



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11
พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่น ”

โดย นางหฤทัย ชัดนาค และคณะ

กุมภาพันธ์ 2548

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “สถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่น ”

คณะผู้วิจัย

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. นางหฤทัย ชัดนาค | (หน่วยงานที่สังกัด) |
| 2. นายระดล คำสีสังข์ | สำนักงานการประถมศึกษา
อ.พรหมพิราม จ.พิษณุโลก |
| 3. นางสาวอ้อมจิต เป้นศรี | อาจารย์พิเศษ
สถาบันราชภัฏ จ.เชียงราย |
| 4. นางสาวรพีพรรณ พุ่มพวง | ผู้สื่อข่าวอิสระ |

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน”

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

หากมองย้อนกลับไปดูกำเนิดโทรทัศน์ในประเทศไทยจะเห็นว่า สื่อวิทยุโทรทัศน์เกิดขึ้นจาก ภาครัฐ ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม มีประวัติและวิวัฒนาการที่ล้วนเป็นไปเพื่อสนองนโยบาย การประชาสัมพันธ์งานของรัฐบาล หรือข้อมูลของรัฐที่ต้องการให้เป็นทั้งสั้น ทั้งนี้วัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ การสร้างความมั่นคงของรัฐนั่นเอง ดังนั้นการให้บริการข้อมูลข่าวสารตลอดจนสาระและ การบันเทิงทุกประเภทจึงอยู่ภายใต้การควบคุมของราชการทั้งหมด ตามพระราชบัญญัติวิทยุ กระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 ที่ระบุไว้ว่า “หน่วยงานของรัฐตามที่ระบุไว้เท่านั้น จึงจะมีสิทธิ์ถือครองใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์” และนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีหน้าที่เป็นเพียงผู้รับสารที่สื่อเข้ามาเสนอให้โดยไม่คำนึงถึงความต้องการที่แท้จริง ส่วนสื่อที่อยู่ในระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่นเป็นเพียงช่องทางของข้อมูลข่าวสารที่รัฐมีวัตถุประสงค์จะให้เพียงอย่างเดียว โดยไม่สามารถผลิตงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ในท้องถิ่นนั้นๆได้เช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็น “กระบวนทัศน์เดิม” ของการดำเนินงานวิทยุโทรทัศน์

ต่อมาเมื่อกระแสเรียกร้องเสรีภาพทางข่าวสารมากขึ้น เนื่องจากปี พ.ศ. 2535 องค์การทาง การเมืองพยายามปกปิดข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนในกรณีพฤษภาทมิฬ ทำให้มีการพิจารณาบท ทวนบทบาทของ สื่อมวลชนกันใหม่ และได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน (พ.ศ. 2540) ขึ้นพร้อมกับกำหนดพระราชบัญญัติในมาตรา 40 ให้มีองค์การอิสระที่จะเข้ามาทำหน้าที่ จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ กสท. เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น กำหนดสัดส่วนการออก อากาศ โดยเพิ่มการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของและใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตรวจสอบ การทำงานของภาครัฐและพัฒนาชุมชนของตนเองตามความเหมาะสมได้ ซึ่งต่างไปจากเดิมที่ ผ่านมา ซึ่งถือได้ว่าเป็น “การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์” ของการดำเนินงานวิทยุโทรทัศน์ ให้แตกต่างไปจากเดิม คือ “รัฐ” หรือ “ผู้ผลิต” เป็นศูนย์กลางเพียงอย่างเดียว นำไปสู่การตื่นตัวและ หันมาให้ความสำคัญกับระดับท้องถิ่น ไปจนถึงระดับชุมชน โดยมี “คนในชุมชน” เป็นศูนย์กลาง ด้วย

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนจึงมีบทบาทเด่นชัดขึ้น ซึ่งจากหลักการมีคำสำคัญ

(keywords) ที่นับเป็นกุญแจไขไปสู่ความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ของหลักการนี้ 3 คำ คือ “โดย” , “เพื่อ” และ “ของ” ดังนั้นสื่อชุมชนจึงต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชนนั้นหรือโดยพวกเขาเอง นั้นเป็นส่วนหนึ่งในหลายๆบทบาทของการมีส่วนร่วม ดังนั้นสื่อเพื่อชุมชนจึงไม่เพียงแต่มีลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเท่านั้น หากต้องเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะ โดยการกำหนดหรือวางแผนการใช้สื่อ การเป็นผู้ผลิต การเป็นผู้แสดง ฯลฯ ด้วยตนเองมิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน มีเนื้อหาที่สอดคล้องเหมาะสมต่อความต้องการของคนในชุมชน ให้สามารถเข้าถึงได้ เน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสำหรับประโยชน์การใช้งานของคนในชุมชน เพื่อนำไปใช้หาข่าวสาร ความรู้และสร้างความบันเทิงใจใจ ท้ายที่สุดคนในชุมชนจึงจะเกิดความรู้สึกรัก ห่วงแหน และเป็นเจ้าของสื่อ นั้น สรุปคือ

1.คนในชุมชนมีโอกาสในการเข้าถึง (Access) เปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่ตนสนใจได้ ตราบเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย

2.คนในชุมชนมีส่วนร่วม (Participation) ในทุกระดับในระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ

3.คนในชุมชนสามารถจัดการด้วยตนเอง (Self-management) ตามวิถีทางประชาธิปไตย และการตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผนจนกระทั่งการกำหนดนโยบายบริหารและลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง

แม้ว่ากระบวนการนี้ในการดำเนินงานวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทยจะได้ปรับเปลี่ยนไปแล้ว แต่เมื่อจำต้องลงมือดำเนินการจริงก็ยังไม่ได้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เนื่องจากงานด้านนี้มีความยุ่งยาก ซับซ้อนและมีข้อจำกัด ทั้งในด้านเงินงบประมาณ เทคนิค อุปกรณ์ ตลอดจนบุคลากรที่ต้องทำงานร่วมกันเป็นทีมและมีจำนวนมากซึ่งต่างจากสื่อประเภทอื่นๆ นอกจากนั้น ลักษณะการดำเนินงานและแพร่ภาพออกอากาศรายการของสถานีโทรทัศน์ที่ถือเป็น สถานี(ช่อง) หลักคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และ 7 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สทท.11) และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ก็เป็นไปในระดับชาติเกือบทั้งสิ้น จะมีก็เพียง สทท.11แห่งเดียวที่มีการแบ่งส่วนพื้นที่การแพร่ภาพออกอากาศและผลิตรายการในลักษณะรายการจากส่วนกลาง (Nation Programm) เป็นหลักและเปิดโอกาสให้สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นซึ่งกระจายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากถึง 10 สถานี ได้ผลิตรายการเพื่อเผยแพร่และออกอากาศเฉพาะพื้นที่รับผิดชอบเองซึ่งจัดว่าเป็น “ รายการเพื่อท้องถิ่น” (Local Programm) ด้วย ฉะนั้นเมื่อเทียบกับสถานีโทรทัศน์แห่งอื่นๆ ทำให้พอจะมองเห็น

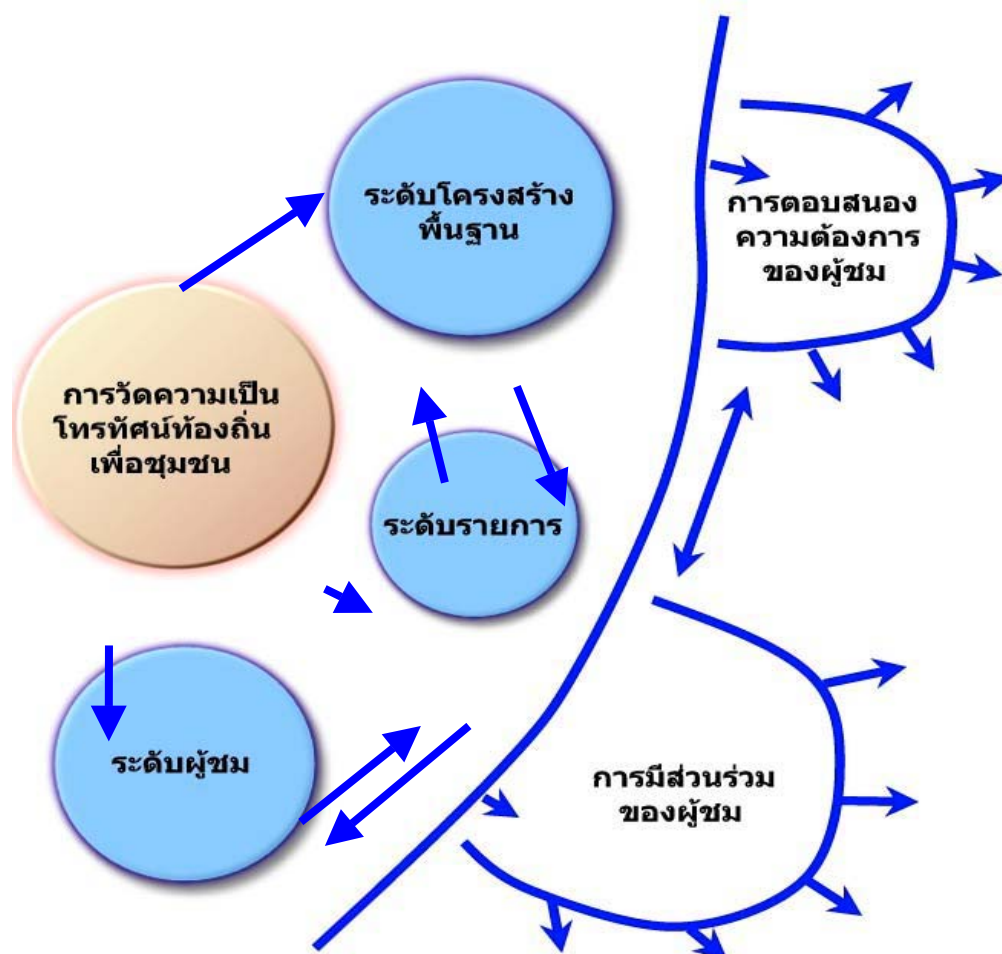
คู่ทางและความเป็นไปได้ในการเป็น “สื่อเพื่อชุมชน” ได้ค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาในแง่แหล่งข้อมูล ความใกล้ชิดกับชุมชน การตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนได้ง่ายกว่าซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา หนึ่งในสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นของ สทท. 11 กรมประชาสัมพันธ์ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก (สทท.11 พิษณุโลก) ซึ่งมีพื้นที่บริการคือ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ตาก นครสวรรค์ สุโขทัย อุทัยธานี และอุตรดิตถ์ และใช้ชื่อการวิจัยว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน “ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อสำรวจสถานภาพและบทบาทของโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนผ่านรายการของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 พิษณุโลกในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สทท.11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน
3. เพื่อวิจัยและพัฒนารายการของ สทท.11 พิษณุโลก โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอประเด็นชุมชนของตนเอง
4. เพื่อติดตามผลที่เกิดขึ้นต่อประชาชนในเขตภาคเหนือตอนล่างและก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างไรบ้าง ภายหลังการดำเนินการตามข้อ 3.

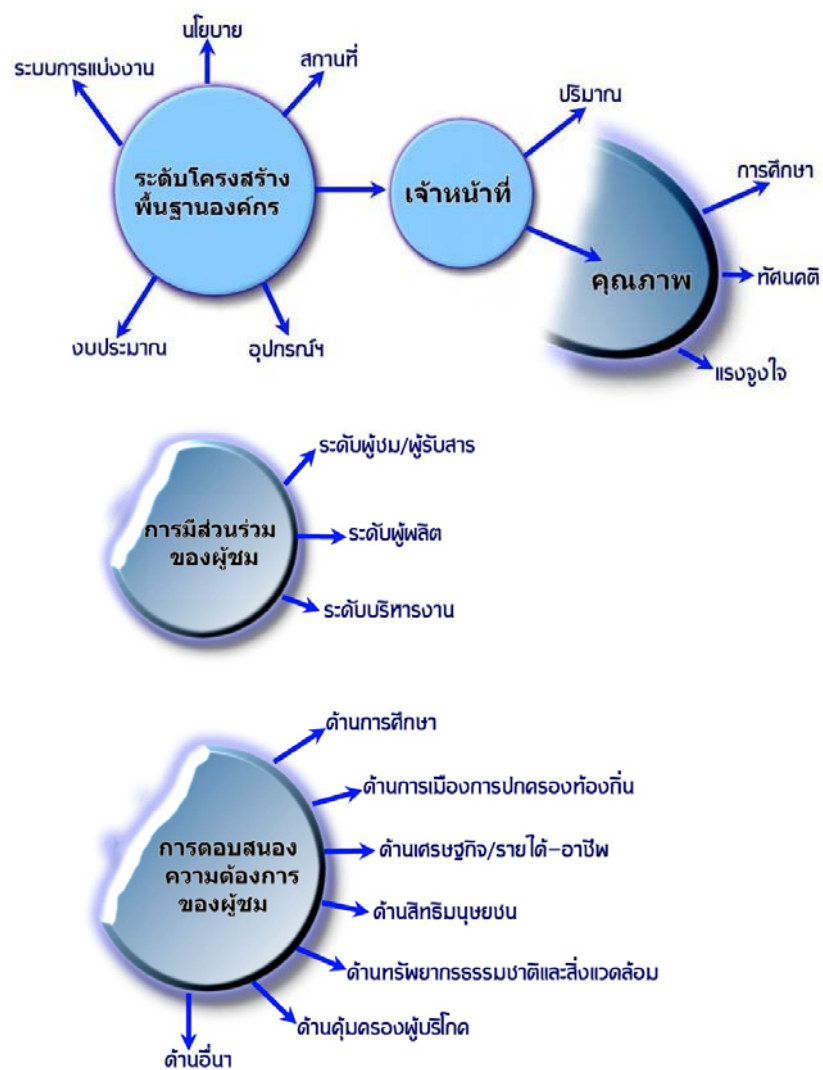
ในเบื้องต้นเป็นการวิจัยเพื่อมองดูสภาพ **อดีต – ปัจจุบัน** โดยมีรายการท้องถิ่นของสถานีเป็นตัวตั้ง โดยวิธีการสำรวจความนิยมรายการปัจจุบันและข้อคิดเห็นที่มีต่อการผลิตรายการที่จะทำการทดลองในระหว่างการศึกษา ร่วมกับ การวิจัยเอกสาร ได้แก่ บทโทรทัศน์ จดหมายและไปรษณียบัตรจากผู้ชม หนังสือ และเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง การจัดเวทีเสวนาแสวงหาแนวทางในการพัฒนารายการท้องถิ่นและการสนทนากลุ่มย่อย (focus group) ช่วงที่สองจึงเป็นการนำรายการท้องถิ่น จาก 2 ใน 7 รายการปัจจุบัน ได้แก่ รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน และรายการส่งเสริมศิลปป็นไทย (การแสดงลิเก) มาทดลองผลิตตามแนวคิดโทรทัศน์เพื่อชุมชนในลักษณะ Action Research เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนารายการ และประเมินศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในอนาคต โดยใช้เกณฑ์การวัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น ดังแผนภาพที่ 1 และ แผนภาพที่ 2

แผนภาพที่ 1 แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่น ของ สทท. 11 พิษณุโลก

ในภาพรวม



แผนภาพที่ 2 แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเป็นโทรศัพท์ท้องถิ่น ของ สทท. 11
พิษณุโลก ในแต่ละระดับ (เกณฑ์ย่อย)



อย่างไรก็ตามจากสัญลักษณ์  แสดงว่าในทุกระดับที่นำมาวิเคราะห์ ล้วนมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอยู่ จึงต้องพิจารณาในลักษณะรอบด้าน ส่วนสัญลักษณ์  แสดงถึงองค์ประกอบย่อยต่างๆที่เป็นตัวจักรให้ระดับต่างๆขับเคลื่อนไปได้ ซึ่งจะนำไปสู่การมีฐานะเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ในที่สุดนั่นเอง

โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานและกรอบการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนตามทัศนะของผู้วิจัย ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1 ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของสถานี ต้องเอื้ออำนวย คือ

- มีนโยบายการบริหารที่เน้นไปเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน
- มีสถานที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นหรือชุมชน
- มีงบประมาณเพียงพอในการบริหารจัดการ - ดำเนินการ
- มีอุปกรณ์เพียงพอต่อการผลิตรายการ
- มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการผลิตรายการ

2 กระบวนการผลิตรายการ ต้องเน้น 3 ส่วนคือ

- 2.1 การมีส่วนร่วมของผู้ชมหรือประชาชนในท้องถิ่น ในทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ ระดับการเป็นผู้รับสาร ระดับผู้ร่วมผู้ร่วมผลิต และระดับบริหารงาน
- 2.2 เนื้อหาของรายการต้องตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนในด้านใดด้านหนึ่ง อย่างน้อย 1 ด้าน เช่นส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ
- 2.3 นำไปสู่การนำไปใช้พัฒนาตนเอง และชุมชนได้

โดยที่การจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนใน 3 ส่วนนี้ ต้องพิจารณาจาก ขั้นตอนของการผลิตตามที่กล่าวถึงนี้เป็นสำคัญคือ

- ขั้นที่ 1 มีการรับฟังความคิดเห็น - ความต้องการของผู้ชมก่อน
- ขั้นที่ 2 มีการปรึกษา วางแผน วางรูปแบบ และกำหนดแนวคิดของรายการ
- ขั้นที่ 3 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรหรือหน่วยงานอื่นบ้าง
- ขั้นที่ 4 การเขียนบท โดยมีทั้งผู้ผลิตของสถานีและชาวบ้าน ร่วมกันคิด - นำเสนอ

ขั้นที่ 5 ในการถ่ายทำ ต้องมีการทดลองฉายก่อนออกอากาศ เมื่อรายการผลิตได้บางส่วน
ขั้นที่ 6 เมื่อแพร่ภาพแล้วต้องประเมินผล

2.3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการของผู้ชม ควรมากกว่าร้อยละ 70 ในทุก
ประเด็นที่ได้ทำการสำรวจ

2.4 สัดส่วนรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชน เมื่อเทียบกับรายการที่เป็นระดับชาติ
(National Programm) ควรอยู่ที่ 30 : 70 เป็นอย่างน้อย

ในแต่ละหัวข้อที่ตั้งไว้ทั้ง 4 หัวข้อนี้ จะแยกวิเคราะห์เป็น 2 ลักษณะคือ

- 1) แต่ละหัวข้อข้างต้น สามารถเกิดขึ้นและเป็นไปได้หรือไม่
- 2) รวมทุกหัวข้อข้างต้นเป็นภาพรวม มีแนวโน้มหรือความเป็นไปได้อย่างไร
 - ถ้ามีปัจจัยแต่ละด้านรวมกันได้ครั้งหนึ่งขึ้นไป แสดงว่าน่าจะมีความเป็นสถานี
โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ แต่
 - ถ้ามีปัจจัยแต่ละด้านรวมกันแล้วน้อยกว่าครึ่ง หรือเพียง 1-2 ปัจจัยเท่านั้น
แสดงว่ายังไม่สามารถแสดงความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้

ขั้นแรกเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกสำรวจความนิยมรายการท้องถิ่นปัจจุบัน
ของ สทท. 11 พิษณุโลก พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นประมาณร้อยละ 43 ซึ่งเกือบครึ่งหนึ่งของทั้ง
หมดในการสำรวจ ไม่นิยมชมรายการต่างๆของ สทท. 11 เนื่องจากยังติดภาพลักษณ์ของสถานีว่า
เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของทางราชการ และประการสำคัญที่เป็นตัวแปรคือ ความไม่ต่อเนื่องและ
ไม่แน่นอนของรายการประจำวันต่างๆตามผัง ซึ่งผู้ชมไม่สามารถติดตามได้ ส่วนผู้ชมอีกร้อยละ
57 ที่นิยมชมรายการส่วนใหญ่คือ กลุ่มผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่รัฐ ที่มักเป็นแหล่งข้อมูลในการ
ผลิตและสนใจรายการประเภทสาระความรู้ เนื่องจากมีพื้นฐานความรู้พอสมควรและรายการส่วนใหญ่
เน้นเนื้อหาสาระที่เอื้อประโยชน์และตอบสนองความต้องการได้ โดยเฉพาะด้านการปฏิบัติงาน
ทำให้ทราบความเคลื่อนไหวในพื้นที่ได้ดี และในบางครั้งอาจเป็นเรื่องราวของหน่วยงาน ชุมชน
หรือตนเองที่ถูกสัมภาษณ์และถูกถ่ายทำไปก็ว่าได้ และนัยแฝงคือเมื่อมีสื่อเข้ามาช่วยประชา
สัมพันธ์ก็จะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือ น่าสนใจ และสร้างชื่อเสียงได้มากขึ้นด้วย นับว่าคนทั้งสอง
กลุ่มนี้สามารถนำสาระความรู้จากรายการของ สทท. พิษณุโลกไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากกว่าผู้
ชมกลุ่มอื่น เช่นเดียวกับกลุ่มผู้ที่ทำงานอยู่กับบ้าน เช่น ค้าขาย เย็บผ้า เสริมสวย ฯลฯ ซึ่งมีโอกาส
ในการเปิดรับได้ง่ายกว่าประชาชนทั่วไปในกลุ่มอาชีพอื่นๆ ซึ่งมักมีพื้นฐานความรู้ค่อนข้างน้อย
ทำงานมาเหนื่อยและหนัก จึงต้องการชมรายการในรูปแบบของบันเทิงมากกว่าสาระที่มองว่า

เครียดเกินไป มัวแต่ยุ่งอยู่กับการทำมาหากินมากกว่าที่จะเปิดทีวีรับชมรายการในช่วงเวลาทองถิ่น ซึ่งตรงกับเวลาบ่าย-เย็นพอดี บางส่วนมองว่าเนื้อหาค่อนข้างไกลตัวและติดภาพลักษณ์ของสถานีว่าเป็นของรัฐมากเกินไป จึงไม่ค่อยเชื่อถือนัก คล้ายกับว่าไม่ค่อยเป็นกลาง เอนเอียงไปเข้าข้างรัฐบาลเสียมากกว่า ทั้งนี้โดยภาพรวมจะเห็นว่าลักษณะงานและพื้นฐานการศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญในการเลือกที่จะรับชมหรือไม่รับชมรายการโทรทัศน์

สำหรับสาเหตุที่ไม่รับชม ส่วนใหญ่จะบอกว่าไม่มีเวลา หรือเวลาในการออกอากาศรายการทอง ถิ่นไม่ตรงกับช่วงที่ว่าง เช่น ยังอยู่ระหว่างการเดินทางกลับบ้าน ยังทำงาน ทำไร่นาอยู่ รองลงมาจะเป็นเรื่องการรับสัญญาณการแพร่ภาพออกอากาศไม่ได้ หรือไม่ชัดเจนทำให้น่าเบื่อและไม่อยากชม รวมทั้งมีรายการของช่องอื่นที่ชอบดูมากกว่าในเวลาเดียวกัน ส่วนปัจจัยอื่นๆที่พบบ้างแต่ไม่มากนัก ได้แก่ เห็นว่ารายการไม่น่าสนใจและไม่ค่อยชอบ ไม่ทราบเวลาการออกอากาศที่แน่นอน เข้าใจสับสนหรือบางคนไม่รู้เลยว่าช่อง 11 มีเวลาของทองถิ่นด้วย (คิดว่ามีแต่สทท.11 ส่วนกลางอย่างเดียว) และ รายการเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่เป็นไปตามที่แจ้งไว้

ประเด็นที่ผู้ชมต้องการให้ปรับปรุง คือ เทคนิคการนำเสนอ ความทันสมัยและแปลกใหม่ในรายการ การขยายเวลาการออกอากาศหรือเพิ่มความถี่ของรายการให้มากกว่าเดิม มีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการมากขึ้น รวมทั้งเพิ่มการตอบปัญหาหรือเกมชิงรางวัล เป็นการสร้างสีสันและความน่าสนใจให้แก่รายการบ้าง

รายการทองถิ่นปัจจุบันที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ รายการข่าวทองถิ่นและรายการส่งเสริมศิลปไทย รองลงมาคือเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน รายการรอบภูมิภาค รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11 และรายการแซ่กับเชิญ ตามลำดับ ส่วนรายการพิเศษอื่นๆ มักไม่ได้อยู่ในความสนใจของผู้ชมเนื่องจากมีลักษณะที่ไม่คงที่ในการแพร่ภาพออกอากาศและการติดตามรับชม

สำหรับบทบาทของรายการโทรทัศน์ทองถิ่นปัจจุบันที่ส่งผลต่อการดำรงสถานภาพการเป็นโทรทัศน์ทองถิ่นเพื่อชุมชน ด้านรูปแบบรายการส่วนใหญ่เป็นการสนทนา คือ มีผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการมานั่งสนทนากันในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง โดยใช้สถานที่จัดรายการในห้องส่ง (studio) ของสถานี เนื่องจากง่ายต่อฝ่ายผู้ผลิต ไม่ต้องเดินทางให้สิ้นเปลืองงบประมาณ เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง ยานพาหนะ พนักงานขับรถ ฯลฯ และการคิดประเด็นเนื้อหาไม่มีความซับซ้อน และละเอียดมากนัก มักกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายรัฐบาลหรือนเน้นการประชาสัมพันธ์หน่วย

งานเสียมากกว่าที่จะเป็นการนำเสนอประเด็นชุมชนที่อยู่ในความสนใจและใกล้ชิดกับผู้ชมรายการ ซึ่งรายการประเภทนี้มี ข้อด้อย คือ

1. เมื่อจัดรายการลักษณะนี้หลายรายการจึงดูเหมือนมีความถี่ของรายการประเภทนี้ค่อนข้างมาก เมื่อผู้ชมเปิดโทรทัศน์แล้วจึงทำให้รู้สึกว่าเป็นรายการแบบเดิมๆ

2. ไม่มีความหลากหลายในการนำเสนอ เช่น ฉากแต่ละรายการอาจจะมีการใช้อุปกรณ์ประกอบในลักษณะหมุนเวียน และซ้ำกันบ้าง เพราะงบประมาณมีจำกัด

3. เมื่อรูปแบบรายการเป็นการสนทนาของบุคคลเพียงไม่กี่คนตลอดรายการ หรือ มีภาพประกอบ (insert) เนื้อหาที่สนทนากันอยู่บ้างเป็นบางช่วงสั้นๆ จึงทำให้รายการขาดความน่าสนใจ และหากยิ่งเนื้อหาเป็นการเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ภาครัฐ หรือไม่ตรงกับความต้องการของผู้ชมด้วยแล้ว ก็จะทำให้รายการไม่น่าชม

4. ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมน้อย คือเพียงแค่ว่าเป็นผู้ร่วมรายการอย่างเดียว ครั้งละ 1-2 คนเท่านั้น และมีความคิดว่าควรจะได้มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นในรายการ ผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์รายการและเนื้อหาที่อยู่ในความต้องการของประชาชนจากการสอบถามความคิดเห็นหรือลงไปพบปะพูดคุยกับประชาชนเพื่อรับทราบความต้องการ ความคิดเห็นต่างๆบ้าง เพราะที่ผ่านมาแทบไม่ได้มีโอกาสกระทำเช่นนั้นเลย

อย่างไรก็ตามรายการที่ออกอากาศสดเป็นรายการที่มีเสน่ห์ในด้านที่ให้ความรู้ลึกทันเหตุการณ์ และได้ชมของ "ใหม่ๆ สดๆ" ประกอบกับหากเป็นรูปแบบรายการสนทนาซึ่งเปิดโอกาสและช่องทางในการสื่อสารให้ผู้ชมโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามได้ทันทีก็จะยิ่งสร้างความสนใจและดึงดูดผู้ชมได้มากกว่ารายการที่เป็นเทปบันทึกภาพ ซึ่งแทบไม่มีช่องทางในการสื่อสารย้อนกลับเลย ยกเว้นรายการส่งเสริมศิลปนิไทย แม้จะเป็นเทปรายการแต่มีผู้ชมให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก จึงน่าจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คือ เนื้อหารายการ เนื่องจากเป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม ได้ผ่อนคลายความตึงเครียด ชมสิ่งสวยงามๆ และการแสดงพื้นบ้านที่นับเป็นสิ่งใกล้ตัวคือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเอง แต่หาโอกาสชมได้ยาก ตลอดจนมีความใกล้ชิดกับผู้ชมในแง่ของตัวผู้แสดงซึ่งเป็นคนพื้นที่เดียวกับผู้ชมประเภท " คนบ้านเรา " กับ คำพูดแบบชาวบ้านของผู้แสดงที่ถ่ายทอดออกมาเหมือนกับวิถีชาวบ้านซึ่งผู้ชมเป็นอยู่

ดังนั้นการผลิตรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชนจึงควรคำนึงถึงความน่าสนใจของรูปแบบ คือ

1. มีช่องทางให้ผู้ชมได้มีโอกาสสื่อสารย้อนกลับมาบอกกล่าวความต้องการ หรือแสดงความคิดเห็น เพื่อให้รู้สึกรู้ว่าเป็น “คนสำคัญ” ได้หรือไม่ โดยผู้วิจัยมีแนวคิดที่ว่า แนวทางที่จะเป็นไปได้มากที่สุด เพื่อให้สามารถปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงรายการท้องถิ่นที่มีอยู่คือ การเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม คือ การจัดรายการสนทนาสด โดยเปิดสายโทรศัพท์ (phone in) ให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามเข้ามาในรายการได้ ซึ่งรายการในลักษณะนี้จะมีความน่าสนใจมากกว่ารายการสนทนาที่เป็นเทปบันทึกภาพที่ผู้ชมขาดช่องทางการสื่อสาร เพราะมีความจับใจ ทันต่อเหตุการณ์และเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นยังมีประโยชน์ต่อสถานีในทางอ้อมในการสำรวจความนิยมรายการและตรวจสอบความชัดเจนของรัศมีการแพร่ภาพออกอากาศได้อีกด้วย

2. หากเป็นไปได้ควรเป็นรายการสด ในลักษณะการพูดคุยสนทนากัน แต่ต้องไม่ลืมเรื่องความใกล้ชิดกับชุมชน ทั้งในแง่เนื้อหาที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้ชม และให้ความสำคัญกับผู้ร่วมรายการที่เป็นชาวบ้านจริงๆมากขึ้น และต้องตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนด้วย

3. สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผู้ผลิตรายการควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอและรูปแบบรายการให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น แม้ว่าจะมีอุปสรรคด้านงบประมาณในการผลิตค่อนข้างมาก แต่หากหลีกเลี่ยงรายการสนทนาได้ยากก็ควรจะไปผลิตรายการนอกสถานที่บ้างเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศความจำเจในห้องส่ง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ชมที่ได้จากการสำรวจจากแบบสอบถามและการทำ Focus group รวมทั้งการจัดเวทีเสวนากลุ่มย่อย โดยเฉพาะด้านเนื้อหารายการ ผู้ชมเห็นว่าควรมีความน่าสนใจ เป็นเรื่องใกล้ตัวผู้ชมในท้องถิ่น มีข้อมูลรายละเอียดที่ลุ่มลึกมากขึ้นกว่าการนำเสนอเพียงเรื่องเกี่ยวกับนโยบายรัฐที่ดูแล้วไกลตัวและนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตค่อนข้างยาก ที่สำคัญอาจไม่ได้อยู่ในความสนใจของคนในท้องถิ่นเลยก็เป็นได้

ด้านบทบาทของรายการท้องถิ่นปัจจุบันต่อการพัฒนาชุมชนโดยสรุปมีรายการที่เข้าข่ายของการเป็นสื่อมวลชนเพื่อชุมชนท้องถิ่น คือ

1.รายการส่งเสริมศิลปป็นไทย เนื่องจากการเป็นการนำเอาศิลปะการแสดงลิเกที่ได้รับความนิยมของคนในท้องถิ่นมานำเสนอ ตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นด้านความบันเทิงและเป็น การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยไม่มุ่งแสวงหาผลกำไร

2.รายการข่าวท้องถิ่น เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับท้องถิ่นโดยตรง มุ่งให้บริการข้อมูลข่าวสารและ การศึกษาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เป็นที่พึ่งในการเป็นช่องทางร้องทุกข์และแสดงความคิดเห็นไป สู่รัฐบาลแม้ว่าข่าวที่นำเสนอจะเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์บุคคล หรือหน่วยงานมากเกินไป แต่ก็ยัง อยู่บนพื้นฐานของเรื่องราวที่มีความเป็นท้องถิ่นอยู่มาก โดยเฉพาะสื่อบroadcasting ที่เป็นการเจาะลึกข้อมูล และนำเสนอทางเลือกในด้านต่างๆที่ผู้ชมในท้องถิ่นนำไปใช้ในการดำรงชีวิตได้ค่อนข้างมาก

3.รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านและรายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11 เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับท้องถิ่น โดยตรงเหมือนกับข่าวท้องถิ่น เน้นเรื่องเศรษฐกิจชุมชน การสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น เพื่อเป็นตัวอย่างในการเสริมสร้างศักยภาพของท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

ส่วนรายการอื่นๆนอกเหนือจากนี้ยังไม่เข้ารูปแบบการแพร่ภาพออกอากาศในลักษณะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน และมีความท้าทายต่อการแสดงบทบาทที่ชัดเจน เนื่องจากไม่มีความต่อเนื่อง ของรายการ และส่วนใหญ่เป็นประเด็นรายการที่เกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐบาลซึ่งมาจากส่วน กลางมากกว่าเนื้อหารายการที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในท้องถิ่น

อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาท้องถิ่นนั้น ในความเป็นจริงก็ไม่ใช่เพียงบทบาท หน้าที่ของสื่อมวลชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆในท้องถิ่น เป็นกำลังสำคัญด้วย แม้ว่าการประเมินบทบาทและสถานะภาพของ สทท.11 พิษณุโลก ในช่วง แรกนี้ เมื่อพิจารณาผ่านรายการปัจจุบันต่างๆแล้วจะเห็นว่าสถานีไม่สามารถดำเนินงานในฐานะ โทรทัศน์ท้องถิ่นได้มากนัก และยังติดอยู่กับระบบการบริหารจัดการองค์กรเป็นหัวใจหลัก แต่การที่ มีสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่นก็ยังมีข้อดีในการเป็นช่องทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่นได้ และข้อดีอีก ประการหนึ่งของการที่สื่อโทรทัศน์เข้าไปทำการประชาสัมพันธ์เรื่องราวด้านต่างๆของท้องถิ่น ยังก่อ ให้เกิดการตื่นตัวของหน่วยงานและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นมากขึ้นในทางอ้อมได้เป็น อย่างดี

การมีส่วนร่วมของผู้ชมใน 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่างในกระบวนการผลิตรายการต่างๆ ของสถานีทั้งก่อนและหลังจากการทดลองปฏิบัติการผลิตรายการจำนวน 2 รายการ ตามแนวทาง

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมพบว่า ประชาชนในชุมชนยังมีส่วนร่วมน้อย คือเป็นไปในลักษณะของการเป็นผู้ชมรายการทางโทรทัศน์อยู่ทางบ้านเป็นส่วนใหญ่ โดยมีบางส่วนเพิ่มระดับการมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นในรายการ แนะนำติชมรายการ ขอข้อมูลเพิ่มเติมเฉพาะส่วนที่มีความสนใจหรือเกี่ยวข้องกับตนเองเท่านั้น ซึ่งมักเกิดขึ้นกับรายการที่ออกอากาศสดมากกว่ารายการที่เป็นเทปบันทึกภาพ โดยเฉพาะหากรายการนั้นเป็นรายการที่เปิดโอกาสให้โทรศัพท์เข้าไปแสดงความคิดเห็น (Phone-in) หรือรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา อาชีพสร้างรายได้ หรือมีการตอบปัญหาชิงรางวัล จะยังมีผู้ชมให้ความสนใจและมีส่วนร่วมในรายการมาเป็นพิเศษ ส่วนในระดับผู้ผลิตรายการ สถานียังไม่สามารถเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของการลงมือผลิตและถ่ายทำ ใช้เทคนิค อุปกรณ์ต่างๆด้วยตนเอง แต่จะเป็นไปในลักษณะการเชิญมาเป็นวิทยากรหรือผู้ร่วมรายการ เป็นผู้ให้ข้อมูล แจกเบาะแส เรื่องราวร้องทุกข์ต่างๆเท่านั้น ดังนั้นในระดับการเป็นผู้วางแผน กำหนดนโยบายในการผลิตซึ่งเป็นขั้นที่สูงที่สุดของการมีส่วนร่วมจึงไม่สามารถดำเนินการได้ในการวิจัยครั้งนี้ แสดงว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการ ช่วยชม ช่วยติ แต่ยังไม่ได้ ช่วยคิด และช่วยวางแผนแต่อย่างใด

จากการประเมินสถานภาพและบทบาทของ สทท. 11 พิษณุโลก ผ่านรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นปัจจุบันเพื่อแสดงศักยภาพในการเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน” มีปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นโยบายและโครงสร้างการจัดการองค์กร บุคลากร ระบบการแบ่งงาน สถานที่ งบประมาณ และอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต ควบคู่กับปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ บทบาทของลูกค้า สื่อมวลชน (ผู้ชม) คู่แข่ง – สถานีอื่น และผู้อุปถัมภ์รายการและเช่าเวลา

โดยปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงาน คือ ปัญหาในเชิงโครงสร้างพื้นฐานของสถานี เพราะการที่ สทท.11 เป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐทั้งทางนิตินัยและทางพฤตินัยนี้เอง ส่งผลให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างของระบบและการบริหารงาน การแบ่งส่วนราชการและการจัดการเครือข่ายงาน ซึ่งควรจะมีลักษณะการกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นอย่างเป็นลูกโซ่ ซึ่งหมายรวมถึง สทท.11 พิษณุโลก ที่เป็นสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาคแห่งหนึ่งด้วย ที่กลับมีการกระจุกตัวของอำนาจอยู่ที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต ไม่ได้ทำงานขึ้นตรงกับ สทท.11 ส่วนกลางที่กรุงเทพมหานคร ทำให้ไม่สามารถจะสั่งการหรือควบคุมการปฏิบัติงานได้โดยตรง ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและปัญหาเรื่องการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อระบบการเบิกจ่ายงบประมาณในการปฏิบัติงานและการผลิตรายการทำให้การทำงานร่วมกันระหว่าง สทท.11 ส่วนกลาง กับ สทท.11 พิษณุโลก ขาดความสะดวก ไม่คล่องตัว งานล่าช้า ไม่สามารถคำนวณหาต้นทุนสุทธิได้ ทำให้ไม่สามารถประเมินได้ว่าผลงานที่ผลิตนั้นมีคุณภาพ คุ่มค่า

กับเงินลงทุนที่ลงไปหรือไม่ ซึ่งเป็นลักษณะที่ขัดกับองค์รสื่อสารมวลชนที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นนโยบายการดำเนินงานของ สทท.11 ยังเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของผู้บริหาร โดยเฉพาะในระดับสูงหรือรัฐบาล และรัฐมนตรีที่มากำกับดูแล ส่งผลให้ขาดจุดยืนที่มีเสถียรภาพและสร้างความสับสนให้กับบุคลากรเกี่ยวกับนโยบายของสถานี

ปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างและการดำเนินงานยังนำไปสู่ปัญหาในเชิงธุรกิจ คือในขณะที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่จำเป็นต้องสร้างเนื้อหาสารเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารให้มากที่สุด ซึ่งหมายถึง เรตติ้ง (Rating) และรายได้จากผู้โฆษณาที่จะมาซื้อเวลาในการออกอากาศ เพื่อโฆษณาสินค้าของตน จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจและการแข่งขันทางธุรกิจคือตัวกำหนดประสิทธิภาพในการทำงานที่สำคัญอย่างหนึ่ง รายการข่าวที่ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ลุ่มลึก รายการอื่น ๆ ที่มีการนำเสนอไม่แปลกใหม่ ก็จะไม่น่าสนใจและโดดเด่นกว่ารายการอื่น เพราะ สทท.11 เป็นสถานีโทรทัศน์เพียงแห่งเดียวที่ไม่ได้มีรายได้มาจากอัตราค่าโฆษณาเชิงพาณิชย์ แต่มีรายได้จากงบประมาณประจำปี รายได้จาก อสมท. และบริษัทเอกชนหรือหน่วยงานอื่นที่รับการแบ่งสรรจากรัฐ ด้วยเหตุนี้ทำให้ สทท.11 ไม่มีความจำเป็นต้องแข่งขันทางธุรกิจกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ รูปแบบรายการจึงมักไม่ได้รับการพัฒนา เมื่อย้อนกลับไปพิจารณาถึงโครงสร้างการแบ่งสายงานระหว่าง สทท.11 ส่วนกลาง กับ สทท.11 พิษณุโลก โยงใยมาถึงเรื่องงบประมาณเกี่ยวกับการผลิตรายการจะเห็นว่าต้องได้รับการอนุมัติจากสำนักประชาสัมพันธ์เขต ดังนั้นผู้ที่ตัดสินใจว่า “จะทำอะไร “ กับผู้ตัดสินใจว่า “ จะมีเงินให้ทำหรือไม่” จึงเป็นคนละคนกัน ส่งผลต่อการทำงานและคุณภาพของรายการ เนื่องจากผู้ที่รู้ว่าจะต้องใช้เงินทุนในการผลิตเท่าใดไม่ใช่คนที่มีอำนาจตัดสินใจทางการเงิน

โครงสร้างการดำเนินงานดังกล่าว ยังส่งผลไปถึงประเด็นต่างๆ อีกมาก ทั้ง สัดส่วนรายการท้องถิ่นที่ได้รับการจัดสรรมาเพียงน้อยนิดเมื่อเทียบกับรายการประจำที่รับสัญญาณการแพร่ภาพออกอากาศจาก สทท.11 ส่วนกลาง แต่ในทางกลับกันหากได้รับการจัดสรรเวลาท้องถิ่นให้มากกว่าที่เป็นอยู่ก็มีแนวโน้มว่าสถานีไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะผลิตรายการท้องถิ่นต่างๆ ให้เป็นไปตามสัดส่วนที่ได้รับการจัดสรรมากขึ้นได้เท่าที่ควรเช่นกัน ซึ่งได้เคยเกิดเหตุการณ์ในลักษณะนี้ส่งผลคือสถานีท้องถิ่นต่างขอคืนเวลาให้กับ สทท.11 ส่วนกลางมาแล้ว

นอกจากนั้นผังรายการท้องถิ่นที่กำหนดไว้ในแต่ละวันยังต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือดรากรายการอยู่บ่อยๆ เนื่องจากได้รับการสั่งการมาจาก สทท.11 ส่วนกลาง เพื่อสนองภารกิจของรัฐบาล หรือ หน่วยงานต่างๆ ที่มีการเช่าเวลาในการถ่ายทอดสดแทน

ด้านรายการท้องถิ่นที่ผลิตในปัจจุบัน ต้องงดออกอากาศบ่อย หรือบางครั้งผลิตไม่ทันตามกำหนด เพราะมีบุคลากรและอุปกรณ์เพียงกลุ่มและชุดเดียวที่ดำเนินการ อีกทั้งภารกิจด้านการจัดรายการพิเศษเฉพาะกิจ และถ่ายทอดสดต่างๆ เข้ามาเบียดบังเวลามากขึ้น ส่วนกระบวนการผลิตรายการก็เช่นกัน เมื่อเวลาบีบจำกัด จึงเป็นการคำนึงถึงปริมาณและให้ผลิตงานออกมาได้ตามบทบาทหน้าที่เท่านั้น โดยขาดการรับฟังความต้องการของคนในพื้นที่และสนองต่อความต้องการเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม ไม่มีการประเมินผลรายการเพราะต้องการให้ทันกับเวลา ซึ่งส่งผลให้รายการขาดประสิทธิภาพ และขัดกับหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการเป็นสื่อเพื่อท้องถิ่น

ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น เชื่อมโยงไปถึงปัจจัยด้านงบประมาณในการขับเคลื่อนที่มีอยู่อย่างจำกัด นำไปสู่ปัญหาด้านบุคลากรและอัตรากำลังที่ไม่เพียงพอ ข้าราชการมีการบรรจุน้อย และต้องเติบโตในทางราชการ มีการย้ายหรือเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น ทำให้ขาดคนทำงานด้านการผลิตรายการโดยตรงไป ในขณะที่ต้องจ้างลูกจ้างชั่วคราวเป็นจำนวนมาก ทั้งที่ไม่มีสวัสดิการและความก้าวหน้าเพียงพอที่จะรักษาบุคคลเหล่านี้ที่มีความสามารถเอาไว้ได้ หากมีที่หมายใหม่ที่ดีและมั่นคงกว่า นอกจากนั้นบุคลากรต้องทำงานหลายหน้าที่โดยส่วนใหญ่ไม่ได้เรียนมาทางด้านสื่อสารมวลชน ข้าราชการมีภารกิจมากทำให้พลาดโอกาสในการฝึกอบรมและพัฒนางาน ส่งผลถึงให้ขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และไม่มีลักษณะ"ความเป็นมืออาชีพ" ทำให้ไม่สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพได้เท่าที่ควร และอีกประการที่สำคัญคืออุปสรรคในการผลิตที่ค่อนข้างล่าช้า สมัยขาดการบำรุงรักษาและจัดซื้อจัดจ้างได้ยากเนื่องจากมีราคาแพงและสถานีไม่มีอำนาจในการดำเนินการเอง ซึ่งก็เนื่องมาจากปัญหาเรื่องงบประมาณดังกล่าวแล้ว

ส่วนปัจจัยภายนอกนั้นดูจะเข้ามาบีบบทบาทต่อการดำรงสถานภาพความเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นในสัดส่วนที่น้อยกว่าปัจจัยภายใน จะเห็นได้จากบทบาทของลูกค้าสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้คือ "ผู้ชม" ในเขตภาคเหนือตอนล่าง ที่ยังไม่มีโอกาสได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นในการนำเสนอเนื้อหา ความสนใจตรงมายังผู้ผลิต เพื่อนำเสนอผ่านรายการต่างๆ ของสถานีได้เท่าที่ควร ในส่วนของการรับชมก็มีปัญหาพอสมควรเช่นกัน คือ ส่วนใหญ่มีรายการที่สนใจและสามารถดูได้อย่างต่อเนื่อง แนนอนเป็นประจำจากสถานีอื่นๆ ในขณะที่ช่อง 11 พิษณุโลก มีช่วงเวลาที่ไม่ค่อยเหมาะสมคือช่วงเย็นซึ่งตรงกับช่วงของการเดินทาง ประกอบกับมักมีการเปลี่ยนแปลงรายการอยู่บ่อยๆ โดยขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้สถานีอื่นนับเป็นคู่แข่งทางการตลาดที่แย่งสัดส่วนของผู้ชมจาก สทท.11 พิษณุโลกไปค่อนข้างมาก ทั้งที่สถานีเองยังคงยืนยันว่าไม่ได้เป็นสถานีที่มุ่งในเชิงธุรกิจและไม่ได้หวังแข่งขันกับใคร แต่ในความเป็นจริงในโลกของสื่อไม่สามารถปฏิเสธข้อเท็จจริงนี้ไปได้

และจากปัญหาต่างๆที่ได้กล่าวแล้วนั้น ยังทำให้มีรายการที่มีผู้เช่าเวลาเข้ามาเสริมรายการท้องถิ่นที่สถานีผลิตเอง เพื่อแก้ปัญหาด้านงบประมาณ และการขาดศักยภาพในการผลิตรายการของสถานี ทำให้สัดส่วนของรายการท้องถิ่นที่ผู้ชมได้ชมจริงๆมีค่อนข้างน้อยมาก

สำหรับการดำรงสถานภาพสื่อมวลชนท้องถิ่นเพื่อชุมชนที่ควรจะเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของคนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องมากกว่าการอาศัยบุคลากรที่มาจากส่วนกลางหรือมาจากพื้นที่อื่นในการวางแผนการใช้สื่อและไม่ต้องทำให้ส่วนกลางขยายอิทธิพลในสภาพเครือข่ายเข้ามาครอบงำมากเกินไปจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันเพื่อเป็นการสร้างความสมดุลในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาต้องเป็นข่าวสารแบบข้อคิดเห็นหรือความเห็นแบบสองด้านทั้งบวกและลบเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้รับสารสิ่งที่จะต้องดำเนินการอย่างยิ่งก็คือการเป็นผู้ที่เข้าใจแนวนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองเป็นอย่างดีและควรประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่เสมอไม่มีการนั่งคิดเองเขียนเองโดยไม่ทราบข้อเท็จจริง ซึ่งการนำไปสู่เป้าหมายนี้ต้องมีการพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานในการผลิตรายการ เพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้เป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีคุณสมบัติในการดำเนินงานให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยในการแก้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรได้ระดับหนึ่ง ปัญหาอีกประการคือเรื่องการติดอยู่กับระบบราชการ(ระบบอาวุโส) ซึ่งเป็นการยากที่จะแก้ไข แต่ผู้บริหารต้องเปิดใจกว้างเพื่อป้องกันไม่ให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเสียกำลังใจ โยกย้ายหรือลาออกเพื่อไปทำงานที่ตนเองรักและถนัดหรือได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และมีความสบายใจมากกว่า ทำให้ สทท.11 พิษณุโลก ต้องเสียบุคลากรที่ดีมีคุณภาพไปอย่างน่าเสียดาย

ด้านข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ที่แพร่ภาพออกอากาศผ่านรายการท้องถิ่นต่างๆ ทาง สทท.11 พิษณุโลกซึ่งมีทั้งรายการที่มาจากส่วนกลางและรายการของท้องถิ่น เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนกันแล้วพบว่ารายการจากส่วนกลางมีสัดส่วนมากกว่าอย่างเห็นได้ชัดทั้งที่เป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น รายการส่วนใหญ่จึงเกิดจากการระบบเครือข่ายของการสื่อสารที่เป็นไปในลักษณะกระจายข่าวสารจากส่วนกลางไปยังส่วนท้องถิ่นเสียมากกว่า โดยที่ข่าวสารจากท้องถิ่นมีโอกาสเผยแพร่ค่อนข้างน้อยซึ่งอาจจะทำให้ประชาชนในท้องถิ่นถูกรับรู้ด้วยข่าวสารจากส่วนกลาง ซึ่งนอกจากจะไม่ได้รับประโยชน์จากข่าวสารเต็มที่แล้ว ยังไม่เข้าใจสภาพที่แท้จริงของตนเองเพราะได้รับความรู้ ทศนคติ และค่านิยมที่ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมตามความเป็นจริงที่ควรจะได้รับ

หากพิจารณาในแง่ของสังคมข่าวสารแล้ว คนส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่นต่างอยู่ในสังคมข่าว

สารที่แตกต่างกันและต่างมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับข่าวสารของตนอย่างเพียงพอ ดังนั้นแนวนโยบายและความพยายามของ สทท.11 พิษณุโลกในการแพร่ภาพออกอากาศข้อมูลข่าวสารต่างๆของท้องถิ่น โดยการรายงานสด ถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมและบันทึกเทปโทรทัศน์เพื่อส่งไปเผยแพร่ยัง สทท.11 ส่วนกลางด้วย จึงนับเป็นการทำให้ข่าวสารจากส่วนท้องถิ่นไหลเวียนกลับไปยังส่วนกลางได้บ้างไม่ใช่เป็นสถานี“ลูกข่าย” ของ สทท.11 ส่วนกลางเพียงอย่างเดียว หากมีนโยบายในการดำเนินการเช่นนี้มากขึ้นและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเข้มแข็งเชื่อว่า โอกาสที่ สทท.11 พิษณุโลก จะมีสถานภาพและบทบาทของการเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน” ยังหวังที่จะมีโอกาสเป็นไปได้ แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ สรุปว่าที่ผ่านมา สทท.11 พิษณุโลกยังดำเนินงานในลักษณะของการเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน” ไม่ชัดเจนและไม่มากพอที่จะก่อให้เกิดบทบาทของสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาได้เท่าที่ควรจะเป็น

ประเด็นที่น่าสนใจกลายเป็นปัจจัยและศักยภาพสำคัญของการพัฒนาสื่อชุมชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ คือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ของสถานี

แม้ว่าในเชิงปริมาณ การผลิตรายการแต่ละรายการล้วนต้องอาศัยบุคลากรจากกลุ่มเดิมในกรณีที่มีการกิจเสริมที่มีค่อนข้างบ่อย จนกลายเป็นภารกิจสำคัญของสถานีไปแล้วก็คือ การถ่ายทอดสดนอกสถานี การจัดรายการหรือกิจกรรมพิเศษต่างๆตามนโยบายรัฐบาลหรือนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ หรือนโยบายของ สทท.11 ย่อมต้องเข้ามาแทรกกับภารกิจในการผลิตรายการท้องถิ่นของสถานีอย่างแน่นหนาทำให้ไม่สามารถผลิตได้เต็มที่เนื่องจากต้องหันไปดำเนินการในภารกิจพิเศษที่ได้รับมอบหมายมาจากหน่วยงานต้นสังกัดแทนทำให้บุคลากรมีปริมาณไม่เพียงพอต่อการผลิตรายการและไม่สามารถแสดงศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่

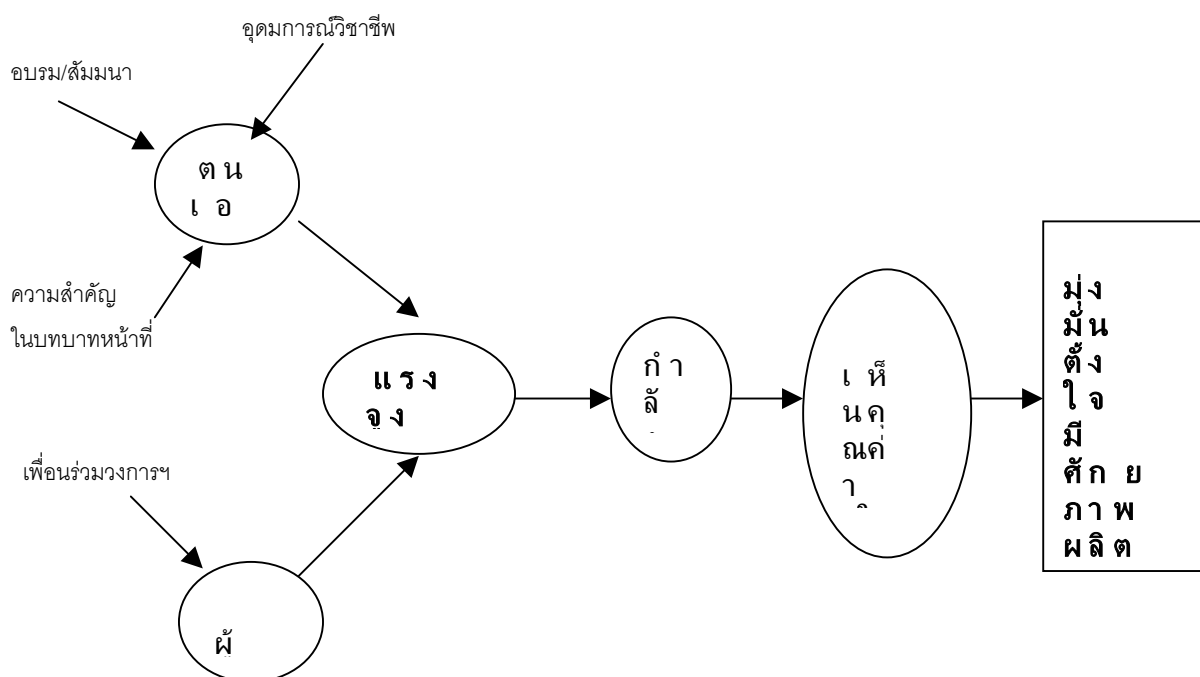
อย่างไรก็ตาม ในเชิงคุณภาพ แม้ว่าบุคลากรของสถานีจะต้องปฏิบัติงานอยู่ท่ามกลางความขาดแคลนรอบด้าน ก็ยังคงทำงานอยู่ได้ อีกทั้งบางคนยังมีพลังในการลุกขึ้นมาพัฒนางานอย่างสร้างสรรค์เพื่อชุมชนให้มากและดีขึ้นได้ ทั้งนี้มาจากปัจจัยเสริมคือการศึกษาระดับปริญญาตรีและการฝึกงาน แม้ส่วนใหญ่ไม่ได้เรียนมาโดยตรงแต่ก็มีความรู้ในลักษณะการสั่งสมประสบการณ์และครุพักลักจำในขณะปฏิบัติงาน บุคลากรของสถานีมีทัศนคติและมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงประโยชน์อันพึงมีตามแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาพอสมควร มีความต้องการอยู่ลึกๆที่อยากจะเห็นการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงโฉมหน้าของรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นพิษณุโลก เพียงแต่ที่ผ่านมายังขาดโอกาสในการแสดงความคิดเห็นโดยเสรี

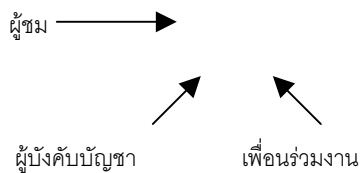
และความเป็นอิสระในการสร้างสรรค์ผลงาน ประการสำคัญยังมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการสื่อสารเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนาแล้วส่งผลให้บุคลากรเสมือนแรงบันดาลใจ เคลื่อนอันทรงพลังที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ดังกรณีของการเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมศิลปินไทยในช่วงของการทำ Action Research ของการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. มีการเปลี่ยนโฉมใต้เต็ลรายการใหม่ ตามคำแนะนำของผู้ชม
2. การเพิ่มช่วงเกร็ดน่ารู้ลิเกไทย ซึ่งเป็นการแทรกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงลิเกมาไว้กลางรายการ
3. การปรับรูปแบบการผลิตที่พิถีพิถันตั้งแต่การเตรียมการผลิต ขณะผลิตและหลังการผลิต เพื่อลดข้อบกพร่องต่างๆ ทั้งที่ผู้ผลิตมองเห็นและจากคำติชมจากผู้ชมทางบ้านที่แนะนำมาอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นหากบุคลากรจะถอดพันธุนาการจากระบบการบริหารงานภายใต้การบังคับบัญชาที่ทำให้ยึดติดหรือคับข้องใจต่างๆ ไปบ้าง และหันมามองไปในเชิงอุดมการณ์และสร้างสรรค์ มีการค้นหารูปแบบ วิธีการสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ดีและเห็นผลได้อย่างเป็นรูปธรรมให้แก่ผู้ปฏิบัติงานก็จะทำให้บุคลากรเหล่านี้เป็นแรงบันดาลใจไปสู่การเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ไม่ยากนัก ฉะนั้นข้อเท็จจริงที่ค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า การปรับปรุงและผลิตรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชนจะได้ผลมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่น อุทิศตนของผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นกลไกสำคัญซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางการสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากรในการผลิตรายการ ดังแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3 แสดงแนวทางการสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรของสถานี





สำหรับสื่อขนาดใหญ่อย่างวิทยุโทรทัศน์ หากจะเป็นไปเพื่อการพัฒนาชุมชนแล้วจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เชื่องช้าในแต่ละก้าวอย่าง และล้วนมีบริบทที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างหลากหลาย และสำแดงพลังความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันเท่าใดนัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนจากการวิจัยครั้งนี้ ข้อค้นพบที่ได้จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบายและปฏิบัติเพื่อมุ่งหวังให้สถานีแห่งนี้เป็นตัวอย่างเป็นการเริ่มลงมือพัฒนาสื่อชุมชนขนาดใหญ่ประเภทนี้เป็นอย่างเป็นรูปธรรม และเป็นไปเพื่อชุมชน เพื่อประชาชนมากยิ่งขึ้นต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1.1 ควรจะมีการพิจารณาปรับปรุงรูปแบบการบริหารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ สทท. 11 และ สทท. ในส่วนภูมิภาคให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เนื่องจากการที่ สทท. 11 พิษณุโลก เป็นกรมสิทธิของรัฐ ย่อมส่งผลต่อการจัดการงบประมาณที่ขาดประสิทธิภาพ แต่ละปีงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐไม่เพียงพอต่อการผลิตรายการที่มีคุณภาพได้ การเปลี่ยนแปลงกรมสิทธิใน สทท. 11 จึงน่าจะเป็นทางออกที่ควรพิจารณาให้รอบคอบและลึกซึ้งอีกครั้ง และเพื่อให้เกิดความคล่องตัวมากขึ้นทั้งในด้านงบประมาณ รายได้ รายจ่าย บุคลากรและการพัฒนาองค์กร ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้คือ

- ปัญหาเชิงโครงสร้างในการบริหารงานและการควบคุมสั่งการของ สทท. 11 พิษณุโลก โดย สำนักประชาสัมพันธ์เขต น่าจะมีการพิจารณาปรับเปลี่ยนให้ขึ้นตรงกับ สทท. 11 ส่วนกลาง ซึ่งต้องทำงานร่วมกันมากกว่า

- ปัญหาด้านงบประมาณควรจะมีการพิจารณาปรับปรุงในส่วนของการเบิกจ่าย จัดซื้อจัดจ้าง ที่ไม่ต้องขึ้นกับสำนักประชาสัมพันธ์เขต แต่ สทท. 11 พิษณุโลกมีศักยภาพในการบริหารจัดการงบประมาณของตนเองได้ โดยเฉพาะเรื่องที่เร่งด่วน มีความสำคัญและส่งผลต่อการผลิตรายการ

- ควรจะมีการพิจารณาเพิ่มงบประมาณในการผลิตรายการ ค่าตอบแทนบุคลากร และการบรรจุจ้างชั่วคราวที่มีศักยภาพในการทำงานและอยู่มานานให้มากขึ้น เพราะการจัดการงบประมาณที่ไม่ลงตัวยังส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการ ขวัญกำลังใจของบุคลากรซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ

1.2 .หากไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและโครงสร้างการบริหารอย่างน้อยกรมประชาสัมพันธ์ และ สทท.11 ส่วนกลางจำเป็นต้องมีนโยบายที่ชัดเจนในการบริหารงาน และ กำหนดบทบาทภารกิจของ สทท.11 ในส่วนภูมิภาค(รวมทั้ง พิษณุโลก) ให้มีการผลิตรายการเพื่อ ชุมชนมากขึ้น มีการให้คำแนะนำปรึกษา พัฒนาศักยภาพให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตามแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและนำไปพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง ตลอดจนไม่ละเลยเรื่อง การตรวจสอบประเมินผลรายการอย่างมีระบบเพื่อทราบความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

1.3 ควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนารายการ เน้นการออกแบบและสร้าง สรรค์รายการให้น่าสนใจและทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงแนวคิดและกระบวนการโดยมีจุด มุ่งหมายที่สำคัญคือ ประชาชน

1.4 ควรจะมีหลักเกณฑ์และนโยบายในการประเมินคุณค่าผังรายการและรายการ ที่มีอยู่ของสถานีทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่เป็นไปในแนวทาง เดียวกัน

1.5 ควรจะมีการกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานในเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ของการเป็นแม่แบบในการเป็นโทรทัศน์แห่งชาติ คือ ยึดหลักความถูกต้อง ได้มาตรฐาน เป็นระบบ ในทุกเรื่อง เช่น ผังรายการต้องตรงหรือเป็นไปตามที่กำหนด มีการกำหนดรูปแบบการบริหาร จัด การในการถ่ายทอดสดอย่างเป็นระบบ เป็นต้น ซึ่งอาจจะนำไปในลักษณะของการจัดตั้งคณะ ทำงานขึ้นมาคอยควบคุม ดูแล

1.6 ควรจะมีการกำหนดมาตรการปรับปรุงภาพลักษณ์ของ สทท.11 และ สทท. 11 ในส่วนภูมิภาคไม่ให้ถูกมองว่าเป็นเพียงกระบอกเสียงของรัฐบาล ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อถือ ศักดิ์ศรัทธา และพฤติกรรมการรับชมรายการของประชาชน

2. ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

2.1 สทท.11 พิษณุโลก รวมทั้ง สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นในภูมิภาคอื่นๆ ควรจะมีความเป็นอิสระในการเลือกที่จะรับสัญญาณการแพร่ภาพรายการพิเศษ หรือถ่ายทอดสดต่างๆ ในช่วงเวลาท้องถิ่น ตามความเหมาะสมเพียงบางรายการเท่านั้น ไม่ใช่การปฏิบัติตามคำสั่งของกรมประชาสัมพันธ์และ สทท.11 ส่วนกลางเสียหมดเช่นที่เป็นอยู่ เพราะจะทำให้รายการท้องถิ่นขาดเสถียรภาพ และส่งผลต่อความนิยมรายการของผู้ชมในท้องถิ่นด้วย

2.2 แผนผังรายการควรจะให้เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดเพื่อสนองความต้องการของประชาชน เนื่องจากคนในพื้นที่มีความเข้าใจในความต้องการและความสนใจของผู้ชมรายการในชุมชนท้องถิ่นได้ดีกว่าผู้ผลิต ซึ่งอาจจะไม่ใช่คนในพื้นที่นั้น

2.3 ควรจัดให้มีกิจกรรมในลักษณะเชิงรุก ในการเข้าถึงชุมชนและประชาชนในพื้นที่ เพื่อรับฟังความคิดเห็นที่แท้จริงของผู้ชมอย่างแท้จริง และสามารถสนองความต้องการได้อย่างตรงจุดอย่างน้อยปีละ 1 – 2 ครั้ง เช่น

- การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ มีการเดินพบปะตามบ้าน พูดคุย หรือกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ชมกับสถานี

- การจัดรายการ ช่อง 11 พิษณุโลก สัญจร ไปตามชุมชนต่างๆ

2.4 ผลิตรายการที่เน้นการมีส่วนร่วมอย่างหลากหลายมากกว่าการสนทนาเพียงอย่างเดียว เพราะหากมีมากเกินไปอาจจะทำให้ผู้ชมเบื่อหน่าย เช่น

- จัดประกวดอ่านข่าว แข่งขันเขียนบทโทรทัศน์ ซึ่งในทางอ้อมยังเป็นการฝึกสอนและให้ความรู้เบื้องต้นแก่ผู้เข้าประกวดด้วย

- มีรายการที่เป็นเสมือนสื่อกลางของสถานีในการประชาสัมพันธ์บอกเล่าความเคลื่อนไหว ความเป็นไป หรือตอบปัญหาที่มีผู้ชมสอบถามเข้ามาเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถานี แต่ยังไม่ได้รับคำตอบ ซึ่งถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรได้อีกทางหนึ่ง

2.5 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้เรื่องการทำงานของสถานี เพื่อเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับสถานี และเสมือนเป็นเจ้าของมากกว่าที่เป็นอยู่ ตลอดจนให้ความรู้ ความเข้าใจเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแก่ประชาชน เพื่อแสวงหาแนวร่วมในการผลิตรายการโอกาสต่อไป ทั้งนี้ต้องไม่ลืมที่จะให้ความรู้แก่บุคลากรของสถานีซึ่งจะเป็นเสมือนตัวแทนของสถานีกับประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวเป็นเบื้องต้นก่อนด้วย

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสถานภาพและบทบาทของโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนผ่านรายการโทรทัศน์ ของ สทท. 11 พิษณุโลก ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน ทำการวิจัยและพัฒนารายการของสถานีโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอประเด็นชุมชนของตนเอง รวมทั้งติดตามผลที่เกิดขึ้นต่อประชาชนและการพัฒนาชุมชนภายหลังการดำเนินการวิจัยซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ การวิจัยเอกสารร่วมกับการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนภาคเหนือตอนล่างที่มีต่อรายการท้องถิ่นปัจจุบัน ร่วมกับการทดลองปฏิบัติการผลิตรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านและรายการส่งเสริมศิลปินไทย จากรายการทั้งหมดของสถานี ตามแนวความคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและสื่อเพื่อการพัฒนา ทั้งนี้กำหนดให้มีการประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในระดับองค์กร ระดับรายการ และระดับผู้ชม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ โครงสร้างการจัดการสถานีและการบริหารงานแบบราชการเป็นอุปสรรคที่สำคัญยิ่งต่อการดำเนินงาน เชื่อมโยงไปสู่ปัญหาด้านงบประมาณ อุปกรณ์และเทคโนโลยี อัตราค่าจ้าง ในขณะที่คุณลักษณะของบุคลากรในเชิงคุณภาพกลับส่งผลในทางบวกคือสามารถปฏิบัติงานได้ดีพอควรในท่ามกลางปัญหาเชิงโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งเป็นผลจากอุดมการณ์วิชาชีพและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในตัวบุคลากรแต่ละคนเป็นหลัก ซึ่งหากมีการพัฒนาน่าจะสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนองค์กรที่สำคัญได้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

รายการท้องถิ่นปัจจุบันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ รายการข่าวท้องถิ่นและรายการส่งเสริมศิลปินไทยและจัดว่าเป็นรายการที่มีเนื้อหาและการผลิตที่เข้าข่ายการเป็นรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนเช่นเดียวกับรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน ในขณะที่รายการอื่นมีลักษณะไม่ชัดเจนที่จะสามารถระบุได้ว่าเป็นรายการในลักษณะดังกล่าว

ผู้ชมร้อยละ 57 ที่นิยมชมรายการของสถานีคือกลุ่มผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งมักเป็นแหล่งข้อมูลในการผลิตและสนใจรายการประเภทสาระความรู้ ส่วนประชาชนทั่วไปอีกร้อยละ 43 ไม่นิยมชมรายการเนื่องจากติดภาพลักษณ์ของสถานีว่าเป็นของรัฐบาล รายการไม่มีความต่อเนื่องและขาดความแน่นอนของผังรายการค่อนข้างมาก

ด้านการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตรายการของผู้ชม พบว่าสามารถทำได้ในระดับการเป็นผู้ชมและระดับผู้ผลิตบางส่วนเท่านั้น ส่วนระดับผู้วางนโยบายและวางแผนการผลิตยังไม่สามารถเข้าร่วมได้

จากการประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นของ สทท. 11 พิษณุโลกในทุกระดับสรุปได้ว่า สถานียังไม่สามารถแสดงศักยภาพและบทบาทในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้อย่างเต็มที่

Abstract

The objectives of this study were to survey the status, the local television role for the community via National Broadcasting and Television Channel 11 , Phitsanulok.(NBT.CH.11 Phitsanulok) Then to study factors resulted in implementation , to research and develop the TV. Programs by allowing people in the community to participate in presenting their issues by themselves. To follow up the results that had impact on the people and community development after the research implementation. This study was qualitative research comprising of two parts ; first documentary research and second , survey on public's opinions in lower north towards the present local programs in cooperation with the workshop on Kep Bia Tai Thun Ran Program and Songserm Silaphin Thai Program (Thai Artistic Promotion Program) from all the station programs towards the participatory communication and media development . Moreover, and evaluation of local television for community in organization level, program level and audience level were designated.

The findings found that factors in organization such as Station Structure and bureaucratic administration had an impact on the implementation leading to budget problem , equipment and technology , workforce . Whereas the characteristics of the personnel were qualitatively positive , that is , they could work quite well among the midst of infra structure problem. This resulted from the idealistic professional and individual achievement incentive if they have been developed, they would have driven the organization more effectively than present .

The most favorite recent local programs were Local News and Songserm Silaphin Thai Program. They presented the content and the production which was relevant to local production for community development

together with the Kep Bia Tai Thun Ran Program , **while other** programs were so vague which could not be identified as the previous ones.

57% of the audience preference was community **leaders and government officials who provided the information resources** in production **and were interested in knowledge** matter. 43% of the audience did not prefer the program because of being a **government TV.Channel**. Beside it was not continual and lacked proper program planning.

It found that the participatory production of the audience could be managed partly in the audience and production levels only , whereas policy making and production plans were not allowed for those people to participate.

From the evaluation of the local channel of NBT.CH.11 Phitsanulok in all levels, it concluded that the Station could not show its potential and role in the local TV. Production fully.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
สารบัญ	(4)
สารบัญแผนภูมิและแผนภาพ	(5)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหานำการวิจัย	6
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	6
ข้อจำกัดของการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชน	12
แนวคิดเรื่องการใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชน	13
แนวคิดเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่น	21
แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์	24
แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	28
แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับการพัฒนา	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
เกณฑ์ในการใช้วัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน	53

	หน้า
บทที่ 4 สภาพทั่วไปของ สทท. 11 พิษณุโลก	58
- หน่วยงานต้นสังกัด	58
- ประวัติความเป็นมา	60
- นโยบายในการบริหารงาน	61
- โครงสร้างการบริหารงานและการแบ่งงาน	62
- อัตรากำลัง	64
- สัดส่วนการออกอากาศรายการและแผนผังรายการ	66
- รายการโทรทัศน์ท้องถิ่นปัจจุบัน	71
- งบประมาณ	76
- สถานที่	77
- อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต	78
- การแพร่ภาพออกอากาศ	81
 บทที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ สทท.11 พิษณุโลกในฐานะ โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน	82
ปัจจัยภายในองค์กร	83
ปัจจัยภายนอก	115
 บทที่ 6 บทบาทของ สทท. 1 พิษณุโลกในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ผ่านรายการโทรทัศน์	120
 บทที่ 7 ผลสำรวจความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการของ สทท.11 พิษณุโลก	138
ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง	140
การประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนของ สทท.11 พิษณุโลก	180

	หน้า
บทที่ 7 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	190
สรุปผลการศึกษา	190
อภิปรายผล	193
ข้อเสนอเชิงนโยบาย	198
ข้อเสนอเชิงปฏิบัติ	200
แนวทางการวิจัยในอนาคต	201
 บรรณานุกรม	 202
 ภาคผนวก ก ตัวอย่างผังรายการและบันทึกข้อความที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย	
- ผังรายการหลัก สทท.11 ส่วนกลาง	
- ผังรายการ สทท.11 พิษณุโลก (เฉพาะรายการท้องถิ่น)	
- ผังรายการประจำวัน สทท.11 พิษณุโลก	
- ตัวอย่างโทรสารบันทึกข้อความแจ้งเปลี่ยนแปลงรายการจาก สทท.11 ส่วนกลาง	
- บันทึกข้อความสรุปรายงานผลการดำเนินงานประจำวันและผลตอบรับจากผู้ชม(ทางโทรศัพท์)	
 ภาคผนวก ข บทรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น สทท.11 พิษณุโลก ประกอบด้วย	
- บทรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านที่ได้ทดลองวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 ตอน	
- บทรายการส่งเสริมศิลปินไทยที่ได้ทดลองวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง	
บทโทรทัศน์รายการท้องถิ่นปัจจุบัน ของ สทท.11 พิษณุโลก	
- บทโทรทัศน์รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11	
- บทโทรทัศน์รายการแซ่กับเชิญ	
- บทโทรทัศน์รายการรอบภูมิภาค	
- ตัวอย่างหัวข้อข่าวและเนื้อหาข่าวท้องถิ่น	
- บทโทรทัศน์รายการพิเศษอื่นๆ ได้แก่ รายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย	

ภาคผนวก ค ประมวลภาพ ประกอบด้วย

1.การดำเนินงานในการวิจัย

- การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์
- การประชุมนักศึกษาที่ทำหน้าที่ช่วยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
สำรวจความนิยมรายการของผู้ชม
- การจัดเวทีเสวนาเพื่อแสวงหาแนวทางในการทดลองปฏิบัติการผลิต
รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านและรายการส่งเสริมศิลปินไทย

2.การผลิตรายการท้องถิ่นของ สทท. 11 พิษณุโลก

- รายการข่าวท้องถิ่น
- รายการส่งเสริมศิลปินไทย
- รายการประเภทสนทนา : รายการรอบภูมิภาค รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11
และรายการแซ่กซ์เรย์
- รายการพิเศษอื่นๆ ได้แก่ รายการตอบปัญหาภาษาอังกฤษ และตอบปัญหา
ประชาธิปไตย เวทีชาวบ้าน ถ่ายทอดสดในและนอกห้องส่ง

3.ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ

- อาคาร สถานที่
- ห้องส่ง (studio)
- ห้องกำกับภาพ (control room)
- ห้องตัดต่อ

4.กิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง

- การจัดงานวันเด็กแห่งชาติและการประกวดอ่านข่าววันเด็ก
- การรับโทรศัพท์หลังไมค์และรับสายที่โทรเข้ามาร่วมรายการสด (phone-in)
- กิจกรรมถวายพระพรเนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษาของหน่วยงานต่างๆ
- การศึกษาดูงานของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ

สารบัญแผนภูมิและแผนภาพ

แผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่ 1	แสดงการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย	48
แผนภูมิที่ 2	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัดกับ สทท. 11 พิษณุโลก	59
แผนภูมิที่ 3	แสดงโครงสร้างการบริหารงานของ สทท. 11 พิษณุโลก	62

แผนภาพ

แผนภาพที่ 1	แสดงเกณฑ์ที่ใช้วัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในภาพรวม	54
แผนภาพที่ 2	แสดงเกณฑ์ที่ใช้วัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในแต่ละระดับ	55
ภาพที่ 3	แสดงผังรายการท้องถิ่น สทท.11 พิษณุโลก ปี 2545	68
แผนภาพที่ 4	แสดงแนวทางการสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรของสถานี	100

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงการปฏิบัติงานผลิตรายการทั้ง 7 รายการและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	92
ตารางที่ 2 แสดงภูมิหลังด้านการศึกษาและประสบการณ์การทำงานของ บุคลากร สทท.11 พิษณุโลก	95
ตารางที่ 3 แสดงผลการสำรวจทัศนคติและความเข้าใจของบุคลากร สทท.11 พิษณุโลก ที่มีต่อแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนและการสื่อสารเพื่อ การพัฒนา	97
ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนบุคลากรและการแบ่งงานในการผลิต รายการของ สทท.11 พิษณุโลก กับสถานีอื่น	105
ตารางที่ 5 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่าง สทท.11 พิษณุโลก กับสถานีอื่น	117
ตารางที่ 6 แสดงพัฒนาการของรายการท้องถิ่น (เก็บข้อมูลระหว่างปี 2544 - 2546)	121
ตารางที่ 7 แสดงรูปแบบรายการท้องถิ่นและข้อดีข้อด้อยของรายการในลักษณะ ต่างๆ	123
ตารางที่ 8 แสดงข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล ฯ	141

บทที่ 1

บทนำ

สื่อวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทยเกิดขึ้นจากภาครัฐ ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญหลักเพื่อความมั่นคงของรัฐ วิวัฒนาการตั้งแต่แรกเริ่มล้วนเป็นการประชาสัมพันธ์งานในภาครัฐหรือข้อมูลข่าวสารที่รัฐต้องการให้เป็นทั้งสิ้น (ศรีศักดิ์, 2542) ดังนั้นการให้บริการข้อมูลข่าวสารตลอดจนสาระและการบันเทิงทุกประเภทจึงอยู่ภายใต้การควบคุมของราชการทั้งหมด ตามพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 ที่ว่า “หน่วยงานของรัฐตามที่ระบุไว้เท่านั้น จึงจะมีสิทธิถือครองใบอนุญาตประกอบการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์” และนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีหน้าที่เป็นเพียงผู้รับสารที่สื่อนำมาเสนอให้โดยไม่คำนึงถึงความต้องการที่แท้จริง ส่วนสื่อที่อยู่ในระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่นเป็นเพียงช่องทางของข้อมูลข่าวสารที่รัฐมีวัตถุประสงค์จะให้เพียงอย่างเดียว โดยไม่สามารถผลิตงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆได้เช่นกัน

ต่อมาเมื่อกระแสเรียกร้องเสรีภาพทางข่าวสารมากขึ้น เนื่องจากปี พ.ศ. 2535 องค์การทางการเมืองพยายามปกปิดข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนในกรณีพฤษภาทมิฬ ทำให้มีการพิจารณาบททวนบทบาทของ สื่อมวลชนกันใหม่ และเมื่อได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน (พ.ศ. 2540) ขึ้นพร้อมกับกำหนดพระราชบัญญัติในมาตรา 40 ให้มีองค์กรอิสระที่จะเข้ามาทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ กสท. เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น กำหนดสัดส่วนการออกอากาศ 3 ส่วนคือ ภาคเอกชน 60 % ภาครัฐ 20 % และภาคสาธารณะหรือประชาชน 20 % โดย 20 % หลังนี้เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของและใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตรวจสอบการทำงานของภาครัฐและพัฒนาชุมชนของตนเองตามความเหมาะสมได้ ซึ่งต่างไปจากเดิมที่ผ่านมา

ราชบัณฑิตยสถาน ฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 หน้า 74 ได้ให้ความหมายของคำว่า “ชุมชน” คือ กลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นสังคมในบริเวณเดียวกัน โดยมีจุดมุ่งหมายและความเป็นอยู่ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งอาจรวมถึงชุมชนเมือง ชุมชนชนบทได้ (พิศิษฐ์, 2542) ส่วนคำว่า “ท้องถิ่น” หมายถึงที่อยู่หรือถิ่นที่ ซึ่งหมายรวมถึงการมีชุมชนหลายชุมชนมารวมกันเป็นพื้นที่ๆกว้างขึ้น ฉะนั้น เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ซึ่งต่อไปผู้วิจัยจะใช้คำว่า “สทท.11 พิษณุโลก” เนื่องจากมีพื้นที่ครอบคลุมกว้างขวาง

ถึง 9 จังหวัด และย่อมต้องมีชุมชนย่อยๆที่อยู่รวมกันอย่างหลากหลายจึงได้ใช้คำว่า “ท้องถิ่น” ต่อท้ายคำว่า “สถานีโทรทัศน์” นอกจากนั้นแผนพัฒนาสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคมเพื่อการพัฒนาคนและสังคม พ.ศ. 2542 - 2551 ของคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี ยังได้ให้คำจำกัดความของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่ชุมชนว่าหมายถึง การแพร่รายการวิทยุกระจายเสียงและแพร่ภาพควบเสียงรายการวิทยุโทรทัศน์ที่เสนอเนื้อหาสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่มีลักษณะพิเศษด้านเชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมและศาสนา มีเขตครอบคลุมในวงจำกัด โดยแพร่ภาพและเสียงผ่านช่องทางที่เหมาะสมทั้งที่เป็นการออกอากาศ การส่งตามสายและผ่านดาวเทียม ทั้งนี้ควรดำเนินไปตามหลักการของการสื่อสารเพื่อชุมชนที่ว่า เป็นการสื่อสารของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชนด้วย ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะกล่าวถึงการดำเนินงานแพร่ภาพควบเสียงรายการวิทยุโทรทัศน์ที่น่าเสนอเพื่อประชาชนที่มีเขตแดนครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัด คือ พิษณุโลก พิจิตร เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร นครสวรรค์ ตาก สุโขทัย อุทัยธานี และอุตรดิตถ์ และรวมเรียกว่า “ท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง” โดยผ่านช่องทางที่เหมาะสม ทั้งนี้ควรดำเนินไปตามหลักการของการสื่อสารเพื่อชุมชนตามคำจำกัดความของสภาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังกล่าวแล้ว ดังนั้นเมื่อพิจารณาแล้วผู้วิจัยจึงเห็นว่าสมควรใช้คำว่า “**โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน**” ซึ่งมีความหมายครอบคลุมและสอดคล้องกับแนวคิดของการสื่อสารเพื่อชุมชนสำหรับการวิเคราะห์องค์การแห่งนี้มากที่สุด

จากหลักการของการสื่อสารเพื่อชุมชน มีคำสำคัญ (keywords) ที่นับเป็นกุญแจไขไปสู่ความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ของหลักการนี้ 3 คำ คือ “โดย” , “เพื่อ” และ “ของ” ดังนั้นสื่อชุมชนจึงต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชนนั้นหรือโดยพวกเขาเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งในหลายบทบาทของการมีส่วนร่วม ดังนั้นสื่อเพื่อชุมชนจึงไม่เพียงแต่มีลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเท่านั้น หากต้องเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะ โดยการกำหนดหรือวางแผนการใช้สื่อ การเป็นผู้ผลิต การเป็นผู้แสดง ฯลฯ ด้วยตนเองมิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน มีเนื้อหาที่สอดคล้องเหมาะสมต่อความต้องการของคนในชุมชน ให้สามารถเข้าถึงได้ เน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสำหรับประโยชน์การใช้งานของคนในชุมชน เพื่อนำไปใช้หาข่าวสาร ความรู้และสร้างความบันเทิงใจ ทำยที่สุดคนในชุมชนจึงจะเกิดความรู้สึกรัก ห่วงเห่น และเป็นเจ้าของสื่อ นั้น ซึ่งสอดคล้องกับจุมพล รอดคำดี (จุมพล รอดคำดี, 2542:25) ที่ได้สรุปไว้จากการประชุมใหญ่ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) เมื่อปี ค.ศ.1977 ว่าการใช้สื่อวิทยุเพื่อชุมชนถือเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) การสื่อสารแนวนี้สามารถรวมถึงสื่อโทรทัศน์ด้วย จึงได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการคือ

1.การเข้าถึง (Access) ที่ให้บริการแก่ชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่ตนสนใจได้ ตรงกับที่ไม่ขัดกับกฎหมาย

2.การมีส่วนร่วม (Participation) ในทุกระดับในระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ

3.การจัดการด้วยตนเอง (Self-management) ตามวิถีทางประชาธิปไตยและการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด วางแผนจนกระทั่งการกำหนดนโยบายบริหารและลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง

สื่อโทรทัศน์มีข้อได้เปรียบกว่าสื่ออื่นคือมีทั้งภาพและเสียง มีความเข้าใจ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้าใจในเนื้อหาการนำเสนอได้มากและง่ายกว่า แต่ในทางกลับกัน งานด้านโทรทัศน์ก็มีความยุ่งยาก ซับซ้อนและมีข้อจำกัด ทั้งในด้านงบประมาณ เทคนิค อุปกรณ์ ตลอดจนบุคลากรที่ต้องทำงานร่วมกันเป็นทีมซึ่งต่างจากสื่ออื่นๆ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิจัยพบว่าในประเทศไทยการศึกษาวิจัยและการดำเนินงานในรูปแบบโทรทัศน์เพื่อชุมชนยังไม่ได้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ในขณะที่ในต่างประเทศเองแม้จะพบบ้างก็เป็นเพียงส่วนน้อยมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์มีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงมากกว่าจะถูกนำมาเพื่อการพัฒนาและรายการในโทรทัศน์ก็ไม่มีจุดเด่นเพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการสนใจศึกษาวิจัย

ข้อเท็จจริงดังกล่าวเป็นมูลเหตุประการแรกที้นำไปสู่การวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาสื่อโทรทัศน์ โดยเห็นหลักการและแนวคิดร่วมกับสื่อวิทยุ โดยทำการวิจัยในลักษณะ Action Research หรือการทดลองปฏิบัติการผลิตรายการโทรทัศน์ของ สทท.11 พิษณุโลกตามแนวคิดดังกล่าวและอาศัยกระบวนการผลิตรายการมาเป็นหนทางในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัยโดยพิจารณาจากระดับต่างๆที่คนในชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมได้ในการผลิตรายการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วางระดับการมีส่วนร่วมไว้ 3 ระดับ เรียงจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด คือ 1.การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้สื่อสาร (Audience/Receiver/Users) 2.การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง /ผู้ผลิต / ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง (Sender/Producer/Co-Producer/Performance) และ 3.การมีส่วนร่วมในระดับผู้นำ ในฐานะผู้วางแผนการผลิต ผู้กำหนดนโยบาย (Policy Maker/Planner) ซึ่งการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับ ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆอีกหลายประการ โดยเฉพาะประเภทของสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ที่ย่อมต้องมีความยาก ง่าย สลับซับซ้อนของกระบวนการที่แตกต่างกันในรายละเอียดอีกด้วย

สทท.11 พิษณุโลก เป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นแห่งหนึ่งในประเทศไทย อยู่ภายใต้การควบคุมของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 พิษณุโลก สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี มีภาร

กิจกรรมหลักในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบรวม 9 จังหวัด และเมื่อมีการก่อตั้ง สทท.11 ส่วนกลางที่กรุงเทพมหานครขึ้นอย่างเป็นทางการ เมื่อปี พ.ศ. 2531 (โสมอุษา, 2543) เป็นต้นมา สทท.11 พิษณุโลกจึงต้องมีหน้าที่รับผิดชอบผ่านดาวเทียมการออกอากาศรายการจาก สทท.11 ส่วนกลาง (Nation Programm) เป็นหลักแทน ในขณะเดียวกัน ก็ยังต้องผลิตรายการเพื่อเผยแพร่และออกอากาศเฉพาะพื้นที่รับผิดชอบเองซึ่งจัดว่าเป็น “รายการเพื่อท้องถิ่น” (Local Programm) เช่นเดิมด้วย

ต่อมากรมประชาสัมพันธ์ได้พิจารณาเห็นว่าการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆของรัฐบาล และหน่วยงานของรัฐผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนภูมิภาคมีความสำคัญจึงเพิ่มเวลาให้แต่ละสถานีได้ผลิตเพิ่มขึ้นอีก ดังนั้น สทท.11 จึงกลายเป็นสถานีโทรทัศน์เพียงแห่งเดียวในปัจจุบันที่มีข้อได้เปรียบทั้งด้านที่ตั้งและจำนวนของสถานี รวมทั้งมีเวลาที่ได้รับจัดสรรเพื่อนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับท้องถิ่นนั้นๆได้มากขึ้น เมื่อเทียบกับสถานีโทรทัศน์แห่งอื่นๆ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และ 7 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งกระจายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากถึง 10 สถานี เมื่อพิจารณาแล้วจึงน่าจะสามารรถเข้าถึงแหล่งข้อมูล มีความใกล้ชิดกับชุมชนมากกว่า ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนได้ง่ายกว่าสถานีโทรทัศน์อื่นๆที่มีอยู่ในประเทศขณะนี้

ในทางกลับกัน ข้อขัดแย้งด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์แม่ข่าย (สทท.11) ที่ต้องการให้ สทท. 11 พิษณุโลก เป็นสถานีโทรทัศน์ลูกข่ายในการรับข้อมูลลงไปสู่ประชาชน กับนโยบายของ สทท.11 พิษณุโลกเองที่ต้องการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อชุมชนและท้องถิ่นด้วย จึงมักเกิดปัญหาที่สวนทางกันอยู่เสมอ ซึ่งการดำเนินงานเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน” ทั้งในระดับโครงสร้างพื้นฐานจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเอง ระดับรายการที่ผลิต รวมไปถึงระดับผู้ชมล้วนประสบปัญหา อุปสรรคขึ้น เช่น ขาดผู้อุปถัมภ์รายการทั้งที่ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูง เวลาที่ได้รับจัดสรรมาเพื่อท้องถิ่นมักถูกเบียดบังเวลาการออกอากาศจากรายการพิเศษ หรือ การถ่ายทอดสดจากสถานีในส่วนกลางทำให้ผู้ชมขาดความต่อเนื่องในการติดตามรับชม ไม่คุ้นเคยและลืมรายการไปในที่สุด บางรายการต้องล้มเลิกไปทั้งที่ยังได้รับความนิยมเนื่องจากผู้ผลิตรายการมีงานในหน้าที่มากเกินไป หากเป็นข้าราชการย่อมต้องมีการเลื่อนหรือเปลี่ยนตำแหน่งและโยกย้าย แต่หากเป็นลูกจ้างชั่วคราวก็ถูกเลิกจ้างหรือลาออกไปทำงานอื่นที่มั่นคงกว่า เป็นต้น ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กรนี้และบุคคลอื่นที่มองมาจากภายนอกส่วนใหญ่จะลงความเห็นและด่วนสรุปล่วงหน้าแล้วว่า สทท.11 พิษณุโลกก็คงเป็นลักษณะเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นอื่นๆที่ได้มีการศึกษาไว้แล้วคือไม่สามารถแสดงบทบาทและมีสถานภาพของการเป็นสื่อมวลชนส่วน

ภูมิภาคหรือสื่อมวลชนท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ แต่สำหรับผู้วิจัยนับเป็นเรื่องที่ทำหายและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาเนื่องจากการวิจัยที่ผ่านมาแม้แต่การศึกษาเฉพาะบางรายการ และเป็นการศึกษาเฉพาะเนื้อหาของรายการที่ได้ออกอากาศไปแล้วเท่านั้น ซึ่งทำให้ทราบแต่เพียงสถานภาพของรายการท้องถิ่นต่างๆเท่านั้น โดยไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารเพื่อชุมชนมากนัก นอกจากนั้นระยะเวลาในการศึกษาก็ล่วงเลยมาเป็น 10 ปีแล้วจึงทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ยังไม่เคยมีผู้ทำการศึกษาคือ สทท.11 พิษณุโลก จะยังคงมีลักษณะการดำเนินงานเช่นเดียวกับสถานีอื่นๆที่ได้ทำการศึกษาไปบ้างแล้ว หรือเปลี่ยนไปอย่างไรเมื่อเวลาผ่านมานานพอสมควร

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเหตุจูงใจประการต่อมาที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจว่า สทท.11 พิษณุโลก มีบทบาทในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้มากน้อยเพียงใดและอย่างไร มีปัจจัยใดบ้างที่เข้ามาเป็นตัวแปร ทั้งนี้การดำเนินงานตามบทบาทต่างๆเหล่านั้นล้วนเกิดจากการผลิตรายการต่างๆ ทั้งรายการปัจจุบัน รวมทั้งรายการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะวิเคราะห์จากพัฒนาการ เนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอ กระบวนการผลิตของรายการ โดยทำการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆคือ ส่วนที่ 1 เป็นการประเมินบทบาทและสถานภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในปัจจุบันผ่านรายการที่ผลิตและออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน ร่วมกับส่วนที่ 2 คือทดลองปฏิบัติการเพื่อหาศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในอนาคต โดยหยิบรายการเดิมจำนวน 2 รายการคือ รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านและรายการส่งเสริมศิลปินไทยในความรับผิดชอบของฝ่ายรายการโทรทัศน์ สทท.11 พิษณุโลก ซึ่งผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่และเป็นผู้ผลิตรายการมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาแบบ Action Research โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดที่ว่า ความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนต้องเป็นการดำเนินการผลิตรายการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนหรือคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อ ตั้งแต่การเปิดรับฟังเสียงสะท้อน (feedback) ของประชาชนในฐานะผู้รับสาร (active audience) การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนกลุ่มใดก็ควรให้เจ้าของเรื่องได้มีโอกาสสร้างแรงจูงใจของเนื้อหาที่จะนำเสนอเอง ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการวางนโยบายและแผนการใช้สื่อ เพื่อสนองความต้องการของประชาชนในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาสถานีโทรทัศน์เพื่อชุมชนท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น อีกทั้งจะส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพ พึ่งพาตนเอง มีความเข้มแข็งและยั่งยืนตามหลักการพัฒนาชนบทต่อไป

ปัญหานำการวิจัย

1. รายการต่างๆของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก (สทท.11 พิษณุโลก) มีสถานภาพความเป็นรายการท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการแสดงบทบาทในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนในลักษณะใด และอย่างไร
2. เมื่อได้ทำการทดลองปฏิบัติการผลิตรายการให้เป็นไปตามความต้องการและเพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับต่างๆ เช่น การเปิดรับฟังเสียงสะท้อน (feedback) ของประชาชนในฐานะผู้รับสาร (active audience) การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตและระดับนโยบายแล้ว สามารถก่อให้เกิดผลเป็นไปตามแนวคิดของสื่อเพื่อการพัฒนาอย่างน้อยเพียงใด
3. รายการที่ สทท.11 พิษณุโลกผลิตขึ้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจสถานภาพและบทบาทของโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนผ่านรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 พิษณุโลกในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สทท.11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน
3. เพื่อวิจัยและพัฒนารายการของ สทท.11 พิษณุโลก โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอประเด็นชุมชนของตนเอง
4. เพื่อติดตามผลที่เกิดขึ้นต่อประชาชนในเขตภาคเหนือตอนล่างและก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างไรบ้าง ภายหลังการดำเนินการตามข้อ 3.

ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจาก สทท.11 (ส่วนกลาง) มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกอากาศรายการต่างๆอยู่เสมอ ทำให้ส่งผลต่อผังรายการ การออกอากาศ และการผลิตรายการต่างๆของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น ทั้งนี้รวมถึง สทท.11 พิษณุโลกซึ่งเป็นสถานีที่จะดำเนินการวิจัยครั้งนี้ด้วย ทำให้การออกอากาศและผลิตรายการท้องถิ่นพิษณุโลก มีลักษณะที่เคลื่อนไหว ไม่อยู่นิ่งตลอดเวลา จึงมีความจำเป็นที่ต้องกำหนดขอบเขตในการวิจัยให้ชัดเจน ควบคู่ไปกับการหมั่นเหลียวมองและรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากบริบทที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอด้วยเช่นกัน ซึ่งจะช่วยทำให้การวิจัยได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและมีลักษณะเป็นปัจจุบันมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีข้อ

ด้อยตรงที่มักทำให้การวิจัยดำเนินไปอย่างเชื่องช้า หรือไม่เป็นไปตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้เท่าที่ควร เนื่องจากมีข้อมูลใหม่ที่น่าสนใจและส่งผลต่อการวิเคราะห์เกิดขึ้นอยู่เสมอ

นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องมีการกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากเนื้อหารายการ ปัจจุบันที่ได้ออกอากาศไปแล้ว ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยไม่ได้ครอบคลุมรายการท้องถิ่นที่ผลิตทั้งหมดตั้งแต่เริ่มก่อตั้งสถานี เนื่องจากทางสถานีไม่มีระบบจัดเก็บเอกสารที่ดีและเพียงพอ ที่ผ่านมาเจ้าหน้าที่ผู้ผลิตรายการแต่ละคนจะจัดเก็บกันเอง ประกอบกับเทปที่ใช้บันทึกรายการมีจำกัด และมักใช้ในลักษณะหมุนเวียน จึงมีการเก็บรักษา(สต็อก)ย้อนหลังไว้เพียง 1 - 2 ปี เท่านั้น

ขอบเขตของการวิจัย

จากข้อจำกัดของการวิจัยข้างต้น จึงได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่าง พ.ศ.2544 - 2547 รวมเวลา 4 ปี โดยกำหนดเกณฑ์ในการวัดความเป็น "โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน" ไว้ใน 3 ระดับ คือ

1.ระดับองค์กรหรือสถานี ในด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ นโยบายการบริหาร บุคลากร สถานที่ เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตงบประมาณ ระบบการแบ่งงาน

2.ระดับรายการ คือ การศึกษารายการท้องถิ่นที่ สทท. 11 พิษณุโลกดำเนินการผลิตเอง จำนวน 7 รายการ ได้แก่ รายการข่าวท้องถิ่น รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน รายการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม รายการแซ่บแซ่บ รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11 รายการรอบภูมิภาค และรายการพิเศษอื่นๆ ในด้านบทบาทของรายการเหล่านี้ ได้แก่ การส่งเสริมอาชีพสร้างรายได้ ให้การศึกษา ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยคุ้มครองสิทธิเสรีภาพคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

3.ระดับผู้ชม คือการพิจารณา 2 ด้าน คือ

3.1.ด้านกระบวนการผลิตรายการใน 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ก่อนการผลิต ระหว่างการผลิต และหลังการผลิต ว่าผู้ชมได้มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตด้วยหรือไม่ อย่างไร

3.2 ด้านเนื้อหาของรายการ ว่ามีประโยชน์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชม ตลอดจนส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนได้อย่างไรบ้าง

ทั้งนี้ผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการรับชมและได้ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมเฉพาะในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ พิษณุโลก เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร นครสวรรค์

ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี โดยการสุ่มจังหวัดละ 3 อำเภอๆละ 3 ตำบล ดังตารางและรายละเอียดในบทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย หน้า 44

อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์จำเป็นต้องวิเคราะห์แบบองค์รวมจากทั้ง 3 ระดับไปพร้อมกัน เนื่องจากทุกส่วนล้วนมีความสำคัญและเป็นตัวขับเคลื่อนให้ สทท. 11 พิษณุโลกสามารถแสดงความเป็น "โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน" ได้หรือไม่ได้นั่นเอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาปรับปรุงรายการท้องถิ่นของ สทท.11 พิษณุโลก เพื่อสนองต่อแนวนโยบายรัฐ ควบคู่ไปกับแนวคิดวิทย์และโทรทัศน์ชุมชน ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน (พ.ศ. 2540) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอันจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนโดยเฉพาะในระดับท้องถิ่นที่จะได้รับต่อไปในอนาคต
2. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานและผู้ปฏิบัติหน้าที่ผลิตรายการท้องถิ่นของ สทท.11 ในส่วนภูมิภาคในเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานที่คล้ายคลึงกัน โดยการนำไปศึกษาเปรียบเทียบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่องานประเภทเดียวกันนี้ได้ต่อไป

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. **สทท.11 พิษณุโลก** หมายถึง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ซึ่งเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ในเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ สังกัดสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 จ.พิษณุโลก มีกำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ ครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ กำแพงเพชร พิษณุโลก พิจิตร เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์และอุทัยธานี และมีสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ 4 แห่งคือ พิษณุโลก นครสวรรค์ ตากและเพชรบูรณ์
2. **การดำเนินงาน** หมายถึง ลักษณะการทํากิจกรรมภายในของ สทท.11 พิษณุโลก คือ การรับนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ การผลิตรายการ และลักษณะการนำกิจกรรมสู่ภายนอกของ สทท.11 พิษณุโลก คือการแพร่ภาพออกอากาศของ สทท.11 พิษณุโลก

3. **โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน** หมายถึง สื่อมวลชนที่ทำหน้าที่แพร่ภาพออกอากาศเพื่อให้ข่าวสารความรู้ ความบันเทิงแก่ประชาชน โดยตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งในระดับของการเป็นผู้ชม(ผู้รับสาร) การเป็นผู้ผลิต(ผู้ส่งสาร)คือมีส่วนร่วมในทีมผลิตรายการ การเป็นผู้นำ ผู้วางแผน ผู้กำหนดนโยบายที่มีต่อการผลิตรายการต่างๆของสถานี และรายการท้องถิ่นนั้นจะต้องส่งผลให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นต่อไปได้
4. **รายการท้องถิ่น** หมายถึง การบอกเล่าเรื่องราวหรือสิ่งที่น่าสนใจในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งโดยเฉพาะ ในที่นี้หมายถึง รายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 พิษณุโลก ในช่วงเวลาที่ได้รับการจัดสรรจาก สทท.11 ส่วนกลางให้สถานีท้องถิ่น ผลิตและออกอากาศกันเองในแต่ละสถานี มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของคนในท้องถิ่น มีรูปแบบที่เหมาะสมและสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ชม กระบวนการผลิตได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมได้ ไม่เพียงแต่เป็นผู้รับชมจากฝ่ายผู้ผลิตซึ่งเป็นคนของสถานีเพียงอย่างเดียว แต่อาจจะสามารถเป็นผู้ร่วมผลิตในขั้นตอนต่างๆได้ ตลอดจนเป็นผู้ดำเนินการวางแผน วางนโยบาย และกำหนดรูปแบบของรายการต่างๆได้ด้วย
5. **สถานภาพ** หมายถึง ความเป็นอยู่และความเป็นไปของ สทท.11 พิษณุโลกในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในภาพรวมของทั้งสถานี ได้แก่ การศึกษาในระดับองค์กรคือพิจารณาจากโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ นโยบายการบริหาร บุคลากร สถานที่ เครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิต งบประมาณ และระบบการแบ่งงาน ร่วมกับการศึกษาในระดับรายการ คือ พิจารณาจากรายการท้องถิ่นจำนวน 7 รายการที่สถานีได้ผลิตและออกอากาศเองในด้านพัฒนาการของแต่ละรายการ จุดกำเนิดรายการ ความนิยมของผู้ชม รูปแบบและเนื้อหารายการ กระบวนการผลิต และการศึกษาในระดับผู้ชมในแง่การเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการและการดำเนินงานของสถานี และเนื้อหาของรายการที่ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมในท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนได้
6. **บทบาท** หมายถึง การทำหน้าที่ของ สทท.11 พิษณุโลกในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการเน้นไปที่ระดับของรายการ หรือในภาพย่อยจากประเด็นเรื่องสถานภาพที่มองในภาพที่กว้างกว่า โดยพิจารณาจากรายการท้องถิ่นในแง่กระบวนการผลิตว่าผู้ชมหรือคนในท้องถิ่นนั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างไรและในแง่

เนื้อหาของรายการว่าสามารถตอบสนองความต้องการ และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในด้านต่างๆ ได้แก่ การศึกษา การเสริมสร้างวัฒนธรรม ประชาสังคม ด้านการมีส่วนร่วมในการบริการชุมชน ด้านการส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบที่เหมาะสมกับชุมชน การสร้างทางเลือกให้แก่ชุมชน การรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น และการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้จะต้องเป็นไปตามหลักของการสื่อสารเพื่อชุมชนด้วย

7. **ปัจจัย** หมายถึง องค์ประกอบหรือสิ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อเนื้อหาและการนำเสนอรายการของ สทท.11 พิชณโลก ซึ่งประกอบด้วย

- ปัจจัยภายในองค์กร หรือโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ นโยบายการบริหาร บุคลากร สถานที่ เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิต งบประมาณ ระบบการแบ่งงาน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ในระดับองค์กรหรือสถานี ของ สทท.11 พิชณโลก
- ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ สถานีแม่ข่าย ลักษณะภูมิประเทศ คู่แข่ง(สถานีอื่น)

8. **ประชาชนในท้องถิ่น** หมายถึง ประชาชนที่สามารถรับชมรายการของ สทท.11

พิชณโลกได้คือ ในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ พิชณโลก พิจิตร เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร นครสวรรค์ ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์ อุทัยธานี

9. **ชุมชนมีส่วนร่วม** หมายถึง โอกาสที่ประชาชนในพื้นที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตรายการท้องถิ่น โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

- 1) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ชม ได้แก่ รับชมรายการอยู่เสมอ จดหมายหรือโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น เสนอแนะปัญหา รายงานผลการรับชม เป็นต้น
- 2) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิต ได้แก่ การเป็นวิทยากร แขกรับเชิญ ผู้ให้สัมภาษณ์ ช่วยเป็นแหล่งข้อมูลและผู้สื่อข่าวท้องถิ่นในการส่งข่าว หรือ เนื้อหาหรือประเด็นที่น่าสนใจมาให้สถานีฯ
- 3) การมีส่วนร่วมในระดับบริหารงาน ได้แก่ เป็นผู้วางแผนเกี่ยวกับโทรทัศน์ท้องถิ่น ตัดสินใจเพิ่ม - ลด ช่วงออกอากาศ แผนกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ

10. **ประเด็นชุมชน** หมายถึง เรื่องราว เหตุการณ์หรือปัญหาที่มีความสำคัญต่อชุมชน อยู่ใน

ความสนใจและส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

11. รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน หมายถึง รายการท้องถิ่นรายการหนึ่งของ สทท.11

พิษณุโลก มีรูปแบบกึ่งสารคดี เน้นการนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต เป็นเรื่องราวง่าย ๆ ใกล้ตัวที่มักจะถูกมองข้ามไป ความยาว 25 นาที ออกอากาศเดือนละ 2 ครั้ง/ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

12. รายการส่งเสริมศิลปินไทย หมายถึง รายการท้องถิ่นรายการหนึ่งของ สทท.11

พิษณุโลก มีรูปแบบเป็นเทปบันทึกภาพการแสดงศิลปะพื้นบ้าน"ลิเก"จากคณะลิเกในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่างและนอกเขตที่สมัครใจหมุนเวียนกันมาแสดงในรายการเพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมสืบพื้นบ้านแขนงนี้ ซึ่งเป็นที่นิยมของประชาชนในท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป ออกอากาศสัปดาห์ละ 2 ครั้ง/ตอน โดย 1 เรื่องจะแบ่งการแสดงย่อยออกไป 5 ตอน ความยาวตอนละ 25-30 นาที

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่น” ครั้งนี้ ได้นำแนวคิดต่างๆ มาเป็นกรอบการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ดังนี้

1. ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชน
2. แนวคิดเรื่องการใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชนและบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่น
3. แนวคิดเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่น
4. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์
5. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
6. แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับการพัฒนา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

จากทฤษฎีและแนวคิดทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจะนำมาสังเคราะห์และนำเสนอเฉพาะส่วนที่สำคัญเพื่อให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันของแต่ละแนวคิด ซึ่งจะได้นำไปเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยต่อไป ดังนี้

ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชน

สถาบันสื่อมวลชน (Media Institution) มีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ของสถาบันสื่อมวลชน คือ

1. ชนิดของสื่อ มีความต่างกันในแต่ละประเภททั้งด้านการคาดหวังและมาตรฐานของสื่อ
2. ขอบเขตของการดำเนินงาน ว่าเป็นระดับชาติ ท้องถิ่น
3. ลักษณะงานและหน้าที่ มีความแตกต่างกันในการใช้กฎเกณฑ์และข้อกำหนดระหว่างผู้ผลิตและผู้สร้างสรรค์กับผู้จัดการและจำหน่าย และฝ่ายเทคนิค
4. ลักษณะของการเป็นเจ้าของ การควบคุมดูแลและการจัดการ

ฉะนั้นเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่าชนิดของสื่อในการวิจัยครั้งนี้ คือโทรทัศน์ ซึ่งมีขอบเขตในระดับท้องถิ่น จึงมีลักษณะการดำเนินงานและหน้าที่ต่างกับโทรทัศน์ในระดับชาติ ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ทั้งประเทศ และระดับความเป็นท้องถิ่นนี้เองที่ย่อมส่งผลต่อการปฏิบัติงาน

ของผู้ผลิต และ ผู้ชม รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ในด้านการจัดการ การควบคุมดูแล และ ลักษณะความเป็นเจ้าของที่ต้องขึ้นอยู่กับขอบเขตที่อยู่ในระดับท้องถิ่นด้วย ประกอบกับ สทท.11 พิชณโลก เป็นองค์กรสื่อสารมวลชน(Media Organization) หรือหน่วยงานที่จัดตั้งมาโดยเฉพาะ เพื่อผลิตงานด้านสื่อมวลชน ซึ่ง Denis McQuail (คศ..2000) กล่าวไว้ว่าองค์กรสื่อสารมวลชน มีการดำเนินงานภายใต้แรงผลักดันทางสังคมทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร โดยแยกเป็น

- ปัจจัยภายใน ได้แก่ การจัดองค์กร เทคโนโลยีและลักษณะความเป็นมืออาชีพ
- ปัจจัยภายนอก ได้แก่ บทบาทของลูกค้าสื่อมวลชน หรือการทำโฆษณา คู่แข่งขัน โดยสื่อมวลชนอื่นๆ ผู้มีอำนาจ โดยเฉพาะทางการเมืองและกฎหมาย ผู้เชี่ยวชาญของสถาบันอื่น และผู้รับสารมวลชน (ผู้ชม)

ฉะนั้นปัจจัยทั้ง 2 ส่วนนี้จากทฤษฎีที่มีผู้วางกรอบไว้จึงสอดคล้องกับการวัดความเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนเพื่อประเมินศักยภาพและสถานภาพของ สทท.11 พิชณโลก ในระดับสถานีหรือองค์กรด้านโครงสร้างพื้นฐานในเบื้องต้นได้ว่าการดำเนินงานมีปัจจัยใดบ้างเข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อสถานภาพของการเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน”

แนวคิดเรื่อง การใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชน (Community Mass Media)และบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่น

เชื่อมโยงจากทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชน หากจะวัดในระดับรายการและระดับผู้ชม แนวคิดเรื่องการใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชน (Community Mass Media)และบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นนั้นมีความเหมาะสมและตรงกับหลักการของการสื่อสารเพื่อชุมชน 3 ส่วนที่สำคัญคือ 1) เน้นการมีส่วนร่วม 2) การตอบสนองความต้องการของผู้ชมในชุมชน และนำไปสู่ 3)การพัฒนาชุมชนนั้นๆต่อไป หากจะวัดว่า สทท. 11 พิชณโลก อยู่ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนหรือไม่จึงต้องอาศัยแนวคิดการใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชนนี้เอง โดยจุมพล รอดคำดี (อ้างแล้ว) ได้ให้หลักการไว้ดังนี้

1. การใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชน ต้องอาศัยความร่วมมือของคนในพื้นที่เกี่ยวข้องมากกว่า อาศัยคนที่มาจากส่วนกลางหรือมาจากพื้นที่อื่นวางแผนการใช้สื่อมวลชนในชุมชน
2. การลงทุนทางด้านสื่อมวลชนนั้น จะต้องมีการที่จะเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนในชุมชนขยายการลงทุนเพิ่มขึ้นได้ โดยมีหลักประกันที่จะไม่ให้สื่อมวลชนส่วนกลางขยายอิทธิพลในสภาพเครือข่าย (Network) เข้าไปครอบงำสื่อมวลชนในชุมชนได้ อย่างไรก็ดี ถ้ารัฐบาลมีมาตรการที่จะให้สื่อมวลชนมีเพียงไม่กี่บริษัทหรือหน่วยงานรัฐก็จะต้องมอง

- ถึงเครือข่าย หรือสาขาที่จะขยายออกไปนั้น น่าจะทำหน้าที่เครือข่ายเพียงบางช่วงเวลา หรือบางครั้งคณบดี หรือบางหน้าของหนังสือพิมพ์เท่านั้น เวลาส่วนใหญ่หรือหน้าหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ ควรจะเป็นของชุมชนที่เครือข่ายหรือสาขาไปตั้งอยู่มากกว่า
3. หากมีการดำเนินงานแก้ไขปัญหามาตามข้อ 2 นั้นแล้ว การไหลของข่าวสารจากส่วนกลาง ก็จะมีน้อยลง แต่จะเกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันมากขึ้น ด้วยวิธีการดังกล่าวนี้จะเป็นการสร้างความสะดวกของข่าวสารระหว่างเมืองหลวงกับชนบทได้ดี
 4. การเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชน นอกเหนือจากการปฏิบัติโดยทั่วไป น่าจะพิจารณาถึงสิ่งเหล่านี้ด้วยคือ
 - 4.1 มีข้อมูล ข้อเท็จจริงที่ลึกซึ้ง และชัดเจนมากที่สุดในลักษณะข่าวเจาะลึก (News in depth)
 - 4.2 มีลักษณะจูงใจให้มาก แต่ไม่ใช่การโฆษณาหาเสียง หรือเน้นความสำคัญตัวบุคคล จนขาดการเน้นความสำคัญที่งานพัฒนา
 - 4.3 ควรให้ความสำคัญในเรื่องการค้นคว้า วิจัยและข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ และประสบการณ์ที่มีค่าแก่การนำไปปฏิบัติ เช่น บุคคล หรือผลงานของบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในการประกอบอาชีพด้านใดด้านหนึ่งในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น
 - 4.4 ข้อมูลตัวเลขบางอย่าง ย่อมจูงใจได้ดีกว่าการเอ่ยถึงโดยไม่มีหลักฐาน
 - 4.5 การเสนอข้อคิดเห็นใดๆ ก็ตาม ควรจะเสนอความคิดเห็นทั้งสองด้าน ทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้รับสาร
 5. สื่อมวลชนในชุมชน ควรจะเป็นผู้ที่เข้าใจแนวนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดี และควรประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่เสมอ ไม่ใช่ นั่งคิดเองเขียนเอง โดยไม่ทราบข้อเท็จจริง

จากหลักการดังกล่าวแสดงว่าหาก สทท. 11 พิษณุโลก จะทำหน้าที่ในการเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน” ก็จะต้องให้ความสำคัญกับผู้ชม โดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตรายการ เนื้อหาของรายการเองก็ต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ชมในชุมชนเป็นคนทำเองจะดีกว่า เพราะเขาเองที่รู้ปัญหา และความต้องการที่แท้จริงคืออะไร ซึ่งถ้าทำได้ตามนี้ก็จะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนได้ในที่สุด นอกจากนั้นเมื่อการสื่อสารเพื่อชุมชนนับเป็นรูปแบบของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างหนึ่งจึงได้มีผู้ให้แนวคิดไว้หลากหลาย โดยมีจุดร่วมกันที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพ สถานภาพและบทบาทของ สทท. 11 พิษณุโลกในฐานะสื่อเพื่อท้องถิ่นได้ ดังนี้

คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารชุมชน (กาญจนา แก้วเทพและคณะ,2543)

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

2.ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) การหลั่งไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทุกทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom - up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้นข่าวสารจึงอาจไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน

3. เป้าหมายของการสื่อสาร มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ได้แก่

3.1 การใช้ระดับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ โดยมีระดับต่างๆ คือ

- ระดับชุมชน เพื่อเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชน นำไปสู่เป้าหมายการเปลี่ยนแปลงองค์กรด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนรวม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

3.2 กำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร คือ

- เพื่อถ่ายทอดข่าวสารและโน้มน้าวชักจูงใจ
- เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน ซึ่งก็คือความต้องการของชุมชน จนกระทั่งการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย
- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล คล้ายว่าเป็นเวทีแห่งการเรียนรู้เพื่อให้ปัจเจกบุคคลได้แสดงศักยภาพและสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชา

ชน

5. หน้าที่ของการสื่อสาร ประกอบด้วย

5.1 หน้าที่ในการแสดงออก คือทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

5.2 หน้าที่ทางสังคม คือการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

5.3 หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

5.4 หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ เป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้

นอกจากนั้น Berrigan F.J (1979) ได้เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการที่การสื่อสารชุมชนน่าจะมีคือ

6. เน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้ไว้เช่นไรก็ตาม

7. ต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่สื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่า ตัวตนของชุมชนที่แสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

8. สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของทุกคน

อนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัยกับสื่อโทรทัศน์ จึงต้องหันมาพิจารณาถึงคุณลักษณะสำคัญที่ครอบคลุมองค์ประกอบย่อยของการสื่อสารว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถเปรียบเทียบ รวมทั้งประยุกต์ให้เข้ากับสื่อที่จะทำการวิเคราะห์ได้ คือ

1. ระดับความยาก – ง่ายของสื่อ ต้องเหมาะสมกับระดับและการรับสารของชาวบ้าน
2. ประเภทของเนื้อหาของสื่อ ต้องเป็นเรื่องที่เน้นหนักลงไปปัญหาเร่งด่วน หรือปัญหาในชีวิตประจำวันของคนในสังคมนั้นๆ

3. กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิดควรจัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

4. วิธีการนำเสนอ ควรนำเสนอสิ่งที่เป็นปัญหา หรือสภาพที่ก่อให้เกิดปัญหา แล้วเสนอแนะและกระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหา

5. ความเกี่ยวพันของเนื้อหา ควรเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน

6. บทบาทของสื่อ ต้องมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิด ประสพการณ์ และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

7. ความน่าสนใจ มีลักษณะง่าย ดึงดูดความสนใจโดยอาศัยภาพและเสียง เป็นตัวดึงดูด

8. ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ คือควรจะมีส่วนช่วยให้ผู้รับสามารถประเมินตนเองได้ เช่น หลังจากที่น่าเสนอปัญหาและสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจจะมีส่วนของเนื้อหาที่ตั้งคำถามว่า ผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหา เป็นต้น

สำหรับการวัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นในระดับของรายการ ผู้วิจัยได้วางขอบเขตของการวิจัยซึ่งได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 ว่า จะพิจารณาในด้านบทบาทของการเป็นสื่อท้องถิ่นเพื่อชุมชนผ่านรายการท้องถิ่น 7 รายการของ สทท. 11 พิษณุโลกปัจจุบัน ฉะนั้นจึงได้นำแบบทดลองเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่ ชินดา ชิตบัณฑิตย์ (อ้างในพิศิษฐ์, 2542) ได้นำเสนอไว้ 11 ประการ มาเป็นตัวตั้งในการมองเนื้อหาของรายการท้องถิ่นเหล่านั้นว่ามีประโยชน์ด้านใดบ้าง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ

1. **บทบาททางการศึกษา** คือส่งเสริมการศึกษาของชุมชน ในการที่จะทำให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในศักยภาพที่แท้จริงของชุมชน รู้ถึงจุดด้อยและจุดเด่นของชุมชนเพื่อการปรับใช้ความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนในการพัฒนา อันจะนำไปสู่การบูรณาการชุมชน โดยอาศัยฐานความรู้ของชุมชนเอง มีบทบาทในการให้การศึกษานอกระบบ ส่งเสริมการศึกษาในรูปแบบของการศึกษาที่เป็นทางเลือกแก่ประชาชน กล่าวคือในฐานะเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ความรู้และบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการสร้างการศึกษาทางเลือกให้แก่ชุมชน โดยมีลักษณะที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การกระตุ้นและก่อให้เกิดการเรียนรู้ในชุมชน ในแง่ของการให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งการส่งเสริมสิทธิการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ

2. **บทบาทในการเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาสังคม** สนับสนุนการสร้างความเท่าเทียมของประชาชนในการเคลื่อนไหวทางการเมืองรูปแบบใหม่ (new social movement) ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ให้ประชาชนตระหนักถึงการเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตยในรูปแบบต่างๆ เช่น เปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นตัวกลางประสานในการให้ข้อมูล ความรู้ความเข้าใจในโครงการที่มีผลกระทบต่อประชาชนอย่างรอบด้าน การตรวจสอบนักการเมืองท้องถิ่นและนักการเมืองในระดับชาติ โดยการเชื่อมโยงกับกระบวนการชุมชน

ชน การหนุนเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและภาคประชาสังคม (Civil Society) ในชุมชนท้องถิ่น และการสร้างเครือข่ายกับประชาชนในท้องถิ่นระดับต่างๆอย่างเท่าเทียม เพื่อจะได้เรียนรู้ความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง อันจะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการนั้น

3.บทบาทในการมีส่วนร่วมในการเมืองการปกครองท้องถิ่น โดยการตรวจสอบระบบการเมืองในระบบตัวแทนให้ดำเนินไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนในท้องถิ่นนั้นและการสร้างระบบตรวจสอบทางการเมืองในท้องถิ่น เป็นกลุ่มพลังทางสังคมในการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นแบบเป็นผู้กระทำ (active) ในการริเริ่ม ในการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งและรู้เท่าทันการครองโลกในยุคโลกาภิวัตน์ด้วยการพัฒนากระแสหลัก ที่เน้นการเติบโตของระบบทุนนิยม บริโภคนิยม ภายใต้โครงสร้างทางประวัติศาสตร์การเมืองของไทยแบบอำนาจนิยม ระบบอุปถัมภ์และการรวมศูนย์การปกครอง

การมีส่วนร่วมในบทบาททางการเมืองของท้องถิ่นและส่วนกลางมากขึ้น จะทำให้นโยบายของรัฐตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น และสามารถแก้ปัญหาของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นกำหนดวิถีชีวิตของตนทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมได้มากขึ้นด้วย

4.บทบาททางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนในรูปแบบต่างๆ เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ ฯลฯ เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีฐานรากที่เหมาะสมในแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ และรู้เท่าทันต่อการพัฒนาของการเติบโตของระบบทุนนิยมเสรีที่เข้ามาเอาัดเอาเปรียบชุมชนและหนทางในการรวมตัวกันเพื่อต่อรองทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่จำเป็นและเป็นทางออกที่เหมาะสม การส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองได้

5.บทบาทด้านการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน คือ การนำเสนอข่าวสารด้านการให้ความรู้ความเข้าใจต่อประชาชนในด้านดังกล่าว มีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนในแง่มุมต่างๆที่มีส่วนสำคัญในการทำลาย กัดกร่อนสังคมท้องถิ่น อันมีรากฐานสำคัญมาจากปัญหาโครงสร้างทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมไทย การละเมิดสิทธิเด็ก ความไม่เท่าเทียมกันของผู้หญิงในสังคม อีกทั้งการส่งเสริมความเท่าเทียมกันในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การทำลายคติในด้านต่างๆ เช่น เชื้อชาติ ศาสนา อันนำไปสู่ความเกลียดชังและการแก้ไขปัญหาดด้วยความรุนแรง ซึ่งถือเป็นภาพสะท้อนในรูปธรรมของการละเมิดสิทธิมนุษยชน

6. **บทบาทในการสร้างระบบการบริการชุมชน** ส่งเสริมด้านสวัสดิการสังคมและบริการสาธารณะของรัฐบาลที่พึงมีต่อชุมชน เช่นสิทธิการรักษาพยาบาลและสิทธิการได้รับบริการทางการศึกษา เป็นต้นเนื่องจากปัจจุบันประชาชนในชุมชนชนบทยังขาดแคลนบริการสาธารณะจากรัฐบาล สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตเนื่องจากรูปแบบการพัฒนาที่กระจุกตัวอยู่แต่ในบริเวณศูนย์กลางคือเมืองหลวงเป็นสำคัญเท่านั้น

7. **บทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบที่เหมาะสมกับชุมชน** สร้างช่องทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการกำหนดวิถีชีวิตของตนเองเป็นสำคัญ อีกทั้งการปกป้องผลประโยชน์ การให้และประเมินข้อมูลผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนท้องถิ่น ถึงผลดีผลเสียอย่างรอบด้าน เป็นการระบวนการที่สำคัญของชุมชนที่จะใช้ในการตัดสินใจเพื่อแสวงหาทางเลือกในการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชน ตลอดจนสะท้อนเสียงของชุมชนต่อทิศทางการพัฒนาด้วย

8. **บทบาทในการสร้างทางเลือกให้แก่ชุมชน** สร้างสรรค์ในแง่ข้อมูลข่าวสารและเป็นกลไกในสังคมท้องถิ่นในการผลักดันให้ชุมชนแสวงหาทางเลือกของชุมชนที่เป็นอิสระจากการถูกครอบงำโดยการพัฒนาจากส่วนกลาง เนื่องจากปัจจุบันการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นมักถูกครอบงำด้วยทุนนิยมเสรีประชาธิปไตย ซึ่งเป็นระบบที่ก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจน การพัฒนาเพื่อช่วยยกระดับความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น จึงไม่มีรูปแบบที่สำเร็จรูป แต่มีสารัตถะ(หัวใจ)หลักอยู่ที่การทำให้เกิดความเท่าเทียมของคนในชุมชนทั้งในเมืองและชนบท เป็นหลักการส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและมีอำนาจในการต่อรองและธำรงรักษาความเป็นชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชุมชนอย่างเหมาะสมและเพียงพอ

9. **บทบาทในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น** ส่งเสริมสิทธิของชุมชนในท้องถิ่นในการกำหนดใช้และสงวนทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นอย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะที่ผ่านมาบทบาทของชุมชนในการปกป้องรักษาทรัพยากรของตนเองเริ่มอ่อนแอลง การตัดไม้ทำลายป่า ทรัพยากรธรรมชาติถูกนำมาใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตน โดยใช้อำนาจในนามของการพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมที่คนในชุมชนท้องถิ่นต้องเสียสละ

10. **บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาของท้องถิ่น** กล่าวคือรูปแบบการพัฒนาในปัจจุบันมักมีบทบาทสำคัญในการทำลายความหลากหลายเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ลักษณะเฉพาะของชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นของชุมชนจึงมักถูกละ

เลยและหลงลืม เมื่อวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา ชาติความเข้าใจและเห็นความสำคัญจึงขาดการสืบทอด โดยเฉพาะการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ดังนั้นสื่อมวลชนท้องถิ่นจึงมีบทบาทในการรักษาความเป็นท้องถิ่นที่สำคัญ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนให้คงอยู่สืบไป ซึ่งพื้นที่ในการเลือกรับและเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมต้องอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมและเข้าใจต่อรากเหง้าอย่างแท้จริง

11.บทบาทในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค สร้างสรรค์ชุมชนให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำเสียงของชุมชนให้เป็นที่ได้ยินและเป็นแหล่งปัญญาของชุมชนในการที่จะติดตามหาทางปัญญาเพื่อการรู้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน เพื่อปรับเปลี่ยนหรือดำรงรักษารูปแบบ วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนไม่ให้ถูกทำลายไป การสร้างพื้นที่ทางความคิดที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์ การสร้างเวทีในการพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนระหว่างชาวบ้าน การให้การศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อชุมชน การประสานกับหน่วยงานทางการศึกษา นักวิชาการ ชาวบ้าน รัฐและเอกชน การสะท้อนความคิดเห็นที่หลากหลาย มีกระบวนการหาทางออกที่สร้างสรรค์ภายใต้ภาวะการณ์ให้ข้อมูลอย่างรอบด้านและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของรัฐและทุน การส่งเสริมให้ชุมชนมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมในระดับที่สมดุลยั่งยืน

ทั้งนี้ในการจะดำเนินงานให้เป็นไปตามบทบาททั้ง 11 ข้อที่กล่าวมาจะต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของชุมชน (Local Identity) นั้น โดยพัฒนาจากรากเหง้าและการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งย่อมจะก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและเหมาะสมกับชุมชนในที่สุด

จากแนวคิดเรื่องการใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชนและบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นข้างต้น ยังนำมาเป็นเกณฑ์ในการที่จะทดลองปฏิบัติการผลิตรายการเพื่อนำเสนอต่อไป โดยจะเน้นหนักการนำเสนอประเด็นชุมชนผ่านมุมมองของผู้ชมที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นว่ามีความเป็นสื่อท้องถิ่นเพื่อชุมชนหรือมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างไรหรือไม่ อย่างไร

แนวคิดเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่น

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยองค์กรที่เป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น นอกจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์กรสื่อมวลชน และแนวคิดสำคัญคือ การใช้สื่อมวลชนสำหรับชุมชนและบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นซึ่งในเบื้องต้นดูเหมือนว่าจะตรงประเด็นของการวิจัยครั้งนี้มากที่สุดแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่นในประเทศไทยที่ผ่านมา เพื่อให้ทราบถึงการศึกษาของผู้อื่นที่มีลักษณะและประเด็นที่คาบเกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้ด้วยการทบทวนวรรณกรรมพบดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์เรื่อง การวิเคราะห์รายการเพื่อท้องถิ่นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 12 สุราษฎร์ธานี ของ วิริยะ กลิ่นเสาวคนธ์ ปี 2535
2. การวิเคราะห์เรื่อง การศึกษาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ลำปาง ในฐานะสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค ของ วชิรา รินทร์ศรี ปี 2537
3. การวิเคราะห์เรื่อง บทบาทของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ลำปาง ในรายการส่งเสริมวิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา ของ อรุณมาศ สาระวานิช ปี 2540

งานวิจัยทั้ง 3 เรื่องนี้ได้ให้ประเด็นและความน่าสนใจอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้คือ จะเห็นว่าประวัติศาสตร์ของสถานีโทรทัศน์ในต่างจังหวัดเริ่มต้นหลังจากการถือกำเนิดของสถานีโทรทัศน์ในส่วนกลางเพียงไม่กี่ปี (เริ่มในปี พ.ศ. 2498) เช่น สทท. ช่อง 8 ลำปาง เริ่มก่อตั้งในปี 2505 อย่างไรก็ตามเป้าหมายเริ่มแรกของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นช่องทางการถ่ายทอดข่าวสารจากส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาคเป็นหลัก สถานีที่ตั้งของสถานีเป็นเขตต่างจังหวัด บรรยากาศและสภาพแวดล้อมเป็นแบบภูมิภาค โดยแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะ ดังนั้นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นจึงต้องพยายามแสดงบทบาทในฐานะสื่อมวลชนท้องถิ่นไปพร้อมกัน จากลักษณะที่กล่าวดังกล่าวทำให้งานวิจัยทั้ง 3 เรื่องนี้พยายามตอบคำถามว่า ในปัจจุบันนี้ สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นตามฐานะสื่อมวลชนท้องถิ่นได้มากน้อยเพียงใด พร้อมทั้งมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการแสดงบทบาทเหล่านี้หรือไม่

วิธีการวิจัยของงานวิจัยทั้ง 3 เรื่องนี้ใช้เป็นหลักคือ การวิเคราะห์เนื้อหารายการโดยใช้เกณฑ์เรื่อง “ความเป็นส่วนกลาง” กับ “ความเป็นท้องถิ่น” เป็นตัววัด การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน รวมทั้งการสอบถามจากผู้รับสาร ผลการวิจัยที่น่าสนใจ มีดังนี้

1. **สัดส่วนของรายการ** งานวิจัยทั้ง 3 เรื่องได้ให้ข้อสรุปตรงกันว่า ผลการวิเคราะห์รายการแสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นยังไม่สามารถแสดงบทบาทเพื่อท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่ เช่น วิธียาพบว่าสัดส่วนรายการท้องถิ่นอยู่ระหว่าง 20 – 35 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้น อรุณมาศก็พบว่า มีรายการท้องถิ่นปัจจุบันเพียง 3-4 รายการเท่านั้นที่มีบทบาทในการส่งเสริมวิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ล้วนมา เช่นเดียวกับวิริยะ พบว่า มีเพียงรายการข่าวท้องถิ่นภาคใต้เท่านั้นที่ยังคงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่รายการท้องถิ่นอื่นๆถูกยกเลิกหมด

2. **ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง** งานวิจัยทั้ง 3 เรื่องพบผลที่สอดคล้องกัน คือ มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก โดยปัจจัยหลักมาจากภายใน กล่าวคือ

- ปัจจัยภายในที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ นโยบายจากส่วนกลาง / ส่วนท้องถิ่น และโครงสร้างการบริหารงาน คุณภาพของบุคลากร ปัญหาด้านอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีและงบประมาณ
- ปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ แหล่งข้อมูล การแข่งขันจากที่ต่างๆ

3. **ผลจากการสำรวจความนิยมและความพึงพอใจจากผู้ชม** ในแง่ปริมาณพบว่า มีผู้ชมรายการเฉพาะท้องถิ่นน้อย (ซึ่งมีผลไปถึงเรื่องการมีผู้สนับสนุนรายการตามหลักการของระบบโทรทัศน์เชิงพาณิชย์) และตัวรายการเองมีน้อยทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่มได้

โดยสรุปจากงานวิจัยทั้ง 3 เรื่องนี้ทำให้ผู้วิจัยได้รับทราบถึงปัญหา อุปสรรคและสภาพการณ์ที่ผ่านมาของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นอื่นๆ ที่ถือเป็น "ผู้ร่วมชะตากรรม" เดียวกับ สทท.11 พิษณุโลก ได้มองเห็นวิธีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่จะนำมาปรับใช้ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อประเมินบทบาทและศักยภาพของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นของต่างประเทศ Berrigan, F.J. (1979) ได้ทำการศึกษาวิจัย ไว้ ซึ่งมีแนวทางของการสื่อสารเพื่อชุมชนที่เห็นได้ชัดคือ "Kheda TV" หรือ สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นของประเทศอินเดีย คือสถานีที่เน้นการผลิตรายการให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนดูที่ยากจนเป็นหลัก โดยมีวัตถุประสงค์ต้องการปลุกจิตสำนึกให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวชาวบ้าน (conscientization) จากที่เคยพึ่งพาผู้อื่นมาเป็นพึ่งตนเองไม่ใช่มุ่งหวังเพียงการทำหน้าที่พื้นฐานคือติดตามข่าวสารและให้การศึกษาเท่านั้น โดยการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นแหล่งทรัพยากรและแหล่งพลังอำนาจ (information as resource and power)

กระบวนการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ Kheda จะประกอบด้วยคน 4 กลุ่ม คือ นักวิจัย ผู้ผลิตรายการ คนเขียนบท ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ขั้นตอนการทำงาน มีดังนี้

1. นักวิจัยต้องออกสำรวจความต้องการของชุมชน
2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาปรึกษาหารือในทีมผลิตรายการเพื่อตัดสินใจวางแผนและวางรูปแบบรายการ หากต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมจะใช้เครื่องถ่ายบันทึกวิดีโอกระเป๋าคือ หิ้วออกไปเก็บเพิ่มเติม ผลจากการพูดคุยกัน ทีมงานได้ตกลงใจว่าจะทำรูปแบบรายการแบบชุดรายการต่อเนื่องหลายตอนจบ(Series) ซึ่งน่าจะได้ผลตามวัตถุประสงค์ดีกว่ารายการที่จบเป็นตอนๆ
3. หลังจากได้แนวคิดหลักของรายการ (concept idea) ทีมผู้ผลิตจะนำรายละเอียดของรายการไปพูดคุยกับบรรดาหน่วยงานหรือองค์กรที่สนับสนุน โดยนำเอาหลักฐานที่มีจากการวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อการเจรจา
4. เมื่อทุกฝ่ายเห็นพ้องต้องกันในเรื่อง แนวคิดหลักของรายการ จึงจะมาถึงความรับผิดชอบของฝ่ายเขียนบท(Script) ซึ่งรวมกลุ่มจัดตั้งเป็น “คณะกรรมการจัดทำบท” ประกอบด้วยนักวิจัย ผู้ผลิตรายการและตัวผู้เขียนบทเอง เนื่องจากในขั้นตอนของการเขียนบทนั้นเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด ที่จะแปรแนวคิดทุกอย่างออกมาเป็นภาพและเสียง บทจึงเป็นเสมือนโครงกระดูกสันหลังของรายการ
5. ขั้นตอนของการนำเอาบทที่เขียนไปแล้วไปถ่ายทำเป็นภาพและเสียงออกมาเมื่อถ่ายทำได้ประมาณร้อยละ15 ทางทีมงานได้นำภาพที่ถ่ายแล้วไปฉายให้กับกลุ่มเป้าหมายชม (Pretest/Preview) และรับฟังทัศนะของผู้ชม เนื่องจากรูปแบบของรายการอาจจะแปลกใหม่ หรือแปลกไปอยู่เสมอ ดังนั้นจึงต้องตรวจสอบว่าผู้ชมจะเข้าใจหรือไม่
6. หลังจากมีการแพร่ภาพออกอากาศแล้ว ทางทีมงานได้ติดตั้งกลไกการประเมินผลไว้คือ การพูดคุยติดตาม ศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชม และวิเคราะห์เนื้อหารายการ

นอกจากนั้นในปี 1994 Agrawal B.C. ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยใช้แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมและชี้ว่า โทรทัศน์เปรียบเสมือน“สื่อกลาง”ในการนำเอาความเปลี่ยนแปลงบางอย่างมาสู่ชุมชน ทำหน้าที่เป็นปาก เป็นเสียง แทนประชาชน ทำให้เกิดการตื่นตัวและรู้สึกว่าการโทรทัศน์ดังกล่าวเป็นของพวกเขา จากจุดนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอต่อไปว่า หากจะเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มากขึ้น โทรทัศน์ต้องลดบทบาทของตนเองลง โดยวางรูปแบบรายการเอาไว้และให้ประชาชนเป็นผู้นำเสนอสาระมาใส่เอง แนวคิดของ Agrawal B.C. มีความน่าสนใจตรงที่เน้นเรื่องหน้าที่ของการสื่อสารและถือเป็นการสร้างพันธมิตร (alliance) ให้เกิดขึ้นทั้งในระดับครัวเรือน วรรณะ และหมู่บ้าน

เพื่อให้เข้าถึงและทราบความต้องการ รวมทั้งให้ผู้ชมได้มีโอกาสเข้าถึงสื่อสมัยใหม่อย่างโทรทัศน์ได้ง่ายขึ้น ทั้งที่แต่เดิมปัจจัยด้านช่องว่างทางสังคมและความขัดแย้งเข้ามามีอิทธิพลต่อโอกาสในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ เป็นอย่างมาก

ฉะนั้นจากบทเรียนของโทรทัศน์ Kheda แสดงให้เห็นว่าหากสถานีโทรทัศน์จะเล่นบทบาท “โทรทัศน์ท้องถิ่น” อย่างแท้จริงแล้ว กระบวนการทำงานต้องมีทั้งทีมวิจัยและทีมผลิตที่ต้องทำงานร่วมกันอยู่ตลอดเวลา จึงจะสามารถปรับรายการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งที่ผู้ผลิตและผู้ชมมีช่องว่างทางสังคมระหว่างกันอยู่ก็ตาม และนับได้ว่าแนวคิดข้างต้นเป็นคุณูปการต่อการวิจัย สทท.11 พิชณโลกในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้อย่างดียิ่ง ในแง่ที่สามารถนำไปเป็นแบบอย่างหรือแนวทางที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้

แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์

ในการวัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ของ สทท. 11 พิชณโลก ในระดับของรายการและระดับผู้ชมนั้น ต้องมองผ่านไปยังรายการท้องถิ่น ทั้ง 7 รายการว่าขั้นตอนในการผลิตรายการเหล่านั้นดำเนินการไปอย่างไร และในแต่ละขั้นตอนผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะใดบ้าง แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการจึงเป็น “เลนส์” ชนิดหนึ่งร่วมกับอีกหลายเลนส์ที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพราะกว่าจะมาเป็นรายการทุกรายการได้นั้น ต้องผ่านกระบวนการผลิตก่อน ประกอบกับเมื่อสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลต่างๆ หลากฝ่าย รวมทั้งปัจจัยการผลิตหรือเทคโนโลยีต่างๆ หลากประการ ต้องมีลำดับขั้นตอนของการทำงานที่ “เป็นระบบ” เพื่อให้การผลิตรายการดำเนินไปอย่างราบรื่นและผลงานออกมามีที่สุດกระบวนการผลิตรายการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และแน่นอนว่ารายการท้องถิ่นของ สทท. 11 พิชณโลกเองก็ต้องยึดหลักการเดียวกันนี้ด้วย

ในเอกสารเรื่อง “การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง” ของ รศ.จุมพล รอดคำดี ได้สรุปกระบวนการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ซึ่งหมายรวมถึงรายการอื่นๆ ไว้ เพื่อความสะดวกและเข้าใจตรงกันของผู้ปฏิบัติงานด้านนี้ ออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ

1. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) หมายถึง การเตรียมการทั้งหมด ซึ่งเริ่มตั้งแต่การเกิดแนวความคิด การประชุมกำหนดโครงการ การเสนอโครงการต่อผู้สนับสนุนรายการ การมอบหมายงาน การค้นคว้าวิจัย การเลือกเรื่องที่จะนำเสนอ การกำหนดโครงเรื่อง การหาข้อมูลและหลักฐานอ้างอิง การเขียนบท การจัดเตรียมสถานที่ การติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ การคัดเลือกนักแสดง เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบฉาก (กรณีของ Docu-Drama) รวมทั้งการกำหนดวันและเวลาในการถ่ายทำ

ขั้นตอนย่อยในการจัดรายการโทรทัศน์ ก่อนที่จะลงมือจัดรายการ ซึ่งมีความสำคัญและผู้วิจัยเห็นว่า มีลักษณะเดียวกับของ Kheda TV. ซึ่งถือว่ามีความจำเป็นในการผลิตรายการเฉพาะท้องถิ่นเพื่อชุมชน ตามหลักของชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2520) มี 3 ขั้นตอน คือ

1.1. ขั้นกำหนดแนวคิดและวัตถุประสงค์ของรายการ เรียกว่าเป็นการ “หาเรื่อง” ที่จะมาทำรายการแล้วจึงกำหนดผลที่คาดหวังว่าผู้ชมจะได้รับเมื่อชมรายการแล้ว

1.2. ขั้นการวิเคราะห์ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องทราบว่ามีผู้ชมเป็นใคร ต้องการเนื้อหาสาระอะไรจึงจะเป็นประโยชน์และเหมาะสม

1.3. ขั้นกำหนดค่าใช้จ่าย เป็นการกำหนดงบประมาณ เพื่อแสดงรายการว่าจะใช้เงินในรายการได้บ้าง จำนวนเท่าไร

2. ขั้นตอนการผลิต (Field Production) หมายถึง ขั้นตอนการถ่ายทำ ประกอบไปด้วยการเดินทางและการเคลื่อนย้ายทีมงานถ่ายทำ การติดตั้งอุปกรณ์การถ่ายทำ การเลือกมุมภาพ การบันทึกภาพและเสียง รวมทั้งการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลด้วย โดยในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความพร้อมและความสามารถของทีมงานมากที่สุด

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) หมายถึง ขั้นตอนการนำภาพและเสียงที่ได้บันทึกไว้ในขั้นตอนการผลิตนั้น มาเรียบเรียงขึ้นใหม่ให้เป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์ตามบทที่กำหนด โดยอาศัยวิธีการตัดต่อลำดับภาพและบันทึกเสียง ซึ่งบางกรณีอาจตัดทอนบทบางส่วนออกบ้างเพื่อความกระชับหรือเพื่อให้มีความยาวตามกำหนด

ในส่วน of เสียงควรจะมีการเรียบเรียงหรือประพันธ์ดนตรีและเสียงประกอบขึ้นมาใหม่เพื่อเสริมให้ภาพและเรื่องราวสื่อความหมายได้มากยิ่งขึ้น หรือมีงบประมาณไม่เพียงพอก็นำดนตรีประกอบที่มีอยู่แล้วมาใช้ได้ แต่โดยมารยาทก็ควรจะขออนุญาตหรือระบุที่มาไว้บนจอภาพ เพื่อป้องกัน

กันไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับ"ลิขสิทธิ์" ตามมาในภายหลัง เมื่อตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็อาจจะต้องผ่านการตรวจสอบของผู้สนับสนุนรายการหรือผู้ควบคุมรายการของสถานีเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ก่อนนำไปเผยแพร่ออกอากาศต่อไป และเมื่อผ่านขั้นตอนของการเผยแพร่ผ่านช่องทาง (สถานีโทรทัศน์)แล้วก็สันนิษฐานว่าจบสิ้นกระบวนการ

การดำเนินงานทั้ง 3 ขั้นตอนดังกล่าว ล้วนมีความสำคัญทัดเทียมกันและเชื่อมโยงกันในลักษณะที่เป็น"กระบวนการต่อเนื่อง" จึงทำให้ไม่อาจจะเลยจุดใดจุดหนึ่งไปได้ และจากแนวคิดดังกล่าวยังมีความสอดคล้องและตรงกับแนวคิดเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่นของ Kheda TV. ด้วย แม้จะต่างกันรายละเอียดของวิธีการบ้างก็เพียงบางขั้นตอนเท่านั้น และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและเกิดแนวทางที่เป็นแบบอย่างในการวิจัยได้อย่างผสมผสานลงตัว จึงขอแสดงเป็นแผนผังเปรียบเทียบกระบวนการผลิตรายการ ของ รศ.จุมพล รอดคำดี ซึ่งเป็นการผลิตรายการในระดับชาติหรือออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศ โดยผู้วิจัยจะใช้คำว่า "โทรทัศน์ระดับชาติ" กับ กระบวนการผลิตรายการของ Kheda TV. ที่จะใช้คำว่า "โทรทัศน์ระดับท้องถิ่นเพื่อชุมชน" ซึ่งเป็นการผลิตรายการในระดับท้องถิ่น หรือออกอากาศครอบคลุมเพียงพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง หรือชุมชนใดชุมชนหนึ่งเท่านั้น ดังนี้

โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน

ขั้น 1 – ออกสำรวจความต้องการของ
ชุมชน

ขั้น 2 – นำข้อมูลที่ได้มาปรึกษา วางแผน
วางรูปแบบและแนวคิดหลักของ
รายการ

ขั้น 3 – พุดคุยกับหน่วยงาน/องค์กร
ที่สนับสนุน

ขั้น 4 – เขียนบท : มีคณะกรรมการ
ได้แก่ นักวิจัย ผู้ผลิต ผู้เขียนบท

ขั้น 5 – ถ่ายทำ / ถ่ายได้ 15 % ฉายให้ชม
ก่อน แล้วรับฟังทัศนะผู้ชม

ขั้น 6 – แพร่ภาพ และประเมินผล

โทรทัศน์ระดับชาติ

ขั้น 1 – ก่อนการผลิต → กำหนดแนวคิด

→ ประชุมกำหนดโครงการ

→ เสนอโครงการต่อผู้ -
สนับสนุน

→ คัดคว้า วิจัย หาข้อมูล

→ เขียนบท

→ เตรียมการผลิต

→ ประสานงาน – กำหนด
การถ่ายทำ

ขั้น 2 – ถ่ายทำ

ขั้น 3 – หลังการผลิต → ตัดต่อลำดับภาพ

→ ตรวจสอบก่อนออก
อากาศ

→ แพร่ภาพ และประเมินผล

จากแผนผังเปรียบเทียบกระบวนการผลิตรายการระดับชาติและระดับท้องถิ่น จะเห็นว่า หากเป็นการผลิตรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชนแล้ว ขั้นแรกที่จะต้องให้ความสำคัญ คือ การออกสำรวจความต้องการของผู้ชม ร่วมกับ เมื่อถ่ายทำไปบ้างแล้ว(ขั้นที่ 5) ยังต้องมีการฉายให้ชม (pretest/preview) ก่อน ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำติชม เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนา ตลอดจนทำให้ทราบว่ารายการเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ชมได้เพียงใด ในขณะที่โทรทัศน์ระดับชาติยังไม่ได้ให้ความสำคัญและทำจุดนี้ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าในกระบวนการผลิตรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชนจะต้องนำวิธีการวิจัย และมีนักวิจัยเป็น หนึ่งในทีมงานผลิตรายการ นอกเหนือจากผู้ผลิตที่เป็นคนของสถานีเพียงอย่างเดียว ควบคู่ไปกับคน

ในท้องถิ่น และชุมชนนั้นซึ่งเป็นผู้ชมอีกด้วย จึงจะสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้อย่างแท้จริง

แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

รายการที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว ย่อมมีจุดมุ่งหมายเพื่อแพร่ภาพให้ผู้ชมได้รับชม ฉะนั้นจึงต้องพิจารณาว่าผู้ชมรายการต่างๆเหล่านั้น ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตในระดับใดบ้าง เพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ตรงจุดมากที่สุดซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้จัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้เป็น 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วม

1) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ชม /ผู้รับสาร ได้แก่ รับชมรายการอยู่เสมอ จดหมายหรือโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น ดิชม เสนอแนะ รายงานผลการรับชมให้ผู้ผลิตทราบ เป็นตัวแทนส่งข่าวสาร ร่วมแจ้งข่าวสาร ตรวจสอบข่าวสารกับพื้นที่ ร้องทุกข์ ร้องเรียนปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ร่วมงานและกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นโดยโทรทัศน์ท้องถิ่น เสนอแนะรูปแบบรายการ ช่วยประชาสัมพันธ์สถานที่โทรทัศน์ท้องถิ่น ฯลฯ

2) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิต เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้นมา เมื่อพิจารณาตามแนวคิดการผลิตสื่อ คือ

- ขั้นก่อนการผลิต หรือการเตรียมการก่อนการผลิต กิจกรรมในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย การเลือกประเด็นหัวข้อ เลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ รวบรวมข้อเท็จจริงที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การเขียนบท การคัดเลือกฉากและตัวแสดง ฯลฯ
- ขั้นการผลิต คือการลงมือผลิตในกรณีของโทรทัศน์คือการถ่ายทำ
- ขั้นหลังการผลิต คือหลังจากถ่ายทำเสร็จแล้ว ต้องมีการติดต่อ อัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่างๆ ฯลฯ

ชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งและอาจจะต้องมีการสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เช่น หากต้องการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิตก็จำเป็นต้องมีการอบรมให้ชาวบ้านได้เรียนรู้การใช้อุปกรณ์เสียก่อน อย่างไรก็ตามจะเป็นการดียิ่งหากเปิดโอกาสให้

ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุดในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการระหว่างนักสื่อสารมวลชนกับชุมชน ชาวบ้านอาจไม่ต้องลงมือใช้เครื่องมือเอง แต่ก็สามารถเข้าร่วมได้ในลักษณะของการเป็นผู้เลือกประเด็น วิธีการนำเสนอ หาสถานที่ที่จะใช้เป็นฉากถ่ายทำ และหลังจากถ่ายทำแล้วได้ชมก่อนเพื่อแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนทัศนะกัน หรือหลังจากที่ผู้ผลิตตัดต่อเสร็จแล้ว ฝ่ายชาวบ้านมาชมเพื่อแสดงความคิดเห็นแล้วนำไปปรับปรุงก่อนออกอากาศจริงก็ได้

3) **การมีส่วนร่วมในระดับบริหารงาน** ได้แก่ การเป็นผู้วางแผน กำหนดนโยบายเกี่ยวกับโทรทัศน์ท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม ซึ่งจะสังเกตได้ว่ายิ่งระดับการมีส่วนร่วมสูงขึ้นเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง คือ อาจจะมีเพียงบางคนหรือผู้เป็นตัวแทนจากชุมชนไม่กี่คนที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้ได้ เช่น การตัดสินใจเพิ่ม - ลด ช่วงออกอากาศ แผนกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ

หากผู้ชมได้มีโอกาสในการเข้าไปเป็นส่วนร่วมของการผลิตแล้วย่อมนำไปสู่การสนองเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชนได้ ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพและคณะ (พ.ศ. 2543) ได้สรุปไว้ว่า หากจะกล่าวเฉพาะในระดับของชุมชนและท้องถิ่นแล้ว เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

1. เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญามาเผยแพร่ในวงกว้าง
2. เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นคุณค่าและความเชื่อของเขา เพราะหากคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง
3. เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนได้ว่าหากมีโอกาสฝึกฝนอบรมก็น่าจะสามารถกระทำได้
4. เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางให้กับชุมชนในการส่งข่าวออกไปจากจุดยืน มุมและทัศนะของตนเอง
5. เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

6. ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเลี้ยวของชุมชน จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนและชุมชนอื่นๆเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

7. ช่วยเพิ่มสัดส่วนการสร้างสาระให้แก่ชุมชน เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกหนีปัญหาที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับการพัฒนา

นอกจากแง่มุมด้านการมีส่วนร่วมแล้ว ในแง่เนื้อหาสาระของรายการที่สนองความต้องการของคนในท้องถิ่นและชุมชน ยังต้องส่งผลที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนด้วย ดังนั้นเลนส์ที่จะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาอีกชนิดหนึ่งก็คือ แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ในฐานะที่เป็นสื่อในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร ทศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างคนในสังคม ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาประเทศหนึ่ง จึงต้องหันมาให้ความสนใจและมองถึงความสำคัญบทบาทการสื่อสารเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ เพราะการสื่อสารจะช่วยให้ประชาชนมีความกระตือรือร้นมากขึ้น และยังช่วยสอนทักษะใหม่ๆในทางอ้อมแก่ประชาชนด้วย ในภาพรวมการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน จึงมีประโยชน์และสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างมาก ดังที่ Wilbur Schramm (ค.ศ. 1983) ให้ความเห็นไว้ดังนี้

1. เป็นยามตรจสอบ (The mass media as watchman) คือการให้ข่าวและอธิบายเหตุการณ์ ต่าง ๆ ว่าได้รู้ดูหน้าไปเพียงใด
2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mass media can widen horizons)
3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention)
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspirations) ทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิดความอยากอยู่ดีกินดี หรือแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า

5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can create a climate for development) กระตุ้นและให้มโนภาพและความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดการเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและสิ่งที่ควรจะเป็นในอนาคต
6. ช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices)
7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยฝ่ายข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channels) หมายถึงการกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับเอาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง
8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลหรือสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้ (The mass media can confer status) โดยอาจจะใช้วิธียกย่องหรือเหยียดอยู่เสมอ ซึ่งหมายถึงบุคคลผู้นั้นอาจจะกลายเป็นผู้นำในการพัฒนาประเทศต่อไปได้
9. สามารถขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ (The mass media can broaden the policy dialogue)
10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้ (The mass media can enforce social norms)
11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถือได้ว่า เป็นการปฏิบัติที่ถูกต้อง
12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อยๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held, and slightly canalize stronger attitudes)
13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teacher) หมายความว่าได้ทำหน้าที่ให้การศึกษา ให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาแคลงมาในระดับท้องถิ่น ซึ่งการวิจัยครั้งนี้กำลังพยายามหาคำตอบอยู่ว่าจะสามารถดำเนินการได้อย่างไร เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริงได้ จึงต้องมีความเข้าใจและรู้ถึงลักษณะดังกล่าวซึ่งเหมาะสมกับสื่อโทรทัศน์ดังที่ เสถียร เชนประทับ (พ.ศ.2538) ได้นำเสนอไว้เสียก่อน คือ

1. ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ
2. ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น คือเนื้อหาของสื่อมวลชนควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น เพราะเกี่ยวข้องโดยตรง และสภาพของผู้รับสาร การผลิตสื่อต้องเริ่มจากสภาพความเป็นจริงและต้องมีลักษณะสอดคล้องกับสิ่งที่ชุมชนมีอยู่
3. ด้านการสร้างความเข้าใจ การใช้สื่อต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจปัญหาและสภาพแวดล้อมของตนเอง
4. ด้านความเป็นชุมชน ประชาชนต้องเข้าใจความหมายของ “ความเป็นชุมชน” อย่างแท้จริง และในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น เพื่อการเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน เสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

แนวคิดที่กล่าวมานี้จะช่วยให้สามารถประเมินศักยภาพ สถานภาพและบทบาทในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนของ สทท.11 พิษณุโลกได้ว่าเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นหรือไม่ เพียงใด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ผู้วิจัยได้กล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นประเภทของสื่อที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ในหัวข้อแนวคิดเรื่องสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นไปแล้ว อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ อีกดังนี้

พ.ศ. 2533 สุรินทร์ แปลงประสพโชค ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงสำหรับชุมชนชนบทในเขตชนเมือง จังหวัดจันทบุรี” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และรูปแบบการจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชนเมือง จ.จันทบุรี โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่แคบและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนตามหลักการจัดการกระจายเสียงวิทยุชุมชนเพื่อคนท้องถิ่นได้ รูปแบบเป็นการวิจัยกึ่งทดลอง โดยจัดรายการในพื้นที่ในรัศมีเพียง 6 ถึง 10 กิโลเมตร ระบบ เอ.เอ็ม โดยรอบสถานีฯ มีผู้นำชุมชนในพื้นที่ทดลองมาเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายจัดตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารและดำเนินการเป็นผู้กำหนดทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการและการออกอากาศให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่เวลาออกอากาศ ความยาวของรายการ รูปแบบ เนื้อหา การกำหนดตัวผู้จัดรายการ รวมทั้งวิธีการนำเสนอ โดยใช้มติของที่ประชุมเป็นหลัก วิธีการเช่นนี้ปัญหาและความต้องการของชาวบ้านจะถูก

ถ่ายทอด กลั่นกรองจากคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงชุมชน ส่งต่อไปยังผู้จัดรายการเพื่อดำเนินการผลิต ออกอากาศไปสู่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย รายการที่ผลิตขึ้นจึงสอดคล้องปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายก็สามารถสะท้อนปัญหาและความรู้สึกนึกคิดไปสู่ผู้จัดรายการหรือคณะกรรมการฯโดยตรง นอกจากนั้นกลุ่มผู้ฟังยังช่วยในการเป็นอาสาสมัครช่วยจัดรายการ สนับสนุนด้วยการเข้ามามีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการฯอีกทางหนึ่งได้ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการได้อย่างกว้างขวางทั้ง 3 ระดับและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการสื่อสารเพื่อชุมชนเป็นอย่างดี ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าผู้ฟังนิยมและพึงพอใจในรายการดังกล่าวมากกว่ารายการเดิมๆที่เคยมีมาก่อน อีกทั้งสามารถใช้เป็นรูปแบบของการจัดสื่อเพื่อการพัฒนาได้

สำหรับการวิจัย เรื่อง สทท.11 พิษณุโลกในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนครั้งนี้ต่างกับการวิจัยของสุรินทร์ ที่ชัดเจนคือประเภทของสื่อคือโทรทัศน์ มีลักษณะเฉพาะคือ เข้าถึงผู้ชมได้มากกว่า มีความซับซ้อนและรายละเอียดในการดำเนินการที่ต้องการความเป็นมืออาชีพมากกว่าวิทยุ อีกทั้งด้านพื้นที่ในการแพร่ภาพออกอากาศและจำนวนผู้รับชมก็อยู่ในวงกว้างกว่าหลายเท่า ไม่ใช่เพียงระดับชุมชนอย่างเดียว แต่เป็นระดับกว้างขวางแบบท้องถิ่น(ภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด) อีกด้วย อย่างไรก็ตาม รูปแบบที่ใช้ในการวิจัยมีความคล้ายคลึงกัน คือมีการทดลองผลิตรายการ (Action Research) ต่างกันที่ของสุรินทร์เป็นการผลิตรายการใหม่ ในขณะที่การวิจัยครั้งนี้ทดลองผลิตจากรายการเดิมที่มีอยู่แล้ว ด้านการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนได้วางรูปแบบไว้ต่างกัน คือ วิทยุชุมชนจะมีตัวแทนหรือผู้นำในรูปของคณะกรรมการฯ แต่การวิจัยครั้งนี้เมื่อต้องมาดำเนินการกับโทรทัศน์จึงมีปัญหาและเหตุปัจจัยหลายประการ เช่น นโยบายขององค์กร ปัญหาด้านอุปกรณ์และงบประมาณ ความยุ่งยากซับซ้อนในงานที่ต้องการความเป็นมืออาชีพและมีรายละเอียดมากจึงส่งผลให้ไม่มีการจัดตั้งในรูปแบบดังกล่าวได้ ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมุติฐานไว้ว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในระดับผู้นำในการวิจัยครั้งนี้ไม่น่าจะสามารถดำเนินการได้ หากแต่ในระดับของผู้ผลิตและผู้ชมสามารถดำเนินการได้ ซึ่งผลของการวิจัยจะแสดงระดับความเข้มข้นหรือดีกรีของการตื่นตัวของประชาชน การมีจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่น ได้เข้าไปมีส่วนลงมือกระทำในขั้นตอนของการผลิตได้มากน้อยอย่างไร รวมทั้งมีบริบทแวดล้อมที่ก่อให้เกิดผลการวิจัยที่จะเกิดขึ้นได้อย่างไรบ้างนั้น ล้วนเป็นเรื่องที่น่าค้นหาคำตอบและทำการวิจัยเป็นอย่างยิ่ง

ในด้านนโยบายผู้วิจัยจำเป็นต้องมีความเข้าใจต่อภาพรวมขององค์กรสื่อสารมวลชนซึ่งมีอำนาจควบคุมการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นพิษณุโลก ในที่นี้คือ กรมประชาสัมพันธ์เสียก่อนว่าเป็นอย่างไร ซึ่งงานวิจัยของพรสวรรค์ อุทาวรุฒพิพงศ์ ในปี 2535 เรื่อง “บทบาทหน้าที่ของ

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน” จึงมีประโยชน์ต่อการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเป็นอย่างดี เนื่องจากได้ผลสรุปว่า ในฐานะหน่วยงานของรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลักในการเผยแพร่นโยบายและผลงานของรัฐบาล ตลอดจนการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับรัฐบาล ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการให้ข่าวสารความรู้ การศึกษา ความบันเทิง การกระตุ้นเร้า และสืบทอดมรดกทางสังคม ด้านลักษณะงานของกรมประชาสัมพันธ์ มีบทบาทหน้าที่ทั้งการผลิต การผลิตซ้ำ การเผยแพร่ และการบริโภค นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ ยังมีบทบาทแฝงในการรักษาอำนาจของรัฐบาล และการครอบงำทางด้านทัศนคติ จึงทำให้เกิดคำถามตามมาว่า สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นที่อยู่ในความดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่าเป็น “สถานีลูกข่าย” นั้นได้แสดงบทบาทได้อย่างสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรหรือไม่ เพียงใด ในทางกลับกันกรมประชาสัมพันธ์ที่มีสื่อที่เป็นของรัฐน่าจะได้นำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญและแนวคิดสื่อเพื่อชุมชนด้วย จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน

แนวคิด ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่รวบรวมไว้ในบทนี้ ผู้วิจัยมิได้นำมาเป็นกรอบและแนวทางในการวิเคราะห์เฉพาะประเด็นใดประเด็นหนึ่ง หรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเท่านั้น หากแต่ทุกแนวคิด ทฤษฎีล้วนมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก และล้วนส่งผลต่อกันและกันในการวัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนของ สทท. 11 พิษณุโลกทั้งสิ้น การนำแนวคิด ทฤษฎี และงานที่เกี่ยวข้องมาใช้จึงเป็นไปในลักษณะของการหยิบมาผูก และผสมผสานกันมากกว่าการแยกส่วนวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่ตั้งไว้นั้นคือ การตอบปัญหานำการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นสำคัญ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา สทท.11 พิษณุโลกในฐานะโทรทัศน์เพื่อชุมชนครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ประเภท รวมทั้งจะแสดงรายละเอียดถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลไปพร้อมกัน ดังนี้คือ

1. **ช่วงที่ 1 : การศึกษาวิจัยเอกสาร** (Documentary Research) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการปัจจุบันที่ได้ออกอากาศไปแล้ว (Content Analysis) หรือหมายถึง **การวิเคราะห์รายการปัจจุบัน** ที่ออกอากาศระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2546

2. **ช่วงที่ 2 : การศึกษาวิจัยในลักษณะการทดลองปฏิบัติ** (Action Research) โดยวิจัยและพัฒนารายการจำนวน 2 รายการ คือ “เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน” และ “ส่งเสริมศิลปินไทย “ ที่จะดำเนินการผลิตตามแนวคิดโทรทัศน์ชุมชน เพื่อหาศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นในอนาคต โดยมีตัวรายการท้องถิ่นเป็นตัวนำไปสู่การวิจัย หรือหมายถึง **การวิเคราะห์รายการในอนาคต** ที่จะได้จากการวิจัยครั้งนี้

ซึ่งทั้ง 2 ช่วงของการวิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยมีเครื่องมือ (Tools) ที่ใช้ในการวิจัย คือ

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis)
2. การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation)
3. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในที่นี้จะแยกกล่าวเป็น 2 ช่วงซึ่งแบ่งไว้แล้วข้างต้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจตรงกัน ดังนี้

1. **ช่วงที่ 1 : การศึกษาวิจัยเอกสาร** (Documentary Research) ประกอบด้วย

1.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1.1.1 เอกสารด้านนโยบายในการดำเนินงานขององค์กร ทั้งกรมประชาสัมพันธ์ สทท.11 (ส่วนกลาง) และ สทท.11 พิษณุโลก ในช่วงปี 2544 – 2547 ได้แก่ หนังสือครบรอบกรมประชาสัมพันธ์ และ สทท.11 , วารสารกรมประชาสัมพันธ์ และ สทท. 11 , หนังสือราชการ , บันทึกรับข้อความ , แผ่นพับ ฯลฯ

1.1.2 เอกสารต้นฉบับของบทรายการท้องถิ่นพิษณุโลก จำนวน 7 รายการที่ออกอากาศในช่วงปี 2544 – 2546 ประกอบกับสำเนาเทปรายการเพื่อแยกประเภทรายการและประเมินบทบาทในการเป็นรายการเพื่อท้องถิ่น

1.1.3 เอกสารผังรายการของ สทท.11(ส่วนกลาง) และ สทท.11 พิษณุโลก ในช่วงปี 2545 – 2546 โดยผู้วิจัยใช้วิธีนำผังรายการประจำเดือนมารวมกันและหาค่าเฉลี่ยทั้งปี เพื่อให้ได้ภาพรวมด้านสัดส่วนของรายการ และนำมาเปรียบเทียบกับกรออกอากาศจริงในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้ทราบถึงเสถียรภาพความมั่นคงของรายการท้องถิ่น ตลอดจนนโยบายและปัจจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งส่งผลต่อการออกอากาศ

1.1.4 เอกสารที่เป็นจดหมาย ไปรษณียบัตร และ รายงานสรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมทางโทรศัพท์เป็นประจำทุกเดือนของสถานี ตั้งแต่ปี 2543 – 2546

1.1.5 งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

1.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล แบ่งย่อยเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.2.1 กลุ่มผู้ผลิต หมายถึง ผู้บริหารทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ร่วมกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานผลิตรายการของ สทท.11 พิษณุโลก ตลอดจนผู้ผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์แห่งอื่น ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้บริหารในส่วนกลาง

ที่	รายนาม	ตำแหน่ง/หน้าที่	วันที่ให้สัมภาษณ์
1	นายเชษฐา ขำโพธิ์	ผอ.สทท.11	12 ม.ค.46
2	นางทิพย์เยาว์ จุลโบล	ผอ.ส่วนจัดและควบคุมรายการ สทท.11	“-----”
3	นายสมพงษ์ วิสุทธิแพทย์	อดีตรองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์	20 ก.พ. 47
4	นายดุสิต ลินเจศิริ	รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์	13 ก.พ. 47

หมายเหตุ : บุคคลที่ 3 และ 4 เก็บข้อมูลเพิ่มเติม และสัมภาษณ์โดย เสาวนีย์ อามางค
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ สทท. 11

ผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายในส่วนภูมิภาค (สทท.11 พิษณุโลก)

ที่	รายนาม	ตำแหน่ง/หน้าที่	วันที่ให้สัมภาษณ์
1	นางสุธีรา ทิมกาญจนะ	ผอ.สทท.11 พิษณุโลก (ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง ถึง 30 เมษายน 2546)	15 ธ.ค.45
2	นางทิพย์สุนันท์ แสนจิตร	หัวหน้าฝ่ายรายการโทรทัศน์	“-----”
3	นางสาววาสนา ไช้แก้ว	หัวหน้าฝ่ายข่าว	20 ธ.ค.45
4	นายสุเทพ ปรีดีกุล	หัวหน้าฝ่ายช่างเทคนิค	21 ธ.ค.45
5	นายประยูร จันทวงศ์	ผอ.สทท.11 พิษณุโลก (คนปัจจุบัน)	8 มิ.ย. 46

ผู้ปฏิบัติงานผลิตรายการท้องถิ่นของ สทท. 11 พิษณุโลก แยกเป็นฝ่ายต่างๆ ดังนี้

ฝ่ายรายการโทรทัศน์

ที่	รายนาม	ตำแหน่ง/หน้าที่	วันที่ ให้สัมภาษณ์
1	นายสุพจน์ อารักขาโรจน์	ผู้จัดรายการ 4 / จัดทำผังรายการ , กำกับเวที	1 ก.พ.46
2	นายชัยชนะ เสือเพ็ง	ช่างศิลป์ 5 / จัดทำฉากและสถานที่ ผลิตรายการ	“-----”
3	นายภูเดช เกษน้อย	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 4 / ช่างภาพ - ตัดต่อ , กำกับรายการ	2 ก.พ. 46
4	นายปิยะ เหล่าบุรินทร์	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 4 / ช่างภาพ - ตัดต่อ , กำกับรายการ	15 ก.พ. 46
5	นายสมชาย ธีระวาทีน	ช่างภาพ 1 / จัดทำผังรายการ , ช่าง ภาพ- ตัดต่อ	10 ธ.ค. 45
6	นางสาวชุลีรัตน์ คชนิล	ผู้สื่อข่าว (ลูกจ้างชั่วคราว) / พิธีกร , ผู้ประกาศ , เขียนบทและ ประสานงาน	13 ธ.ค. 45

ฝ่ายข่าว

ที่	รายนาม	ตำแหน่ง/หน้าที่	วันที่ ให้สัมภาษณ์
1	นางวชิราภรณ์ น้อยยม	ผู้สื่อข่าว 6 ว. / ผู้สื่อข่าว	15 มี.ค.46
2	นายภิญโญ หลงผดุง	เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล 3 / ผู้สื่อข่าว , ช่างภาพ	“-----”
3	นายธวัชชัย เทือกทา	ผู้สื่อข่าว (ลูกจ้างชั่วคราว) / ช่างภาพ – ตัดต่อ	20 เม.ย. 46
4	นางสาวโสมาวดี นิรันตราย	ผู้สื่อข่าว (ลูกจ้างชั่วคราว) / ผู้สื่อข่าว	21 เม.ย. 46

ฝ่ายช่างเทคนิค

ที่	รายนาม	ตำแหน่ง/หน้าที่	วันที่ ให้สัมภาษณ์
1	นายสมเจตน์ เรือนทอง	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 6 / ควบคุมเสียง , หัวหน้างานพัสดุ	19 มี.ค.46
2	นายวีระ เพียรธัญกร	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 6 / หัวหน้ารถถ่าย ทอด(โอบี)	“-----”
3	นายมานพ สำราญสุข	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 6 / หัวหน้าเชื่อม โยงสัญญาณ	20 มี.ค. 46
4	นายโสภณ แดงโสภณ	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 5 / ดูแลงานเทป โทรทัศน์	“-----”
5	นายปริญ จันทร์แดง	นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร 5 / ช่างเทคนิค , ช่างกลึง	30 ก.พ. 46

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์แห่งอื่น ๆ

ที่	รายนาม	ตำแหน่ง/หน้าที่	วันที่ ให้สัมภาษณ์
1	นางสาวอาทิตย์ยา เตมะศิริ	ผู้สร้างสรรค์และควบคุมรายการบ้าน เลขที่ 5 ทาง ททบ.5	15 มี.ค.46
2	นายสุภวัฒน์ ชัดนาค	อดีตช่างภาพ ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 7	“.....”
3	นายสมชาติ พิทยาพงศ์พร	ผู้จัดการสาขา บริษัทเอ็มเอสเอส เค เบิลทีวี พิษณุโลก	11 ก.พ. 46
4	นางสุชาวัฒน์ วชิราศรี - ศิริกุล	รองกรรมการผู้จัดการ บริษัททีทีเคเบิลที วี พิษณุโลก	2 พย. 47

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิต ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกโดย “การเลือกแบบเจาะจง” (Purposive Sampling) โดยใช้หลักการพิจารณาตัดสินใจที่ดีและกลวิธีที่เหมาะสมในการเลือกตัวอย่างที่ต้องการ คือ

1. ให้ความสำคัญกับกลุ่มหัวหน้าฝ่าย โดยสอบถามครอบคลุมทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ ส่วนกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานผลิตรายการจะเน้นที่ฝ่ายรายการโทรทัศน์มากและเป็นลำดับแรก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการผลิตรายการท้องถิ่นทุกรายการ ยกเว้นรายการข่าวท้องถิ่นเพียงรายการเดียวเท่านั้น
2. เลือกบุคคลที่เห็นว่ามีความพร้อม ยินดีและเต็มใจจะให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมาจากความรู้สึกที่แท้จริงเป็นหลัก เพราะหากเป็นบุคคลที่มีความเคลือบแคลงสงสัย วิตกกังวลหรือปิดกั้นความคิดที่แท้จริงของตนก็จะทำให้ไม่ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์และข้อเท็จจริงในการวิจัย
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มได้ เนื่องจากไม่ได้สัมภาษณ์ทุกคน โดยพยายามเลือกคนที่ทำหน้าที่ ตำแหน่งที่แตกต่างกันกระจายไปทุกฝ่าย ทั้งนี้เน้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการก่อน ดังนั้นฝ่ายธุรการและการเงินจึงไม่ได้ทำการเก็บข้อมูล

สัดส่วนของผู้ถูกสัมภาษณ์ตามฝ่ายต่างๆ มีดังนี้

สทท.11 (ส่วนกลาง)	ผู้บริหารและอดีตผู้บริหาร	จำนวน 3 คน
	ผู้อำนวยการที่ทำหน้าที่ควบคุมผังรายการ ฯ	จำนวน 1 คน
	รวมทั้งสิ้น	จำนวน 4 คน

ทั้งนี้ไม่รวมผู้ปฏิบัติงานผลิตรายการของ สทท.11 (ส่วนกลาง) เนื่องจากไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตรายการท้องถิ่น

สทท.11 พิษณุโลก

ฝ่าย	จำนวนรวมของเจ้าหน้าที่	จำนวนตัวอย่างที่ถูกสัมภาษณ์
ผู้อำนวยการ	1	1
รายการโทรทัศน์	11	7
ช่างเทคนิค	8	6
ข่าว	11	6

รวมผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 20 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 30 คน

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ในกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งแยกย่อยออกเป็น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มหัวหน้าฝ่าย และกลุ่มเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานผลิตรายการ มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผู้บริหาร คำถามคือ

- 1.นโยบายและโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรของท่านคืออะไร
- 2.ลักษณะการดำเนินงานเพื่อตอบสนองตาม ข้อ 1. เป็นไปได้มากน้อยเพียงใด
อย่างไร
- 3.ในด้านความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่น ท่านเห็นว่าสามารถดำเนินงานได้ในลักษณะใด
และอย่างไรบ้าง
- 4.มีข้อจำกัด หรือปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน
- 5.ท่านคิดว่า สทท.11 , สทท.11 พิษณุโลก , สทท.11 ที่เป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น
แห่งอื่นๆ ควรเป็นอย่างไรในอนาคต
- 6.ท่านมีความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างไร
- 7.ท่านเห็นว่าแนวคิด ตามข้อ 6. จะนำมาใช้กับการดำเนินงานของสถานีฯได้
อย่างไร
- 8.ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันท่านคิดว่าสถานีฯได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วน
ร่วมในลักษณะใดบ้าง
- 9.ผลตอบรับจากผู้ชม หรือเสียงสะท้อนจากผู้ชมที่มาสู่สถานีทั้งที่ผ่านมาจนถึง
ปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้าง และท่านเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

กลุ่มหัวหน้าฝ่าย คำถามคือ

- 1.บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายที่ท่านปฏิบัติงานอยู่คืออะไร
- 2.การผลิตรายการแต่ละรายการมีความเป็นมา ความเป็นไปอย่างไร
- 3.กระบวนการผลิตรายการท้องถิ่นต่างๆ ทำกันอย่างไร และบุคลากรในส่วนต่างๆ โดยเฉพาะฝ่ายของท่านเข้าไปมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างไรบ้าง
- 4.การจัดผังรายการมีสัดส่วนอย่างไร และต้องคำนึงถึงอะไรบ้าง (ถามหัวหน้าฝ่ายรายการ)
- 5.ในการออกอากาศและการผลิตรายการท้องถิ่นที่ผ่านมา พบปัญหา อุปสรรคอย่างไรบ้าง และท่านแก้ปัญหาอย่างไร
- 6.ในกรณีที่สถานีมีปัญหา โดยเฉพาะเรื่องระบบรายการกับงานสื่อมวลชน ซึ่งยังคงต้องผลิตรายการและทำงานเพื่อท้องถิ่นและชุมชนต่อไป ท่านได้แรงจูงใจมาจากไหน และอย่างไรที่ยั่งยืนหยัด และตั้งใจจะทำหน้าที่ต่อไป และให้ดีที่สุด
- 7.ท่านคิดว่า สทท.11 , สทท.11 พิษณุโลก , สทท.11 ที่เป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นแห่งอื่นๆ ควรเป็นอย่างไรในอนาคต
- 8.ท่านมีความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างไร
- 9.ท่านเห็นว่าแนวคิด ตามข้อ 6. จะนำมาใช้กับการดำเนินงานของสถานีได้หรือไม่ อย่างไร
- 10.ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันท่านคิดว่าสถานีได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะใดบ้าง
- 11.ผลตอบรับจากผู้ชม หรือเสียงสะท้อนจากผู้ชมที่มาสู่สถานีทั้งที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้าง และท่านเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด
- 12.หากจะมีการทำโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ท่านคิดว่าจะต้องทำอย่างไร บุคลากร ชาวบ้าน หรือใครที่ต้องปลุกกระดมให้มาร่วมด้วยช่วยกัน

กลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติรายการ คำถามคือ

- 1.ท่านมาทำงานที่ช่อง 11 ได้อย่างไร
- 2.ท่านเคยคิดจะไปทำงานที่อื่นหรือไม่ เพราะเหตุใด
- 3.หน้าที่ของท่านขณะนี้คืออะไรบ้าง
- 4.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์กรบ้าง
- 5.ในการทำงานที่ผ่านมามีปัญหา อุปสรรค ใดบ้าง และได้แก้ไขหรือหาทางออกอย่างไรบ้าง

6. ในกรณีที่ท่านต้องทำงานอยู่ภายใต้ปัญหาและความขาดแคลนปัจจัยที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานของสถานี และระบบราชการกับงานสื่อมวลชน ต้องผลิตรายการและทำงานเพื่อท้องถิ่นและชุมชนต่อไป ท่านได้แรงจูงใจมาจากไหนและอย่างไรที่ยังยืนหยัด และตั้งใจจะทำหน้าที่ต่อไป และให้ดีที่สุด เพื่อผลิตรายการและทำงานเพื่อท้องถิ่นและชุมชน
7. ในด้านการแสดงความคิดเห็นและอิสระในการทำงาน ทำคิดว่าทำได้แค่ไหน อย่างไร
8. เมื่อผลิตรายการต่างๆไปแล้วได้มีโอกาสกลับไปถามความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการเหล่านั้นบ้างหรือไม่ เพราะเหตุใด
9. กระบวนการผลิตรายการที่ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่นั้น ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างไรบ้าง และท่านพอใจหรือไม่
10. ท่านคิดว่าหากสถานีเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการควรจะได้แค่ไหน อย่างไร
11. ท่านมีความเข้าใจต่อการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างไรบ้าง
12. หากจะมีการทำโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ท่านคิดว่าจะต้องทำอย่างไร บุคลากร ชาวบ้าน หรือใครที่ต้องปลุกกระดมให้มาร่วมด้วยช่วยกัน

นอกจากคำถามในลักษณะทางการแล้ว ผู้วิจัยยังได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์และตั้งคำถามแบบไม่เป็นทางการ คือเป็นการพูดคุยในลักษณะซักถามตามธรรมชาติ บอกเล่าเรื่องราวสารทุกข์สุขดิบต่างๆ โดยอาศัยความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหลัก ลักษณะคำถามจึงไม่สามารถระบุตายตัวได้ โดยจะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล แต่ละสถานการณ์เป็นสำคัญ

1.2.2 กลุ่มผู้ชม ผู้ชมของ สทท.11 พิษณุโลก ทั้ง 9 จังหวัดในพื้นที่รับผิดชอบได้แก่ กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์ อุทัยธานี โดยการสุ่ม (Sampling Random) จังหวัดละ 3 อำเภอๆ ละ 3 ตำบล ซึ่งแยกรายละเอียดไว้ ดังตาราง

ตารางแสดงข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล ฯ

จังหวัด	จำนวนตำบล	จำนวนอำเภอขนาดใหญ่-กลาง	จำนวนอำเภอขนาดเล็ก	อำเภอที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	ตำบลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
พิษณุโลก	9	7	2	เมืองบางระกำ วัดโบสถ์	ในเมือง บ้านกว้าง วัดพริก ปลักแรด หนองกุลา ชุมแสงสงคราม วัดโบสถ์ ท่างาม ท้อแท้
สุโขทัย	9	6	3	เมืองสวรรคโลก ศรีนคร	ธานี เมืองเก่า บ้านหลุม คลองกระຈง นาทุ่ง หนองกล้วย ศรีนคร น้ำชุม หนองบัว
กำแพงเพชร	11	4	7	เมืองคลองขลุง คลองลาน	ในเมือง ทรงธรรม เทพนคร คลองขลุง แม่ลาด วังบัว คลองลาน โป่งน้ำร้อน สักงาม
ตาก	9	2	7	เมืองสามเงา แม่ระมาด	ในเมือง ไผ่งาม วังประจบ สามเงา ยกกระบัตร วังจันทร์ แม่ระมาด แม่จะเรา พระธาตุ
พิจิตร	12	4	8	อ.เมือง อ.บางมูล นาก อ.สากเหล็ก	ในเมือง ท่าฟ้อ บ้านบุง บางมูลนาก เนินมะกอก วังตะก สากเหล็ก คลองทราย วังทับไทร
อุตรดิตถ์	9	4	5	เมืองพิชัย น้ำปาด	ท่าอิฐ หาดกรวด ถ้ำคลอง ในเมือง บ้านดารา ท่าสัก แสนตอ น้ำไคร้ บ้านฝาย
เพชรบูรณ์	11	7	4	เมืองชนแดน วังโป่ง	ท่าพล บ้านโตก ห้วยใหญ่ บ้านกล้วย ตะกุดไร ดงขุย วังโป่ง ท่ายาง วังศาล
นครสวรรค์	15	10	5	เมืองตาคลี กิ่งอ.แม่วงก์	นครสวรรค์ออก-ตก หนองปลิง หนองหม้อ ช้องแคว ตาคลี แม่วงก์ เขาชนกัน วังชำน

อุทัยธานี	8	5	3	อ.เมือง อ.ทัพทัน อ.สว่าง- อารมณ์	เกาะเทโพ เนินแจง พุ่งใหญ่ ทัพทัน หนองกระทุ่ม โคกหม้อ ไผ่เขียว หนองหลวง พลวงสองนาง
รวม	93	49	44	27	81

หมายเหตุ : การกำหนดกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ จัดให้ อ.เมือง ของทุกจังหวัดเป็นอำเภอขนาดใหญ่และ
เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ด้านจำนวนประชากร แบ่งการเก็บข้อมูล ดังนี้ คือ

จังหวัดละ 3 อำเภอ รวม 180 คน

อำเภอละ 3 ตำบล รวม 60 คน

แต่ละตำบล รวม 20 คน

รวมประชากรที่จะทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งสิ้น 9 จังหวัด จำนวน 1,620 คน
โดยแยกสัดส่วนของกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ

- 1.กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้แก่ ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ตำบลละ 1 คน
- 2.กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประธานกลุ่มอาชีพ ฯลฯ ตำบลละ 1 คน
- 3.กลุ่มประชาชนทั่วไป ตำบลละ 3 คน

เนื่องจากผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานเบื้องต้นว่า สถานภาพที่แตกต่างกันของกลุ่มประชากรที่ใช้
ในการเก็บข้อมูลย่อมส่งผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อสถานี รวมทั้งการแสดงบทบาทของการมีส่วนร่วม
ในการผลิตรายการที่ไม่เหมือนกันด้วย

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ในลักษณะการจัดกลุ่มย่อยๆ (Focus Group)
เพื่อพูดคุยกับประชาชนที่เข้าไปทำการเก็บแบบสอบถาม เพื่อให้กลุ่มที่จะช่วยกันคิด ช่วยกันวิพากษ์
วิจารณ์และแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่มีอยู่ในแบบสอบถามและเกิดความหลากหลายของคำ
ตอบ โดยที่ผู้ให้สัมภาษณ์หรือแสดงความคิดเห็นเหล่านั้นมีความรู้สึกเป็นกันเอง ไม่อึดอัด มีความ
สบายใจ สามารถเล่าหรือบอกกล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยได้อย่าง
อิสระและมีเหตุผล

เมื่อเก็บข้อมูลทั้งฝ่ายผู้ผลิตและฝ่ายผู้ชมแล้ว การวิจัยครั้งนี้ยังได้วางรูปแบบการรวบรวมข้อมูลในลักษณะ “การจัดเวทีเสวนา” โดยเปิดโอกาสให้ทั้งฝ่ายผู้ผลิตและฝ่ายผู้ชม ได้มีโอกาสพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน รวมทั้งระดมความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์รายการ “เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน” และ “รายการส่งเสริมศิลปินไทย” ที่จะทำการทดลองปฏิบัติอีกทางหนึ่ง โดยกำหนดจัด จำนวน 1 ครั้ง ใช้เวลา 1 วัน จำนวนผู้เข้าร่วม ประกอบด้วย

<u>ฝ่ายผู้ผลิต</u>	ได้แก่ ผู้บริหารสถานีฯ	1	คน
	หัวหน้าฝ่ายรายการฯ	1	คน
	เจ้าหน้าที่ผู้ผลิตฯ	5	คน
	รวมทั้งสิ้น	7	คน

ฝ่ายผู้ชม (ประชาชน) ได้แก่ ผู้ชมที่มีที่อยู่ระบุไว้และสามารถติดต่อได้จากแบบสอบถาม โดยการส่งหนังสือและโทรศัพท์เชิญมาร่วมงาน ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 3 คน
- ผู้นำชุมชน จำนวน 9 คน
- ประชาชนทั่วไป จำนวน 9 คน
- ผู้นำชุมชน ผู้นำองค์กร และผู้นำกลุ่มอาชีพต่างๆที่ได้รับเชิญทางโทรศัพท์ จำนวน 3 คน

รวมทั้งสิ้น 30 คน รวมทั้งมีการเชิญผู้สนใจจากการบอกเล่าแบบปากต่อปากของทั้งผู้วิจัยและผู้ได้รับเชิญมาร่วมงานอีกทางหนึ่ง

2. ช่วงที่ 2 : การศึกษาวิจัยในลักษณะการทดลองปฏิบัติการ (Action Research)
โดยวิจัยและพัฒนารายการจำนวน 2 รายการ คือ “เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน” และ “ส่งเสริมศิลปินไทย “ ที่ จะดำเนินการผลิต เพื่อหาศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในอนาคต

2.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

2.1.1 เอกสารต้นฉบับของบทรายการ “เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน” จำนวน 2 เรื่อง (ตอน) และ รายการ “ส่งเสริมศิลปินไทย “ จำนวน 3 เรื่อง 15 ตอน ประกอบกับสำเนาเทปรายการดังกล่าว

2.1.2 เอกสารที่เป็นจดหมาย ไปรษณียบัตร และข้อความที่บันทึกไว้จากการโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นของผู้ชมที่ได้มีการทดลองผลิตรายการทั้งนี้พิจารณาจากเนื้อหา รายการ รูปแบบ วิธีการนำเสนอ กระบวนการผลิต ปัญหา ก่อน ระหว่างและหลังจากการดำเนินการผลิต เพื่อประเมินบทบาทในการเป็นสื่อท้องถิ่นเพื่อชุมชนว่าเป็นอย่างไร

ในช่วงที่ 2 ของการวิจัยครั้งนี้ เมื่อมีการผลิตรายการและนำแพร่ภาพออกอากาศไปแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับผู้ชมเป็นหลัก โดยจะย้อนกลับไปสอบถามความคิดเห็นอีกครั้ง ซึ่งมีวิธีการดังนี้

1. สอบถามโดยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อพูดคุยกับประชาชนที่เข้าไปทำการสอบถาม จำนวน 27 อำเภอ ใน 9 จังหวัด รวม 135 คน ที่เคยตอบแบบสอบถามในช่วงที่ 1 ของการวิจัย หรือก่อนที่จะเริ่มลงมือทดลองปรับปรุงและพัฒนารายการ โดยการแสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะในการผลิตรายการทั้ง 2 รายการนี้เอาไว้แล้ว

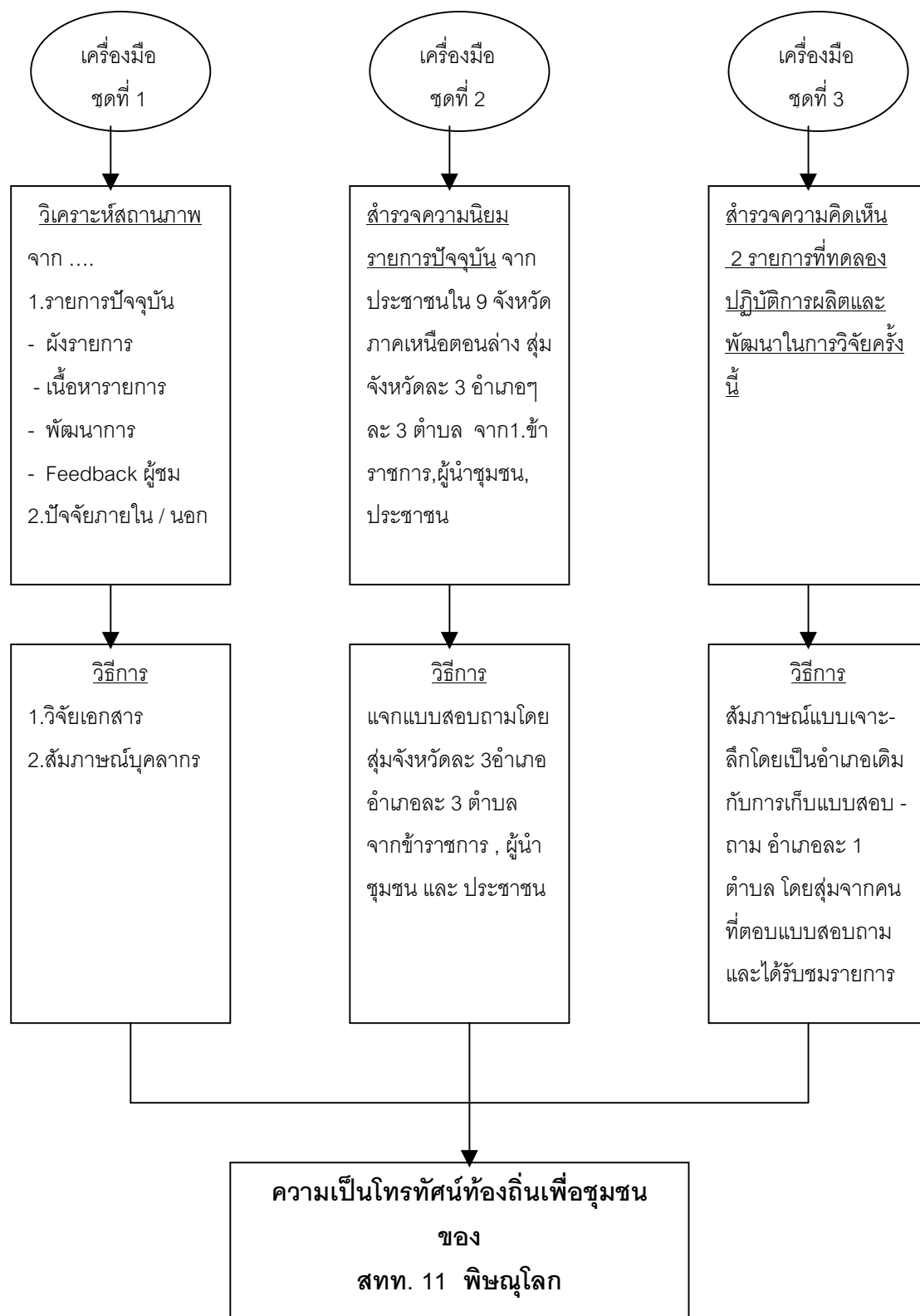
2. ผู้ชมที่มาร่วมเสวนา จำนวน 5 คน

3. เฉพาะรายการส่งเสริมศิลปนิไทย สอบถามจากผู้แสดงอีก 13 คน รวมผู้ชมรายการส่งเสริมศิลปนิไทยทั้งสิ้น 153 คน ส่วนรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน จำนวนทั้งสิ้น 140 คน ร่วมกับใช้วิธีเขียนจดหมาย ไปรษณียบัตร หรือ โทรศัพท์สอบถามไปยังผู้ชมที่เคยส่งจดหมาย ไปรษณียบัตรหรือ โทรศัพท์เข้ามาแนะนำรายการเอาไว้ทั้งนี้เพื่อประเมินศักยภาพของ สทท.11 พิษณุโลก ในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อทั้ง 2 รายการที่ได้ทดลองปรับปรุงขึ้นใหม่จากการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนั้นในกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งเป็นทีมผลิตของ 2 รายการดังกล่าว ได้แก่ ผู้กำกับรายการ ช่างภาพ ช่างกล้อง ช่างตัดต่อ ช่างเสียง ช่างเทป ฯลฯ มีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา รายการจากการวิจัยในครั้งนี้บ้าง

สรุปการวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ส่วนใหญ่ๆที่ต้องอาศัยเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งประเด็นที่ต้องการ จึงขอนำเสนอเป็นแผนภูมิรวมกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 3 ครั้ง ดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 1 แสดงการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือ	วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม
1.แบบวิเคราะห์เนื้อหารายการแบบเจาะลึก (เครื่องมือชุดที่ 1)	-เพื่อศึกษาสถานภาพและบทบาทของ สทท.11 พล.ผ่านรายการทั้งหมด -เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของสทท.11 พล. -ความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่น -พัฒนาการของรายการต่างๆของ สทท.พล.	1.ภาระหน้าที่ของฝ่ายรายการโทรทัศน์ 2.การกำหนดสัดส่วนผังรายการท้องถิ่น 3.หลักการในการจัดและผลิตรายการท้องถิ่นของสทท.พล. 4.องค์ประกอบและกระบวนการผลิตรายการของสทท.พล. 5.หน้าที่และการปฏิบัติงานของ จนท.ในการผลิตรายการต่างๆ 6.อุปกรณ์และเทคนิคในการผลิตรายการ 7.เสียงตอบรับและเปิดโอกาสให้ปชช.เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการ 8.การติดตามประเมินผล พัฒนาการของรายการต่างๆที่ผ่านมา 9.ปัญหา อุปสรรคในการบริหารและการปฏิบัติงานของจนท.สทท.พล.และแนวทางในการแก้ปัญหา ฯลฯ
2.แบบเก็บข้อมูลจากปชช.ใน 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง(เครื่องมือชุดที่ 2)	-เพื่อศึกษาความนิยม รายการจากปชช.ที่มีต่อรายการท้องถิ่นต่างๆ -เพื่อรับฟังความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการทดลองปรับปรุงรายการตัวอย่าง	1.การรับชมและไม่รับชมรายการต่างๆของสทท.11 พล. เพราะเหตุใด 2.การรับชมรายการประจำของ สทท.11 พล. ทุกรายการมีความคิดเห็นอย่างไร 3.ความคิดเห็นที่ผู้ชมมีต่อ สทท.11 พล. ตลอดจนรายการที่จะทดลองปรับปรุงรายการตัวอย่างจากการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือ	วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม
3.แบบบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (เครื่องมือชุดที่ 3)	-เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้	1.ความคิดเห็นที่มีต่อรายการที่ปรับปรุงใหม่ ซึ่งออกอากาศจำนวน 3 ครั้ง/ 1 รายการ ในเชิง -เนื้อหาสาระ -ผู้ร่วมรายการ /ผู้ดำเนินรายการ -ภาพ , เทคนิคการตัดต่อ , เสียงประกอบ ฯลฯ -ช่วง/ระยะเวลาในการออกอากาศ 2.ความรู้สึกโดยรวมที่มีต่อรายการ ชอบหรือไม่ชอบ เพราะเหตุใด 3.รายการมีประโยชน์หรือสนองตอบต่อความต้องการของชุมชนหรือผู้ชมอย่างไร 4.ต้องการให้ปรับปรุงรายการที่ทดลองผลิตใหม่นี้หรือไม่ ในเรื่องใดและอย่างไรบ้าง 5.ต้องการให้รายการใหม่นี้ยังคงมีอยู่ต่อไปอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด 6.รายการเป็นสื่อในการพัฒนาชุมชนอย่างไร
4.วิทยุเทปบันทึกเสียงและกล้องถ่ายวิดีโอ	-เพื่อบันทึกคำให้สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลให้ละเอียดและมากที่สุด	

ระยะเวลาในการวิจัย

ในเบื้องต้นการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดระยะเวลาทั้งสิ้น 18 เดือนแต่เนื่องจาก ข้อจำกัดและขอบเขตในการวิจัยซึ่งได้กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้มีการขยายเวลาในการวิจัยออกไป ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและตรงกัน จึงแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1

1.1 ทบทวนวรรณกรรม เป็นการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยศึกษาจาก

- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- หนังสือ ตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ สื่อเพื่อชุมชนและท้องถิ่น
- เทปรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นของ สทท.11 พิษณุโลก ที่ได้ออกอากาศไปแล้ว
- จดหมายและไปรษณียบัตรติชมรายการ

1.2 สื่อความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการดังนี้

- ขอความร่วมมือจาก ผอ.สทท.11 พิษณุโลกและผู้ที่เกี่ยวข้อง (ขอคำปรึกษาในการทำการวิจัยและข้อเสนอแนะ)
- ลงพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่างเพื่อกำหนดอำเภอและตำบลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 9 ครั้งๆละ 1 วัน
- คัดเลือกนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จากโบสถ์ของสำนักงานจัดหางานจังหวัดๆละ 2 คน รวม 18 คน) และจัดประชุมทำความเข้าใจในการออกเก็บข้อมูล 1 ครั้ง 1 วัน
- ศึกษาบริบทต่างๆที่เกี่ยวข้อง

1.3 สร้างเครื่องมือ โดยคณะผู้วิจัย 4 คน สร้างเครื่องมือชุดที่ 1 , 2 เพื่อเก็บข้อมูลรายการแบบเจาะลึก ให้ได้ตามแนวทางการวิจัย เป็นเวลา 30 วัน

1.4 เก็บข้อมูลสถานภาพ โดยคณะผู้วิจัย จัดเก็บข้อมูลแบบเจาะลึกตามประเด็นเครื่องมือชุดที่ 1

1.5 เก็บข้อมูลความนิยมรายการ โดยนักศึกษาทีมละ 2 คน/ จังหวัด จัดเก็บข้อมูลเฉพาะในจังหวัดของตนเอง (แก้ปัญหาการสื่อสารด้วยภาษาถิ่น) แบบเจาะลึกตามประเด็นของเครื่องมือชุดที่ 2 ภายใน 15 วัน (เว้นวันหยุดราชการ)

- คณะผู้วิจัยแบ่งสายนิเทศและตรวจติดตามความคืบหน้าในการเก็บข้อมูลของนักศึกษา
สายละ 3 จังหวัด เป็นเวลา 1 ครั้ง

ระยะที่ 2

2.1 วิเคราะห์สถานการณ์ เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์และบทบาทของ สทท.11 พิษณุโลก
ตามเครื่องมือชุดที่ 1 ที่สมบูรณ์ทั้งหมดผ่านทุกรายการ โดยคณะผู้วิจัย

2.2 วิเคราะห์ ความนิยมรายการ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการจัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง
9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่างที่มีต่อรายการของ สทท. 11 พิษณุโลก ตามเครื่องมือ
ชุดที่ 2

2.3 ทดลองปฏิบัติเพื่อปรับปรุงรายการตัวอย่าง จำนวน 2 รายการคือ เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน
และส่งเสริมศิลปินไทย

- จัดเวทีเสวนา ซึ่งมีคณะกรรมการประกอบด้วย ฝ่ายผู้ผลิต คือผู้บริหารและ
เจ้าหน้าที่ สทท.11 พิษณุโลก และฝ่ายผู้ชม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐ , ผู้นำชุมชน
และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ได้แนวทางการปรับปรุงรายการทั้ง 2 รายการ

- ผลิตรายการตามแนวทางของการเสวนา รายการละจำนวน 3 ครั้ง

- ออกอากาศรายการ ที่ได้ทดลองปฏิบัติการผลิตแล้ว ตามผังรายการปกติของ
สทท.11 พิษณุโลก ภายในระยะเวลา 1 เดือน

2.4 เก็บข้อมูลสัมภาษณ์แบบเจาะลึก คณะผู้วิจัยออกเก็บข้อมูลสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตาม
ประเด็นในเครื่องมือชุดที่ 3 จังหวัดละ 3 อำเภอๆละ 1 ตำบล โดยการ
สุ่มภายใน 2 เดือน ภายหลังจากรายการได้ออกอากาศไปแล้ว เพื่อ

2.4.1.1 ติดตามผลที่เกิดขึ้นจากการชมทั้ง 2 รายการของประชาชนในเขต ภาค
เหนือตอนล่าง

2.4.1.2 เก็บรับบทเรียนการสร้างสื่อแบบมีส่วนร่วมของรายการ โดยพิจารณา
ตามวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการ

ทั้งนี้ในระหว่างการจัดตั้งตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงขั้นตอนของการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะทำการเก็บ
ข้อมูลเพิ่มเติมจากบริบทที่เกี่ยวข้องซึ่งเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วย เพื่อให้การวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ระยะที่ 3

- 3.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัย ตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บโดยเครื่องมือชุดที่ 3 และทำการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ประเด็นต่างๆที่จะนำไปสู่การตอบคำถามจากปัญหานำการวิจัย และขอคำปรึกษาจาก ผอ.สทท.11 พิษณุโลกและหัวหน้าฝ่ายรายการให้ข้อเท็จจริงที่ครบถ้วน
- 3.2 เขียนรายงานฉบับร่าง โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่วิเคราะห์แล้วทั้งหมด จากเครื่องมือทั้ง 3 ชุด มาประมวล เรียบเรียงและสรุปผลการวิจัยโดยเขียนเป็นรายงานการวิจัยฉบับร่าง
- 3.3 ปรับปรุงรายงานฉบับร่าง โดยผู้วิจัยนำรายงานการวิจัยฉบับร่างเสนอ ทีมประสานของ สกว.และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ไขและการปรับปรุงรายงานให้สมบูรณ์
- 3.4 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยนำรายงานฉบับร่างที่ผ่านการตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปจัดพิมพ์เป็นเอกสารรายงานฉบับสมบูรณ์
- 3.5 หัวหน้าโครงการวิจัย นำเอกสารงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อ สกว.

เกณฑ์ในการใช้วัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน

การวิจัยครั้งนี้ คือการศึกษา “สทท.11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ซึ่งก่อนที่จะได้นำเสนอข้อมูลและผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นบทๆ ตามวัตถุประสงค์เป็นตัวตั้ง จะขออธิบายถึงหลักที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้อ่าน ดังนี้

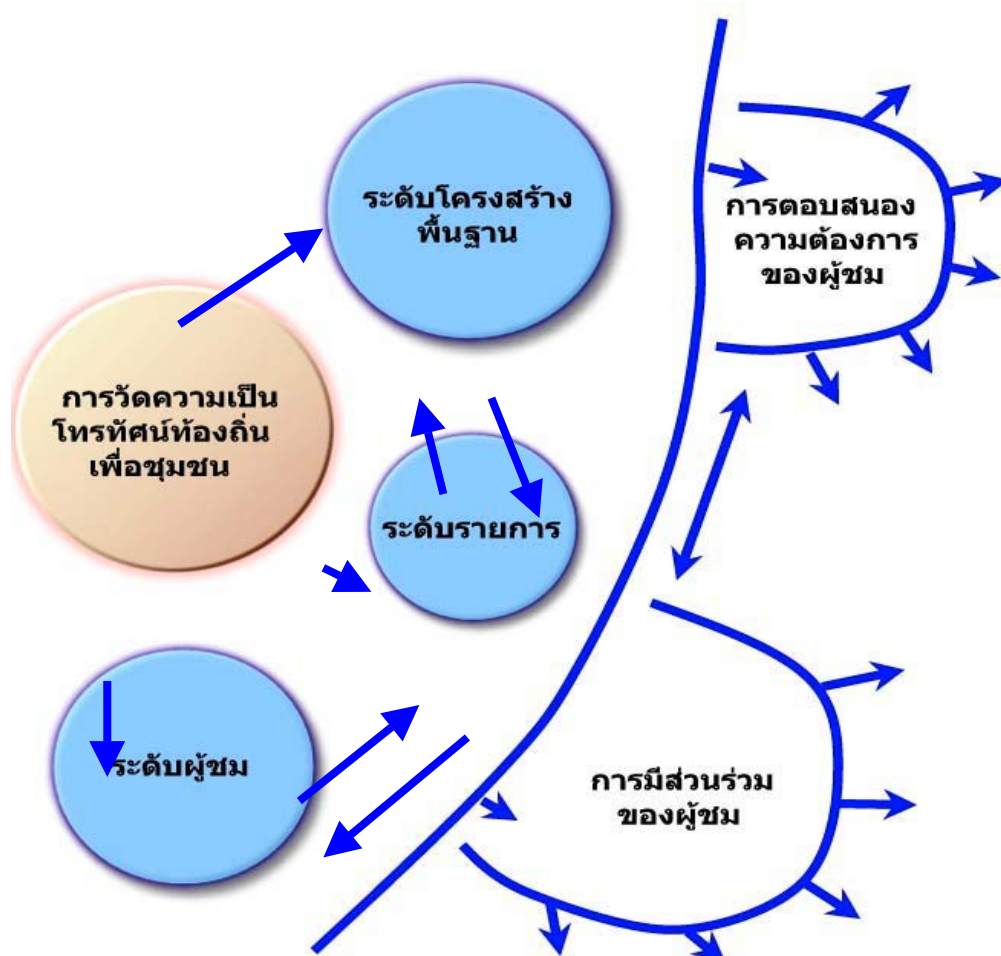
1. เกณฑ์ที่ใช้ประเมิน(วัด) ความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน
2. สมมติฐานและกรอบการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนตามทัศนะของผู้วิจัย โดยมีรายละเอียดคือ

1. เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน

จากขอบเขตการวิจัยที่ได้สรุปไว้ในบทนำ หน้า 7 ซึ่งอธิบายถึงเกณฑ์ที่จะใช้วัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน จะขอนำมาเสนออีกครั้งประกอบแผนผัง คือ

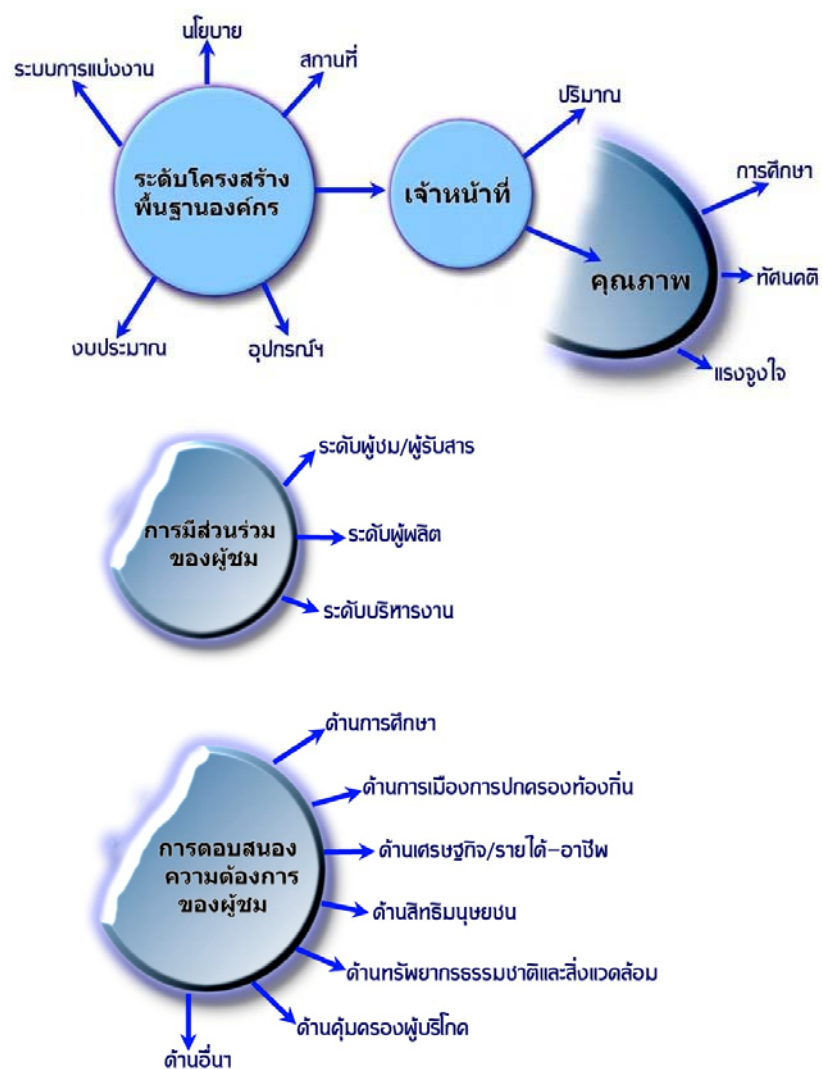
หากมองในภาพรวมเกณฑ์ที่จะใช้ประเมิน มี 3 ระดับ ได้แก่ 1)ระดับโครงสร้างพื้นฐานของสถานี/องค์กร 2) ระดับรายการ 3) ระดับผู้ชม ดังแผนภาพ

แผนภาพที่ 1 แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่น ของ สทท. 11 พิษณุโลก
ในภาพรวม



นอกจากนั้นในแต่ละระดับยังมีเกณฑ์ย่อยๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบอีกมากมาย ดังแผนภาพ

แผนภาพที่ 2 แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่น ของ สทท. 11
พิษณุโลก ในแต่ละระดับ



อย่างไรก็ตามจากสัญลักษณ์  แสดงว่าในทุกระดับที่นำมาวิเคราะห์ ล้วนมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอยู่ จึงต้องพิจารณาในลักษณะรอบด้าน ส่วนสัญลักษณ์  แสดงถึงองค์ประกอบย่อยต่างๆที่เป็นตัวจักรให้ระดับต่างๆขับเคลื่อนไปได้ ซึ่งจะนำไปสู่การมีฐานะเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ในที่สุดนั่นเอง

2. สมมติฐานและกรอบการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนตามทัศนะของผู้วิจัย โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของสถานี ต้องเอื้ออำนวย คือ

- มีนโยบายการบริหารที่เน้นไปเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน
- มีสถานที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นหรือชุมชน
- มีงบประมาณเพียงพอในการบริหารจัดการ - ดำเนินการ
- มีอุปกรณ์เพียงพอต่อการผลิตรายการ
- มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการผลิตรายการ

2.2 กระบวนการผลิตรายการ ต้องเน้น 3 ส่วนคือ

2.2.1 การมีส่วนร่วมของผู้ชมหรือประชาชนในท้องถิ่น ในทั้ง 3 ระดับ ได้แก่

ระดับการเป็นผู้รับสาร ระดับผู้ร่วมผู้ร่วมผลิต และระดับบริหารงาน

2.2.2 เนื้อหาของรายการต้องตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนในด้านใดด้านหนึ่ง อย่างน้อย 1 ด้าน เช่น ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ

2.2.3 นำไปสู่การนำไปใช้พัฒนาตนเอง และชุมชนได้

โดยที่การจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนใน 3 ส่วนนี้ ต้องพิจารณาจาก ขั้นตอนของการผลิตตามที่กล่าวถึงนี้เป็นสำคัญคือ

ขั้นที่ 1 มีการรับฟังความคิดเห็น - ความต้องการของผู้ชมก่อน

ขั้นที่ 2 มีการปรึกษา วางแผน วางรูปแบบ และกำหนดแนวคิดของรายการ

ขั้นที่ 3 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรหรือหน่วยงานอื่นบ้าง

ขั้นที่ 4 การเขียนบท โดยมีทั้งผู้ผลิตของสถานีและชาวบ้าน ร่วมกันคิด - นำเสนอ

ขั้นที่ 5 ในการถ่ายทำ ต้องมีการทดลองฉายก่อนออกอากาศ เมื่อรายการผลิตได้บางส่วน

ขั้นที่ 6 เมื่อแพร่ภาพแล้วต้องประเมินผล

2.3 ความพึงพอใจในการรับชมรายการของผู้ชม ควรมากกว่าร้อยละ 70 ในทุกประเด็นที่ได้ทำการสำรวจ

2.4 สัดส่วนรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชน เมื่อเทียบกับรายการที่เป็นระดับชาติ (National Programe) ควรอยู่ที่ 30 : 70 เป็นอย่างน้อย

ในแต่ละหัวข้อที่ตั้งไว้ทั้ง 4 หัวข้อนี้ จะแยกวิเคราะห์เป็น 2 ลักษณะคือ

- 1) แต่ละหัวข้อข้างต้น สามารถเกิดขึ้นและเป็นไปได้หรือไม่
- 2) รวมทุกหัวข้อข้างต้นเป็นภาพรวม มีแนวโน้มหรือความเป็นไปได้อย่างไร
 - ถ้ามีปัจจัยแต่ละด้านรวมกันได้ครั้งหนึ่งขึ้นไป แสดงว่าน่าจะมีความเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ แต่
 - ถ้ามีปัจจัยแต่ละด้านรวมกันแล้วน้อยกว่าครึ่ง หรือเพียง 1-2 ปัจจัยเท่านั้น แสดงว่ายังไม่สามารถแสดงความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้

บทที่ 4

สภาพทั่วไปของ สทท.11 พิษณุโลก

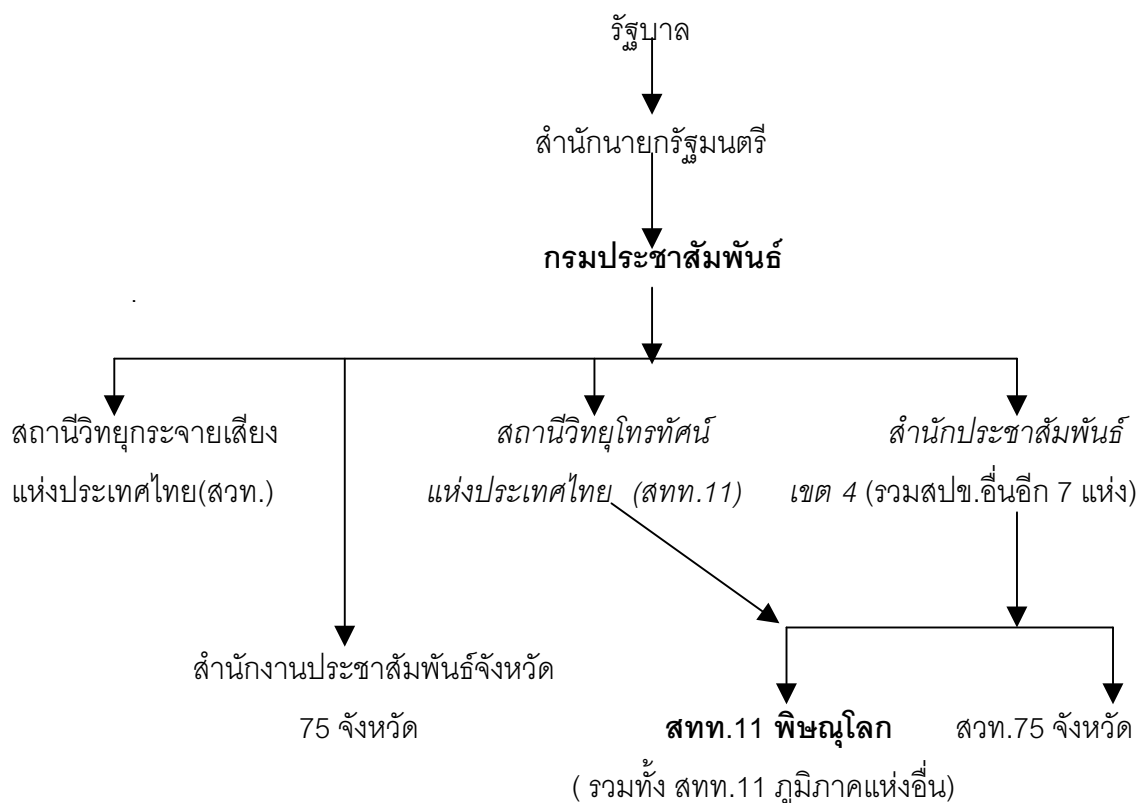
บทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้ ถึง สภาพทั่วไปของ สทท. 11 พิษณุโลกในประเด็นต่างๆเฉพาะที่จำเป็น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญ มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย เพื่อให้ผู้อ่านและผู้วิจัยมีความรู้ ความเข้าใจตรงกัน ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับต่างๆที่ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ 3 ระดับ คือ ระดับโครงสร้างพื้นฐานองค์กร ระดับรายการและระดับผู้ชมในบทต่อไป โดยนำเสนอไปที่ละ ประเด็นดังนี้

- 1.หน่วยงานต้นสังกัด
- 2.ประวัติความเป็นมา
- 3.นโยบายการบริหารงาน
- 4.โครงสร้างการบริหารและการแบ่งงาน
- 5.อัตรากำลัง
- 6.สัดส่วนการออกอากาศและแผนผังรายการ
- 7.รายการโทรทัศน์ท้องถิ่นปัจจุบัน
- 8.งบประมาณ
- 9.สถานที่
- 10.อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต
- 11.การแพร่ภาพออกอากาศ

1.หน่วยงานต้นสังกัด

สทท. 11 พิษณุโลก มีหน่วยงานต้นสังกัด ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลและบังคับบัญชา ตามลำดับจากบนลงล่าง คือ สำนักงานนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 และ สทท. 11 ส่วนกลาง เป็นหน่วยงานระดับกองที่มีฐานะเทียบเท่าสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ที่ ต้องปฏิบัติงานร่วมกัน ดังแผนภูมิที่ 2

แผนภูมิที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับ สทท 11 พิษณุโลก



จากแผนภูมิทำให้ สทท.11 พิษณุโลก ต้องทำงานขึ้นตรงกับ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 (ผอ.สพข.4) ซึ่ง สทท.11 ในส่วนภูมิภาคอื่นๆก็ขึ้นตรงกับ ผอ.สพข.ในแต่ละเขตของตน เช่นเดียวกัน และ ผอ.สพข.4 ขึ้นตรงกับอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์อีกทีหนึ่ง ทำให้การดำเนินงานในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ควบคู่ไปกับการเป็น สทท. ในเครือข่ายของ สทท.11 (ส่วนกลาง) ด้วย ความลักลั่นและสวนทางกัน ทำให้กลายเป็นอุปสรรคสำคัญด่านแรกในการดำเนินงานของ สถานี ดังที่ สุธีรา ทิมกาญจนะ ผู้อำนวยการ สทท.11 พิษณุโลก ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“โครงสร้างการดำเนินงาน ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ขึ้นอยู่ในการกำกับของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 โดยไม่ได้เป็นเครือข่ายโดยตรงกับ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ส่วนกลาง ซึ่งในด้านการปฏิบัติจริงต้องทำงานกับอีกหน่วยหนึ่ง แต่กลับอยู่ใต้การบังคับบัญชา การกำกับดูแลเรื่องงบประมาณและการสนับสนุนอีกหน่วยงานหนึ่งคือ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ส่งผลให้การทำงานขาดความคล่องตัว และอาจจะมีข้อขัดแย้งได้ ตัวอย่างข้อเท็จจริงที่เห็นได้ชัดเจนคือเรื่องงบประมาณที่จะเข้ามาค่อนข้างน้อย เพราะต้องแบ่งกับสำนัก

ประชาสัมพันธ์เขต 4 บางครั้งรับจากช่อง 11 ส่วนกลาง ทั้งที่ต้องทำแผนงานโครงการเพื่อของบประมาณกับสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 รวมทั้งการจัดซื้อจัดจ้าง อุปกรณ์ในการผลิต ฯลฯ จึงไม่สามารถดำเนินการได้ เพราะไม่ได้บริหารงานด้วยตนเองแบบเบ็ดเสร็จ แต่ต้องมีผู้มากำกับดูแล” (สุธีรา ทิมกาญจนะ,สัมภาษณ์,15 ธันวาคม 2545)

2.ประวัติความเป็นมา

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จ.พิษณุโลก หรือ สทท.11 พิษณุโลก ก่อตั้งขึ้นพร้อมกับศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 ซึ่งได้แยกส่วนการบริหารงานมาจาก ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 ลำปาง และ สทท. ช่อง 8 ลำปาง (เดิม) ตามที่มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2529 ก่อนที่จะมีการก่อตั้ง สทท. 11 ส่วนกลางในปี 2531

ในช่วงแรกประมาณปลายปี พ.ศ. 2532 ได้ทำการดัดแปลงเครื่องส่งโทรทัศน์บนเขาสมอแครง อ.วังทอง จ.พิษณุโลก เป็นห้องส่งโทรทัศน์ชั่วคราวเพื่อใช้ผลิตรายการต่างๆของท้องถิ่น และเมื่อปี พ.ศ. 2535 จึงได้ย้ายเข้ามาดำเนินการยังที่ทำการถาวรซึ่งเป็นอาคารเดียวกันกับศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 เลขที่ 119 ต.หัวรอ อ.เมือง จ.พิษณุโลก ที่ต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2540 ให้แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ใหม่ ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 จึงเปลี่ยนมาใช้ชื่อใหม่ว่า “ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 “ มาจนปัจจุบัน

สทท.11 พิษณุโลกเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 กรมประชาสัมพันธ์มีขอบข่ายการให้บริการงานประชาสัมพันธ์ ผลิตรายการ ข่าวสาร ความรู้ การศึกษาและศิลปวัฒนธรรม รายการประชาสัมพันธ์และบริการสาธารณประโยชน์ให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบคือ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ พิษณุโลก พิจิตร เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ สุโขทัย อุตรดิตถ์ และ อุทัยธานี มีสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ที่เป็นเครือข่ายเพื่อถ่ายทอดสัญญาณ 4 แห่ง คือ

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ จ.พิษณุโลก(เขาสมอแครง) | กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ |
| 2. สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ จ.นครสวรรค์(เขากบ) | กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ |
| 3. สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ จ.ตาก (เขาพันสิบ) | กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ |
| 4. สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ จ.เพชรบูรณ์ | กำลังส่ง 5 กิโลวัตต์ |

3.นโยบายในการบริหารงาน

กรมประชาสัมพันธ์ได้กำหนดจุดยืนของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในการเป็นสื่อของรัฐโดยให้เป็น “Knowledge Station” หรือสถานีแห่งความรู้เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของรัฐและรัฐบาลไปสู่ประชาชน (หนังสือครบรอบ 71 ปี กรมประชาสัมพันธ์ ปี 2547 หน้า 6) ดังนั้น สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก เป็นหน่วยงานที่อยู่ในความดูแลของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 และกรมประชาสัมพันธ์อีกต่อหนึ่งจึงต้องปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวด้วย โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของ สทท.11 พิษณุโลกไว้ (หนังสือครบรอบ 15 ปี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ปี 2545) คือ

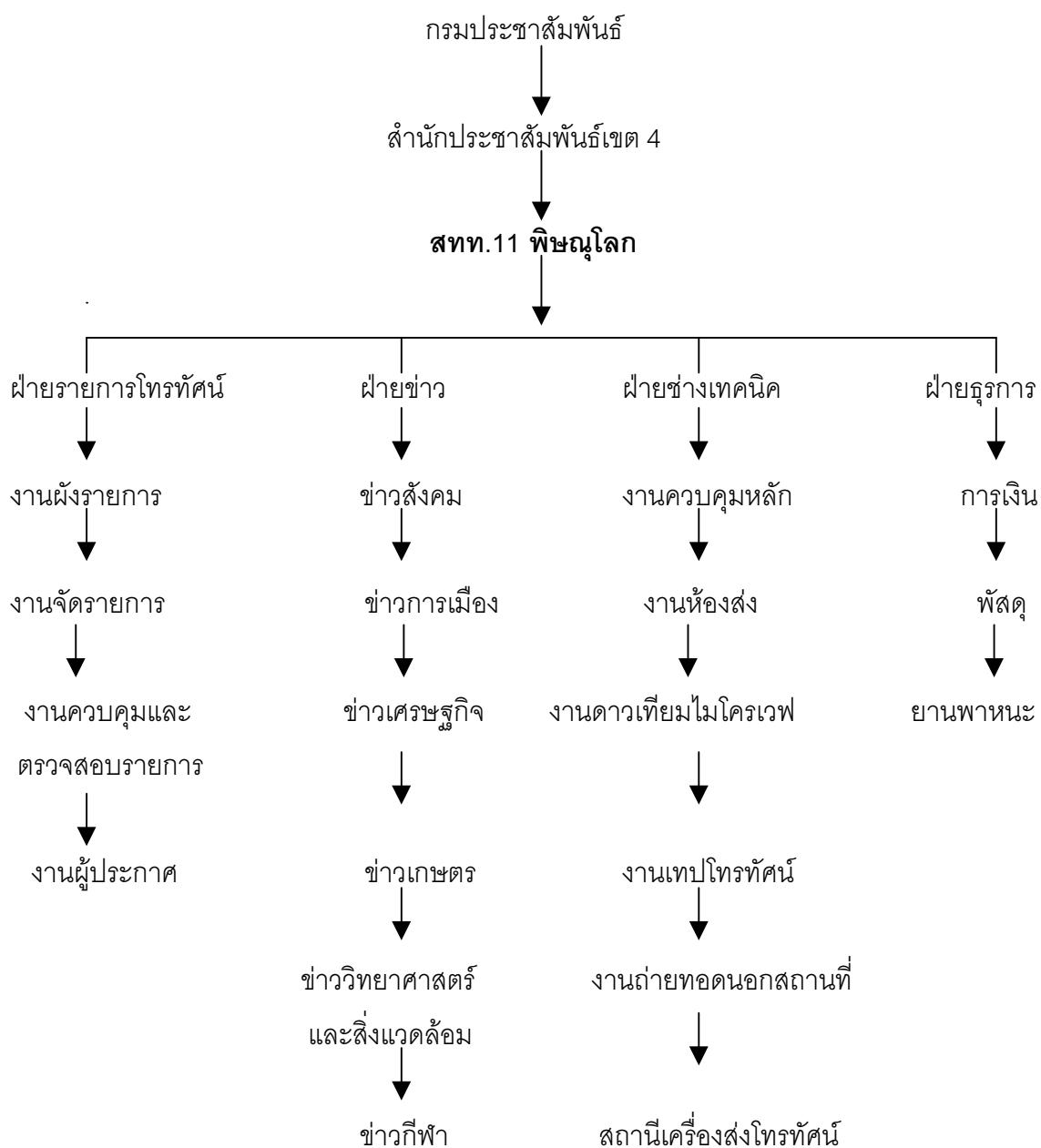
1. เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่นโยบาย กิจการ และผลงานของรัฐบาลหน่วยงานราชการต่างๆ รวมทั้งเผยแพร่และให้ความรู้ทั่วไป อันเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชน
2. เป็นศูนย์กลางข่าวสารของทางราชการในเขตภาคเหนือตอนล่าง
3. ดำเนินการใช้สื่อมวลชนของรัฐบาลให้มีประสิทธิภาพและเป็นผลดีต่อประเทศชาติ
4. ดำเนินงานต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ อันเป็นการบ่อนทำลายและเป็นภัยต่อความมั่นคงปลอดภัยของประเทศชาติ
5. ให้บริการบันเทิงแก่ประชาชนในแนวโน้มที่เป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่นในภาคนี้

นโยบายที่กำหนดไว้ข้างต้นจะเห็นว่าเป็นนโยบายที่สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อส่วนกลางเกือบทั้งสิ้น ยกเว้นการเป็นศูนย์กลางข่าวสารทางราชการในภาคเหนือตอนล่างและการให้บริการบันเทิงแก่ประชาชนในแนวโน้มที่เป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นในภาคนี้ ดังนั้นภารกิจหลักของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก จึงเป็นการดำเนินงานตอบสนองความต้องการของรัฐบาลส่วนกลางมากกว่าตอบสนองต่อประชาชนในพื้นที่

4.โครงสร้างการบริหารและการแบ่งงาน

สทท.11 พิษณุโลก แบ่งโครงสร้างการบริหารงานออกเป็น 4 ฝ่าย โดยมีรายละเอียด
ดังแผนภูมิที่ 3

แผนภูมิที่ 3 แสดงโครงสร้างการบริหารงานของ สทท. 11 พิษณุโลก



ที่มา : เอกสารประกอบการบรรยายสำหรับผู้ศึกษาดูงาน สทท.11 พิษณุโลก ปี 2545

การแบ่งงานของ สทท. 11 พิษณุโลก

การแบ่งงานของ สทท. 11 พิษณุโลก ประกอบด้วย 4 งานหลัก คือ

1.ฝ่ายรายการโทรทัศน์ มีหน้าที่รับผิดชอบการผลิตรายการประเภทต่างๆของสถานี หรือการผลิตรายการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ และผลิตรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบการกำกับรายการและกำกับเวทีในการผลิตรายการสดทั้งในและนอกสถานที่ตลอดจนการออกแบบสร้างและตกแต่งจากประกอบรายการโทรทัศน์ การประดิษฐ์และเขียนตัวอักษร สไลด์ แคปชั่น และไตเติ้ลรายการ

อีกงานที่รวมอยู่ในภารกิจของฝ่ายคือ การควบคุมรายการ โดยการวางแผนผังรายการและจัดผังรายการประจำวัน ควบคุมและประสานงานให้การแพร่ภาพออกอากาศเป็นไปตามผังรายการที่วางไว้ ตรวจสอบความเหมาะสมของรายการทุกประเภทเพื่อบรรจุลงในผังรายการ จัดทำข่าวบริการสาธารณะ จัดตารางการปฏิบัติหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ ในขณะใช้ห้องส่งเพื่อบันทึกเทปรายการ รับผิดชอบการประกาศและบรรยายประกอบรายการต่างๆ รวมทั้งประสานเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานอื่น ในการนำรายการของหน่วยงานนั้นๆมาแพร่ภาพออกอากาศทางสถานี

2.ฝ่ายข่าว มีหน้าที่รับผิดชอบการจัดทำรายการข่าวของสถานี การถ่ายทำข่าวด้วยกล้องประกอบการรายงานข่าว รับผิดชอบการแลกเปลี่ยนข่าวสำคัญระหว่างภูมิภาคกับส่วนกลาง ดูแลห้องติดต่อเทป ห้องเก็บภาพข่าวสำคัญและอุปกรณ์ต่างๆ ประมวลภาพเหตุการณ์และข่าวสำคัญไว้เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิง

3.ฝ่ายช่างเทคนิค มีหน้าที่กำกับดูแลและควบคุมการใช้ การซ่อมและบำรุงรักษาอุปกรณ์ทางเทคนิคของโทรทัศน์ที่ใช้ประจำในห้องส่งโทรทัศน์ โดยจะประกอบด้วยอุปกรณ์ 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

- 1.ควบคุมการแพร่ภาพออกอากาศ ตรวจสอบระบบความสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างห้องแสดง กล้องถ่ายโทรทัศน์ เทปโทรทัศน์ เครื่องควบคุมเสียงและแสง
- 2.ควบคุมแสงสว่างในห้องแสดง ดูแลไมโครโฟนและอุปกรณ์ด้านเสียง กล้องถ่ายโทรทัศน์ ให้เหมาะสมกับบทโทรทัศน์และอยู่ในระดับมาตรฐานตลอดเวลาก่อนส่งสัญญาณไปยังห้องควบคุม
- 3.ควบคุมเทปโทรทัศน์เบต้า และยูเมติกและอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพก่อนที่จะส่งไปยังห้องควบคุม

นอกจากนี้ยังมีหน้าที่กำกับดูแลและควบคุมการใช้ การซ่อมและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ทางเทคนิคของเครื่องส่งโทรทัศน์ที่ใช้สำหรับการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์หลัก รวมทั้งเครื่องส่งของสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ที่อยู่ตามจังหวัดต่างๆในเครือข่าย

4.ฝ่ายธุรการและการเงิน ทำหน้าที่ธุรการ รับ ส่ง ได้ตอบ จัดเก็บเอกสารข้อมูลสถิติต่างๆของสถานีฯ จัดทำงบประมาณบัญชีด้านการเงิน ฎีกาและงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง และการเบิกจ่ายเงินเดือน

5.อัตรากำลัง

จากการสำรวจอัตรากำลังของ สทท.11 พิษณุโลก พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงจำนวนบ้างเล็กน้อยในแต่ละปี ผู้วิจัยจึงได้สุ่มทำการสำรวจในเดือนมีนาคม ปี 2546 ได้ข้อมูลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงอัตรากำลังของบุคลากรของ สทท.11 พิษณุโลก

ฝ่าย/งาน	จำนวน (คน)		
	ข้าราชการ	ลูกจ้างประจำ	ลูกจ้างชั่วคราว
ผ.สทท.พล.	1	-	-
ฝ่ายรายการ ฯ	5	-	5
ฝ่ายข่าว	6	-	5
ฝ่ายช่างเทคนิค	8	-	-
ธุรการ/การเงิน	2	-	1
พนักงานขับรถ	-	1	4
รวมทั้งสิ้น	22	1	15

จากตารางข้างต้น สรุปว่า เฉพาะ สทท. 11 พิษณุโลก ไม่รวมสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ในต่าง
จังหวัด) มีเจ้าหน้าที่จำนวนทั้งสิ้น 38 คน

ประเภทของบุคลากร

บุคลากรของ สทท.11 พิษณุโลก ประกอบด้วยบุคคล 3 ประเภท คือ

1.1 ข้าราชการ

- มีความมั่นคงในอาชีพ แต่สามารถสับเปลี่ยนโยกย้าย ผลัดเปลี่ยน
หมุนเวียนตำแหน่งที่อยู่ภายในหน่วยงานเดียวกันไปได้ทั่วประเทศ
- มีการเลื่อนระดับตำแหน่งเพื่อความก้าวหน้าในชีวิตรับราชการไปรับ
ตำแหน่งที่สูงขึ้น
- มักมีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ไม่ตรงกับตำแหน่งที่ต้องปฏิบัติ
หน้าที่ เช่น จบ ปวส. ช่างไฟฟ้า หรือช่างอิเล็กทรอนิกส์ จะมีความรู้
เกี่ยวกับเครื่องยนต์กลไกต่างๆ อุปกรณ์ไฟฟ้า หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
สามารถแก้ไข ซ่อมแซมได้ แต่ต้องมาทำงานเป็นช่างภาพ ช่าง
กล้องโทรทัศน์ ผู้กำกับรายการ โดยไม่ได้มีการฝึกอบรมมาก่อน อาศัย
จากการสังเกต จดจำ เรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน และใช้ประสบการณ์ใน
การทำงานของตนเป็นครูสอนแทนปัญหาที่ตามคือ ไม่เข้าใจลักษณะ
งานด้านโทรทัศน์ซึ่งเป็นงานวิชาชีพเฉพาะ การทำงานจึงเป็นเพียง
การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าโดยใช้ประสบการณ์ส่วนตัว ทั้งนี้เป็น
ผลพวงมาจากการรับบุคลากรเข้ารับราชการในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์
ระบุไว้เพียงกว้างๆ เช่น นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร (ตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงาน
) คือมีความรู้ความสามารถด้านช่าง จบการศึกษาระดับ
ปวส. ตำแหน่งผู้สื่อข่าว เป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านสังคมศาสตร์
ศิลปศาสตร์ เป็นต้น

1.2 ลูกจ้างประจำ

ลูกจ้างประจำจะได้รับการขึ้นเงินเดือนเหมือนข้าราชการทุกอย่าง ต่าง
เพียงไม่มีอายุราชการเท่านั้น ซึ่งถือว่ามีความมั่นคงในอาชีพเช่นกัน โดยผู้วิจัยจะรวมบุคลากร
ประเภทนี้ไว้ในกลุ่มของข้าราชการ

1.3 ลูกจ้างชั่วคราว

ลูกจ้างชั่วคราวเป็นบุคลากรที่ไม่มีความมั่นคงและขาดความก้าวหน้าในอาชีพ ได้รับเงินเดือนเท่าเดิมโดยไม่มีการเพิ่มเหมือนข้าราชการ ซึ่งได้มาจากเงินรายได้หรือเงินงบประมาณของหน่วยงาน มีลักษณะการจ้างเป็นรายปี เมื่อทำงานได้ระยะหนึ่งจนมีความรู้ความชำนาญแล้ว ก็จะไปหาความก้าวหน้าที่อื่นต่อไป จึงน่าเสียดายลูกจ้างที่มีฝีมือและคุณภาพ ตลอดจนศักยภาพในการทำงานซึ่งต้องลาออกไปอยู่ที่อื่น เมื่อมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนการเข้า การออกของลูกจ้างชั่วคราวเช่นนี้ตลอดเวลา สทท. 11 พืชญโลกจึงไม่สามารถสั่งสมหรือพัฒนาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรได้ อีกทั้งยังสูญเสียเวลา ความเสื่อมโทรมของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ต้องรองรับการฝึกงานของพนักงานใหม่อยู่เสมอๆ ประกอบกับอุปกรณ์เสื่อมโทรมเร็ว ทั้งยังไม่มียกงบประมาณมาซ่อมแซม ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานของสถานีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

6.สัดส่วนการออกอากาศและแผนผังรายการ

สทท.11 พืชญโลก เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2526 สามารถผลิตรายการเพื่อท้องถิ่นในช่องที่ได้รับการจัดสรรของตนเองอย่างเต็มที่ แต่เมื่อ สทท.11 (ส่วนกลาง) ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังในปี 2531 โดยมีหน้าที่ในการเป็นสถานีแม่ข่ายให้กับ สทท.11 ในส่วนภูมิภาคทุกแห่ง รวมทั้ง สทท.11 พืชญโลก ด้วยนั้น ทำให้หน้าที่ของ สทท.11 พืชญโลก ต้องเป็นสถานีเครือข่ายของ สทท.11(ส่วนกลาง) และรับสัญญาณรายการจากส่วนกลาง (National Program) เป็นหลักแทน ในขณะที่ภารกิจในการผลิตรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นก็ยังคงอยู่ แต่มีสัดส่วนที่น้อยลง คือ รายการท้องถิ่น (Local Program) ผลิตได้ประมาณ ร้อยละ 10 จากรายการทั้งหมดในแต่ละวัน (วิริยะ กลิ่นเสาวคนธ์,2535)

สำหรับสัดส่วนการออกอากาศรายการของ สทท.11 พืชญโลก ในช่วงการเก็บข้อมูลคือ

ตั้งแต่ปี 2543 – 2545 มีเวลาท้องถิ่นในการออกอากาศ คือ 16.30 – 17.30 น. หรือ 1 ชม./วัน ในขณะที่จำนวนเต็มของเวลาในการออกอากาศทั้งหมดของ สทท.11 คือ 19 ชม./วัน (เวลา 05.00 – 24.00 น.)

ดังนั้นสัดส่วนการออกอากาศรายการท้องถิ่นประจำวันคิดเป็นร้อยละคือ..... = 5.3 %

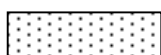
ปี 2545 – 2546 ได้มีการตกลงร่วมกันในที่ประชุมของ สทท.11 และ สทท.ภูมิภาค ว่า กรมประชาสัมพันธ์ พิจารณาเห็นว่า การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนภูมิภาคมีความสำคัญ จึงเพิ่มเวลาให้แต่ละสถานีได้ผลิตเพิ่มขึ้น (ทิพย์สุคนธ์ แสนจิตร ,อ้างแล้ว) มีเวลาท้องถิ่นในการออกอากาศในแต่ละวัน คือ 8.00 -8.30 น. และ 16.30 – 17.30 น. คือเพิ่มเป็น 1.30 ชม./วัน ในขณะที่จำนวนเต็มของเวลาในการออกอากาศทั้งหมดของ สทท.11 คือ 19 ชม./วัน (เวลา 05.00 – 24.00 น.) เท่าเดิม

ดังนั้นสัดส่วนการออกอากาศรายการท้องถิ่นประจำวันคิดเป็นร้อยละคือ..... = 7.89 %

และเพื่อให้เห็นสัดส่วนการออกอากาศของท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง รวมทั้งวัน เวลาในการออกอากาศรายการของ สทท. 11 พิษณุโลก จึงขอแสดงตัวอย่างผังรายการท้องถิ่น ดังนี้

แผนภาพที่ 3 แสดงผังรายการท้องถิ่น สทท.11 พิษณุโลก ปี 2545

วัน /เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์	
05.00 น.	อรุณรุ่งที่ช่อง 11							
05.30 น.	มน. ศ.1 รอบบ้านเรา ศ.2							
08.30 น.								แซกซ์รับเชิญ สทท.
19.00 น.								
14.0 น.	รายการรอบภูมิภาค							
15.00 น.								
15.00 น.								
16.30 น.	จากใจถึงใจ 1-4	เพื่อนคุณหนู 1,3 ทอ. 2 ทอ. 4	เก็บเบี้ยฯ 1, 4 ตอบปัญหาภาษาอังกฤษ ตอบปัญหาประชาธิปไตย	ส่งเสริมศิลปินไทย				
17.00 น.	ข่าวท้องถิ่น สทท.พล./ ข่าวบริการ / รายการหน้าต่างชีวิต							
17.30 น. ถึง 24.00 น.	รับสัญญาณจาก สทท. 11							



= รับสัญญาณจาก สทท. 11

แผนผังรายการ

สทท.11 พิษณุโลก เป็นสถานีเครือข่ายของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สทท.11) มีแผนผังอัตราส่วนรายการประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นหน้าที่ของฝ่ายรายการโทรทัศน์ที่จะดำเนินการตามผังรายการที่ สทท.11 ส่งมาให้ในลักษณะดังนี้

1.ผังรายการประจำเดือนจะส่งเป็นหนังสือบันทึกข้อความแจ้งมาให้ทุกต้นเดือนของเดือนถัดไป (ดูตัวอย่างในภาคผนวก)

2.กำหนดการเปลี่ยนแปลงรายการประจำวัน จะส่งเป็นแฟกซ์หนังสือบันทึกข้อความแจ้งมาก่อนเป็นครั้งคราวคือหากมีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศที่ตรงกับเวลาออกอากาศรายการประจำของสทท.11 หรือ สทท.11 ในส่วนท้องถิ่น ประมาณ 2-3 วัน หรืออย่างน้อย 1 วันก่อนที่จะมีรายการออกอากาศ (ดูตัวอย่างในภาคผนวก)

จากการรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จัดแผนผังรายการท้องถิ่นพบว่า เฉพาะในส่วนของการรายการประจำของท้องถิ่น จะมีปัญหาในเรื่องการงดรายการอยู่เสมอ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการถ่ายทอดสดและการรับสัญญาณรายการพิเศษต่างๆจาก สทท.11 ส่วนกลาง ร่วมกับปัญหาของผู้ผลิตรายการท้องถิ่นเองที่ไม่สามารถผลิตรายการได้เสร็จทันการออกอากาศ เนื่องจากติดภารกิจอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการผลิตรายการซึ่งเป็นงานประจำ ทำให้รายการท้องถิ่นไม่สามารถออกอากาศได้ตรงตามกำหนดเวลาหรือหากออกอากาศได้ก็จะเป็นรายการในลักษณะที่เป็นการออกอากาศเทปรายการเก่าที่เรียกว่า “เทปเวียน” หรือในบางครั้งก็แก้ปัญหาด้วยการรับสัญญาณรายการในช่วงเวลานั้นจาก สทท.11 ส่วนกลางแทน ดังที่ สมชาย ธีระวาทีน ช่างภาพ 1 ปฏิบัติหน้าที่ผู้จัดและพิมพ์ผังรายการ กล่าวว่า

“ รายการท้องถิ่นไม่มีอะไรที่ลงตัวเลข ในแต่ละวัน ไม่ค่อยได้ fixed เท่าไหร่ วันนี้เวลา 16.30 น. ต้องเป็นรายการนี้เสมอไป ที่สำคัญการถ่ายทอดสดและรับสัญญาณจากส่วนกลางเข้ามามีอิทธิพลมากที่สุด ทำให้รายการไม่ได้ออก เพราะเป็นคำสั่ง รายการท้องถิ่นก็ต้องเลื่อนไปก่อน ผมว่าผังรายการของเรามั่วมาก ค่อนข้างสับสนในการนำเสนอตัวเองว่าทำอะไรอยู่ คนดูก็พลอยสับสนไปด้วย...” (สมชาย ธีระวาทีน,สัมภาษณ์,10 ธันวาคม 2545)

หากพิจารณาเฉพาะส่วนที่เป็น รายการพิเศษ หรือ ถ่ายทอดสดต่างๆที่สถานีจำเป็นต้องรับสัญญาณการถ่ายทอดจาก สทท.11 (ส่วนกลาง) หรือ สถานีท้องถิ่นอื่นๆที่เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดสดในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีนั้นๆ เพื่อออกอากาศสด หรือ เทปบันทึกภาพซึ่งทับเวลาของท้องถิ่นจาก

รายงานสรุปผลการออกอากาศรายการท้องถิ่นประจำเดือน ตั้งแต่ปี 2543 - 2545 ซึ่งเป็นช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ และปี 2546 (ระหว่างการวิเคราะห์) พบสถิติที่น่าสนใจดังนี้

ปี พ.ศ. 2544 มีการถ่ายทอดสดและรายการพิเศษต่างๆ เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง

ปี พ.ศ. 2545 มีการถ่ายทอดสดและรายการพิเศษต่างๆ เฉลี่ยเดือนละ 14 ครั้ง

ปี พ.ศ. 2546 มีการถ่ายทอดสดและรายการพิเศษต่างๆ เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง

ฉะนั้นเมื่อเทียบสัดส่วนของการออกอากาศรายการท้องถิ่น ซึ่งออกอากาศเดือนละ 30 วัน จะสามารถออกอากาศรายการท้องถิ่นได้ประมาณ 17 วันเท่านั้น หรือคิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของการออกอากาศ แต่หากเทียบเป็นสัปดาห์จะพบว่า มีการงดรายการท้องถิ่นประมาณ สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง และหากมีการแข่งขันกีฬาในระดับประเทศและสากล เช่น กีฬาแห่งชาติ กีฬาซีเกมส์ ฯลฯ ก็ยิ่งทำให้มีการงดรายการ เพื่อนำไปใช้ถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาแทนเป็นเวลานาน ครั้งละ 10 - 11 วัน ประกอบกับในขณะที่ยกก่อนและหลังการถ่ายทอดก็มีกิจกรรมถ่ายทอดสดอื่นๆ อีก จึงดูเหมือนว่าในเดือนนั้นๆ จะไม่มีรายการท้องถิ่นเลย หรือมีเพียงรายการประจำ เช่น ข่าวท้องถิ่น ไม่ถึง 10 วันเท่านั้น โดยที่นำลักษณะเนื้อหาการดังกล่าวมาคำนวณเป็นร้อยละ ได้ผลดังนี้

ร้อยละ 50 เป็นการจัดงานหรือกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน เช่น การแข่งขันกีฬาทั้งในระดับโลก ประเทศ และจังหวัด พิธีเปิด-ปิดงานเทศกาล ประเพณีต่างๆ ของแต่ละจังหวัด

ร้อยละ 20 เป็นการจัดกิจกรรมในลักษณะคล้ายคลึงกันแต่มีจุดเด่นอยู่ที่การให้ความสำคัญกับบุคคลที่จะมาเป็นประธานในงานนั้น เช่น พระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์ นายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี

ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 30 เป็นการถ่ายทอดการประชุมสภาฯ และประชาสัมพันธ์งานของรัฐบาล

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า รายการพิเศษและรายการถ่ายทอดสดต่างๆ นั้น เป็นรายการที่จัดขึ้นเพื่อมุ่งหวังให้เป็นการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานภาครัฐ และรัฐบาลแทบทั้งสิ้น นอกจากนั้นครึ่งหนึ่งของรายการทั้งหมดยังเป็นรายการที่มีการใช้เวลา ซึ่งถือว่ามีค่าความ

สำคัญ เพราะหมายถึงรายได้ที่จะมีเข้ามายังสถานี นอกเหนือจากงบประมาณสนับสนุนของภาครัฐ ที่มีอยู่อย่างจำกัดในแต่ละปี ส่วนอีกครึ่งหนึ่งจะเป็นรายการที่หน่วยงานต่างๆ หรือคนสำคัญในบ้านเมือง โดยเฉพาะรัฐมนตรีขอความร่วมมือมาจึงมีการถ่ายทอดสดฟรี โดยไม่คิดค่าเช่าเวลาซึ่งรายการในลักษณะนี้จะทำให้สถานีต้องเบิกเบี่ยเลี้ยงผู้ปฏิบัติงานและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่มีราคาสูงด้วยตนเอง ทำให้สูญเสียงบประมาณและค่าใช้จ่ายไปเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ซึ่งหากมองในเชิงธุรกิจโทรทัศน์และความคุ้มค่าต่อการลงทุน เหมือนกับสถานีอื่นๆ แล้วนับว่า “ขาดทุน” แน่นนอน

7.รายการโทรทัศน์ท้องถิ่นปัจจุบัน

ลักษณะรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ออกอากาศทาง สทท.11 พิษณุโลก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. รายการประจำที่ผลิตเอง
2. รายการพิเศษ (เฉพาะกิจ) บางช่วงเท่านั้น

1.รายการประจำที่ผลิตเอง แยกออกตามลักษณะของเวลาในการออกอากาศ เป็น 2 แบบย่อยคือ

1.1 รายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาท้องถิ่น ได้แก่

1.1.1 รายการแซกรับเชิญ

-รูปแบบรายการสนทนา (talk) มีพิธีกรคือเจ้าหน้าที่ของสถานีนั่งสนทนากับผู้ร่วมรายการ ซึ่งจะเชิญมาเป็นวิทยากรในรายการประมาณ 1 – 2 คน โดยเป็นบุคคลในพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง และเป็นกลุ่มหัวหน้าส่วนราชการหรือข้าราชการของรัฐ และผู้นำชุมชน มากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป โดยการบันทึกเทปในห้องส่งหรือนอกสถานที่บางครั้ง ระยะเวลาครั้งละ 25 นาที

-เนื้อหา/ บทบาทรายการ นำเสนอทุกประเด็น ทั้ง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ท้องเที่ยว ฯลฯ แต่ส่วนใหญ่ 90 เปอร์เซ็นต์ เน้นประชาสัมพันธ์หน่วยงานและกิจกรรมของรัฐ ได้แก่ งานประจำปี งานประเพณีของ 9 จังหวัดในเขตรับผิดชอบ เป็นการเชิญชวนเที่ยวงาน โดยแทรกความรู้ที่เกี่ยวข้องบ้าง เช่น งานสารไทยกล้วยไข่เมืองกำแพงเพชร เทศกาลเส็งกลองล่องโคมไฟ จ.เพชรบูรณ์ งานตรุษจีนนครสวรรค์ ฯลฯ (ดูตัวอย่างบทรายการที่ภาคผนวก ข.)

-ผู้ผลิตรายการซึ่งทำหน้าที่เขียนบท พิธีกร ประธานเป็นคนเดียวกัน ส่วนใหญ่จะเป็นการคิดจากการที่ได้รับการร้องขอมาจากหน่วยงานต่างๆ ดังกล่าวแล้ว โดยเรื่องในตอนนั้นๆอาจมีประโยชน์และก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นมากหรือน้อยต่างกันไป แต่อยู่บนพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ อย่างไรก็ตามรายการอีกประมาณ ร้อยละ 10 ที่เหลือคือผู้ผลิตคิดประเด็นเอง แต่ก็ยังคงขึ้นอยู่กับพื้นฐานของนโยบายรัฐ โอกาสและสถานการณ์สำคัญขณะนั้น เช่น วันเอดส์โลก ก็ผลิตเรื่อง ชีวิตมีคุณค่า โปรดอย่าตัดสินใจด้วยเอดส์ ใกล้จะมีการเลือกตั้งก็ทำเรื่อง เลือกตั้งอย่างมีคุณภาพ วันสงกรานต์ทำเรื่อง เชิดชูวัฒนธรรมไทยในวันสงกรานต์ เป็นต้น

1.1.2 ข่าวท้องถิ่น

-รูปแบบเป็นรายการข่าวและสถานการณ์ประจำวันที่มีผู้ประกาศซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของสถานีหรือผู้ประกาศพิเศษที่มารับจ้างอ่านข่าวนอกเวลาราชการ เป็นผู้นำเสนอ ออกอากาศสดเฉพาะพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ทุกวัน ยาว 25 นาที

-เนื้อหา/บทบาท นำเสนอข่าวทุกประเด็น แบ่งเป็นข่าว และรายงานพิเศษ (สื่ूपข่าว)

-ผู้สื่อข่าวและช่างภาพทำหน้าที่ผลิต ส่วนใหญ่มาจากคำสั่งของบรรณาธิการหรือหัวหน้าฝ่ายข่าว ซึ่งแยกเป็น ประมาณร้อยละ 80 เป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกับรายการอื่นๆคือประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมที่จัดโดยภาครัฐ โดยเฉพาะจังหวัดต่างๆ เป็นนโยบายรัฐที่เน้นให้ผลิตในด้านนั้นๆ อีกร้อยละ 20 เป็นประเด็นที่ผู้สื่อข่าวคิดขึ้นเอง แต่ก็ยังคงอยู่บนพื้นฐานเหมือนรายการประจำวันอื่นๆ หรือมีนโยบาย งบประมาณโครงการเฉพาะกิจเข้ามาให้เร่งผลิตเพื่อตอบสนองเป็นช่วงๆก็มี

1.1.3 รายการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย (การแสดงลิเก)

-รูปแบบเป็นรายการบันทึกการแสดงลิเก ยาว 25 นาที ออกอากาศสัปดาห์ละ 2 วัน (แต่เดิมก่อน พค.44 เป็นรายการ 1 ชม.) มีพิธีกรทำหน้าที่เปิด-ปิดรายการ ในช่วงท้ายรายการจะตอบจดหมายผู้ชมที่เขียนเข้ามาด้วย

-เนื้อหา / บทบาท ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่หากมีนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล เช่น เลือกตั้ง ส่งเสริมประชาธิปไตย ยาเสพติด เอดส์ ฯลฯ สถานีจะประสานให้คณะลิเกสอดแทรกเนื้อหาเข้าไปในเรื่องด้วย

1.1.4 รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน

- รูปแบบ เป็นรายการสารคดี ยาว 25 นาที
- เนื้อหา /บทบาท เน้นส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ผู้ผลิตรายการคือเจ้าหน้าที่ของสถานี ซึ่งทำหน้าที่เขียนบท ไล่เรียงบรรยายและประสานเป็นคนเดียวกัน (เหมือนรายการอื่นๆ) ส่วนใหญ่จะคิดเอง แต่ก็ยังคงอยู่บนพื้นฐานของนโยบายรัฐ โครงการที่มีงบประมาณเป็นช่วงเวลามาให้รวมทั้งการร้องขอมาจากส่วนราชการต่างๆ ร่วมกับ ความสนใจและความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการเป็นหลัก ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการให้ความรู้และเป็นประโยชน์กับประชาชน โดยการเก็บข้อมูล ประเด็นและเนื้อหาจากพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งประชาชนจะร่วมในรายการในลักษณะ การเป็นวิทยากรในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ตนเองรับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องอยู่ ปกติจะเป็นกลุ่มหัวหน้าส่วนราชการหรือข้าราชการของรัฐ และผู้นำชุมชนมากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไปซึ่งผู้ผลิตเห็นว่าเป็นผู้แทนของประชาชนทั่วไปได้ นอกจากนี้ อาจจะมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนเข้ามาแทรกบ้างเป็นบางครั้ง (ภูวเดช เกษน้อย,สัมภาษณ์,12 กุมภาพันธ์ 2546)

อย่างไรก็ตามรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านเพียงรายการเดียวที่นอกจากจะออกอากาศในช่วงเวลาท้องถิ่นแล้ว ยังส่งเทปรายการไปออกอากาศยัง สทท.11 ส่วนกลาง โดยในแต่ละเดือนจะมีชื่อรายการนี้ปรากฏอยู่ในผังรายการประจำของ สทท.11 ส่วนกลางด้วย

1.2 รายการที่ไม่ได้ออกอากาศในช่วงเวลาท้องถิ่น แต่เป็นรายการที่ออกอากาศในระดับประเทศ คือ จะเป็นการเวียนกันผลิตของสถานีฯ ท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ผลิตเป็นรายการสด แล้วส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมแพร่ภาพออกอากาศทั่วประเทศ ได้แก่

1.2.1 รายการรอบภูมิภาค

- รูปแบบรายการสนทนา (talk) มีพิธีกรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของสถานีนั่งสนทนากับผู้ร่วมรายการ ซึ่งจะเชิญมาเป็นวิทยากรในรายการประมาณ 1 – 2 คน โดยเป็นบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักและเกี่ยวข้องกับประเด็นที่จัดขึ้นในระดับประเทศ คือเชิญมาจากส่วนกลาง(กรุงเทพมหานคร) ร่วมกับวิทยากรในพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง คือกลุ่มหัวหน้าส่วนราชการหรือข้าราชการของรัฐ และผู้นำชุมชน มากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป ออกอากาศสดในห้องส่ง ยาว 55 นาที (คล้ายรายการแขก

รับเชิญ) แต่ต่างตรงที่ทำรายการประมาณ 20 นาที จะเปิดสายโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นและสอบถามได้ในรายการ และช่วงแรกของรายการจะมีสื่อกำเข้าไปประเด็นและรายการ

-เนื้อหา/ บทบาทรายการ นำเสนอทุกประเด็น (เหมือนแซกรับเชิญ) แต่เนื่องจากเป็นรายการที่ออกอากาศในระดับประเทศ ประเด็นและผู้ร่วมรายการจึงต้องกว้างในระดับประเทศ ไม่ใช่เพียงท้องถิ่นเท่านั้น

-ผู้ผลิตรายการซึ่งทำหน้าที่เขียนบท พิธีกร ประสานเป็นคนเดียวกัน (เหมือนแซกรับเชิญ) แต่การคิดเนื้อหาในการนำเสนอครั้งหนึ่งเหมือนรายการแซกรับเชิญ คือมาจากการร้องขอมาของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถานีเห็นว่าสามารถนำมาขยายผลในระดับประเทศได้และน่าสนใจ อีกครั้งจะเป็นประเด็นที่คิดเอง แต่ยังคงอยู่บนพื้นฐานเช่นเดียวกันกับรายการแซกรับเชิญ(กล่าวแล้ว)

1.2.2 รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11

-รูปแบบรายการสนทนาผสมวาไรตี้ ยาว 25 นาที ช่วงแรก มีพิธีกรซึ่งเป็รเจ้าหน้าที่ของสถานีนั่งสนทนากับผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นคนในพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง แต่เป็นกลุ่มผู้นำชุมชน หรือผู้แทนกลุ่มอาชีพมากกว่าประชาชนทั่วไปเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาของรายการที่เน้นส่งเสริมกลุ่มอาชีพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ ออกอากาศสดในห้องส่ง (เหมือนรายการแซกรับเชิญ) แต่ต่างตรงที่ ช่วงต่อไปจะพาไปชมรายการพิเศษ ที่มีพิธีกรสนามพาไปชมเรื่องราวต่างๆ มีการให้ผู้ชมตอบคำถามชิงรางวัลทางโทรศัพท์ และประกาศผลผู้โชคดี สุดท้ายเป็นปฏิทินท่องเที่ยวประจำวันและวันรุ่งขึ้น

-เนื้อหา/ บทบาทรายการ เป็นรายการที่ออกอากาศในระดับประเทศ คือ จะเป็นการเวียนกันผลิตของสถานีฯ ท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ไม่ใช่เพียงท้องถิ่นเท่านั้น ผู้ชมจึงมีอัตราส่วนมากตามไปด้วย เนื้อหาเน้นไปที่ตัวอย่างของผู้ที่ประสบความสำเร็จและดำเนินกิจการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้เพื่อสนับสนุนนโยบาย 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเพราะในวันหยุดจะเปลี่ยนชื่อรายการเป็น อรุณรุ่งฮอลิเดย์ คือมีแต่พิธีกรสนามพาไปท่องเที่ยวยังสถานที่จริงแต่ยังคงมีการจับรางวัลผู้โชคดีทำรายการของพิธีกรที่อยู่ในห้องส่งซึ่งจะทำหน้าที่เปิดและปิดรายการเท่านั้น โดยผู้ผลิตรายการซึ่งทำหน้าที่เขียนบท พิธีกร ประสานเป็นคนเดียวกัน (เหมือนรายการอื่นๆ)

2. รายการพิเศษ(เฉพาะกิจ) บางช่วงเท่านั้น ในที่นี้ผู้วิจัยจะใช้ชื่อเรียกรายการในลักษณะนี้ร่วมกันว่า “รายการพิเศษอื่นๆ”

รายการประเภทนี้มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลและบางครั้งมีงบประมาณโครงการที่ทางสถานีฯได้เสนอขอสำหรับการผลิตรายการเพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลหรือมีการจัดสรรจากกรมประชาสัมพันธ์และ สทท.11 ส่วนกลางมาให้สถานีเอง จากการรวบรวมในปี 2544- 2546 ได้แก่

2.1. รายการประชาสัมพันธ์พิเศษ (รูปแบบเหมือนรายการแซกรับเชิญทุกประการ) แต่เปลี่ยนชื่อและไม่ได้ออกอากาศเป็นรายการประจำ

-เนื้อหา/บทบาท เน้นที่มีนโยบายเร่งด่วนรัฐบาล มีโครงการและงบประมาณจากกรมประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานต่างๆ มาเป็นก๊อน ให้ผลิตรายการเพื่อสนับสนุนนโยบายดังกล่าว ด้านลักษณะการผลิตอื่นๆเหมือนกับรายการที่กล่าวมาแล้วทุกประการ เช่น โครงการส่งเสริมประชาธิปไตย ให้ผลิต 6 ตอน จึงคิดนำเสนอประเด็นเรื่อง การเมืองเรื่องของเรา การปลูกฝังจิตสำนึกประชาธิปไตย แบบอย่างสถานศึกษากับการส่งเสริมประชาธิปไตย ฯลฯ

2.2 รายการที่มีการส่งสัญญาณย้อนกลับ ตามสถานีฯท้องถิ่นต่างๆ โดยมีพิธีกรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของ สทท.11 (ส่วนกลาง)และผู้ร่วมรายการหลักอยู่ที่ สทท.11 โดยที่ห้องส่งของสถานีท้องถิ่นจะมีพิธีกรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของสถานีเช่นกัน อยู่ร่วมกับผู้ร่วมรายการและผู้ชมในห้องส่งคอยตอบโต้กัน ได้แก่ รายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย (นโยบายพักชำระหนี้เกษตรกรรายย่อย 3 ปี) รายการรอบรู้คู่วัยเยาว์ ฯลฯ

2.3 รายการเวทีชาวบ้าน

-รูปแบบเป็นรายการสนทนา (talk) เหมือนรายการแซกรับเชิญและรายการอื่นๆ แต่ต่างตรงที่ เป็นการผลิตนอกสถานที่ทั้งสดและบันทึกเทปแล้วแต่สถานการณ์ มีผู้ร่วมรายการจำนวนมาก ประมาณ 5 คน มีผู้ชมในพื้นที่นั่งฟังอยู่บริเวณนั้นจำนวนมาก ซึ่งเป็นประชาชนในท้องถิ่นนั้น ทำรายการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและสอบถาม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ร่วมรายการด้วย ยาวประมาณ 55 นาที

-เนื้อหา ขึ้นอยู่กับนโยบายหรือโครงการที่มีงบประมาณมาให้ผลิตเป็นครั้งไป แต่ส่วนใหญ่เป็นด้าน ประชาธิปไตย เศรษฐกิจ สังคม เช่น เวทีชาวบ้านเรื่อง กองทุนหมู่บ้าน เวทีชาวบ้านเรื่อง การเลือกตั้ง (เฉพาะช่วงที่มีการเลือกตั้งทั่วประเทศ)

สรุปภาพรวมรายการท้องถิ่นปัจจุบันของ สทท. 11 พิษณุโลก มีจำนวนทั้งสิ้น 7 รายการ แบ่งตามประเภทและลักษณะรายการได้ดังนี้

- 1.รายการข่าว มีจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการข่าวท้องถิ่น
- 2.รายการสนทนา มีจำนวน 3 รายการ แบ่งย่อยเป็น
 - 2.1 รายการสนทนาอย่างเดียว 1 รายการ ได้แก่ รายการแขกรับเชิญ
 - 2.2 รายการสนทนาโดยเพิ่มช่วงที่เปิดให้ผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์เข้ามาในรายการ
 ในลักษณะ
 - เปิดอินสายสด (phone-in) ในรายการ ได้แก่ รายการรอบภูมิภาค
 - เปิดสายโทรศัพท์หลังไมค์เพื่อตอบคำถามชิงรางวัล
 ได้แก่ รายการอรุณรุ่งที่ ช่อง 11
- 3.รายการสารคดี มีจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน
- 4.รายการบันทึกการแสดง มีจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการส่งเสริมศิลปไทย

อย่างไรก็ตาม รายการพิเศษอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยได้หมายรวมถึงรายการที่นอกเหนือจากรายการทั้ง 4 ประเภท จำนวน 6 รายการข้างต้น ไม่มีความแน่นอนในการผลิต การออกอากาศ ประเภทและรูปแบบในการนำเสนอ แต่จากการสำรวจพบว่า โดยทั่วไปมักเป็นรายการในลักษณะการสนทนาอย่างเดียว หรือ รายการเวทีชาวบ้าน ที่มีผู้ชมเป็นประชาชนในท้องถิ่นมาร่วมรับฟังขณะถ่ายทอดรายการ พร้อมทั้งมีตัวแทนแสดงความคิดเห็น 2 – 3 คน เป็นหลัก

8.งบประมาณ

เนื่องจากข้อมูลองค์กรในด้านงบประมาณถือเป็นข้อมูลเฉพาะของหน่วยงานทุกหน่วยงาน และไม่เป็นที่เปิดเผยหรือมีการสรุปรวบรวมเพื่อแจ้งให้สาธารณชนทั่วไปทราบ จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถได้รับข้อมูลครบถ้วนในบางปี ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้วิธีอนุมานจากข้อมูลที่มีอยู่ โดยมาจากการสำรวจและสรุปโดยฝ่ายรายการโทรทัศน์ สทท. 11 พิษณุโลก ประจำปี 2545 ดังนี้

8.1 เงินงบประมาณแผ่นดิน (รวมสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ลูกข่าย 4 แห่ง) จำนวน 955,650 บาท (เก้าแสนห้าหมื่นห้าพันหกร้อยห้าสิบบาทถ้วน) เฉลี่ยวันละ 2,618.22 บาท

8.2 เงินรายได้สมทบ จำนวน 964,100 บาท (เก้าแสนหกหมื่นสี่พันหนึ่งร้อยบาทถ้วน) เฉลี่ยวันละ 2,641.30 บาท

สำหรับเงินรายได้สมทบ สทท. 11 พิษณุโลก ได้มาจาก

8.2.1 ค่าเช่าเวลาท้องถิ่นของบริษัทเอกชน

8.2.2 เงินงบประมาณโครงการประชาสัมพันธ์ซึ่งจัดทำเป็นแผนประจำปีที่ได้รับการจัดสรรเพิ่มเติมจาก กรมประชาสัมพันธ์ และ สทท. 11 ซึ่งมีจำนวนเล็กน้อยต่างกันไปในแต่ละปี

ข้อมูลข้างต้นแสดงว่างบประมาณแผ่นดินที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐบาล โดยกรมประชาสัมพันธ์เป็นรายปี มีจำนวนน้อยกว่าเงินรายได้ จำนวน 8,450 บาท ทั้งๆที่เป็นเงินที่เป็นรายได้ประจำที่ต้องนำมาบริหารจัดการองค์กรในแต่ละปี ทำให้เงินรายได้เป็นงบประมาณที่เข้ามามีส่วนสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร ในขณะที่งบประมาณประจำปีมีอยู่อย่างจำกัด ไม่เพียงพอต่อการบริหารงาน และกลายเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ดังบทสัมภาษณ์ที่ได้นำมาสนับสนุน ต่อไปนี้

“...งบประมาณ ของ สทท.ต่างจังหวัดจะไม่มีในด้านการลงทุนในด้านรายการเลย เราจะใช้งบปกติราชการ งบเงินรายได้ นอกจากแผนงานโครงการซึ่งทางกรมประชาสัมพันธ์ให้งบเรา มา เราก็จะทำตามแผนงานโครงการนั้นที่เราทำเสนอไป แต่นั่นก็หมายความว่า แผนงานโครงการต่างๆเหล่านั้นได้รับงบมา ซึ่งมีหลายโครงการที่เราทำไปแล้วไม่ได้รับงบประมาณ เพราะฉะนั้นเราก็ต้องใช้งบประมาณของเราเอง ประชาสัมพันธ์เอง แต่แผนงานโครงการไหนที่ได้รับงบประมาณเราก็ทำไปตามแผนนั้น มันก็จะทำให้เป้าหมายในการทำงานเราในแต่ละปีไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน บางที่เราอยากจะทำรายการนี้เยอะๆ แต่เราไม่มีงบประมาณที่จะทำ..” (สุธีรา ทิมกาญจนะ, อ่างแล้ว)

9.สถานที่

สทท. 11 พิษณุโลกตั้งอยู่เลขที่ 119 ต.หัวรอ อ.เมือง จ.พิษณุโลก ใช้สถานที่ร่วมกับ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 มีอาคารสูง 3 ชั้น ได้แก่

ชั้นที่ 1 ประกอบด้วย

- ห้องแสดง (studio) ขนาดใหญ่ จำนวน 1 ห้อง
- ห้องแสดง (studio) ขนาดเล็ก จำนวน 1 ห้อง

ในกรณีที่ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 มีการจัดกิจกรรม การประชุม สัมมนาต่างๆ จะใช้ห้องทั้ง 2 ห้องนี้เช่นกัน)

- ห้องฝ่ายรายการและธุรการ การเงิน จำนวน 1 ห้อง
- ห้องแม่บ้าน จำนวน 1 ห้อง
- ห้องช่างศิลป์ จำนวน 1 ห้อง
- ห้องประชุมขนาดเล็ก จำนวน 1 ห้อง

ทั้งนี้ห้องแม่บ้านและห้องประชุมขนาดเล็กจะใช้ร่วมกับ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วย

- ห้องทำงาน ผอ.สทท. 11 พิษณุโลก จำนวน 1 ห้อง
- ห้องฝ่ายช่างเทคนิค จำนวน 1 ห้อง
- ห้องควบคุมการออกอากาศ จำนวน 2 ห้อง
- ห้องเชื่อมโยงสัญญาณดาวเทียม จำนวน 1 ห้อง
- และควบคุมหลัก
- ห้องเล่นเทปโทรทัศน์ จำนวน 1 ห้อง

ทั้งนี้พื้นที่ส่วนที่เหลือใช้ร่วมกับ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4

ชั้นที่ 3 ประกอบด้วย

- ห้องฝ่ายข่าว จำนวน 1 ห้อง
- ห้องติดต่อฝ่ายรายการ จำนวน 1 ห้อง

ทั้งนี้พื้นที่ส่วนที่เหลือใช้ร่วมกับ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4

10.อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต

จากการสำรวจอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตของ สทท. 11 พิษณุโลก เมื่อเดือน
กุมภาพันธ์ 2546 พบข้อมูลดังนี้

10.1 ยานพาหนะ ประกอบด้วย

- รถถ่ายทอดนอกสถานที่ (โอปี่) จำนวน 1 คัน

แต่ไม่มีชุดเชื่อมโยงสัญญาณหรือรถดาวเทียม เมื่อมีการถ่ายทอดสดจึงต้องขอความร่วมมือไปยัง
สทท. 11 หรือ สทท.ส่วนภูมิภาคแห่งอื่น เช่น เชียงใหม่ อุบลราชธานี เพื่อมาร่วมปฏิบัติงาน

- รถยนต์กระบะ 2 ตอน ใช้งานได้ จำนวน 4 คัน
- รถยนต์แวน ใช้งานได้ จำนวน 1 คัน

แต่ก็มีปัญหาด้านคุณภาพของรถในการใช้งานซึ่งต้องสมบุกสมบัน ไม่ค่อยได้มีเวลาพัก ไม่มีเวลาบำรุงรักษาและขาดงบประมาณในการซ่อมแซม เช่น แอร์ไม่เย็น เครื่องยนต์รวน ยางรถสึกหรอ สายพานขาด ฯลฯ ซึ่งนับเป็นอุปสรรคในการทำงานด้านโทรทัศน์ค่อนข้างมาก เพราะต้องทำงานแข่งกับเวลา รวมไปถึงสวัสดิภาพของผู้ปฏิบัติงานด้วย

“ อุปกรณ์เทคโนโลยีมีปัญหาเยอะมาก รถอยู่มา 9-10 ปี ขับไปสายเบรคแตก ก็เคย ขับไปเร่งเครื่องได้แค่ 90 ก็เคยซึ่งต้องใช้เวลาที่ขับไวก็ทำไม่ได้ เป็นเหมือนเต่าเพราะงบประมาณไม่มี มันถึงมีปัญหาอยู่อย่างนี้ไง เครื่องไม้เครื่องมือไม่ทันสมัย ไม่มีเงินที่จะไปซื้อ..”
(วชิราภรณ์ น้อยยม,อ้างแล้ว)

10.2 อุปกรณ์และเครื่องมือทางเทคโนโลยีในการผลิต แบ่งตามฝ่ายต่างๆ ดังนี้

ฝ่ายรายการ

- มีกล้องโทรทัศน์ระบบเบต้า 1 ตัว และเมื่อปี 2546 ได้ทำเรื่องขอยืมมาจากสำนักงานประชาสัมพันธ์ จ.สระแก้ว อีก 1 ตัว แต่ใช้งานร่วมกับฝ่ายช่างเทคนิคกรณีมีการถ่ายทอดสดนอกสถานที่
- มีกล้องดิจิตอล 1 ตัว และกล้องยูเมตริกที่เสื่อมคุณภาพ ไม่ได้ใช้งานมาหลายปีแล้ว อีก 2 ตัว
- มีเครื่องตัดต่อในระบบเบต้า และยูเมตริกอย่างละ 1 ชุด โดยใช้งานได้จริง เพียงระบบเบต้าอย่างเดียว และหากนำกล้องระบบอื่นไปถ่ายทำก็ต้องนำกลับมาแปลงสัญญาณเป็นระบบเบต้าเพื่อการตัดต่ออีกครั้งหนึ่ง ทำให้เสียเวลามากกว่าเดิม
- มีเครื่องซัณภาพตัวอักษร (CG.) 1 เครื่อง ซึ่งต้องเคลื่อนย้ายไปนอกสถานที่ กรณีที่มีการถ่ายทอดสด เพราะเครื่องแบบนี้ของฝ่ายช่างเทคนิคชำรุด ทำให้มีปัญหาในการจัดระบบใหม่ และไม่สามารถแก้ไขความผิดพลาด คลาดเคลื่อนของระบบได้ในบางครั้งจนออกอากาศ

ฝ่ายข่าว

- มีกล้องโทรทัศน์ระบบเบต้าแคม 2 ตัว ขอยืมมาจากส่วนงานอื่นในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์อีก 1 ตัว รวมเป็น 3 ตัว และกล้องยูเมตริกเสื่อมคุณภาพ ไม่ได้ใช้งานมาหลายปีเช่นกัน
- เครื่องตัดต่อในระบบเบต้า และยูเมตริกอย่างละ 1 ชุด โดยใช้งานได้จริงเพียงระบบเบต้า แต่ระบบยูเมตริกไม่นิยมใช้เพราะไม่มีกล้องในระบบ

เดียวกันที่สามารถใช้งานร่วมกันได้ นอกจากนั้นปัญหาที่พบในขณะนี้คือเมื่อสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในพื้นที่ส่งเทปข่าวประชาสัมพันธ์ที่ถ่ายจากกล้องในระบบดิจิทัล ที่กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดซื้อมาให้ใช้งานใหม่ จึงต้องนำมาแปลงสัญญาณเป็นระบบเบต้า ที่มีเครื่องตัดต่อและออกอากาศได้ทำให้เกิดปัญหาเช่นเดียวกับฝ่ายรายการ

ฝ่ายช่างเทคนิค

- มีกล้องโทรทัศน์ที่ใช้ในห้องส่ง ทั้งหมด 3 ตัว
- มีกล้องโทรทัศน์ที่ใช้ในรถถ่ายทอด ทั้งหมด 6 ตัว แต่ใช้งานได้จริง 4 ตัว
- มีเครื่องเทประบบเบต้า และยูเมติก อย่างละ 2 ชุด
- มีเครื่องซัอนภาพตัวอักษร (CG.) 1 เครื่อง

หัวหน้าฝ่ายช่างเทคนิคให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “ อุปกรณ์เครื่องมือและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการผลิตล้วนอยู่ในสภาพที่เก่า ล้าสมัย โทรุคโทรมหรือชำรุด ซึ่งเป็นผลพวงมาจากปัจจัยด้านงบประมาณเป็นสำคัญ คือ “ อุปกรณ์ที่ซื้อครั้งแรกประมาณ ปี 2534 และซื้อครั้งสุดท้าย ปี 2537-2538 เมื่อเวลาผ่านไปความเติบโตของเทคโนโลยีเข้ามา 4-5 ปี ก็ตกทุนแล้ว ทำให้จะโหลหายาก ไม่คุ้มราคาค่าซ่อม” (สุเทพ ปรีดีกุล,สัมภาษณ์,21 ธันวาคม 2545)

ลักษณะการใช้งานของอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต

ยานพาหนะและอุปกรณ์ทางเทคนิคที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ทุกชนิด เช่น กล้องและอุปกรณ์ส่วนควบ ได้แก่ ขาตั้ง แบตเตอรี่ ฯลฯ เครื่องตัดต่อ ม้วนเทปบันทึกรายการ และอื่นๆทั้งหมดล้วนเป็นไปในลักษณะหมุนเวียนในฝ่ายเดียวกันรวมทั้งหยิบยืมกันนอกฝ่าย เนื่องจากมีปริมาณไม่เพียงพอ คุณภาพไม่เท่ากัน มีอัตราการใช้งานที่มากโดยไม่มีการบำรุงรักษา หรือซ่อมแซมในกรณีชำรุดเสียหาย ซึ่งเกิดจากมีภารกิจการผลิตรายการประจำและรายการพิเศษต่างๆ อยู่เสมอ

11.การแพร่ภาพออกอากาศ

11.1 เขตพื้นที่บริการ สทท.11 พิษณุโลก มีจังหวัดที่เป็นเขตพื้นที่บริการ จำนวน 9 จังหวัด รวมเรียกว่า “**ภาคเหนือตอนล่าง**” ประกอบด้วย พิษณุโลก พิจิตร เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ตาก สุโขทัย กำแพงเพชร อุตรดิตถ์ อุทัยธานี จากข้อมูลการสำรวจความเข้มข้นของสัญญาณของการออกอากาศ โดยส่วนเทคนิค สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ร่วมกับ ฝ่ายช่างเทคนิค สทท. 11 พิษณุโลก ในปี 2545 – 2546 พบว่า มีเขตพื้นที่บริการที่ไม่สามารถรับสัญญาณได้ ดังนี้

- จ.พิษณุโลก ได้แก่ อ.นครไทย และ อ.ชาติตระการ บางส่วน จ.เพชรบูรณ์ ได้แก่ อ.หนองไผ่ อ.น้ำหนาว และ อ.ศรีเทพ
- จ.ตาก ได้แก่ อ.ท่าสองยาง และ อ.อุ้มผาง
- จ.อุตรดิตถ์ ได้แก่ อ.ท่าปลา อ.น้ำปาด อ.บ้านโคก อ.ฟากท่า และ อ.ลับแล

ทั้งนี้ในทุกจังหวัด เป็นเพียงบางส่วน คือ บางหมู่บ้าน หรือบางตำบลเท่านั้น ขึ้นอยู่กับภูมิประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่บริเวณหุบเขาสูง

11.2 ข้อมูลด้านการออกอากาศ ช่องที่ออกอากาศ คือ ช่อง 7 ย่านความถี่ 188 – 195 MHz โดยมีกำลังส่ง 10 กิโลวัตต์

บทที่ 5

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ สทท.11 พิชณโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน

ตั้งแต่บทที่ 5 เป็นต้นไปจะเป็นส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทที่ 4 สภาพทั่วไปของ สทท. 11 พิชณโลก โดยบทนี้ผู้วิจัยจะเน้นไปที่เกณฑ์การวัดความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในระดับโครงสร้างพื้นฐานหรือปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่

- 1.นโยบายและโครงสร้างการจัดการองค์กร
- 2.บุคลากร (เจ้าหน้าที่)
- 3.ระบบการแบ่งงาน
- 4.สถานที่
- 5.งบประมาณ
- 6.อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต

ควบคู่ไปกับปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่

- 1.บทบาทของลูกค้าสื่อมวลชน (ผู้ชม)
- 2.คู่แข่ง – สถานีอื่น
- 3.ผู้อุปถัมภ์รายการและเช่าเวลา

ทั้งนี้จะพิจารณาว่าปัจจัยต่างๆซึ่งเป็นองค์ประกอบของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนเหล่านี้ส่งผลต่อการดำเนินงานและการดำรงสถานภาพของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนของ สทท.11 พิชณโลกอย่างไร โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยภายในองค์กร

1.นโยบายและโครงสร้างการจัดการองค์กร

นโยบายและโครงสร้างการจัดการองค์กร แบ่งเป็นประเด็นย่อย คือ

- 1.1 นโยบายและโครงสร้างการบริหารงาน
- 1.2 ระบบการบริหารแบบราชการ แยกเป็น
 - 1.2.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากระบบบริหารแบบราชการ
 - 1.2.2 เหตุผลที่ระบบบริหารแบบราชการไม่เหมาะสมกับงานด้านโทรทัศน์

1.1 นโยบายและโครงสร้างการบริหารงาน

สทท.11 พิษณุโลก เป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น ขึ้นอยู่กับสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ซึ่งเป็นหน่วยงานในระดับกอง ภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ จึงถือเป็นสื่อของรัฐ ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่นโยบาย ผลงาน การทำงานของรัฐบาลไปสู่ประชาชน รวมทั้งส่งเสริม การศึกษา การให้ความรู้ การเป็นสื่อการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบตามอัธยาศัย รวมทั้งเป็น สื่อที่จะสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐต่อประชาชน และประชาชนต่อประชาชน ขณะเดียวกัน ก็ต้องสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่ภาครัฐด้วย โดยมีบทสัมภาษณ์ ผอ.สทท.11 สนับสนุนไว้ดังนี้

“...ในการบริหารจัดการปัจจัยสำคัญคือเป็นสื่อโทรทัศน์ของรัฐเนื่องจากต้องยอมรับว่าสื่อ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อของรัฐอยู่ แต่อย่าลืมว่าเรามีกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 40 ที่จะให้องค์กรอิสระเพื่อที่จะมาประสานจัดสรรคลื่น หันมาทำหน้าที่ในการวางแผนแม่บทในการ ใช้สื่อแล้วก็จัดสรรให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดย พวกเราทราบดีว่าในอนาคต ถ้าหากมีการ จัดตั้งองค์กรอิสระขึ้นมา อย่างน้อยเราก็จะมีการวางแผนว่าด้วยการใช้สื่อ เข้าใจว่าถ้าจุดนั้นก็จะมี การจัดสรรคลื่นความถี่ให้กับภาครัฐ 40 เปอร์เซนต์ เอกชน 40 เปอร์เซนต์ และประชาชน 20 เปอร์เซนต์ ซึ่งตอนนี้ก็เป็นแค่เพียงแต่แผนที่สภาพมันให้ไว้ แต่ ณ วันนี้เราก็ยังเป็นสื่อของรัฐ เหมือนเดิม การเป็นส่วนราชการจึงกำหนดให้เรามีบทบาทในการเผยแพร่นโยบายสำคัญของรัฐ ...” (เผชิญ ขำโพธิ์, ผอ.สทท.11, สัมภาษณ์ 12 มกราคม 2546)

จากข้อมูลด้านความเป็นมา พัฒนาการและนโยบายของ สทท.11 พิษณุโลกดังที่กล่าวไว้ ในบทที่ 4 จะเห็นว่านโยบายที่ตั้งไว้แต่เดิมของสถานีโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคจะรับผิดชอบในด้าน ข่าวสารในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่างของอย่างแท้จริงและมีการแบ่งภูมิภาคกันอย่างชัดเจน แต่เมื่อเกิดสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.11) ในส่วนกลางในภายหลังกลายเป็น “โทรทัศน์แม่ข่าย” ทำให้การดำเนินงานของ สทท.11 ในส่วนท้องถิ่นปัจจุบันมีระบบเป็นเครือข่าย (network) คือ “ทำให้จะต้องแบ่งเวลากันตามภูมิภาคต่างๆ แล้วก็แบ่งกับเครือข่ายส่วนกลางซึ่งมี เวลาออกอากาศมากด้วย ก็จะทำให้รายการของภูมิภาคลดน้อยลงไป และรายการอาจจะถูกระทบ กับรายการที่มาจากส่วนกลาง ทำให้เกิดความไม่แน่นอนในการที่จะออกอากาศรายการท้องถิ่น” (สุธีรา ทิมกาญจนะ, อ้างแล้ว.) อีกทั้งไม่สามารถแยกชัดเจนในลักษณะการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นหรือ ภูมิภาคได้ เพราะขึ้นอยู่กับสำนักประชาสัมพันธ์เขตแต่ต้องประสานงานและรับคำสั่งกับ สทท.11 ส่วนกลาง ในฐานะหน่วยงานระดับกองเช่นเดียวกับสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ทำให้เกิดปัญหาใน การบริหาร ส่งการในหลายเรื่อง ดังที่ ทิพย์สุคนธ์ แสนจิตร หัวหน้าฝ่ายรายการ สทท.11 พิษณุโลก

สะท้อนข้อเท็จจริงผ่านบทสัมภาษณ์ว่า “ เวลาที่มีการถ่ายทอดสดนอกสถานที่ เราได้รับคำสั่งมาจาก สทท.11 ให้เป็นแม่ข่ายเพราะอยู่ในพื้นที่ 9 จังหวัดของเรา แต่เวลาต้องออกไปปฏิบัติงานต้องขออนุญาตทาง ผอ.สปข.4 ต้องแจ้งเขาเพราะบังคับบัญชาเราโดยตรง เรื่องการเงิน เบิกจ่ายค่าที่พัก ค่าเดินทาง อื่นๆอีกเยอะ ต้องประสานไปทางฝ่ายการเงินซึ่งขึ้นอยู่กับเขต ทำให้เกิดความล่าช้า บางทีไปทำงานกลับมาแล้วยังไม่รู้จะเบิกที่ไหน เบิกยังไม่ได้ก็มี ” (ทิพย์สุคนธ์ แสนจิตร,สัมภาษณ์,15 ธันวาคม 2545)

ปัญหาในเชิงโครงสร้างและการบริหารงานภายใต้การตกเป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐบาล ทำให้ ผู้ที่ตัดสินใจว่า “จะทำอะไร” กับผู้ที่ตัดสินใจว่า “จะมีเงินให้ทำไหม” เป็นคนละคนกัน ส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ เนื้อหารายการขาดคุณภาพ เนื่องจากผู้ตัดสินใจทางด้านการผลิต ซึ่งรู้ดีว่าจะต้องใช้เงินทุนในการผลิตเท่าไรเพื่อสร้างรายการที่มีคุณภาพมิใช่ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจทางการเงิน

1.2 ระบบการบริหารแบบราชการ แยกเป็น

1.2.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากระบบบริหารแบบราชการ

สำหรับผู้ปฏิบัติงานต้องรับนโยบายจากบนลงล่างคือต้องรอคำสั่ง ขออนุญาตก่อนส่งผลต่อระบบการทำงานและผลิตรายการด้วย คือ ในแง่เนื้อหาและความคิดในการสร้างสรรค์ รายการ “การผลิตรายการและข่าวขึ้นอยู่กับหัวหน้ามากกว่า ซึ่งมาจากทางกรมฯ ว่าเขามีนโยบายให้ทำอะไร เขาก็มาให้หัวหน้าเรา หัวหน้าก็มาสั่งอีกทีแล้วเราก็กทำตามนั้น ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้คิดเอง เพราะโดนแบนหมด มันน่าจะเป็นเพราะระบบราชการ การทำทีวีมันติดตรงนี้ ก็เลยทำให้มีเรื่องของซี เรื่องของระดับชั้นที่สูงขึ้นไปมาบังคับความคิดของคนที่ทำจริงๆ ในเรื่องเนื้อหา ถ้าจะคิดนี้มีสัก 20-30 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น” (ภูวเดช เกษน้อย,อ้างแล้ว)

เชื่อมโยงจากนโยบายและโครงสร้างการบริหารงาน ตามข้อ 1.1 ลักษณะดังกล่าวเป็นการทำงานในระบบราชการที่มีการสั่งการตามลำดับชั้น(Hierarchical order) แต่ละลำดับชั้นต่างมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่ระบุไว้อย่างชัดเจน ผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจคือ ผู้บังคับบัญชาสูงสุด บางครั้งผู้น้อยมีความคิดดี แต่ไม่มีพลังขับเคลื่อนงานเพราะต้องเสนองานกับเจ้านายเป็นลำดับขั้นขึ้นไปก่อน ถ้าเจ้านายไม่รับฟัง ไม่เห็นด้วย หรือไม่กล้าเปลี่ยนแปลง ผู้น้อยก็ต้องปฏิบัติตามผลการตัดสินใจเหล่านั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวไม่เหมาะสมกับงานสายสื่อสารมวลชน เนื่องจากงานด้านสื่อ

เป็นงานที่มีการขยับตัว เคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา อีกทั้งต้องการความเป็นอิสระทางความคิด เป็นงานที่ต้องการความคิดที่หลากหลาย และสร้างสรรค์ ไม่เหมาะกับการสั่งการ (ยกเว้นภาวะวิกฤติ) ดังนั้นตัวสื่อจะมีประสิทธิภาพได้ต้องเกิดขึ้นจากการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ร่วมงาน มีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ไม่ใช่มาจากการสั่งการโดยผู้บังคับบัญชามาเป็นลำดับชั้น และขาดโอกาสในการแปรความคิดออกมาเป็นงานที่ตรงกับความคิดได้อย่างอิสระ

ในขณะที่หากมองในแง่ตัวขับเคลื่อนการผลิต โดยเฉพาะด้านแรงจูงใจและความพร้อมต่อการปฏิบัติงาน จะพบว่า “ จุดอ่อนของเราคือการเป็นระบบราชการ มีข่าวด่วนข่าวเร็วๆ แพ้เขาเพราะกว่าจะขออนุมัติรถ ใครจะไปทำงานไม่ใช่เวลา เป็นวันหยุดบ้างหรือกลางคืนแล้ว ค่าตอบแทนก็ไม่ มีหรือมีน้อยมาก แรงจูงใจจึงไม่เกิด โดยเฉพาะลูกจ้างทำมาค้าก็ปีก็เงินเดือนเท่าเดิม แต่ถ้าเป็นข้าราชการทำผิดก็แค่ถูกว่า ไม่มีการลงโทษที่ชัดเจน...” (ทิพย์สุคนธ์ แสงจิตร,อ้างแล้ว)

อย่างไรก็ตาม ปัญหานี้ทางกรมประชาสัมพันธ์ก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ ดังที่ สุธีรา ทิมกาญจนะ ผอ.สทท.11 พิษณุโลก กล่าวไว้ว่า “ทางกรมฯก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ ให้สถานีโทรทัศน์ในภูมิภาคเป็นเครือข่ายโดยตรงกับช่อง 11 ไปเลย เพราะฉะนั้นอันนี้จะต้องดูนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่งว่าจะออกมาในรูปใด ” (สุธีรา ทิมกาญจนะ,อ้างแล้ว)

ในทางกลับกันหากมองในแง่ดี การที่มีสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นยังคงได้เปรียบกว่าสถานีอื่น คือ ช่อง 3 , ช่อง 5 , ช่อง 7 , ช่อง 9 และ ไอทีวี ซึ่งมีเพียงสถานีในส่วนกลางแห่งเดียว โดยขาดสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาค สทท.11 จึงมีศักยภาพที่สามารถจะจัดรายการสดในภูมิภาคได้รวดเร็ว เพราะมีอุปกรณ์เครื่องมือพร้อม มีศักยภาพในภูมิภาคดีกว่าสามารถที่จะส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม ย้อนกลับ (network) ได้ คือมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างจังหวัด ก็สามารถที่จะออกอากาศจากต่างจังหวัดได้เลย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ “ กรณีเครื่องบินตกที่ จ.สุราษฎร์ธานีเมื่อหลายปีก่อน สทท.11 สุราษฎร์ธานีได้ภาพช่องเดียวเพราะมีสถานีโทรทัศน์ภูมิภาคอยู่ในพื้นที่ และสามารถส่งสัญญาณภาพมาออกอากาศทั่วประเทศได้เลย ในขณะที่ช่องอื่นไม่มี ยังต้องมาขอภาพจากเราอีกต่างหาก นี่แหละข้อดีของเรา “(สุธีรา ทิมกาญจนะ,อ้างแล้ว)

เนื่องจากระบบการบริหารงานราชการมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างองค์กร เชื่อมโยงและสัมพันธ์ไปถึงปัญหาด้านอื่นๆ จึงขอนำมาอภิปรายไว้พร้อมกัน ดังนี้

- ปัญหาเชิงโครงสร้างและการดำเนินงาน คือ การที่ สทท. 11 พิษณุโลก เป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐทั้งทางนิติบัญญัติและพฤตินัย การบริหารงานจึงควรมีลักษณะกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาคเพื่อประสิทธิภาพในการตัดสินใจ แต่กลับมีการกระจุกตัวของอำนาจอยู่ที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต ไม่ใช่ สทท. 11 ส่วนกลาง ทำให้ไม่สามารถจะสั่งการหรือควบคุมการดำเนินงานของ สทท. 11 พิษณุโลกได้โดยตรง ส่งผลให้เครือข่ายงานขาดประสิทธิภาพและเป็นปัญหาในเรื่องการตัดสินใจ ที่เด่นชัดคือปัญหาด้านการเบิกจ่ายงบประมาณในการปฏิบัติงาน ดังกล่าวแล้วในหน้า 100 ซึ่งนอกจากเรื่องความล่าช้าในการทำงานแล้ว จิรันดา กฤษเจริญ ยังได้ให้ทัศนะเกี่ยวประเด็นนี้ไว้ว่า การทำงานลักษณะนี้ทำให้ขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถคำนวณหาต้นทุนสุทธิได้ และยังไม่ประเมินได้ว่าผลงานที่ผลิตนั้นมีคุณภาพ คู่คู้กับเงินที่ลงทุนไปหรือไม่ ซึ่งเป็นลักษณะที่ขัดกับองค์กรสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพ (จิรันดา กฤษเจริญ, 2544)

นอกจากนั้นนโยบายในการดำเนินงานของ สทท. 11 พิษณุโลก ยังเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของผู้บริหาร โดยเฉพาะในระดับสูง คือ ในสมัยของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ มติคณะรัฐมนตรีไม่ให้มีโฆษณาใดๆ และไม่ให้ออกชนร่วมดำเนินการ ต่อมาเมื่อคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีก็มีการอนุญาตให้ซื้อสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (logo) ของผู้สนับสนุนรายการได้ และเมื่อนายปิยะณัฐ วัชรภรณ์ ขึ้นเป็นรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี สทท. 11 ก็สามารถมีโฆษณาในเชิงภาพลักษณ์ได้ แต่ไม่ให้มีโฆษณาในเชิงพาณิชย์ ปัจจุบัน สทท. 11 สามารถร่วมผลิตรายการกับเอกชนได้ด้วย จากที่กล่าวมาทั้งหมดจึงเห็นถึงความไม่มีเสถียรภาพในด้านนโยบายหลักของสถานี มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แทบจะทุกยุคทุกสมัยที่มีการเปลี่ยนรัฐบาล ส่งผลให้ สทท. 11 พิษณุโลกขาดจุดยืนตาม สทท. 11 ไปด้วย อีกทั้งสร้างความสับสนให้กับบุคลากรเกี่ยวกับนโยบายของสถานี และยังกินความถึงการต้องมาตีความกันเองเนื่องจากขาดความชัดเจน เช่น การจัดสรรทรัพยากร กำหนดการใช้จ่ายเงิน เป็นต้น

- ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพรายการ เนื่องจากไม่ได้รับงบประมาณอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านการตรวจสอบรายการและการประเมินผู้รับสารผังรายการมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและมักเป็นไปแบบกะทันหัน ทำให้บุคลากรผู้ผลิตรายการไม่สามารถเตรียมตัวได้ ส่งผลให้คุณภาพรายการไม่ดีขาดความพิถีพิถัน เนื่องจากต้องปฏิบัติงานอย่างเร่งด่วนเพื่อสนองนโยบายรัฐ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมักเกิดจากการถ่ายทอดสดพิธีการ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ผู้ชมจึงต้องพลาดรายการประจำบ่อยครั้ง เนื่องจากเมื่อถึงเวลาประจำที่รายการจะต้องออกอากาศตามผังรายการกลับมีรายการถ่ายทอดสดเข้ามาแทนที่ ซึ่งทำให้ลดจำนวนแฟนประจำรายการในรายการลงไปมาก

ด้านรูปแบบและเนื้อหารายการก็ปราศจากคุณภาพ เกิดจากการจัดเก็บ การค้นคืน และการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นระบบทำให้ไม่มีข้อมูลมากพอในการผลิต เช่น ข่าวท้องถิ่นไม่มีผู้ทำหน้าที่บรรณาธิการในพื้นที่ซึ่งคอยวิเคราะห์เนื้อหา หรือให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการผลิตเนื้อหา ส่งผลให้เนื้อหาปราศจากความลุ่มลึก และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ ซึ่งรายละเอียดด้านรายการจะวิเคราะห์ในบทต่อไป

1.2.2 เหตุผลที่ระบบบริหารแบบราชการไม่เหมาะสมกับงานด้านโทรทัศน์

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานของ สทท. 11

พิษณุโลก รวมทั้งการพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนคติในลักษณะการสนทนากลุ่มย่อย (focus group) ผู้วิจัยได้ประมวลความคิดเห็นและนำมาเป็นประเด็นที่นับเป็นปัญหาในลักษณะลูกโซ่ของการบริหารงานแบบราชการซึ่งแสดงให้เห็นว่าระบบดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติงานโทรทัศน์ ดังนี้

1. ระบบการให้คุณให้โทษไม่เอื้ออำนวย คือ การให้บำเหน็จรางวัลชมเชยการปฏิบัติงาน

เมื่อผลงานดี และสร้างสรรค้จนเป็นที่ยอมรับ และการลงโทษผู้กระทำผิดวินัยราชการ หรือทำให้เกิดความผิดพลาดในการทำงาน ตัวอย่างจากบทสัมภาษณ์ที่ว่า “... ระบบให้คุณให้โทษ เช่น เราผลิตรายการดีมีคุณภาพได้รับรางวัลในลักษณะการให้เงินมาเป็นก้อนแต่เราขึ้นอยู่กับสำนักประชาสัมพันธ์เขต ก็กลายเป็นต้องเอามากระจายหรือเฉลี่ยกันทั้งที่เขาไม่ได้ทำ หรือกรณี 2 ชั้นก็เหมือนกันให้เป็นรายบุคคล เอามาจับกับงานโทรทัศน์ไม่ได้ เพราะเราไม่ได้ทำงานคนเดียวแต่ต้องมียอดประกอบหลายส่วนทำกันตั้งหลายคนและในหนึ่งคนก็ทำได้ตั้งหลายอย่างหลายทีม เพราะฉะนั้นจะเลือกให้เฉพาะคนใดคนหนึ่งได้อย่างไร ” (ทิพย์สุคนธ์ แสนจิตร,อ้างแล้ว)

2. จำกัดด้วยเวลาปฏิบัติราชการ คือ เวลาราชการหมายถึงการทำงานทุกวันจันทร์ ถึง ศุกร์ เวลา 08.30 - 16.30 น. เท่านั้น ซึ่งเหมือนกับหน่วยงานราชการอื่นๆ แม้ว่าจะมีเวรอยู่นอกเวลา โดยเฉพาะกลางคืน หรือวันหยุดก็เพียงไม่กี่คน ในขณะที่งานโทรทัศน์ โดยเฉพาะงานข่าวต่างกับงานของหน่วยราชการอื่นตรงที่ เป็นการทำงานที่แข่งกับเวลา มีความเคลื่อนไหวในสังคม และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาและไม่เลือกสถานที่ จึงเป็นอุปสรรคในการทำงานได้

3. ระบบราชการต้องขึ้นกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่ค่อนข้างมีรายละเอียดมาก มักยุ่งยาก ซับซ้อนในการประเมินข้าราชการออกหากกระทำผิด ในขณะที่การรับเข้ามาก็เช่นกัน จำนวน บุคลากรจึงมีน้อยและเป็นสัดส่วนที่ผกผันกับปริมาณงาน ซึ่งจะได้วิเคราะห์ในหัวข้อปัจจัยด้าน บุคลากรเป็นลำดับต่อไป

4. ขาดแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะค่าตอบแทนที่คุ้มค่า โดยเฉพาะลูกจ้าง “ทำมา กี่ปีก็เงินเดือนเท่าเดิม” จึงขาดขวัญ กำลังใจในการทำงาน โดยจะขอยกบทสัมภาษณ์ลูกจ้างชั่วคราวของ สทท. 11 พิษณุโลก มาสนับสนุนดังนี้

“ผมมาอยู่ที่ช่อง 11 6 – 7 ปีแล้ว แต่ที่คิดเงินเดือนตามวุฒิเท่าเดิมไม่เปลี่ยนแปลง มีคนถามผมว่าถ้าที่อื่นให้เงินเดือน همینนี้จะไปไหม จะบอกให้ว่าผมไม่คิดมาก ไปแน่นอน อยู่ที่นี้ใครๆ เขาก็ว่าเหมือนที่ฝึกงาน ใครมีที่ดีกว่าเขาก็ไปกันทั้งนั้น “ (อรัชชัย เทือกทา , สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2546)

5. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ที่มีสถานภาพต่างกันระหว่าง ข้าราชการ และ ลูกจ้างชั่วคราว หรือแม้แต่ข้าราชการด้วยกันที่มีระดับขั้นที่ไม่เท่ากัน คือ ในการทำงานโทรทัศน์ต้องมีการทำงานเป็นทีม (team work) ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความสามัคคีและประสานงานกันตลอดเวลาในทุกตำแหน่ง ทุกหน้าที่ ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดคือ ผู้อำนวยการผลิต (Producer) รองลงมาคือผู้ควบคุมการผลิต ซึ่งในการทำงานจริงแล้วบุคคลสองคนนี้คือ ผู้อำนวยการสถานีและหัวหน้าฝ่ายรายการ และหัวหน้าฝ่ายข่าว (ในกรณีรายการข่าวท้องถิ่น) ซึ่งจะมีหน้าที่ในการควบคุม ดูแล และให้คำแนะนำ รวมทั้งนโยบายในภาพกว้างเท่านั้น โดยไม่ได้ลงมือผลิตรายการจริง ในขณะที่ผู้ซึ่งมีหน้าที่โดยตรงคือ ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) คือ “ลูกจ้างชั่วคราว” ทำหน้าที่วางแผนการผลิต กำหนดเนื้อหา ประสานงาน หาข้อมูล เขียนบท เป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเอง ดังนั้นหากมองในแง่การผลิตตามตำแหน่งทางโทรทัศน์ย่อมสามารถสั่งการ บอกกล่าว หรือแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ผู้ร่วมงานในตำแหน่งอื่นๆปฏิบัติตามจนงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เช่น สั่งการกับช่างภาพ ช่างกล้อง เรื่องมุมภาพที่เห็นว่าสวย ดูดีกว่าที่ช่างภาพจับอยู่ ต้องการให้ตัดภาพที่ไม่ดี ไม่เหมาะสมทิ้ง ตลอดจนการตกแต่งในพดติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการทำงานโทรทัศน์ เป็นต้น แต่เมื่อบุคคลเหล่านั้นมีสถานภาพเป็นข้าราชการ มีอาวุโสมากกว่าตน จึงมีความเกรงใจ ไม่กล้าที่จะออกคำสั่ง หรือเมื่อออกไปแล้วบุคคลเหล่านั้นจะยอมรับและปฏิบัติตามหรือไม่ เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ฉะนั้น จึงขัดกับลักษณะของการทำงานโทรทัศน์

“ บางทีเราคิดว่าภาพที่เขาจับอยู่มันกว้างมากไป บางทีแสงมากไป ปรับหน่อยได้ไหมพี่ พุดแรกๆก็พอรับฟังได้ แต่ถ้าจะให้เตือนหรือบอกเขาบ่อยๆก็อึดอัดนะ เขาจะว่าได้ว่า เธอเป็นใครมาสั่งฉัน ” (ชุลีรัตน์ คชนิล , สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2545)

ในทางปฏิบัติกรณีระหว่างข้าราชการด้วยกันเอง ยังติดที่ระบบขึ้นเงินเดือน(ซี)แบบราชการ มักเกิดปัญหาตามมาก็คือการสั่งการและปฏิบัติตามคำสั่งขณะผลิตตามบทบาทหน้าที่นั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ดังที่ผู้กำกับรายการคนหนึ่งกล่าวไว้ว่า

“... ในช่อง 11 พล.ที่ทำงานเป็นข้าราชการเสียส่วนใหญ่ มันก็เลยติดขัดเรื่องขึ้นเรื่องซี ว่าไอ้คนซีน้อยจะไปสั่งซีมากก็ได้ ไอ้ซีมากก็บอกว่าข้านี้สูงแล้ว ข้าทำมานานแล้วจะมาว่ากันไม่ได้ ซึ่งมันก็ไม่ใช่หลักการของทีวี คือจริงๆต้องทำงานเป็นกลุ่ม แต่ละคนมีหน้าที่รับผิดชอบของตัวเอง....จะต้องมาสูมหัวกันว่าข้อสรุปของงานมันจะเป็นอย่างไร แต่ของทีวีท้องถิ่นที่ทำงานตอนนี้มันไม่มีระบบเลย เรื่องการยอมรับไม่มีเลย...ทำให้งานออกมาไม่ดีคือต่างคนต่างจับผิดหรือไม่ยอมรับกัน...” (ภูวเดช เกษน้อย, อ้างแล้ว)

6. มีวัฒนธรรมแบบราชการเป็นตัวขับเคลื่อนการทำงานของบุคลากรและขาดความชัดเจนด้านอุดมการณ์ คือลักษณะการทำงานและนโยบาย รวมทั้งอุดมการณ์ของข้าราชการถูกควบคุมจากความพึงพอใจของภาครัฐ ซึ่งมักตราเป็นกฎหมายขึ้นมา จึงไม่สามารถต่อรองใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งผู้มีอำนาจยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรที่จะ เลื่อน ลด ปลด ย้าย ผู้ที่ไม่ปฏิบัติตาม ซึ่งเป็นผลเสียต่อการปฏิบัติงาน และทำให้บุคลากรไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น บุคลากรส่วนใหญ่มองว่า การทำหน้าที่ราชการ คือการเป็นคนของรัฐบาล การปฏิบัติงานจึงต้องเสริมให้รัฐบาลมีเสถียรภาพ จึงเกิดการนำเสนอที่ไม่เสมอภาค บางครั้งขัดต่ออุดมการณ์ทางวิชาชีพสื่อมวลชน เช่น คุณภาพเนื้อหาการรายการโดยเฉพาะข่าวท้องถิ่น มีลักษณะการเลือกนำเสนอ โอกาสในการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลโดยตรงไปตรงมาถูกตัดออกไปอย่างน่าเสียดาย เพราะวัฒนธรรมในองค์กรทำให้บุคลากรเป็นเช่นนี้

บทสัมภาษณ์ต่อไปนี้เป็นภาระสะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์และแนวคิดหลักของบุคลากรของสถานีได้เป็นอย่างดี

“ ในการทำงานเราต้องไม่ทิ้งภารกิจหลัก เรายืนคือมือเท้าของรัฐบาล ในการประชาสัมพันธ์เรื่องรัฐบาลทำให้ประชาชนได้รับรู้ว่ารัฐบาลทำอะไร โครงการนี้มายังไง มีผลดีผลเสียต่อเขาอย่างไร อันนี้เราทำได้ แต่เราจะไม่ทำเรื่องสร้างความขัดแย้งโดยไม่มีข้อยุติ ถ้ามีนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล

รายการที่กรมส่งมาเราก็ต้องรีบทำ ชะลอการผลิตอย่างอื่น ๆ ไปก่อน เพื่อให้ทันต่อห่วงเวลาและคำสั่งนั้น “ (ทิพย์สุคนธ์ แสนจิตร์, อ้างแล้ว)

หากพิจารณาในทุกแง่มุมของปัจจัยด้านนโยบายและโครงสร้างการจัดการองค์กรแล้ว สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนี้ไม่เอื้ออำนวยต่อ สทท. 11 พิษณุโลก ดำรงสถานภาพของการเป็น โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้

2. บุคลากร (เจ้าหน้าที่)

ปัจจัยด้านนี้ผู้วิจัยจะแบ่งเป็นประเด็นย่อย คือ

2.1 แ่งปริมาณบุคลากร โดยพิจารณาว่ามีจำนวนเท่าใด เพียงพอต่อการปฏิบัติงานหรือไม่

2.2 แ่งคุณภาพของบุคลากร แยกเป็น

2.2.1 การศึกษาและประสบการณ์การทำงาน โดยพิจารณาว่ามีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในการงานโทรทัศน์ในด้านที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่หรือไม่ เพียงใด

2.2.2 มีทัศนคติและความเข้าใจต่อแนวคิดเรื่องสื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนาอย่างไร

2.2.3 มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้เป็นที่ไปตามหลักการสื่อสารเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนาอย่างไร

จากนั้นจึงพิจารณาในภาพรวมทุกประเด็นว่าต่างร่วมกันเป็นปัจจัยที่ทำให้ สทท. 11 พิษณุโลก เป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้หรือไม่

2.1 แ่งปริมาณบุคลากร

จำนวนบุคลากรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ สทท. 11 พิษณุโลก **เฉพาะผู้ที่ลงมือปฏิบัติงานจริง** ไม่รวมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการและการเงิน **มีจำนวนทั้งสิ้น 23 คน** แบ่งเป็นข้าราชการ 18 คน และ ลูกจ้างชั่วคราว 15 คน

เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนรายการท้องถิ่นปัจจุบัน (ระหว่างการสำรวจในการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่ปี 2544 – 2546) จำนวนทั้งสิ้น 7 รายการ โดยแยกเป็น

- ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ รับผิดชอบผลิต 6 รายการ
- ฝ่ายข่าว รับผิดชอบผลิต 1 รายการ
- ฝ่ายช่างเทคนิค ทำงานร่วมกับฝ่ายรายการและฝ่ายข่าว โดยมีภารกิจหลักในการสนับสนุนการผลิตและส่งสัญญาณแพร่ภาพออกอากาศรายการทั้ง 7 รายการนี้ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ในด้านอุปกรณ์ทางเทคนิคและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น ดาวเทียม แสง เสียง สัญญาณการแพร่ภาพ เป็นต้น

จำนวนผู้ผลิตรายการนับเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการผลิตรายการของสถานีและเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเห็นภาพที่ชัดเจนที่สุดว่าแต่ละรายการมีตำแหน่งหน้าที่ใดบ้างและใช้ปริมาณบุคลากรจำนวนเท่าใด จึงขอแสดงตารางการปฏิบัติงานผลิตรายการทั้ง 7 รายการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการปฏิบัติงานผลิตรายการทั้ง 7 รายการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ชื่อรายการ	จำนวน ทีม	หน้าที่ (จำนวนคน)							หมายเหตุ
		ผู้สื่อข่าว	ผู้สร้างสรรค์ รายการ	กำกับ รายการ	กำกับ เวที	ช่างภาพ ตัดต่อ	ช่าง เทคนิค	คนขับ รถ	
1.ข่าวท้องถิ่น	3	3 - 4	-	1	-	4	5	3	
2.เก็บเบี้ยได้ ถูกร้าน	1	-	1	-	-	2	5	1	
3.ส่งเสริม ศิลปินไทย	1	-	1	1	1	1	6	-	ผู้กำกับรายการ การเป็นคน เดียวกับตัด ต่อ
4.อรุณรุ่งที่ ช่อง 11	2	-	2	1	1	2	6	2	
5.แซ่กับเชิญ	1	-	1	1	1	1	5	1	ผู้กำกับรายการ การเป็นคน เดียวกับตัด ต่อ
6.รอบ ภูมิภาค	1	-	1	1	1	1	6	1	
7..รายการ พิเศษอื่น ๆ	1	-	2	1	1-2	1-2	6-7	3-4	จำนวนเจ้าหน้าที่ขึ้น อยู่กับรูปแบบรายการ

- หมายเหตุ :** 1. ตำแหน่งและหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานเป็น พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้เขียนบทและหาข้อมูล รวมทั้งผู้ประสานงาน เป็นบุคคลคนเดียวกัน ผู้วิจัยจะใช้ตำแหน่งเรียกว่า “ผู้สร้างสรรค์รายการ ”
2. ช่างเทคนิค หมายถึงผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายช่างเทคนิค มีหน้าที่ในการสนับสนุนการผลิตและส่งสัญญาณแพร่ภาพออกอากาศรายการทั้ง 7 รายการนี้ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ในด้านอุปกรณ์ทางเทคนิคและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น ดาวเทียม แสง เสียง สัญญาณการแพร่ภาพ กล้อง (กรณีถ่ายทอดสดและบันทึกเทปและนอกสถานที่)
3. ตำแหน่งหน้าที่ในตารางนี้ไม่รวมตำแหน่ง ช่างศิลป์ ซึ่งมีหน้าที่จัดและสร้างฉากของแต่ละรายการในกรณีที่ไม่ใช่รายการสารคดี ข่าวท้องถิ่น หรือสื่อบุคคลที่เป็นการถ่ายทำจากสถานที่จริงเท่านั้น โดยแต่ละฉากจะใช้อุปกรณ์เดิม เพียงแต่ต้องมีการประกอบหรือประยุกต์ขึ้นมาใหม่บ้างแล้วแต่สถานการณ์

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่า การผลิตรายการแต่ละรายการทั้งหมด ล้วนต้องอาศัยบุคลากรจากกลุ่มเดิม เช่น ทุกรายการต้องใช้คนขับรถ ซึ่งมีอยู่เพียง 4 คน ในขณะที่ถ้ารายการทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดต้องเดินทางโดยใช้รถออกไปผลิตในวันเดียวกัน จำนวนคนขับรถย่อมไม่เพียงพออย่างแน่นอน หรือในกรณีที่มีการกิจกรรมที่ดูจะกลายเป็นภารกิจหลักของสถานี คือ การถ่ายทอดสดนอกสถานีในพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง การจัดรายการหรือกิจกรรมพิเศษต่างๆตามนโยบายรัฐบาล นโยบายกรมประชาสัมพันธ์ นโยบาย สทท.11 ย่อมต้องเข้ามาแทรกกับภารกิจในการผลิตรายการท้องถิ่นของสถานีอย่างแน่นอน ทำให้ ไม่สามารถผลิตได้เต็มที่ เนื่องจากต้องหันไปดำเนินการในภารกิจพิเศษที่ได้รับมอบหมายมาจากหน่วยงานต้นสังกัดแทน เป็นต้น

สรุปได้ว่าปริมาณบุคลากร มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิตรายการและแสดงศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่

2.2 แง่คุณภาพของบุคลากร แยกเป็น

2.2.1 การศึกษาและประสบการณ์การทำงาน

สืบเนื่องจากแง่ปริมาณลูกจ้างชั่วคราวที่ลงมือผลิตรายการจริง มีสัดส่วนข้าราชการ ต่อ ลูกจ้างชั่วคราวเป็น 18 : 15 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 หากมองในเชิงศักยภาพทาง การผลิตรายการโทรทัศน์จึงนับเป็นบุคลากรหลักในการผลิตรายการเทียบเท่ากับข้าราชการและ กล่าวได้ว่ามีความจำเป็นต่อ สทท. 11 พิษณุโลกในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนค่อนข้างมาก

นอกจากนั้นในแง่ความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในการงานโทรทัศน์ในด้านที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่ของบุคลากร และเป็นไปตามหลักการ” ความเป็นมืออาชีพ” ด้านโทรทัศน์ก็มีความ สำคัญเช่นเดียวกัน เพราะหลักการผลิตรายการจะต้องมีบุคลากรจากหลายฝ่าย หลายหน้าที่มา ทำงานร่วมกันเป็นทีมซึ่งหมายถึงผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการผลิตรายการอย่างมีคุณภาพและ ประสิทธิภาพและเฉพาะทางด้านวิทยุโทรทัศน์ โดยก่อนที่จะวิเคราะห์ขอแสดงภูมิหลังด้านการ ศึกษาและประสบการณ์การทำงานของบุคลากร สทท. 11 พิษณุโลก ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงภูมิหลังด้านการศึกษาและประสบการณ์การทำงานของบุคลากร
สทท. 11 พิษณุโลก

ตำแหน่ง	การศึกษา	การทำงาน	จำนวน	ประสบการณ์ ในงานปัจจุบัน(ปี)
ผู้สื่อข่าว	นิเทศศาสตร์บัณฑิต	นักข่าวหนังสือพิมพ์	1	17
	ศิลปศาสตรบัณฑิต	ผู้สื่อข่าว (ลูกจ้างชั่วคราว)	1	14
	บริหารธุรกิจบัณฑิต	“.....”	1	14
	ม.6	-	1	7
	นิเทศศาสตร์บัณฑิต	-	1	3
ผู้สร้างสรรค์ รายการ	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาไทย)	-	2	3 , 8
ผู้กำกับรายการ	ปวช.ไฟฟ้า		1	13
ผู้กำกับเวที	บริหารธุรกิจบัณฑิต	-	1	13
ช่างภาพและ ตัดต่อ	ปวส.อิเล็กทรอนิกส์	ช่างไฟฟ้า	2	12 , 13
	เฉพาะทางถ่ายภาพ (ภาพนิ่ง)	ช่างภาพนิตยสาร	1	7 เดือน
ช่างเทคนิค	ปวส.อิเล็กทรอนิกส์	-	3	11 , 13 , 15
	ปวส.อิเล็กทรอนิกส์	-	2	11 , 15
	ปวส.ไฟฟ้า		3	10 , 12 , 15

จากข้อมูลดังกล่าวพบข้อเท็จจริง 2 ประการที่มีทั้งด้านดีและด้อย คือ

ด้านดี บุคลากรมีประสบการณ์ในการทำงานมาก แต่ละคน โดยเฉพาะข้าราชการ ปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะเดิมๆ มากเกินกว่า 10 ปี เป็นส่วนใหญ่ แม้ไม่ได้เรียนมาโดยตรง แต่ก็มี ความรู้ในลักษณะการสั่งสมประสบการณ์และครุพักลักจำในขณะปฏิบัติงาน

ด้านไม่ดี บุคลากรไม่รู้หลัก หรือรู้จริงอย่างลึกซึ้งในงานที่ทำ ดังที่สุเทพ ปรีดีกุล หัวหน้าฝ่ายช่างเทคนิค สทท.11 พิษณุโลก กล่าวไว้ว่า “ ปัญหาของเราคือความไม่เชี่ยวชาญเฉพาะ ทาง ไม่รู้จริง ไม่ชัดเจนลึกซึ้งในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ไม่เหมือนคนทำงานในบริษัทเอกชนหรือสถานอื่นที่ ทำแต่ละหน้าที่เฉพาะและทำมานานจนเกิดความเชี่ยวชาญ นอกจากนั้นไม่ได้เรียนมาโดยตรง เช่น ช่างเทคนิค จบ ปวช. หรือ ปวส. ด้านไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ มีหน้าที่หลักในการ set อุปกรณ์ ควบคุมให้พร้อมใช้งานได้ แต่ต้องมาช่วยเป็นช่างกลึง ทั้งที่ไม่ได้จบช่างภาพมา ฉะนั้นการเรียนรู้จึงเกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงานมานานมากกว่า “(สุเทพ ปรีดีกุล, อ้างแล้ว)

อย่างไรก็ตามโดยรวมแล้วบุคลากรของ สทท. 11 พิษณุโลก มีความรู้ความเข้าใจและความ สามารถในด้านที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่พอสมควรและเป็นตัวแปรที่ส่งผลให้สถานีสามารถดำรงสถาน ภาพการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นได้

2.2.2 ทักษะและความเข้าใจต่อแนวคิดเรื่องสื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการ พัฒนา

จากการสัมภาษณ์บุคลากรของ สทท. 11 พิษณุโลก จำนวน 20 คน เฉพาะผู้ที่ลงมือปฏิบัติงานผลิตรายการจริง พบข้อมูลดังตาราง

ตารางที่ 3 แสดงผลการสำรวจทัศนคติและความเข้าใจของบุคลากร สทท. 11 พิษณุโลก
ที่มีต่อแนวคิดเรื่องสื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนา

ทัศนคติและความเข้าใจต่อแนวคิดเรื่อง สื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนา	จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ จากจำนวนเต็ม 20 คน (คน)
1.บทบาทหน้าที่ของสถานี : ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ชม เป็นเพียงช่องทางหนึ่งในการพัฒนา และขึ้นอยู่กับผู้ชมว่าจะเลือกรับสื่อหรือไม่ ถ้ารับและเรื่องนั้นเกี่ยวกับตัวเขาย่อมเป็นประโยชน์และก่อให้เกิดการพัฒนาผู้ชมและชุมชนได้ในที่สุด 2.แง่การมีส่วนร่วมของผู้ชม 2.1 ผู้ชมควรมีส่วนร่วมเฉพาะการนำเสนอประเด็นหรือเรื่องที่ต้องการ เพียงแนะนำ ตีชมก็เพียงพอแล้ว ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ร่วมผลิตและร่วมกำหนดนโยบาย เนื่องจาก - ผู้ชมไม่มีอำนาจในการตัดสินใจในแง่นโยบาย ตัดที่ระบบบริหารจัดการของสถานี - ผู้ชมขาดความรู้ ความชำนาญในการผลิต - ผู้ชมไม่มีเวลา สนใจการทำมาหากินมากกว่า 2.2 ผู้ชมบางคนสามารถร่วมการผลิตในทุกขั้นตอนได้ แต่ไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องใช้เวลาและขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ต้องมีเจ้าหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงคอยฝึกสอน หรือมีการอบรมให้ก่อน 3.แง่เนื้อหารายการ 3.1 รายการที่ผลิตต้องมีเนื้อหาที่สนองความต้องการของชุมชน มีความใกล้ชิดกับผู้ชม โดยเฉพาะการส่งเสริมอาชีพ ส่งเสริมเศรษฐกิจจะมีผู้ชมสนใจมาก 3.2 รายการที่ผลิตต้องมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ส่งผลต่อการพัฒนาผู้ชมและชุมชนได้ ทำให้ผู้ชมมีคุณภาพชีวิต ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง	20 17 3 6 9

จากตารางแสดงว่า บุคลากรของสทท. 11 พิษณุโลก มีความรู้ความเข้าใจต่อแนวคิดเรื่องสื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนาพอสมควรคือเป็นไปในแนวทางเดียวกับแนวคิด ทฤษฎีที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 2 แม้จะยังไม่ชัดเจนในบางประเด็นก็ตาม เช่น คิดว่าผู้ชมมีส่วนร่วมได้มากนัก หรือเวลาผลิตรายการมักลืมนึกถึงผลที่ผู้ชมจะได้รับในแง่การพัฒนา ฉะนั้นจึงควรจัดให้มีการอบรม สัมมนา บุคลากรในการเพิ่มพูนความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ร่วมอาชีพหรือร่วมองค์กร ตลอดจนนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และนักพัฒนาชุมชน เพื่อให้มีความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นต่อแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงประเมินว่าบุคลากรของสถานนี้มีศักยภาพที่จะเป็นปัจจัยผลักดันให้ สทท. 11 พิษณุโลกเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้

2.2.3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการสื่อสารเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนา

ท่ามกลางปัญหาในเชิงโครงสร้างพื้นฐานองค์กรด้านอื่นแทบทุกปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นระบบบริหารจัดการองค์กร งบประมาณ ปริมาณบุคลากร ระบบการแบ่งงาน อุปกรณ์และเทคโนโลยี ทำให้น่าสนใจว่าเหตุใดบุคลากรของสทท.11 พิษณุโลก ยังสามารถเผชิญกับปัญหาความขาดแคลน โดยปฏิบัติงานได้ มีความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน เช่น การเสียสละ อุทิศเวลาพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมศิลปนิพนธ์ไทยในระหว่างการทดลองปฏิบัติการผลิตในการวิจัยครั้งนี้ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์พบว่า มีปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานดังนี้

1.เกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าในตนเอง มีสาเหตุจาก

1.1 เป็นบุคคลที่ได้รับมอบหมายงานหรือมีหน้าที่ที่สำคัญต่อการผลิตรายการ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ กรณีของสุลัดร์ คชนิล ลูกจ้างชั่วคราวซึ่งได้รับมอบหมายงานให้ทำหน้าที่ผู้ประกาศ ผู้เขียนบท ผู้ดำเนินรายการ ฯลฯ ของสถานี ดังที่ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“...เราเป็นลูกจ้างแต่เราเป็นเหมือนล้อเลยนะ เหมือนแรงขับเคลื่อน เป็นส่วนสำคัญในการทำรายการป้อนสถานี เรามีผลงานไม่ใช่ว่ากินเงินเดือนไปวันๆ คิดว่าทำงานเยอะมากๆ พอใจว่าผู้ใหญ่เขาให้ความไว้วางใจให้เราทำ บางอย่างข้าราชการเขาทำไม่ได้แต่เราทำได้เนี่ยมันภูมิใจ “ (สุลัดร์ คชนิล, อ่างแล้ว)

1.2 ได้รับแรงกระตุ้นให้เกิดกำลังใจ จากคำชมเชยของบุคคลอื่น

- เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ - ผู้ชม มีคนรู้จัก เขามาทักทาย ชมว่ารายการดี โดยการเขียนจดหมาย ไปรษณียบัตร โทรศัพท์ พูดคุยกันโดยตรง
- บุคลากรที่ปฏิบัติงานร่วมกัน มีความเข้าใจเห็นอกเห็นใจกัน ชมว่าทำดีแล้ว หรือให้พยายามอีกหน่อย
 - เพื่อนร่วมวงการสื่อสารมวลชน (สื่อประเภทอื่น หรือสถานีอื่น) สนใจ ชักถามถึงรายการที่ทำ ชมว่าทำดีแล้ว ขอคำแนะนำในด้านการผลิต
 - ผู้บังคับบัญชา (เจ้านาย) ให้ความสำคัญถามถึง มอบหมายงานให้ทำมากกว่าคนอื่น และชมเชยว่าทำรายการดี

1.3 ได้รับโอกาสในการไปอบรม สัมมนา พบปะผู้อื่นนอกเหนือจาก

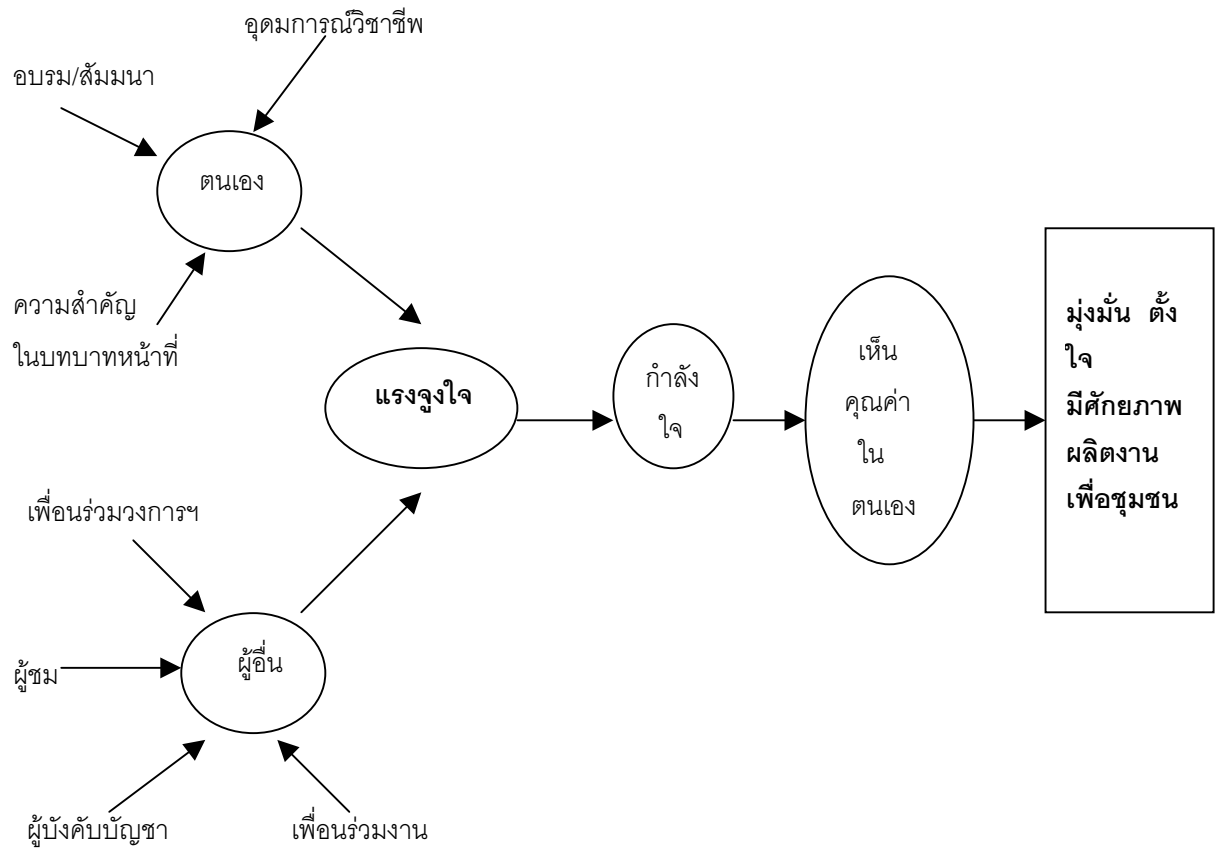
เพื่อนร่วมงานทำให้มีมุมมองที่กว้างขึ้น มองโลกในแง่ดีขึ้น เพราะคนอื่นอาจจะมีปัญหาเหมือนหรือมากกว่าเราด้วยซ้ำ

2.เกิดความภาคภูมิใจในองค์กร เนื่องจากอาชีพสื่อมวลชนมีคนรู้จักมาก มักถูกมองว่าเป็นคนเก่ง มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือในสายตาคนอื่น ได้รับโอกาส สิ่งพิเศษหรือของกำนัลให้ในลักษณะเสนออายุเสมอ เช่น จัดงานขอบคุณและเลี้ยงสังสรรค์ปีใหม่ให้สื่อมวลชนใน จ.พิษณุโลก และมอบของที่ระลึกเป็นสมุดบันทึกพร้อมปากกา เป็นต้น ทำให้มองว่าที่เป็นเช่นนั้นได้ก็เพราะ “อยู่ช่อง 11”

3.มีอุดมการณ์วิชาชีพสูง เชื้อมั่นในตนเอง มองโลกในแง่ดีว่าทุกปัญหามีทางออก และมุ่งมั่นทำงานให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ “เจอปัญหาก็เลี้ยวซะ ไม่ปะทะ อะไรที่ทำได้ก็ทำเต็มที่ สุดความสามารถ “ (สุพจน์ อารักษ์โรจน์, สัมภาษณ์, 1 ก.พ.46)

ดังนั้นหากจะผลักดันหรือปลุกกระตมบุคลากรของ สทท. 11 พิษณุโลก ให้มีความพร้อม และมีศักยภาพในการผลิตรายการที่มีคุณภาพเพื่อชุมชน ตลอดจนนำพาสถานีไปสู่การเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ต้องยึดแนวทางการสร้างแรงจูงใจที่ได้นำเสนอข้างต้น โดยขอสรุปเป็นแผนภาพ ดังนี้

แผนภาพที่ 4 แสดงแนวทางการสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรของสถานี่



3.ระบบการแบ่งงาน

ในการสำรวจข้อมูลพบว่า บุคลากรของ สทท. 11 พิษณุโลกมีภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการหลายอย่างในคนเดียว คือหนึ่งคนทำหลายหน้าที่ ซึ่งต่างกับการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 , ช่อง 5 , ช่อง 7 ,ช่อง 9 , ไอทีวี รวมทั้ง เคเบิลทีวีท้องถิ่น (พิษณุโลก) ซึ่งเป็นการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานผลิตรายการหรือผู้ที่เคยมีประสบการณ์ทำงานผลิตรายการ ดังนี้

1. รายการที่นี้ประเทศไทย ของ บริษัท มีเดีย ออฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) ออกอากาศทาง ช่อง 5 (ททบ.5) ผู้ให้ข้อมูลคือ นางสาวอาทิตยา เตมะศิริ ผู้ควบคุมการผลิตและสร้างสรรค์รายการ บริษัทในเครือเดียวกัน
2. รายการบ้านเลขที่ 5 ของ บริษัท มีเดีย ออฟมีเดีย จำกัด (มหาชน) ออกอากาศทาง ช่อง 5 (ททบ.5) ผู้ให้ข้อมูลคือ นางสาวอาทิตยา เตมะศิริ ผู้ควบคุมการผลิตและสร้างสรรค์รายการ

3. รายการข่าว ของ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผู้ให้ข้อมูลคือ นายศุภวัฒน์ ชัดนาค ช่างภาพ
4. รายการข่าวท้องถิ่น ของ บริษัท เอ็มเอสเอส พิชญโลก เคเบิลทีวี จำกัด ผู้ให้ข้อมูลคือ นายสมชาติ พิทยาพงศ์พร ผู้จัดการสาขาพิชญโลก และนางหุ่นส่วนจำกัด ทีที เคเบิลทีวี พิชญโลก ผู้ให้ข้อมูลคือ นางสุชารัตน์ วชิราศรีศิริกุล รองกรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทีที เคเบิลทีวี พิชญโลก โดยผู้วิจัยจะถือว่ารายการข่าวท้องถิ่นของทั้งสองสถานีเป็นรายการเดียวกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัยประสบปัญหาในการเก็บข้อมูลรายการของบริษัทและสถานีโทรทัศน์แห่งอื่น เนื่องจากไม่ได้อยู่ในระเบียบวิธีวิจัยตั้งแต่ต้น และผู้ผลิตรายการต่างๆส่วนใหญ่ไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูล รวมทั้งยังไม่ได้มีผู้ใดรวบรวมและจัดทำข้อมูลเป็นสถิติหรือตัวเลขเปรียบเทียบ ทำให้ได้ข้อมูลจำกัด อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะใช้วิธีการอนุมานข้อมูลย่อยที่ได้ให้เป็นข้อมูลในภาพรวมให้เป็นลักษณะความรับผิดชอบและหน้าที่ของผู้ผลิตรายการของสถาบันสื่อมวลชนแห่งอื่นๆ นอกเหนือจาก สทท.11 และ สทท. 11 พิชญโลก ดังนี้

1. รายการบ้านเลขที่ 5 และรายการที่นี้ประเทศไทย วิเคราะห์การผลิตใน 2 ช่วง ได้แก่ ระหว่างการผลิตรายการนอกสถานที่ (outdoor) กับ หลังการผลิต (ในห้องตัดต่อ) ดังนี้

1.1 ระหว่างการผลิตรายการนอกสถานที่ มีทีมงานประกอบด้วย

- ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) หรือผู้เขียนบท มีหน้าที่ กำกับภาพให้เป็นไปตามบท สั่งช่างภาพเรื่องมุกกล้อง ขนาดของภาพ ขนาดของแสง ฯลฯ จำนวน 1 คน หรือในบางกรณีจะเป็นคนเดียวกับผู้กำกับภาพ
- ผู้กำกับภาพ (Producer) มีหน้าที่ กำกับภาพจากมอนิเตอร์ โดยรับคำสั่งจากผู้สร้างสรรค์รายการ จำนวน 1 คน
- พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ จำนวน 1 คน
- ช่างภาพ มีหน้าที่ถ่ายภาพ จำนวน 1 คน
- ผู้ช่วยด้านเสียง (ช่างเสียง) มีหน้าที่ตรวจเสียงทุกประเภทในการถ่ายทำและช่วยจัดแสง จำนวน 1 คน

- ผช.ด้านอุปกรณ์ มีหน้าที่ จัดเตรียมอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทำทั้งหมด เช่น ขาตั้งกล้อง มอนิเตอร์ตรวจสอบภาพขณะถ่ายทำ เป็นต้น จำนวน 1 คน
- ผู้ประสานงาน ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก ทุกด้านที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งก่อนที่จะทำการผลิต จะมีหน้าที่พิมพ์บท นัดหมายการถ่ายทำ แจ้งกำหนดการและประสานกับทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเพื่อให้การถ่ายทำเป็นไปอย่างเรียบร้อย จำนวน 1 คน
- คนขับรถ จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องออกผลิตรายการทั้งสิ้นครั้งละ 6 – 7 คน

1.2 หลังการผลิตในห้องตัดต่อ (post - production) มีทีมงานประกอบด้วย

- ช่างตัดต่อ มีหน้าที่ตัดต่อภาพให้เป็นไปตามบท โดยมีผู้สร้างสรรค์รายการเป็นผู้เลือกภาพและควบคุมขณะตัดต่อ จำนวน 1 คน
- ช่างกราฟฟิก มีหน้าที่จัดทำตัวอักษร โลโก้ และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก จำนวน 1 คน
- ช่างเสียง มีหน้าที่ ผสม (mixed) เสียงที่ได้จากการถ่ายทำทั้งหมดให้รวมอยู่ในรายการให้สมบูรณ์ จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องปฏิบัติงานหลังการถ่ายทำ ทั้งสิ้นครั้งละ 3 คน (ทั้งนี้ไม่รวมผู้สร้างสรรค์รายการและผู้กำกับรายการ)

2. รายการข่าว ช่อง 7 วิเคราะห์การผลิตใน 2 ช่วง ได้แก่ ระหว่างการผลิต กับ หลังการผลิต (ในห้องตัดต่อ) ดังนี้

2.3 ระหว่างการผลิตรายการนอกสถานที่ มีทีมงานประกอบด้วย

- ผู้สื่อข่าว จำนวน 1 คน
- ช่างภาพ จำนวน 1 คน
- คนขับรถ (ซึ่งทำหน้าที่ผู้ช่วยช่างภาพด้วย) จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องออกผลิตรายการทั้งสิ้นครั้งละ 3 คน

2.2 หลังการผลิตในห้องตัดต่อ (post - production) มีทีมงานประกอบด้วย

- ช่างตัดต่อ มีหน้าที่ตัดต่อภาพ จำนวน 1 คน
- ช่างกราฟฟิก มีหน้าที่จัดทำตัวอักษร โลโก้ และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องปฏิบัติงานหลังการถ่ายทำ ทั้งสิ้นครั้งละ 2 คน

3.รายการข่าวท้องถิ่น บริษัท เอ็มเอสเอสเคเบิลทีวีและห้างหุ้นส่วนจำกัด ทีทีเคเบิลทีวี วิเคราะห์การผลิตใน 2 ช่วง ได้แก่ ระหว่างการผลิต กับ หลังการผลิต (ในห้องตัดต่อ) ดังนี้

3.1ระหว่างการผลิตรายการนอกสถานที่ มีทีมงานประกอบด้วย

- ผู้สื่อข่าว จำนวน 1 คน (ผู้สื่อข่าวอาจจะเป็นคนเดียวกับช่างภาพได้)
- ช่างภาพ จำนวน 1 คน (ช่างภาพอาจจะเป็นคนเดียวกับผู้สื่อข่าวได้)
- คนขับรถ จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องออกผลิตรายการทั้งสิ้นครั้งละ 2 - 3 คน

3.2 หลังการผลิตในห้องตัดต่อ (post - production) มีทีมงานประกอบด้วย

- ช่างตัดต่อ มีหน้าที่ตัดต่อภาพ และทำหน้าที่จัดทำตัวอักษร โลโก้ และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกในคนเดียวกัน จำนวน 1 คน

ในขณะที่รายการท้องถิ่น ช่อง 11 พิษณุโลก มีจำนวนผู้ร่วมผลิตรายการ โดยจะแยก เป็นรายการข่าว และรายการทุกรายการที่ต้องออกไปผลิตนอกสถานที่เหมือนกับรายการที่นี้ประเทศไทย และบ้านเลขที่ 5 ดังนี้

1.รายการข่าวท้องถิ่น วิเคราะห์การผลิตใน 2 ช่วง ได้แก่ ระหว่างการผลิต กับ หลังการผลิต (ในห้องตัดต่อ) ดังนี้

1.1 ระหว่างการผลิตรายการนอกสถานที่ มีทีมงานประกอบด้วย

- ผู้สื่อข่าว จำนวน 1 คน (ผู้สื่อข่าวอาจจะเป็นคนเดียวกับช่างภาพได้)
- ช่างภาพ จำนวน 1 คน (ช่างภาพอาจจะเป็นคนเดียวกับผู้สื่อข่าวได้)
- คนขับรถ จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องออกผลิตรายการทั้งสิ้นครั้งละ 2 - 3 คน

1.2 หลังการผลิตในห้องตัดต่อ (post - production) มีทีมงานประกอบด้วย

- ช่างตัดต่อ ซึ่งเป็นคนเดียวกับช่างภาพ

2. รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน , รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11 , รายการรอบภูมิภาค , รายการแซก รับเชิญ , รายการพิเศษอื่นๆ ทั้งนี้จะวิเคราะห์ในส่วนของการถ่ายทำนอกสถานที่และการตัดต่อ เพื่อให้สอดคล้องและสามารถนำมาเปรียบเทียบกับรายการของสถานีอื่นได้ ดังนี้

2.1 ระหว่างการผลิตรายการนอกสถานที่ มีทีมงานประกอบด้วย

- ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) เป็นคนเดียวกับ ผู้เขียนบท ผู้ประสานงาน พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ จำนวน 1 คน
- ช่างภาพ มีหน้าที่ถ่ายภาพ จำนวน 1 คน
- คนขับรถ จำนวน 1 คน

รวมทีมงานที่ต้องออกผลิตรายการทั้งสิ้นครั้งละ 3 คน โดยไม่มี ผู้กำกับรายการ , ผู้ช่วยด้านเสียง และผู้ช่วยด้านอุปกรณ์ แต่ช่างภาพต้องทำหน้าที่ทุกอย่างเอง

2.2 หลังการผลิตในห้องตัดต่อ (post - production) มีทีมงานประกอบด้วย

- ช่างภาพจะเป็นผู้กลับมาตัดต่อ จัดทำตัวอักษร โลโก้ และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการใช้ คอมพิวเตอร์กราฟฟิก รวมทั้งผสม (mixed) เสียงด้วยตนเองทั้งหมดเพื่อให้ รายการสมบูรณ์

ข้อมูลซึ่งเป็นรายละเอียดในเบื้องต้นดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาสรุปเป็นตารางเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างรายการของสถานีอื่นๆ กับ รายการของ สทท. 11 พิษณุโลก ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนบุคลากรและการแบ่งงานในการผลิตรายการ
ของสทท.11 พิษณุโลก กับ สถานีอื่น

ชื่อรายการ	กระบวนการผลิต	จำนวน ผู้ผลิต (คน)	สัดส่วนคน ต่อ หน้าที่	หมายเหตุ
1.รายการบ้านเลขที่ 5	- ถ่ายทำ-นอกสถานที่ - หลังการผลิต	6 – 8 3 - 4	1 : 1 , 1 : 2 1 : 1 , 1 : 2	ผู้สร้างสรรค์ รายการจะ ควบคุมทั้ง 2 ช่วงการผลิต
2.รายการที่นี้ ประเทศไทย	- ถ่ายทำ-นอกสถานที่ - หลังการผลิต	6 – 7	1 : 1 , 1 : 2 1 : 1 , 1 : 2	ไม่รวมราย การสดใน ห้องส่ง
3.รายการข่าว ช่อง 7 สี	- ถ่ายทำ-นอกสถานที่ - หลังการผลิต	3	1 : 1 1 : 1	ทั้ง 2 ช่วง การผลิตเป็น คนละคนกัน
4.รายการข่าวท้องถิ่น เคเบิลทีวี 2 แห่ง ในจ.พิษณุโลก	- ถ่ายทำ-นอกสถานที่ - หลังการผลิต	2	1 : 1 , 1 : 2 1 : 1	ทั้ง 2 ช่วง การผลิตเป็น คนละคนกัน
5.รายการข่าวท้องถิ่น สทท. 11 พิษณุโลก	- ถ่ายทำ-นอกสถานที่ - หลังการผลิต	1 – 3 1	1 : 3 , 1 : 4 1 : 4 , 1 : 5	ทั้ง 2 ช่วงการ ผลิต ช่าง ภาพ,ช่างตัด ต่อ , ช่าง กราฟฟิก, ช่างเสียง , อื่นๆ เป็นคน เดียวกัน
6.รายการเก็บเบี้ยใต้ ถุนร้าน และรายการ อื่นๆ นอกเหนือจาก ข่าวท้องถิ่น	- ถ่ายทำ-นอกสถานที่ - หลังการผลิต	2 – 3 1	1 : 3 , 1 : 4 1 : 4 , 1 : 5	ทั้ง 2 ช่วงการ ผลิต เหมือน รายการข่าว ท้องถิ่น

หมายเหตุ : ข้อมูลรายการที่นำมาวิเคราะห์จะเป็นข้อมูลเฉพาะส่วนของการถ่ายทำนอกสถานที่ และการตัดต่อรายการเท่านั้น เพื่อให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้และเกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ โดยไม่รวมรายการถ่ายทอดสดหรือรายการในลักษณะอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องและสามารถนำมาเปรียบเทียบกับรายการของสถานีอื่นได้

จากรายละเอียดและตารางเปรียบเทียบข้างต้นจึงอนุมานได้ว่าการผลิตรายการของบริษัท เอกชนและสถานีโทรทัศน์แห่งอื่นๆจะแยกหน้าที่รับผิดชอบในการผลิตตามตำแหน่งอย่างชัดเจน ได้แก่ ผู้ควบคุมรายการ ผู้เขียนบท พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประสานงาน ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับเวที ช่างภาพ ผู้ช่วยช่างภาพ ช่างตัดต่อ พนักงานขับรถ (เป็นผู้ช่วยช่างภาพด้วย) และแต่ละคนจะรับผิดชอบผลิตเพียงรายการเดียว หรือไม่เกิน 1 – 2 รายการเท่านั้น ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญเฉพาะด้าน

“ เราจะแบ่งหน้าที่กันชัดเจน ทุกรายการจะมีตำแหน่งเฉพาะหมด อย่างหนูมีหน้าที่เขียนบทและวางรูปแบบรายการ ถ้าต้องการข้อมูลอะไร ก็จะมีทีมงาน มีน้องคนหนึ่งประสานและหาให้ คนนี้จะคอยนัดหมายผู้ร่วมรายการเอง ช่างภาพถ่ายอย่างเดียว กลับมามีช่างตัดต่อต่างหาก ทำกราฟฟิก ลูกเล่นต่างหากเวลาทำรายการเราแบ่งเป็นทีมใครทีมมัน ไม่ทำปนกัน อย่างคนคิดเขียนบท รายการนี้ ช่วงนี้ก็คนเดียวไปเลย พิธีกรเราจ้างมาต่างหาก ไม่เกี่ยวกับบท มีหน้าที่แค่ทำตามบทที่เราวางไว้ให้ดีที่สุดเท่านั้น ” (อาทิตยา เตมะศิริ ,ผู้ควบคุมการผลิตและสร้างสรรค์รายการ บ้านเลขที่ 5,สัมภาษณ์,15 มีนาคม 2546)

ในขณะที่ สทท. 11 พิษณุโลก บุคลากร 1 คนจะทำหลายหน้าที่ และทำหลายรายการมาก เช่น พิธีกร คนเขียนบท ประสานงาน หาข้อมูล นอกจากเป็นคนๆเดียวกันแล้วยังผลิตรายการถึง 4 หรือ 5 รายการ ร่วมกับเป็นผู้บรรยายและถ่ายทอดสดรายการพิเศษอื่นๆอีกด้วย นอกจากนั้น บุคลากรในกลุ่มเดิมจะต้องปฏิบัติหน้าที่หลายด้านทั้งงานประจำและงานพิเศษอย่างการถ่ายทอดสด เช่น ช่างเทคนิคมีหน้าที่ด้านการส่งสัญญาณแพร่ภาพออกอากาศรายการข่าวท้องถิ่นและรายการอื่นๆออกสู่สายตาผู้ชม ตั้งแต่ 8.30 น. มีการบันทึกเทปรายการส่งเสริมศิลปนิไทย จำนวน 5 ตอนๆละ 25 นาที (ไม่รวมเวลาในการแต่งกายลิเก เเทคใหม่เวลาฝึกพละสด ชักซ้อมทำความเข้าใจ ฯลฯ) บางครั้งบันทึกไปถึงช่วงบ่ายใกล้เวลาออกอากาศข่าวท้องถิ่น ต้องรีบทำภารกิจแรกให้เสร็จ เพื่อให้ทันกับภารกิจที่สองคือ ออกอากาศข่าว ยิ่งถ้าวันไหนมีการถ่ายทอดสดนอกสถานที่ช่างเทคนิคต้องไปทำหน้าที่ช่างกล้อง ช่างควบคุมรถถ่ายทอด เชื่อมโยงสัญญาณ ฯลฯ บุคลากรย่อมไม่พอดังกล่าวปัญหาด้วยการขอยืมช่างภาพจากฝ่ายข่าว ให้มาช่วยเป็นช่างกล้อง

ช่างเทพ ในขณะที่ออกอากาศข่าวท้องถิ่นอยู่บ่อยครั้ง กรณีฝ่ายรายการช่างภาพหนึ่งคนนอกจากออกไปถ่ายภาพมาแล้วต้องทำหน้าที่ตัดต่อรายการประจำ 4 – 5 รายการ เป็นผู้กำกับรายการเวลา มีการถ่ายทอดสดด้วย ทำให้มีปัญหาในการทำงาน ดังนี้

สรุปปัญหาด้านการแบ่งงาน

1. บุคลากรแต่ละคนของ สทท. 11 พิษณุโลกมีความรับผิดชอบต่องานในหลายหน้าที่ จึงไม่มีบุคลากรเฉพาะทางด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ถ่ายภาพอย่างเดียว ตัดต่ออย่างเดียว เขียนบทอย่างเดียว แต่ต้องทำหน้าที่อื่นๆด้วย

จุดดี คือ ทำให้รู้และทำหน้าที่ได้หลายด้าน ไม่ต้องเสียเงินจ้างบุคลากรหลายคน

จุดอ่อน คือ ไม่รู้จริง หรือมีเวลาทุ่มเทกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เข้าทำนอง “จับปลาหลายมือ” ซึ่งบางครั้งอาจจะทำปลาหลุดมือไปหมดก็ได้เมื่อเปรียบกับงานโทรทัศน์ ก็เพียงแค่ทำงาน “เอาพอดผ่าน” และแข่งกับเวลาให้ “เสร็จไปวันเท่านั้น”

2. จากปัญหาในข้อ 1. เมื่อภารกิจค่อนข้างล้นมือ ก็ยิ่งทำให้ข้าราชการไม่มีเวลาพอที่จะไปอบรม และพัฒนางานต่างๆ ในขณะที่ถูกจ้างชั่วคราวที่ทำงานมานานแม้ว่าจะต้องการเพิ่มพูนความรู้และประสิทธิภาพในการทำงานก็ขาดโอกาส เนื่องจากมักมีข้อจำกัดในการเข้าร่วมทั้งด้านสถานภาพ การเบิกจ่ายค่าเดินทาง ฯลฯ อยู่เสมอ และในทางอ้อมยังส่งผลถึงขวัญและกำลังใจอีกด้วย

“ งานของเราแต่ละคนทำกันหลายหน้าที่ หนึ่งคนต้องทำงานแทบทุกด้านแล้วก็แทบไม่มีเวลาสำหรับการปรับปรุงพัฒนา ไม่มีเวลาสำหรับการไปเข้ารับการอบรมอะไรได้เลย ยอมรับว่าพวกเราเหน็ดเหนื่อยกันมาก ซึ่งต่างกับเอกชนที่งานใครงานมัน ” (ทิพย์สุคนธ์ แสนจิตร, อ้างแล้ว)

3.ระบบการแบ่งงานเป็นแบบกระจุกตัว คนที่ทำงานมาก ทำงานหนักยังคงมีปริมาณจำกัด โดยไม่มี “ตัวตายตัวแทน” หรือ ผู้ช่วยแบ่งเบาภาระเมื่อหยุดราชการ เช่น เจ็บป่วย ติดธุระส่วนตัว เป็นต้น ถึงแม้ว่า บุคลากร 1 คน จะทำหลายหน้าที่ก็ตาม บุคลากรกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญต่อการผลิตรายการมาก โดยมีเพียงกลุ่มเดียวและเป็นกลุ่มเดิมในทุกรายการ ฉะนั้นคนที่ทำงานในลักษณะหลากหลายในคนเดียวได้จึงมีฝ่ายละไม่กี่คน เช่น ฝ่ายรายการ มีผู้ประกาศ พิธีกร ผู้เขียนบท ผู้ประสานงาน ซึ่งคือคนๆเดียวกันเพียง 1 – 2 คนเท่านั้น หรือ ช่างภาพ ช่างตัดต่อ ผู้กำกับรายการ และช่างกราฟฟิก ก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน เพราะสถานีไม่ได้เตรียมการรองรับปัญหานี้ เนื่องจากการฝึกฝนคนให้เป็นลักษณะนี้ค่อนข้างจำกัดด้วยปริมาณบุคลากร งบประมาณ เวลาในการทำงาน ฯลฯ

“ พี่ทำงานมา 13 ปี ตั้งแต่เป็นลูกจ้างมาจนเป็นข้าราชการ เวลาจะลาวันนี้มีปัญหามาก ขนาดป่วยหรือลาพักผ่อนอยู่บ้านยังมีคนโทรตาม มีงานด่วน งานจำเป็นก็ต้องมาไต่เร็ค (กำกับรายการ) ให้เขา เพราะไม่มีใครทำได้ หรือเรื่องนี้เป็นหน้าที่เราคนเดียว ก็ต้องมามันทั้งอย่างป่วยแหย่นั่นแหละ...” (ภูวเดช เกษน้อย”, อ่างแล้ว)

อย่างไรก็ตามจากข้อค้นพบระบบการทำงานดังกล่าวในการวิจัย สรุปได้ว่าระบบการแบ่งงานของ สทท. 11 พิษณุโลก ไม่เอื้อต่อการเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในด้านปริมาณบุคลากรที่มีอย่างจำกัด ในขณะเดียวกันก็เชื่อมโยงให้เห็นว่าด้านคุณภาพของบุคลากรนั้นกลับเป็นผู้มีศักยภาพในตนเองสูง สู้งานหนัก ทำงานเกือบรอบด้าน ทำงาน “คุ่ม” หรือ “เกิน” กว่าค่าจ้างเมื่อเทียบกับเอกชนด้วยซ้ำไป ฉะนั้นบุคลากรเหล่านี้จึงนับเป็นแรงขับเคลื่อนองค์กรที่ดีในการเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ ซึ่งได้วิเคราะห์ไปแล้วในหัวข้อที่ 3. บุคลากร

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านบุคลากรและการแบ่งงาน

สำหรับการแก้ปัญหาที่ผ่านมา สถานีมักแก้ไขด้วยการขอยืมตัวบุคลากรของฝ่ายอื่นมาทำหน้าที่ทดแทนได้ หรือบุคคลภายนอกมาทำงานพิเศษเป็นครั้งคราว ซึ่งดูเหมือนเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น ซึ่งบางครั้งฝ่ายอื่นๆทุกคนก็ย่อมต้องมีหน้าที่รับผิดชอบมากมายอยู่แล้วเช่นกัน หรือบุคคลภายนอกก็ย่อมไม่สามารถอุทิศเวลาให้ได้ทั้งหมด ทุกเวลาที่ต้องการตัวเขา จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นการแก้ปัญหาที่ไม่ถูกจุด ดังนั้นแนวทางในการแก้ปัญหาในระยะยาวหากมองในเชิงระบบ และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานภายในองค์กร จึงควรแก้ไขด้านงบประมาณ คือ ควรจะมีการเพิ่มงบประมาณให้แก่สถานีฯ ที่ส่งผลให้มีการบรรจุ หรือจ้างบุคลากรเพิ่มเติมและเพียงพอต่อการปฏิบัติงานโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดกรอบอัตรากำลังในแต่ละปี ควรจะหันมามองดูข้อเท็จจริงจากคนปฏิบัติงานจริงด้วยว่า แท้จริงแล้วบุคลากรของช่อง 11 “ล้นงาน” หรือว่ามีบุคคลใด ตำแหน่งงานใด ที่มีความสำคัญ ไม่ว่าข้าราชการหรือลูกจ้าง ที่ต้องทำกันจน “ล้นมือ” บ้างหรือไม่ ทั้งนี้ต้องเป็นไปอย่างเป็นธรรม โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ โดยไม่มีการใช้ระบบอุปถัมภ์อย่างเคย ซึ่งทางที่ดีที่สุดน่าจะให้บุคลากรจากภายนอกและไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ต่างๆมาเป็นผู้ประเมินจะดีที่สุด

ส่วนการแก้ปัญหาในระยะสั้นเบื้องต้นและมีความน่าจะเป็นที่จะดำเนินการแก้ไขได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยไม่ต้องรอว่าในความหวังเรื่องงบประมาณที่มักเป็นเรื่อง "ยาก" เสมอสำหรับระบบราชการไทยว่าจะเป็นไปได้เพียงใดนั้น คือ

1. จัดหานักศึกษาฝึกงาน หรืออาสาสมัครผู้ที่กำลังมองหางานหรือสนใจงานด้านนี้ ซึ่งมุ่งหวังประสบการณ์มากกว่าค่าตอบแทน มาช่วยแบ่งเบาภาระและฝึกฝนให้เป็นผู้ช่วยเป็นการชั่วคราวได้

2. มีการฝึกฝนและฝึกหัดบุคลากรของสถานีให้มีความสามารถที่จะทดแทนกันได้มากขึ้น ผู้ที่รู้และมีความสามารถอยู่แล้ว ควรจะถ่ายทอดความรู้ไปยังเพื่อนร่วมงานได้อย่างเต็มที่ ไม่ "หวงวิชา" เพื่อจะได้คนมาช่วยงาน แบ่งเบาภาระได้ในเร็ววัน

3. ลดประมาณรายการที่ผลิตให้น้อยลง หรือพยายามคัดเลือกเฉพาะรายการที่สำรวจและวิจัยแล้วว่ามีคุณภาพ อยู่ในความสนใจ และตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง โดยเพิ่มเวลามากขึ้นก็ได้ เพราะหากมองในแง่ปริมาณอาจจะไม่เป็นที่น่าพอใจนัก แต่ถ้ามองในแง่คุณภาพแล้ว น่าจะสามารถดำเนินการได้และถือว่าประสบผลสำเร็จต่อการทำงานได้เช่นเดียวกัน

4. สถานที่

ในด้านสถานที่ พิจารณาได้ 2 ประเด็นคือ

1. ความใกล้ชิดชุมชน มีความเหมาะสมดีแล้ว เนื่องจาก

- ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค คือ จ.พิษณุโลก ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางตอนบน เป็นสี่แยกอินโดจีน มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นๆ อีก 8 จังหวัดในพื้นที่รับผิดชอบได้อย่างสะดวก

- เมื่อมีข่าวเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ก็สามารถเข้าถึงพื้นที่และชุมชนได้อย่างรวดเร็ว กว่าสถานีอื่น แหล่งข้อมูลที่จะไปหาสำหรับผลิตรายการก็ง่ายกว่าสถานีที่อยู่ในส่วนกลาง

2. ความคล่องตัวในการปฏิบัติงานโทรทัศน์ เนื่องจากใช้สถานที่ตั้งโดยอยู่ภายในอาคารเดียวกับสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 ทำให้

- ขาดเอกภาพ เพราะมีบางส่วนต้องใช้ร่วมกัน เช่น ห้องส่ง ที่มักจะถูกแปรสภาพเป็นห้องประชุม อบรม สัมมนา ทั้งที่โดยปกติเป็นห้องส่งของสถานี ซึ่งหากไม่มีการทับซ้อนกัน หากมองในแง่ปริมาณของห้องใช้งานแล้วยังนับว่าเพียงพอต่อการใช้งานแล้ว ซึ่งสิ่งสำคัญน่าจะเป็นการบริหารจัดการในการใช้หมุนเวียนให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์ที่สุดเป็นสำคัญเสียมากกว่า

- ไม่สามารถขยายหรือต่อเติมพื้นที่ เพื่อใช้งานโทรทัศน์ เพิ่มขึ้นได้ เช่น ห้องตัดต่อ ห้องเก็บเทปรายการที่ออกอากาศไปแล้ว ฯลฯ เพราะถูกจำกัดด้วยเนื้อที่และหน่วยงานอื่นๆ ก็ตั้งอยู่เรียงรายรอบด้าน

ดังนั้นปัจจัยด้านสถานที่ของ สทท. 11 พิชณฺโลกในภาพรวม ยังถือว่าไม่ใช่ปัญหาของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนเท่าใดนัก เพราะในด้านสถานที่ตั้ง รวมทั้งความใกล้ชิดชุมชนที่น่าจะมีโอกาสได้รับฟังความคิดเห็นของผู้ชม และตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้มากกว่าสถานีอื่น นับว่าเป็นข้อได้เปรียบด้วยซ้ำไป

5. งบประมาณ

การทำงานโทรทัศน์เพื่อผลิตรายการต่างๆ เผยแพร่สู่สายตาผู้ชม หากมองในเชิงธุรกิจ ก็คือการลงทุนอย่างหนึ่งเพื่อผลิตงานออกมาเสนอลูกค้าหรือผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงผู้ชมโทรทัศน์ที่บ้าน โดยในกลุ่มเป้าหมายของ สทท. 11 พิชณฺโลก คือ คนในท้องถิ่น 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ให้ได้รับชมรายการที่ดี มีสาระ มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการมากที่สุด ทั้งนี้จะเป็นเช่นนั้นได้ต้องมาจากการมีบุคลากรที่ดี มีคุณภาพและความเป็นมืออาชีพ มีอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย เหมาะสมและเพียงพอ งบประมาณจึงเข้ามามีอิทธิพลและเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง เพราะหาก “ไม่มีเงิน” ก็คง “ไม่มีงาน” หรือถ้ามี แต่ไม่มาก งานก็อาจจะสะดุด พบอุปสรรค และไม่คล่องตัวได้

จากข้อมูลเรื่องงบประมาณที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ผ่านมา (บทที่ 4) พบว่า สทท. 11 พิชณฺโลก มีงบประมาณประจำปีเพียงไม่ถึง 1 ล้านบาท และมีรายได้หลักที่มาจากการบริหารจัดการจากเงินรายได้นอกเหนือจากเงินงบประมาณในสัดส่วนครึ่งต่อครึ่ง คือจำนวนเงินอีก เกือบ 1 ล้านบาทเช่นกัน เมื่อคำนวณคร่าวๆจะเห็นว่า ใน 1 ปี สถานีมีงบประมาณทั้งสองประเภทรวมกันสำหรับหมุนเวียนและใช้จ่ายอยู่เกือบ 2 ล้านบาท

ในทางกลับกันเมื่อมองดูด้านรายจ่ายเฉพาะที่จำเป็นซึ่งต้องลบออกจากเงินจำนวนเกือบ 2 ล้านบาทนี้ได้แก่ - ค่าจ้างลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 15 คน

- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดขององค์กร เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าเช่าเพลิง ฯลฯ
- ค่าจัดซื้ออุปกรณ์ใหม่ๆ รวมทั้งค่าซ่อมแซมอุปกรณ์เก่าที่ชำรุดให้ใช้งานได้
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ฯลฯ

ค่าใช้จ่ายจึงมีมากกว่างบประมาณสองส่วนที่มีอยู่รวมกันแน่นอน สมมุติจากข้อเท็จจริง ข้อมูลจากบริษัท โซนี่ ประเทศไทย จำกัด สํารวจเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2546 ว่า

- กล้องถ่ายภาพระบบดิจิทัล (Digital) 1 ตัว ราคา 120,000 บาท
- กล้องถ่ายภาพระบบเบต้าแคม 1 ตัว ราคา 1 - 3 ล้านบาทแล้วแต่คุณภาพและลูกเล่นในการใช้งาน
- เครื่องตัดต่อระบบเบต้าแคม 1 ชุด ราคา 3 - 5 ล้านบาท

หากสถานีมีไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ฝ่ายรายการต้องผลิตรายการ 6 รายการโดยไม่รวมกับงานผลิตสปรอตประชาสัมพันธ์ จัดทำบรรยายสรุป และงานพิเศษอื่นๆ โดยมีเครื่องตัดต่อ 1 เครื่องที่ใช้ในงานทั้งหมดนี้ เงินที่มีอยู่เกือบ 2 ล้านบาทนั้นย่อมไม่สามารถนำมาเป็นงบประมาณในการจัดซื้อได้แน่นอน เพราะต้องคำนึงถึงรายจ่ายด้านอื่นๆที่จำเป็นเช่นกันด้วย ปრაภฏการณ์ที่เกิดขึ้นและพบในการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานจึงสะท้อนออกมาว่า “ อุปกรณ์ที่ใช้กันมาเป็น 10 ปี ก็ยังทนใช้อยู่ ก้มหน้าก้มตาใช้กันไปอย่างนี้แหละ อาจจะเพราะมันแพง งบประมาณก็อาจจะซ่อมแซม แต่บางทีซ่อมแล้วยังไม่ไหวก็ควรจะซื้อใหม่ได้แล้ว มันไม่เพียงพอกับความต้องการ ยิ่งถ้าในอนาคตเราต้องผลิตรายการตอบสนองสังคมมากกว่านี้ จำนวนหลายรายการยิ่งกว่านี้ ถ้ามีมั่วมารอด รอกล้อง รอดัดต่อกันอยู่ ก็ไม่ทันแน่ๆ “ (สุลีรัตน์ คชนิล ,อ้างแล้ว)

หากประเมินปัจจัยด้านงบประมาณจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าไม่เพียงพอต่อการนำไปบริหารจัดการสถานีในทุกๆด้าน เพราะทุกอย่างย่อมมี “เงิน” เป็นตัวขับเคลื่อนเสมอ การเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนจึงเป็นเรื่องยากหากอาศัยงบประมาณเพียงอย่างเดียว แม้ในระยะยาวจำเป็นต้องได้รับการจัดสรรงบประมาณในปริมาณที่มากและเพียงพอ รวมทั้งสามารถนำมาใช้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างแท้จริง ไม่มีการยักยอก ถ่ายเทไปใช้ในส่วนอื่นๆ โดยมีการตรวจสอบอย่างโปร่งใสและใกล้ชิด รวมทั้งมีการประชุมหารือในเชิงนโยบายอย่างจริงจังในการบรรเทาปัญหาและแสวงหาทางออกอย่างจริงจัง แต่ทางออกที่เป็นไปได้อย่างรวดเร็วซึ่งน่าจะมีผลจำเป็นและคำนึงถึงมากกว่าและมีความเชื่อมโยงกับปัญหาด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตด้วย ฉะนั้นก่อนที่จะมีการให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และมีความเป็นไปได้สูงในการแก้ปัญหาระยะสั้น ขอนำเสนอข้อมูลด้านงบประมาณต่อไปนี้ก่อน

6. อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตรายการ

แบ่งเป็นประเด็นย่อย 2 หัวข้อ คือ

6.1 สรุปปัญหาที่เกิดขึ้น

6.2 ผลกระทบที่เนื่องมาจากปัญหาในข้อ 6.1

6.1 สรุปปัญหาที่เกิดขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้นในบทที่ 4 ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตรายการ ของ สทท. 11 พิษณุโลก สรุปปัญหาที่เกิดขึ้นหลักๆได้ ดังนี้

1. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีอายุการใช้งานนาน อยู่ในสภาพเก่า ทруд ไทรม ชำรุดและล้าสมัย
2. ขาดการบำรุงรักษา ซ่อมแซม และจัดหาเพิ่มเติม
3. มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการกำลังการผลิต ทั้งด้านปริมาณของรายการ และเวลาท้องถิ่นที่สถานีได้รับการจัดสรรเพิ่มขึ้น

ปัญหาทั้งหมดนี้มีผลสืบเนื่องจากงบประมาณของสถานีในการจัดซื้อ จัดจ้าง รวมทั้งระบบการบริหารราชการที่มีขั้นตอนค่อนข้างมาก ต้องรอการอนุมัติอนุญาตจากผู้บังคับบัญชาเป็นลำดับขั้น จึงไม่ทันหรือทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า ข้อเท็จจริงคือ “ งบประมาณตั้งไปทุกปีแล้วก็ได้” เพราะฉะนั้นอุปกรณ์ที่มีก็จะเป็นอุปกรณ์รุ่นเก่าแล้ว แต่ว่าที่ยังอยู่ได้ทุกวันนี้คือใช้เงินรายได้ในการที่จะไปบำรุงรักษาหรือว่าซ่อมแซม แต่ยังไม่มีการเพิ่มเข้ามา “ (สุธีรา ทิมกาญจนะ,อ้างแล้ว) ทำให้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสถานี

6.2 ผลกระทบที่เนื่องมาจากปัญหาในข้อ 6.1

6.2.1. เป็นอุปสรรคต่อการผลิตรายการ

“ อุปกรณ์เทคโนโลยีมีปัญหาเยอะมาก เช่นกล้องที่ใช้ปัจจุบันเป็นระบบเบต้าแคม ดิจนทำงานมา 9 ปีที่นี้ ก็เห็นแต่กล้องตัวนี้มันอยู่กับดิฉันมาตลอดและมีแค่ 2-3 ตัว ซ่อมพังไป 2-3 รอบ ซึ่งถ้าเทียบอายุการใช้งานมันหมดไปนานแล้ว มันต้องซื้อใหม่แล้ว นี่แค่กล้อง เครื่องตัดต่ออีก

เสื่อมที่สุดในโลก อยู่มา 4-5 ปีแล้ว mark in / mark out ก็ไม่ได้แล้ว ไม่โครโฟนไปสัมภาษณ์มาโลโก้ ก็ไม่มี เวลาสัมภาษณ์เสียงขาดๆหายๆ ซึ่งมันแย่” (วชิราภรณ์ น้อยยม,อ้างแล้ว)

6.2.2. เป็นอุปสรรคต่อการผลิตรายการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานทางสื่อมวลชน

“ อุปกรณ์เก่าแล้ว อย่างอุปกรณ์เสริม อย่างตัวกล้องนี่ก็ค่อนข้างจะ error บ่อย ถ่ายภาพต้องระวังมากเลย ภาพที่ถ่ายออกมาไม่ค่อยดี เพราะตัวมันไม่ปกติ แล้วอย่างพวกอุปกรณ์เสริมหลายๆอย่าง พวก wireless ไมค์ พวกมอเนเตอร์ตอนนี้ก็แย่มาก...” (ปิยะ เหล่าบุรินทร์,อ้างแล้ว)

6.2.3. ผู้ปฏิบัติงานประสบปัญหาด้านคุณภาพชีวิตและสวัสดิภาพในการทำงาน

“ ผมเคยนั่งไปที่แม่สอด(จ.ตาก) ตอนนั้นไปทำสื่อบ้าง ฝนตกแต่ที่ปัดน้ำฝนหักไม่มี คนขับต้องคอยๆขับมา ยังนึกเสียวๆอยู่เหมือนกัน และที่จำได้แม่นเลย ไปทำข่าวที่พรมพิกาม (จ.พิษณุโลก) ตอนนั้นไปกับน้องช่างภาพซึ่งภรรยาเขากำลังท้องด้วย กะว่าบายๆก็คงกลับ ปกติว่ารถเสีย กว่าจะรถอีกคัน ไตรตามกันให้มาช่วยลากวนวาย ก็ปาเข้าไปท่วมสองท่วม น้องเขาห่วงเมียมาก เมียเขาก็รออยู่ที่ทำงานจนค่ำไม่มีคนไปรับกลับบ้าน... “ (ภิญโญ หลงผดุง,เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล 3 ปฏิบัติหน้าที่ผู้สื่อข่าว , สัมภาษณ์,15 มีนาคม 2546)

“ อุปกรณ์เทคโนโลยีมีปัญหาเยอะมาก รถอยู่มา 9-10 ปี ขับไปสายเบรคแตก ก็เคย ขับไปเร่งเครื่องได้แค่ 90 ก็เคยซึ่งต้องใช้เวลาที่จับไวก็ทำไม่ได้ เป็นเหมือนเต่าเพราะงบประมาณไม่มี มันถึงมีปัญหาอยู่อย่างนี้ไง เครื่องไม้เครื่องมือไม่ทันสมัย ไม่มีเงินที่จะไปซื้อ...” (วชิราภรณ์ น้อยยม,อ้างแล้ว)

6.2.4.ปัญหาด้านภาพลักษณ์ขององค์กร อันเนื่องมาจากความล่าช้าในการเดินทาง มีความคลาดเคลื่อน หรือผิดพลาดในการนัดหมายแหล่งข่าว โดยเฉพาะบุคคลสำคัญหรือผู้หลักผู้ใหญ่ของหน่วยงานราชการ รวมทั้งผลงานที่ผลิตเมื่อแพร่ภาพออกอากาศไปแล้วไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร

ปัญหาด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตรายการของ สทท. 11 พิษณุโลก มีความเชื่อมโยงกับปัญหาด้านงบประมาณอย่างเด่นชัด และแยกจากกันได้ยาก แนวทางการแก้ปัญหาที่จะเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและใช้เวลาไม่มากนัก โดยหาทางออกที่ไม่ยึดติดกับตัวงบประมาณเพียงอย่างเดียว แต่ควรหันมาให้ความสำคัญในเชิงบุคลากรที่เป็นตัวขับเคลื่อนการผลิตอีกปัจจัยหนึ่งน่าจะดีกว่า ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางที่น่าจะเป็นไปได้และเกิดผลดีต่อการดำเนินงานของสถานี ดังนี้

1.เปิดรับสมัครนักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนที่สนใจเป็นทีมงานร่วมผลิตรายการ โดยอาจจะเริ่มจากการเป็นเครือข่ายในการหาข่าว หาข้อมูลจากประเด็นที่เขาสงสัยในท้องถิ่นและชุมชนส่งมายังสถานีก่อน จากนั้นมีทีมงานช่วยกันคัดกรองประเด็น เนื้อหา ว่าจะผลิตหรือตามต่อในเรื่องใดที่เขาเสนอมา ทำคล้ายๆเป็นประชุมโต๊ะข่าว มีกองบรรณาธิการ ซึ่งแรกๆยังควรเป็นของสถานี แล้วจึงเริ่มชักนำอาสาสมัครเหล่านั้นที่ดูแล้ว “มีแวว” มาร่วมในขั้นตอนนี้ ดำเนินการเช่นนี้โดยเพิ่มจำนวนประชาชนซึ่งเป็นคนนอกมากขึ้นๆ จนในที่สุดเขาสามารถช่วยกันคิด ช่วยกันตัดสินใจได้

2. สืบเนื่องจากข้อ 1. กลุ่มบุคคลจากชุมชนที่มีความเหมาะสม มีพื้นฐานและทักษะพอสมควรในงานด้านการสื่อสารกับชุมชน มีศักยภาพในด้านความเสียสละ และตั้งใจคือ แนวร่วมจากการดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชนและหอกระจายข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของ สทท. 11 พิษณุโลกอยู่แล้ว กลุ่มคนเหล่านี้จะช่วยให้การดำเนินการตามข้อ 1 บรรลุเป้าหมายได้เร็วยิ่งขึ้น และยังขยายผลไปสู่การเป็น พิธีกร ผู้ดำเนินรายการด้วยตนเอง ไปจนถึงชักชวนให้สังเกตการถ่ายทำและตัดต่อด้วย เรียกว่า “ค่อยๆสอน” ให้ซึมซับและเคยชินก่อน เมื่อพิจารณาแล้วว่าคนใดสามารถพัฒนาไปถึงขั้นสอนถ่ายทำและตัดต่อได้ในอนาคตก็จะเป็นการดียิ่ง

3.ประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ได้แก่ มหาวิทยาลัย สถาบันโรงเรียน ฯลฯ ซึ่งมีความพร้อมในด้าน บุคลากร ทั้งอาจารย์และนักศึกษา ตลอดจนอุปกรณ์ในการผลิตอยู่แล้ว ซึ่งมักมีความต้องการนำรายการหรือผลงานนักศึกษามาเผยแพร่ในวงกว้าง แต่ติดที่ยังมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่น้อย โดยเฉพาะกับสื่อโทรทัศน์ เช่น

- มหาวิทยาลัยนเรศวรมีภาควิชาการสื่อสาร ที่เปิดสอนด้านการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ มีศูนย์บริการเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ที่สมบูรณ์แบบครบวงจร มีห้องส่ง กล้องถ่ายภาพ เครื่องตัดต่อ และอุปกรณ์อื่นๆของตนเองพอสมควร
- โรงเรียนต่างๆมีฝ่ายโสตทัศนศึกษา มีบุคลากรที่ถ่ายภาพกิจกรรมต่างๆของโรงเรียนได้เป็นประจำสม่ำเสมอ

สถานี่จึงควรใช้โอกาสนี้นำผลงานที่มีอยู่แล้วมาออกอากาศ หรือมาปรับปรุงเพียงเล็กน้อยซึ่งใช้เวลาไม่นาน หรือขอให้สถาบันระดับอุดมศึกษาที่มีความพร้อมกว่าในระดับโรงเรียนเพราะมีการเรียนการสอนด้านนี้โดยตรงผลิตผลงานป้อนมายังสถานี่ได้

อย่างไรก็ตามหากสถานี่วิตกว่ารายการที่สถาบันการศึกษาต่างๆส่งมานั้น จะนำไปเพื่อการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือตัวบุคคลมากเกินไป เรียกว่า "มาตะเกาเดียวกับ" สทท. 11 พิษณุโลก อาจจะต้องมีการประชุม ตกลง ทำความเข้าใจ สัมมนาผู้ที่เป็นทีมผลิตเสียก่อน โดยมีการกำหนดแนวทางเพื่อให้เป็นไปตามหลักการของสื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนา ก่อน เพื่อจะได้นำไปสานต่อเป็นความคิดของผู้ผลิตได้ต่อไป ในระยะยาวบุคลากรเหล่านั้น โดยเฉพาะอุดมศึกษาอาจจะมีประสบการณ์ ส่งสมอุดมการณ์วิชาชีพที่จะทำเพื่อชุมชน สังคม มาเป็นแนวร่วม เป็นทีมผลิตรายการของสถานี่เมื่อจบการศึกษา ทดแทนบุคลากรที่ลาออกไปก็เป็นได้

ข้อคิดเพิ่มเติมจากข้อเสนอแนะข้างต้น ซึ่งควรคำนึงถึงคือ แม้แนวคิดเรื่องสื่อเพื่อชุมชนและสื่อเพื่อการพัฒนาจะไม่ใช่อะไรใหม่สำหรับแวดวงนิเทศศาสตร์และการพัฒนาชุมชน แต่เมื่อนำมาใช้กับสื่อโทรทัศน์ที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน ยังเสมือนเป็นการเริ่มต้น กอปรกับถ้าเป็นงานที่ต้องทำร่วมกับชาวบ้านที่คุ้นชินกับการทำมาหากิน เคยชินกับการรับมากกว่าการให้ในแง่การสื่อสาร ความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้อง ลึกซึ้งจึงเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ ควบคู่ไปกับเวลาที่ต้องค่อยเป็นค่อยไป ไม่รีบร้อน ลัดชั้นตอน เข้าทำนอง "ช้าๆได้พร้าเล่มงาม" นั่นเอง

ปัจจัยภายนอก

1. บทบาทของลูกค้าสื่อมวลชน

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่างซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่น พิษณุโลก จำนวน 1,620 คน ในด้านเนื้อหาของรายการ โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) รายการทุกประเภท ทุกรูปแบบ โดยเฉพาะรายการข่าวและรายการอื่นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา เป็นการให้ความรู้ ที่เป็นประโยชน์ กับ 2) รายการทุกรูปแบบที่มีเนื้อหาเน้นไปที่การให้ความบันเทิงเป็นหลัก พบว่า ผู้ชม ให้ความสนใจและรับชมรายการ ดังนี้

- | | |
|--|-------------|
| - รายการข่าว | ร้อยละ 43.1 |
| - รายการอื่นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา | ร้อยละ 24.2 |
| เป็นการให้ความรู้ ที่เป็นประโยชน์ | |
| - รายการทุกรูปแบบที่ให้ความบันเทิงเป็นหลัก | ร้อยละ 35.7 |

ดังนั้นแสดงว่าผู้ชมในท้องถิ่นนี้ให้ความสำคัญกับเนื้อหารายการประเภทที่เป็นสาระ ความรู้ ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคมและการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นเรื่อง ที่มองว่าใกล้ชิดตัวและส่งผลต่อพวกเขา มากกว่ารายการประเภทที่ให้ความบันเทิง ซึ่งเป็นส่วนเสริม สำหรับการผ่อนคลายความตึงเครียด เหนือยล้าจากการทำงานและต้องการพักผ่อนอย่างเต็มที่ อย่างไรก็ดีตามในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมิได้ทำการสำรวจว่ามีผู้ชมในเขตภาคเหนือตอนล่างรับชมสถานี โทรทัศน์ช่องใดมากที่สุด แต่จากการค้นคว้า และสัมภาษณ์บุคลากรจาก สทท.11 ในส่วนกลางพบว่า ได้มีการสำรวจความนิยมและติดตามชมรายการของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2545 - 2546 (เผชิญ ขำโพธิ์,ผอ.สทท.11 ,อ้างแล้ว) ได้ข้อมูลว่า มีผู้ชมรายการของ สทท. 11 เป็นลำดับที่ 3 จาก จำนวน 6 สถานีหลักคือ ช่อง 3 ,5 ,7,9,11 และไอทีวี โดยไม่ได้พิจารณาพร้อมกับผลจากการสำรวจ ของบริษัทสำรวจความนิยมรายการโทรทัศน์ (rating) เอกชน เนื่องจากเกรงว่าจะมีผลประโยชน์ทาง ธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง และไม่ได้นำมาอ้างอิงในการวิจัยครั้งนี้

ข้อมูลและเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยนำมาอนุมานเป็นข้อมูลของ สทท. 11 พิษณุโลกได้ว่า มีผู้ชมอยู่ในระดับกลาง เนื่องจากเป็นสถานีที่เน้นการให้ความรู้ ใ้การศึกษา ส่งเสริมเศรษฐกิจ สังคม มีเนื้อหาใกล้ชิดกับคนในพื้นที่มากกว่าสถานีที่ออกอากาศในลักษณะทั่วประเทศ ซึ่งย่อมต้อง คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่จะนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่กว้างขึ้น ดังนั้นเมื่อเทียบกับผลการสำรวจ ของผู้วิจัยที่ว่าผู้ชมในท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่างมากกว่าครั้งที่ให้ความสนใจและรับชมรายการที่ เน้นเนื้อหาสาระเป็นหลัก เมื่อเทียบกับรายการที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่ง สทท. 11 มีอยู่ในสัดส่วนที่น้อยแล้ว ทำให้เชื่อได้ว่า โทรทัศน์ท้องถิ่นพิษณุโลก ย่อมต้องมีผู้ชมในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน โดยรายละเอียดในด้านผลการรับชม สทท. 11 พิษณุโลก ของผู้ชมท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่าง จะได้ นำเสนอข้อมูลในบทที่ 6 ต่อไป

จากการสำรวจข้างต้นแสดงว่าลูกค้าสื่อมวลชนของโทรทัศน์ท้องถิ่นพิษณุโลก มีความสนใจ คาดหวังในการรับชมรายการจาก สทท. 11 พิษณุโลกเพื่อให้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ถูก ต้อง แม่นยำ สทท. 11 พิษณุโลกจึงมีหน้าที่ที่จะต้องสนองต่อความต้องการดังกล่าวให้ดีที่สุด อีกทั้งควร ต้องมีการเพิ่มเติมด้านการประเมินผลและรับฟังความคิดเห็นของผู้ชมในพื้นที่ให้มากขึ้น เพราะลูกค้า สื่อมวลชนซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกนั้นพร้อมที่จะชมโทรทัศน์ท้องถิ่นพิษณุโลกอยู่แล้ว ในขณะที่ สทท. 11 พิษณุโลกเองต่างหากที่ยังมีความพร้อมไม่พอในการผลิตงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง (ซึ่งได้วิเคราะห์ในด้านปัจจัยภายในองค์กรไปแล้ว)

2. คู่แข่งขัน - สถานียอื่น

แม้ว่าสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นพิษณุโลก จะมีข้อได้เปรียบในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ยังไม่มีช่องอื่นๆมาแย่งส่วนแบ่งของกลุ่มผู้ชมโดยหลักการ จะมีบ้างก็เพียงเคเบิลทีวีท้องถิ่น ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศได้เฉพาะในเขตเทศบาล หรือเขตอำเภอเมืองเป็นบริเวณแคบ เนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการนำเสนอรายการต่างกับสถานีอื่นที่เป็นลักษณะธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ และมีลักษณะเป็นสากลหรือระดับประเทศมากกว่า การดำเนินงานไปเพื่อสนองนโยบายรัฐเป็นหลักโดยไม่ได้คิดไปแข่งกับสถานีอื่น ความหลากหลายและสีสันในการชมรายการจึงมีน้อยกว่าด้วย

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนและมองเห็นความแตกต่างระหว่าง สทท. 11 พิษณุโลก กับ สถานีโทรทัศน์ช่องอื่น จึงขอแสดงข้อมูลดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่าง สทท.11 พิษณุโลก กับ สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ

ประเด็นเปรียบเทียบ	ช่อง 11 พิษณุโลก	ช่องอื่นๆ(ช่องหลัก)	เคเบิลทีวีท้องถิ่น
1. ที่ตั้ง	พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง (ส่วนภูมิภาค)	ส่วนกลาง	เฉพาะพื้นที่ในเขตเทศบาลหรือเขตอำเภอเมืองเป็นบริเวณแคบ
2. ผู้ชม	9 จังหวัด	76 จังหวัด (ทั่วประเทศ)	บางพื้นที่ มีลักษณะเป็นชุมชน
3. เนื้อหารายการ	สนองต่อคนในท้องถิ่น	สนองต่อคนทั่วประเทศ	สนองต่อคนในชุมชน
4 . วัตถุประสงค์ / นโยบายหลักของสถานี	ประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ให้ความรู้ การศึกษา และไม่แสวงหาผลกำไร	สาระความรู้คู่ความบันเทิง และเป็นเชิงธุรกิจ	สาระความรู้คู่ความบันเทิง และเป็นเชิงธุรกิจ

หมายเหตุ : 1. ช่องอื่นๆ (ช่องหลัก) หมายถึง สถานีโทรทัศน์ที่แพร่ภาพออกอากาศในเวลาเดียวกันทั่วประเทศ ได้แก่ ช่อง 3 , ช่อง 5 , ช่อง 7 , ช่อง 9 และ ไอทีวี

ฉะนั้นหากมองในแง่ของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นกับความสนใจของประชาชนในด้านข้อมูล ข่าวสารการศึกษาและเรื่องที่เกี่ยวข้องและอยู่ในความสนใจของคนในท้องถิ่นแล้ว สทท.11 พิชญ์โลกถือว่าได้เปรียบ แต่อีกด้านหนึ่งการเป็นที่รู้จัก ความดึงดูดใจ รวมทั้งเวลาในการรับชมแล้ว สถานีโทรทัศน์ที่แพร่ภาพออกอากาศในเวลาเดียวกันทั่วประเทศ ย่อมได้เปรียบในแง่จำนวนลูกค้า สื่อมวลชน(ผู้ชม) ซึ่งสามารถติดตามรับชมได้ตลอดไม่ต้องมาคอยแบ่งแยกว่าจะดูเวลาท้องถิ่นช่วงไหน ดูเวลาส่วนกลางช่วงไหน เพราะเปิดมาเมื่อใดก็ได้ชมพร้อมกันและเหมือนกันหมดทั่วประเทศ ดังนั้น สทท. 11 พิชญ์โลก จึงควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมในพื้นที่ทราบและรู้จักกับเวลา และรายการท้องถิ่นให้มากขึ้น เนื่องจากผลสำรวจในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ชมในพื้นที่ภาคเหนือ ตอนล่างร้อยละ 68.4 ยังไม่ทราบ ไม่เข้าใจและไม่ได้แยกว่าเวลาไหนเป็นส่วนกลาง และเวลาไหน เป็นท้องถิ่น ดังนั้นการที่สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นออกอากาศตลอดวัน ในขณะที่ สทท. 11 พิชญ์โลก ออกอากาศเพียงบางช่วงเวลาและไม่ถี่ชั่วโมง ผู้ชมจึงย่อมรู้จักคุ้นเคยกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นมากกว่า ส่วนความดึงดูดใจก็เช่นกัน กิจกรรมโทรทัศน์ที่มีธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องกัน ย่อมมีงบประมาณการลงทุนและปัจจัยในการผลิตที่ดีกว่า ส่งผลให้คุณภาพรายการ ทั้ง แสง สี เสียง คมชัด รูปแบบ หลากหลาย สร้างสรรค์ ก็ย่อมทำให้ผู้ชมชื่นชอบและติดตามชมมากกว่าเป็นธรรมดา

ข้อเสนอแนะจากการอภิปรายเพิ่มเติมคือ ในกรณีการงดหรือเปลี่ยนแปลงรายการอยู่บ่อยๆ และผู้ชมมีปัญหาในการติดตาม ควรอาศัยเครือข่ายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในพื้นที่และร่วมสังกัด รวมทั้งหอกระจายข่าว วิทยุชุมชน สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดช่วยเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวไปยังกลุ่มผู้ชม เพื่อให้ทราบและครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวาง ซึ่งสื่อลักษณะเหล่านี้นักไม่ค่อยประสบปัญหาด้านการออกอากาศเหมือน สทท. 11 พิชญ์โลก

3. ผู้อุปถัมภ์รายการและเช่าเวลา

เนื่องจาก สทท.11 พิชญ์โลกเป็นหน่วยงานของรัฐจึงไม่มุ่งแสวงหากำไรในเชิงธุรกิจ สอนของนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการจึงไม่มีโฆษณาเชิงพาณิชย์ในทุกรายการ อย่างไรก็ตามสถานีก็มีปัญหาเรื่องงบประมาณ(ปกติ) ไม่เพียงพอตั้งทีวีเคระห์ไปแล้ว จึงต้องแก้ปัญหาด้วยการจัดหารายได้พิเศษอื่นๆ เช่น ค่าเช่าเวลา เพิ่มเติมเข้ามาจากงบปกติที่ตั้งไว้

การสำรวจโดย สทท. 11 พิชญ์โลก ปี 2545 – 2546 พบว่าสถานีมีบริษัทเอกชนทำการเช่าเวลาออกอากาศรายการ ดังนี้

1. รายการจากใจถึงใจ ความยาว 30 นาที เดือนละ 2 ครั้ง โดยสมาคริสตจักร เชียงใหม่
 2. รายการเพื่อนคุณหนู ความยาว 30 นาที เดือนละ 2 ครั้ง โดยสื่อมวลชนทางชีวิต กทม.
- ทั้งนี้ มีแนวโน้มว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วย จากการสำรวจเพิ่มเติม ในปี 2547 ระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล มีบริษัทเอกชน มาเช่าเวลาออกอากาศรายการ จำนวนทั้งสิ้น 4 แห่ง

เมื่อรายการข้างต้นเข้ามาเช่าเวลาออกอากาศในช่วงเวลาท้องถิ่น ทำให้สัดส่วนการออกอากาศรายการท้องถิ่นที่ สทท. 11 พิษณุโลกผลิตเอง โดยมุ่งหวังให้ตอบสนองกับประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างเป็นอันดับมีพื้นที่น้อยลงไปอีก เนื่องจากมีความจำเป็นต้องกระทำเช่นนั้น เพราะมุ่งหวังเงินรายได้จากค่าเช่าเวลามาเป็นรายได้เสริม เพื่อช่วยเรื่องงบประมาณของสถานีฯ ร่วมกับปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายในทั้งบุคลากร งบประมาณ อุปกรณ์เทคโนโลยี ฯลฯ ที่ล้วนมาจากปัจจัยหลักเชิงโครงสร้างการบริหารจัดการสถานี ทำให้ไม่สามารถผลิตรายการท้องถิ่นได้เพียงพอและบางครั้งไม่ทันตามกำหนดเวลาออกอากาศ การหาทางออกให้มีผู้เช่าเวลาแทนจึงเป็นทางออกที่เหมาะสมแล้วในสถานะเช่นที่เป็นอยู่

ปัจจัยด้านนี้มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับปัญหาด้านนโยบาย งบประมาณและบุคลากรของสถานี ซึ่งส่งผลให้สถานีมีรายการที่ตอบสนองความต้องการและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมน้อยลง จึงยังถือว่าไม่ใช่ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้สถานีเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้ ซึ่งแนวทางในการแก้ปัญหาผู้วิจัยได้นำเสนอร่วมกับปัจจัยด้านบุคลากร งบประมาณไปแล้ว

โดยสรุปปัจจัยภายในที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานองค์กรเกือบทุกด้านล้วนส่งผลให้ สทท. 11 พิษณุโลกไม่สามารถดำรงสถานภาพของการโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้มีมากกว่าปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นส่วนเสริมเท่านั้น ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่ถือเป็น "ขวากหนาม" สำคัญที่สุดคือปัจจัยเชิงโครงสร้างและการบริหารจัดการแบบราชการโดยรัฐ หรือมักจะเข้าใจว่าก็คือ "รัฐบาล" เป็นสำคัญ แต่ในทางผกผันบุคลากรของสถานีกลับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ สทท. 11 พิษณุโลกแสดงศักยภาพในการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนได้

บทที่ 6

บทบาทของ สทท. 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ผ่านรายการโทรทัศน์

บทนี้ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญในการประเมินความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน โดยเน้นไปที่ระดับรายการ คือพิจารณาผ่านรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น ทั้ง 7 รายการปัจจุบันของสถานี ว่าได้แสดงบทบาทต่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนในด้านใดบ้าง โดยแยกวิเคราะห์ไปที่ละรายการ ตามลำดับได้แก่ 1.รายการข่าวท้องถิ่น

2.รายการส่งเสริมศิลปินไทย

3.รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน

4.รายการอรุณรุ่งที่ช่อง 11

5.รายการรอบภูมิภาค

6.รายการแซ่กับเชิญ

7.รายการพิเศษอื่นๆ

ทั้งนี้รายการส่งเสริมศิลปินไทยและรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้านจะเป็นการวิเคราะห์เฉพาะส่วนที่เป็นรายการซึ่งผลิตและออกอากาศมาก่อนที่จะนำไปทดลองปฏิบัติการผลิตในช่วงของการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนั้นประเด็นที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อการแสดงบทบาทในด้านต่างๆ ของแต่ละรายการ จะแยกนำเสนอพร้อมการวิเคราะห์ ดังนี้

1.จุดกำเนิดและพัฒนารายการ

2.รูปแบบรายการ

3.เนื้อหารายการ

โดยในข้อ 3.เนื้อหาการรายการนั้นจะพิจารณาในแง่ของการมีประโยชน์และแนวทางในการพัฒนาชุมชนว่าเป็นด้านใดบ้าง เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

1.จุดกำเนิดและพัฒนารายการ

ก่อนการวิเคราะห์ขอเสนอข้อมูลแสดงพัฒนารายการของรายการท้องถิ่นทั้ง 7 รายการเพื่อให้เห็นภาพรวม ดังตาราง

ตารางที่ 6 แสดงพัฒนาการของรายการท้องถิ่น (เก็บข้อมูล ระหว่างปี 2544 – 2546)

ชื่อรายการ	เริ่มผลิต	ยุติการผลิต	ระยะเวลา	สาเหตุที่ยุติการผลิต
1.ข่าวท้องถิ่น	ตั้งแต่ก่อตั้งสถานี ปี 2535 - ปัจจุบัน	-	11 ปี	-
2.ส่งเสริม ศิลปินไทย	ตั้งแต่ก่อตั้งสถานี ปี 2535	กันยายน 2546	11 ปี	สถานีไม่มีงบประมาณ ในการจ้างลิเก
3.เก็บเบี้ย ใต้ถุนร้าน	3 พค. 42	กันยายน 2546	4 ปี	ผู้สร้างสรรค์รายการขอ ยุติการผลิตเนื่องจาก ไม่มีเวลาเพียงพอและ เห็นว่าไม่สามารถทำ ให้รายการมีคุณภาพ ได้ตามที่มุ่งหวังไว้
4.รอบภูมิภาค	มค. 43 – ปัจจุบัน	-	3	-
5.อรุณรุ่งที่ ช่อง 11	15 กค. 44	11 กพ.46	1 ปี 7 เดือน	หมดช่วงงบประมาณที่ ส่วนราชการอื่นตั้งไว้ ให้ดำเนินการผลิต
6.แซกรับเชิญ	28 มค. 41 - ปัจจุบัน	-	5 ปี	-
7.รายการ พิเศษอื่นๆ	-	-	-	แล้วแต่นโยบายและ งบประมาณ

ความสัมพันธ์ของการเกิด ดำรงอยู่ และสิ้นสุดลงของรายการทั้งหมดจากตารางพบประเด็นที่น่าสนใจ คือ

1.รายการที่เริ่มก่อตั้งมาพร้อมกับสถานี ได้แก่ รายการข่าวท้องถิ่น รายการส่งเสริมศิลปินไทย ซึ่งถือว่าเป็นรายการที่มีอายุยาวนานที่สุด รวมทั้งเกิดมาพร้อมกับการมีสถานี แสดงว่า

- ขณะเริ่มผลิตรายการในตอนแรก สถานียังมีเอกภาพในด้านนโยบาย และการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการเป็นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น ทำให้รายการที่ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้มาก มีผู้ชมมากเพราะในยุคนั้นยังไม่มีสถานีสถานีในลักษณะที่เป็นภูมิภาคที่น่าเสนอเรื่องของท้องถิ่นเลย ส่งผลไปถึง

- ความนิยมรายการ ทำให้มีผู้ชมให้ความสนใจติดตามชมมากและต่อเนื่อง ซึ่งเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของการออกอากาศ รวมไปถึงเวลาอันยาวนานของรายการที่ออกอากาศสม่ำเสมอ ก็ยังทำให้ผู้ชมเกิดความเคยชิน คั่นหู คั่นตา จดจำได้ง่ายและดีกว่ารายการที่เพิ่งเกิดขึ้นได้เพียงไม่นาน

2.รายการที่เกิดขึ้นมาภายหลังที่มีการก่อตั้งสถานีแล้ว แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 รายการที่ออกอากาศได้ประมาณ 3 – 5 ปี แม้ว่ารายการประเภทนี้ยังสามารถดำเนินการผลิตและออกอากาศต่อไปได้ถึงปัจจุบัน แต่ด้านความนิยมรายการน้อยกว่ารายการในประเภทแรก และบางรายการอาจมีความจำเป็นต้องเลิกผลิตรายการหากมีการเปลี่ยนแปลงบุคลากรในการผลิตที่เป็นผู้คิดริเริ่มรายการ เช่น โยกย้าย ลาออก มีภารกิจมาก เป็นต้น

สำหรับเหตุที่รายการประเภทนี้ไม่สามารถเทียบความนิยมรายการกับประเภทแรกได้อีก ประการน่าจะเป็นเรื่องของวัตถุประสงค์และเนื้อหาของรายการที่เป็นไปเพื่อตอบสนองนโยบายหรือโครงการของรัฐในระดับชาติมากกว่าระดับท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งแสดงว่ามุมมองและเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้สำหรับการผลิตรายการ 2 ลักษณะนี้มีความแตกต่างกัน

2.2 รายการที่ออกอากาศได้เพียงไม่นาน หรือช่วงระยะเวลาหนึ่งและปิดตัวลง รายการลักษณะนี้มักเป็นรายการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณประจำปีและงบประมาณพิเศษทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ สทท. 11 หรือหน่วยงานอื่นๆมาร่วมผลิต วัตถุประสงค์ของการเกิดขึ้นของรายการจึงเป็นไปเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ งานสำคัญ หรือหน่วยงาน องค์กรที่เป็นผู้ให้เงินสนับสนุน มากกว่าที่จะเน้นไปที่ประโยชน์โดยตรงแก่ผู้ชมในพื้นที่อันเกิดจากการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และต้องการให้รายการตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้

ฉะนั้นพัฒนาการของรายการท้องถิ่น จึงมีความสัมพันธ์กับนโยบายองค์กรผู้ผลิต วัตถุประสงค์ของการเกิดขึ้นของรายการ ประโยชน์ที่ผู้ชมจะได้รับ เชื่อมโยงไปยังระยะเวลาการเกิดขึ้น และสิ้นสุดลงของรายการนั้น นำไปสู่การสังเกตบทบาทของการเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนอีกด้วย

2.รูปแบบรายการ

รูปแบบรายการทั้ง 7 รายการของ สทท. 11 พิษณุโลก มีข้อดีและข้อด้อยสรุปได้ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 7 แสดงรูปแบบรายการท้องถิ่นและข้อดีข้อด้อยของรายการในลักษณะต่างๆ

ชื่อรายการ	รูปแบบรายการ	ข้อดี	ข้อด้อย
1.ข่าวท้องถิ่น	รายการสด เพื่อ รายงานข่าวสถานการณ์ประจำวัน	-มีความทันต่อเหตุการณ์และน่าสนใจเพราะข่าวที่นำเสนอเป็นเรื่องเฉพาะที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่างเท่านั้น	-เกิดความผิดพลาดได้ง่าย -ใช้ทีมงานผลิตจำนวนมาก
2.ส่งเสริมศิลปินไทย	บันทึกการแสดง (เทป)	-ไม่ต้องเดินทางเพราะใช้ห้องส่งในการถ่ายทำ -ประหยัดค่าใช้จ่าย	-ใช้ทีมงานผลิตจำนวนมาก -ใช้งบประมาณสูงในการจ้างผู้แสดง , ทำฉาก
3.เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน	สารคดีถ่ายทำนอกสถานที่ ออกอากาศเป็นเทปรายการ	-มีความน่าสนใจในด้านเนื้อหาสาระ ภาพที่เป็นจริงจากสถานที่จริง -สร้างความหลากหลายของรูปแบบรายการที่เป็นทางเลือกแก่ผู้ชม	-ใช้เวลาในการผลิตมาก ต้องการความพิถีพิถันสูง -สิ้นเปลืองงบประมาณทั้งคน รถ อุปกรณ์
4.รอบภูมิภาค	สนทนาสดและมีช่วงโทรศัพท์แสดงความคิดเห็นสดในรายการ	-ผู้ชมมีส่วนร่วมและมีช่องทางในการแสดงความคิดเห็นและสื่อสารย้อนกลับมาได้มากกว่ารายการรูปแบบอื่น - สร้างความสด ใหม่ ทันเหตุการณ์	-ใช้ทีมงานผลิตจำนวนมาก -ใช้งบประมาณสูง -ประเด็นรายการไม่อาจตอบสนองเฉพาะชุมชนและท้องถิ่นได้มากเพราะออกอากาศทั่วประเทศ
5.อรุณรุ่งที่ช่อง 11	สนทนาสด แทรกช่วงโทรศัพท์ตอบคำถามหลังไมค์ และช่วงถ่ายทำนอกสถานที่	-ผู้ชมสนใจมากเพราะมีขงรางวัลแจก -สร้างความรู้สึกสด ใหม่ ทันเหตุการณ์	เหมือน รายการรอบภูมิภาค
6.แซกรับเชิญ	สนทนา ออกอากาศเป็นเทปรายการ	-ไม่ต้องเดินทางเพราะใช้ห้องส่งในการถ่ายทำ -ประหยัดค่าใช้จ่าย	

ชื่อรายการ	รูปแบบรายการ	ข้อดี	ข้อด้อย
7.รายการพิเศษอื่นๆ	รูปแบบไม่ตายตัว แต่มักเป็นการสนทนาทั้งสดและเทป หรือรายการเวทีชาวบ้านที่มีการสนทนาและมีผู้ชมในห้องถึงมาร่วมชมรายการขณะถ่ายทำ	-ง่ายต่อการดำเนินการผลิต เพราะ มีรูปแบบที่ไม่ยุ่งยาก เป็นแบบเดิมๆที่เคยผลิตในรายการอื่นๆอยู่แล้ว บางครั้งยังประหยัดงบประมาณ เพราะนำฉาก และอุปกรณ์ประกอบมาดัดแปลงได้ไม่ต้องซื้อใหม่	-มักเป็นรายการที่มีเวลาจำกัด ผู้ผลิตทราบว่าจะต้องผลิตกะทันหัน จึงมีปัญหาด้านการเตรียมการก่อนผลิต -ผู้ร่วมรายการมักเป็นกลุ่มข้าราชการและผู้นำชุมชนมากกว่าคนที่อยู่ในท้องถิ่นจริงๆที่ไม่ได้ปั้นแต่งคำพูดและกิริยา -ผู้ร่วมชมรายการและแสดงทัศนะมักเป็นกลุ่มผู้ที่ถูกเกณฑ์ให้มาร่วมมากกว่าผู้เต็มใจมาร่วมเอง

จากตารางจะเห็นว่ารูปแบบรายการส่วนใหญ่เป็นการสนทนา คือ มีผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการมานั่งสนทนากันในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง โดยใช้สถานที่จัดรายการในห้องส่ง(studio) ของสถานี ซึ่งผู้ผลิตรายการทุกคนยอมรับในสัมภาษณ์ว่าเนื่องจากถ่ายต่อฝ่ายผู้ผลิต ไม่ต้องเดินทางให้สิ้นเปลืองงบประมาณ เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง ยานพาหนะ พนักงานขับรถ ฯลฯ และง่ายต่อการคิดประเด็นเนื้อหา เนื่องจาก ไม่มีความซับซ้อน และละเอียดมากนัก ส่วนใหญ่จะกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายรัฐบาล หรือเน้นการประชาสัมพันธ์หน่วยงานเสียมากกว่าที่จะเป็นการนำเสนอประเด็นชุมชนที่อยู่ในความสนใจและใกล้ชิดกับผู้ชมรายการ

ในขณะเดียวกัน ทุกคนก็ทราบว่ารายการประเภทนี้มี ข้อด้อย คือ

1.เมื่อจัดรายการลักษณะนี้หลายรายการจึงดูเหมือนมีความถี่ของรายการประเภทนี้ค่อนข้างมาก เมื่อผู้ชมเปิดโทรทัศน์แล้วจึงทำให้รู้สึกว่าเป็นรายการแบบเดิมๆ

2.ไม่มีความหลากหลายในการนำเสนอ เช่น จากแต่ละรายการอาจจะมีการใช้อุปกรณ์ประกอบในลักษณะหมุนเวียน และซ้ำกันบ้าง เพราะงบประมาณมีจำกัด

3.เมื่อรูปแบบรายการเป็นการสนทนาของบุคคลเพียงไม่กี่คนตลอดรายการ หรือ มีภาพประกอบ (insert) เนื้อหาที่สนทนากันอยู่บ้างเป็นบางช่วงสั้นๆ จึงทำให้รายการขาดความน่าสนใจ และหากยิ่งเนื้อหาเป็นการเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ภาครัฐ หรือไม่ตรงกับความสนใจของผู้ชมด้วยแล้ว ก็จะทำให้รายการไม่น่าชม

4.ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมน้อย คือเพียงแค่ว่าเป็นผู้ร่วมรายการอย่างเดียว ครั้งละ 1- 2 คนเท่านั้น และมีความคิดว่าควรจะได้มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นในรายการ ผู้ผลิตรายการสร้างสรรค์รายการและเนื้อหาที่อยู่ในความต้องการของประชาชนจากการสอบถามความคิดเห็นหรือลงไปพบปะพูดคุยกับประชาชนเพื่อรับทราบความต้องการ ความคิดเห็นต่างๆบ้าง เพราะที่ผ่านมาแทบไม่ได้มีโอกาสกระทำเช่นนั้นเลย

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาแล้วจะเห็นว่ารายการที่ออกอากาศสดเป็นรายการที่มีเสน่ห์ในด้านที่ให้ความรู้สึกทันเหตุการณ์ และได้ชมของ”ใหม่ๆ สดๆ” ประกอบกับหากเป็นรูปแบบรายการสนทนาซึ่งเปิดโอกาสและช่องทางในการสื่อสารให้ผู้ชมโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามได้ทันทีก็จะยิ่งสร้างความสนใจและดึงดูดผู้ชมได้มากกว่ารายการที่เป็นเทปซึ่งแทบไม่มีช่องทางในการสื่อสารย้อนกลับเลย ยกเว้นรายการส่งเสริมศิลปไทย แม้จะเป็นเทปรายการแต่มีผู้ชมให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก จึงน่าจะมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คือ เนื้อหารายการ เนื่องจากเป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม ได้ผ่อนคลายความตึงเครียด ชมสิ่งสวยงามๆ และการแสดงพื้นบ้านที่นับเป็นสิ่งใกล้ตัวคือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเอง แต่หาโอกาสชมได้ยากตลอดจนมีความใกล้ชิดกับผู้ชมในแง่ของตัวผู้แสดงซึ่งเป็นคนพื้นที่เดียวกับผู้ชมประเภท ” คนบ้านเรา ” กับ คำพูดแบบชาวบ้านของผู้แสดงที่ถ่ายทอดออกมาเหมือนกับวิถีชาวบ้านซึ่งผู้ชมเป็นอยู่

ดังนั้นการผลิตรายการท้องถิ่นเพื่อชุมชนจึงควรคำนึงถึงความน่าสนใจของรูปแบบ คือ

1.มีช่องทางให้ผู้ชมได้มีโอกาสสื่อสารย้อนกลับมาบอกกล่าวความต้องการ หรือแสดงความคิดเห็น เพื่อให้รู้สึกว่าเป็น ”คนสำคัญ” ได้หรือไม่ โดยผู้วิจัยมีแนวคิด ว่า แนวทางที่จะเป็นไปได้มากที่สุด เพื่อให้สามารถปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงรายการท้องถิ่นที่มีอยู่คือ การเพิ่มระดับการมีส่วนร่วม

ร่วมของผู้ชม คือ การจัดรายการสนทนาสด โดยเปิดสายโทรศัพท์ (phone in) ให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามเข้ามาในรายการได้ ซึ่งรายการในลักษณะนี้จะมีเม็ดเงินน่าสนใจมากกว่ารายการสนทนาที่เป็นเทปบันทึกภาพที่ผู้ชมขาดช่องทางในการสื่อสาร เพราะมีความจับใจ ทันต่อเหตุการณ์ และเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นยังมีประโยชน์ต่อสถานีในทางอ้อมในการสำรวจความนิยมรายการและตรวจสอบความชัดเจนของรหัสมีการแพร่ภาพออกอากาศได้อีกด้วย

2. หากเป็นไปได้ควรเป็นรายการสด ในลักษณะการพูดคุยสนทนากัน แต่ต้องไม่ลืมเรื่องความใกล้ชิดกับชุมชน ทั้งในแง่เนื้อหาที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้ชม และให้ความสำคัญกับผู้ชมรายการที่เป็นชาวบ้านจริงๆ มากขึ้น และต้องตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนด้วย

3. สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผู้ผลิตรายการควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอและรูปแบบรายการให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น แม้ว่าจะมีอุปสรรคด้านงบประมาณในการผลิตค่อนข้างมาก แต่หากหลีกเลี่ยงรายการสนทนาได้ยากก็ควรจะออกไปผลิตรายการนอกสถานที่บ้างเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศความจำเจในห้องส่ง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ชมที่ได้จากการสำรวจจากแบบสอบถามและการทำ Focus group รวมทั้งการจัดเวทีเสวนากลุ่มย่อย โดยเฉพาะด้านเนื้อหารายการ ผู้ชมเห็นว่าควรมีเม็ดเงินน่าสนใจ เป็นเรื่องใกล้ตัวผู้ชมในท้องถิ่น มีข้อมูลรายละเอียดที่ลุ่มลึกมากขึ้นกว่าการนำเสนอเพียงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐที่ดูแล้วไกลตัว และนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตค่อนข้างยาก ที่สำคัญอาจไม่ได้อยู่ในความสนใจของคนในท้องถิ่นเลยก็เป็นได้

3. เนื้อหารายการ

การประเมินบทบาทของความเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนในแง่ที่ส่งผลไปยังการพัฒนาชุมชน ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญไปที่เนื้อหารายการ โดยได้ตั้งกรอบแนวคิดของการเป็นรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชนไว้ว่าจะต้องประกอบด้วยลักษณะดังนี้

1. เป็นรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาท้องถิ่นของ สทท.11 พิษณุโลก
2. เป็นรายการที่มีเนื้อหา
 - เกี่ยวข้องโดยตรงและอยู่ในความสนใจของคนในท้องถิ่น
 - ในระดับบุคคล คือประชาชนคนใด หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในท้องถิ่นสามารถนำไปปรับใช้กับตนเองได้

- ในระดับชุมชน หรือท้องถิ่นในภาพรวมก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นได้ เช่น ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่น ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

3. คนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในระดับต่างๆ ได้แก่ เป็นผู้ชมรายการ เป็นวิทยากรในรายการ เป็นผู้แนะนำแหล่งข้อมูลหรือเนื้อหารายการ เป็นทีมผลิตรายการ เป็นผู้วางรูปแบบรายการ เป็นผู้กำหนดนโยบายและแนวทางในการผลิตของสถานี ทั้งแล้วแต่ว่าจะสามารถทำได้ในระดับใด

4. วัตถุประสงค์ของรายการไม่มุ่งแสวงหาผลกำไร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญต่อเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์และส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นมาเป็นลำดับแรก นอกจากนั้นในแง่ของเนื้อหารายการที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาชุมชน ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดและแบบทดลองของ ชนิดา ชิตบัณฑิตย์ เรื่อง บทบาทสื่อมวลชนท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมาเป็นตัวชี้วัดร่วมด้วย ซึ่งได้สรุปไว้ 11 ประการ คือ

1. บทบาททางการศึกษา
2. บทบาทในการเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาสังคม
3. บทบาทในการมีส่วนร่วมในการเมืองการปกครองท้องถิ่น
4. บทบาททางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชน
5. บทบาทด้านการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน
6. บทบาทในการสร้างระบบการบริการชุมชน ส่งเสริมด้านสวัสดิการสังคมและบริการสาธารณะของรัฐบาลที่พึงมีต่อชุมชน
7. บทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบที่เหมาะสมกับชุมชน
8. บทบาทในการสร้างทางเลือกให้แก่ชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชุมชนอย่างเหมาะสมและเพียงพอ
9. บทบาทในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น
10. บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาของท้องถิ่น
11. บทบาทในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

การประเมินบทบาทของรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชน

จากกรอบแนวคิดที่ได้ตั้งไว้ร่วมกับที่มีผู้อื่นนำเสนอไว้ก่อนหน้านี้จึงสามารถประเมินรายการท้องถิ่นทั้ง 7 รายการของ สทท.11 พิษณุโลกที่มีต่อการพัฒนาชุมชน ได้ดังนี้

1. รายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน มีบทบาท คือ

1.1 มีบทบาทในการส่งเสริมการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ จากการนำเสนอกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร ฯลฯ เพื่อให้ผู้ชมในท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจและเสนอแนวทางในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้ ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เช่น ตอน มะลิครบวงจร เป็นการนำเสนอการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรที่ร่วมกันปลูกมะลิ ปลูกกุหลาบ ทำริบบิ้นและร้อยมาลัย ซึ่งเป็นงานที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในกลุ่ม ซึ่งอยู่ในพื้นที่ ม.4 ต.พรหมพิราม อ.พรหมพิราม จ.พิษณุโลก

1.2 บทบาทในการสร้างทางเลือกให้แก่ชุมชน สร้างสรรค์ในแง่ข้อมูลข่าวสารโดยยึดหลักการพึ่งพาตนเอง รักษาความเป็นชุมชนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างเหมาะสม เช่น การนำเสนอโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน หรือการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและคนในชุมชน

1.3 บทบาทในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น โดยบางครั้งนำเสนอเรื่องที่เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนรักและหวงแหนและร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น เรื่อง ผืนป่าชุมชนเขานารี อ.วังทอง จ.พิษณุโลก ที่ได้ร่วมกันอนุรักษ์ผืนป่าแห่งนี้ และใช้ประโยชน์จากแหล่งทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และมีประโยชน์ เรื่องการจัดการขยะที่ถูกต้องของเทศบาลนครพิษณุโลก โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่และแนวทางที่เป็นการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืนมาใช้

1.4 บทบาทอื่นๆ ที่เห็นได้ชัดคือ การให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค การศึกษา มีการรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนจากการสัมภาษณ์นักวิชาการ ชาวบ้าน รัฐและเอกชนในประเด็นเดียวกันมาเผยแพร่เพื่อให้ผู้ชมได้มีมุมมองที่หลากหลายขึ้น