

เรียน ผอ.สำนัก/กอง และหัวหน้าหน่วยงานต่างๆ
เพื่อโปรดทราบ สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การ
สร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
ในยุคโควิด-๑๙ (In-country Workshop on Content
Creation and Broadcasting in the COVID-๑๙ Era)”
ผ่านระบบทางไกล ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔



(นางปรีห์กมล ถนนมศักดิ์ชัย)

ผอ.สพด.

วันที่ ๒๑ ก.ค. ๒๕๖๔ เวลา ๑๖:๓๕

คำสั่งการไม่ได้ถูกแก้ไข

ชื่อใบรับรองที่ใช้ลงนาม : ปรีห์กมล ถนนมศักดิ์ชัย (preekamol_t)

*** Invisible Digital Watermarking Methodology for Image
Validation**



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ สท. โทร ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๗๑๐, ๑๗๑๑

ที่ นร ๐๒๐๙.๐๓/๕๒๗

วันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เรื่อง สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การสร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในยุคโควิด-๑๙”
ผ่านระบบทางไกล

เรียน รปส. (๓)

๑. สท. จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การสร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในยุคโควิด-๑๙ (In-country Workshop on Content Creation and Broadcasting in the COVID-19 Era)” ผ่านระบบทางไกล ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔ โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวได้เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว สท. ได้จัดทำสรุปผลการประชุมฯ มาเพื่อทราบ รายละเอียดตามเอกสารแนบ

๒. ข้อเท็จจริง

๒.๑ การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการฯ อยู่ภายใต้กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการกับองค์การระหว่างประเทศ โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ให้แก่บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ บนพื้นฐานของจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อ โดยใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ในครั้งนี้ การประชุมฯ ดังกล่าว มีวิทยากรทั้งชาวไทยจากสถาบันและองค์กรสื่อที่มีชื่อเสียง และวิทยากรชาวต่างประเทศจากองค์กรสื่อชั้นนำระดับโลก

๒.๒ สท. ได้นำเนื้อหาจากการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ มาขยายผลโดยจัดทำเป็นวิดีโอเพื่อการเรียนรู้ (E-Learning) เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างองค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อไป ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการจัดทำสื่อการเรียนการสอนดังกล่าว

๒.๓ สท. จะดำเนินการนำสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ เผยแพร่ขึ้นทางอินเทอร์เน็ต กปส. เพื่อเป็นองค์ความรู้ให้แก่บุคลากร กปส. นำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(นางปรีห์กมล ถนอมศักดิ์ชัย)

ผอ.สท.



รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง “การสร้างสรรคเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในยุคโควิด-๑๙
(In-country Workshop on Content Creation and Broadcasting in the COVID-19 Era)”
ผ่านระบบทางไกล
ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔
ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ อาคารหอประชุมกรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ โดยสำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ได้จัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การสร้างสรรคเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในยุคโควิด-๑๙ (In-country Workshop on Content Creation and Broadcasting in the COVID-19 Era)” ผ่านระบบทางไกล ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔ ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๑ อาคารหอประชุมกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ให้แก่บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ในด้านการสร้างสรรคเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ บนพื้นฐานของจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อ โดยใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ได้รับความอนุเคราะห์วิทยากรจากสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศไทย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และวิทยากรต่างประเทศจากหลายภูมิภาคทั่วโลก ได้แก่ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ศรีลังกา มาถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ให้กับบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

ในพิธีเปิดการประชุมผ่านระบบทางไกล เมื่อวันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๔ อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ มอบหมายให้รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ (นางสุดฤทัย เลิศเกษม) เป็นประธานเปิดการประชุมฯ

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ให้แก่บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ในด้านการสร้างสรรคเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ บนพื้นฐานของจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อ โดยใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ในการนี้ เพื่อให้เกิดการขยายผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าว ได้นำเนื้อหาจากการเรียนการสอนมาต่อยอดเพื่อจัดทำการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างองค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อไป

ผู้เข้าร่วมการประชุม

ประกอบด้วยผู้แทนจากกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สำนักข่าว และสำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑ - ๘ รวมทั้งสิ้น ๒๕ คน

รูปแบบของการประชุมเชิงปฏิบัติการ

เป็นการบรรยายและอภิปรายพร้อมทั้งยกตัวอย่างและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบอินโฟกราฟิก และคลิปวิดีโอ โดยวิทยากรทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย จำนวน ๑๐ คน ใน ๗ หัวข้อ ซึ่งวิทยากรจะสอนผ่านระบบทางไกลให้กับผู้เข้าร่วมการประชุมฯ ที่จะเรียนรู้จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือที่สำนักงานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยไม่ต้องเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมกัน ณ สถานที่เดียว เพื่อรักษาความปลอดภัยจากโรคระบาดตามมาตรการของรัฐบาล ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการและวิทยากรบางท่านจะปฏิบัติหน้าที่และบรรยาย ณ กรมประชาสัมพันธ์ โดยได้ติดตั้งระบบออนไลน์และถ่ายทอดวิดีโอเพื่อการเรียนรู้ควบคู่ไปด้วยกัน

สาระสำคัญจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

วันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๔

ช่วงเช้า

หัวข้อ การสร้างเนื้อหาที่ล้าสมัยด้วยช่องทางการเผยแพร่สื่อที่หลากหลาย (มัลติมีเดีย)

(Creating Content and Communicating with Multimedia Platforms)

บรรยายโดย อ.กฤษณะ แสงจันทร์ รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษาและสื่อสารองค์กร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ได้บรรยายถึงวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ล้าสมัยโดยมีหลักการแบ่งออกเป็น ๔ ข้อ ดังนี้

๑. การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การคิดรวม การคิดย่อ การคิดขยาย และการคิดใหม่ มาเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ ขยายความได้ดังนี้

- การคิดรวม คือ การนำเนื้อหาสาระความบันเทิงมารวมกับกระบวนการที่มีอยู่เดิมและเป็นที่รู้จักกันดีในสังคม เช่น การนำความบันเทิงมารวมกับวิธีการสืบสวนสอบสวนแบบตำรวจ ทำให้เกิดเป็นรายการเกมสโว์ในรูปแบบการถามตอบเชิงสืบสวนที่สร้างความสนุกสนานให้ผู้ชม เป็นต้น

- การคิดย่อ คือ การลดขนาด ลดเวลา แต่ต้องไม่ลดคุณค่าของรายการ เช่น การสรุปข่าวรอบวัน เมดเลย์เพลงฮิต รายการโชน ๕ นาที เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่มีความเข้มข้น เจาะลึก ในระยะเวลาอันสั้น เพื่อสร้างกระแสความน่าสนใจจากผู้ชมได้อย่างรวดเร็วพร้อมทั้งได้สาระและความบันเทิง

- การคิดขยาย คือ การขยายข้อมูลใดข้อมูลหนึ่งออกไปอย่างต่อเนื่องโดยเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอไม่ให้ซ้ำกัน เช่น รายการผี สามารถแตกออกเป็น รายการเล่าเรื่องผี รายการสำรวจสถานที่ขึ้นชื่อว่ามีผีสิง ละครผี เป็นต้น

- การคิดใหม่ คือ การคิดริเริ่มสิ่งใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยประยุกต์จากข้อมูลเดิมที่ได้นำเสนอไปแล้ว อาทิ สร้างสรรค์รายการร้องเพลงแบบปกติกลายเป็นรายการร้องเพลงที่เสริมด้วยอุปกรณ์ประกอบชุดแต่งกายที่มีการออกแบบที่หลากหลาย เช่น รายการ The Mask Singer เป็นต้น

๒. การกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) คือ การใช้ทฤษฎีเรื่องของเวลามาเป็นตัวกำหนดในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ถูกที่และถูกเวลา เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนสามารถสร้าง Cross Media (ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จากช่องทางหนึ่งไปยังช่องทางอื่น ๆ) ให้กับรายการได้ โดยต้องกำหนดทิศทางของข้อมูลข่าวสารที่จะนำเสนอก่อนว่าจะให้เป็นไปในทางใด ใช้เวลานานเท่าใด สามารถออกช่องทางใดบ้าง โดยเฉพาะด้านวิทยุควรใช้กลยุทธ์การกำหนดวาระข่าวสารเป็นหลัก โดยกำหนดระยะเวลาและทิศทางการออกอากาศให้กับเนื้อหาหลักเพียงหนึ่งเรื่อง จะทำให้เกิดเนื้อหาที่สามารถเผยแพร่ช่องทางออนไลน์ได้อย่างประสบความสำเร็จ

๓. การสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อออนไลน์ ควรสร้างเนื้อหาที่เป็นลักษณะ Real Time (เรื่องที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น) เนื่องจากในโลกของโซเชียลมีเดีย (Social Media) เนื้อหาลักษณะดังกล่าวสามารถสร้างแรงดึงดูดให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ชมและสื่อได้

๔. ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางออนไลน์จะมีการปรับเนื้อหาให้ทันสมัย (Update) อยู่ตลอดเวลา โดยช่องทางสื่อที่ให้บริการ Streaming (การรับส่งสัญญาณไฟล์มัลติมีเดียภาพและเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต) จะพึ่งพากันและกัน เช่น เนื้อหาในช่อง Netflix จะมีการนำไปลงใน Youtube ด้วย ซึ่งการใช้ช่องทางเผยแพร่ที่หลากหลายจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาได้หลากหลายตามไปด้วย

หัวข้อ...

หัวข้อ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการปฏิบัติงานด้านสื่อในช่วงโควิด-๑๙ (Sharing Experiences and Practices During COVID-19)

บรรยายโดย

- Mrs. Nedra Weerasinghe, Group Director- Electronic Media Business MTV/MBC, The Capital Maharaja Group, ศรีลังกา บรรยายถึงโรคโควิด-๑๙ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายอย่างมาก ซึ่งในส่วนของสื่อได้มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ด้วยเช่นกัน เริ่มด้วยการรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวอย่างเข้มข้น และถึงแม้จะมีการ Lockdown เมือง สื่อยังคงปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาเพื่อรายงานข่าวให้ทันทั่วทั้งที่ สิ่งสำคัญในการวางแผนรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันคือ การวางแผนเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ในการนี้ การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) นำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อขยายช่องทางให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังสามารถขยายฐานผู้ชมให้กว้างขึ้นได้อีกด้วย ในปัจจุบัน สื่อมีอิทธิพลอย่างมากในการกำหนดทิศทางพฤติกรรมของผู้ชมอย่างไม่รู้ตัว สื่อจึงต้องมีความรับผิดชอบต่อการนำเสนอข่าวที่ตรงไปตรงมา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับกลุ่มผู้ชม สิ่งสำคัญคือ สื่อต้องมีความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งหมายถึง สื่อยังคงมีบทบาทสำคัญต่อสังคมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความน่าเชื่อถือของข้อมูลคือตัวแปรสำคัญของการคงอยู่ของสื่อ ความปลอดภัยของทีมงาน รวมทั้งการสร้างสรรค์เนื้อหาให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ฟัง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ตลอดจนควรต้องมีการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) และการทำงานด้วยความยืดหยุ่น ในอนาคตบทบาทของสื่อจะต้องมีการรายงานเรื่องโควิด-๑๙ ด้านการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับวัคซีนและด้านการแพทย์ ควรมีการสนับสนุนให้มีการดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับสื่อเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ บุคลากรในบริษัทและสาธารณชนทั่วไป พึงจดจำไว้ว่า แม้ต้นไม้จะเปลี่ยนไปแต่รากไม้ยังคงอยู่ เปรียบดังเช่น ต้นไม้คือสังคมที่เปลี่ยนไป รากไม้คือคุณค่าของสื่อที่ยังคงอยู่อย่างไม่มีวันเปลี่ยนแปลง

- Mr. Xu Zhaoqun, Senior Producer and Head of News Gathering Team, CGTN, สาธารณรัฐประชาชนจีน บรรยายถึงประสบการณ์การทำงานในเมืองอุ๋ฮั่นเป็นเวลานานหลายเดือนในช่วงการแพร่ระบาดหนักของโรคโควิด-๑๙ โดยจะตระเวนทำข่าวไปในสถานที่ต่าง ๆ อาทิ ชุมชน โรงพยาบาล โดยจะต้องมีการสัมภาษณ์ประชาชน ซึ่งในช่วงระบดใหม่นั้น การสัมภาษณ์ถึงการป้องกันโรคระบาดดังกล่าวทำได้เพียงสวมถุงมือและหน้ากากอนามัยเท่านั้น ยังไม่มีการให้ความรู้เรื่องการระมัดระวังตัวด้านอื่น ๆ รวมทั้งการนำเสนอเหตุการณ์ที่ผู้ป่วยติดเชื้อยื่นต่อแถวเพื่อรอรับการรักษาฉุกเฉินในโรงพยาบาล ตลอดจนความวุ่นวายที่เกิดขึ้นจากการจัดการปัญหาต่าง ๆ ในโรงพยาบาล อย่างไรก็ตาม CGTN ได้ถ่ายทอดสารคดีนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในห้อง ICU ช่วงการปิดเมืองอุ๋ฮั่น (Lockdown) เป็นเวลา ๑ เดือน ที่ชื่อว่า “Between Life & Death” นอกจากนั้น ด้วยนโยบายและมาตรการของรัฐบาลจีนและการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน จึงมีการจัดทำรายงานสถานการณ์โควิด-๑๙ ภาคสนาม (Frontier) การรายงานข่าวติดเชื้อที่เกิดขึ้นในต่างประเทศโดยความร่วมมือกับสื่อนานาชาติ รวมถึงการป้องกันตนเองไม่ให้ติดเชื้อ ซึ่งทั้งหมดนี้ ส่งผลให้ไม่มีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นใน ๑๒๐ วัน ด้วยการทำงานที่เป็นไปตามแผนการป้องกันดังกล่าว สื่อของจีนจึงเป็นกระบอกเสียงให้ประชาชนชาวจีนเผยแพร่เรื่องราวและการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวสู่ภายนอกให้ได้มากที่สุด เพื่อเตรียมการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคและหยุดการติดเชื้อให้เพิ่มมากขึ้น โดยในอนาคต บทบาทของสื่อจะต้องมีการเตรียมพร้อมอยู่ตลอดเวลาในการรับมือกับโรคระบาดที่อาจจะเกิดขึ้นอีก โดยจะต้องใส่หน้ากากอนามัยไว้ตลอดเวลา และคาดว่าในฤดูหนาวของปี ๒๐๒๑ อาจจะมีโรคระบาดขึ้นอีกครั้ง ทั้งนี้ ในปัจจุบันข่าวสารเกี่ยวกับโควิด-๑๙ ยังอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ช่วงบ่าย...

ช่วงบ่าย

หัวข้อ การเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากขึ้นและดีขึ้นในยุคดิจิทัล (Reaching Younger Generations and Engaging Digital Audiences)

บรรยายโดย

- Mr. David Kleeman, SVP, Global Trends, Dubit, สหราชอาณาจักร บรรยายถึงการสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับรายการเด็ก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มสำคัญในสังคมที่ต้องมีการสร้างสรรค์เนื้อหาเฉพาะเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการสร้างการเรียนรู้ให้กับเด็กและเยาวชน โดยต้องรู้เท่าทันเด็ก ซึ่งกลุ่มเด็กและเยาวชนมีความฉลาดพอที่จะสามารถตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ สามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดายผ่านช่องทางต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องตระหนักถึงเนื้อหาที่เด็กและเยาวชนควรจะได้รับ โดยเด็กระดับประถมศึกษาจะเป็นวัยที่เริ่มใช้สมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก ซึ่งมักจะให้ความสำคัญกับการใช้บริการช่องทาง YouTube มากกว่าการพูดคุยกับพ่อแม่หรือครอบครัว ดังนั้น การสร้างสรรค์รายการเด็กต้องคำนึงถึงเนื้อหารายการที่เหมาะสมกับวัยเป็นสำคัญ

- นายธนฤทธิ์ แสงสิน, Digital Director, นิตยสาร Harper's Bazaar Thailand บรรยายถึงประสบการณ์การทำงานนิตยสาร ซึ่งปัจจุบันนิตยสารอยู่ในช่วงขาลงเพราะถูกสื่อใหม่แทนที่ จึงมีการปรับการผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ในรูปแบบคลิปปิดีโอแทนสื่อสิ่งพิมพ์ (multifunction) โดยมีหลักการในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

๑. ในการที่จะนำเสนอเรื่องราวใด ๆ ในฐานะของผู้สื่อสารจะต้องสามารถสื่อสารได้ในทุกช่องทาง
๒. ควรพิจารณาเป้าหมาย (Target) เป็นลำดับแรก และต้องการนำเสนอเรื่องใด และทางช่องทางใดเป็นสำคัญ (Who-What-How) เพราะผู้ชมและผู้ฟังเลือกที่จะรับสิ่งที่อยากชมหรืออยากฟังเท่านั้น
๓. ในช่วงที่ทดลองเปลี่ยนผ่านจากนิตยสารมาเป็นช่องทางดิจิทัล อาทิ Facebook นั้น ไม่ใช่แค่เพียงการนำเนื้อหาจากนิตยสารมาลงทางโซเชียลมีเดียแล้วเสร็จสิ้นเท่านั้น เพราะวาทิตยสารและสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) มีการนำเสนอเนื้อหาคนละรูปแบบ ดังนั้น จะต้องมีกรองข้อมูลใหม่ เช่น ข่าวลือพล ที่มีการนำเสนอเป็นแบบ Real Time จนแตกเป็น Cluster (กลุ่มที่มีแหล่งข้อมูลมาจากที่เดียวกัน) ผู้ชมจะเริ่มเบื่อจึงต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวลือพลใหม่ในรูปแบบการสรุปเป็นไทม์ไลน์ และสังเคราะห์ข้อมูลให้ย่อยลงมา

๔. การย่อยข้อมูลเชิงเจาะลึก เพื่อสร้างความน่าสนใจในเนื้อหาเดิมมากขึ้น เช่น การนำเสนอเรื่องการแต่งตัวของลุมพล เป็นต้น

๕. การใช้ Content Strategy Continuity (กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาให้มีความต่อเนื่อง) จะต้องมีความชัดเจนว่ากำลังพูดคุยอยู่กับบุคคลใด และเหตุใดจึงอยากอ่านเรื่องราวของบุคคลนั้น

๖. การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำเสนอเนื้อหาและผู้ชม ซึ่งจะส่งผลให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ โดยคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ชมจะเห็น โดยการนำสินค้าที่มีความโดดเด่นเข้ามาอยู่ในภาพด้วย เช่น ในละครชุดบางเรื่องจะมีการ Tie-in (การแทรกสินค้าเข้าไปในรายการ) เพื่อโฆษณาสินค้าอย่างตั้งใจแต่จะไม่กระทบต่อเนื้อหาที่นำเสนอ โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

ในส่วนของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์นั้น ได้แนะนำว่า หากต้องการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม ช่อง NBT อาจจะมีการย่อยข่าวที่เกี่ยวข้องกับนายกรัฐมนตรีหรือข่าวเกี่ยวกับรัฐบาลให้เป็นลักษณะสร้างอารมณ์ขันและความบันเทิงให้กับผู้ชม แม้ว่าอาจจะทำให้ความน่าเชื่อถือลดลงก็ตาม แต่ควรมองให้เป็นอีกแง่มุมหนึ่งในการนำเสนอข่าวที่เป็นสาระ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ชมหันมาสนใจข่าวช่อง NBT เพิ่มขึ้นได้ โดยแนะนำเพิ่มเติมว่า หากมีการโจมตีการนำเสนอข่าวในทางลบจากผู้ชม ไม่ควรหาข้อแก้ตัวใด ๆ แต่ควรสร้างกระแสขึ้นมาเบี่ยงเบนประเด็นแทน และการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้มีความแปลกใหม่เป็นอีกทางหนึ่งที่จะสามารถสร้างเอกลักษณ์ความแตกต่างเพื่อตอบสนองเป้าหมายที่ต้องการจะเป็นได้ รวมทั้งการค้นหาข้อมูลให้มากที่สุดที่จะสามารถผลักดันให้เกิดการนำเสนอสู่ผู้ชมได้

หัวข้อ...

หัวข้อ จรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการรายงานข่าวและสร้างสรรค์เนื้อหา (Ethical and Legal Issues in News Reporting and Content Creation/Sharing)

บรรยายโดย

- Ms. Sanne Breimer, Journalist, Program manager and Editor-in-Chief in the Fields of RadioTelevision and Digital Media, เนเธอร์แลนด์ บรรยายถึงการเปรียบเทียบการระบาดของโรคอีโบล่าในทวีปแอฟริกากับรายการการ์ตูน เรื่อง Tissue ซึ่งผลิตโดยประเทศสหรัฐอเมริกาที่สะท้อนภาพให้เห็นถึงความตึงเครียดของเนื้อหา ในส่วนของการระบาดของโรคโควิด-๑๙ ที่มีจุดกำเนิดที่เมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน นั้น ส่งผลกระทบต่อสื่อในระดับสากล (Global Media) ซึ่งมีความเป็น Eurocentric และ US-Centric คือ ความคิดและมุมมองต่อการระบาดของโรคโควิด-๑๙ ที่แตกต่างออกไปจากสื่อภูมิภาคอื่นนำไปสู่ความไม่เท่าเทียมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในระดับโลก ทั้งนี้ สื่อคือสิ่งที่หล่อหลอมทัศนคติ หรือชุดความคิดของประชาชนในการมองสิ่งต่างๆ โดยพื้นฐานของจริยธรรมสื่อจะต้องประกอบไปด้วย

๑. ความจริง ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

๒. ความแตกต่าง เช่น เชื้อชาติ ศาสนา เพศ ก่อให้เกิดการนำเสนอที่แตกต่าง อาทิ นักข่าวนับถือศาสนาหนึ่งที่ต้องนำเสนอข่าวเกี่ยวกับอีกศาสนาหนึ่ง ซึ่งจะต้องมีการมองภาพสะท้อนของตนเองในบทบาทของความเป็นนักสื่อสารมวลชนเพื่อตั้งคำถามหรือวิจารณ์ตนเองเพื่อที่จะสามารถรายงานข่าวได้อย่างเป็นกลางที่สุด

๓. นักสื่อสารมวลชนที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้

- สามารถใช้กลยุทธ์ในระยะยาวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน และสามารถสร้างนวัตกรรมสื่อใหม่ๆได้

- ต้องมีสติตลอดเวลาในขณะนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เกิดอคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไม่รู้ตัว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของนักสื่อสารมวลชน และแน่นอนว่าไม่มีสื่อคนใดที่จะมีความสมบูรณ์แบบในด้านการนำเสนอข่าวที่มีความเป็นกลาง แต่ต้องมีความตระหนักรู้อยู่เสมอได้ด้วยตนเอง

- การสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อนักสื่อสารมวลชน เพราะหากขาดการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับสื่อ อาจจะทำให้จำนวนผู้ชมลดลงหรือไม่มีคนเข้ามาดู

- สื่อมวลชนต้องมีการตื่นรู้ หรือใช้สติปัญญาในการวิเคราะห์ มีการตั้งข้อสงสัย เพื่อให้เกิดความกระจ่าง ไม่ใช่แต่นำเสนอให้ผู้ชมทราบเพียงอย่างเดียว

- ปรับเปลี่ยนจากการเป็นสื่อที่มองเหตุการณ์ที่แตกต่างในแบบของ US-Centric และ Eurocentric และหันไปให้ความสำคัญกับชุมชนใกล้ชิดตัวในท้องถิ่นเป็นหลัก

- มีการทำงานแบบองค์รวม การทำงานของสื่อตลอด ๒๔ ชั่วโมงทุกวัน ถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อที่หลากหลายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้สื่อต้องมีการตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา และจะต้องคำนึงถึงการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมผู้ฟังให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม อาทิ กลุ่มเพศชาย กลุ่มเพศหญิง กลุ่มความหลากหลายทางเพศ กลุ่มคนทุพพลภาพ กลุ่มชนกลุ่มน้อย รวมทั้งจะต้องตระหนักถึงความเป็นมนุษย์ของกลุ่มคนเหล่านี้เป็นลำดับแรก และจะไม่มีการทิ้งใครไว้ข้างหลัง โดยทำงานด้วยการตระหนักถึงมวลมนุษยชาติเป็นสำคัญ

กรณีมีการต่อต้านระหว่างกลุ่มความหลากหลายทางเพศกับชาวมุสลิม สื่อได้มีความพยายามในการนำเสนอให้เกิดความเท่าเทียมและมุ่งเน้นการเอาใจใส่ต่อชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ผู้แทนจากชุมชนนั้น ๆ ได้มีสิทธิ์พูดและไม่มีการตัดสินถูกผิดใดๆ สิ่งสำคัญคือต้องเอาใจเขามาใส่ใจเราโดยปราศจากแบบแผน

วิธีที่จะทำให้ประชาชนตระหนักถึงผลของ Infodemic คือ เยาวชนสมัยใหม่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากหลายแหล่ง จนทำให้เกิดเป็นข้อสงสัยและไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลวงได้ง่าย ในฐานะสื่อจะต้องสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารว่าเป็นมุมมองของเรื่องราวหรือเป็นข่าวลวงก่อนนำเสนอสู่สาธารณชน

- อ.ฐิติรัตน์ ทิพย์สัมฤทธิ์กุล คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บรรยายถึงจรรยาบรรณของสื่อในการนำเสนอข่าวในยุคโรคระบาด ซึ่งโรคโควิด-๑๙ เป็นโรคระบาดแรกในยุคดิจิทัล จึงมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในการนำเสนอข่าว โดยผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ในช่วงการเกิดโรคระบาดมีดังนี้

๑. Infodemic คือ การแพร่ระบาดของข้อมูลที่บิดเบือนในยุคโรคระบาด ซึ่งเกิดมาจากการพูดปากเปล่าต่อ ๆ กันมา โดยไม่ผ่านการกรองด้วยความคิดทำให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน บางข่าวอาจจะมีข้อมูลที่ครบถ้วนแต่เป็นข่าวเก่าหรือข่าวปลอมที่ส่วนใหญ่จะเกิดจากการส่งต่อกันในโลกโซเชียลมีเดีย และด้วยความรวดเร็วของการกระจายข่าวในยุคดิจิทัลทำให้ผู้อ่านขาดวิจารณญาณในการอ่านหรืออ่านไม่ละเอียด ซึ่งอาจจะเกิดจากการแชร์ข้อมูลส่วนตัวและกลั่นกลายเป็นแพร่กระจายไปทั่วสาธารณะได้

๒. Mis/Disinformation คือ การบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร หรือข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ซึ่ง Misinformation คือ การบิดเบือนข้อมูลข่าวสารแบบตั้งใจ ส่วน Disinformation จะเป็นการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารที่อาจจะเกิดขึ้นจากความไม่ตั้งใจ คือผู้ส่งไม่ทราบข้อเท็จจริงของข้อมูล ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งคนไทยยังขาดความตระหนักรู้ในด้านดังกล่าว และบางครั้งอาจจะเกิดความขัดแย้งกับนโยบายด้านสาธารณสุข นอกจากนั้น ยังมีกรณีของผู้ใช้บริการโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยนำข้อมูลส่วนตัว เช่น เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว เลขที่บ้าน มาเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียทางเพจอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาการละเมิดสิทธิ์ตามมาในภายหลัง

๓. Trust คือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในช่วงเกิดโรคระบาด ในระยะของการฉีดวัคซีนให้กับประชาชน รัฐบาลได้ดำเนินการจัดสรรวัคซีนป้องกันโรคโควิด-๑๙ สำหรับประชาชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยออก Application เพื่อให้ประชาชนลงทะเบียนขอรับวัคซีน ได้แก่ ไทยชนะ ซึ่งอาจจะทำให้ประชาชนเริ่มไม่เชื่อใจรัฐบาลและมีความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจะถูกรัฐบาลนำไปใช้ในทางอื่น

การนำเสนอข่าวด้านข้อมูลสถิติหรือด้านวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวกับโรคระบาด ประชาชนเริ่มตั้งคำถามและมีข้อสงสัยถึงรัฐบาลในการรายงานข่าวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในฐานะสื่อต้องตระหนักรู้ว่าการสื่อสารปัจจุบันเป็นแบบสองทาง และสื่อควรจะต้องคำนึงถึงการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวให้ประชาชนสามารถเข้าใจได้ พี่จะหวังว่าข้อมูลที่เข้าใจยากเป็นเรื่องที่มีความอ่อนไหวง่าย เนื่องจากผู้รับสารสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้เอง ดังนั้น สื่อควรมีข้อปฏิบัติในการนำเสนอข่าว ดังนี้

- หลีกเลี่ยงการทำให้ประชาชนเกิดความสับสน ไม่ควรที่จะออก Application ที่มีความซ้ำซ้อนกัน
- สื่อควรมีความสมดุลด้านข้อมูลทั้งด้านวิทยาศาสตร์และด้านสังคม อาทิ สื่อเป็นเครื่องมือหลัก

ในการประชาสัมพันธ์การฉีดวัคซีน ในขณะเดียวกันต้องรายงานปัญหาของการฉีดวัคซีนอย่างตรงไปตรงมาให้กับประชาชนทราบด้วย

- การสำรวจความคิดเห็นของประชาชน (Poll) เป็นเครื่องมือในการกดดันให้ภาครัฐทำงานได้ดีขึ้น เนื่องจากเป็นผลตอบรับจากผู้ชม

- การนำเสนอข้อมูลทั้งด้านบวกและด้านลบ ควรใส่ที่มาของแหล่งข้อมูลเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสื่อ

กรณีการวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินงานของภาครัฐ เป็นสิ่งที่ประชาชนบางส่วนได้กระทำเพื่อประท้วงรัฐบาล ต้องการให้รัฐบาลจัดหาวัคซีนที่มีคุณภาพดีให้แก่ประชาชน เป็นผลให้ประชาชนเหล่านั้นเลือกที่จะไม่ไปฉีดวัคซีน ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียแก่ตนเองและสังคมเพิ่มขึ้น ดังนั้น ควรจะหาวิธีการที่จะทำให้ทั้งภาครัฐและประชาชนสามารถเข้าใจและปฏิบัติได้ ทั้งนี้ ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์ ควรสร้างคุณค่าให้องค์กรโดยการเป็นศูนย์รวมของข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบข้อเท็จจริงจากหน่วยงานอื่น ๆ สิ่งสำคัญจะต้องตระหนักรู้ว่ากรมประชาสัมพันธ์ต้องการจะสื่อสารประเด็นใดสู่ประชาชนบ้าง เพื่อให้การทำงานมีความเป็นเอกภาพ นอกจากนั้น กรมประชาสัมพันธ์จะต้องมีความเข้าใจถึงสถานการณ์ที่สังคมต้องเผชิญอยู่ขณะนี้ การสื่อสารเพียงอย่างเดียวไม่ใช่การแก้ปัญหาความตื่นกลัวของประชาชนจากการนำเสนอข่าว แต่ต้องสื่อให้ประชาชนยอมรับสภาพความเป็นจริงว่า เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ยังไม่คลี่คลาย สิ่งที่สื่อควรจะต้องตระหนักมากที่สุดคือการรายงานข่าวที่เป็นความจริง และต้องเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งบอกแหล่งที่มาของข้อมูลโดยการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลไปพร้อมกัน ตลอดจนการนำเสนอข่าวโดยไม่มีการบิดเบือนใด ๆ เพื่อไม่ให้ประชาชนเกิดความสงสัยมากยิ่งขึ้น

วันที่...

วันที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔
ช่วงเช้า

หัวข้อ การรายงานข่าวและจัดรายการผ่านรูปแบบทางไกลในภาวะโควิด-๑๙ (Reporting from Home, How Journalists/Broadcasters Work during the Pandemic)

บรรยายโดย

- Ms. Lisa Leong, Host of ABC Radio National's This Working Life, ออสเตรเลีย

บรรยายถึงการปฏิบัติการออกอากาศของสถานีวิทยุ ABC โดยในสถานการณ์ปกติ จะมีการจัดทำผังออกอากาศประจำสัปดาห์ของห้องส่งวิทยุ และเมื่อเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ จึงได้มีการเปลี่ยนเป็นลักษณะ Home Studio คือการใช้บ้านพักเป็นห้องส่งออกอากาศแทน โดยมีแนวทางการปฏิบัติงาน ดังนี้

๑. จัดหาอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการจัดรายการวิทยุจากที่บ้าน โดยผู้จัดรายการจะต้องทำหน้าที่เป็น Producer รายการไปพร้อมกัน

๒. ผู้จัดรายการต้องเลือกหาช่องทางที่สามารถกระจายเสียงได้ดีเป็นอันดับแรก โดยต้องทำงานอย่างรวดเร็วในระยะเวลาที่จำกัดให้ได้

๓. ให้ความสำคัญกับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังและผู้ชมทางออนไลน์

๔. ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเสียงและเนื้อหา

๕. ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานของสื่อคือ การใช้มนุษยธรรมกับผู้ฟัง ซึ่งบางครั้งอาจจะไม่ถูกใจกลุ่มผู้ฟัง สื่อจึงต้องเปิดใจและเข้าใจผู้ฟังให้มากขึ้น

๖. ควรจัดทำตารางออกอากาศให้มีความยืดหยุ่น เพื่อที่จะสามารถทำงานในที่ต่าง ๆ ในเวลาใดก็ได้

๗. ต้องคำนึงถึงการค้นหาวีธีที่จะดึงดูดใจผู้ฟัง ซึ่งกลายเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานสื่อ โดยจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟังให้มีอารมณ์ร่วมไปกับผู้จัดรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ฟังติดตามรายการได้อย่างยาวนาน

๘. อุปกรณ์การบันทึกเสียงสามารถใช้โทรศัพท์ที่มี Application บันทึกเสียงมาใช้งานได้ และควรต้องมีคอมพิวเตอร์ Notebook เป็นอุปกรณ์สำคัญสำหรับเชื่อมต่อข้อมูลไปพร้อมกัน

๙. ก่อนการรายงานข่าวหรือเปิดรายการ ควรพึงระลึกถึงสิ่งที่จะต้องปรับปรุงจากการจัดรายการในวันที่ผ่านมาว่ามีข้อผิดพลาดอย่างไร เพื่อการเป็นนักสื่อสารมวลชนที่ดี

๑๐. การทำงาน Teamwork เป็นสิ่งสำคัญมาก และควรต้องมีการประชุมอย่างต่อเนื่องเพื่อระดมความคิดเห็นในการนำเสนอเนื้อหาที่แปลกใหม่ และช่วยกันตรวจสอบข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากผู้ฟังเพื่อนำไปปรับปรุงรายการ

๑๑. การใช้โปรแกรมการประชุมทางไกล เช่น Zoom ในการสัมภาษณ์สดในรายการมีความชัดเจนด้านภาพ ทั้งนี้ ได้แนะนำโปรแกรม App Report IT เพื่อใช้ประกอบเพิ่มเติม

๑๒. ข้อดีของการรายงานข่าวในยุคโควิด-๑๙ มีดังนี้

- สามารถบันทึกเสียงหรือคลิปวิดีโอในสถานที่ต่าง ๆ ในเวลาใดก็ได้ เพราะจะไม่มีบรรยากาศมากดดันเหมือนบันทึกในห้องส่ง

- ในช่วงการออกอากาศ ผู้จัดรายการสามารถเปิดวิดีโอประกอบการจัดรายการควบคู่ได้อีกด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ชมไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการรับฟังวิทยุออนไลน์ โดยเฉพาะผู้ฟังที่ต้องกักตัวอยู่ที่บ้าน

- ได้เห็นภาพการเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น จากการที่ผู้ชมเริ่มแสดงความคิดเห็นเข้ามาในรายการ ซึ่งสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกันได้ดี

- นายณภพพัฒนจักษ์ อดทนนท์ บรรณาธิการฝ่ายข่าว บริษัท Workpoint จำกัด (มหาชน)

บรรยายถึงหลักการในการผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ทางออนไลน์ ได้แก่ การเตรียมการด้านเนื้อหา ประเด็นและวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อ โดยก่อนที่จะจัดทำในรูปแบบข้อมูลภาพ (Graphic) ต้องทำร่างก่อน ในส่วนของนำเสนอข่าวมีหลักการ ดังนี้

๑. ต้องคำนึง...

๑. ต้องคำนึงถึงการไม่พยายามชักจูงผู้ชมให้เอนเอียงไปตามความต้องการของสื่อมากเกินไป โดยให้คำนึงถึงนโยบายของรัฐและความรู้สึกของประชาชนเป็นหลัก

๒. การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ เป็นเหตุให้ผู้สื่อข่าวไม่สามารถลงพื้นที่ได้ เพื่อความปลอดภัยทางสุขภาพ จึงต้องรายงานจากที่บ้านเป็นหลัก

๓. ลำดับเรื่องราวที่ต้องการจะนำเสนอให้เป็นขั้นตอน โดยวิทยากรได้นำเสนอตัวอย่างรายการ Workpoint Today ซึ่งเป็นรายการข่าวออนไลน์ ซึ่งจะนำประเด็นจากโลกออนไลน์มานำเสนอเพื่อให้ข้อมูลในเชิงลึกและเปิดเผยข้อเท็จจริงให้กับประชาชน ยกตัวอย่างประเด็นแพทย์โพสต์ว่า คนไข้เยอะ เต็มไม่พอ สื่อจะต้องดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- ค้นหาสถิติจำนวนผู้ป่วย
- สร้างรูปภาพ (Graphic) มาประกอบ
- เรียงลำดับเรื่องราว
- วางโครงเรื่อง โดยเกริ่นนำด้วยการตั้งคำถามจากประเด็นที่โพสต์ เนื้อหาในโซเชียล

จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมากได้อย่างไร และสรุปเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยนำความเห็นของแพทย์ผู้ที่โพสต์มาตอบ โดยในช่องทางออนไลน์ควรจะต้องสรุปเหตุการณ์เป็นลักษณะปลายเปิด และจะเป็นการเรียกดึงดูดผู้ชมเพิ่มมากขึ้น หากผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวในรายการ

๔. หากจำเป็นต้องมีการสัมภาษณ์บุคคล วิธีการหาแหล่งข่าวในช่วงการแพร่ระบาด คือ การโทรศัพท์ การใช้โปรแกรม Zoom (โปรแกรมสำหรับการประชุมผ่านระบบทางไกล) สิ่งสำคัญคือ ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตต้องชัดและเสถียร อุปกรณ์ไมโครโฟนและหูฟังต้องมีความพร้อม

บริษัท Workpoint มีการแบ่งการทำงานในองค์กรที่ค่อนข้างชัดเจน ประกอบด้วยทีมงานด้านโทรทัศน์ ประมาณ ๗๐ คน และทีมงานด้านออนไลน์ ประมาณ ๓๐ คน ซึ่งจะปฏิบัติหน้าที่ของตนเองและไม่ทำงานทับซ้อนกัน แต่จะมีการประสานงานกันตลอดเวลา โดยกลุ่มเป้าหมายโทรทัศน์จะอยู่ที่อายุประมาณ ๓๕ ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มเป้าหมายออนไลน์จะอยู่ที่อายุต่ำกว่า ๓๕ ปี ส่งผลให้การนำเสนอข่าวมีอารมณ์ ความรู้สึก และบุคลิกภาพ (Mood & Tone) ที่แตกต่างกัน โดยการนำเสนอข่าวทางโทรทัศน์จะเน้นที่ความสุภาพและมีความจริงจังในระดับหนึ่ง ในส่วนของออนไลน์จะมีความผ่อนคลายทั้งในด้านการนำเสนอและแหล่งข่าว

การสรุปข่าวขึ้นอยู่กับช่องทาง (Platform) แบ่งออกเป็น ๔ ประเภท ได้แก่

- จะสรุปในคราวเดียวกับการนำเสนอ เช่น ในช่วงรายการข่าวสั้น Breaking news
- สรุปเบื้องต้น
- สรุปเชิงลึก เช่น คดีอาชญากรรม ต้องมีการนำเสนอประวัติผู้ก่อเหตุ ปัญหาที่ก่อให้เกิดคดี

เป็นต้น

- สรุปเชิงวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคต เช่น ประเด็นการเกณฑ์ทหารก่อให้เกิด

ความเครียดได้อย่างไร

หัวข้อ การใช้สมาร์ทโฟนในงานด้านข่าวและการผลิตรายการ (Mobile Journalism)

บรรยายโดย นายณภพพัฒนจักร์ อัตตนนท์ บรรณาธิการฝ่ายข่าว บริษัท Workpoint จำกัด (มหาชน) บรรยายถึงการนำเสนอข่าวผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) ประเภทต่าง ๆ ของบริษัท Workpoint และการใช้เครื่องมือโซเชียลมีเดีย ได้แก่ โทรศัพท์สมาร์ทโฟนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

๑. กำหนดจำนวนการโพสต์ข่าวของสื่อโซเชียลมีเดียแต่ละประเภทไว้เป็นเกณฑ์ ดังนี้

- Twitter จะต้องโพสต์ทุก ๕ นาที อาทิ ข่าวผู้ชุมนุม จะมีการรายงานค่อนข้างมาก เพราะมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยจะมีการสรุปแบ่งเป็นช่วง เช่น กิจกรรมในช่วงเช้า ช่วงกลางวัน และ ช่วงเย็นของผู้ชุมนุมว่ามีอะไรบ้าง ช่วงละ ๑ โพสต์

- Facebook กำหนดให้โพสต์ได้ไม่เกินวันละ ๔๐ โพสต์ โดยความถี่ของการโพสต์ขึ้นอยู่กับข่าว

๒. เครื่องมือในการนำเสนอข่าว สามารถใช้โปรแกรม StreamYard (การถ่ายทอดสดรายการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องติดตั้งโปรแกรม สามารถทำงานผ่าน Browser ได้โดยตรง) ในการสัมภาษณ์ เพื่อทำข่าว ซึ่งอาจจะไม่เสถียรเท่ากับการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว

๓. กรณีที่มีการนำเสนอข่าวการเมือง เช่น การทำงานประจำวันของรัฐมนตรี Workpoint จะเปลี่ยนแนวคิดจาก Person-based (การให้ความสำคัญต่อบุคคล) มาเป็น Topic-based (การให้ความสำคัญกับประเด็น) อาทิ การเป็นแขกรับเชิญของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายอนุชา นาคาศัย) ในรายการวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลยูโร ๒๐๒๐ ในระหว่างการแข่งขัน เพื่อร่วมวิเคราะห์การแข่งขันกับพิธีกร ซึ่งในกรณีดังกล่าว Workpoint จะนำเสนอต่อผู้ชมว่าเนื้อหารายการมีความเกี่ยวข้องกับผู้ชมอย่างไร โดยไม่ได้ให้ความสำคัญว่าผู้ให้ข้อมูลนั้นมีตำแหน่งสำคัญระดับใด

๔. ข้อเสนอแนะ

- การวัดความสำเร็จด้านความนิยมของสื่อโทรทัศน์ คือ จำนวนยอดผู้ชม แต่ด้านออนไลน์ต้องพิจารณาจาก Marketing Branding (การสร้างตัวตนให้เป็นที่จดจำเพื่อการตลาด) ซึ่งมีรายละเอียดปลีกย่อยค่อนข้างมากกว่าจะประสบความสำเร็จในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ในกรณีนี้ สามารถใช้กลยุทธ์การใช้ผู้มีอิทธิพล และมีความน่าเชื่อถือในสังคมมาเป็นสื่อในการนำเสนอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการหรือสินค้า

- การสร้างตัวตน (Brand) ให้กรมประชาสัมพันธ์ต่อมุมมองจากสื่ออื่น ควรยึดถือเรื่องความจริงใจ และน่าเชื่อถือ ประชาชนมองว่ากรมประชาสัมพันธ์เป็นฝ่ายเดียวกับรัฐบาล หากต้องการสร้าง Brand ที่สื่ออื่นหรือประชาชนเข้าใจในตัวตนที่แท้จริงของกรมประชาสัมพันธ์ ต้องให้เวลากับประชาชนในการแยกแยะว่ากรมประชาสัมพันธ์ไม่ใช่ฝ่ายเดียวกับรัฐบาล โดยสร้างเอกลักษณ์ผ่านการทำสื่อให้ประชาชนสามารถจดจำได้ในทันที อาจจะเริ่มต้นที่สัญลักษณ์บางอย่างของกรมประชาสัมพันธ์

- กรมประชาสัมพันธ์ควรสร้างเว็บไซต์เพื่อสรุปข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ผู้ติดเชื้อโควิด-๑๙ ในด้านการสรุปข้อมูลผู้ป่วย การฉีดวัคซีน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-๑๙ หากทำได้ดี สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้นมากกว่าเดิม

หัวข้อ การดำเนินการด้านเทคนิคในช่วงภัยพิบัติให้รายงานข่าวและออกอากาศได้อย่างราบรื่น (Technical Operation in Time of Disaster; Reporting and Securing Broadcast)

บรรยายโดย Mr. Aaron Alphonso, Head of Technology SBS ออสเตอร์เลีย บรรยายถึงการทำงานของ SBS ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-๑๙ ให้เข้าถึงประชาชนทุกคนให้ได้มากที่สุด ผ่านการนำเสนอในรูปแบบภาษาที่หลากหลาย มากกว่า ๖๐ ภาษา ทั้งด้านวิทยุและด้านออนไลน์ โดยได้มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๑. การบริหารจัดการด้านเทคนิคเพื่อการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-๑๙ ดังนี้

- การจัดตั้งคณะทำงานเพื่อควบคุมการทำงานทั้งหมด

- การนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็ว ฉับไว และสามารถตัดสินใจได้ในทันที

- การฝึกอบรมทีมงานด้านความปลอดภัยจากโรคโควิด-๑๙ และการผลิตสื่อให้มีประสิทธิภาพ

มากขึ้น

๒. การจัดรายวิทยุจากบ้าน มีการจัดทำระบบด้านเทคนิค ดังนี้

- ใช้ระบบ IPDTL (ระบบการบีบอัดสัญญาณภาพและสัญญาณเสียงผ่านเว็บ Browser) เพื่อเชื่อมต่อกับโปรแกรม Zoom หรือ Application อื่น ๆ เพื่อตัดเสียงรบกวน ให้เสียงมีความคมชัด
- การส่งงานที่เป็น File ควรส่งผ่าน Cloud หรือ Dropbox
- ควรเลือกใช้ Podcast เนื่องจากไม่ต้องใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง

๓. การผลิตและควบคุมรายการโทรทัศน์จากที่บ้าน

- การ upload ไฟล์ภาพและเสียงผ่าน Cloud เพื่อให้ทีมงานคนอื่นสามารถนำไปใช้ได้ทันที
- การตัดต่อ (editing) ควรใช้โปรแกรมที่ทุกคนสามารถตัดต่อด้วยตนเองจากที่บ้านได้
- ควรส่งไฟล์ภาพและเสียงผ่านระบบ TX (ผ่านสายส่งข้อมูล) หรือระบบ Cloud
- ตรวจสอบเนื้อหา ก่อนนำเสนอ เพื่อให้มีความเหมาะสมสำหรับการออกอากาศ
- ใช้ Software ที่ทุกคนสามารถทำงานได้สะดวก

๔. กระบวนการทำงานระบบทางไกล

- ขั้นตอนมาตรฐานการผลิต (Standard Operating Procedure: SOP) ได้แก่
 - ๑) ให้ข้อแนะนำ (guideline) สำหรับการผลิตรายการให้มีความชัดเจน
 - ๒) การผลิตสื่อวิทยุอาจจะมี SOP หลายวิธี ควรเลือกวิธีที่เหมาะสม
- การจัดการทรัพยากรสื่อ ประกอบด้วย การส่งต่อข้อมูลหรือไฟล์ผ่าน Cloud เพื่อความรวดเร็ว

ในการทำงาน

๕. การบริการพื้นฐาน (Logistic) และองค์กร

- ปรับเปลี่ยนให้มีความสำคัญกับความปลอดภัยจากโรคโควิด-๑๙ เช่น การกำหนดเส้นทางเดินเพียงทางเดียวว่าจะชิดซ้ายหรือชิดขวา สร้างกติกาที่ชัดเจน การวางรูปแบบการเดินขึ้นลงบันได เป็นต้น
- การเว้นระยะห่าง (Distancing) มีการเว้นระยะห่าง โดยแบ่งเป็นสองทีม (ทีม A ทีม B) โดยทีมหนึ่งออกปฏิบัติงานในพื้นที่ภาคสนาม อีกทีมหนึ่งปฏิบัติงานในห้องส่งหรือที่บ้านตามปกติ จะไม่มีการออกภาคสนามพร้อมกันทุกคน โดยอาจจะแบ่งเป็นวันคู่หรือวันคี่
- ระบบบริหารจัดการพื้นที่ เช่น การจองโต๊ะทำงานเพื่อแยกกันทำงาน ไม่ให้เกิดความแออัด

ในที่ทำงาน

๖. ระบบความปลอดภัยในโลกไซเบอร์

- ควรเพิ่มช่องทางการเข้าถึงการติดต่อสื่อเพื่อความสะดวก
- การเข้าถึงระบบ Virtual Private Network: VPN (เทคโนโลยีการเชื่อมต่อเครือข่ายนอกอาคารด้วยระบบอินเทอร์เน็ต) เพื่อการใช้งานมากขึ้น
- ปรับสมดุลระหว่างการทำงานและความปลอดภัย

๗. แนวโน้มการทำงานในอนาคต

- จะมีการใช้งานโปรแกรมตัดต่อที่เชื่อมกับ Cloud มากขึ้น เพื่อให้สามารถทำงานได้ในทุกสถานที่พร้อมกับสามารถแก้ไขงานได้ควบคู่กัน
- การจัดวางระบบ Cloud โดยใช้ตัวเชื่อมต่ออุปกรณ์
- ใช้อุปกรณ์ช่วยกู้การออกอากาศยามเกิดภัยพิบัติ

การประเมินผล

ผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การสร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในยุคโควิด-๑๙ (In-country Workshop on Content Creation and Broadcasting in the COVID-19 Era)” มีระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรม ดังนี้

๑. ระดับความพึงพอใจด้านความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาการฝึกอบรมและสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๕๐

๒. ระดับความพึงพอใจด้านประเด็นหัวข้อการฝึกอบรม อยู่ในระดับมากที่สุดในหัวข้อ “การเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากขึ้นและดีขึ้นในยุคดิจิทัล” คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๖๙ และในหัวข้อ “การสร้างเนื้อหาที่ล้ำสมัยด้วยช่องทางการเผยแพร่สื่อที่หลากหลาย” คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๘๔ ตามลำดับ

๓. ระดับความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีการประชุมทางไกลอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๕๐

๔. ระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมของการจัดประชุมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๖๐

๕. หัวข้อที่ผู้เข้าอบรมต้องการฝึกอบรมเพิ่มเติม ได้แก่ แนวทางการจัดทำเนื้อหาและการกำหนด Character ของสื่อออนไลน์ให้เข้ากับผู้ชม การสื่อสารในภาวะวิกฤต การผลิตสื่อแบบมีอาชีพ การใช้ภาษาชาวเพื่อจูงใจกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

๖. ข้อเสนอแนะ

- ควรเพิ่มระยะเวลาในการบรรยายของแต่ละหัวข้อเพื่อครอบคลุมของเนื้อหาสาระ
- เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ควรจัดในลักษณะนี้อีกในโอกาสต่อไป

สำนักงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
กรมประชาสัมพันธ์
กรกฎาคม ๒๕๖๔

ทราบ



(นางสุดฤทัย เลิศเกษม)

รปส.(นางสุดฤทัย เลิศเกษม)

วันที่ ๒๐ ก.ค. ๒๕๖๔ เวลา ๑๑:๔๐

คำสั่งการไม่ได้ถูกแก้ไข

ชื่อใบรับรองที่ใช้ลงนาม : สุดฤทัย เลิศเกษม (sudruetai_l)

*** Invisible Digital Watermarking Methodology for Image
Validation**