

สรุปผลการประชุมสุดยอดด้านสื่อมวลชนแห่งเอเชีย

(Asia Media Summit : AMS 2016)

ระหว่างวันที่ ๒๓ – ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙

ณ เมืองอินซอน สาธารณรัฐเกาหลี

๑. ความเป็นมา

การประชุมสุดยอดด้านสื่อมวลชนแห่งเอเชีย (ASIA MEDIA SUMMIT หรือ AMS) จัดขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ หรือ ค.ศ. ๒๐๐๔ โดยความร่วมมือของสถาบันพัฒนาวิทยุโทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia - Pacific Institute for Broadcasting Development) หรือ AIBD มีสมาชิกกว่า ๑๒๐ องค์กร จาก ๓๐ ประเทศทั่วภูมิภาค การจัดประชุมมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีให้ประเทศสมาชิกรับทราบความคืบหน้าใหม่ในวงการที่เกิดขึ้นในวงการสื่อมวลชนในแต่ละปี รวมทั้งแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อพัฒนากิจการด้านสื่อมวลชนในภูมิภาคเอเชียให้ก้าวหน้า

ปีนี้เป็นครั้งที่ ๑๓ จัดขึ้นที่เมืองอินซอน สาธารณรัฐเกาหลี ระหว่างวันที่ ๒๓ – ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙ เจ้าภาพโดย Ministry of Science, ICT and Future Planning, Republic of Korea ภายใต้แนวคิดหลัก (Theme) “New Horizons for Media Content : Asia and Beyond” โดยหัวข้อการประชุมเชิงปฏิบัติการก่อนการประชุมสุดยอด (Pre - Summit Workshop) ให้ความสำคัญกับการทำงานสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล อาทิ การฝึกอบรมเรื่องสื่อออนไลน์และ Social Media และการใช้อุปกรณ์ Drone ในการผลิตซึ่งถือเป็นมิติใหม่ของวงการสื่อ

๒. ลักษณะการประชุม

ผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ ๔๐๐ คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก นักวิชาการสื่อสาร และสื่อมวลชนวิทยุโทรทัศน์จากองค์กรสมาชิก AIBD และองค์กรระหว่างประเทศ

รูปแบบการประชุมแบ่งเป็น ๓ ช่วง ได้แก่

๑. ช่วงการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre - Summit) : ก่อนเปิดการประชุมอย่างเป็นทางการ ๑ วัน โดยให้ประเทศสมาชิกส่งผู้แทนเข้าร่วมได้ในหัวข้อที่สนใจ

๒. ช่วงการประชุมใหญ่ (Plenary)

๓. การประชุมคณะทำงานกลยุทธ์ AIBD (AIBD SPT) ซึ่งเป็นการประชุมที่สงวนไว้เฉพาะผู้ที่ได้รับเชิญเท่านั้น

ลักษณะของการประชุมเป็นการอภิปรายระหว่างหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อมวลชน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจากนานาชาติมาเป็นวิทยากร

๓. หัวข้อการอภิปราย

การอภิปรายหัวข้อที่ ๑ : Asian Content Landscape (เนื้อหาเกี่ยวกับเอเชีย)

หัวข้อนี้เกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์ของเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร แนวโน้มและการพัฒนาในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก ทำความเข้าใจกับกลยุทธ์การพัฒนาด้านเนื้อหา นโยบายของการสนับสนุนของภาครัฐในปัจจุบันภายใต้สภาพแวดล้อมในการผลิตเนื้อหาและบริบทที่แตกต่าง

ที่ประชุมให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การพัฒนาและผลิตเนื้อหา คุณภาพที่มีคุณค่า โดยในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก มีเสน่ห์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมในการนำเสนอทั้งในประเทศ ภูมิภาค และทั่วโลก ในขณะเดียวกันก็ต้องหาทางสร้างสมดุลในการรักษาและส่งเสริมเนื้อหาวัฒนธรรมท้องถิ่นเอาไว้ จากการที่เทคโนโลยีนำรายการเนื้อหาจากต่างประเทศเข้ามา นอกจากนี้มีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในการร่วมผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความหลากหลายด้านการผลิตเนื้อหา รูปแบบ และความคุ้มค่าด้านการลงทุน ส่วนประสบการณ์ของผู้ผลิตรายการที่อยู่ในพื้นที่ทางไกลยังคงอาศัยเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล เช่นการใช้โทรศัพท์มือถือในการผลิตหรือในการส่งสาร

กรณีศึกษาเรื่องรูปแบบของการสร้างสรรค์ เนื้อหาและการสื่อสารข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างไม่หยุดยั้งไปตามการพัฒนาและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งพฤติกรรม การรับชมของผู้ชม ในปัจจุบันไม่เพียงแต่รับชมผ่านสื่อหลักเท่านั้น แต่ Social Media กลับมีบทบาทที่สำคัญและเฟื่องฟูมาก อย่างไรก็ดีตาม การผสมผสานระหว่างสื่อใหม่ (New Media/Social Media) และการกระจายเสียงแบบดั้งเดิม (Traditional Broadcasting) มีความสำคัญที่จะต้องบูรณาการกันเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร การศึกษาและความบันเทิง แก่ผู้รับชม ดังนั้น การสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบรายการให้เหมาะสมและตรงตามความสนใจของกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็น เยาวชนจึงเป็นเรื่องที่น่าจับตาและพัฒนาอย่างจริงจัง

การอภิปรายหัวข้อที่ ๒ : ICT and the Evolving Broadcasting Environment (เทคโนโลยีและการกระจายเสียงบนความเปลี่ยนแปลง)

กรณีศึกษา : รูปแบบของการสร้างสรรค์เนื้อหาและการสื่อสารข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างไม่หยุดยั้งไปตามการพัฒนาและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ศึกษา รูปแบบของการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของการกระจายเสียงโดยข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)/การสื่อสารโทรคมนาคมในยุคหน้า/ การกระจายเสียงและแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT) และกลยุทธ์ที่ดีที่สุดเพื่อจัดการการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

ที่ประชุมชี้ให้เห็นการใช้เทคโนโลยี สร้างโอกาสในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างหลากหลาย ทันสมัย โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องราวแบบนอกกรอบได้อย่างที่นึกไม่ถึง

กรณีศึกษาของเกาหลี กล่าวถึงชี้ให้เห็นถึงเนื้อหาที่มีคุณภาพยังเป็นปัจจัยสำคัญ สะท้อนทาง วัฒนธรรมของเกาหลี ที่แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาดี ๆ จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนานาชาติเอง เพราะฉะนั้น ถ้าเนื้อหาเป็นหลัก (King) วิธีการเผยแพร่ก็เป็นรอง (distribution is Queen)

ที่ประชุมยังได้ยกตัวอย่างความสำเร็จและข้อเสนอแนะทางการปรับตัวของสื่อในยุคดิจิทัล เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รวมถึงชี้ให้เห็นโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มคุณค่าและช่องทางการเข้าถึงใจผู้รับสาร ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่องราวที่สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นปัจเจกบุคคลมากกว่าจะหว่านแบบ ประชาชนทั่วไป การใช้สื่อออนไลน์สร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายทางออนไลน์ ซึ่งยังสามารถใช้เป็นข้อมูล สำคัญนำไปสู่การวางแผนผลิตเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้ชมผู้ฟังต่อไปด้วย กรณีของ CCTV ให้ความสำคัญกับสารคดี ทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษ โดยเห็นว่าสารคดีเป็นเครื่องมือสำคัญในการ สานความเข้าใจทางวัฒนธรรม และสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอประเทศจีนในมุมมองของคนจีน

การอภิปรายหัวข้อที่ ๓ : Compelling Content and New Ways of Telling the Story (เนื้อหาที่น่าสนใจและวิธีการใหม่ๆ ในการบอกเล่าเรื่องราว)

ทำอย่างไรให้ประเด็นหรือเหตุการณ์ต่างๆ มีความโดดเด่น และมีเนื้อหาสาระที่ชวนติดตาม อะไรคือเทคนิคที่นักสื่อสารมวลชนควรเรียนรู้ที่จะทำให้การถ่ายทอดเนื้อหา สร้างรูปแบบและการสื่อสารมีผล ต่อเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ ปัจจุบันผู้รับสารต้องการบริโภคเนื้อหาหลากหลายที่มีความหลากหลายมากกว่าการ เล่าเรื่องแบบเดิมๆ

เวทีการอภิปรายสรุปหัวข้อ Story Telling ว่าการเล่าเรื่องใคร ๆ ก็เล่าได้ แต่ที่แตกต่างคือ สื่อเล่าเรื่องเป็นอาชีพ จึงต้องมีความเป็นมืออาชีพ แม้ว่าเราจะมีหลักการและหลักเกณฑ์ในการบอกกล่าวเล่าเรื่อง ของสื่อมืออาชีพ แต่สิ่งที่ต้องทำคือ ทำอย่างไรให้มีความน่าสนใจไม่น่าเบื่อ ผู้ผลิตจึงต้องหาทางคิดนอกกรอบ จับโน้มน้าวผสมนี้เพื่อดึงความสนใจ ต้องมีเนื้อหาดี ๆ มาขายกลุ่มเป้าหมายสรุปคือใช้โอกาสจากเทคโนโลยีในการ ช่วยโดยไม่ต้องลงทุนมาก

การอภิปรายหัวข้อที่ ๔ : Diversity VS Diversity: Coexistence of Local Culture and Globalized Content (ความหลากหลาย VS ความหลากหลาย : การอยู่ร่วมกันของวัฒนธรรมท้องถิ่นและยุคโลกาภิวัตน์)

ในขณะที่ความหลากหลายของสื่อได้ขยายตัวเรื่อยๆ ตามความเจริญและการขยายตัวของอุตสาหกรรมกระจายเสียงที่ขึ้นกับความต้องการของผู้ชม/ผู้ฟัง การเติบโตของอุตสาหกรรมการอำนวยความสะดวก กลุ่มสื่อขนาดใหญ่อาจจะขัดต่อวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ผู้ผลิตเนื้อหาจะยังหาสัดส่วน/สมดุลระหว่างการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการยอมรับเนื้อหาจากต่างประเทศหรือไม่ จะต้องมีวิธีการด้านกระแสโลกาภิวัตน์ หรือมาตรการอย่างไรในการดำเนินการเรื่องนี้

ที่ประชุมมีการยกประเด็น “การรุกราน” เนื้อหาในยุคโลกาภิวัตน์ บนความแตกต่าง/ความหลากหลายของท้องถิ่น รัฐบาลจะต้องมีบทบาทในการควบคุมและจัดการกับเนื้อหาเพื่อคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นในภูมิภาค

ที่ประชุมกล่าวถึงกลยุทธ์หนึ่งในการนำ local content สู่อินเทอร์เน็ต คือการสร้างเนื้อหาคุณภาพที่น่าสนใจ แล้วอาจจะสร้างสรรค์ promo หรือ teaser ที่แหวกแนวนำลงในสื่ออินเทอร์เน็ต หรือ social media เพื่อจะได้นำเสนอให้ตรงความสนใจ อย่างไรก็ตาม ความท้าทายคือความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่างชาติคืออะไร เขาจึงใช้วิธีในการร่วมทำ Co - production กับองค์กรสื่อชั้นนำของโลกเพื่อเปิดโลกทัศน์มุมมอง

Mr Kinley Dorji, Secretary, Ministry of Information, Bhutan กล่าวว่า ยุคโลกาภิวัตน์มีอำนาจต่อ Localization แม้ว่าเอเชียจะมีความเด่นทางวัฒนธรรม แต่ด้านเนื้อหา ยังคงต้องอยู่ ดังนั้นบางประเทศในเอเชียจึงสนับสนุนเนื้อหาของ Bollywood และรูปแบบรายการของประเทศเกาหลี เป็นต้น

Ms Moneeza Hashmi, President, Public Media Alliance, United Kingdom & General Manager, HUM TV, Pakistan กล่าวว่า ในปากีสถานก็มีการรุกรานของสื่อที่มีผลกระทบต่อเด็กคือ ทำให้เด็กลืมวัฒนธรรมของตนเองและคิดเหมือนพวกตะวันตก ซึ่งถือเป็นภัยคุกคามด้านเนื้อหาท้องถิ่นในประเทศ ต้องหันกลับมาคิดว่า จะทำอย่างไรในการรักษาวัฒนธรรมที่แตกต่างให้อยู่รวมกันได้และเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาสากล (National Content)

นอกจากนี้ ยังมีมุมมองในที่ประชุมว่าประเทศต่าง ๆ อาจสูญเสียภาษาในอนาคตเพราะเด็ก ๆ เปิดรับรายการเกาหลีหรือรายการอเมริกามากกว่าเปิดรับเนื้อหาท้องถิ่น รัฐบาลจำเป็นต้องมีการลงทุนเพื่ออนุรักษ์เนื้อหาท้องถิ่นไว้

แต่ Ms Juliette Vivier, Deputy Director, CMC Vietnam – Hiventy Group, Vietnam มีมุมมองที่แตกต่างว่าในบางประเทศในเอเชียและแอฟริกา เนื้อหาท้องถิ่นกำลังพัฒนาขึ้น

ในการจัดการกับผลกระทบจากโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลต่อเนื้อหาท้องถิ่นนั้น Ms Kim Kyung Hee เปิดเผยว่าในเกาหลีมีแนวทางปฏิบัติคือ รัฐบาลจะเข้ามามีบทบาทในการควบคุมกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาท้องถิ่น

นอกเหนือจากการลงทุนด้านเนื้อหาแล้ว รัฐบาลจำเป็นต้องลงทุนโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อประโยชน์ต่อประชาชนในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้เต็มที่จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ

การอภิปรายหัวข้อที่ ๕ : Monetizing Content and Dealing with Copyright Issues (สร้างรายได้เนื้อหาและการจัดการกับปัญหาลิขสิทธิ์)

ตลาดสำหรับเนื้อหาของสื่อเพิ่มและซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาออนไลน์และความหลากหลายของ Platforms ทำอย่างไรให้ผู้ผลิตสามารถวางจุดขาย จัดรูปแบบ เปลี่ยนโฉม ทำให้อย่างไรให้มีประสิทธิภาพ รับฟังการแก้ไขการสูญเสียเงินจากการละเมิดลิขสิทธิ์ จะมีวิธีการที่สามารถดำเนินการผลักดันนโยบายด้านลิขสิทธิ์มีความเข้มงวดได้หรือไม่

เวทีได้หยิบยกตัวอย่างความพยายามของรัฐบาลกาตาร์และกลุ่มบริษัท Times Group and Prasar Bharati ของอินเดียในการแปลงเนื้อหาให้เป็นดิจิทัล ซึ่งจะส่งผลประโยชน์อย่างมากจากความคิดริเริ่มนี้ เมื่อเนื้อหาเป็นดิจิทัลก็จะทำให้การจัดการกับเนื้อหาตลอดจนเลือกใช้ Platforms ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สะดวกขึ้น ถือเป็นสิ่งที่คุ้มค่า

Showcasing of Selected World TV Awards Entries (รางวัลโทรทัศน์โลก)

AIBD จัดประกวดรายการโทรทัศน์เพื่อให้ตระหนักถึงบทบาทของสื่อในการส่งเสริมการรับรู้ของกลุ่มผู้ชม ในประเด็นสำคัญๆ เช่น ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับศาสนา ความอดทน และความสงบสุข โดยคัดเลือกรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อมอบรางวัลโทรทัศน์โลก ๒๐๑๖ โดยมีการจัดฉายรายการที่ได้รับคัดเลือก และประกาศชื่อรายการโทรทัศน์ที่ชนะเลิศ รางวัลชนะเลิศและระดับรองชนะเลิศ

ที่ประชุมได้ประกาศผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศและรองชนะเลิศการประกวดรายการโทรทัศน์ระดับโลก ประจำปี ๒๕๕๙

๑. รางวัลสารคดีโทรทัศน์ยอดเยี่ยมด้านมนุษยธรรม ในเรื่องของการสนับสนุนสิทธิเด็ก ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ เรื่อง Real Time: The Price of Gold โดย GMA Network

๒. รางวัลสารคดีโทรทัศน์ยอดเยี่ยมด้านวิทยาศาสตร์/สิ่งแวดล้อม ในเรื่อง “การสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม” ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย เรื่อง "Sumatra's Last Tigers" โดย Novista Sdn Bhd

๓. รางวัลรองชนะเลิศสารคดีโทรทัศน์ด้านมนุษยธรรม ในเรื่องของการสนับสนุนสิทธิเด็ก ได้แก่ ประเทศเวียดนาม เรื่อง The Way Home โดยสถานีโทรทัศน์เวียดนาม (VNV)

๔. รางวัลรองชนะเลิศสารคดีโทรทัศน์ด้านวิทยาศาสตร์/สิ่งแวดล้อม ในเรื่อง “การสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม” ได้แก่ ประเทศมองโกเลีย เรื่อง "Search for Water" สถานีโทรทัศน์แห่งชาติมองโกเลีย (MNB)

CEO Roundtable - Looking Forward: Vision for Cutting-edge Content (มองไปข้างหน้า : วิสัยทัศน์สำหรับเนื้อหาที่ทันสมัย)

การพัฒนาเทคโนโลยี การแข่งขันที่รุนแรง และทางเลือกของผู้บริโภคข่าวสารในโลกของอุตสาหกรรมสื่อ ถือเป็นวิกฤตสำหรับผู้ผลิตสื่อในการกำหนดเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ เนื้อหาในทศวรรษหน้าจะเป็นอย่างไร การประชุมครั้งนี้เป็นการนำเสนอวิสัยทัศน์ของผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อที่มีการแข่งขันสูง

สำหรับสื่อมวลชนในการพัฒนาและคงคุณค่าของเนื้อหาที่ทันสมัย จำเป็นต้องผลิตและเผยแพร่เนื้อหาหลากหลายช่องทาง การผลิตเนื้อหาจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มวัยรุ่นและเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมทั้งหมด

Mr Lv Peng, President, Shandong TV, China กล่าวว่าปัจจุบันผู้ชมสามารถที่จะเปลี่ยนช่องทางการรับชมได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายดาย เพราะฉะนั้นสื่อโทรทัศน์จำเป็นต้องเพิ่มความรวดเร็ว มี Media Convergence สร้างสื่อใหม่ และตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารและความต้องการของผู้รับชม ซึ่งต้องปรับเปลี่ยน รูปแบบ เนื้อหา ความยาว ประเภท ฯลฯ ไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังได้ชี้ประเด็นที่จะตอบสนองของกลุ่มผู้รับชมที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นว่า เนื้อหาควรมีรูปแบบ Animation, Comics, และรูปแบบรายการใหม่ๆ ในลักษณะเกมส์ เพื่อดึงดูดความสนใจ และต้องคำนึงถึงห่วงโซ่อุตสาหกรรมสื่อทั้งหมด เพื่อสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจที่ดีมีกลุ่มผู้รับมากขึ้น

Mr S. M. Haroon-Or-Rashid, Director-General, Bangladesh TV (BTV), Bangladesh ได้เน้นย้ำเรื่องความจริงจังของสื่อในการเผยแพร่เนื้อหาที่ถูกต้อง มีความหลากหลายและมีความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นจริยธรรมหลักของสื่อมวลชน

๕. การประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์

การประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์ (AIBD Strategic Plan Team) ครั้งที่ ๓๕ มีขึ้นในวันที่ ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๙ เวลา ๑๙.๐๐ – ๒๒.๓๐ น. ณ ห้องประชุม ชั้น ๓๗ โรงแรมไอศุวัค อินซอน มีผู้เข้าร่วมประชุมจากประเทศสมาชิก AIBD ประมาณ ๒๐ คน โดยมีนายอินทัย อุดมศิลป์ จาก ThaiPBS เป็นประธานการประชุม

ที่ประชุมได้รับทราบและทบทวนผลการจัดกิจกรรมในช่วงการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre-Summit) และในช่วงการประชุม (Plenary) ของการประชุม AMS ดังนี้

๑. ในเชิงของเนื้อหาสาระ การมีส่วนร่วมและผลการตอบรับจากผู้เข้าร่วมประชุม ส่วนใหญ่จะอภิปรายกันในหัวข้อเชิงสร้างสรรค์ในมิติที่กว้างขึ้น นอกเหนือจากบริบททางด้านสื่อ ทั้งนี้เพื่อให้ AMS มีการพัฒนาในเชิงสาระได้มากขึ้น หัวข้อที่จะนำมาพิจารณาในการจัดครั้งต่อไป ได้แก่ เรื่องความเสมอภาคของสื่อ สื่อกับสตรี เด็กและผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น

๒. ที่ประชุมรับทราบ แนวคิดของ Mr. Changin ผู้อำนวยการ AIBD ในประเด็น การพัฒนา AIBD ทั้งหมด ๔ ด้าน ได้แก่

- การปรับภาพลักษณ์ของ AIBD (Proposal on rebranding the AIBD – Pacific Institute for Broadcasting Development)

- การริเริ่มรางวัล “The AIBD Golden Bridge Awards on Intercultural Understanding” เพื่อส่งเสริมความเข้าใจทางด้านวัฒนธรรมของนานาชาติ ภูมิภาคที่มีความแตกต่าง

- ข้อเสนอโครงการ/กิจกรรม การฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรในปี พ.ศ.๒๕๕๙ – ๒๕๖๐ ของ AIBD

- AIBD ให้ความสำคัญกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ๑๗ ประการของสหประชาชาติ (SDG Workshop) เรียกร้องให้สมาชิกผลักดันส่งเสริมการดำเนินโครงการ/กิจกรรม โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับประเด็นดังกล่าว กำหนดเป็นแนวทางในการส่งเสริมเรื่องนี้ผ่านการจัดฝึกอบรมให้แก่ประเทศสมาชิก

๖. บทสรุป

จากการนำเสนอข้อมูลของผู้แทนแต่ละประเทศในหัวข้อต่างๆ ภายใต้แนวคิดหลัก “New Horizons for Media Content.: Asia and Beyond” ที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับเนื้อหาของสื่อที่มีคุณภาพ เป็นเวทีผู้นำด้านสื่อและผู้ปฏิบัติงานจากทั่วภูมิภาคในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิด โดยเฉพาะ ประเด็น “Content is King, But Distribution is Queen” คือการสร้างเนื้อหาให้มีคุณค่าควบคู่ไปกับการนำคุณค่าจากเนื้อหาไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันนี้รายการจากช่องโทรทัศน์ต่างๆ มีมากมาย ทั้งรายการเพลง ช่องข่าว ช่องศิลปะ กีฬา บันเทิง ฯลฯ ต่างๆ เหล่านี้ มีไว้ในเพื่อให้ผู้ชมได้เลือกชมรายการที่ตนเองสนใจ ตามรสนิยม โดยการกดตัวรีโมทเพียงเสี้ยววินาที ในเวทีการประชุมจึงได้ให้แนวคิดที่ว่า ทำอย่างไรให้เนื้อหารายการที่นำเสนอสามารถดึงดูดการเลือกรับรู้ของผู้ชมให้ได้ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับประเด็นการสร้างเนื้อหาในยุคโลกาภิวัตน์ บนความแตกต่าง/ความหลากหลายของท้องถิ่น ต้องหันกลับมาคิดว่าจะทำอย่างไรในการรักษาวัฒนธรรมที่แตกต่างให้อยู่รวมกันได้และเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาสากล (International Content) ซึ่งรัฐบาลจะต้องมีบทบาทในการควบคุมและจัดการกับสัดส่วนเนื้อหาเพื่อคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นในภูมิภาค

๗. ข้อเสนอสำหรับ กปส.

๑. กปส. จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่ทันสมัยขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาออนไลน์ โดยสื่อในความรับผิดชอบทั้งสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ สำนักข่าวต้องบูรณาการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้ Platform ต่างๆ ในการรับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย

๒. ในการจัดทำแผนงานฝึกอบรมบุคลากร กปส. สามารถนำหัวข้อที่น่าสนใจจากการอบรมเชิงปฏิบัติการมาพัฒนาต่อยอดให้บุคลากร กปส. เช่น หัวข้อ “เทคนิคการใช้อากาศยานไร้คนขับ (Drones) ในการผลิตรายการ” (Using Drones for Production: A New Wave in Broadcast Content Production) และหัวข้อ “การวิเคราะห์/สถิติการใช้สื่อออนไลน์ และสื่อสังคม (Social Media) ในปัจจุบัน” (Online and Social Media Analytics/Statistics) เป็นต้น โดยวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านนี้และให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับตลอดจนประสบการณ์ในเวทีการอบรมนานาชาติ (Knowledge Management -KM) ให้กับบุคลากรในหน่วยงาน กปส. เป็นการขยายผลต่อไป

๓. สื่อหลักของ กปส. ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ข่าว สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกัน รวมตัวเฉพาะกิจในการร่วมผลิตรายการสารคดีที่มีคุณภาพ จากประสบการณ์ที่ได้รับในหัวข้อ Showcasing of Selected World TV Awards Entries (รางวัลโทรทัศน์โลก) ได้เห็นมุมมองการคิด/การเล่าเรื่องด้วยภาพ/บท ในระดับสากล เพื่อพัฒนารายการสารคดีของ กปส. ส่งประกวดในเวทีนานาชาติต่อไป

๘. การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชียครั้งต่อไป

Mr. Yan Chengsheng รองผู้อำนวยการใหญ่สำนักกิจการสื่อ สิ่งพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์และโทรทัศน์ สาธารณรัฐประชาชนจีน (Deputy Director General of the State Administration of Press, Publication, Radio, Film & Television, China) ประกาศเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (ASIA MEDIA SUMMIT หรือ AMS) ครั้งต่อไป (ปี ค.ศ.๒๐๑๗) จะจัดขึ้นที่ ชิงเต่า (Qingdao) สาธารณรัฐประชาชนจีน

สำนักงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
กรมประชาสัมพันธ์
มิถุนายน ๒๕๕๙

