

บทเรียนจากการทดลองดำเนินการโทรทัศน์
บริการชุมชนในประเทศไทย
Lesson learnt form Community TV management
in Thailand

ผศ.ดร.ภัทรา บุรารักษ์

Asst. Professor Phattar Burarak , Ph.D.



เส้นทางของ
ภาคประชาชน:
การเป็นเจ้าของ
คลื่นความถี่

รัฐเป็นเจ้าของ State own (2505-2558)

- ช่อง 8 หรือช่องท้องถิ่น/ช่อง 11 ภูมิภาค
- ระดับรายการ/ใกล้ชิด
- ผู้ชม นักแสดง ข้อมูล
- 30 นาที-3 ชั่วโมง
- ระดับการจัดการ/อำนาจน้อย

สื่อสาธารณะ Public Media (2551-2558)

THAIPBS

- ระดับรายการ
- ร่วมผลิต/กำหนดเนื้อหา รายการ/นักแสดง/ข้อมูล
- ระดับการจัดการ/อำนาจน้อย

พลเมืองเป็นเจ้าของ
Citizen owned (2561 ?)

ทีวีบริการชุมชน

ปฏิรูปสื่อ
Media
reform

ข้อค้นพบจากงานวิจัย:
พะเยาทีวีชุมชน
(2556-2558)

คำจำกัดความ
กฎหมาย vs ชุมชน

ชุมชน

ความหมาย

1. เป็นสื่อสำหรับการพัฒนาท้องถิ่นที่มีความเป็นอิสระ
2. เป็นพื้นที่สื่อสารสาธารณะสำหรับทุกกลุ่ม
3. นำเสนอเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ คุณค่า วัฒนธรรมและความหลากหลายที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

หลักการ

1. เป็นสื่อสำหรับพัฒนาชุมชน
2. เป็นเครื่องมือการสื่อสารสำหรับชุมชน
3. เข้าถึงคนทุกกลุ่ม
4. นำเสนอเนื้อหาสำหรับคนทุกกลุ่ม

บทบาท

1. เพื่อการศึกษา
2. เพื่ออบรมป่มเพาะ
3. เพื่อตรวจตราะวังภัย
4. เพื่อพัฒนาชุมชน
5. เพื่อสะท้อนความเป็นชุมชน

การมีส่วนร่วม

มีหลายหลายระดับและหลายรูปแบบ ในรายละเอียด ตั้งแต่การเป็นผู้ชมไปจนถึงเป็นเจ้าของ

ภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่มุมมองชุมชนขยายการความสำคัญในฐานะที่เป็นเสียงที่ 3 หรือสื่อทางเลือกสำหรับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงชุมชน ที่มีกระบวนการทำงานและผลิตเนื้อหาต่างจากสื่อกระแสหลัก รวมทั้งพื้นที่การสื่อสารของชุมชนที่เข้าถึง ใช้ประโยชน์และมีส่วนร่วมหลากหลาย

ผู้กำกับ
นโยบาย

1. เป็นสื่อเฉพาะพื้นที่
2. เป็นเจ้าของโดยชุมชน
3. ไม่มีโฆษณา
4. นำเสนอเนื้อหาข่าว ข้อมูลที่ตอบสนองความต้องการชุมชนมากกว่าร้อยละ 70 โดย 50% ต้องผลิตมาจากคนในชุมชน

1. เป็นสื่อสำหรับสร้างความเข้มแข็ง โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
2. ไม่มีโฆษณาและการแสวงหากำไร
3. เน้นการทำงานบนความต้องการของชุมชน
4. เข้าถึงคนทุกกลุ่ม

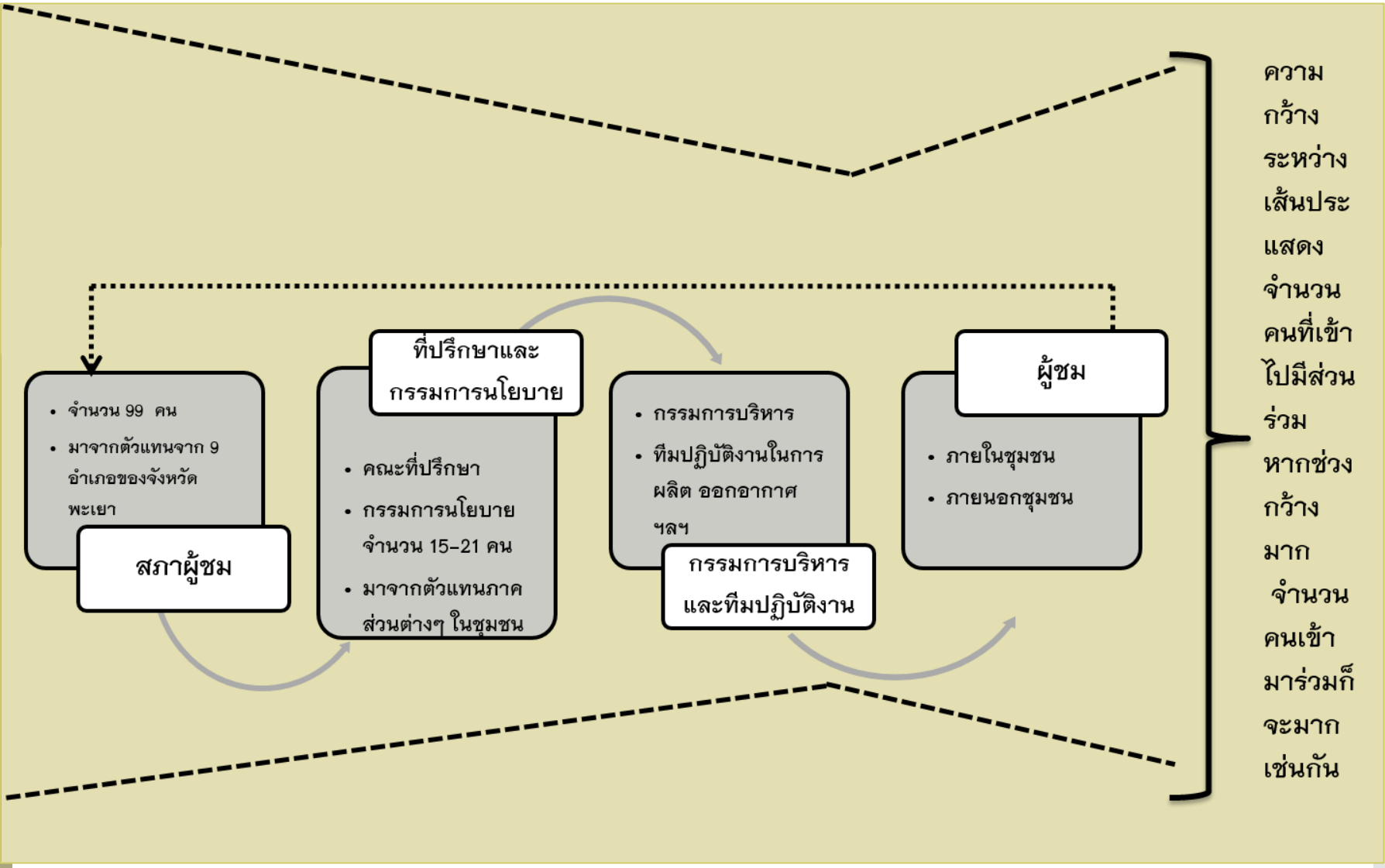
1. เพื่อการศึกษา
2. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร
3. เพื่อพัฒนาชุมชน

- 4 ระดับ
- เป็นเจ้าของ
 - ร่วมบริหาร
 - ร่วมผลิตรายการ
 - ร่วมรูปแบบอื่นที่ส่งเสริมการทำงาน

Lesson learnt from
PCTV research
(2556-2558)

6 Management dimensions





ช่วงเวลา:คนทำงาน



อาสาสมัคร
un-paid

- แกนหลัก

ก่อ
ตัว

อาสาสมัคร
un-paid

- แกนหลัก
- เครือข่าย
ภายใน

ขยาย
ความ
คิด

อาสาสมัคร
un-paid

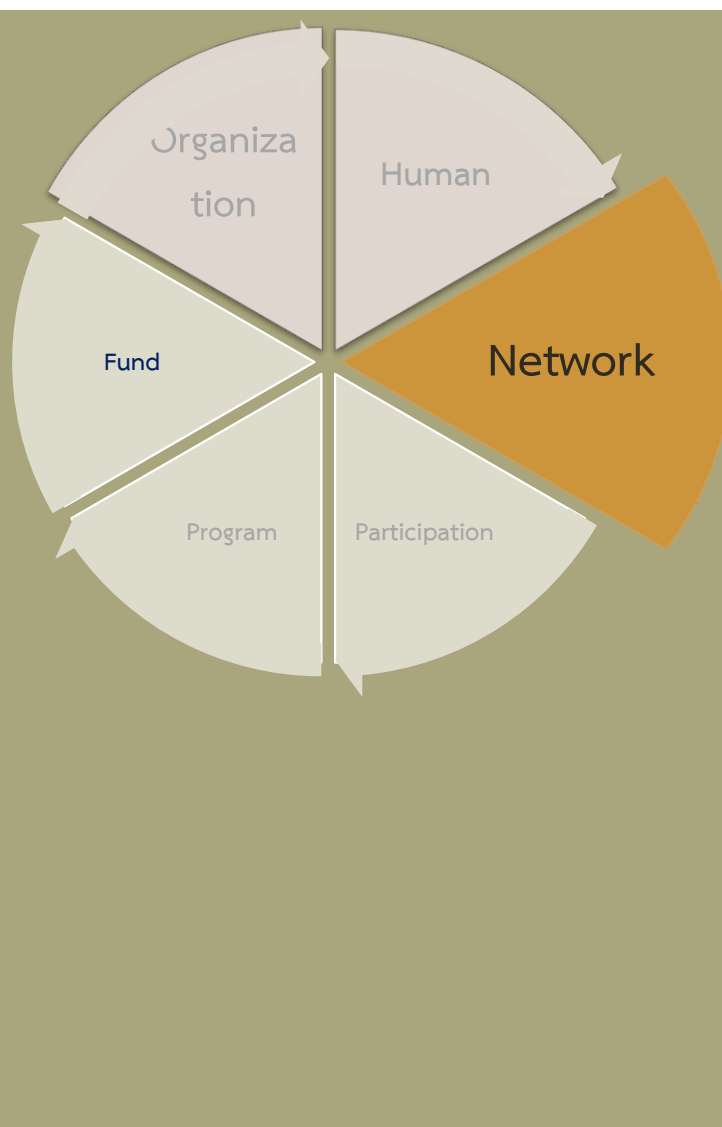
- แกนหลัก
- เครือข่ายภายใน
- คณะทำงานโครงการ
จัดตั้งฯ

ขยาย
หน้าจอ

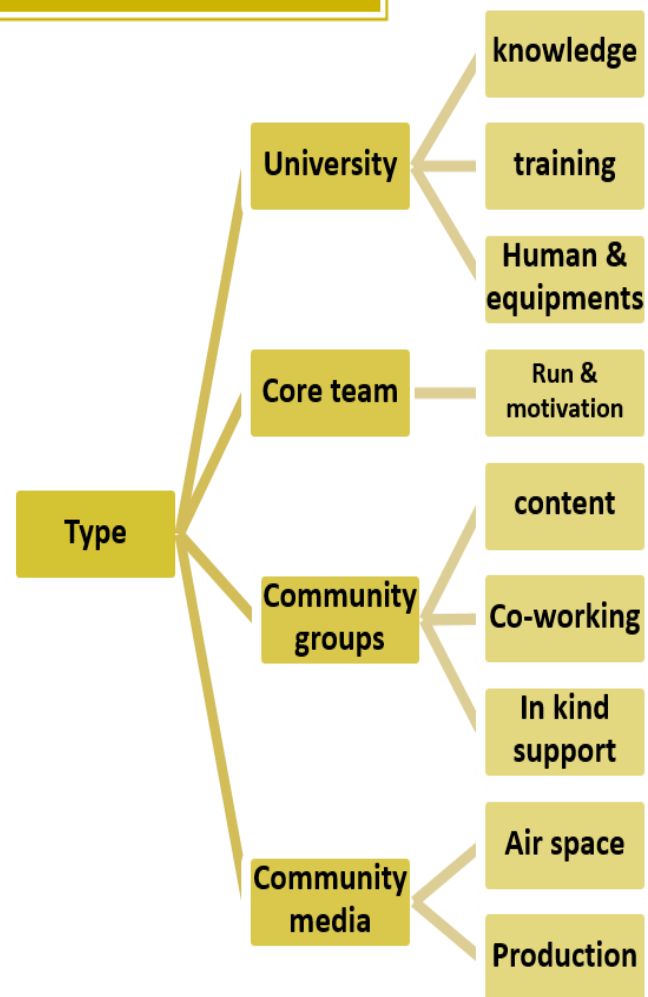
อาสาสมัคร un-paid &
paid (งบการผลิตบางส่วน)

- แกนหลัก
- เครือข่ายภายใน
- คณะทำงานโครงการจัดตั้งฯ
- ทีมผลิตหลัก

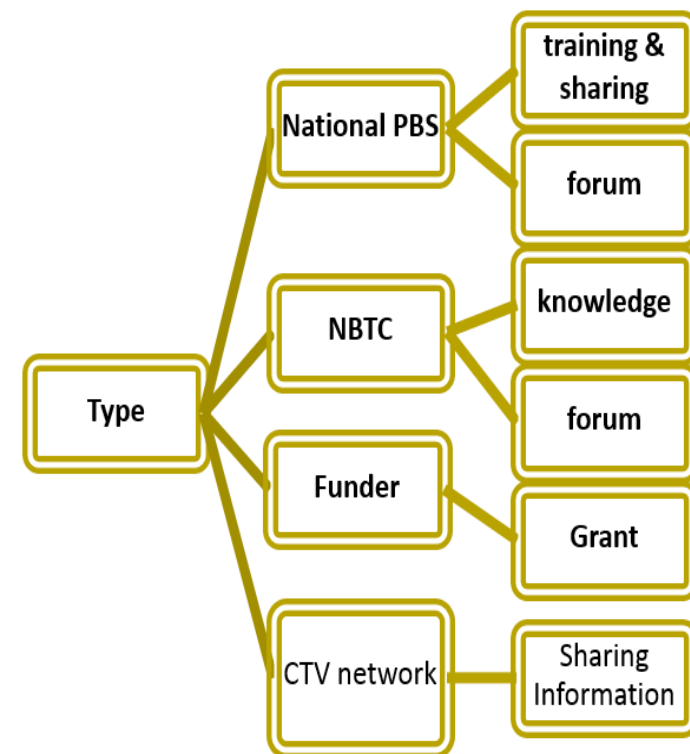
ขยาย
ผู้ชม

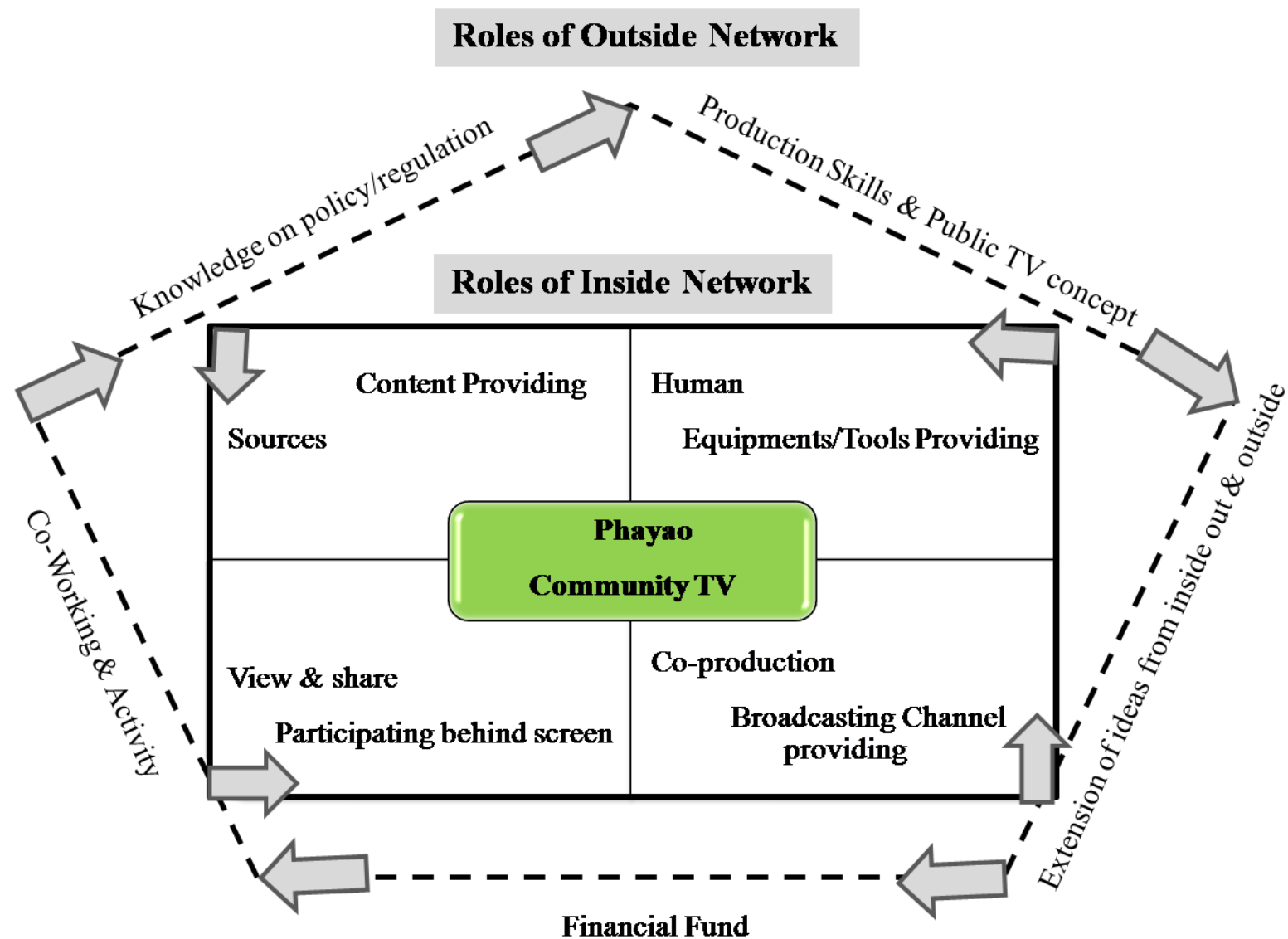
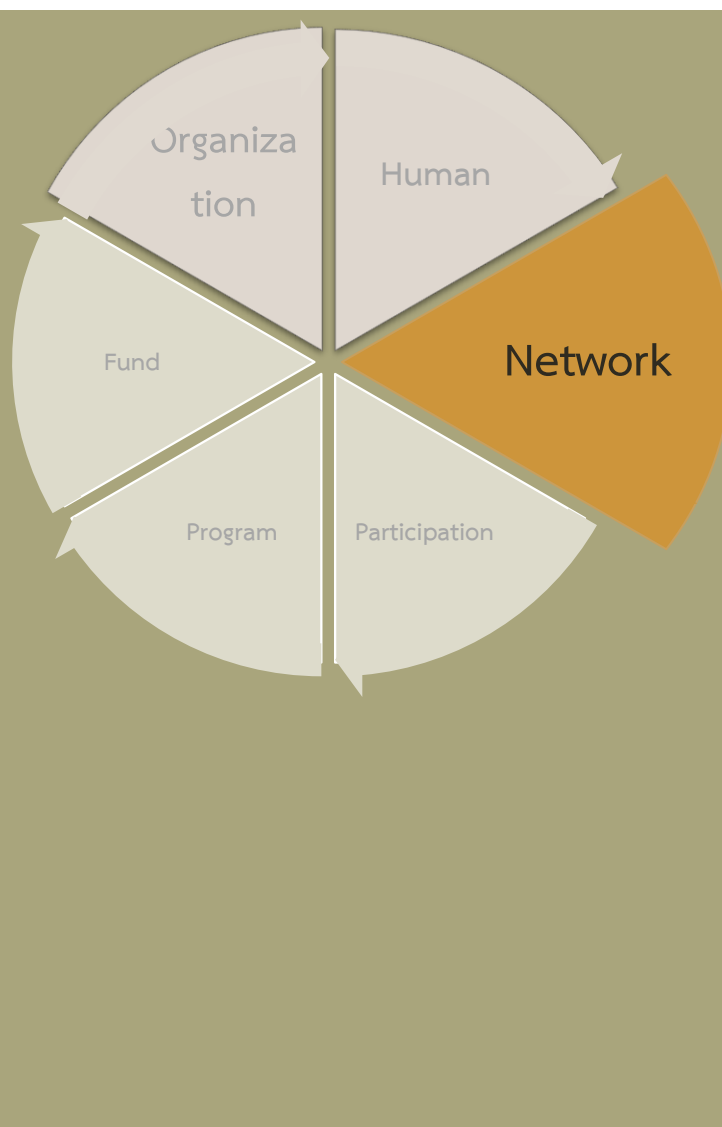


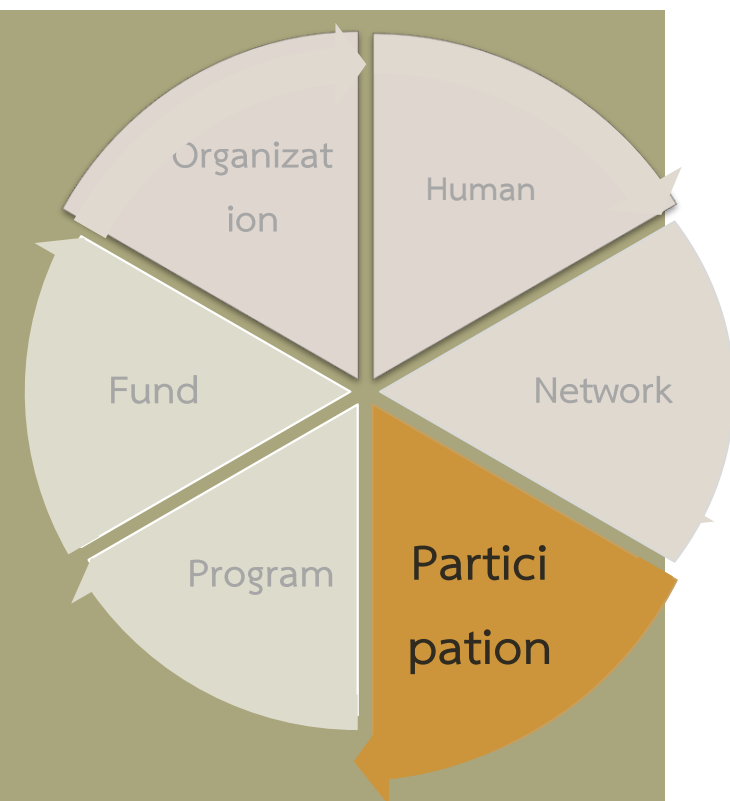
inside network



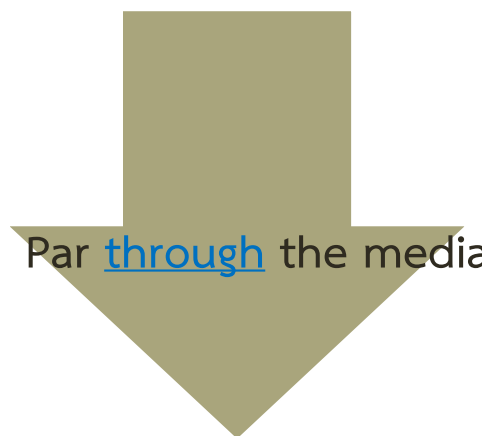
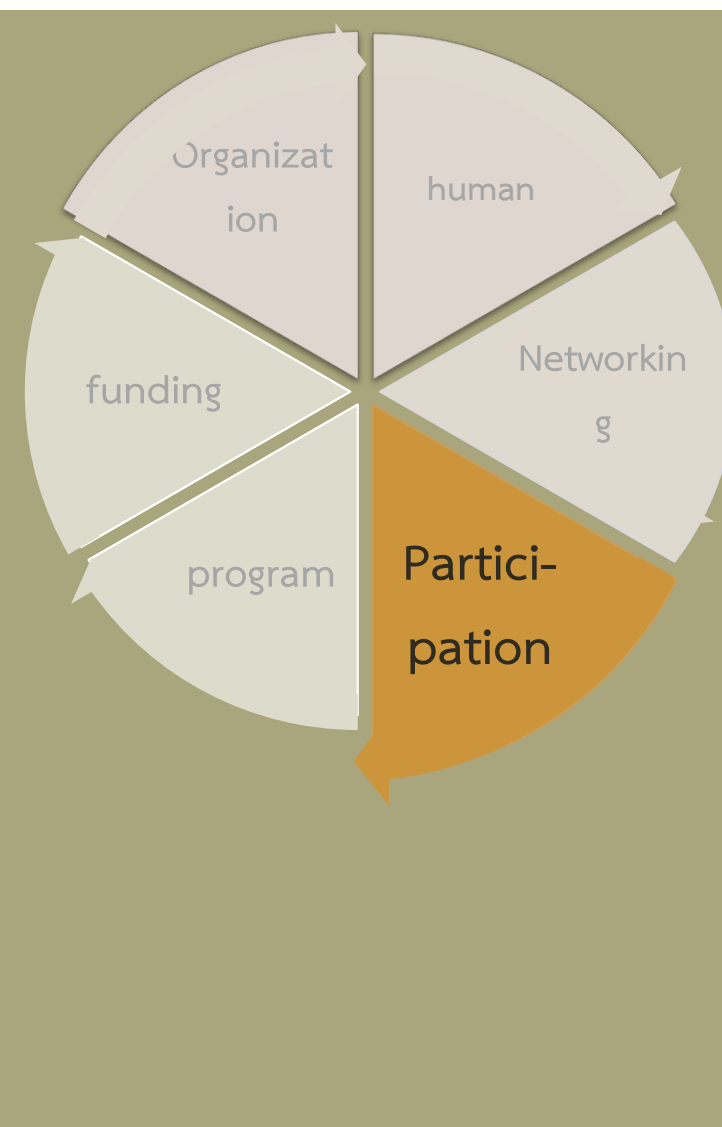
outside network





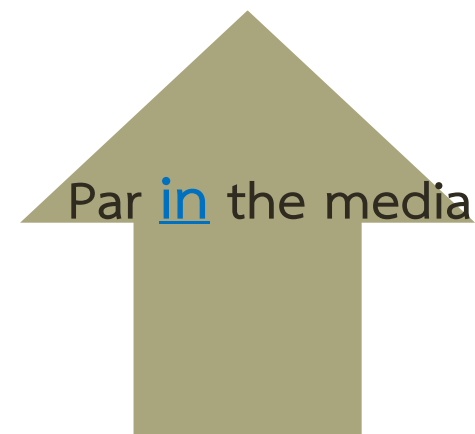


แนวคิดการมีส่วนร่วมสามารถอธิบายพลังของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารได้ การมีส่วนร่วมยังอยู่ระดับยอดปิระมิดเท่าไร จำนวนคนหรือกลุ่มจะยิ่งน้อยลง แต่จังหวะการเข้าออกในการเข้ามาร่วมไม่ต้องเป็นตามลำดับหรือพร้อมกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการ ศักยภาพและความเหมาะสมของแต่ละช่วงเวลา



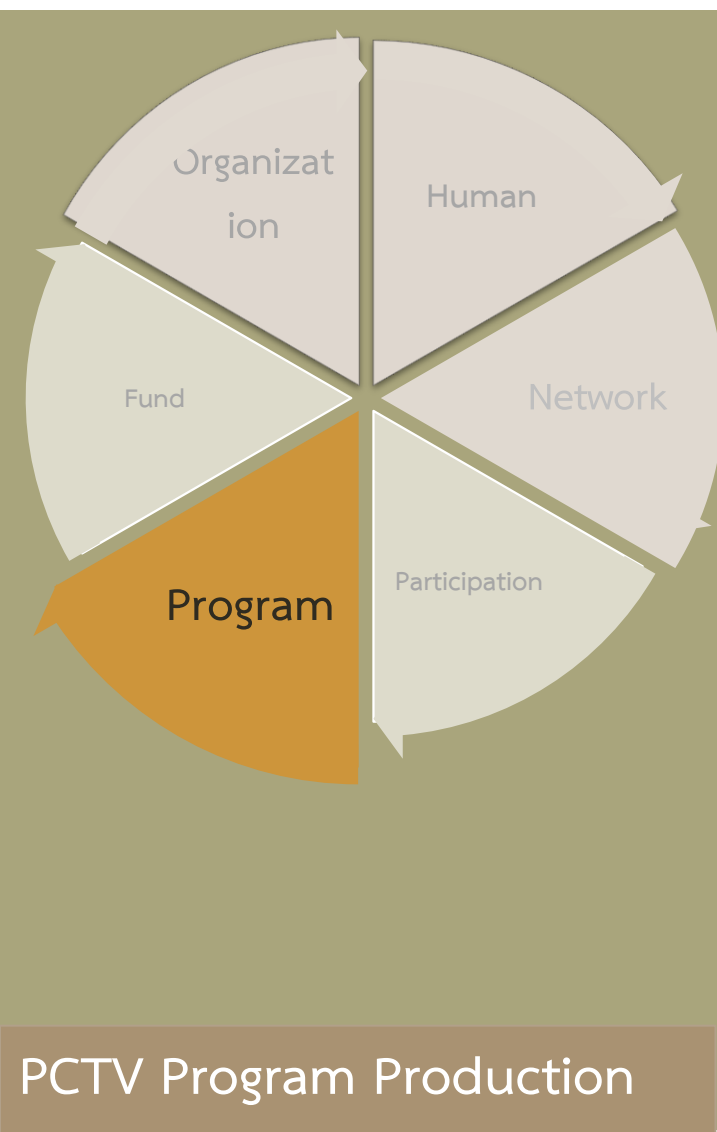
Par through the media

- ✓ Activities behind the screen
- ✓ Act as a public space
- ✓ Makes people interactive each other

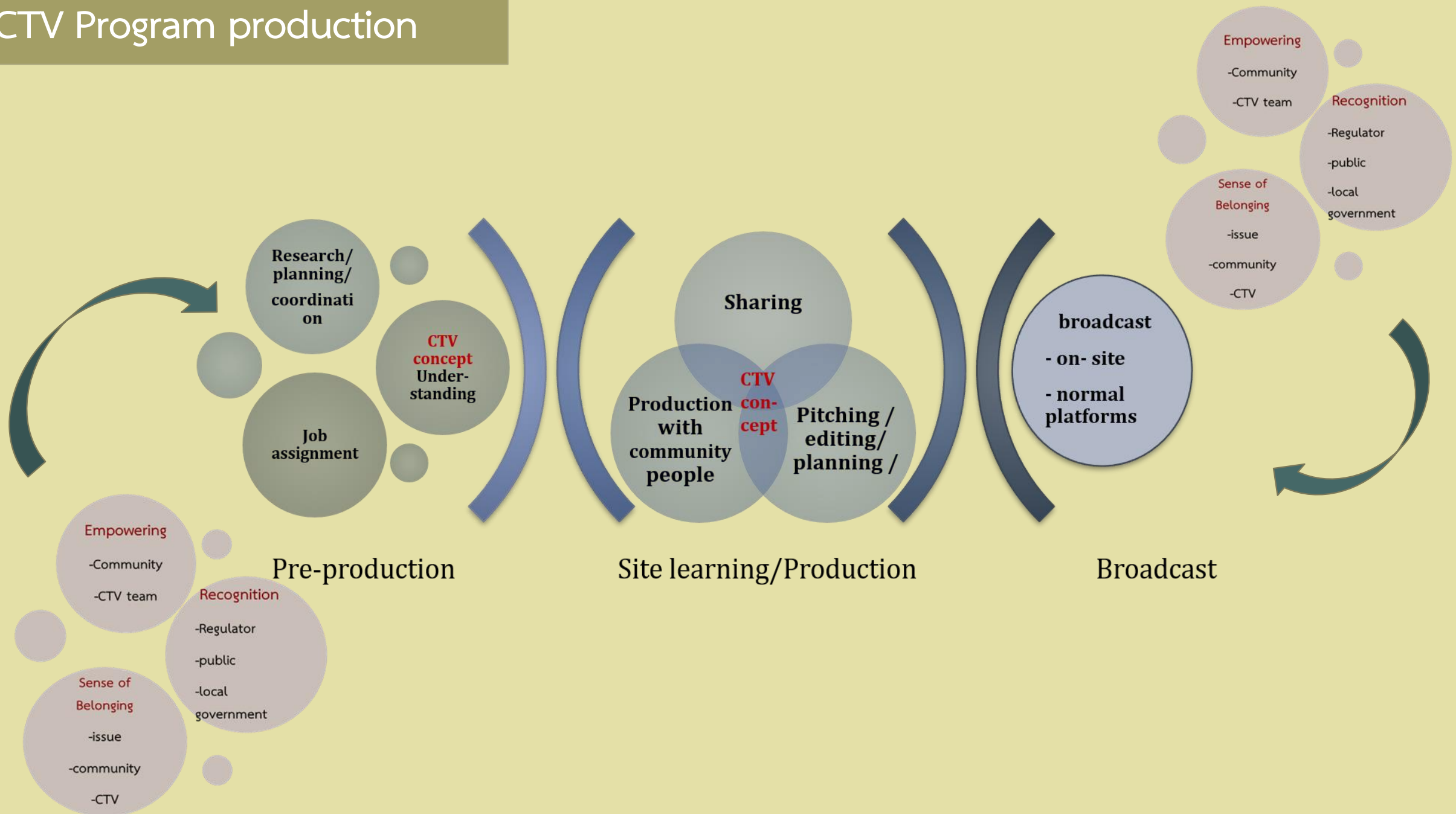


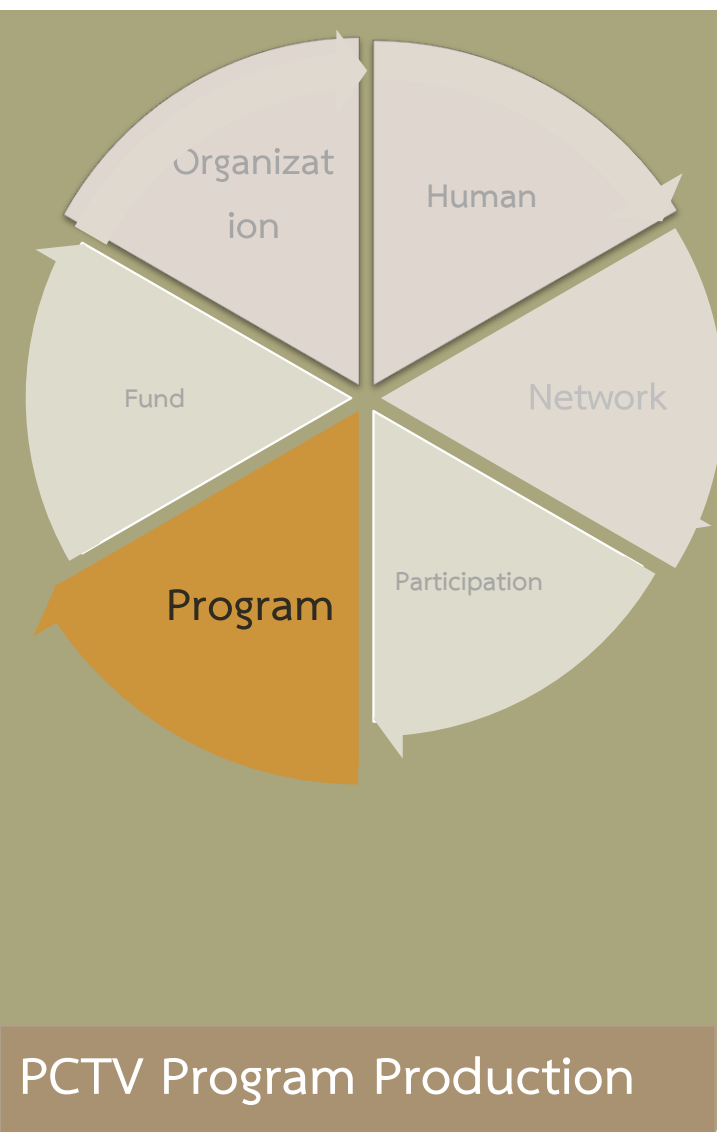
Par in the media

- ✓ In production process
- ✓ Board/ committee
- ✓ producer



PCTV Program production





Behind the screen

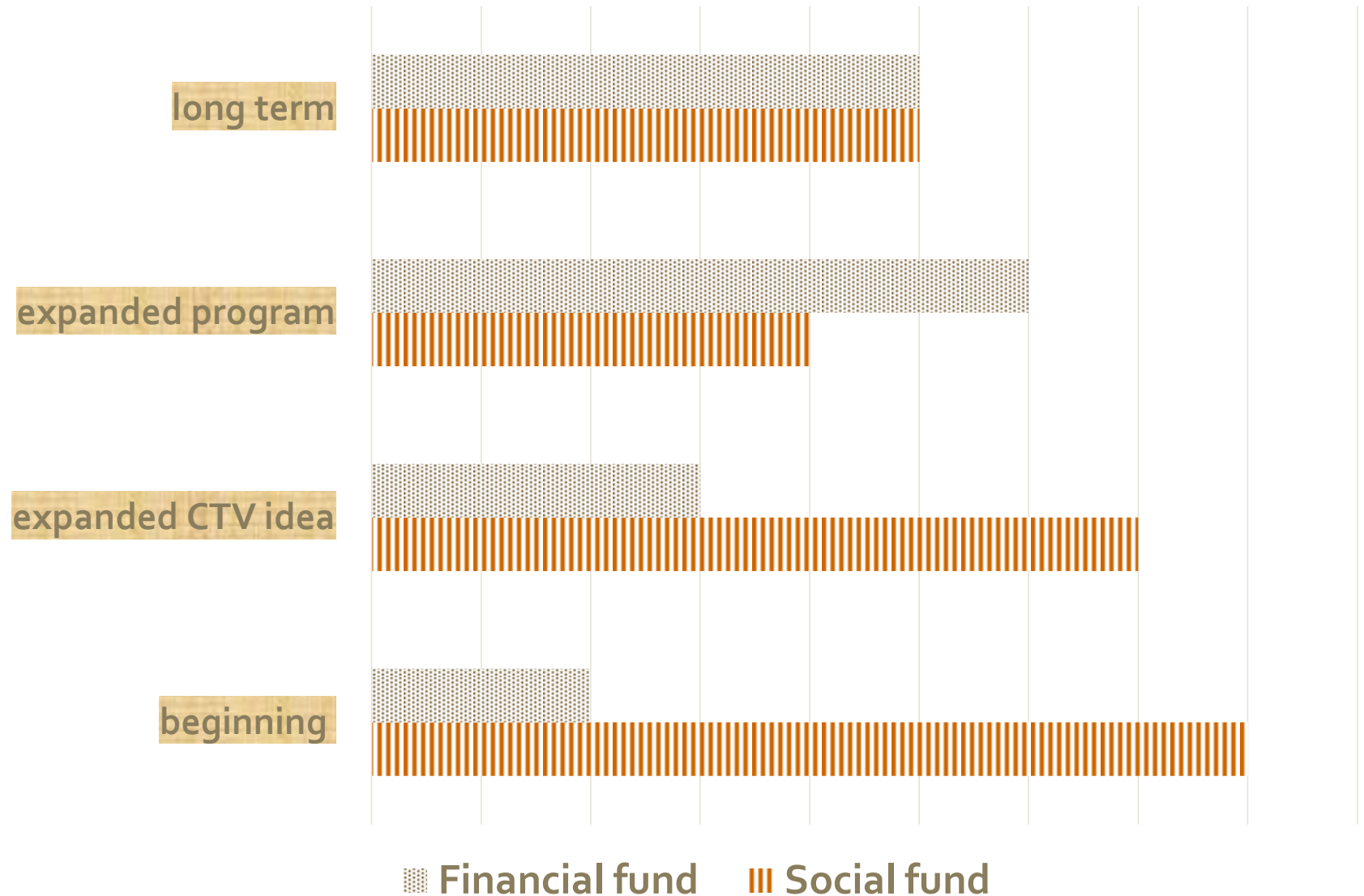


On the screen





FUNDING PROPORTION AND TIME FOR PCTV DEVELOPMENT



Social Fund



Management CTV Suggestion

- ✓ **องค์กร** วางโครงสร้างที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมทุกกระบวนการ เพราะการมีส่วนร่วมผูกพันกับความรู้สึกเป็นเจ้าของ
- ✓ **คน** ควรจัดการให้มีทั้งระบบเต็มเวลาที่ได้รับค่าตอบแทนและตามความสมัครใจที่ไม่มีค่าตอบแทน
- ✓ **รายการ**ควรมีการออกแบบยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมกับระยะเวลาการพัฒนาการของทีวีชุมชน และให้ความสำคัญกับกระบวนการหลังจอและหน้าจอ
- ✓ **การมีส่วนร่วม** ควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมที่หลากหลายเหมาะสมกับบริบท และกำหนดให้เป็นนโยบายและเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างองค์กร
- ✓ **เครือข่าย** จัดการและใช้ศักยภาพเครือข่ายให้เอื้อต่อการดำรงอยู่ขององค์กร และประสานและจัดการความต้องการ(ผลประโยชน์) ของแต่ละเครือข่ายที่ต่างกันให้กลายเป็นผลประโยชน์ร่วม
- ✓ **ทุน** ควรให้ความสนใจและสำคัญกับทุนทางสังคม เพราะทุนทางสังคมเป็นทุนเริ่มต้นและแปลงไปสู่ทุนทางการเงิน

คำอธิบายง่าย ๆ **ทีวี**
ชุมชนคืออะไร สำหรับการ
ขยายความคิดในพื้นที่

CTV Suggestion

คำอธิบายง่ายๆ เรื่องทีวีชุมชนที่คุยกับชุมชนฟังคือ "เป็นทีวีที่ไม่พยายามกำหนดเนื้อหาว่าอยากทำอะไรแต่ชุมชนต้องมาร่วมกำหนดและออกแบบว่าอยากให้นำเสนออะไรเป็นหลัก" ผลก็คือคนในชุมชนเข้าใจเร็ว เพราะรับรู้ถึงแตกต่างจากรายการทีวีอื่นที่เข้ามาพร้อมประเด็นที่ต้องการทำให้คนในชุมชนต้องร่วมใช้เวลา มาพูดคุย เล่าเรื่อง เปิดบ้าน ให้ที่พัก ทำกับข้าว และลุยทำรายการด้วยกันแถมเลี้ยงข้าวเลี้ยงน้ำ ฯลฯ

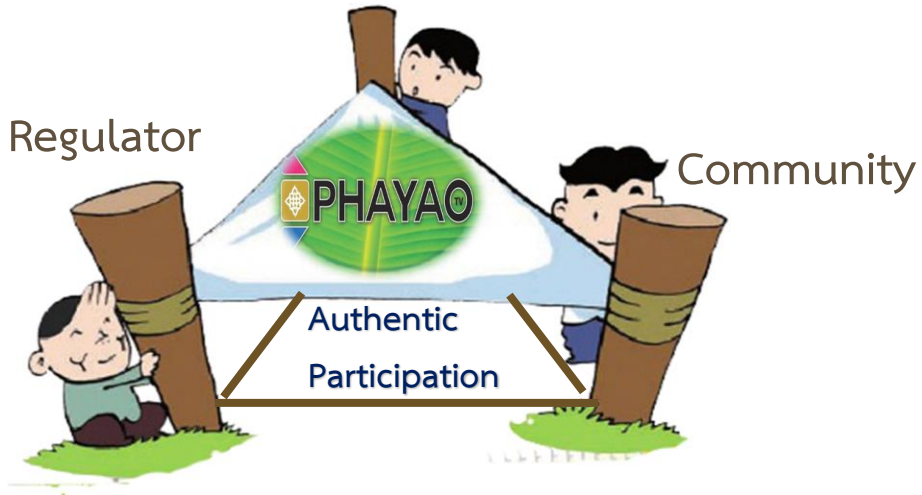
บทเรียนจากการลงปฏิบัติการขยายแนวคิดทีวีชุมชน@ด.เวียง จ.เชียงราย คือ **ชุมชนต้องโอบอุ้มสื่อและสื่อก็ต้องโอบล้อมชุมชนด้วยเช่นกัน และทีวีชุมชนเป็นสื่อที่ใช้ทุนทางสังคมสูงมาก #บันทึกจากพื้นที่งานพะเยาทีวีชุมชน**

ชุมชนทุกแห่งต่างมีเรื่องราวของแต่ละแห่งมากมาย เพียงแค่มีเวทีสื่อสาร ให้คนมาเล่าแบบรวมหมู่ เรื่องราวก็หลั่งไหลมาไม่ขาดสาย ผิดบ้างถูกบ้าง ซึ่งคนในชุมชนจะเป็นผู้ขจัดเกลาและกำหนดความจริงของพวกเขาเอง



Key Messages for CTV

Outside network



- ✓ ไม่สามารถบริหารจัดการหรือเป็นเจ้าของโดยคนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ที่เข้ามาจัดการและแพร่ภาพให้กับคนในพื้นที่หนึ่ง ๆ เหมือนสื่อภาคธุรกิจได้
- ✓ ที่วิชุมชนเป็นองค์กรสื่อที่จะดำรงอยู่ได้ควรประกอบด้วยเสาหลัก 3 เสาหลัก คือ เครือข่ายภายในชุมชน เครือข่ายภายนอก และภาคผู้กำกับดูแลนโยบายการสื่อสารระดับชาติโดยมีการมีส่วนร่วมจากเครือข่ายเป็นฐานเชื่อมเสาหลักทำงานเสริมกันและกัน

More Information

- <http://phayaoforum.com/?p=143>
- http://issuu.com/bychaiwatphayao/docs/phayaotv_ebook
- Relevant articles, contact : burarak@yahoo.com or <https://phayao.academia.edu/PatraBurarak>

