรุงให้ทันเหตุการณ์ และไม่มีมาตรการจัดการแก้ปัญหาอย่างทันทั่วทั้งกรณีที่เกิดการรายงานข่าวผิดพลาดหรือข่าวที่สร้างความเสื่อมเสีย และยังไม่มีความชัดเจนในการปกป้องการเป็นส่วนตัว อย่างไรก็ตามมอริเชียสมีกฎหมายควบคุมกำกับดูแลสื่อ และสื่อก็มีการควบคุมตัวเองด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม Mrs. Soondaree Devi Soborun เห็นด้วยกับแนวคิดการมีกฎหมายในการกำหนดกรอบการทำงานที่เข้มแข็ง เพื่อดูแลหลักจริยธรรมของสื่อทุกประเภท

Mr Vorasack Pravongviengkham รองผู้อำนวยการวิทยุแห่งชาติลาว กล่าวถึงการจัดการด้านจริยธรรมสื่อในลาวว่า ประชาชนลาวพอใจการบริโภคสื่อภายใต้กฎหมายที่ไม่มีการจำกัดเสรีภาพ ซึ่งเป็นไปตามรัฐธรรมนูญของลาวที่รับรองสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการพูดและแสดงความคิดเห็น รวมทั้งให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อและแหล่งข่าวทุกประเภท ซึ่งรวมถึงอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามลาวมีกฎระเบียบที่ใช้สำหรับการกำกับดูแลสื่อ โดยรัฐธรรมนูญของลาวกำหนดให้สื่อมวลชนต้องปฏิบัติตามแนวทางของพรรคประชาชนปฏิวัติลาวและรัฐบาล รวมทั้งเผยแพร่นโยบายภายใต้การควบคุมดูแลของกระทรวงข่าวสาร วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยกระทรวงฯ จัดการประชุมร่วมกับบรรณาธิการทุก ๒ สัปดาห์เพื่อหารือเรื่องการรายงานข่าว และผลสะท้อนจากการเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบต่อนโยบายของพรรคและรัฐ ซึ่งจะมีการตักเตือนหรือสั่งห้าม หากมีการวิพากษ์วิจารณ์นโยบายเหล่านั้น

สำหรับกลไกการกำกับดูแลสื่อที่ลาวใช้อยู่ในปัจจุบันนั้น มีสมัชชาแห่งชาติเป็นผู้กำหนดบทบาทหลักการ หน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือของรัฐในการจัดการบริหารงานสื่อเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและการปกป้องพัฒนาประเทศ ส่วนสมาคมผู้สื่อข่าวลาวได้กำหนดหลักจริยธรรมสื่อ เพื่อวางกรอบการทำงาน เสรีภาพ และสิทธิในการแสดงความเห็นของสื่อด้านการสื่อสาร และการรายงานข่าว ตลอดจนความเที่ยงธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจุบันสื่อมวลชนลาวยังมีปัญหาด้านการฝึกอบรมผู้สื่อข่าวที่มีไม่เพียงพอ ความเป็นมืออาชีพ การขาดหลักจริยธรรมและการรับสินบนอันเนื่องมาจากค่าจ้างแรงงานต่ำ รวมถึงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ที่ขาดคุณภาพ

อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและการพัฒนาของประเทศลาวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนลาวได้พัฒนาและมีเสรีภาพมากขึ้นภายใต้กฎหมายและมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น ขณะที่ประชาชนชาวลาวยังมีความสนใจและต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ ส่งเสริมความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีกับประเทศต่างๆ การบังคับใช้นโยบายและกฎระเบียบเกี่ยวกับสื่ออย่างจริงจังยังมีส่วนทำให้วงการสื่อของลาวมีความมั่นคง เข้มแข็งและช่วยลดความยากจน นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างหน่วยงานสื่อของประเทศต่างๆ เพื่อส่งเสริมจริยธรรมสื่อด้วย

๔. การอภิปรายหัวข้อ Adapting to Social TV: What's the Best? วิทยากรกล่าวอธิบายว่า Social TV คือ การผสมผสานระหว่างโทรทัศน์กับสื่อสังคม (Social Media) ซึ่งปัจจุบันสื่อสังคมได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น เนื่องจากสื่อสังคมเป็นช่องทางในการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างมนุษย์ที่กระทำได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และอุปกรณ์สื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงและสามารถพกพาได้ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ฯลฯ ส่งผลให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยปรากฏผลสำรวจว่าในแต่ละวันผู้คนใช้เวลาออนไลน์บนคอมพิวเตอร์เฉลี่ยถึงร้อยละ ๒๐ และใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยร้อยละ ๓๐

สื่อสังคมที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, Google+ ฯลฯ ซึ่งถูกนำมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น การติดต่อสื่อสารทั้งในรูปแบบข้อความและเสียงสนทนา โดยไม่มีค่าใช้จ่าย การขายสินค้า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เช่น ข่าวประจำวัน ผังรายการ กิจกรรม ฯลฯ ซึ่งได้รับการพัฒนาให้มีรูปแบบที่น่าสนใจและได้รับการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ

กระบวนการของ Social TV เริ่มต้นจากผู้ชมต้องการการมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ เช่น การสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการที่ได้รับชม ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงสร้างช่องทางให้ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับรายการหรือผู้ผลิตรายการได้ผ่านสื่อสังคมต่างๆ เช่น Facebook และนำรายการที่ออกอากาศแล้วทางโทรทัศน์เผยแพร่ในหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ และสื่อสังคม เช่น YouTube ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับผู้ผลิตรายการแล้ว การนำรายการมาเผยแพร่ซ้ำในสื่อออนไลน์ต่างๆ จะทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการนั้นๆ ได้อีกหลายครั้ง ด้วยกระบวนการนี้ นอกจากจะได้รับความความคิดเห็นต่างๆ ไปปรับปรุงรายการแล้ว ผู้ผลิตรายการยังสามารถดำเนินธุรกิจการให้เข้าพื้นที่โฆษณาสินค้าหรือสื่อประชาสัมพันธ์แทรกในสื่อสังคมได้อีกทางหนึ่งด้วย

รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันต่างมีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ชมผ่านเว็บไซต์ และสื่อสังคม โดยสื่อสังคมเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังอนุญาตให้ผู้ชมส่งข้อคิดเห็นไปยังผู้ผลิตรายการหรือเจ้าของรายการได้ ปัจจุบันนี้มันวัตรกรรมในการเข้าถึงผู้ชมในเชิงรุกมากขึ้น เช่น การส่งข้อความไปยังโทรศัพท์มือถือเพื่อเตือนก่อนถึงเวลาออกอากาศ ขณะออกอากาศผู้ชมสามารถรับชมทางโทรทัศน์

และเว็บไซต์ผ่านอุปกรณ์การสื่อสารที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เมื่อรายการจบผู้ผลิตบางรายจะนำรายการนั้นเผยแพร่ในสื่อสังคมและเปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมได้ บางรายการอาจเปิดให้มีการเล่นเกมหรือตอบคำถามเพื่อชิงของรางวัล หรือการเข้าร่วมกิจกรรมกับนักแสดงผ่านช่องทางต่างๆ นอกจากนี้การแสดงความเห็นต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมยังเป็นการสำรวจความนิยมแบบไม่เป็นทางการของรายการนั้นๆ ได้อีกด้วย ดังนั้นนอกจากการผลิตรายการเพื่อออกอากาศ ผู้ผลิตรายการในปัจจุบันยังต้องคำนึงถึงการมีปฏิสัมพันธ์และการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ชม รวมทั้งการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชมเพื่อดึงดูดให้เกิดความภักดีต่อรายการด้วย

๕. การอภิปรายหัวข้อ “เนื้อหารายการโทรทัศน์: การสร้างสรรค์แนวคิดและหนทางใหม่”

(TV Content: Designing New Paradigms and Approaches) วิทยากรในการอภิปรายเวทีนี้มี ๕ คน ได้แก่ Ms. Alison Norrington ตำแหน่ง Chief Executive Officer จาก Storycentral Digital สหราชอาณาจักร, Ms. Kim Hae-Ran ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จากสถานีโทรทัศน์ KBS สาธารณรัฐเกาหลี, Mr. Azhar Borhan ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายปฏิบัติการและพัฒนาธุรกิจ จาก Primeworks Studios ประเทศมาเลเซีย, Ms. Nashtenka Cavuiliati ตำแหน่ง ผู้ประสานงานการฝึกอบรม สถานีโทรทัศน์พีจี ประเทศฟิลิปปินส์ และ Mr. David Hivet ตำแหน่งผู้อำนวยการภาคพื้นเอเชียและภูมิภาคแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน จาก Canal France International (CFI) สาธารณรัฐฝรั่งเศส ดำเนินการอภิปรายโดย Mr. Savyasaachi Jain ตำแหน่ง Media Consultant and Researcher มหาวิทยาลัย Westminster สหราชอาณาจักร

วิทยากรจาก Storycentral Digital ได้เสนอแนะแนวคิดใหม่ในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการโทรทัศน์ด้วยหลักการที่เรียกว่า การเล่าเรื่องราวข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) โดยได้นิยามว่าวิธีการดังกล่าวคือการเล่าเรื่องราวผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย สารหรือเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อแต่ละชนิดจะได้รับการออกแบบให้มีเอกลักษณ์แตกต่างกันตามธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท และให้แก่องค์ประกอบในเรื่องราวสร้างสีสัน ความตื่นเต้นและความบันเทิงอย่างกลมกลืนกับเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ทั้งนี้ ลักษณะสำคัญตามแนวคิดการผลิตรายการข้ามสื่อมีดังนี้ คือ จะต้องเตรียมวางแผนการใช้สื่อทุกประเภทตั้งแต่ต้น จะต้องเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางการเผยแพร่หรือสื่ออย่างน้อย ๓ สื่อเพื่อประสิทธิภาพทางการสื่อสาร เนื้อหาที่สื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารแต่ละชนิดควรมีเอกลักษณ์สอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อ ซึ่งมีจุดเด่นจุดด้อยแตกต่างกัน เนื้อหาที่สื่อสารควรมีเพียงประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียว และเนื้อหาที่สื่อสารควรมีเอกภาพและมีพลัง นอกจากนี้ เนื้อหาของรายการยังควรมาจากการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยอาจใช้ Social Network เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ผลิตกับกลุ่มเป้าหมาย หรือสร้างสรรค์รายการจากเนื้อหาที่ผู้รับสารเป้าหมายร่วมกันสร้างขึ้น

ทางด้านผู้แทนจากสถานีโทรทัศน์ KBS ของสาธารณรัฐเกาหลีได้เล่าถึงประสบการณ์จากความสำเร็จในการใช้ Social Media กับศิลปินเกาหลีที่โด่งดังชั่วข้ามคืน คือ Psy “Gangnam-Style” และชี้ให้เห็นว่าที่มาของความสำเร็จของอุตสาหกรรมบันเทิงจากประสบการณ์ของเกาหลีคือตัวเนื้อหาเอง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ความร่วมมือกันจากหลากหลายสาขาอาชีพ และอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ ปัจจุบันชาวเกาหลีได้มีแนวโน้มที่จะเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามากกว่าทางเครื่องรับโทรทัศน์หรือเครื่องรับวิทยุ เนื่องจากต้องการเข้าถึงเนื้อหาได้ตลอดเวลา สถานที่ และโอกาส สื่อโทรทัศน์แบบดั้งเดิมจึงต้องปรับตัวโดยการนำเนื้อหาที่ตนเองมีอยู่ไปขยายผลทางสื่อใหม่ โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคสื่อเป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องเปิดกว้าง สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม และใช้ประโยชน์จากลักษณะเด่นของสื่อใหม่แต่ละชนิดให้มากที่สุด

วิทยากรจาก Primeworks ประเทศมาเลเซีย เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์หมายถึงเทคนิคการผลิตรายการหรือวิธีการเล่าเรื่องที่ประทับใจผู้ชม รวมทั้งการนำวิธีการใหม่ ๆ มาประยุกต์กับรูปแบบรายการที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรืออาจเป็นการสร้างสรรค์รูปแบบรายการที่น่าสนใจขึ้นใหม่เลย

เทคโนโลยีในการผลิตรายการช่วยให้ผู้ผลิตรายการปรับปรุงวิธีการสร้างสรรค์รายการได้สะดวกขึ้น เช่น การนำคอมพิวเตอร์มาตัดต่อรายการ เทคโนโลยีอาจช่วยให้ผู้ผลิตรายการสามารถผลิตรายการได้มีคุณภาพดีขึ้น เช่น อุปกรณ์บางอย่างช่วยให้ภาพและเสียงคมชัดมากขึ้น อย่างไรก็ตามแม้เทคโนโลยีจะช่วยพัฒนาเนื้อหาได้ แต่ตัวเนื้อหารายการเองก็ต้องมีความน่าสนใจในตัวมันเองด้วย เราจึงยังคงต้องพัฒนาวิธีการเล่าเรื่องให้ดีโดยอาศัยรูปแบบรายการประเภทต่าง ๆ มาช่วย ผู้ผลิตรายการจะต้องรู้ว่าอะไรสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมเป้าหมายได้ ก่อนเริ่มต้นกระบวนการผลิต ต้องรู้ว่าผู้ชมเป้าหมายอยู่ที่ไหนและจะสื่อสารเนื้อหาไปให้พวกเขาได้อย่างไร ทางเลือกในการใช้สื่อของผู้ชมที่มีอยู่มากมายในปัจจุบันเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายแคบลงเรื่อย ๆ และแบ่งแยกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ มากขึ้น ในขณะที่การชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับทางบ้านยังคงเป็นปรากฏการณ์ที่แพร่หลายในปัจจุบัน แต่เนื้อหาเดียวกันก็สามารถเปิดรับได้จากสื่ออื่น ๆ อีกมากมายเช่นกัน เนื้อหารายการที่เดิมมีเจตนาเพื่อเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์กลับถูกนำไปปรับให้สามารถรับชมได้ทางสื่ออีกหลากหลายชนิด IPTV และการให้บริการเนื้อหารายการผ่านเว็บทำให้ผู้ผลิตรายการมีสื่อทางเลือกที่จะขยายผลไปสู่ผู้ชมมากขึ้นโดยไม่มีผลกระทบต่องานการผลิตรายการแต่อย่างใด ผู้แทนจาก Primeworks ยอมรับว่า เนื้อหาที่ปรากฏใน Social Media มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความรู้สึกรักใคร่ของผู้ชมรายการ ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงพยายามใช้ Social Media ในการดึงดูดผู้ชม เพราะผู้ชมจะรู้สึกสนุกเพลิดเพลินและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการในขณะที่ใช้บริการ Social Media ซึ่งในท้ายที่สุดแล้วก็จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตรายการได้ในที่สุด

วิทยากรจากสถานีโทรทัศน์พีจี ให้ความเห็นสอดคล้องกับวิทยากรท่านอื่น ๆ เกี่ยวกับการดึงดูดผู้ชมว่าต้องสร้างสรรค์รายการให้น่าสนใจ เข้าใจพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้ชม รวมทั้งรู้จักประยุกต์หลักการตลาดมาใช้อย่างชาญฉลาด สถานีโทรทัศน์พีจีพยายามหาหนทางใหม่ ๆ ในการเพิ่มจำนวนผู้ชม โดยมุ่งไปที่ตลาดผู้ชมกลุ่มเล็ก ๆ และพยายามจัดกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับรายการเพื่อดึงผู้สนับสนุนรายการเข้ามา พยายามพัฒนารายการที่มีคุณภาพสูงและส่งเสริมการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ชมกับผู้ผลิตรายการ นอกจากนี้ ยังเพิ่มบริการสื่อใหม่ เช่น ทีวีบนโทรศัพท์มือถือ และสื่ออัจฉริยะอื่น เพื่อขยายฐานผู้ชม ทั้งยังมีการใช้ IPTV เพื่อให้บริการชมรายการย้อนหลังด้วย ในอนาคตสถานีโทรทัศน์พีจีจะให้ความสำคัญต่อ Social Network เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น วัยรุ่น รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ชมผลิตรายการมาร่วมเผยแพร่ ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ และเพิ่มทางเลือกในการรับสื่อให้แก่ผู้ชม ให้ผู้ชมสามารถเลือกชมรายการได้โดยไม่ผูกติดกับเวลาและสถานที่

ส่วนวิทยากรจาก CFI เห็นว่า วิวัฒนาการสื่อดิจิทัลเป็นโอกาสที่จะพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาแปลกใหม่ขึ้น ขณะเดียวกันก็เป็นสิ่งที่ท้าทายหน่วยงานสื่อเช่นกัน CFI จึงได้ริเริ่มโครงการ "UPWARD" ขึ้นมา โดยมีเป้าหมายที่จะรวบรวมผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อจากประเทศต่าง ๆ เพื่อมาร่วมกันช่วยคิดหาข้อและเสริมสร้างความชำนาญอันจำเป็นสำหรับการบริหารสื่อในโลกยุคดิจิทัล เป็นการดำเนินกิจกรรมในรูปการของการจัดกิจกรรมพิเศษ การประชุม การอภิปราย และสัมมนาในประเด็นที่อยู่ในความสนใจ รวมทั้งการสนับสนุนหน่วยงานสื่อในเรื่องการบริหารจัดการและวางแผนกลยุทธ์ การจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ นอกจากนี้ ยังให้การสนับสนุนหน่วยงานสื่อในการเปิดตัวเครือข่ายรายการใหม่ พัฒนารายการที่มีอยู่ในปัจจุบันให้ทันสมัยขึ้นและช่วยคิดวิธีสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ ๆ ให้แก่หน่วยงานสื่อ โครงการ UPWARD มุ่งกลุ่มเป้าหมายไปที่สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้หากสื่อสาธารณะและสื่อภาคเอกชนต้องการเปิดตัวช่องใหม่ หรือพัฒนาเนื้อหาใหม่ทางช่องทางเดิมหรือทางช่องทางใหม่ ทาง CFI ก็ยินดีที่จะให้คำปรึกษาอย่างเต็มที่

๖. การอภิปรายในหัวข้อ สถานีวิทยุและโทรทัศน์ขนาดเล็ก : ให้บริการผู้ฟังได้ดีกว่าหรือไม่?

การอภิปรายเรื่องนี้มีส่วนร่วมอภิปราย ๖ คน ประกอบด้วย ๑) นายเจฟฟรีย์ ที. บาราเบ กรรมการบริหารและประธานเครือข่ายโทรทัศน์โอเชียนเนีย หรือ โอเชียนเนีย เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ก (โอทีวี.) ประเทศปาเลา ๒) นายคาไว อัคร์

อดิน อาห์เหม็ด อธิบดีของบังกลาเทศ เบตาร์ หรือ บีบี. ประเทศบังกลาเทศ ๓) นายโมฮัมเหม็ด ซาฮิบ ประธานคณะกรรมการการกระจายเสียงมัลติเพล็กซ์ หรือ มัลติเพล็กซ์ บรอดคาสติ้ง คอมมิวนิชั่น (เอ็มบีซี.) ประเทศมัลดีฟส์ ๔) นางสาว ฮลา ยิน อเย ผู้จัดการ บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ กรุป จำกัด สังกัด เอ็มอาร์ทีวี. ประเทศพม่า ๕) ดร. นาวียาห์ เซ ลาห์ ผู้อำนวยการวิทยุ สถานีวิทยุโทรทัศน์มาเลเซีย หรือ อาร์ทีเอ็ม. ประเทศมาเลเซีย และ ๖) นายแอนเดอร์ส เฮลด์ ผู้บริหารสถานีวิทยุสวีเดน หรือสวีดิช เรดิโอ (เอสอาร์) และประธานโครงการ “เรดิโอเดย์ส ยูโรป” โดยมีนายจอห์น แมกโกว์ร ผู้อำนวยการด้านการพัฒนาสื่อทัศนระหว่างประเทศจากฝรั่งเศส หรือ International Development of Audiovisuel Exterieur de la France (AEF) ประเทศฝรั่งเศส เป็นประธานดำเนินการอภิปราย

สาระสำคัญของการอภิปรายสรุปได้ว่า การขยายการเข้าถึงผู้ฟังยังคงเป็นงานที่จำเป็นสำหรับสถานีวิทยุและโทรทัศน์ขนาดเล็ก เนื่องจากความจำเป็นที่วิทยุและโทรทัศน์เหล่านี้ต้องให้บริการต่อสาธารณะที่ดีกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิทยุและโทรทัศน์ได้กลายมาเป็นเครื่องมือที่มีการสื่อสารกับผู้ฟังและผู้ชมได้ และผู้ฟังก็ได้เข้าถึงสื่อได้มากยิ่งขึ้น แต่มีคำถามว่า ยุทธศาสตร์อะไรที่วิทยุขนาดเล็กและสถานีโทรทัศน์จะสามารถนำมาปรับใช้เพื่อให้ได้ผู้ฟังที่เพิ่มมากขึ้น สาธารณะจะสามารถมีส่วนร่วมได้อย่างไร ซึ่งไม่ใช่แค่เพียงให้ข้อมูลข่าวสาร แต่ให้ผู้ฟังและผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการด้วย และอะไรคือเรื่องที่ประสบความสำเร็จ

นายเจฟฟรีย์ ที. บาราเบ กรรมการบริหารและประธาน เครือข่ายโทรทัศน์โอเชียเนีย หรือโอเชียเนีย เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ค (โอทีวี.) ประเทศปาเลา นำเสนอด้วยการเริ่มต้นที่การเปรียบเทียบประเทศปาเลากับอินโดนีเซียว่า เป็นประเทศที่เป็นหมู่เกาะอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกเหมือนกัน และยังมีหลายอย่างที่คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมและประชาชนที่ยิ้มแย้ม แต่อินโดนีเซียมีประชากรมากกว่าปาเลาหลายเท่า ปาเลาเป็นประเทศหมู่เกาะเล็กสุดอันดับ ๒ ของโลก ประกอบด้วยหลายสิบเกาะ และสถานีโทรทัศน์โอเชียเนีย หรือ โอเชียเนีย เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ค (โอทีวี.) ก็ออกอากาศไปทั่วทั้งหมู่เกาะมาร์แชลล์ ซึ่งเป็นหนึ่งในสหพันธรัฐไมโครนีเซีย และเร็ว ๆ นี้ก็จะมีการออกอากาศไปยังเกาะกวม และ นอร์เทิร์น มารีนา ซึ่งมีประชากร ๗๐๐,๐๐๐ คน และคาดว่าจะมีผู้ชมและผู้ฟังราว ๔๕๐,๐๐๐ คน นอกจากนี้ โอทีวี. ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ให้เนื้อหาสาระเพียงแห่งเดียวในภูมิภาค และเป็นสถานีท้องถิ่นเพียงแห่งเดียวที่ออกอากาศไปยังประเทศอื่นๆ หลายประเทศ และยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านเทคนิคและเศรษฐกิจมาโดยตลอด ทั้งนี้ ในช่วง ๖ ปีที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ ๒ แห่งให้เป็นสถานีที่ออกอากาศตลอด ๒๔ ชั่วโมง โดยมีผู้ผลิตรายการจากท้องถิ่น และจากประเทศฟีจี ชาวาวาย รวมทั้งนิวซีแลนด์

อย่างไรก็ตาม ปาเลาไม่ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลในการดำเนินกิจการโทรทัศน์และวิทยุ เจ้าหน้าที่ต้องทำงานหนักและได้รับค่าจ้างต่ำ และเนื่องจากปัญหาด้านการเงินที่จะมาสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์รายการต่างๆ การผลิตรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นจึงเป็นเรื่องง่ายที่สุด อย่างไรก็ตามการดำเนินกิจการดังกล่าวได้รับการสนับสนุนด้านอุปกรณ์ต่างๆ จากสหประชาชาติหรือยูเอ็น. และได้รับเงินสนับสนุนและอุปกรณ์บางส่วนจากโครงการ ออสเอด หรือ AusAid PACMAS และเนื่องจาก โอทีวี. เป็นสถานีโทรทัศน์เอกชน ซึ่งในภูมิภาคนี้ไม่มีสถานีโทรทัศน์ของภาครัฐ แต่โอทีวี. ก็ได้นำเสนอรายการทั้งด้านการศึกษา วัฒนธรรม และให้การแจ้งเตือนกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยเฉพาะภัยพิบัติจากพายุ

นายคาโว อัคฮาร์ อดิน อาห์เหม็ด อธิบดีของบังกลาเทศ เบตาร์ หรือ บีบี. ประเทศบังกลาเทศ นำเสนอเกี่ยวกับความหลากหลายของข้อมูลข่าวสารที่มาจากสังคมที่มีความหลากหลายทั้งด้านเชื้อชาติและศาสนา โดยมีสถานีโทรทัศน์บังกลาเทศหรือบีทีวี บีทีวี. เวิร์ลด์ และ แซงซัด ทีวี (Sangsad TV) นอกจากนี้ยังมีสถานีวิทยุบังกลาเทศ เบต้า และบังกลาเทศ เบต้า เอฟเอ็ม และมีสถานีโทรทัศน์เอกชน ๒๑ ช่อง สถานีวิทยุเพื่อการดำรงชีพ เอฟเอ็ม. ภาคเอกชน ๑๑ สถานี วิทยุชุมชนระบบเอฟเอ็ม. ๑๖ สถานี โดยสถานีวิทยุขนาดเล็กต้องดำเนินกิจการตามกรอบกฎหมาย ๒ ฉบับ คือ นโยบายวิทยุชุมชน ปี ๒๕๕๑ (Community Radio Policy, ๒๐๐๘) และ

นโยบายวิทยุระบบเอฟเอ็ม. ภาคเอกชน ปี ๒๕๕๓ (Private FM Radio Policy, ๒๐๑๐) โดยร้อยละ ๗๐ ของประชาชนที่อาศัยอยู่พื้นที่ชนบทจะรับฟังข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อราคาถูกที่สุด มีเนื้อหาของการรายการที่ให้ความรู้ทั้งด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ความบันเทิง การจัดการภัยพิบัติ ขณะที่บังกลาเทศมีแผนการในอนาคตที่จะปรับปรุงให้บังกลาเทศ เบตาร์ เอฟเอ็ม, เป็นระบบดิจิทัล มีการกระจายเสียงทางอินเทอร์เน็ต ขยายเครือข่ายระบบเอฟเอ็ม, ให้ครอบคลุมพื้นที่บริเวณชายฝั่ง นำเสนอรายการที่หลากหลายและรายการข่าว รวมทั้งให้มีช่องสถานีที่รายงานสภาพการจราจร กีฬา ดนตรี และการศึกษา นอกจากนี้บังกลาเทศยังมีแผนการในการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนด้วย

นายโมฮัมเหม็ด ซาฮิบ ประธานคณะกรรมการการกระจายเสียงมัลติเพล็กซ์ หรือ มัลติเพล็กซ์ บรอดคาสติ้ง คอมมิชชั่น (เอ็มบีซี.) ประเทศมัลดีฟส์ นำเสนอเกี่ยวกับสถานีวิทยุและโทรทัศน์ขนาดเล็กว่า สถานีเหล่านี้ให้สิ่งที่ผู้ฟังต้องการ แทนการให้สิ่งที่สถานีคิดว่าผู้ฟังต้องการรับฟัง และภาษาที่ใช้ในการออกอากาศก็เป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันและสามารถสื่อสารกับผู้ฟังได้ โดยเฉพาะการที่ให้ผู้ฟังส่วนใหญ่โทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นในรายการ นอกจากนี้สถานีวิทยุและโทรทัศน์ขนาดเล็กยังบริหารโดยประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ที่ทราบดีเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคมของพวกเขา ซึ่งสถานีเล็กๆ เหล่านี้สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับชุมชนได้ เนื่องจากมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับชุมชน

นางสาว ฮลา อิน อเย ผู้จัดการ บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ กรุ๊ป จำกัด สังกัด เอ็มอาร์ทีวี. ประเทศมาเลเซีย ได้บรรยายให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานีวิทยุมีนทเลย์ เอฟเอ็ม. ว่า มีการเริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๕๑ กระจายเสียงทางคลื่น ๘๗.๙ เมกกะเฮิร์ต ในเมืองมีนทเลย์ ดองอู และย่างกุ้ง และกระจายเสียงทางคลื่น ๘๘.๓ เมกกะเฮิร์ต ในกรุงเนปีดอร์ โดยมีรายการต่างๆ แบ่งเป็นสัดส่วนดังนี้ รายการบันเทิงร้อยละ ๓๘ รายการสาระข่าวสารร้อยละ ๒๖ การมีส่วนร่วมของผู้ฟังร้อยละ ๘ และคลื่น ๘๗.๙ เมกกะเฮิร์ต มีเนื้อหารายการแบ่งเป็นรายการข่าวร้อยละ ๙ และรายการตามฤดูกาลร้อยละ ๓๙ ขณะที่ได้มีการตั้งเป้าหมายของวิทยุมีนทเลย์ เอฟเอ็ม. ว่าต้องเติมเต็มสิ่งที่จำเป็นและความต้องการของประชาชน ให้ข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ และให้ข้อมูลที่ประชาชนต้องการรับทราบ ให้ความบันเทิง และให้ความเชื่อถือ ส่วนการที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ต้องได้รับความร่วมมือกับสถานีวิทยุสวีเดน หรือ สวีดิช เรดิโอ และมีการกำหนดนโยบายร่วมกัน ต้องปฏิรูปโครงสร้าง นโยบาย และเนื้อหารายการ ต้องทำการสำรวจผู้ฟังและติดต่อกับผู้ฟัง ต้องฝึกอบรมให้มีการผลิตรายการที่มีคุณภาพ และมีนทเลย์ เอฟเอ็ม. จะต้องกระจายเสียงได้ทั่วประเทศ รวมทั้งการพัฒนาให้เป็นวิทยุออนไลน์ด้วย

ดร. นาเวียห์ เซ ลาห์ ผู้อำนวยการวิทยุ สถานีวิทยุโทรทัศน์มาเลเซีย หรือ อาร์ทีเอ็ม. ประเทศมาเลเซีย นำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาวิทยุและโทรทัศน์ว่า เริ่มมีสถานีวิทยุครั้งแรกในเมืองเซนต์หลุย รัฐมิสซูรี ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ๒๔๓๖ ขณะที่บรรษัทกระจายเสียงแห่งอังกฤษหรือบีบีซี. ได้เริ่มกระจายเสียงวิทยุท้องถิ่นในกรุงลอนดอนเมื่อปี ๒๔๖๕ และช่วงปี ๒๕๐๓ ได้เริ่มขยายการกระจายเสียงไปสู่ระบบเอฟเอ็ม. จนกระทั่งปี ๒๕๔๕ ได้มีการเริ่มวิทยุระบบดิจิทัล ซึ่งในมาเลเซียมีสื่อวิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งสื่อสมัยใหม่และการสื่อสารระบบบรอดแบนด์ อย่างไรก็ตาม ผู้ฟังวิทยุในมาเลเซียมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนคลื่นรับฟังไปเรื่อยๆ เช่นเดียวกับการเปลี่ยนช่องรับชมทางโทรทัศน์ และความท้าทายใหญ่สุดเกี่ยวกับรายการวิทยุนอกเหนือจากการระบุผู้ฟังและกลุ่มเป้าหมายให้ได้แล้ว คือการทำให้ผู้ฟังคงอยู่ ซึ่งสถานีวิทยุขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็นวิทยุท้องถิ่นหรือวิทยุชุมชน จะสามารถให้บริการผู้ฟังได้ดีกว่า หากให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้ฟัง ขณะที่สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก และยูทูบ ก็มีความหลากหลายของรายการในระบบเอชดี. ที่มีความคมชัดสูง และชาวมาเลเซียก็นิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของสถานีท้องถิ่นขนาดเล็กอยู่ที่ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่ต่ำ และสามารถผลิตรายการที่เป็นประโยชน์และสร้างสรรค์ได้มากกว่าสถานีวิทยุทั่วไป

นายแอนเดอร์ส เฮลด์ ผู้บริหารสถานีวิทยสวีเดน หรือสวีดิช เรดิโอ (เอสอาร์) และประธานโครงการ “เรดิโอเคย์ส ยุโรป” ได้กล่าวถึงสถาบันที่ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือที่สุดในสวีเดน ซึ่งมีการจัดลำดับคิดเป็นร้อยละดังนี้ ๑) สวีดิช เรดิโอ ร้อยละ ๗๖ ๒) สวีดิช เทเลวิชั่น ร้อยละ ๗๓ ๓) มหาวิทยาลัยต่างๆ ร้อยละ ๖๕ ส่วนความน่าเชื่อถือของรัฐบาลอยู่ลำดับที่ ๑๓ คิดเป็นร้อยละ ๕๐ รัฐสภาอยู่ลำดับที่ ๑๗ คิดเป็นร้อยละ ๔๕ อย่างไรก็ตาม นายเฮลด์ได้กล่าวยั่วว่า ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ที่ผู้จัดรายการหรือผู้ดำเนินกิจการวิทยุและโทรทัศน์จะต้องรู้จักผู้ฟัง ต้องทำตัวเหมือนปลาในน้ำ โดยมีการสื่อสารกับผู้ฟัง ต้องบอกความจริงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และต้องสร้างจุดแข็งให้กับวิทยุ

ข้อเสนอแนะ

๑. กปส. ในฐานะผู้ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารควรต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับรูปแบบการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป โดยควรนำสื่อสังคม (social media) มาใช้สนับสนุนสื่อดั้งเดิมที่ กปส. มีอยู่แล้ว เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน ซึ่งจะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้นและสร้างการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปนั้นต้องมีสาระประโยชน์ ให้คุณค่า เป็นความจริงเชื่อถือได้ และกระบวนการผลิตเนื้อหาต้องมีคุณภาพ มีการนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสื่อได้ จึงจะถือว่าประสบความสำเร็จ

๒. กปส. ควรมีบทบาทในการส่งเสริมให้มีการสงวนรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยผ่านสื่อที่หลากหลายของ กปส. รวมทั้งสื่อใหม่ด้วย เพื่อตอบสนองต่อประโยชน์ของสาธารณชน

๓. ในฐานะที่ กปส. เป็นสื่อของรัฐ จึงควรมีบทบาทนำในด้านจริยธรรมสื่อ ส่งเสริมให้บุคลากรสื่อของ กปส. ตระหนักถึงการดำเนินงานภายใต้กรอบจริยธรรม มีความเที่ยงธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

๔. การเข้าร่วมประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนทำให้ได้รับแนวความคิดใหม่ ๆ ในการบริหารสื่อ และได้ทราบแนวโน้มในวงการสื่อสารมวลชนเพื่อนำมาปรับใช้ นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ปฏิบัติงานหรือผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อ ดังนั้น กปส. จึงเห็นสมควรส่งผู้แทนเข้าร่วมการประชุมนี้เป็นประจำทุกปี

รายงานสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการของ AIBD
เรื่อง “การจัดรายการข้ามสื่อ (Transmedia Programming Masterclass)”
ระหว่างวันที่ ๒๖ - ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๖
ณ เมืองมานาโด สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

การประชุมเชิงปฏิบัติการของ เรื่อง การจัดรายการข้ามสื่อ (Transmedia Programming Masterclass) จัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๖ - ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๖ ณ เมืองมานาโด สาธารณรัฐอินโดนีเซียเป็นการประชุมภาคสมทบและจัดขึ้นก่อนการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit) ประจำปี ค.ศ. ๒๐๑๓

การประชุมซึ่งจัดขึ้นเป็นเวลา ๒ วันนี้ มีผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมมาจากประเทศกำลังพัฒนาหลากหลายชาติ ทั้งประเทศในแถบเอเชีย-แปซิฟิก และประเทศในทวีปแอฟริกา รวมประมาณ ๒๕ คน โดยมีวิทยากร ๒ คน คือ Ms. Alison Norrington ผู้บริหารจาก Storycentral DIGITAL สหราชอาณาจักร และ Ms. Nathalie Labourdett หัวหน้าฝ่ายหัวหน้าฝึกอบรมของสหภาพวิทยุ-โทรทัศน์แห่งยุโรป (Europe Broadcasting Union : EBU) จากประเทศสวีเดน



การจัดรายการข้ามสื่อ (Transmedia Programming) หมายถึงวิธีการเล่าเรื่องราวที่บูรณาการระหว่างเนื้อหาและความบันเทิงเพื่อสื่อไปสู่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการมองนอกกรอบเดิม ๆ ทั้งนี้ ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตรายการ การเล่าเรื่องแบบนี้เป็นการไหลอย่างเป็นระบบของข้อมูลเนื้อหาที่ต้องการถ่ายทอดไปยังสื่อหลากหลายชนิด ที่เหมาะสมตามสถานการณ์ รวมทั้งจะต้องมีความเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสาร เป้าหมายและแนวโน้มการบริโภคสื่อ ตลอดจนพยายามให้ผู้รับสารเป้าหมายเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในเนื้อหารายการที่ผู้ผลิตรายการพยายามสื่อออกไปด้วย

โดยหลักพื้นฐานนั้น ในการออกแบบรายการ แก่นของรายการถือเป็นหัวใจของแนวคิดดังกล่าว นอกเหนือจากองค์ประกอบที่สำคัญอื่น ๆ ผู้จัดรายการจะต้องมีเป้าหมายว่าต้องการให้ผู้รับสารเป้าหมายรู้สึกหรือได้รับประสบการณ์อะไรจากรายการที่จะผลิตขึ้นมา ต้องการใช้อุปกรณ์ไหน จะเล่าเรื่องราวด้วยกลวิธีใด เลือกใช้รายการรูปแบบและวิธีการนำเสนอแบบไหนจึงเหมาะสม ใครคือผู้รับสารเป้าหมาย และจะสร้างแบบจำลองทางธุรกิจอย่างไรเพื่อหาแหล่งทุนหรือพันธมิตรที่จะมาร่วมงานให้สามารถดำเนินโครงการได้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

สำหรับหลักเกณฑ์ในการออกแบบรายการตามแนวคิด Transmedia Programming ผู้จัดการรายการควรยึดหลัก ๑๐ ประการแห่งความสำเร็จของ Walt Disney คือ ต้องรู้จักผู้รับสารเป้าหมาย เข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รู้จักลำดับแนวคิดให้ชัดเจน สร้างสรรค์ภาพให้ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย สื่อสารด้วยภาพที่มีความหมายในมุมมองของผู้ชม/ผู้ฟัง หลีกเลี่ยงการยึดเยื้อข้อมูลเนื้อหาให้แก่กลุ่มเป้าหมายมากเกินไป ค่อย ๆ บอกเล่าเรื่องราวไปทีละเล็กละน้อย หลีกเลี่ยงการสื่อสารเนื้อหาที่ขัดแย้งกันเอง พยายามสอดแทรกความสนุกสนานให้ถูกจังหวะ และที่สำคัญต้องรักษาความสำเร็จในผลงานไว้ให้ได้ตลอดไป

ทางด้านช่องทางการสื่อสาร ผู้ผลิตรายการสามารถเลือกช่องทางการสื่อสารเนื้อหาที่ต้องการสื่อไปยังผู้รับสารเป้าหมายได้หลากหลายช่องทางในโลกดิจิทัลในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น Applications, Blogs, Microsite (เว็บไซต์ย่อยในเว็บไซต์ใหญ่), Webisode (เว็บไซต์ที่ออกแบบไว้เพื่อเผยแพร่รายการแต่ละตอนโดยเฉพาะ), Facebook รวมทั้งการจัดรายการพิเศษเพื่อสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมรายการ



รายงานสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการของ AIBD
เรื่อง ความท้าทายด้านวิทยุในยุคดิจิทัล (Challenges for Radio in the Digital Age)
วันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๕๖
ณ เมืองมานาโค สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

นายหยาง บินหยวน (Mr Yang Binyuan) ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาการจัดการวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก หรือ AIBD กล่าวเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “ความท้าทายด้านวิทยุในยุคดิจิทัล” ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๕๖ ณ โรงแรมโนโวเทล เมืองมานาโค ประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซีย โดยมีนาง โรชาริดา นิเคน วิดีอัสดูตี ประธานการประชุมเอโอบีดี.ทัวไป และประธานสถานีวิทยุสาธารณะอินโดนีเซีย หรือ เรดิโอ รีพับลิก อินโดนีเซีย เป็นผู้กล่าวรายงาน และนายแอนเดอร์ส เฮลด์ ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้จัดการโครงการเรดิโอ เคย์ส ยุโรป เป็นผู้ดำเนินการการบรรยาย



รูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวแบ่งเป็น ๒ ส่วน ได้แก่ การบรรยายและการอภิปราย โดยภาคเช้าและบ่ายมีผู้บรรยาย ๕ คน ประกอบด้วย ๑) นายเจมส์ คริตแลนด์ ผู้บริหารระดับสูงหรือซีอีโอ, สื่ออังกฤษหรือ “มีเดีย ยูเค.” ๒) นางสาวโจแอน วอร์เนอร์ ซีอีโอ, จาก “คอมเมอร์เชียล เรดิโอ ออสเตรเลีย” ๓) นายจอห์น แม็กไกวร์ ผู้อำนวยการด้านการพัฒนาระหว่างประเทศ จาก Audiovisuel Extérieur de la France (AEF) ประเทศฝรั่งเศส ๔) นายไมเคิล เบอร์วิก ผู้จัดการโครงการ สำนักงานพัฒนาวิทยุสวีเดน หรือ สวีดิช เรดิโอ ดีเวลอปเม้นท์ ประเทศสวีเดน และ ๕) นายคาบูล บูติโอโน ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตโฆษณาโครงการ จากอาร์อาร์ไอ, ประเทศอินโดนีเซีย และการอภิปรายระหว่างเวลา ๑๖.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. มีผู้ร่วมอภิปราย ๕ คน ประกอบด้วย ๑) นายคาไซ อัคร์ อุดดิน อาห์เหม็ด จากบังกลาเทศ ๒) นายเมอร์ทาทา โซลันกี จากปากีสถาน ๓) นางกมินท์ เฮียน จากเวียดนาม ๔) นายเจมส์ คริตแลนด์ จากอังกฤษ และ ๕) นายจอห์น แม็กไกวร์ จากฝรั่งเศส โดยมีนายแอนเดอร์ส เฮลด์ ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้จัดการ “เรดิโอเคย์ส ยุโรป” และหัวหน้าฝ่ายความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สถานีวิทยุสวีเดน หรือ สวีดิช เรดิโอ เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย

การบรรยายเริ่มต้นด้วยเรื่อง “จุดแข็งของวิทยุและทำอะไรเพื่อให้ผู้ฟังยังคงฟังวิทยุต่อไป” โดย นายเจมส์ คริตแลนด์ ซีอีโอ. จาก “มีเดีย ยูเค” แห่งอังกฤษ ได้นำเสนอเนื้อหาซึ่งสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

ปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสาร ช่องทางรับทราบข่าวสาร และช่องทางการเข้าถึงความบันเทิง หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ โทรศัพท์ และวิทยุ แต่ผู้คนในยุคสมัยที่สามารถสื่อสารข้ามพรมแดนถึงกันได้ทั่วโลกก็ยังคงให้ความสำคัญกับสื่อวิทยุ ที่ให้ทั้งสาระ ข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง และสภาพการจราจร ขณะที่ในอังกฤษยังคงมีผู้ฟังรายการวิทยุทั้งทางระบบเอฟเอ็มและเอเอ็ม. มากถึงร้อยละ ๖๒ และที่เหลือเป็นการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์

นายคริตแลนด์กล่าวว่า วิทยุมีความสำคัญในการส่งข้อความ และยังโดดเด่นในเรื่องข่าวด้วย นอกจากนี้ นายคริตแลนด์ยังกล่าวถึงอนาคตของวิทยุว่า อนาคตของวิทยุจะไม่ขึ้นอยู่กับแค่เพียงจุดแข็งด้านการนำเสนอเพลงและดนตรี แต่วิทยุจะเป็นช่องทางการติดต่อกันของมนุษย์ รวมทั้งเป็นช่องทางในการแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างกันด้วย และขณะที่วิทยุยังคงเติบโตต่อไปในรูปแบบของระบบดิจิตอลที่เรียกว่า DAB+ วิทยุจะให้ช่องทางที่มากกว่าและทางเลือกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจุดแข็งด้านการส่งข้อความและข่าว ซึ่งจะทำให้วิทยุกลายเป็นสื่อยอดนิยมในอนาคตอย่างแน่นอน แต่ความท้าทายก็คือ สื่อวิทยุจะต้องพยายามทำให้ผู้ฟังวัยหนุ่มสาวที่ฟังวิทยุเป็นส่วนน้อย หันมารับฟังวิทยุเพิ่มขึ้น

ส่วนนางสาวโจแอน วอร์เนอร์ ซีอีโอ. จาก “คอมเมอร์เชียล เรดิโอ ออสเตรเลีย” ได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาในออสเตรเลียเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน หรือ แอปส์ บนโทรศัพท์มือถือ และวิทยุระบบดิจิตอล เพื่อโต้ตอบกับผู้ฟัง นางสาววอร์เนอร์กล่าวว่า กรณีศึกษาในออสเตรเลียชี้ให้เห็นว่าวิทยุยังคงเป็นสื่อที่โดดเด่น และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างวิทยุกับอินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีผู้ฟังเพิ่มขึ้น แต่ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศทางสถานีวิทยุจะคงที่ ไม่ว่าผู้ฟังจะมากหรือน้อย นอกจากนี้ นางสาววอร์เนอร์ยังได้กล่าวเกี่ยวกับการใช้วิทยุระบบดิจิตอลในรถยนต์ว่า การใช้วิทยุระบบดิจิตอลในรถยนต์ถือเป็นก้าวอย่างต่อเนื่องที่สำคัญของอุตสาหกรรมวิทยุ เนื่องจากมีผู้ฟังวิทยุในรถยนต์ในออสเตรเลียถึงร้อยละ ๓๔ และผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าประมาณครึ่งหนึ่งของชาวออสเตรเลียที่อายุระหว่าง ๑๖-๒๔ ปี ฟังวิทยุจากโทรศัพท์มือถือ และเราก็ไม่สามารถหยุดยั้งเทคโนโลยีได้ ดังนั้น เทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญต่อทุกคน

ส่วนนายจอห์น แมกโกว์ จากฝรั่งเศส บรรยายเรื่อง การปรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อให้เข้ากับผู้ฟังทั่วโลก ซึ่งมีเนื้อหาสรุปได้ว่า การปรับเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ฟังมีหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ค ทวิตเตอร์ ยูทูบ และสไกป์ ซึ่งกำลังมีบทบาทสำคัญ และจะช่วยลดอัตราค่าจ้างของเจ้าหน้าที่ในแต่ละองค์กรลงในอนาคต ส่วนประเด็นเกี่ยวกับการออกแบบและจัดโครงสร้างสถานีวิทยุในยุคดิจิตอล นายแมกโกว์เห็นว่า สถานีวิทยุธุรกิจกระจายเสียงแห่งอังกฤษหรือ บีบีซี. ประสบความสำเร็จมากที่สุด ทั้งในเรื่องการเข้าถึงผู้ฟังด้วยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่หลากหลาย นอกจากนี้ บีบีซี. ซึ่งมีการแพร่ภาพและกระจายเสียงทั้งทางโทรศัพท์และวิทยุ ก็มีโครงสร้างที่ดี ดังนั้นการออกแบบโครงสร้างสถานีวิทยุในยุคดิจิตอลจึงมีส่วนสำคัญในการคงอยู่ของวิทยุในอนาคตด้วย



ในภาคบ่าย นางสาวโจแอน วอร์เนอร์ จากคอมเมอร์เชียล เรดิโอ ออสเตรเลีย ได้นำเสนอกรณีศึกษาเกี่ยวกับการทดสอบวิทยุระบบดิจิตอลมาตรฐาน DAB+ ในประเทศไทยและอินโดนีเซีย ซึ่งการศึกษาดังกล่าวครอบคลุม ๔ ประเด็น ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางวิทยุ ประเด็นเกี่ยวกับภูมิหลังและสถานการณ์ปัจจุบัน แนวทางในการแก้ปัญหา และวิทยุระบบดิจิตอลที่อาจเป็นวิธีการในการแก้ปัญหา

หลังจากนั้น นายไมเคิล เบอร์วิก ผู้จัดการโครงการสำนักงานพัฒนาวิทยุสวีเดน ได้บรรยายเรื่องการคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือของวิทยุในโลกดิจิตอลว่า วิทยุเป็นของทุกคน ดังนั้นจึงต้องพยายามเชิญชวนให้มีการคงอยู่ของผู้ฟังวิทยุด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ ความบันเทิง และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวิทยุ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องพยายามใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอหลากหลาย เพื่อให้สามารถดึงดูดผู้ฟังเหล่านี้ไว้ได้ นายเบอร์วิกได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความซื่อสัตย์ ด้วยการยกตัวอย่างการส่งต่อข้อความและเรื่องเล่าทางสังคมออนไลน์ ที่อาจมีการบิดเบือนความจริง ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือได้ ดังนั้นสื่อวิทยุก็ยังจำเป็นต้องยึดหลักของความน่าเชื่อถือไว้เป็นสำคัญ

ส่วนนายเจมส์ คริตแลนด์ ซีอีโอ, มีเดีย ยูเค. จากอังกฤษ ได้บรรยายในภาคบ่ายอีกครั้งด้วยเรื่องสื่อวิทยุจะสามารถใช้โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อหาผู้ฟังใหม่ได้อย่างไร นายคริตแลนด์กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และยูทูบ เป็นช่องทางที่ผู้จัดรายการสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ฟังได้เป็นอย่างดี และยังทำให้ผู้ฟังเพิ่มขึ้นด้วย และปัจจุบันก็สามารถรับฟังวิทยุได้ทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการเพิ่มจำนวนผู้ฟัง ที่สามารถรับฟังรายการวิทยุได้ทุกสถานที่ตามความต้องการ

จากนั้นเป็นการอภิปรายเรื่อง เราจะใช้ความคิดสร้างสรรค์และระบบดิจิทัลเพื่อให้วิทยุมีชีวิตชีวาได้อย่างไร ผู้ร่วมอภิปรายประกอบด้วย นายคาไซ อัครินทร์ อุดิน อาห์เหม็ด จากบังกลาเทศ นายมูรทาซา โซลันกิ จากปากีสถาน นายก มินห์ เฮียน จากเวียดนาม นายเจมส์ คริตแลนด์ จากอังกฤษ และนายจอห์น แม็กไกวร์ จากฝรั่งเศส โดยมีนายแอนเดอร์ส เฮลด์ จากสถานีวิทญูสวีเดน เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย

นายก มินห์ เฮียน กล่าวว่า เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว และหน่วยงานด้านสื่อของเวียดนามก็ได้รวบรวมสถานีวิทญูไว้ในเว็บไซต์ ซึ่งผู้ฟังสามารถรับฟังได้ทั้งจากเว็บไซต์ โทรศัพท์มือถือ และโอแพด และทางการเวียดนามก็ยังพยายามหาวิธีการใหม่ๆ และใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อดึงดูดผู้ฟังวิทยุให้เพิ่มขึ้น

นายมูรทาซา โซลันกิ จากปากีสถานกล่าวว่า ในปากีสถาน วิทยุยังคงเป็นสื่อที่พูดคุยกับประชาชน แต่ในยุคที่เทคโนโลยีพัฒนาไปไกล ในปากีสถานก็ใช้สื่อสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ เพื่อเข้าถึงผู้ฟังเช่นเดียวกับอีกหลายประเทศ สิ่งที่เป็นกังวลในปากีสถานขณะนี้ ไม่ใช่การคงอยู่ของวิทยุ แต่เป็นเรื่องการนำเสนอเนื้อหาของรายการทางวิทยุ และการได้รับเงินสนับสนุนเพื่อดำเนินกิจการวิทยุต่อไป

นายคาไซ อัครินทร์ อุดิน อาห์เหม็ด จากบังกลาเทศกล่าวว่า บังกลาเทศมีสถานีวิทญูชุมชน ซึ่งดำเนินการโดยคนท้องถิ่น และทางการก็พยายามให้วิทยุคงความเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้หลากหลาย ด้วยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางในการเข้าถึงวิทยุของประชาชน นอกจากนี้ วิทยุยังมีความสำคัญในการเป็นสื่อที่ประกาศแจ้งเตือนภัยให้ประชาชนได้รับทราบอีกด้วย เช่นกรณีเกิดภัยพิบัติไซโคลนต่างๆ

นายเจมส์ คริตแลนด์ จากอังกฤษกล่าวว่า จากการวิจัยพบว่า อีก ๕ ปีข้างหน้า วิทยุจะยังคงเป็นสื่อที่มีเนื้อหาหลักเป็นเรื่องข่าว และสาระความบันเทิง และอนาคตของวิทยุจะอยู่บนโทรศัพท์มือถือ จึงจำเป็นต้องรักษาวินัยไว้ให้คนรุ่นหลังต่อไป

และนายจอห์น แม็กไกวร์ จากฝรั่งเศสกล่าวว่า สิ่งที่จะต้องตระหนักคือการพัฒนาตลาดโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะกลายเป็นเครื่องมือที่มีสื่อหลากหลายอยู่บนโทรศัพท์มือถือ

การประชุมเชิงปฏิบัติการของ AIBD ว่าด้วยจริยธรรมสื่อในยุคโซเชียลมีเดีย

(Media Ethics in the Age of Social Media)

วันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๖

ณ เมืองมานาโด สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

การประชุมเชิงปฏิบัติการของ AIBD ว่าด้วยจริยธรรมสื่อในยุคโซเชียลมีเดีย (Media Ethics in the Age of Social Media) เป็นการประชุมภาคสมทบของการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit : AMS) ประจำปี ค.ศ. ๒๐๑๓ จัดขึ้นที่เมืองมานาโด อินโดนีเซีย เมื่อวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๖ โดยมี Dr Venkat Iyer นักกฎหมายและที่ปรึกษาด้านกฎหมายสื่อแห่งมหาวิทยาลัย Ulster ประเทศอังกฤษ เป็นวิทยากร



การประชุมมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับประเด็นจริยธรรมที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน โดย Dr Venkat Iyer กล่าวถึงจริยธรรมว่าเป็นศาสตร์แห่งศีลธรรมที่มีหลักหรือระเบียบปฏิบัติที่มีความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อในการตอบสนองความคาดหวังของสังคม การเน้นให้เห็นถึงความรับผิดชอบและสิทธิ ตลอดจนการสร้างที่น่าเชื่อถือในกลุ่มผู้อ่าน ผู้ชมและผู้ฟัง

ลักษณะที่แท้จริงของปัญหาจริยธรรมร่วมสมัย คือ การขาดฉันทามติร่วมกันเกี่ยวกับบรรทัดฐานทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ปัญหาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เสรีภาพในการแสดงออก สิทธิที่จะรับรู้ผลประโยชน์ของสังคม ผลกระทบจากการแข่งขัน รวมถึงกลุ่มผลประโยชน์ที่พึงได้ เช่น เป้าหมายทางธุรกิจของเจ้าของสื่อ นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญเฉพาะที่มีอยู่ในตัวผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ โดยเฉพาะในแวดวงสื่อมวลชนออนไลน์ และจำนวนของสื่อสาธารณะที่ลดลงในบางประเทศ

ผลกระทบของโซเชียลมีเดียอาจทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างนักข่าวที่ทำงานในสื่อดั้งเดิมกับนักข่าวพลเมือง โดยนักข่าวในสื่อดั้งเดิมจะเน้นความถูกต้อง แม่นยำ และการรักษาสมดุลของการกำหนดวาระข่าว แต่นักข่าวพลเมืองจะให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ความโปร่งใส ซึ่งเหล่านี้ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหาของเด็กและเยาวชน รวมถึงมีผลกระทบต่อความเป็นส่วนตัวของบุคคล การใช้อำนาจไปในทางที่ผิด และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ผ่านการตรวจสอบ เช่น ทางทวิตเตอร์

บทบาทของสื่อในเรื่องจริยธรรมการทํานี้ Dr Venkat Iyer กล่าวว่า สื่อต้องทำหน้าที่ให้ข่าวสารและให้ความรู้ รวมทั้งการเสนอข่าวตามความคาดหวังของสังคม ที่ต้องตรวจสอบการทำงานและ (ความจริงใจ) แรงจูงใจของผู้ที่ใช้อำนาจ แต่สื่อต้องยอมรับข้อจำกัดบางประการ และ

คำนึงถึงหน้าที่ที่ต้องควบคุมตนเองด้านจริยธรรม รวมทั้งการสร้างสมดุลในเรื่องการทำงานเชิงอุดมคติกับความเป็นจริงที่มีเรื่องของธุรกิจมาเกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันบางครั้งสื่ออาจต้องทำงานด้วยความยากลำบากในสังคมที่มีความแตกแยก หรือมีความขัดแย้งทางการเมือง

Dr Venkat Iyer กล่าวถึงความเกี่ยวข้องกับจริยธรรมกับกฎหมายว่า เป็นเรื่องของสิ่งที่จะต้องทำ หรือไม่ต้องทำ กับสิ่งที่ควรทำหรือไม่ควรทำ การต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์หรือการสมัครใจ และบางครั้งเรื่องที่ถูกกฎหมายอาจไม่จำเป็นต้องถูกหลักจริยธรรม นอกจากนี้ยังเห็นว่าหลักจริยธรรมต้องคำนึงถึงสำคัญของเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งถือเป็นผลประโยชน์สาธารณะด้วย ทั้งนี้คุณค่าของหลักจริยธรรมสื่อคือ ความเที่ยงธรรมถูกต้องตรงกับความเป็นจริง การแก้ไขและการขอยกยเมื่อเกิดความผิดพลาด การปกป้องแหล่งข่าว การเคารพความเป็นส่วนตัว การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การต่อต้านการเซ็นเซอร์ข่าวสาร การป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อน ตลอดจนการปกป้องเกียรติภูมิและความเป็นอิสระของสื่อมวลชน

อย่างไรก็ตามยังคงต้องมีการกำหนดกฎระเบียบในการกำกับดูแลสื่ออย่างหลักเสี่ยงไม่ได้ แต่วัตถุประสงค์ของการควบคุมเนื้อหาจะต้องทำให้ได้ข่าวที่ถูกต้องเที่ยงธรรม นอกจากนี้กฎระเบียบดังกล่าวต้องไม่จำกัดหรือรบกวนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นใด ๆ ด้วย

การประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์ของ AIBD ครั้งที่ 29
(29th Meeting of the AIBD Strategic Plan Team : SPT)
วันที่ 30 พฤษภาคม 2556 เวลา 19.30 – 21.00 น.
ณ เมืองมานาโด สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

1. **การกล่าวต้อนรับและกล่าวเปิดการประชุม** Mr. Riyaz Sayed Khaiyum ตำแหน่ง Chief Executive Officer ของ Fiji Broadcasting Corporation ประธานคณะทำงานแผนกลยุทธ์ทำหน้าที่ประธานการประชุมเป็นผู้กล่าวต้อนรับและได้ขอบคุณทุกท่านที่เข้าร่วมประชุม

2. **การพิจารณาบทวนผลการจัดประชุม AMS 2013 และการประชุมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ** ที่ประชุมได้ร่วมกันพิจารณาผลการจัดประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย ประจำปี ค.ศ. 2013 (AMS 2013) และการประชุมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ ซึ่งเป็นการประชุมภาคสมทบ ซึ่งผู้แทนจากอัฟกานิสถานได้กล่าวชมเชยว่าเลือกหัวข้อได้เหมาะสมทั้งหัวข้อของการประชุม AMS และหัวข้อของการประชุมเชิงปฏิบัติการ อย่างไรก็ตามผู้แทนจากปากีสถานมีความเห็นว่าการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการมีการสื่อสารไม่เพียงพอและผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการไม่เป็นที่น่าพอใจนัก

สำหรับผู้แทนจากซาอุดีอาระเบียกล่าวว่า การเลือกสถานที่จัดประชุมในปีนี้ไม่เหมาะสม เนื่องจากการเดินทางไปยังเมืองมานาโดค่อนข้างยากลำบาก โดยเฉพาะการเดินทางจากซาอุดีอาระเบียต้องใช้เวลาค้างถึง 2 คืน ถ้าหากจัดที่กรุงจาการ์น่าจะสะดวกกว่า นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการแปลภาษา โดยในปีนี้ได้จัดให้มีล่ามแปลเป็นภาษาอารบิกด้วย โดยทาง Arab States Broadcasting Union (ASBU) เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย เพื่อหวังดึงดูดสื่อจากภูมิภาคอาหรับให้มาเข้าร่วมประชุมให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่แปลได้ละทิ้งหน้าที่ไปทั้งที่ยังไม่จบการประชุม ทำให้ผู้แทนซาอุดีอาระเบียซึ่งเป็นเจ้าภาพการประชุม AMS ครั้งต่อไปไม่สามารถกล่าวเชิญชวนไปร่วมการประชุมเป็นภาษาอารบิกได้

ผู้แทนจากอินโดนีเซียได้กล่าวขอโทษในความไม่สะดวกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและรับที่จะไปติดตามกรณีการละทิ้งหน้าที่ของเจ้าหน้าที่แปลภาษา สำหรับผู้แทนจากประเทศฝรั่งเศสกล่าวว่าน่าจะมีกิจกรรมเสริมเช่นปีที่แล้ว ได้แก่ Media Hub หรือการจัดตลาดขนาดเล็ก (mini market) เพื่อการแลกเปลี่ยน ซึ่งผู้อำนวยการ AIBD แจ้งว่าจะมีกิจกรรมเสริมเช่นนี้ในการประชุม AMS ปีหน้า

3. การระดมสมองเพื่อการจัดประชุม AMS 2014 และการประชุมภาคสมทบต่าง ๆ

สมาชิกได้ร่วมกันออกความคิดเห็นเพื่อเตรียมการจัดประชุม AMS 2014 และการประชุมภาคสมทบต่าง ๆ ซึ่งหัวข้อที่เสนอสำหรับการประชุม AMS 2014 มีหลากหลายไม่ว่าจะเป็นเรื่อง Transmedia, New Media, Intergrated Social Media and Traditional Media, Digital Divide รวมทั้งถึงการทำการตลาดในเรื่อง Social Media สำหรับหัวข้อการประชุมเชิงปฏิบัติการทั้งด้านวิทยุและโทรทัศน์ ได้มีผู้เสนอเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ อย่างไรก็ตามผู้อำนวยการ AIBD แจ้งว่า ฝ่ายเลขานุการจะจัดทำร่างหัวข้อสำหรับการประชุม AMS 2014 และการประชุมภาคสมทบให้ที่ประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์พิจารณาในการประชุมครั้งต่อไป

ทั้งนี้ผู้แทนจากปากีสถานเสนอแนะว่า ในการประชุมหัวข้อเกี่ยวกับ social media ควรเชิญผู้ที่มีความเชี่ยวชาญสูงในเรื่องนี้มาเป็นวิทยากร แม้จะต้องจ่ายค่าตัวแพงมากหรือมาจากองค์กรที่มีใช้เครือข่ายของ AIBD ก็ตาม โดยผู้แทนจากออกเตรเลียเสนอว่าให้มีการพูดเรื่องของโทรศัพท์มือถือด้วย

4. รายงานความคืบหน้าว่าด้วยการเตรียมการจัดประชุมใหญ่ประจำปี ค.ศ. 2013 และ ค.ศ. 2014

ที่ประชุมได้รับทราบถึงกำหนดการประชุมใหญ่ประจำปี ค.ศ. 2013 ระหว่างวันที่ 12 - 15 สิงหาคม 2556 ณ โรงแรม Park Royal Hotel นครย่างกุ้ง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ โดยมี Forever Group เป็นเจ้าภาพ ซึ่งผู้อำนวยการ AIBD แจ้งว่าได้เดินทางไปสำรวจสถานที่มาแล้ว โดยโรงแรมดังกล่าวมีอัตราค่าที่พักวันละ 130 ดอลลาร์สหรัฐ และมีอุปกรณ์สำหรับการประชุมครบถ้วน แต่สำหรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตอาจไม่รวดเร็วทันใจนัก จึงขอให้สมาชิกเตรียมใจในเรื่องด้วย

ผู้อำนวยการ AIBD แจ้งด้วยว่าในระหว่างการประชุมใหญ่จะมีการประชุมนานาชาติว่าด้วยการพัฒนาการกระจายเสียงแพร่ภาพในเมียนมาร์ (International Conference on Broadcasting Development in Myanmar) แทรกอยู่ด้วย โดยใช้เวลาประชุม 1 วันคือวันที่ 14 สิงหาคม 2556 ซึ่งการประชุมนี้เป็นเสมือนการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชียขนาดเล็ก (Mini AMS) โดยมีหัวข้อการประชุมในแต่ละช่วงได้แก่

- การสร้างความสามารถด้านทรัพยากรมนุษย์
- การแลกเปลี่ยนและการแบ่งปันเนื้อหา
- การหลอมรวมและเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์
- การสร้างความแตกต่างในรายงานข่าวกีฬา

สำหรับการประชุมใหญ่ประจำปี ค.ศ. 2014 นั้น ผู้อำนวยการ AIBD รายงานว่ากำหนดจัดที่ประเทศกัมพูชา ระหว่างวันที่ 11 - 14 สิงหาคม 2557 โดยนายกรัฐมนตรีกัมพูชาได้แจ้งยืนยันการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมแล้ว

5. รายงานผลการจัดการประชุมนานาชาติว่าด้วยการฝึกอบรมในงานกระจายเสียงแพร่ภาพ (The International Conference on Broadcasting Training) ที่ประชุมได้รับทราบถึงความสำเร็จของ AIBD ซึ่งได้ร่วมมือกับ IPPTAR ในการจัดการประชุมดังกล่าวขึ้นเป็นครั้งแรกระหว่างวันที่ 25 – 26 กุมภาพันธ์ 2556 โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่า 60 คน และที่ประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะที่ดีหลายประการ การประชุมนี้ถือเป็นความคิดริเริ่มใหม่ซึ่งยังไม่มีเคยมีใครจัดมาก่อน และ AIBD จะจัดการประชุมนี้อีกในปีหน้า

6. การประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์ของ AIBD ครั้งต่อไป ผู้อำนวยการ AIBD ได้แจ้งต่อที่ประชุมว่า การประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์ครั้งหน้ากำหนดจัดขึ้นที่กรุงย่างกุ้ง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ในวันที่ 12 สิงหาคม 2556 พร้อมกับการประชุมใหญ่ประจำปี ค.ศ. 2013 และหลังจากนั้นจะจัดที่นครเจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ในวันที่ 8 พฤษภาคม 2557 ในระหว่างการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชียประจำปี ค.ศ. 2014 (AMS 2014)
