



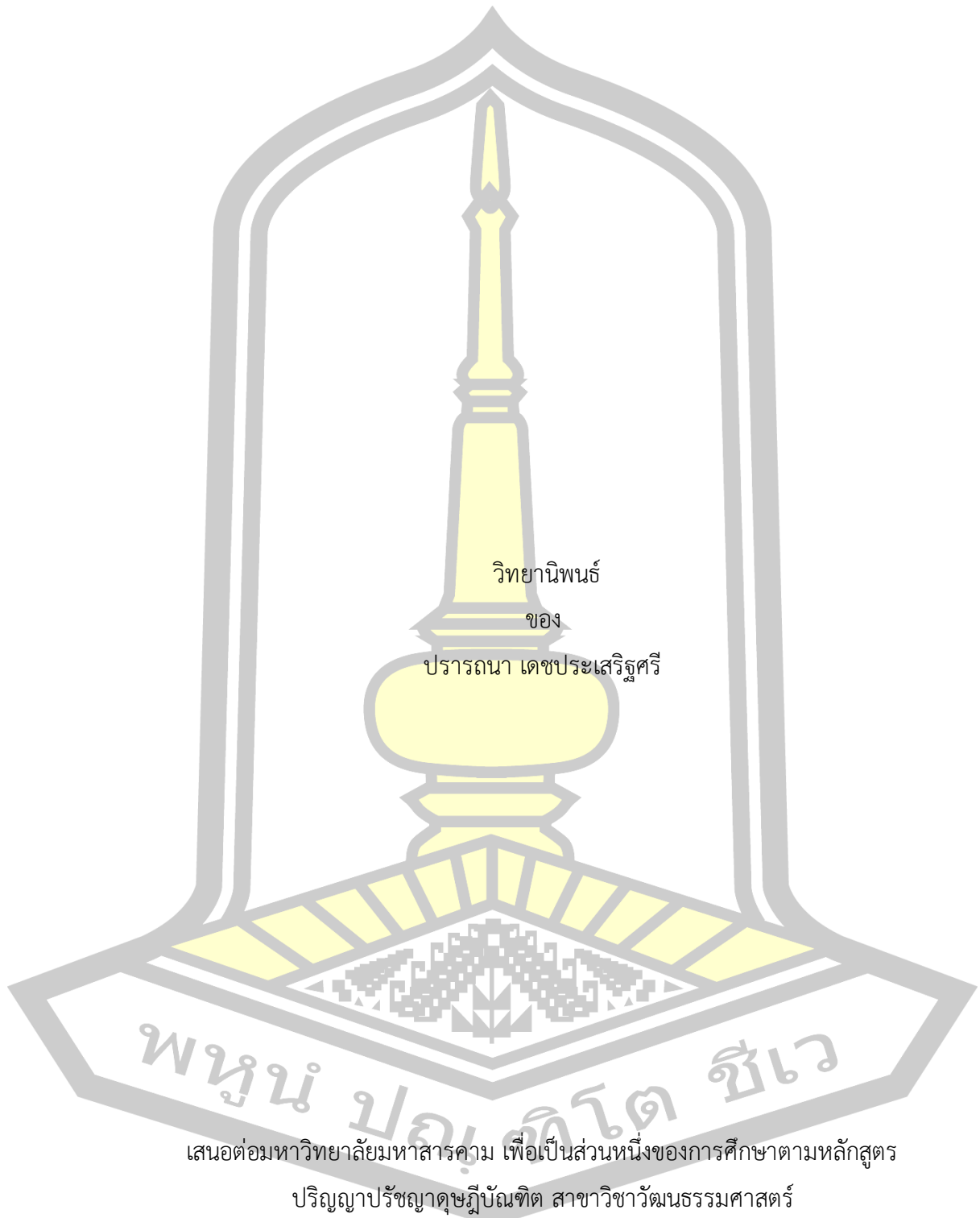
การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิทยานิพนธ์
ของ
ปรารณา เดชประเสริฐศรี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
เมษายน 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



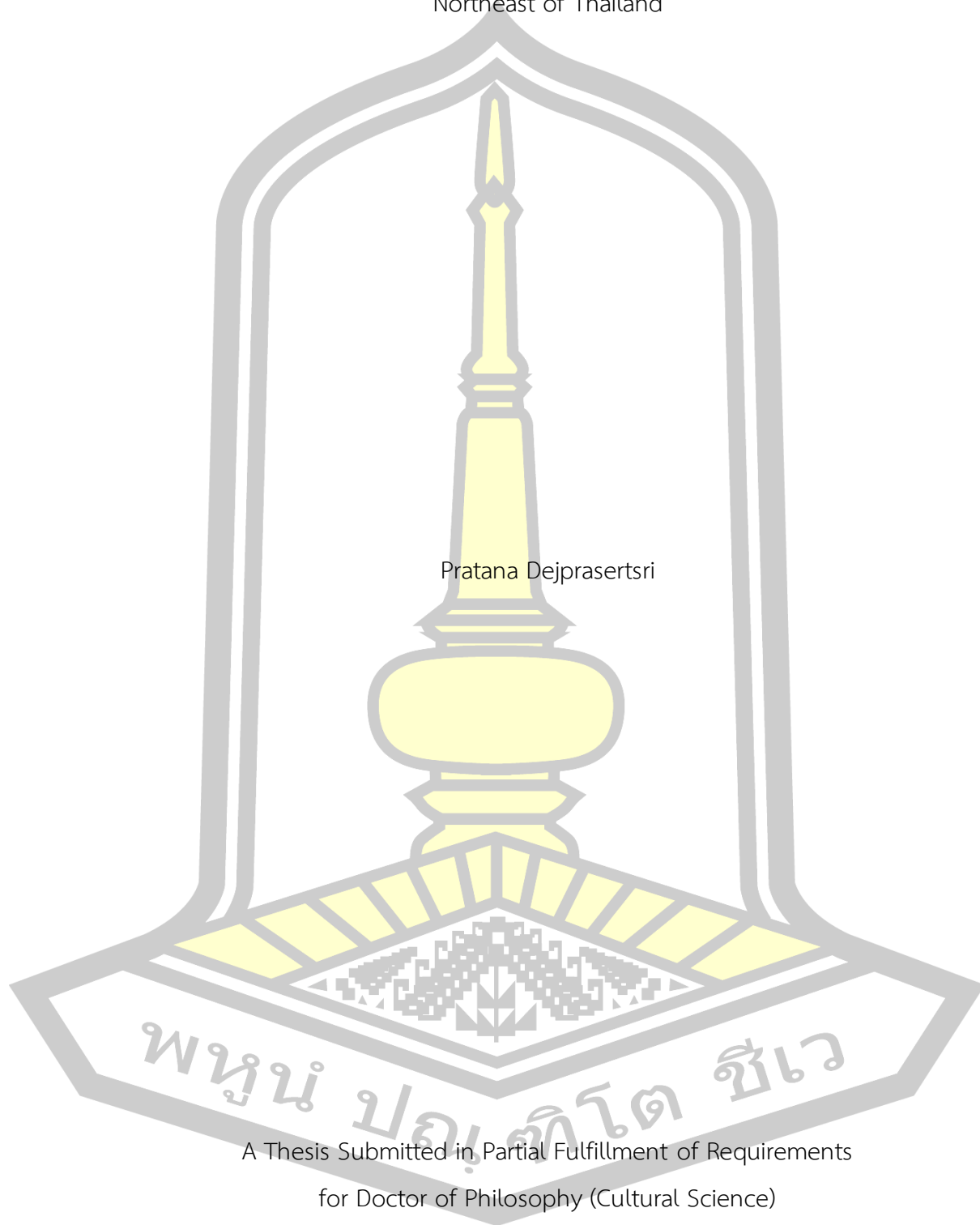
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์

เมษายน 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Development of Television Program to Promote the Local Culture Identity in the
Northeast of Thailand



Pratana Dejprasertsri

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Cultural Science)

April 2021

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวปรารธนา เดชประเสริฐศรี แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. สิทธิศักดิ์ จำปาแดง)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. พันธ์ โพธิ์บัติ)

กรรมการ

(ผศ. ดร. ศาสตรา เหล่าอรรคยะ)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(อ. ดร. อัญชลี บุปผามาลา)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(ศ. ดร. ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์)

(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรม

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ศาสตร์

ชื่อเรื่อง	การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
ผู้วิจัย	ปรารธนา เดชประเสริฐศรี		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พันส์ โพธิ์บัติ		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	วัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ 2. สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ และ 3. พัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกำหนดพื้นที่ในการวิจัยด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย กลุ่มผู้รู้ จำนวน 17 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 14 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 60 คน รวมจำนวน 91 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสำรวจ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนาม นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์เริ่มต้นจากภาครัฐจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร และสร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชน มีการนำเสนอเนื้อหารายการข่าวท้องถิ่นเป็นหลักในรูปแบบรายการข่าว ส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา ทั้งในรูปแบบรายการปพลิเคชันหรือรายการวาไรตี้ และรูปแบบรายการข่าว ด้านสภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์ได้มีการปรับเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหารายการท้องถิ่น จำนวนช่องรายการเฉพาะกลุ่ม ช่องทางรายได้จากธุรกิจการให้บริการ และกลยุทธ์ในการเข้าถึงผู้รับชมรายการ มุ่งเน้นการเป็นโทรทัศน์ของท้องถิ่นที่นำเสนอเนื้อหารายการข่าวท้องถิ่นและสาระความรู้เป็นหลักในรูปแบบรายการข่าว รูปแบบรายการพูดคุย และรูปแบบรายการนิตยสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอเนื้อหารายการที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นภาคอีสานด้วยภาษาท้องถิ่น ในรูปแบบรายการนิตยสาร รายการปพลิเคชัน และรายการข่าวท้องถิ่น ทั้งนี้ ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ คือ โครงสร้างรายการและลักษณะการ

นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ขาดความโดดเด่นน่าสนใจ จึงไม่สามารถกระตุ้นให้ผู้ชมติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ขาดความหลากหลาย และไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม ผู้นำเสนอรายการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทพื้นที่และความรู้ทางด้านวัฒนธรรม สื่อสารไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย พูดไม่ชัดเจน และขาดการสร้างลักษณะเฉพาะของตนเอง ส่งผลให้ผู้ชมไม่สามารถจดจำรายการได้ อีกทั้งระยะเวลาในการนำเสนอรายการยังไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้รับชมรายการด้วย และรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกออกเป็น 3 ขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกเป็นการจัดทำร่างรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขั้นตอนต่อมาเป็นการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น และขั้นตอนสุดท้ายเป็นรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านการรับรอง ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุระหว่าง 35-45 ปี องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์แสดงความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ เชื่อมโยงอดีตและปัจจุบันผ่านการเล่าเรื่องท้องถิ่น การเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่น การสร้างประสบการณ์ใหม่ และการสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยตนเอง องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ ส่วนเนื้อหารายการ ส่วนค้นรายการ และส่วนปิดรายการ องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ รายการสารคดี รายการนิตยสาร และรายการปกิณกะ องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ ควรมีทักษะการสื่อสาร ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมหรือประเด็นที่นำเสนอ บุคลิกภาพ และเป็นบุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์ และองค์ประกอบที่ 7 ระยะเวลาการนำเสนอควรมีความยาวระหว่าง 4-5 นาที และ 15-25 นาที

คำสำคัญ : รูปแบบ, รายการวิทยุโทรทัศน์, ส่งเสริมอัตลักษณ์, อัตลักษณ์ท้องถิ่น

TITLE	The Development of Television Program to Promote the Local Culture Identity in the Northeast of Thailand		
AUTHOR	Pratana Dejprasertsri		
ADVISORS	Assistant Professor Phanat Photibat , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Cultural Science
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2021

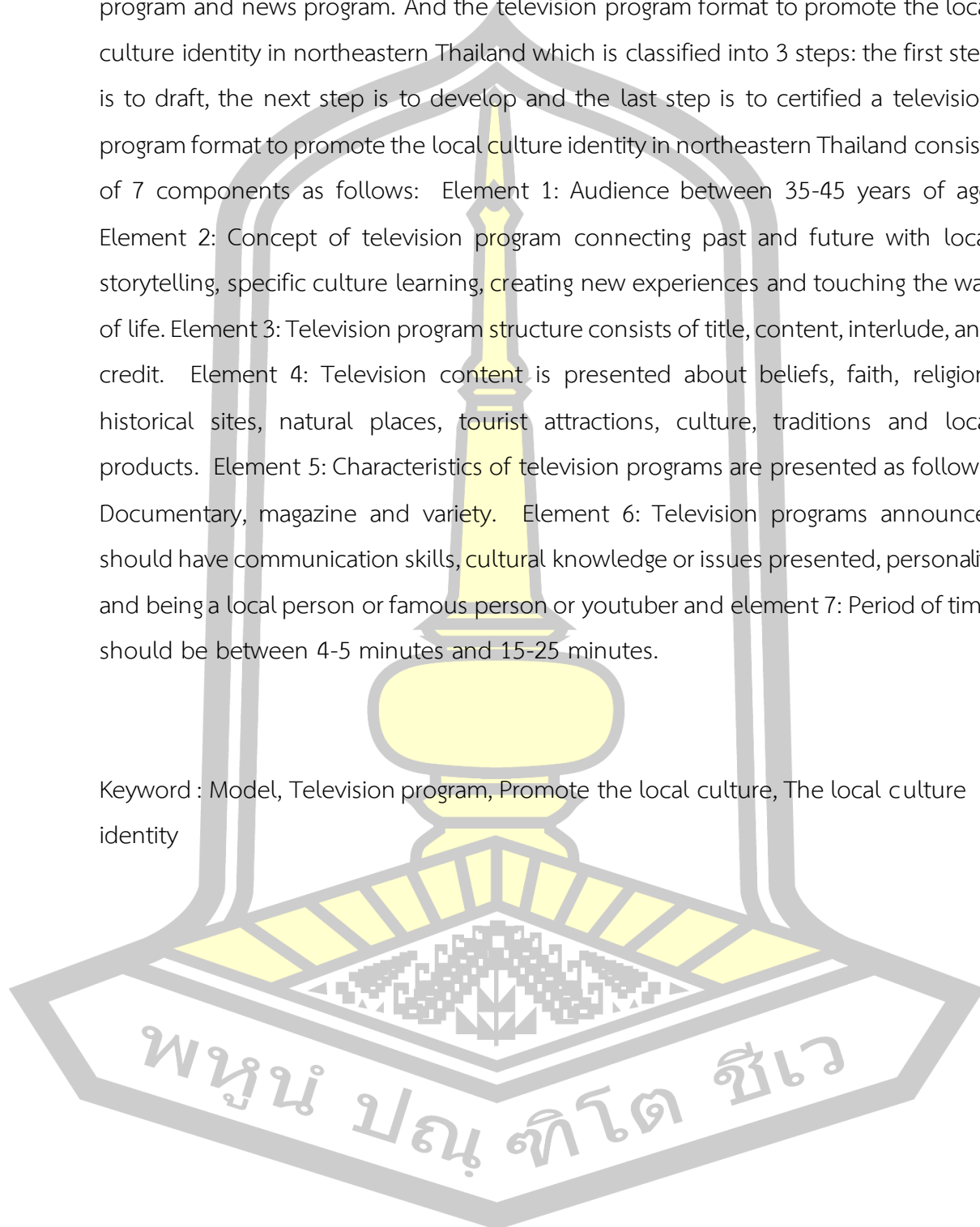
ABSTRACT

This research aims to study 1. History of television program 2. Current conditions and problems of television program and 3. Develop television program model to promote the local culture identity in northeastern Thailand. This research is a qualitative research by defining research areas with a specific selection method, such as Nakhon Ratchasima province, Khon Kaen province and Ubon Ratchathani province. The 91 key informants consisted of group of 17 key informant, 14 casual information and 60 general information. Surveys, observations, interviews and focus group discussions are all tools used to collected data. Then the data was compiled and presented the results of data analysis by the descriptive analysis method.

The research results were found that the television stations was established by the government for public relations, disseminating news and building public understanding. The tv content of local news programs is mainly presented in the form of news programs. For tv program to promote the local culture identity, the content focused on entertainment, quiz and answering the question in the form of variety program and news program. Nowadays, television stations have been adding a variety of local program content, more specific channels, revenue channels from other service businesses and strategies for reaching out to audiences. The administrator focus on being a local television station mainly presented local news and knowledge in the form of news program, talks program and magazine program. For tv program to promote the local culture identity, the content reflected on the localization of the

Isan region is presented in the local language in the form of magazine program, variety program and news program. And the television program format to promote the local culture identity in northeastern Thailand which is classified into 3 steps: the first step is to draft, the next step is to develop and the last step is to certified a television program format to promote the local culture identity in northeastern Thailand consists of 7 components as follows: Element 1: Audience between 35-45 years of age. Element 2: Concept of television program connecting past and future with local storytelling, specific culture learning, creating new experiences and touching the way of life. Element 3: Television program structure consists of title, content, interlude, and credit. Element 4: Television content is presented about beliefs, faith, religion, historical sites, natural places, tourist attractions, culture, traditions and local products. Element 5: Characteristics of television programs are presented as follows: Documentary, magazine and variety. Element 6: Television programs announcer should have communication skills, cultural knowledge or issues presented, personality and being a local person or famous person or youtuber and element 7: Period of time should be between 4-5 minutes and 15-25 minutes.

Keyword : Model, Television program, Promote the local culture, The local culture identity



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนัส โพธิ์บัติ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิศักดิ์ จำปาแดง ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคยะ กรรมการสอบ และอาจารย์ ดร.อัญชลี บุพผามาลา กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก สำหรับการให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแนวทางในการทำวิจัยให้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.सनัน การค้า และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ การค้า สำหรับโอกาสในการทำงานและการศึกษาต่อระดับปริญญาเอกในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ธนสาร เสริมสุข ที่ให้ข้อคิด คำสอน และชี้แนะแนวทางที่ดีอันเป็นประโยชน์ก่อให้เกิดแรงผลักดันให้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ที่ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานให้ดำเนินไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่ายิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณพ่ออภิชาติ คุณแม่อรพิน เดชประเสริฐศรี ที่ส่งเสริมสนับสนุนในทุกๆ ด้าน และเป็นกำลังใจสำคัญให้ผู้วิจัยสำเร็จในวันนี้ได้ ขอขอบคุณน้องชายสำหรับกำลังใจที่ดีที่มีให้พี่คนนี้เสมอมา และขอขอบคุณผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จนี้ทุกคน

ปรารภณา เดชประเสริฐศรี

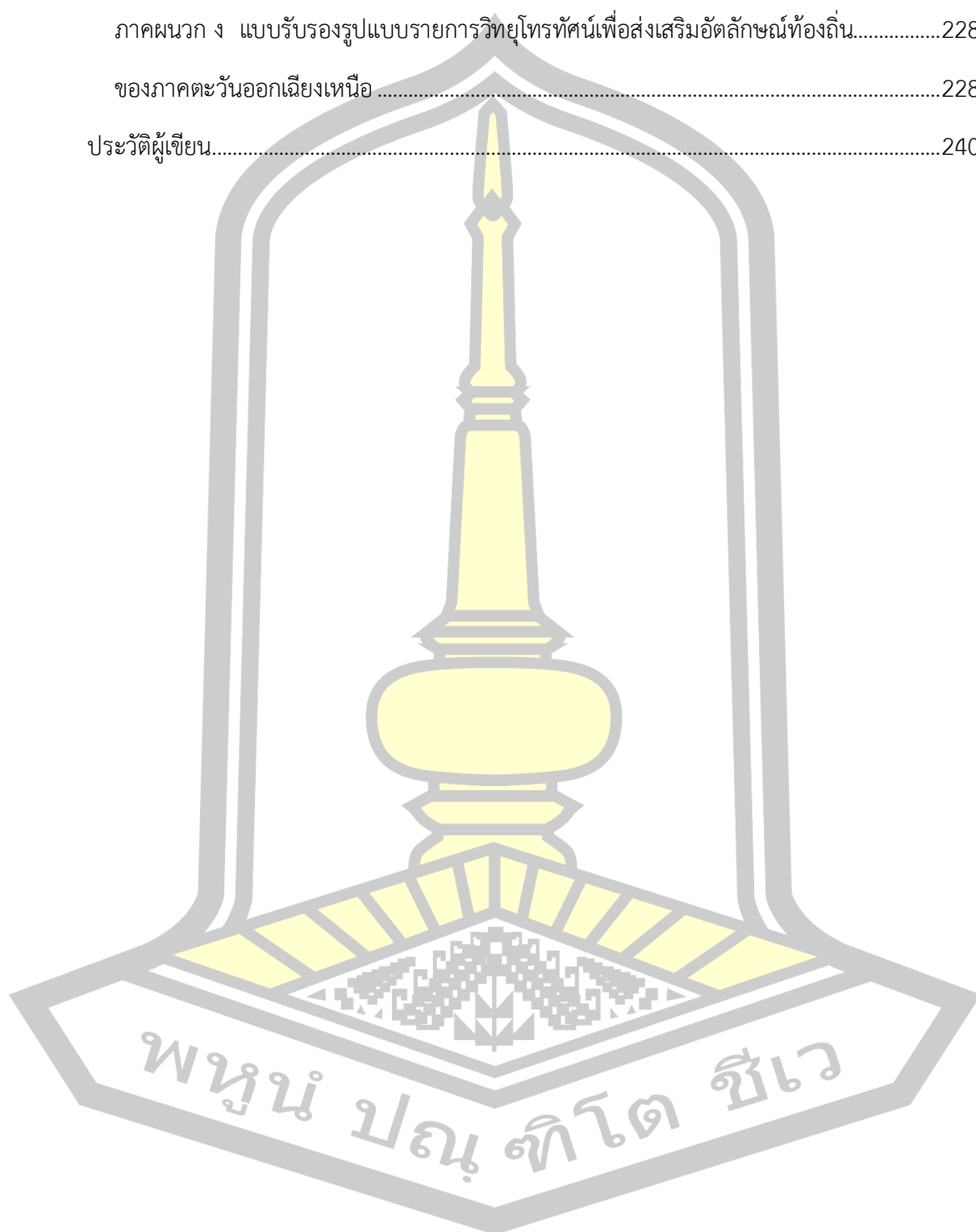
พนุน ปณ ทิโต ชีเว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
คำถามของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. องค์ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม.....	8
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย.....	24
3. กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง.....	45
4. บริบทพื้นที่วิจัย.....	50
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	59
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	66
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	74
1. ขอบเขตของการวิจัย.....	74

1.1	ขอบเขตเนื้อหา	74
1.2	วิธีการวิจัย.....	75
1.3	ระยะเวลาการวิจัย.....	75
1.4	พื้นที่ในการวิจัย.....	75
1.5	กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	77
2.	วิธีดำเนินการวิจัย.....	78
2.1	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	78
2.2	การเก็บรวบรวมข้อมูล	79
2.3	การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
2.4	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
ตอนที่ 1	ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์	82
ตอนที่ 2	สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์.....	101
ตอนที่ 3	การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	128
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	157
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	157
	สรุปผล.....	157
	อภิปรายผล.....	166
	ข้อเสนอแนะ.....	171
	บรรณานุกรม.....	174
	ภาคผนวก.....	182
	ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	183
	ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	213

ภาคผนวก ค รายงานผู้ให้สัมภาษณ์.....	217
ภาคผนวก ง แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น.....	228
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	228
ประวัติผู้เขียน.....	240



สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ภาพประกอบ 2 จังหวัดนครราชสีมา.....	50
ภาพประกอบ 3 จังหวัดขอนแก่น.....	53
ภาพประกอบ 4 จังหวัดอุบลราชธานี.....	56
ภาพประกอบ 5 การสัมภาษณ์ นายสมบัติ ชัยรัตน์.....	84
ภาพประกอบ 6 การสัมภาษณ์ นายบำรุง วสันตกรรม.....	89
ภาพประกอบ 7 การสัมภาษณ์ นายฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์.....	92
ภาพประกอบ 8 การสัมภาษณ์ นายไชนันท์ แสงทอง.....	94
ภาพประกอบ 9 การสัมภาษณ์ นายสุรัตน์ พิพัฒน์ไชยศิริ.....	96
ภาพประกอบ 10 การสัมภาษณ์ นายสัญญา ภัคดีโพธิ์.....	103
ภาพประกอบ 11 การสัมภาษณ์ อาจารย์ ดร.วิเชียร ก่อกิจกุล.....	105
ภาพประกอบ 12 การสัมภาษณ์ นายผดุง จตุรภัคดี.....	107
ภาพประกอบ 13 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์เคทีวี (KTV).....	109
ภาพประกอบ 14 การสัมภาษณ์ นายชาญชัย จินตนะกุล.....	110
ภาพประกอบ 15 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ขอนแก่น.....	112
ภาพประกอบ 16 การสัมภาษณ์ นายพิทยา แสงรุ่ง.....	113
ภาพประกอบ 17 การสัมภาษณ์ นายปิยะเมษฐ ปรานีตพลกรัง.....	115
ภาพประกอบ 18 การสัมภาษณ์ นายวิชัย ศิริสม.....	117
ภาพประกอบ 19 การสัมภาษณ์ นายปัญญา แพงเหล่า.....	118
ภาพประกอบ 20 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์เคซีทีวี (KCTV).....	121
ภาพประกอบ 21 การสัมภาษณ์ นายอุเทน แร่ทอง.....	122

ภาพประกอบ 22	การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์วีเคเบิล (VR Cable).....	124
ภาพประกอบ 23	(ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น.....	132
ภาพประกอบ 24	การสัมภาษณ์ นายไชนันท์ แสงทอง.....	134
ภาพประกอบ 25	การสัมภาษณ์ นายสัญญา ภัคดีโพธิ์.....	135
ภาพประกอบ 26	การสัมภาษณ์ อาจารย์ ดร.ธนสาร เสริมสุข.....	136
ภาพประกอบ 27	การสัมภาษณ์ นายเจริญ เฟื่องมูล.....	138
ภาพประกอบ 28	การสัมภาษณ์ นางพรพิมล คงตระกูล.....	139
ภาพประกอบ 29	การสัมภาษณ์ นายอุทัย พลพวก.....	140
ภาพประกอบ 30	การสัมภาษณ์ นางกมลพร คำนิง.....	142
ภาพประกอบ 31	การสัมภาษณ์ ดร.สุเทพ เม้าสง่า.....	143
ภาพประกอบ 32	การสัมภาษณ์ นายชลธิช จันทร์สิงห์.....	146
ภาพประกอบ 33	รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น.....	148
ภาพประกอบ 34	องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย (Audience).....	149
ภาพประกอบ 35	องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept).....	149
ภาพประกอบ 36	องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure).....	150
ภาพประกอบ 37	องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content).....	153
ภาพประกอบ 38	องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present).....	154
ภาพประกอบ 39	องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer).....	155
ภาพประกอบ 40	องค์ประกอบที่ 7 ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time).....	156
ภาพประกอบ 41	หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้บันทึกเก็บข้อมูลภาคสนาม.....	214
ภาพประกอบ 42	หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	215
ภาพประกอบ 43	หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้บันทึกเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลภาคสนาม.....	216

ภาพประกอบ 44 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นายไชนันท์ แสงทอง ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา.....	229
ภาพประกอบ 45 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นายสัญญา ภักดีโพธิ์ ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา.....	230
ภาพประกอบ 46 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ อาจารย์ ดร.ธนสาร เสริมสุข ตำแหน่ง ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.....	231
ภาพประกอบ 47 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ อาจารย์ ดร.อัญชลี บุพผามาลา ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.....	232
ภาพประกอบ 48 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ ดร.สุเทพ เม้าสง่า ตำแหน่ง นายกสมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน.....	233
ภาพประกอบ 49 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นางพรพิมล คงตระกูล ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น.....	234
ภาพประกอบ 50 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นางสาวจิรดา พูลสวัสดิ์ ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น.....	235
ภาพประกอบ 51 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นายเจริญ เพ็งมูล ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น.....	236
ภาพประกอบ 52 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นายอุทัย พลพวก ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี.....	237
ภาพประกอบ 53 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นางกมลพร คำนิง ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี.....	238
ภาพประกอบ 54 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ นายชลธิช จันทร์สิงห์ ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี.....	239

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือรู้จักกันในชื่อภาคอีสาน เป็นภูมิภาคที่สำคัญที่สุดภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทย มีพื้นที่ขนาดใหญ่ประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่ประเทศไทย ประกอบด้วย 20 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุดรธานี และอุบลราชธานี แบ่งการปกครองออกเป็นภาคอีสานตอนบนตั้งอยู่บนแอ่งสกลนครติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และภาคอีสานตอนล่างตั้งอยู่บนแอ่งโคราชติดกับประเทศกัมพูชา มีพื้นที่ทำการเกษตรมากที่สุด เป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศ ซึ่งสามารถปลูกข้าวหอมมะลิคุณภาพดีที่สุดของประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดยโสธร ศรีสะเกษ สุรินทร์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด และทุ่งสัมฤทธิ์ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและบุรีรัมย์ ด้านอุตสาหกรรมของภาคส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ตามเมืองหลัก เช่น จังหวัดขอนแก่น และนครราชสีมา ซึ่งมีทิศทางการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งที่ตั้งของภาคยังอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ส่งผลให้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เกิดการเคลื่อนย้ายประชากรจากภูมิภาคอื่นมาอยู่อาศัยตั้งรกราก ผสมกับประชากรเดิมที่อยู่อาศัยในพื้นที่มาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ภาคอีสานมีประชากรจำนวนมากที่สุดในประเทศ โดยจังหวัดนครราชสีมามีจำนวนประชากรมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดขอนแก่น นอกจากนี้ ภาคอีสานยังมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งได้รับการสืบสาน ส่งต่อ และตกทอดมาจากบรรพกาล

วัฒนธรรมอีสานมีความโดดเด่นและหลากหลาย สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการเรียนรู้ สัมผัสประสบการณ์ ปรับปรุงให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ และปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเป็นระบบหลายชั่วอายุคน ซึ่งแสดงผ่านวิถีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา ประเพณี และพิธีกรรม กลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอีสาน อาทิ ความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา ความศรัทธาที่มีต่อท่านท้าวสุรนารี ความเชื่อเรื่องพระธาตุขามแก่น ประเพณีผูกเสี่ยว ประเพณีไหลเรือไฟ ประเพณีแห่เทียนพรรษา และการแข่งขันเรือยาว เป็นต้น การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ในการนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะแต่ละพื้นที่ อาทิ หมี่โคราช เค็มบักนัด

ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้ากาบบัว เครื่องทองเหลือง และเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น นอกจากนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมอีสานที่แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมเก่าแก่ ซึ่งสามารถบอกเล่าประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านการออกแบบ ก่อสร้าง อนุรักษ์ และบูรณะต่อกันมาจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง ทั้งที่เป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ อาทิ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติภูเวียง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ปราสาทเปือยน้อย และภูประภาชัย เป็นต้น สถานที่ธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน สามพันโบก และแม่น้ำสองสี เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว วัดพระธาตุหนองบัว พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง และบึงแก่นนคร เป็นต้น

การสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานทางสังคมที่สำคัญอย่างหนึ่งในการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น วิธีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีตประเพณี พิธีกรรม และภูมิปัญญา ซึ่งกลุ่มชนและสังคมได้ร่วมสร้างสรรค์ สังคม ปลูกฝัง สืบทอด เรียนรู้ ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงาม ทั้งด้านจิตใจและวัตถุอย่างสันติสุขและยั่งยืน (“พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2553,” 2553) ซึ่งการสื่อสารวัฒนธรรมสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจผ่านวัจนภาษา อาทิ การพูดคุย การเล่าเรื่อง การเล่านิทาน การสวดมนต์ และการร้องเพลง เป็นต้น อวัจนภาษา อาทิ ประเพณี พิธีกรรม วรรณกรรม ศิลปะการแสดง กีฬาพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน ศาสนสถาน และสถาปัตยกรรม เป็นต้น เมื่อมีการพัฒนาสื่อสารมวลชน สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อใหม่ จึงมีการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ประสบการณ์ และวิทยาการ ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น วิทยุโทรทัศน์เป็นช่องทางทางการสื่อสารในระดับสาธารณะสามารถเข้าถึงมวลชนได้ในวงกว้าง มีรูปแบบการสื่อสารทั้งแบบทางเดียวและการสื่อสารปฏิริยาตอบกลับแบบทางอ้อม คุณลักษณะเด่นของสื่อวิทยุโทรทัศน์คือ สามารถถ่ายทอดและรับสารเกือบจะในเวลาเดียวกันที่เหตุการณ์เกิดขึ้น และมีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลายมากเป็นทั้งภาพและเสียง (กาญจนา แก้วเทพ, 2552c) นอกจากนี้ วิทยุโทรทัศน์ยังมีความใกล้ชิดท้องถิ่นทั้งในด้านกายภาพและทางด้านจิตวิทยาที่สามารถให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายระดับและรูปแบบโดยมุ่งเน้นการเป็นสื่อเพื่อบริการสาธารณะ รวมถึงเป็นช่องทางนำเสนอความเป็นท้องถิ่นสู่ช่องทางระดับชาติ และเป็นช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมพื้นบ้านในพื้นที่การออกอากาศ (ภัทรา-บุรารักษ์, 2551 ; ทฤทัย ชัดนาค และคณะ, 2547 ; David J, 2005 ; อ้างอิงมาจาก Miquel de Moragas Spà and Carmelo Garitaonandia, 1998)

การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงสื่อวิทยุโทรทัศน์ เกิดการหลอมรวมเข้ากับสื่ออื่น ทำให้วิทยุโทรทัศน์กลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่เคลื่อนที่ได้ ผู้ชมในเมืองและท้องถิ่นสามารถเปิดรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์พร้อมกันผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ หรือเปิดรับสัญญาณช่องทางโทรศัพท์มือถือแบบต่างๆ จะรับชมที่ไหนเมื่อไรก็ได้ เลือกรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์

ตามความต้องการ และรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ย้อนหลังผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ สามารถโต้ตอบ และแสดงความคิดเห็นกลับไปรายการวิทยุโทรทัศน์นั้นๆ ได้ทันทีที่ออกอากาศ และยังสามารถนำ เนื้อหาของรายการมาสร้างเป็นเนื้อหาใหม่ได้อีกด้วย เกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพ ของสัญญาณ คุณภาพของภาพและเสียง อุปกรณ์ภายในสถานีโทรทัศน์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตและ การแพร่ภาพออกอากาศควรมีประสิทธิภาพมากพอในการส่งสัญญาณระบบเอชดีดีจิทัล เกิดการ แข่งขันของสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อของผู้รับชมรายการวิทยุ โทรทัศน์ที่มีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบและเพิ่มปริมาณการใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ทั้งการ ติดต่อสื่อสาร การรับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น และที่สนใจเฉพาะกลุ่ม สถานีโทรทัศน์ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค รวมถึงเคเบิลทีวี จึงต้องปรับตัวเองโดยการนำเสนอรายการผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ยูทูบ เฟสบุ๊ค เป็นต้น เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงคนดู ทำให้คนดูสามารถเลือกดูรายการออกอากาศสด และรายการย้อนหลังได้ทันทีบนสมาร์ตโฟน สื่อวิทยุโทรทัศน์เกิดการแข่งขันในการนำเสนอเนื้อหาที่ รวดเร็ว สั้น กระชับ โดยการปรับเวลาในการนำเสนอให้สั้นลง พัฒนารูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม กับสื่อโซเชียลมีเดีย และนำเสนอเนื้อหาที่คนดูสามารถนำไปต่อยอดในการดำเนินชีวิตได้

จากการพลิกผันทางสื่อสารมวลชน ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ผลิตรายการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหา หนทางในการปรับตัวให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลง ไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังคงต้องรักษาบทบาทหน้าที่ทางสังคมของสถาบันสื่อสารมวลชน 5 ประการ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การประสานส่วนต่างๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน การสร้างความต่อเนื่องทาง สังคม การให้ความเพลิดเพลินแก่สมาชิกสังคม และการรณรงค์ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ โดยเน้นในเรื่องของการถ่ายทอดวัฒนธรรมกระแสหลักของสังคม และยอมรับวัฒนธรรมย่อยหรือ วัฒนธรรมทางเลือก และวัฒนธรรมใหม่ๆ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550 ; อ้างอิงมาจาก McQuail, 1994) เพื่อให้สถานีวิทยุโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน สามารถดำเนินงานต่อไปท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง สามารถรักษา จำนวนผู้สนับสนุนรายการ เพิ่มจำนวนผู้รับชมเป้าหมายในทุกช่องทาง ผลิตรายการที่น่าสนใจ สอดคล้องกับบริบทสังคมท้องถิ่น และยังคงนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่สามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรม ท้องถิ่นอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้

อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นลักษณะเฉพาะที่เกิดจากภูมิปัญญา วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมเฉพาะพื้นที่ ทั้งในเรื่องของความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งได้รับการส่งต่ออย่างเป็นระบบมาหลายชั่วอายุคน และยังสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ดีขึ้น ได้ คนท้องถิ่นในฐานะที่เป็นเจ้าของทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง มีหน้าที่สร้างความมีส่วนร่วมของคน

ในพื้นที่ โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเองมาเล่าเรื่องราว สร้างการเรียนรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ และต่อยอดองค์ความรู้ชุมชน ทั้งนี้ การส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านรายการวิทยุโทรทัศน์จึงมีความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการสืบสานและเผยแพร่อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้คงอยู่สู่คนรุ่นต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการสื่อสารเป็นส่วนสำคัญในการติดต่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ และประสบการณ์ โดยอาศัยผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่จะทำหน้าที่ในการสื่อสารถ่ายทอดเผยแพร่วัฒนธรรมอันดีงาม ดังนั้น การเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นจะทำให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้ของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก โดยต้องอาศัยภาครัฐบาล ความร่วมมือจากภาคประชาชนและภาคองค์กรอื่นๆ ร่วมกันสร้างรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ที่เหมาะสมและเป็นรูปธรรม

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำถามของการวิจัย

1. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นอย่างไร
2. สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นอย่างไร
3. รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการศึกษาวิจัยจะทำให้ทราบถึงความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ต่อการศึกษาได้
2. ผลการศึกษาวิจัยจะทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการสื่อสารมวลชน องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันได้
3. ผลการศึกษาวิจัยทำให้ได้รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน องค์กรวิชาชีพ สื่อสารมวลชน ผู้ประกอบการสื่อสารมวลชน หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา หมายถึง การกำหนดแนวคิดหรือแนวทางหรือวิธีการที่จะนำไปสู่การสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้ดีขึ้น

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง การนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ให้กับผู้ชมรายการผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยมีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้การสื่อสารรายการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นตรงกลุ่มและชัดเจน
2. แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง แนวทางในการถ่ายทอดเรื่องราวการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้ปรากฏในรายการวิทยุโทรทัศน์
3. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง ส่วนประกอบที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของรายการวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ ส่วนเนื้อหารายการ ส่วนค้นรายการ และส่วนปิดรายการ
4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง การนำเสนอเนื้อเรื่อง เรื่องราว ข้อมูล และความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารหรือนำเสนอให้กับผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์
5. ลักษณะการนำเสนอ หมายถึง วิธีการนำเสนอเนื้อหาหรือส่วนที่บรรจุไว้ในรายการวิทยุโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมจุดเด่นและความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในรายการวิทยุโทรทัศน์

6. ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง ผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการให้เป็นไปตามที่กำหนดและต้องปรากฏตัวทางวิทยุโทรทัศน์เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ไปยังผู้ชมรายการ

7. ระยะเวลาการนำเสนอ หมายถึง การกำหนดความยาวของเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์

รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น หมายถึง การนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ที่มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเนื้อหาหรือเรื่องราวต่างๆ เพื่อส่งเสริมความรู้เข้าใจหรือเผยแพร่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์

ส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น หมายถึง การนำเสนอเผยแพร่เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ที่มีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่นผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์

อัตลักษณ์ท้องถิ่น หมายถึง ลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งแสดงออกมาให้รู้จักหรือรับรู้หรือจดจำได้ ได้แก่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

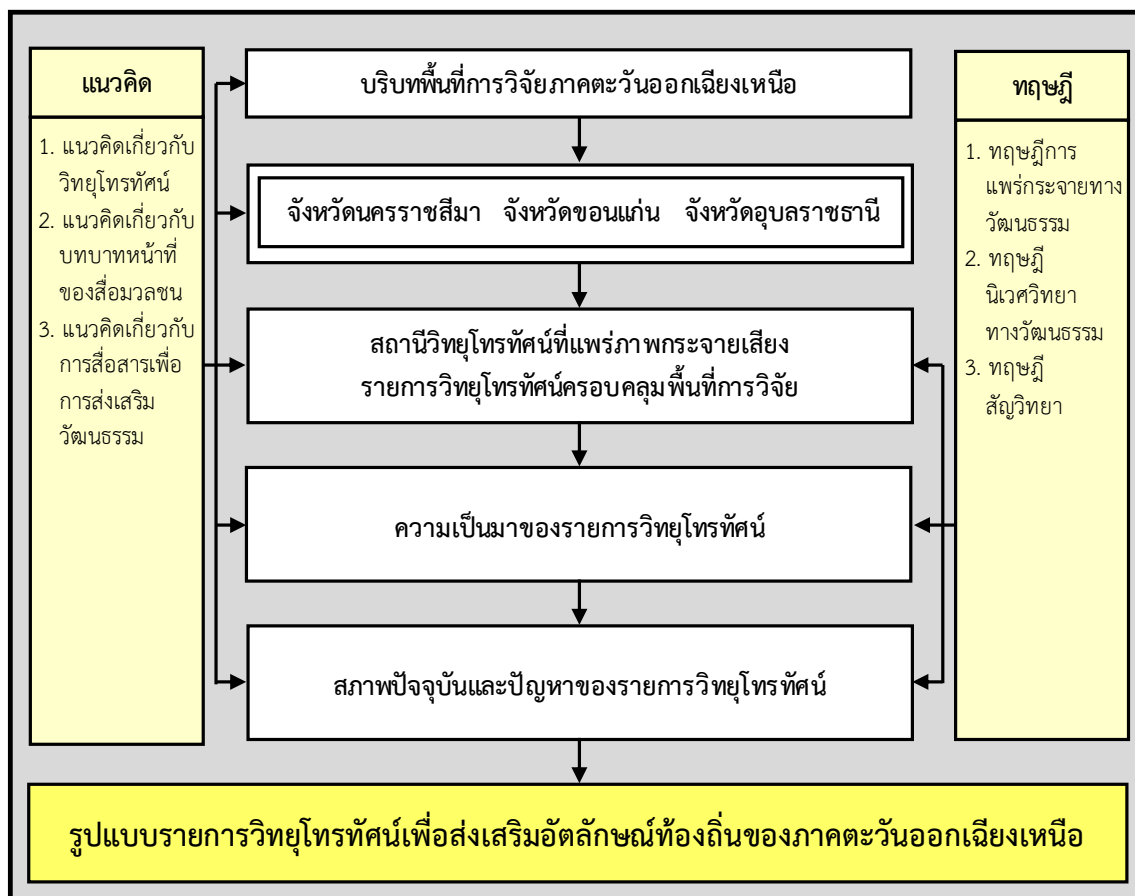
สื่อวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง ช่องทางการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ที่แสดงภาพและเสียงพร้อมกัน หรือช่องทางการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ผ่านสื่อโทรทัศน์

สถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรซึ่งเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ ทำหน้าที่ดำเนินการสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์และให้บริการ ส่งสัญญาณภาพและเสียงครอบคลุมพื้นที่ระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยที่ตั้งของหน่วยงานอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

พูน ปณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกเอกสารอ้างอิงออกเป็นประเด็นในการศึกษา ดังนี้

1. องค์ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม
 - 1.1 สังคมและวัฒนธรรม
 - 1.2 การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม
 - 1.3 อัตลักษณ์ท้องถิ่น
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย
 - 2.1 วิทยุโทรทัศน์
 - 2.2 บทบาทหน้าที่ของสื่อวิทยุโทรทัศน์
 - 2.3 การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม
3. กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง
4. บริบทพื้นที่วิจัย
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม
 - 5.2 ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม
 - 5.3 ทฤษฎีสัญญาวิทยา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. องค์ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม

1.1 สังคมและวัฒนธรรม

สุดา ภิรมย์แก้ว (2542) ได้ให้ความหมายของสังคมว่าหมายถึง กลุ่มคนมากกว่า 2 คน ขึ้นไปมาอยู่รวมกันเป็นระยะเวลาในขอบเขตหรือพื้นที่ที่กำหนด สมาชิกประกอบด้วยคนทุกเพศทุกวัย ซึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยมีวัฒนธรรมหรือระเบียบแบบแผนในการดำเนินชีวิต

เป็นของตนเอง และที่สำคัญคือสามารถเลี้ยงดูตัวเองได้ กล่าวคือ สังคมต้องมีการจัดการให้สมาชิกได้รับสิ่งที่จำเป็นมาโดยวิธีการต่างๆ เช่น การซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนกับสังคมอื่นๆ นอกจากนี้ สังคมยังต้องหาวิธีการต่างๆ ทำให้สมาชิกอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข เช่น มีกฎเกณฑ์ในการอยู่ร่วมกัน มีการควบคุมทางสังคม มีการแบ่งงานกันทำ และมีการสืบทอดสมาชิกใหม่แทนสมาชิกเก่า

ปราณี สุรสิทธิ์ (2557) ได้ให้ความหมายของสังคมว่าหมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกัน มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยยอมรับแบบแผนหรือวิธีการ และกฎเกณฑ์ของกลุ่มร่วมกันในการดำเนินชีวิต สังคมมนุษย์ไม่ว่าจะแตกต่างกันในขนาดหรือระดับความเจริญทางวัตถุเพียงใดก็ตามต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 อย่าง คือ ประชากร วัฒนธรรม การจัดระเบียบทางสังคม เทคโนโลยีและวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ สังคมไทยแม้จะมีวัฒนธรรมร่วมกัน แต่ยังมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละภูมิภาค การจัดระเบียบทางสังคมเพื่อให้สมาชิกในสังคมดำเนินไปอย่างราบรื่นจึงไม่ใช่เรื่องง่าย ยิ่งประชากรมีจำนวนมากขึ้น และมีความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีการสื่อสารก็จะเพิ่มปัญหาทางสังคมมากขึ้น

สุชีรา ธนาวุฒิ (2560) ได้ให้ความหมายของสังคมว่าหมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาอยู่ร่วมกันเป็นหมู่เป็นพวก มีการแสดงอาณาเขต หรือบริเวณที่อยู่อาศัยที่ชัดเจนและมีระยะเวลายาวนาน มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องระหว่างกัน มีแบบแผน หรือแนวทางในการดำเนินชีวิต และกฎเกณฑ์ของกลุ่มรวมกัน ซึ่งสมาชิกจะกระทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่จะนำมาใช้ในการบำบัดความต้องการขั้นพื้นฐานของสมาชิกด้วยกัน

สรุปได้ว่า สังคม หมายถึง การรวมกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนเป็นต้นไป โดยการมาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งต้องประกอบไปด้วยประชากร วัฒนธรรม ระเบียบทางสังคม เทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของสมาชิกในสังคม

วัฒนธรรม

พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2553 (2553) อธิบายความหมายของวัฒนธรรมว่าหมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีตประเพณี พิธีกรรม และภูมิปัญญา ซึ่งกลุ่มชนและสังคมได้ร่วมสร้างสรรค์ สังคม ปู่กู่ฝัง สืบทอด เรียนรู้ ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามทั้งด้านจิตใจและวัตถุอย่างสันติสุขและยั่งยืน

สมชนก (คุ่มพันธ์) ภาสกรจรัส (2559) อธิบายว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดมา แสดงให้เห็นถึงกระบวนการคิด การตีความ ค่านิยม เจตคติของกลุ่มบุคคลหนึ่งๆ

สุชีรา ธนาวุฒิ (2560) ได้ให้ความหมายว่าวัฒนธรรม คือ การสืบทอดคุณลักษณะของมนุษย์ในรูปแบบการพัฒนาตามกาลเวลา ซึ่งอาจถ่ายทอดออกมาในรูปแบบด้านศิลปกรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิตประจำวัน มารยาททางสังคม

สรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ ระบบความคิด ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี หรืออื่นๆ ที่แสดงถึงพฤติกรรม กิจกรรม และผลิตผลทางสังคมของคน

ในสังคม ซึ่งได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมา หรือเกิดจากการเรียนรู้ ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลง เพื่อแสดงถึงความเจริญของงานทั้งในด้านจิตใจและวัตถุ

ความสำคัญของวัฒนธรรม

บรรเทิง พาพิจิตร (2549) อธิบายว่า วัฒนธรรมเป็นเครื่องวัด เครื่องกำหนดความเจริญ หรือความเสื่อมของสังคม วัฒนธรรมยังกำหนดชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคม ดังนั้น วัฒนธรรมจึงมีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน และต่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศชาติ ความสำคัญของวัฒนธรรมไทยนั้นมีอยู่หลายประการ เช่น

1. วัฒนธรรมช่วยแก้ปัญหาและสนองความต้องการต่างๆ ของมนุษย์ มนุษย์พ้นจากอันตราย สามารถเอาชนะธรรมชาติได้เพราะมนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาช่วย
2. วัฒนธรรมช่วยเหนี่ยวรั้งสมาชิกในสังคมให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสังคมที่มีวัฒนธรรมเดียวกันก็ย่อมจะมีความรู้สึกร่วมกันเป็นพวกเดียวกัน
3. วัฒนธรรมเป็นแต่เครื่องแสดงออกเอกลักษณ์ของชาติ ชาติที่มีวัฒนธรรมสูงย่อมได้รับการยกย่องและเป็นหลักประกันความมั่นคงของชาติ
4. วัฒนธรรมเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคม ช่วยให้ผู้คนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข
5. วัฒนธรรมช่วยให้ประเทศชาติมีความรุ่งเรืองถาวร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากชาตินั้นมีวัฒนธรรมที่ดี มีทัศนคติในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม ยึดมั่นในหลักขยัน ประหยัด อุตุน ความมีระเบียบวินัยที่ดีงาม สังคมนั้นก็จะมีแต่ความเจริญรุ่งเรือง

Hodgets, Luthans and Doh (สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส, 2559 ; อ้างอิงมาจาก Hodgets, Luthans and Doh, 2006) อธิบายว่า วัฒนธรรมมีลักษณะสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned) มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ดังนั้น เมื่อบุคคลหนึ่งๆ เข้าไปในสังคมใหม่ที่มีวัฒนธรรมแตกต่างออกไปจากสังคมที่ตนเคยอยู่ก็จำเป็นต้องเข้าไปเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมนั้นได้ถูกต้อง
2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งร่วมกัน (Shared) ของสมาชิกในกลุ่มหรือสังคมหนึ่งๆ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มหรือสังคม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มหรือสังคมที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ กล่าวคือ วัฒนธรรมมิใช่เป็นความแตกต่างระหว่างบุคคล แต่เป็นความแตกต่างระหว่างกลุ่ม
3. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีการส่งสมข้ามรุ่น (Transgenerational) กล่าวคือ มีการถ่ายทอดผ่านรุ่นต่างๆ จากรุ่นปู่ ย่า ตา ยาย ถึงรุ่นลูก หลาน และรุ่นต่อไปในสังคม

4. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีการสร้างแบบแผน (Patterned) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ทำให้สามารถคาดเดาหรือทำนายได้ว่าสมาชิกในกลุ่มหรือสังคมจะมีความคิดต่อสถานการณ์หรือแสดงพฤติกรรมตอบโต้กับสถานการณ์นั้นอย่างไร

5. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีการปรับเปลี่ยนได้ (Adaptive) กล่าวคือ วัฒนธรรมเป็นลักษณะเฉพาะของมนุษย์สามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนได้ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้มาและอาจมีการปรับเปลี่ยนตามกาลเวลาได้

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2561) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม 3 ประการ คือ

1. วัฒนธรรมเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมซึ่งปรากฏเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ภูมิปัญญา ธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบ สิ่งของ เครื่องใช้ เป็นต้น

2. ผลผลิตที่สร้างขึ้นจะกลายเป็นมรดกของสังคมนั้น จึงต้องมีกระบวนการถ่ายทอดและสืบทอดวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น โดยสังคมมีกระบวนการเก็บรักษามรดกทางวัฒนธรรม

3. การตัดแปลงเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป วัฒนธรรมจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ที่ต่างจากเดิม หากตัดแปลงปรับเปลี่ยนได้ วัฒนธรรมจะไม่เกิดการสูญสลายหายไป

สรุปได้ว่า ความสำคัญของวัฒนธรรมเป็นเครื่องชี้วัด เครื่องกำหนด หรือเครื่องแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติอันแสดงให้เห็นถึงความเจริญหรือความเสื่อมของสังคม ซึ่งมีอิทธิพลสำคัญต่อการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน ตลอดจนวัฒนธรรมสามารถช่วยในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อีกด้วย

ประเภทของวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรม (2551) อธิบายถึงประเภทของวัฒนธรรม 5 สาขา ดังนี้

1. สาขามนุษยศาสตร์ (Humanities) ได้แก่ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี กฎหมาย การปกครอง ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ปรัชญา ศาสนา ซึ่งถือว่ามีสำคัญนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ปลอดภัย เกิดความรักใคร่ปรองดองกัน

2. สาขาศิลปกรรม (Arts) ได้แก่ ภาษา วรรณกรรม การละคร นาฏศิลป์ ดนตรี จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และศิลปะการแสดงอื่นๆ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เกิดจากความรักชอบและจะต้องมีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว

3. สาขาการช่างฝีมือ (Practical Craft) ได้แก่ การเย็บปักถักร้อย การแกะสลัก การทอ การจักสาน การทำเครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องทอง ซึ่งเป็นวิชาชีพที่เกิดจากการเรียนรู้มาจากรบรรพบุรุษสืบทอดต่อกันมาแล้ววิวัฒนาการขึ้นใหม่ตามยุคสมัยของสังคมนั้นๆ

4. สาขาศิลปกรรม (Domestic Arts) ได้แก่ ระเบียบ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมในเรื่องของการดำรงชีวิตด้านการกินอยู่ มารยาทในสังคม การแต่งกาย การตกแต่งอาคาร สถานที่ของบ้านหรือสถานที่ทำงาน การดูแลเลี้ยงเด็กให้มีสุขภาพอนามัยที่ดีถูกต้อง

5. สาขากีฬาและนันทนาการ (Sports and Recreation) ได้แก่ มวยไทย กระบี่ กระบอง ตะกร้อ การละเล่นพื้นเมือง ดนตรีไทย นาฏศิลป์ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของไทย

นอกจากนี้ กระทรวงวัฒนธรรม (ม.ป.ป.) อธิบายว่า ประเภทของวัฒนธรรมแบ่ง ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. วัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) หมายถึง สิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งสร้าง ที่มนุษย์คิดค้นขึ้น เช่น สิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน อาคารบ้านเรือน เสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่ง หรือเรียกว่า วัฒนธรรมวัตถุ (Material Culture)

2. วัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) หรือเรียกว่า วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Nonmaterial Culture) หมายถึง แบบแผนในการดำเนินชีวิต หรือประเพณีปฏิบัติที่เกิด จากความคิด ความเชื่อ ซึ่งปรากฏในรูปของกระทำ เช่น การใช้ภาษา การยึดถือศีลธรรม จารีตต่างๆ กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดประเภทให้ละเอียดมากขึ้น โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัฒนธรรมทางความคิด (Ideas-Thinking) หมายถึง วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด หรือความเชื่อ ซึ่งอาจถูกหรืออาจผิด เช่น การเชื่อโชคลาง การทำบุญ

2. วัฒนธรรมทางบรรทัดฐาน (Norms) คือ การปฏิบัติของคนในสังคมที่ยึดถือ แบบแผนหรือประเพณีร่วมกัน ประกอบด้วย

2.1 วิถีชาวบ้าน (Folkways) คือ ระเบียบแบบแผนที่บุคคลในสังคมยึดถือ และปฏิบัติ เช่น การบวชทดแทนคุณบิดามารดาของลูกชาย การต้อนรับแขก ไครมาถึงเรือนชานต้อง ต้อนรับ หากใครไม่ปฏิบัติตามจะถูกติฉินนินทา

2.2 จารีต (Mores) คือ ระเบียบแบบแผนที่บุคคลในสังคมต้องปฏิบัติตาม หากฝ่าฝืนจะเป็นการกระทำที่ผิดศีลธรรมหรือถูกรังเกียจ เช่น การเลี้ยงดูพ่อแม่ในยามแก่เฒ่า นอกจากนี้ ข้อห้ามทางศาสนาถือเป็นจารีตอย่างหนึ่ง เช่น ห้ามค้าอาวุธ เสพยาเสพติด

2.3 กฎหมาย (Laws) คือ ระเบียบแบบแผนที่ทุกคนในสังคมต้องปฏิบัติ หากฝ่าฝืนจะได้รับโทษตามตัวบทกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับ เช่น การหยุดรถเมื่อมีสัญญาณ ไฟแดงตามกฎหมายจราจร

3. วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material-Having) ได้แก่ สิ่งของ เครื่องใช้ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เสื้อผ้า อาหาร ยา ที่อยู่อาศัย

งามพิศ สัตย์สงวน (2543) อธิบายถึงประเภทของวัฒนธรรม 2 ประเภท ดังนี้

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสได้ เป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีรูปร่าง ขนาด น้ำหนักแตกต่างกันไป เช่น จอบ เสียม มีด หม้อ บ้าน รถยนต์ เครื่องจักรกล ทั้งนี้ มนุษย์ไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากสิ่งของเครื่องใช้บางอย่างได้ เช่น เสื้อผ้า อาหาร ยารักษาโรค เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสไม่ได้ ไม่มีรูปร่าง ขนาด หรือน้ำหนัก แต่มีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์ แบ่งออกเป็น 5 ประเภทย่อย คือ

2.1 สถาบันสังคม คือ ส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรมที่เข้าจัดการกับปัญหาพื้นฐานของสังคม สถาบันสังคมจึงแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้แก่ สถาบันครอบครัว เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง การศึกษา ศาสนา การแพทย์และสาธารณสุข เป็นต้น สถาบันสังคมคือหัวใจของวัฒนธรรม

2.2 วัฒนธรรมประเภทที่เกี่ยวกับการควบคุมทางสังคม คือ วัฒนธรรมที่ช่วยให้เกิดระเบียบในสังคม ซึ่งบางอย่างจะเป็นการควบคุมอย่างเป็นทางการ และบางอย่างไม่เป็นทางการ แบ่งออกเป็น 5 ประเภทย่อย คือ

- 1) ศาสนา หลักศาสนาจะมีข้อห้ามต่างๆ เช่น ศีล 5 ศีล 8 ห้ามฆ่าสัตว์ พุดปด ลักทรัพย์ ดื่มของมึนเมา ศาสนาจึงช่วยควบคุมทางสังคมได้
- 2) ความเชื่อทางสังคม คือ ระบบความคิดเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของคนจำนวนมากในสังคม เช่น การเชื่อเรื่องนรก สวรรค์ บุญ บาป การทำบุญและโลกหน้า
- 3) ค่านิยม คือ มาตรฐานที่ใช้วัดว่าสิ่งใดมีค่าในสังคมบ้าง เมื่อสิ่งใดมีค่า คนก็อยากมีอยากเป็นอยากได้ ความเชื่อในค่านิยมของสังคม ทำให้สังคมเกิดความมีระเบียบขึ้นได้
- 4) ประเพณีต่างๆ ที่ปฏิบัติต่อกัน เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง เข้าพรรษา เถลิงพระชนมพรรษา การบวชนาค เป็นต้น ทำให้เกิดความเป็นระเบียบในสังคมขึ้นได้
- 5) กฎหมาย คือ การควบคุมสังคมโดยตรง ทำให้เกิดความมีระเบียบในสังคมได้เป็นอย่างดี

2.3 ศิลปะ ซึ่งหมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานด้านต่างๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ทัศนกรรม ดนตรี การละคร นาฏศิลป์และวรรณกรรม เป็นต้น

2.4 ภาษา คือ ระบบสัญลักษณ์ที่ใช้สื่อสารติดต่อกัน ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน รวมทั้งกิริยาท่าทางต่างๆ

2.5 พิธีกรรม เน้นเฉพาะพิธีที่ต้องทำในแต่ละขั้นตอนของประเพณีต่างๆ

สรุปได้ว่า ประเภทของวัฒนธรรมสามารถจำแนกได้หลายประเภท เช่น วัฒนธรรมทางความคิด เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด หรือความเชื่อ วัฒนธรรมทางบรรทัดฐาน ได้แก่ วิถีชาวบ้าน จารีต กฎหมาย และวัฒนธรรมทางวัตถุ เช่น สิ่งของ เครื่องใช้ หรือ วัฒนธรรมทางวัตถุเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสได้ และวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสไม่ได้ เป็นต้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

สุริชัย หวันแก้ว (2540) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของระบบความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มและระหว่างส่วนประกอบของสังคมนั้น เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างชาวชนบท ชาวเมือง เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมย่อมเกิดขึ้นในระดับกลุ่มบุคคลและระดับสถาบันทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว เครือญาติ การสมรส ครอบเรือน หรือสถาบันการเมืองเศรษฐกิจ เป็นต้น

เฉลียว ฤกษ์จุฬิมล (2542) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่า หมายถึง การเปลี่ยนรูปแบบของโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมทางสังคม ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงมีทั้งการเพิ่มสิ่งใหม่ขึ้นและการสูญสลายไปของสิ่งเก่ามีทั้งพลังที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้เร็ว การเปลี่ยนแปลงในบางส่วนหนึ่งมักส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นๆ ด้วย

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2547) อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมรวมกันเป็นการเปลี่ยนแปลงในสังคมหรือโครงสร้างสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นการเปลี่ยนแปลงองค์การทางสังคม ได้แก่ 1. ขนาดขององค์การสังคม (Size) คือ ใหญ่ขึ้นหรือเล็กลง 2. ประเภทขององค์การสังคม (Kind) เช่น จากกลุ่มเพื่อนไปเป็นครอบครัว จากครอบครัวเป็นชุมชน เป็นต้น 3. ลักษณะขององค์การสังคม (Characteristics) เช่น จากยึดเหนี่ยวกันหลวมๆ เป็นยึดเหนี่ยวกันเหนียวแน่น จากแบ่งแยกมาเป็นสมัครสมานสามัคคี และ 4. สถานภาพและบทบาท (Status-Role) เช่น เคยสถานภาพสูงมาเป็นต่ำจากเคยต่ำมาเป็นสูง จากเคยเป็นเพื่อนกันมาเป็นสามีภรรยากันบทบาทก็เปลี่ยนไปด้วย

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (ปราณี สุรสิทธิ์, 2557 ; อ้างอิงมาจาก สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ประชากร วัฒนธรรม การจัดระเบียบทางสังคม เทคโนโลยี และวัสดุอุปกรณ์ ครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และเศรษฐกิจ และรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทุกระดับตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล เช่น การเปลี่ยนทัศนคติไปถึงการเปลี่ยนแปลงระดับประเทศ เช่น การเพิ่มประชากร รายได้ประชาชาติ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงระดับทวีป และระดับโลก เช่น การรวมกลุ่มของประเทศ

ในกลุ่มอาเซียน การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของยุโรป เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

สุริชัย หวันแก้ว (2540) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์และสร้างขึ้น และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยม บรรทัดฐานและระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ในสังคม

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2547) อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Culture Change) เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมแบ่งเป็น 3 รูป คือ 1. ความคิด (Idea) ได้แก่ ความเชื่อ ความรู้ ค่านิยม อุดมการณ์ 2. การกระทำ (Behavior) ได้แก่ บรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งอาจแบ่งย่อยออกเป็นวิถีประชา (Folkways) จารีตประเพณี (Mores) และกฎหมาย (Role) และ 3. วัตถุ (Material) ได้แก่ ส่วนที่เป็นวัตถุของวัฒนธรรม เช่น บ้านเรือน เครื่องใช้ เครื่องมือ เครื่องประดับ

ประพันธ์ กุลวินิจฉัย และเสถียร ทั้งทองมะดัน (2551) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไทยว่าหมายถึง การไม่หยุดนิ่ง การเคลื่อนไหวอยู่เสมอ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่จะต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา วัฒนธรรมไทยย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาล ข้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับความต้องการการศึกษา ความรู้ ความรู้สึกนึกคิด และการยอมรับวัฒนธรรมใหม่ที่เข้ามา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคมของตน ซึ่งสังเกตได้จากวัตถุและพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นๆ

สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

ณรงค์ เส็งประชา (ประพันธ์ กุลวินิจฉัย และเสถียร ทั้งทองมะดัน, 2551 ; อ้างอิงมาจาก ณรงค์ เส็งประชา, 2539) อธิบายสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. การทะนุบำรุงส่งเสริมวัฒนธรรม เพื่อปรุงแต่งวัฒนธรรมสังคมของตนให้เจริญงอกงามขึ้น มีการคิดค้นวัฒนธรรมใหม่ มีการปรับปรุงดัดแปลงวัฒนธรรมเดิมให้เหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน
2. การเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ ทำให้มนุษย์ประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ เพื่อควบคุมการเปลี่ยนแปลง ทำให้วิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป
3. การเปลี่ยนแปลงในความต้องการของมนุษย์ มนุษย์จำเป็นต้องแสวงหาสิ่งตอบสนองความต้องการของคนเพิ่มขึ้นโดยลำดับ เช่น คิดค้นสิ่งใหม่ และวิธีการใหม่ๆ ขึ้นมาอันเป็นผลให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป
4. การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางสังคม สังคมมนุษย์ย่อมไม่อยู่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอยู่ตลอดเวลา เช่น จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันกันสูงขึ้น ตลอดจนการขัดแย้งระหว่างชนชั้นเพิ่มมากขึ้นอันเป็นปัญหามนุษย์ จึงต้องหาวิธีการและสร้างระเบียบปฏิบัติ เพื่อแก้ไขปัญหายุ่ยากดังกล่าว วัฒนธรรมของมนุษย์ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

5. การแลกเปลี่ยนหีบยืมวัฒนธรรม มนุษย์ในสังคมมีการติดต่อสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในปัจจุบันการคมนาคมสะดวกรวดเร็ว การแลกเปลี่ยนหีบยืมวัฒนธรรมจึงเป็นไปอย่างกว้างขวาง

6. วัฒนธรรมอาจเปลี่ยนแปลงได้จากพัฒนาการของความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สังคมสร้างขึ้นหรือรับเอาจากสังคมอื่นมาใช้ เช่น การที่ผู้คนมีความรู้มากขึ้นทำให้เปลี่ยนทัศนคติเดิมและความเชื่อเดิม

7. วัฒนธรรมอาจเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากความประสงค์ของผู้มีอำนาจในสังคม ดังตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกาย และด้านอื่นๆ ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม

8. เนื่องจากการมองเห็นประโยชน์และความจำเป็นของสิ่งนั้นๆ ทำให้ผู้คนรับเอาวัฒนธรรมนั้นๆ มาใช้ในการดำเนินชีวิต เช่น เมื่อมีประชาชนมากขึ้นก็จำเป็นต้องอาศัยการผลิตแบบอุตสาหกรรม การใช้เครื่องมือเครื่องจักรช่วยในการผลิต

เมอมาลย์ ราชภัณฑารักษ์ (2542) อธิบายว่า สังคมหนึ่งจะต้องมีวัฒนธรรมหรือวิธีการดำเนินชีวิตเป็นลักษณะเฉพาะของสังคมนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นเอกลักษณ์ของชาติเป็นตราประจำสังคม ซึ่งสาเหตุที่ทำให้สังคมต่างๆ มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน คือ

1. ความคิดเห็นและการมองโลกต่างกัน ทำให้วัฒนธรรมแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่ามนุษย์ต้องมีระเบียบกฎเกณฑ์ ความเชื่อ ศาสนา การปกครอง เศรษฐกิจ การอบรมเลี้ยงดู ตลอดจนการคบเพื่อน รูปแบบเหล่านั้นจะแตกต่างกันไปตามความคิดเห็นและค่านิยมของแต่ละสังคม

2. สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ต่างกัน ทำให้ปัญหาแตกต่างกัน สังคมจึงต้องคิดหาวิธีการแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม บางกรณีจะพบว่ามนุษย์ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมคล้ายกัน แต่มีวัฒนธรรมต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ความคิดเห็น การมองโลกรวมถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ของแต่ละสังคม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะของวัฒนธรรมดังที่เห็นในปัจจุบัน

จุฑาทพรัตน์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต (2551) อธิบายกลไกที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม มีดังนี้

1. นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การค้นพบแนวคิด อุดมการณ์ แนวทางการปฏิบัติ ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องมือรูปแบบใหม่ที่สมาชิกของวัฒนธรรมยอมรับและที่อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนิสัยและพฤติกรรมของคนในสังคม เช่น ในสหรัฐอเมริกามีการประดิษฐ์คิดค้นพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ใหม่ๆ หรือเทคโนโลยีทางการสื่อสารออกมาอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นวัฒนธรรมกระแสหลัก (Mainstream Culture) ของโลก

2. การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Diffusion of Innovation) คือ การยืมวัฒนธรรมจากสังคมอื่น การแพร่กระจายเป็นส่วนหนึ่งในการติดต่อทางวัฒนธรรมเท่าที่วัฒนธรรมมี

อยู่ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ การรับประทานอาหารฟาสต์ฟูดตามแนวโลกตะวันตก อย่างไรก็ตาม ตามหลักการที่ถูกต้องแล้ว การยืมวัฒนธรรมอื่นควรรับและปรับเฉพาะส่วนที่สอดคล้อง ปรับเข้ากันได้กับวัฒนธรรมเดิมและต้องไม่ขัดกับค่านิยมและความเชื่อทางสังคมดั้งเดิม

3. การรับวัฒนธรรมหรือเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น (Acculturation) เกิดขึ้นโดยการได้รับอิทธิพลของวัฒนธรรมหลัก การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเฉพาะส่วนที่เข้ากันได้กับวัฒนธรรมเดิม โดยโครงสร้างส่วนลึกของวัฒนธรรมเดิม ได้แก่ ค่านิยม ความเชื่อจะไม่เปลี่ยน ตัวอย่างการรับวัฒนธรรม เช่น ผู้อพยพในสหรัฐอเมริกาจะปรับเปลี่ยนรูปแบบความคิด พฤติกรรม บุคลิกภาพเพื่อให้เข้ากับสังคมกระแสหลัก

สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม พฤติกรรมทางสังคม ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอาจจะเป็นไปในทางพัฒนาเจริญก้าวหน้าหรือสูญสลายก็ได้ ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเป็นการเปลี่ยนไปจากเดิม เป็นการปรับปรุง พัฒนา หรือสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในด้านต่างๆ เช่น วัฒนธรรมทางความคิด พฤติกรรม วัฒนธรรมทางวัตถุ เป็นต้น

1.3 อัตลักษณ์ท้องถิ่น

อัตลักษณ์

Bhabha (ปริดา อัครจันทโชติ, 2561 ; อ้างอิงมาจาก Bhabha, 1994) อธิบายว่า อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลที่มีความเป็นพลวัต สามารถรับและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และทำให้แต่ละคนมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) อธิบายว่า อัตลักษณ์เป็นส่วนที่เชื่อมต่อระหว่างสองสิ่ง ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์คือ ความเป็นปัจเจก อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ ในอีกด้านหนึ่ง อัตลักษณ์เกี่ยวข้องกับมิติภายในของความเป็นปัจเจก ทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เนื่องจากมนุษย์มีการให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตนเองในกระบวนการที่มนุษย์สัมพันธ์กับโลก

จุฑาพรรค์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต (2551) อธิบายว่า อัตลักษณ์แท้จริงคือเรื่องของภาพลักษณ์ของตัวตนมากกว่าเรา (Image of Oneself) ที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social Interaction) และเป็นความเข้าใจทั้งในระดับที่เรามีต่อตัวเองและในลักษณะที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมตลอดชีวิต

วาทีตต์ ดุริยอังกูร (กนกพร เล็งศรี, 2557 ; อ้างอิงมาจาก วาทีตต์ ดุริยอังกูร, 2551) อธิบายลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ว่า อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทหรือเหตุการณ์ในสังคมตามกระแสสังคม เนื่องจากวิถีชีวิตของคนปัจจุบันมีการดำรงชีวิตตามกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง แลกเปลี่ยนข่าวสารและวัฒนธรรมกันอยู่

ตลอดเวลา ทำให้เกิดการถ่ายทอด ผสมผสานของวัฒนธรรมเกิดขึ้นในสังคม อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมี
หนึ่งเดียว แต่อาจมีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบกันขึ้นมา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็น
สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม

Raymond (ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2554 ; อ้างอิงมาจาก Raymond, 1974) อธิบาย
ว่า วัฒนธรรมต่างๆ ล้วนได้รับการผลิตซ้ำตลอดเวลาในทุกสถานที่ หากวัฒนธรรมนั้นไม่ได้รับการผลิต
ซ้ำเพื่อสืบทอดต่อไป วัฒนธรรมนั้นก็จะมีอายุสั้นแล้วสูญหายไป ดังนั้น การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด
วัฒนธรรมจึงเป็นกระบวนการที่รองรับความยั่งยืนของวัฒนธรรมหนึ่งๆ และเป็นหลักประกันความ
ต่อเนื่องยืนยาวของวัฒนธรรมนั้นๆ บทบาทหน้าที่สำคัญในการดูแลและรักษาวัฒนธรรมและ
ภูมิปัญญาให้สามารถดำรงอยู่ในภาวะการเปลี่ยนแปลงทางสังคม คือ การอาศัยการสื่อสารเป็น
ตัวกลางในการนำเสนอและถ่ายทอดเนื้อหา นอกจากนี้ ยังมีในส่วนของส่งเสริมหรือสนับสนุนให้
คนรุ่นใหม่ได้มองเห็นประโยชน์ตามบริบทแวดล้อม เช่น ประโยชน์ของการผลิตซ้ำกระบวนการทาง
วัฒนธรรม โดยมีอัตลักษณ์ชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการถ่ายทอด เพื่อให้มองเห็นความแตกต่างและ
ดำรงคุณค่าวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ปรีดา อัครจันทโชติ (2561) อธิบายว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ค่านิยมพื้นฐานที่สั่งการ
ให้บุคคลเลือกทางเลือกต่างๆ ในการดำเนินชีวิตหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น

ไพโรจน์ ธีระประภา (2561) ได้ให้ความหมายอัตลักษณ์ว่าหมายถึง ความเป็นตัวตน
ตัวตนสะท้อนจากชีวิตประจำวัน หรือวิถี ซึ่งหมายถึงการใช้ชีวิตปกติ ดังนั้น ทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัว คือ
อัตลักษณ์

สรุปได้ว่า วัฒนธรรมเป็นที่มาของอัตลักษณ์ซึ่งเป็นการนำสัญลักษณ์ต่างๆ ทางสังคม
หรือท้องถิ่นนั้นๆ มาแสดงออกถึงผลผลิตของสังคม ความสัมพันธ์ และการยอมรับของบริบทพื้นที่
เพื่อสะท้อนตัวตนหรือลักษณะเฉพาะออกมา โดยอัตลักษณ์ที่แสดงออกมานั้นอาจมีความหลากหลาย
และแตกต่างกันออกไป

ประเภทของอัตลักษณ์

ไพรยา ศรีสวัสดิ์ (ณัฐธิดา จันทร์มะ, 2559 ; อ้างอิงมาจาก ไพรยา ศรีสวัสดิ์,
2550) อธิบายถึงประเภทของอัตลักษณ์ไว้ 5 ประเภท คือ

1. อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Individual Identity) หมายถึง ความรู้สึกถึง
การเป็นตัวตน ของตัวเอง การมองและรับรู้ถึงตนเองในมุมต่างๆ โดยในบุคคลหนึ่งอาจมีหลาย
อัตลักษณ์อยู่ในตนเอง เช่น เพศสภาพ ชาติพันธุ์ ชาติ อาชีพ และศาสนา เป็นต้น

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เป็นผลมาจากชุดวาทกรรมต่างๆ ใน
สังคม บทบาทของเราจึงเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ นอกจากนี้ อัตลักษณ์ทางสังคมยังเป็น
สิ่งที่คาบเกี่ยวและเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ซึ่ง Craib อธิบายว่า อัตลักษณ์ทางสังคม

เป็นผลผลิตโดยตรงจากประสบการณ์ชีวิต การมีประสบการณ์ตรงจะทำให้เข้าใจ เข้าถึง และตระหนักรู้อัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนที่ชัดเจน ทั้งนี้ อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากการรื้อสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ทางสังคมของแต่ละบุคคลจะเกิดขึ้นใหม่ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

3. อัตลักษณ์กลุ่มหรืออัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) เป็นกระบวนการสร้างสามัญสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคม ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของกลุ่ม ทำให้สมาชิกเกิดความตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม และความแตกต่างระหว่างกลุ่มตนกับกลุ่มอื่นที่เป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ โดยสำนึกสามารถปรับเปลี่ยนและสร้างได้โดยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม ดังนั้น สังคมและวัฒนธรรมจึงมีบทบาทต่อการสร้างการดำรงรักษา และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์โดยตรง

4. อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) คือ การแสดงออกของบุคลิกภาพขององค์กรที่ทุกคนรู้สึกได้ โดยแสดงในทางพฤติกรรมและการสื่อสารองค์กร และสามารถวัดผลการรับรู้ของกลุ่มคนระหว่างภายในและภายนอกได้

5. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) เป็นลักษณะผลผลิตทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังเป็นเรื่องของกระบวนการทางวัฒนธรรม เช่น การรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การรื้อฟื้น การทำนุบำรุง เป็นต้น ทั้งนี้ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของกลุ่มหรืออัตลักษณ์ร่วม เนื่องจากมีความหมายว่าเป็นอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลของกลุ่มหรือวัฒนธรรมได้รับอิทธิพลโดยกลุ่มหรือวัฒนธรรมที่อาศัยอยู่ร่วมกัน

สรุปได้ว่า อัตลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์ทางสังคม อัตลักษณ์กลุ่มหรืออัตลักษณ์ร่วม อัตลักษณ์องค์กร และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ท้องถิ่น

ทินวงษ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าฉาง (2554) อธิบายว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกิดจากสิ่งต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในแต่ละจังหวัด เช่น ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ประเพณี การแต่งกาย ภาษาที่ใช้ในการพูด สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สังคมสร้างขึ้นเป็นวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด

พัฒนา กิติอาษา (อิสราพร วิจิตร, 2559 ; อ้างอิงมาจาก พัฒนา กิติอาษา, 2546) อธิบายว่า ท้องถิ่นต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจสังคมและการเมืองในระดับภูมิภาคระดับประเทศและระดับโลกมาโดยตลอด ชุมชนท้องถิ่นไทยจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกอย่างไม่อาจปฏิเสธได้

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2554 ; อ้างอิงมาจาก ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2548) อธิบายว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งสร้างทางสังคม (Social Construct) และไม่ใช่อะไรที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า วงจรแห่งวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ดังนั้น อัตลักษณ์ทั้งหลายทั้งปวงจึงถูกผลิตขึ้นมา ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการอยู่ในวัฒนธรรม พร้อมกับการสร้างความหมายต่างๆ ผ่านระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราอาจนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา ในประเทศไทย คนไทยทุกชนชั้นมีอัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนหรือลักษณะเฉพาะของตนเอง มีแบบแผนการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง หรือที่เรียกว่าวัฒนธรรมไทย

เก็ดลวา บุญปรากร และคณะ (2560) อธิบายว่า อัตลักษณ์เป็นการแสดงออกถึงความเป็นตัวตน และอัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียว แต่อาจมีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นตัวเรา พวกเรา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างโดยสังคม มักมีการเลื่อนไหล ผลิตซ้ำ เปลี่ยนแปลงหรือมีกระบวนการตอบโต้ต่อรองได้ บุคคลหรือกลุ่มคนหนึ่งๆ อาจจะนิยามตัวตนและเลือกที่จะแสดงตนเองแตกต่างออกไปตามสถานการณ์ บริบท และช่วงเวลาที่กำลังเผชิญอยู่ เมื่อพิจารณาความหมายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมพบว่า ไม่ใช่ผลผลิตของเชื้อชาติ ชนชาติ หากแต่ถูกสร้างขึ้นและสร้างใหม่เป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กับบริบทและสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลา และการเลื่อนไหลของเครือข่ายแห่งความสัมพันธ์เชิงอำนาจ

อีสานเป็นชื่อเรียกพื้นที่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง คำว่าอีสานมีรากศัพท์มาจากภาษาสันสกฤต สกะทว่า อีสาน หมายถึง นามพระศิวะ ผู้เป็นเทพดาประจำทิศตะวันออกเฉียงเหนือ แต่คำภาษาบาลีเขียน อีสาน ซึ่งหมายถึง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเริ่มใช้อย่างเป็นทางการสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2442 ในชื่อ มณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2555)

ภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่มากที่สุดของประเทศไทย หรือหนึ่งในสามของพื้นที่ประเทศไทยทั้งหมด โดยทิศเหนือและทิศตะวันตกติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีแม่น้ำโขงกั้นพรมแดน ทิศตะวันตกติดกับภาคเหนือและภาคกลาง ทิศใต้ติดกับภาคกลางและจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งมีเทือกเขาสันกำแพงและเทือกเขาพนมดงรักเป็นแนวกัน จำนวนจังหวัดมีทั้งหมด 20 จังหวัด ประกอบด้วย กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร สุรินทร์ ศรีสะเกษ หนองคาย หนองบัวลำภู อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะภูมิประเทศเป็นแอ่งที่ราบขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนที่ราบสูงโคราช มีทิวเขาภูพานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แอ่งสกลนคร และแอ่งโคราช ส่วนสภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปค่อนข้างร้อนและแห้งแล้ง พื้นที่ส่วนใหญ่

เป็นป่าและภูเขา พื้นดินเป็นดินร่วนปนทรายจึงไม่สามารถกักเก็บน้ำฝนได้ นอกจากนี้ ยังเป็นภูมิภาคที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศและมีความหลากหลายทางเชื้อชาติในภูมิภาค

โดยเฉพาะความเด่นชัดทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางประเพณีและวัฒนธรรม ภาคอีสานเป็นศูนย์รวมของประชากรหลากหลายชาติพันธุ์ที่ได้เข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่ภาคอีสานตั้งแต่อดีตกระทั่งถึงการติดต่อสังสรรค์ระหว่างกันกับคนในพื้นที่ใกล้เคียงและต่างพื้นที่ วัฒนธรรมต่างๆ จึงเป็นตัวบ่งบอกความเชื่อ ค่านิยม และอาชีพ ตลอดจนรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น ได้เป็นอย่างดี จากสาเหตุที่คนอีสานมีที่มาจากคนหลากหลายวัฒนธรรมทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของคนในพื้นที่และต่างพื้นที่ ซึ่งจะสามารถสังเกตได้จากประเพณี วัฒนธรรม คำสอน ความเชื่อ ข้อปฏิบัติที่ชาวอีสานได้ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาจากอดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน (กนกพร เล็งศรี, 2557) ทั้งนี้ ภาคอีสานมีโอกาสและศักยภาพในการพัฒนาด้านการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การบริการ และการท่องเที่ยว เนื่องจากมีขนาดพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุด จำนวนประชากรมากที่สุด และสามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านได้ ตลอดจนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมก็มีความแตกต่างจากวัฒนธรรมภูมิภาคอื่น ดังนั้น ภาคอีสานจึงมีความมั่งคั่งทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ศิลปะ และธรรมชาติอย่างมาก จึงสามารถสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมาได้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมาหรือโคราชเป็นเมืองใหญ่เปรียบเสมือนประตูสู่อีสาน คำขวัญประจำจังหวัด คือ เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน โดยจังหวัดนครราชสีมา มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่นและน่าสนใจ เช่น

1. ท้าวสุรนารี (ย่าโม) มีนามเดิมว่าคุณหญิงโม เป็นภรรยาปลัดเมืองนครราชสีมา ท่านได้สร้างวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ให้กับประเทศชาติด้วยการรวบรวมชาวบ้านออกรบและต่อต้านกองทัพของเจ้าอนุวงศ์แห่งเวียงจันทน์ไม่ให้เข้ามาตีเมืองเป็นผลสำเร็จ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาคุณหญิงโมเป็นท้าวสุรนารี ท่านเป็นวีรสตรีในประวัติศาสตร์ที่สร้างคุณประโยชน์ให้แก่ชาติบ้านเมือง จึงเป็นบุคคลที่ชาวโคราชภาคภูมิใจและเคารพบูชา โดยทางจังหวัดได้มีการจัดงานเฉลิมฉลองวันแห่งชัยชนะเพื่อรำลึกถึงความกล้าหาญ
2. อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เป็นปราสาทหินที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีรูปแบบศิลปกรรมขอมแบบบาปวนและนครวัดที่มีความงดงาม เชื่อว่าเป็นต้นแบบในการสร้างนครวัดในเขมร โดยปราสาทหินพิมายตั้งอยู่ในอำเภอพิมายซึ่งเป็นเมืองโบราณที่สำคัญของภูมิภาค ประกอบด้วย โบราณสถานสมัยขอมขนาดใหญ่และงดงาม แหล่งโบราณคดีที่ทรงคุณค่าทาง

3. อุทยานแห่งชาติภูเวียง ตั้งอยู่ในอำเภอภูเวียง อำเภอสีสมพ อำเภอยางชุมแพ อำเภอหนองนาคำ และอำเภอเวียงเก่า มีหลักฐานว่าเคยเป็นแหล่งชุมชนโบราณ มีการขุดพบซากกระดูกมนุษย์โบราณ เครื่องมือเครื่องใช้โลหะสำริด ภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ และที่สำคัญเป็นการค้นพบซากไดโนเสาร์ครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อครั้งสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตร จึงทูลเกล้าฯ ขอพระราชทานนามว่า ภูเวียงโกซอรัส สิริธรเน่ (Phuwianggosaurus Sirindhornae)

4. บึงแก่นนคร ตั้งอยู่กลางเมืองขอนแก่น เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะบึงน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ ประดิษฐานอนุสาวรีย์เจ้าเพี้ยเมืองแพนผู้ก่อตั้งเมืองขอนแก่น นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่ประชาชนนิยมมาพักผ่อนหย่อนใจ ทำกิจกรรม ซึ่งพื้นที่โดยรอบมีการปรับปรุงตกแต่งอย่างสวยงาม รมรื่น และมีทัศนียภาพสวยงาม

5. ผ้าไหมมัดหมี่ เป็นหัตถกรรมผ้าทอจากเส้นใยของตัวไหม ลักษณะสวยงาม ลวดลายละเอียด จุดเด่นคือ ลายและเทคนิคการทอผ้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ทั้งนี้ ลายผ้าประจำจังหวัดขอนแก่น คือ ลายแคนแก่นคูณ ซึ่งสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์อย่างชัดเจนในฐานะเมืองแห่งผ้ามัดหมี่ นับเป็นมรดกวัฒนธรรมแห่งภูมิปัญญาที่ภาคภูมิใจ

อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีเรื่องราว วัฒนธรรมและประเพณีที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน คำขวัญประจำจังหวัด คือ เมืองแห่งดอกบัวงาม แม่น้ำสองสี มีปลาแซบหลาย หาดทรายแก่งหิน ถิ่นไทยนักปราชญ์ ทวยราษฎร์ใฝ่ธรรมงามล้ำเทียนพรรษา ผาแต้มก่อนประวัติศาสตร์ โดยจังหวัดอุบลราชธานีมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่นและน่าสนใจ เช่น

1. วัดมหาวันาราม หรือวัดป่าใหญ่ เป็นวัดเก่าแก่และวัดคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัด ภายในวัดประดิษฐานพระประธานที่สำคัญ คือ พระเจ้าใหญ่อินแปง เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะแบบลาว พุทธศาสนิกชนให้ความเคารพสักการะและศรัทธาเป็นอย่างมาก

2. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอโขงเจียม อำเภอศรีเมืองใหม่ และอำเภอโพธิ์ไทร เป็นอุทยานแห่งชาติที่ตั้งอยู่ทางตะวันออกของประเทศ ซึ่งเป็นจุดแรกในการรับชมพระอาทิตย์ขึ้น มีสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงและภูเขา สภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์ หน้าผาน้ำตก พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีจุดเด่นอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น ภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ผาชนะโต เสาศิลาแลง น้ำตกแสงจันทร์ เป็นต้น

3. สามพันโบก ตั้งอยู่ที่อำเภอโพธิ์ไทร มีลักษณะเป็นแก่งหินขนาดใหญ่ บริเวณแม่น้ำโขง ช่วงฤดูแล้งปริมาณน้ำในแม่น้ำโขงจะลดลง ทำให้ปรากฏแอ่งและหลุมจำนวนมากที่

เกิดจากการกัดเซาะของกระแสน้ำทำให้เกิดรูปร่างลักษณะแตกต่างกัน เช่น รูปวงรี รูปดาว รูปหัวใจ รูปมิกกีเมาส์ เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 3,000 โบก จึงเป็นที่มาของชื่อสามพันโบก

4. ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนา งานบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุด โดยกำหนดในช่วงวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา ณ บริเวณทุ่งศรีเมือง จุดเด่นของงาน เช่น การตกแต่งต้นเทียน การจัดแสดงต้นเทียน การแห่เทียนพรรษา การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน กิจกรรมพิเศษตามสถานที่ต่างๆ ในจังหวัด เป็นต้น

5. หมูยอ เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมากของจังหวัด ทำจากเนื้อหมูมันหมูคลุกเคล้าด้วยเครื่องปรุงรส โดยเอกลักษณ์เฉพาะของหมูยออุบลอยู่ที่การบรรจุในห่อใบตอง ซึ่งเป็นวิธีการทำหมูยอแบบโบราณ เพื่อให้มีกลิ่นหอมและสามารถเก็บรักษาได้นาน ทั้งนี้ หมูยออุบลแบบดั้งเดิมนั้นเป็นสูตรพริกไทยดำ ต่อมาได้มีการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย เช่น หมูยอเห็ดหอม หมูยอพริกสด หมูยอสมุนไพร เป็นต้น หมูยออุบลสามารถรับประทานได้ทันทีหรือนำไปใช้ประกอบอาหารอย่างอื่นร่วมด้วย

สรุปได้ว่า ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในสังคมที่เกิดจากการบ่มเพาะ หล่อหลอม และสะท้อนออกมาในแต่ละบริบทพื้นที่ จนกลายเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น

2. องค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย

2.1 วิทย์ุโทรทัศน์

วิทย์ุโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นช่องทางของการสื่อสารมวลชน ซึ่งการสื่อสารสามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งอยู่ต่างพื้นที่กันภายในเวลาที่ใกล้เคียงหรือในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว โทรทัศน์มีสถานะเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม กล่าวคือ โทรทัศน์เป็นพื้นที่ที่เชื่อมร้อยกันระหว่างความเป็นอุตสาหกรรม หรือเป็นระบบการผลิตทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่กับความเป็นวัฒนธรรม หรือพื้นที่ในการกลั่นกรองและสร้างสรรค์คุณค่าความหมายป้อนสู่สาธารณชน (สมสุข หินวิมาน, 2552)

คุณลักษณะของสื่อมวลชนวิทย์ุและโทรทัศน์ในยุคการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ (New Media) หรือเข้าสู่ยุคการสื่อสารดิจิทัล (Digitalization) (สมสุข หินวิมาน, ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ, ภัทธีรา สารากรบริรักษ์, อารดา ครุจิต, กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์, 2557) ดังนี้

1. วิทย์ุและโทรทัศน์จะมีลักษณะที่โต้ตอบได้ทันทีทันใดมากขึ้น (Interactive) เมื่อเข้าสู่ยุคการกระจายเสียงแบบดิจิทัล ผู้รับสารมีแนวโน้มจะจัดการวิธีการสื่อสารของตนเองได้อิสระมากขึ้น เช่น จะรับฟังรับชมเมื่อไรก็ได้ จะนำเนื้อหาของรายการโทรทัศน์มาสร้างเป็นเนื้อหาใหม่ แล้ว

นำเสนอผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างไรก็ได้ ผู้รับสารจะมีช่องทางการเปิดรับสื่อที่หลากหลายมากขึ้น (อาทิ ผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต) และยังส่งความคิดเห็นของตนเองกลับไปรายการทันทีที่รายการ ออกอากาศหรือเมื่อไรก็ได้ตามที่ตนเองต้องการ ด้วยการพิมพ์ กดไลค์ (Like) เป็นต้น

2. วิทยูและโทรทัศน์จะเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้กลายมาเป็นผู้ส่งสารได้ง่ายขึ้น (Role-Shifting) ในยุคของสื่อใหม่ ผู้รับสารสามารถที่จะผลิตเนื้อหาสารได้ด้วยตนเองมากขึ้น และใช้ช่องทางของสื่อใหม่เผยแพร่เนื้อหาสารนั้นๆ ออกสู่สาธารณะ

3. วิทยูและโทรทัศน์เริ่มกลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่เคลื่อนที่ได้ (Mobile Media) เมื่อสื่อกระจายเสียงได้เข้าสู่ระบบการเปิดรับสัญญาณผ่านช่องทางของโทรศัพท์มือถือแบบต่างๆ แล้วนั้น การเปิดรับสื่อดังกล่าวก็ไม่ได้ผูกติดอยู่กับพื้นที่เหมือนที่เป็นมาในอดีต แต่เคลื่อนย้ายวิธีการเปิดรับสารไปได้กว้างไกลในทุกพื้นที่ที่ไม่จำเป็นต้องอยู่ภายในบ้านหรือครัวเรือนเท่านั้น

4. วิทยูและโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่มีข้อผูกมัดเรื่องเวลา (Not Scheduling) นอกจากไม่ยึดติดกับพื้นที่แล้ว ความเปลี่ยนแปลงในยุคสื่อใหม่ยังทำให้การสื่อสารของวิทยูและโทรทัศน์ไม่ได้ผูกติดกับเวลา ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ทำให้ผู้คนไม่จำเป็นต้องถูกยึดติดไว้กับผังรายการที่สถานีเป็นผู้กำหนด เช่น การดูโทรทัศน์ย้อนหลังผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

5. วิทยูและโทรทัศน์เริ่มมีลักษณะเป็นสื่อที่หลอมรวมมากขึ้น (Media Convergence) สื่อเริ่มมีการหลอมรวมเข้ากับสื่ออื่นๆ ทั้งในแง่การผลิตและในแง่การบริโภคสื่อ นอกจากนี้ ภาฏจนา แก้วเทพ (2552c) กล่าวถึงคุณลักษณะเด่นของสื่อโทรทัศน์ ดังนี้

1. ความแปลกใหม่ คือ การถ่ายทอดและรับสารได้เกือบจะในเวลาเดียวกับที่เหตุการณ์เกิดขึ้น

2. การควบคุม เมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ สื่อประเภทนี้จะถูกควบคุม กำกับดูแลจากกลุ่มผู้มีอำนาจสูง เนื่องมาจากหลายเหตุผล เช่น ความจำเป็นทางเทคนิค ผลประโยชน์ของรัฐ การแข่งขันทางธุรกิจ ทางเลือกของประชาชน หรือจากวัฒนธรรมประเพณี

3. แบบแผนการกระจาย มีคุณสมบัติที่เป็นสากลได้ง่ายกว่าหนังสือพิมพ์หรือภาพยนตร์ และเนื่องจากโครงสร้างเศรษฐกิจที่ไม่สมดุลของโลก ทำให้แบบแผนธุรกิจจะไหลจากประเทศที่เป็นศูนย์กลาง (เช่น อเมริกา ยุโรป) มาสู่ประเทศชายขอบ (เช่น โลกที่สาม) ในระดับประเทศก็เช่นเดียวกัน คือ กระจุกตัวอยู่ในเมืองหลวงก่อนแล้วจึงกระจายออกไปยังชนบท และมีบทบาทในการสร้างความรู้สึกชาตินิยมได้มากกว่าสื่ออื่นๆ

Miquel de Moragas Spà and Carmelo Garitaonandia (ภัทรา บุรารักษ์, 2551 ; หลุทัย ชัดนาค และคณะ, 2547 ; David J, 2005 ; อ้างอิงมาจาก Miquel de Moragas Spà and Carmelo Garitaonandia, 1998) อธิบายถึงคุณลักษณะของความเป็นโทรทัศน์เพื่อท้องถิ่น ดังนี้

1. คุณลักษณะตามหลักการและปรัชญา
 - 1.1 เป็นสื่อที่ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง
 - 1.2 ใช้ทุนและทรัพยากรท้องถิ่นในการดำเนินงาน
 - 1.3 มีการบริหารจัดการที่ไม่มุ่งเน้นเพื่อการค้า แต่เน้นการเป็นสื่อเพื่อบริการ
 - 1.4 เป็นสื่อที่สามารถให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลาย
 - 1.5 มีความใกล้ชิดท้องถิ่นทั้งในด้านกายภาพและทางด้านจิตวิทยา
2. คุณลักษณะตามการบริหารจัดการ
 - 2.1 นโยบายมีความเป็นอิสระจากการควบคุมของส่วนกลาง
 - 2.2 การออกอากาศขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและศักยภาพขององค์กรและความ
 - 2.3 การดำเนินงานแบบมืออาชีพ
 - 2.4 เป็นสื่อที่สามารถให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่าง
 - 2.5 เป็นองค์กรที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็น
 - 2.6 เป็นสถานที่ที่มีระบบเครือข่ายในแต่ละท้องถิ่นร่วมมือกัน
3. คุณลักษณะตามหน้าที่
 - 3.1 ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น
 - 3.2 เป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น
 - 3.3 เป็นเครื่องมือสื่อสารอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
 - 3.4 เป็นพื้นที่การต่อรองทางการเมือง/วัฒนธรรมของท้องถิ่น
 - 3.5 เป็นสื่อในการสื่อสารเสียงของประชาชนในท้องถิ่น
 - 3.6 เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองให้กับภาษา
 - 3.7 เป็นพื้นที่สาธารณะให้กับท้องถิ่น
 - 3.8 เป็นช่องทางนำเสนอความเป็นท้องถิ่นสู่ช่องทางระดับชาติ
 - 3.9 เป็นช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมพื้นบ้านในพื้นที่การออกอากาศ
4. คุณลักษณะตามเนื้อหารายการ
 - 4.1 นำเสนอรายการที่มีความเป็นท้องถิ่น

4.2 เนื้อหารายการมาจากทั้งภายในท้องถิ่นและภายนอกท้องถิ่น

4.3 การนำเสนอด้วยภาษาท้องถิ่น

5. คุณลักษณะตามพื้นที่

5.1 มีขอบเขตการกระจายเสียงเฉพาะพื้นที่

5.2 มีที่ตั้งสถานีอยู่ในท้องถิ่น

ทั้งนี้ ภาสวลี นิติเกษตรสุนทร (2552) อธิบายถึงคุณลักษณะของโทรทัศน์ท้องถิ่น ไว้ดังนี้

1. โทรทัศน์ท้องถิ่นเป็นทรัพยากรของชุมชนที่โทรทัศน์แห่งนั้นดำรงอยู่ และอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของชุมชนนั้นๆ
2. โทรทัศน์ท้องถิ่นมักมีการบริหารจัดการโดยองค์กร/หน่วยงานขนาดเล็ก และมีงบประมาณดำเนินการที่ไม่สูงนัก
3. โทรทัศน์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่มุ่งเน้นรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
4. โทรทัศน์ท้องถิ่นไม่ได้มุ่งเน้นการดำเนินงานเชิงธุรกิจที่หวังผลกำไรเป็นหลัก
5. โทรทัศน์ท้องถิ่นมีพื้นที่ครอบคลุมการรับชมที่จำกัด
6. โทรทัศน์ท้องถิ่นมีการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานที่เหมาะสม ไม่ฟุ่มเฟือย
7. โทรทัศน์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่สะท้อนตัวตนและความต้องการของท้องถิ่น
8. โทรทัศน์ท้องถิ่นมีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค (2546) อธิบายถึงรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 14 รูปแบบ ดังนี้

1. รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม โดยการหยิบยกประเด็นเกี่ยวกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ สารระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีรูปแบบอื่นๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา เป็นต้น การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรี แสดงตลก หรือแสดงมายากล ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น

2. รายการสนทนา (Conversational Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีผู้ดำเนินรายการหรือดำเนินการสนทนาและผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนาและควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนา ผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการ ในขณะเดียวกันก็

จะต้องพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะในช่วงต้นที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา

3. รายการอภิปราย (Discussion Program) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินการอภิปราย หรือผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้ออภิปราย ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่เป็นผู้นำการอภิปรายและสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายในช่วงจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้น จะไม่ร่วมแสดงทรรศนะและความคิดเห็น วัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายเป็นเวทีแสดงทรรศนะหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการ มักเป็นเรื่องที่มีสาระทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

4. รายการสัมภาษณ์ (Interview Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คนหรือมากกว่ามาร่วมพูดคุยซักถามปัญหา ข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริงตามหัวข้อที่กำหนด โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือซักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริง ซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์ คือ การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง การสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความคิดเห็น และการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีชื่อเสียง

5. รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการและขั้นตอน หรือรายละเอียดอื่นๆ ของการกระทำหรือการประดิษฐ์ ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิค แต่ละวิธีการหรือแต่ละขั้นตอนที่เป็นรูปธรรม สามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การแต่งหน้า การปรุงอาหาร การประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ เป็นต้น

6. รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่นๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยายข่าว ประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริงหรือลักษณะอื่นๆ นอกจากนี้ ยังอาจนำเสนอในลักษณะของการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ข่าว สารคดีเชิงข่าว การถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

7. รายการสารคดี (Documentary Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ไม่ใช่เรื่องที่แต่งขึ้นหรือนวนิยายหรือจินตนาการ วัตถุประสงค์ของรายการสารคดีมุ่งเน้นให้สาระความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากกว่ามุ่งให้ความบันเทิง หรือให้ข้อมูลข่าวสาร โดยอาจใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย แต่ต้องมีความเป็น

เอกภาพ กล่าวคือ อาจใช้รูปแบบการบรรยายเนื้อหาผสมผสานกับการสัมภาษณ์หรือการสนทนากับแหล่งข้อมูลหรือรูปแบบอื่นๆ แต่ทั้งเนื้อหาที่บรรยายประเด็นที่สัมภาษณ์หรือสนทนาจะต้องเป็นเรื่องเดียวกันมีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน เป็นเหตุเป็นผลและสนับสนุนซึ่งกันและกัน การนำเสนอเนื้อหาสาระในรายการสารคดีอาจเสนอด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการ โดยไม่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัว หรืออาจมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวและทำหน้าที่พุดนำเข้าสู่รายการ พุดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงแต่ละตอน และพุดสรุปในช่วงท้ายของรายการ

8. รายการละคร (Drama Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสาระ ข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ วัตถุประสงค์ของรายการละครมุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่ก็อาจสอดแทรกสาระความรู้ ข้อคิด หรือคติเตือนใจ การเสนอรายการละครโทรทัศน์อาจนำเสนอหลายรูปแบบ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ที่นำเสนอตอนเดียวจบ ละครโทรทัศน์เรื่องยาว ละครโทรทัศน์ที่จบเป็นตอนๆ

9. รายการสาระละคร (Docudrama Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นการนำรูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาด้านต่างๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา นั้นๆ และมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำ อธิบายหรือขยายสาระ และสรุปประเด็น รายการสาระละครเป็นรายการที่มุ่งให้สาระความรู้ และความบันเทิงไปพร้อมๆ กัน รายการสาระละคร อาจกระทำได้ 4 ลักษณะ คือ

9.1 ละครนำเรื่อง เป็นการนำละครมาเสนอประเด็นปัญหาที่เด่นชัด เพื่อให้ผู้ดำเนินรายการหยิบยกมาใช้อธิบายประกอบในตอนหลัง เช่น ละครนำประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการติดยาเสพติดของวัยรุ่นที่มีสาเหตุมาจากขาดความอบอุ่นจากครอบครัว เป็นต้น

9.2 ละครเป็นตัวอย่าง เป็นการนำละครมาเสนอประกอบเพื่อเป็นตัวอย่างของเรื่องที่น่าเสนอไปแล้ว

9.3 ละครขยายประเด็นหรือแนวคิด เป็นการนำละครมาเสนอเพื่อให้ผู้ชมมองเห็นและเข้าใจประเด็นได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม และที่สำคัญก็คือจะทำให้ที่น่าสนใจ น่าติดตามรับชมและเกิดความรู้สึกร่วมมากกว่าการที่จะ บรรยายหรือเล่าเรื่องโดยผู้ดำเนินรายการ

9.4 ละครสรุปประเด็น เป็นการนำเอาละครมาเสนอเพื่อสรุปประเด็นของสาระความรู้ที่ได้มีการพุดถึงไปแล้ว

10. รายการเพลงและดนตรี (Music Program) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งนำเสนอในลักษณะเป็นเพลงที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่

เรียกว่า มิวสิควิดีโอ หรือการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่า การแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศหรือเป็นการถ่ายทอดสด วัตถุประสงค์ของรายการมุ่งเน้นให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่อาจมีการสอดแทรกสาระความรู้หรือการพุดชกูงโน้มน้าวใจ กระตุ้นหรือสร้างจิตสำนึก

11. รายการนิตยสาร (Magazine Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่องย่อยต่างกันหลายๆ เรื่อง แต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกันหรือต่างแนวกันก็ได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น เริ่มด้วยรายการเพลงสลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญคือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน วัตถุประสงค์ของรายการมุ่งให้ความบันเทิง โดยสอดแทรกสาระความรู้ในเนื้อหาของรายการ แต่ต้องเป็นรายการที่มีเอกภาพ คือ ต้องคำนึงถึงเนื้อหาสาระที่เป็นแกนรายการและแนวทางการนำเสนอรายการ

12. รายการปิกนิก (Variety Program) หรือรายการวาไรตี้ (Variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิงหลากหลายเรื่อง หลากรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้ายกับรายการนิตยสาร แต่รายการปิกนิกไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงหรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการ จึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความสนุกสนานบันเทิงให้กับกลุ่มผู้ชมรายการ องค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสรรค์รายการปิกนิกก็คือ พิธีกรประจำรายการซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอ มีไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้า และมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

13. รายการเกมโชว์ (Game Show Program) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกมหรือตอบปัญหา ภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกายหรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน ฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัล ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน ในกรณีเป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Program) ซึ่งเป็นการทดสอบความรู้หรือเข้าใจปัญหาในเรื่องต่างๆ

14. รายการสปอต (Spot Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัด และใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียงที่สอดคล้องและกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาที วัตถุประสงค์เพื่อตอกย้ำซ้ำเตือนด้วยการออกอากาศแพร่ภาพบ่อยครั้ง เช่น สปอตประชาสัมพันธ์ สปอตโฆษณา หรือสปอตรณรงค์ เป็นต้น

นอกจากนี้ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2550) จำแนกรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ตามประเภทของเนื้อหารายการ ดังนี้

1. รายการแนวข่าวสารและสารคดี หรือรายการจากข่าวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น (News and Reality Program หรือ Non-Fiction) ได้แก่ รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสารคดี รายการการศึกษา รายการสนทนา รายการบรรยายนอกสถานที่ในการถ่ายทอดสด ต่างๆ

2. รายการแนวจินตคดีหรือบันเทิง (Imaginative/Fiction Program or Entertainment Program) ได้แก่ รายการละครโทรทัศน์ รายการตลก รายการภาพยนตร์ รายการการ์ตูน รายการเกมและแข่งขันตอบปัญหา รายการปกิณกะบันเทิง รายการดนตรีและเพลง รายการกีฬา

3. รายการแนวการมีส่วนร่วมของผู้ชมและวิทยากรรับเชิญ (Audience Oriented Program) ได้แก่ รายการเปิดสายจากผู้ฟัง รายการอภิปราย รายการเพื่อผู้บริโภค

4. รายการโฆษณา (Commercial Program) ได้แก่ รายการโฆษณาสินค้า รายการประกาศบริการ รายการรณรงค์เพื่อสังคม

ดำเนิน ยอดมิ่ง (สุรัชย์ เงินคำคง, 2553 ; อ้างอิงมาจาก ดำเนิน ยอดมิ่ง, 2543) จำแนกรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ตามวิธีการนำเสนอหรือวิธีการถ่ายทอดเนื้อหา ดังนี้

1. รายการข่าว (News) คือ รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหา โดยวิธีการรายงานความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยความรวดเร็วฉับพลันสาระหลักของการถ่ายทอดเนื้อหาแบบรายการข่าว คือ นำเสนอข้อเท็จจริงของมนุษย์ของสังคม เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบความเคลื่อนไหวของสังคมและสิ่งต่างๆ ที่นำเสนอในรายงานข่าวจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ชมรับรู้โลกแห่งความเป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือสูง

2. รายการสัมภาษณ์ (Interview) รายการรูปแบบนี้ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงเรื่องที่จะสัมภาษณ์ บุคคลที่จะให้สัมภาษณ์ ผู้ดำเนินรายการและวิธีการดำเนินรายการ

3. รายการสาธิต (Demonstration) คือ รายการที่นำเสนอความรู้หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกระบวนการของการกระทำหรือการแสดงให้เห็นให้ผู้ชมได้เข้าใจตามลำดับขั้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้ เช่น รายการสาธิตการทำอาหาร การประดิษฐ์ดอกไม้ เป็นต้น

4. รายการสารคดี (Documentary Feature) คือ รายการนำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มเติมโลกทัศน์ทั้งในด้านชีวิตส่วนตัว สังคม สิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งเพื่อให้ชีวิตของปัจเจกชนและสังคมส่วนรวมดีขึ้น ซึ่งการนำเสนอสารคดีโทรทัศน์ สามารถนำเสนอได้ใน 2 รูปแบบคือ

4.1 Documentary คือ สารคดีที่นำเสนอมุมมองในแง่มุมใดมุมหนึ่งตามความคิดเห็นและความเชื่อของผู้เขียนบท หรือเปรียบเทียบหลายมุมมองจากทัศนคติที่หลากหลายต่างกันของแต่ละบุคคลแต่ละคนแล้วหาข้อมูล หลักการ หลักฐานและความคิดเห็นของบุคคลอื่นมา

สนับสนุน เพื่อให้ผู้ชมสรุปหรือคิดเอาเองได้ สารคดีในลักษณะนี้มักมีเนื้อหาหนักๆ เช่น สารคดีเกี่ยวกับปัญหาสังคม

4.2 Feature คือ สารคดีที่นำเสนอข้อมูลของบุคคล สถานที่หรือเหตุการณ์ตามความเป็นจริงที่เป็นอยู่ โดยมีได้มีจุดประสงค์ในการแสดงทัศนะความเชื่อหรือมุมมองเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ผู้ชมคิด แต่จุดหลักอยู่ที่ให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่ผู้ชม เช่น สารคดีท่องเที่ยว เป็นต้น

5. รายการสนทนา (Talk) คือ รายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น โดยการสนทนาของบุคคลตั้งแต่ 2 บุคคลขึ้นไป รายการสนทนาแบ่งตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาหรือการสื่อสารได้ 3 ประเภท คือ

5.1 Persuasive Talk คือ รายการสนทนาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงใจให้ผู้ชมเห็นคล้อยตามในแนวคิดหรือความเชื่ออย่างหนึ่งอย่างใด เช่น รายการสนทนาทางการเมือง ศาสนา

5.2 Entertaining Talk คือ รายการสนทนาที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก เช่น นักร้อง นักแสดงมาร่วมสนทนาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม

5.3 Information Talk คือ รายการสนทนาที่เน้นให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้แก่ผู้ชมเป็นหลัก

6. รายการแข่งขัน (Competition) คือ รายการที่เน้นความตื่นเต้นเร้าใจชวนติดตาม ทำให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับรายการ โดยการแข่งขันของบุคคลต่างๆ ที่เชิญมาร่วมในรายการ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

6.1 รายการเกมโชว์ (Game Show) คือ การแข่งขันโดยวิธีการเล่นเกม ซึ่งเหมาะกับกลุ่มผู้ชมที่ต้องการผ่อนคลายความเครียด ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน

6.2 รายการตอบปัญหา (Quiz) คือ รายการที่มีการแข่งขันถามตอบปัญหาเหมาะกับผู้ชมที่ต้องการได้รับความรู้

7. รายการละคร (Dramatic Programs) คือ รายการที่จำลองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงหรือเกิดขึ้นมาแล้วของมนุษย์ เพื่อสอนใจหรือเป็นอุทาหรณ์แก่ผู้ชมให้เข้าใจสังคมและโลก

8. รายการเพลง (Music Video) คือ การนำเสนอภาพสื่อความหมายถ่ายทอดเรื่องราวตามอารมณ์ของเพลงหรือแนวคิดของเพลง

9. รายการนิตยสาร (Magazine) คือ รายการที่มีเนื้อหาเรื่องราว เหตุการณ์หรือการแสดงหลายอย่างอยู่ในรายการเดียวกัน โดยมีจุดร่วมที่เป็นเอกภาพเดียวกัน ซึ่งหมายความว่าในรายการนิตยสาร ไม่ว่าจะมีส่วนของรายการที่แตกต่างกันไป แต่จะต้องมีธีม (Theme) เดียวเท่านั้น

สรุปได้ว่า รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระหรือส่วนที่บรรจุไว้ในรายการวิทยุโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมจุดเด่นและความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในรายการวิทยุโทรทัศน์

องค์ประกอบของรายการวิทยุโทรทัศน์

McQuail (ปานฤทัย เห่งพุ่ม, 2557 ; อ้างอิงมาจาก McQuail, 2005) ได้กำหนดการจัดประเภทรายการต้องมีลักษณะ ดังนี้

1. ต้องเกิดจากความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ผลิต (สื่อมวลชน) และผู้บริโภค (ผู้ฟัง/ผู้ชม)
2. รายการประเภทต่างๆ จำแนกโดยดูจาก
 - 2.1 วัตถุประสงค์หรือหน้าที่ของรายการ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง หรืออื่นๆ
 - 2.2 รูปแบบรายการ ความยาว จังหวะการดำเนินเรื่อง โครงสร้าง ภาษา เป็นต้น
 - 2.3 เนื้อหารายการ
3. ต้องได้รับการยอมรับในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และกลายเป็นรูปแบบหรือขนบที่ถูกรักษาไว้หรือปฏิบัติตาม อย่างไรก็ตามขนบของแต่ละประเภทรายการสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้
4. รายการแต่ละประเภทจะใช้โครงสร้างการเล่าเรื่อง การเรียงลำดับเหตุการณ์ ภาพ เหตุการณ์ต่างๆ ที่ผู้ชมสามารถคาดเดาได้และใช้แก่นของเรื่อง (Theme) ที่เคยใช้มาแล้ว
 - ระวีวรรณ ประกอบผล (นัทกานต์ ทองพูน, 2553 ; อ้างอิงมาจาก ระวีวรรณ ประกอบผล, 2520) กล่าวถึงองค์ประกอบที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ ได้แก่
 1. เนื้อหาของรายการ (Program Content)
 2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (Cost)
 3. บทโทรทัศน์ (Script)
 4. ตัวแสดง (Talent)
 5. อุปกรณ์ทางเทคนิค (Technical Facilities) ได้แก่ ฉาก วัสดุกราฟิก เครื่องแต่งหน้า เครื่องแต่งกาย กล้อง แสง เสียง การประสานงาน

วัชระ แววุฒินันท์ (กันตภณ พุ่มประดับ, 2558 ; อ้างอิงมาจาก วัชระ แววุฒินันท์, 2548) อธิบายองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. แก่นรายการ ควรจะกำหนดแก่นรายการให้มีความชัดเจนว่า รายการโทรทัศน์นั้นๆ ต้องการนำเสนอแก่นของเนื้อหาในรูปแบบใด การกำหนดแก่นว่าจะมีความชัดเจนมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้สร้างสรรค์รายการเป็นสำคัญ

2. ส่วนผสมของรายการ คือ การสร้างสรรค์รายการว่าจะให้มีรูปแบบของการนำเสนอแบบใดบ้างที่จะส่งเสริมและสอดคล้องกับแก่นนั้นมากที่สุด ส่วนผสมของรายการโทรทัศน์นั้นมีทั้งรูปแบบที่ตายตัวกับรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละครั้ง

3. พิธีกร รายการโทรทัศน์ต้องการพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่มีความสามารถสูง เนื่องจากรายการโทรทัศน์มีหลายรูปแบบจึงต้องอาศัยศักยภาพในการดำเนินรายการที่ต่างกันในแต่ละรูปแบบ ในหนึ่งรายการจะมีพิธีกรคนเดียว คู่ หรือหลายคนก็ได้ ซึ่งพิธีกรที่ดีจะต้องมีความเป็นกันเอง มีความน่าเชื่อถือ และมีความรู้ที่สามารถอธิบาย ตั้งคำถาม และดำเนินรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. วิธีการนำเสนอ การกำหนดรูปแบบการถ่ายทอดและการถ่ายทำรายการ เช่น การถ่ายทำรายการในห้องส่ง นอกสถานที่ หรือผสมผสานกัน มีรูปแบบของส่วนประกอบรายการ เช่น ฉาก แสง เสียง การถ่ายทำ เทคนิคพิเศษและกราฟิกต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ วัชร เวววุฒินันท์ อธิบายว่าการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์จะต้องมีหลักการในการพิจารณาและข้อควรคำนึง ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่รายการโทรทัศน์นั้นๆ ต้องการจะสื่อสารถึงให้ชัดเจน โดยทั่วไปกลุ่มเป้าหมายมักจะเป็นกลุ่มผู้ชมที่เป็นประชาชนทั่วไป ทุกเพศทุกวัย ไม่จำกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตามก็มีรายการโทรทัศน์เฉพาะกลุ่ม เช่น รายการสำหรับผู้หญิง รายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการสำหรับกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

2. แก่นในการนำเสนอ รายการโทรทัศน์ที่ดีต้องกำหนดแก่นรายการให้ชัดเจน หากแก่นรายการแตกต่างจากรายการโทรทัศน์อื่นๆ รายการก็จะเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้น หรือถ้าแก่นรายการไม่ได้แปลกแตกต่างก็ต้องหาจุดเด่นอย่างอื่นมาเพิ่มความน่าสนใจและความแตกต่างให้กับรายการโทรทัศน์

3. วิธีการนำเสนอ การนำเสนอที่มีเอกลักษณ์จะช่วยให้รายการมีจุดที่จำจดจำแตกต่าง และน่าสนใจให้กับผู้ชม

โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะสังคม (บัวชมพู พอร์ด, 2552 ; อ้างอิงมาจาก โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะสังคม, 2551) อธิบายองค์ประกอบของการนำเสนอรายการ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของรายการ เช่น ชื่อรายการ วันออกอากาศ เวลาออกอากาศ ความยาวต่อตอน (นาที) ความยาวต่อสัปดาห์ (นาที) ผู้ผลิตรายการ แกรับเชิญ

2. ด้านเนื้อหาในรายการ
3. รูปแบบการนำเสนอของรายการ เช่น รูปแบบรายการสาธิต การสัมภาษณ์ การบรรยาย การแสดงละคร การสนทนา การตอบคำถาม การเล่นเกม เป็นต้น
4. ผู้ดำเนินรายการ หมายถึง พิธีกรหลัก ผู้ร่วมรายการหรือแขกรับเชิญ
5. ด้านการผลิต ประกอบด้วย ภาพ ฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แสง เสียง

สาธิต วิมลคุณารักษ์ (ปานถัย แห่งพุ่ม, 2557 ; อ้างอิงมาจาก สาธิต วิมลคุณารักษ์, ม.ป.ป.) อธิบายถึงองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ไว้ดังนี้

1. ด้านข้อมูล เนื้อหาสาระของรายการ วัตถุประสงค์ของรายการ เช่น เพื่อเสนอข่าวสาร ถ่ายทอดความรู้ เสนอความบันเทิง หรือเพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์
2. ด้านวิธี รูปแบบ และองค์ประกอบของการนำเสนอ รูปแบบต่างๆ ของรายการ เช่น รายการพูดคุย รายการสารคดี รายการสัมภาษณ์ รายการข่าว รายการเกมส์โชว์ เป็นต้น
3. ด้านผู้นำเสนอรายการ เทคนิคในการนำเสนอเนื้อหา รายการประกอบไปด้วย ผู้นำเสนอรายการ การจัดโครงสร้างของเนื้อหา การลำดับเรื่องราวของเนื้อหา นำเสนอจากเรื่องที่ น่าสนใจ การเล่าเรื่องในอดีตประกอบกัน
4. เวลาและอารมณ์ของรายการ หมายถึง ช่วงเวลาที่สอดคล้องกับอารมณ์ของการนำเสนอเนื้อหา แบ่งออกเป็น เวลา เช่น กำหนดเวลาที่ออกอากาศ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ ความยาวของรายการมีความสอดคล้องกับเนื้อหา ความยาวของช่วงเวลาเบรก เวลาในการนำเสนอ ความกระชับยืดหยุ่น ช่วงเวลาออกอากาศอยู่ในช่วงใกล้เทศกาล เป็นต้น ส่วนอารมณ์เป็นส่วนสำคัญที่จะให้ผู้ชมติดตามรายการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง ส่วนสำคัญที่สร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม คือ การกำหนดเวลาในการดำเนินรายการ เทคนิคการนำเสนอ ความสามารถของผู้นำเสนอ สภาพแวดล้อมของสถานที่ถ่ายทำ บรรยากาศ ความสมบูรณ์ขณะออกอากาศ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการนำเสนอแนวทางการสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ กลุ่มเป้าหมาย แนวคิด รายการวิทยุโทรทัศน์ โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ และระยะเวลาการนำเสนอ

2.2 บทบาทหน้าที่ของสื่อวิทยุโทรทัศน์

พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2552 ; อ้างอิงมาจาก พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช, 2542) อธิบายถึงบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ท้องถิ่นไว้ 11 ประการ ดังนี้

1. บทบาททางการศึกษา บทบาทของโทรทัศน์ท้องถิ่นในการส่งเสริมการศึกษาของชุมชนในการที่จะทำให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในศักยภาพที่แท้จริงของชุมชน รู้ถึงจุดด้อยและจุดเด่น เพื่อการปรับใช้ความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนในการพัฒนา อันจะนำไปสู่การบูรณาการชุมชนโดยอาศัยฐานความรู้ของชุมชนเอง

2. บทบาทในการเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาสังคม โทรทัศน์ท้องถิ่นสามารถสร้างห้องเรียนประชาธิปไตยทางตรงแก่ประชาชนในรูปแบบต่างๆ การเผยแพร่ผ่านสื่อที่มีลักษณะสอดคล้องกับชุมชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนพูดคุย วัฒนธรรมการวิพากษ์วิจารณ์ ส่งเสริมการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อแสดงออกถึงความคิดเห็นของตนอย่างสันติ และมีข้อมูลอย่างรอบด้านในการนำเสนอ เพื่อหนุนเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและภาคประชาสังคมในชุมชนท้องถิ่น

3. บทบาทในการมีส่วนร่วมในการเมืองการปกครองท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในบทบาททางการเมืองของท้องถิ่นและส่วนกลางของโทรทัศน์ท้องถิ่นจะทำให้นโยบายของรัฐตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น และสามารถแก้ปัญหาของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นกำหนดวิถีชีวิตของตนทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมได้มากขึ้นด้วย

4. บทบาททางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชน เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีฐานรากที่เหมาะสมในแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ รู้เท่าทันต่อการพัฒนาของการเติบโตของระบบทุนนิยมเสรี และหนทางในการรวมตัวกันเพื่อต่อรองทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองได้

5. บทบาทด้านการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน คือ การนำเสนอข่าวสารในการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนในแง่มุมต่างๆ ที่มีส่วนสำคัญในการทำลายกีดกร่อนสังคมท้องถิ่น

6. บทบาทในการสร้างระบบการบริการชุมชน ส่งเสริมด้านสวัสดิการสังคมและบริการสาธารณะของรัฐบาลที่พึงมีต่อชุมชน เช่น สิทธิการรักษาพยาบาล สิทธิการได้รับบริการทางการศึกษา เป็นต้น

7. บทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบที่เหมาะสมกับชุมชน สร้างช่องทางความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการกำหนดวิถีชีวิตของตนเอง อีกทั้งการปกป้องผลประโยชน์ การให้และประเมินข้อมูลผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนสะท้อนเสียงของชุมชนต่อทิศทางการพัฒนาด้วย

8. บทบาทในการสร้างทางเลือกให้แก่ชุมชน โทรทัศน์ท้องถิ่นควรมีบทบาทในการสร้างสรรค์ในแง่ข้อมูล ข่าวสาร และเป็นกลไกในสังคมท้องถิ่นในการผลักดันให้ชุมชนแสวงหาทางเลือกของชุมชนที่เป็นอิสระจากการถูกรอบงำโดยการพัฒนาจากส่วนกลาง

9. บทบาทในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมสิทธิของชุมชนในท้องถิ่นในการกำหนดใช้และสงวนทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นอย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

10. บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาของท้องถิ่น สื่อมวลชนท้องถิ่น พึงมีบทบาทในการรักษาความเป็นท้องถิ่นที่สำคัญ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนให้คงอยู่สืบไป ซึ่งพื้นที่ในการเลือกรับและเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมต้องอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียม และเข้าใจต่อรากเหง้าอย่างแท้จริง

11. บทบาทในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การสร้างสรรค์ชุมชนให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำลายเสียงของชุมชนให้เป็นที่ได้ยินและเป็นแหล่งปัญญาของชุมชน เพื่อการรู้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน เพื่อปรับเปลี่ยนหรือธำรงรักษารูปแบบ วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนไม่ให้ถูกทำลายไป การสร้างพื้นที่ทางความคิดที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม

ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2546) อธิบายว่า วิद्यุโทรทัศนมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมให้ยั่งยืนต่อไปทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนร่วมของสังคมที่จะต้องสืบทอดให้เกิดความต่อเนื่อง จึงจำแนกบทบาทของวิद्यุโทรทัศนด้านวัฒนธรรม ดังนี้

1. บทบาทในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อย หมายถึง การธำรงรักษาวัฒนธรรมกลายเป็นที่ยอมรับและถือเป็นแนวปฏิบัติโดยคนส่วนมากในสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมที่วัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม ซึ่งแบ่งตามภูมิภาคและเชื้อชาติ ศาสนา การธำรงรักษาวัฒนธรรมทางรายการวิद्यุโทรทัศนสามารถทำได้โดยนำเสนอในรูปแบบของรายการสารคดี หรือ สอดแทรกความรู้ด้านวัฒนธรรมผ่านทางรายการประเภทต่างๆ โดยมีการนำเสนอทั้งวัฒนธรรมหลัก และวัฒนธรรมรองในสัดส่วนที่เหมาะสม

2. บทบาทในการอบรมบ่มเพาะทางสังคม หมายถึง การเตรียมความพร้อมของบุคคลด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจในการอยู่ร่วมในสังคม สื่อมวลชนมีบทบาทในการอบรมบ่มเพาะทางสังคมซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมในสังคมนั้นๆ การนำเสนอทางวิद्यุโทรทัศนเป็นการสะท้อนระเบียบแบบแผนทางสังคม ซึ่งทำให้ผู้ชมเรียนรู้กฎกติกาทางสังคมและการดำเนินชีวิต วิद्यุโทรทัศนมีบทบาทในการอบรมบ่มเพาะทางสังคมในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

2.1 นำเสนอแบบจำลองพฤติกรรมทางสังคมที่ถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมผ่านรายการประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการความรู้หรือรายการบันเทิง เพื่อซึมซับและยอมรับว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานทางสังคมที่ต้องยึดเป็นแนวปฏิบัติ

2.2 สร้างแบบอย่างของพฤติกรรมตามบทบาทบุคคลเพื่อให้ยึดถือพฤติกรรมนั้นเป็นแบบอย่าง เช่น บทบาทของเพศชายและเพศหญิง บทบาทของครู นักเรียน นักการเมือง เป็นต้น เพื่อการปฏิบัติที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในสังคม

2.3 ปลุกฝังค่านิยม วิชยุโทรทัศน์ถ่ายทอดค่านิยมทางวัฒนธรรมและสังคมในรายการประเภทต่างๆ โดยสะท้อนออกมาในเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น เนื้อหาที่ส่งเสริมศีลธรรม ความเป็นไทย การมีน้ำใจต่อผู้อื่น เป็นต้น

3. บทบาทในการส่งเสริมวัฒนธรรม หมายถึง การส่งเสริมให้ประชาชนได้ตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรม ตลอดจนป้องกันไม่ให้วัฒนธรรมต่างประเทศเข้ามามีอิทธิพลในสังคมไทย จนอาจทำให้วัฒนธรรมไทยถูกกลืนหรือสูญหายไป ฉะนั้น รายการวิทยุโทรทัศน์ต้องสร้างดุลยภาพด้านการสอดแทรกวัฒนธรรมไทยไว้ในรายการ และไม่ลอกเลียนแบบรายการจากต่างประเทศ จนทำให้สูญเสียวัฒนธรรมอันดีของสังคมไทยไป นอกจากนี้ วิทยุโทรทัศน์สามารถสร้างมาตรฐานทางวัฒนธรรม โดยการนำเสนอแนวทางปฏิบัติ พฤติกรรม ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม เพื่อเน้นย้ำว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นมาตรฐานร่วมทางวัฒนธรรมที่ควรยึดถือและปฏิบัติ เช่น การไม่ส่งเสริมให้มีการแพร่ภาพศิลปินที่แต่งกายล่อแหลมขัดกับวัฒนธรรมไทยทางรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

4. บทบาทในการส่งเสริมภูมิปัญญา เนื่องจากวัฒนธรรมไทยหลายอย่างได้รับการสืบทอดต่อกันมา โดยเฉพาะวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เช่น หมอลำ การทำขวัญนาค เป็นต้น วัฒนธรรมเหล่านี้จำเป็นต้องถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้รับรู้ ซึ่งสื่อที่จะเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดได้ดีที่สุด คือ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

นอกจากนี้ ในงานวิจัยของภัทรา บุรารักษ์ (2551) พบว่า บทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ท้องถิ่น มีบทบาทหน้าที่ใน 3 ลักษณะ คือ

1. บทบาทหน้าที่ตอบสนองต่อนโยบายรัฐ ประกอบด้วย หน้าที่ให้ข่าวสารและความรู้ทั่วไป เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม นโยบายของรัฐ ส่งเสริมรักษาวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น ส่งเสริมความมั่นคงและความเข้าใจระบอบประชาธิปไตย เป็นสถานีเครือข่ายของสถานีโทรทัศน์ส่วนกลาง เป็นศูนย์กลางขององค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีโทรทัศน์ และเป็นสถาบันการศึกษานอกระบบทางด้านโทรทัศน์

2. บทบาทหน้าที่ตอบสนองต่อนโยบายของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น ประกอบด้วย หน้าที่ให้ข่าวสารและความรู้ทั่วไป เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม นโยบายของรัฐ ส่งเสริมรักษาวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น เป็นพื้นที่การแสดงออกให้กับข้าราชการ องค์กร ชุมชน ในท้องถิ่น เป็นพื้นที่การแสดงออกของวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น นำประเด็นท้องถิ่นสู่ประเด็นระดับชาติ เป็นพื้นที่การสื่อสารจากท้องถิ่นสู่รัฐ เป็นตัวกลางเชื่อมโยงรัฐกับท้องถิ่น เป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น เป็นศูนย์กลางขององค์ความรู้เกี่ยวกับ

เทคโนโลยีโทรทัศน์ และเป็นสถาบันการศึกษานอกระบบทางด้านโทรทัศน์ ทั้งนี้บทบาทด้านการนำประเด็นท้องถิ่นสู่ประเด็นระดับชาติ การเป็นพื้นที่การสื่อสารจากท้องถิ่นสู่รัฐ และการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงรัฐกับท้องถิ่นเป็นบทบาทที่แสดงออกมาในระดับน้อย

3. บทบาทหน้าที่ที่ตอบสนองต่อท้องถิ่น ประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ที่ตอบสนองท้องถิ่นที่มาจากด้านผู้ส่งสาร ประกอบด้วย แหล่งสร้างงาน สร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับคนในท้องถิ่นบางกลุ่ม ส่งเสริมศิลปกรรม สะท้อนวัฒนธรรม ตัวตนของท้องถิ่นให้ท้องถิ่นได้เห็นตนเอง เป็นพื้นที่การแสดงออกของวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น และเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น ส่วนการนำประเด็นท้องถิ่นสู่ประเด็นระดับชาติ เป็นพื้นที่การสื่อสารจากท้องถิ่นสู่รัฐ และเป็นตัวกลางเชื่อมโยงรัฐกับท้องถิ่นเป็นบทบาทที่แสดงออกมาในระดับน้อย และบทบาทหน้าที่ที่ตอบสนองท้องถิ่นที่มาจากผู้รับสาร คือ ให้สถานภาพกับคนในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนมีดังนี้ การทำหน้าที่ในการให้ข่าวสาร การทำหน้าที่ประสานส่วนต่างๆ ในสังคม เช่น การมีส่วนร่วม การส่งเสริมการพัฒนา เป็นต้น การทำหน้าที่ในการให้การศึกษา การทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิง และการทำหน้าที่ในการส่งเสริมวัฒนธรรม ดังนั้น บทบาทหน้าที่ดังกล่าวจึงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถสะท้อนหรือชี้นำความคิดได้อีกด้วย

2.3 การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม

วัฒนธรรมคือการสื่อสาร และการสื่อสารคือวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมและการสื่อสารสองสิ่งนี้ยากที่จะแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิง คนแต่ละเชื้อชาติที่อาศัยในสถานที่ที่ต่างกันจะมีวิถีในการดำเนินชีวิตและมีการแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละแห่ง ซึ่ง Hall ได้กล่าวสรุปว่า ไม่มีแง่มุมใดๆ ในชีวิตมนุษย์ที่จะได้รับการสัมผัสและเปลี่ยนแปลงโดยวัฒนธรรม เมื่อวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลง รูปแบบของการสื่อสารก็เปลี่ยนไปด้วย ทั้งนี้ แต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันตามแต่ละระดับของการยอมรับและการปฏิบัติตามแบบแผนของวัฒนธรรม (จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2551 ; อ้างอิงมาจาก Hall, 1977)

จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต (2551) อธิบายว่า การสื่อสารมีลักษณะค่อนข้างซับซ้อนและอาศัยการตีความ การสื่อสารจึงมีลักษณะดังนี้

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการแห่งพลวัต (Dynamic) เป็นกิจกรรมที่ดำเนินต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อมนุษย์สื่อสารระหว่างกัน คำพูด (Utterance) ที่ส่งถึงกัน ทำทางการเคลื่อนไหวของอากัปกริยา สีหน้า แววตาทำทาง กระบวนการการแปรผลของคำพูดหรือการกระทำในสมอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเชื่อ การรับรู้ ค่านิยม โลกทัศน์ จะถูกกระทบหรือแทนที่ด้วยถ้อยคำและการกระทำของผู้อื่นและส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบทแห่งสัมพันธ์อยู่เสมอ เช่นเดียวกับวัฒนธรรมซึ่งมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเช่นกัน

2. การสื่อสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนผ่านไม่ถาวรยั่งยืน (Transitory) การสื่อสารมีลักษณะเป็นพลวัต เมื่อคำพูดหรือการกระทำหนึ่งๆ ได้ถูกนำไปแล้วจะไม่สามารถย้อนกลับคืนมาอีก เมื่อเหตุการณ์ๆ เกิดขึ้นแล้ว เราไม่สามารถทำให้มันเกิดขึ้นใหม่ได้อีก

3. การสื่อสารทำให้มนุษย์วิเคราะห์ประเมินสถานการณ์และคนอื่นก่อนสะท้อนย้อนดูตัวเอง (Self-Reflective) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบทั้งหมดของบริบทการสื่อสารจะเห็นว่าปัจเจกนั้นไม่เพียงแต่รับและส่งสาร แต่ยังมีวิเคราะห์ข้อมูลและการสนองตอบของสิ่งที่อยู่รอบตัว ไม่ว่าจะเป็นบริบทหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประเมินการสื่อสารทั้งของตนเองและผู้อื่น ที่สำคัญมนุษย์มีความสามารถที่จะคิดใคร่ครวญเกี่ยวกับตัวเอง ความสามารถที่จะเฝ้ามองความเป็นไปของโลก และสะท้อนให้เห็นถึงอดีต ปัจจุบัน และอนาคต คือเน้นว่าตัวตนสามารถเกิดขึ้นในขณะสื่อสาร สามารถมอง ประเมิน และแก้ไขการปฏิบัติในฐานะของผู้ที่สื่อสารกับบุคคลรอบข้าง ซึ่งในบางวัฒนธรรม ความสามารถที่จะสะท้อนตนเองของปัจเจกนั้นอาจไม่ถูกแสดงออกมาโดยเปิดเผยด้วยความเชื่อถือกับจารีตที่ว่า ปัจเจกควรมีชีวิตอยู่เพื่อผู้อื่น วัฒนธรรมซึ่งอาจเน้นการแสดงออกของกลุ่มเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการเน้นความสำคัญของการสื่อสารกับการอยู่ร่วมกับคนอื่น แม้ว่าจะผูกกับกิจกรรมที่สะท้อนตัวเองระหว่างการสื่อสาร แต่ประเด็นหลักคือ การรักษาความสัมพันธ์กับผู้อื่น

4. การสื่อสารเป็นระบบแห่งสัญลักษณ์ (Symbolic) ความสามารถในการสร้างสัญลักษณ์ของมนุษย์ก่อให้เกิดการใช้สัญลักษณ์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งยังผลให้วัฒนธรรมถูกส่งผ่านจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่า การสร้างและการบริโภคสัญลักษณ์นั้นเป็นความสามารถทางการสื่อสารที่มีลักษณะเฉพาะ เป็นเอกลักษณ์ของมนุษย์ เพื่อแสดงกระบวนการสื่อสารภายในตัวตนของบุคคลในแง่วัฒนธรรม สัญลักษณ์ที่ใช้นั้นขึ้นกับอัตวิสัยของบุคคลและบริบททางวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าทุกวัฒนธรรมจะใช้สัญลักษณ์ แต่ก็กำหนดความหมายและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปสำหรับการใช้สัญลักษณ์นั้นๆ

5. การสื่อสารเป็นระบบ (Systemic) การสื่อสารได้รับอิทธิพลมาจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับระบบธรรมชาติของการสื่อสารต่างๆ ซึ่งสภาพแวดล้อมจะช่วยมนุษย์ในการกำหนดถ้อยคำและการกระทำที่มนุษย์ให้ความหมายต่อสัญลักษณ์ที่ผู้อื่นทำขึ้น โดยจะขึ้นอยู่กับ 1) สถานที่ คนเราจะไม่ปฏิบัติด้วยวิธีการเหมือนกันในทุกสภาพแวดล้อม ซึ่งกฎเกณฑ์เหล่านี้มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมของเรา 2) โอกาส ในการสื่อสารจะกำหนดพฤติกรรมของผู้ที่มีส่วนร่วม แต่ละวัฒนธรรมจะมีการปฏิบัติที่เฉพาะตัวเฉพาะโอกาส 3) เวลา เวลาจะควบคุมทั้งรูปแบบ ความคิด และการกระทำ การสื่อสารในทุกเหตุการณ์เกิดขึ้นบนลำดับของเวลาและมีช่วงเวลาที่ใช้สื่อสารซึ่งส่งผลต่อเหตุการณ์นั้นๆ และ 4) จำนวนบุคคล ส่งผลต่อการสื่อสารด้วยเช่นกัน กล่าวคือ เราอาจมีความรู้สึกและรูปแบบการประพฤติปฏิบัติที่ต่างกันไปเมื่อจำนวนของบุคคลต่างกันไป ที่สำคัญวัฒนธรรมก็ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนบุคคลด้วยเช่นกัน

6. การสื่อสารเกี่ยวข้องพันกับการอนุมานอ้างอิง (Inferential) มนุษย์เราไม่สามารถเข้าถึงความคิดและความรู้สึกของผู้อื่นได้โดยตรง จึงสามารถทำได้เพียงการอนุมานอ้างอิงถึงประสบการณ์ของคนอื่นที่ได้จากประสบการณ์ของเราเท่านั้น

7. การสื่อสารยังผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ตามมา (Consequent) เมื่อมนุษย์เรารับข่าวสารอาจเกิดการตอบสนองต่างๆ ทั้งที่สังเกตได้และไม่ได้ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ อารมณ์และพฤติกรรม ซึ่งการสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบุคคลได้ ดังนั้น จึงควรระมัดระวังในการสื่อสาร เพราะสามารถสร้างผลกระทบต่อชีวิตคนอื่นทั้งที่เราตั้งใจและไม่ตั้งใจได้

สมสุข หินวิมาน (2558) อธิบายคุณลักษณะของวัฒนธรรมแบบโทรทัศน์ (Television Culture) ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีเงื่อนไขวัฒนธรรมเรื่องเวลา (Clock Culture) เป็นตัวกำหนด ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิตที่บุคลากรต้องมีสำนึกเรื่องเวลาอยู่เบื้องหลัง เช่น การทำงานแข่งกับเวลา การตัดต่อรายการเพื่อให้เนื้อหาเหมาะกับเวลาออกอากาศ เป็นต้น กระบวนการเผยแพร่ที่มีเงื่อนไขเวลาเข้ามากำหนด เช่น การออกอากาศตามผังรายการ หรือการคำนวณค่าการแพร่ภาพสเปดโฆษณา เป็นต้น และกระบวนการบริโภคที่ผู้ชมก็ต้องสำนึกเรื่องเวลาเช่นกัน

2. โทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารด้วยภาพและเสียง (Visual and Audio Medium) ความเป็นจริงของประสบการณ์ของมนุษย์จะสัมผัสโลกได้ผ่านอายตนะทั้ง 6 ด้าน คือ รูป รส กลิ่น เสียง กายสัมผัส และใจ แต่โทรทัศน์ได้ลดทอนความเป็นจริงดังกล่าว ทำให้ได้สัมผัสผ่านการเห็นและการได้ยินเท่านั้น แต่ด้วยการปรุงแต่งและการออกแบบสารที่ซับซ้อน ภาพและเสียงก็สามารถเข้ามาทดแทนสัมผัสที่เหลือได้เช่นกัน

3. โทรทัศน์เป็นพื้นที่การสื่อสารที่ผลิตวัฒนธรรมแห่งอารมณ์ (Sensational Culture) ให้กับมวลชน ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาสารแบบบันเทิงคดีหรือสารตลคดี สารต่างๆ เหล่านั้นก็ถูกคาดหวังว่าจะจรรโลงอารมณ์ความรู้สึกให้กับผู้คน ซึ่งโทรทัศน์แทรกตัวมาผลิตอารมณ์เพื่อป้อนให้กับสาธารณชนได้เข้มข้น

4. โทรทัศน์สร้างวิธีการสื่อสารที่มีทั้งการไหลไปและการหยุดคั่นเป็นจังหวะ (Flow and Interruption) สื่อโทรทัศน์จังหวะการเปิดรับสารจะเป็นแบบดำเนินไปแต่ก็มีหยุดคั่นเป็นระยะๆ ซึ่งมีการแบ่งเป็นตอนๆ แบ่งคั่นด้วยช่วงเบรกโฆษณา แบ่งตัวเป็นช่วง (Episode) เพื่อออกอากาศในแต่ละสัปดาห์

กาญจนา แก้วเทพ (2552b) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับวัฒนธรรม ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นเครื่องมือถ่ายทอดวัฒนธรรม (Instrumental Approach) บทบาทของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือนี้มีบทบาทในการพัฒนาวัฒนธรรม โดยเน้นด้านการอนุรักษ์หรือธำรงรักษาวัฒนธรรมให้อยู่ยั่งยืน เป็นมรดกที่ไม่สูญหายไปจากสังคม โดยสำนักวัฒนธรรมศึกษา

แบบอเมริกันอาศัยแบบจำลองของการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดเป็นหลัก โดยในการศึกษามุ่งตอบคำถามดังต่อไปนี้

1.1 สื่อมวลชน มีหน้าที่ทางวัฒนธรรมอย่างไร เช่น อนุรักษ์ ปรับเปลี่ยน กระตุ้น วัฒนธรรมให้เกิดความตื่นตัว ช่วยจำแนกแยกแยะ คัดเลือกวัฒนธรรม เป็นต้น

1.2 สื่อมวลชนจะมีส่วนช่วยในการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมต่างๆ อย่างไร เช่น การจัดถ่ายทอดการประกวด การแสดงดนตรีของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เป็นต้น

1.3 สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการช่วยสืบทอด/หล่อหลอมสมาชิกใหม่ในสังคม ในด้านวัฒนธรรมอย่างไร เช่น บทบาทสื่อมวลชนในการรณรงค์ให้เยาวชนไทยใช้ภาษาไทยให้ถูกต้อง การใช้สื่อรณรงค์ให้มีการละเล่นสงกรานต์ให้เป็นไปตามแบบแผนอันดีงาม เป็นต้น

2. การสื่อสารเป็นตัวกลั่นวัฒนธรรม (Cultural Production Approach)

นักวิชาการบางกลุ่มเสนอว่า สังคมสมัยใหม่ที่ข่าวสารข้อมูลมีบทบาทอย่างมาก รวมทั้งการสื่อสารมวลชนก็แผ่ขยายอาณาเขตจนกลายเป็นเส้นประสาทของสังคมไปแล้วที่เรียกว่า สังคมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-Mediated Society) สถานะและบทบาทของการสื่อสารจึงแยกไม่ออกและได้กลายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับวัฒนธรรม ในสังคมปัจจุบันเช่นนี้ การสื่อสารจึงไม่ได้มีหน้าที่เป็นเพียงผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่เป็นหัวใจสำคัญ (Essential Part) ของวัฒนธรรม หรือการสื่อสารมีฐานะเป็นผู้สร้างสรรค์/ผู้กลั่น (Generator) วัฒนธรรมของสังคม

นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2552b) ได้อธิบายถึงบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อการพัฒนาวัฒนธรรม มีดังนี้

1. บทบาทของการสื่อสารในการอนุรักษ์วัฒนธรรม รูปแบบการอนุรักษ์วัฒนธรรม ไร้ด้วยการสื่อสารนั้น นอกเหนือจากการอนุรักษ์ตัวรูปแบบวัฒนธรรมอันเป็นส่วนที่มองเห็นได้แล้วยังสามารถที่จะอนุรักษ์ตัวเนื้อหา/คุณค่า/ความหมายของวัฒนธรรม

2. บทบาทของการสื่อสารในการสืบทอดวัฒนธรรม หากพิจารณาวัฒนธรรมในแง่ของกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดทางวัฒนธรรม จะพบว่าทุกวันทุกเวลาจะมีกระบวนการผลิตวัฒนธรรมทั้งของเก่าและของใหม่ขึ้น เช่น มีการสร้างคำใหม่ การแต่งกายแบบใหม่ เพลงใหม่ เป็นต้น แต่วัฒนธรรมนั้นจะยืนยาวหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับว่า วัฒนธรรมนั้นได้มีการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอย่างต่อเนื่องหรือไม่ และหากพิจารณาจากแง่มุมของการสื่อสารแล้ว นอกเหนือจากขั้นตอนของการผลิตแล้วก็ยังคงต้องมีขั้นตอนของการแพร่กระจายสู่ผู้ให้วัฒนธรรม ซึ่งทั้งล้วนต้องอาศัยการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เป็นเครื่องมือ

3. บทบาทของการสื่อสารในการช่วยแพร่ขยายขอบเขตของวัฒนธรรม กล่าวคือ การสืบทอดเป็นการพิจารณามิติของความต่อเนื่องในแง่ของกาลเวลา คือ การส่งผ่านมรดกของ

วัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง การสื่อสารสามารถแพร่ขยายขอบเขตของวัฒนธรรมเฉพาะของคนกลุ่มหนึ่งให้กว้างขวางออกไปในแง่ของพื้นที่

บทบาทการสื่อสารที่ช่วยแพร่ขยายขอบเขตของวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละท้องถิ่นให้กว้างขวางออกไปนั้นมีอยู่มากมาย ซึ่งตามหลักการศึกษาวัฒนธรรมว่า เป็นการยกระดับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture) ให้กลายมาเป็นวัฒนธรรมระดับชาติ (National Culture) หรือวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) เนื่องจากวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นนั้นมีคุณลักษณะเฉพาะพื้นที่ที่มีการก่อตัวมาจากบริบทเฉพาะตัว ดังนั้น เมื่อมีการแพร่ขยายในวงกว้างออกไปถึงกลุ่มผู้รับสาร/ผู้เสพวัฒนธรรมมากขึ้นย่อมจะต้องมีกำแพงทางวัฒนธรรม (Cultural Barrier) บางอย่างขวางกั้นการเข้าถึงแก่นหรือกระพี้ของวัฒนธรรมนั้น ในการแพร่ขยายวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นในด้านหนึ่งถือเป็นกลไกในการส่งเสริมวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ อันเป็นหลักประกันถึงความอยู่รอดและความยั่งยืนของวัฒนธรรมนั้น หากการเผยแพร่ดังกล่าวมีเจตนาที่มุ่งแต่ด้านธุรกิจมากเกินไป หรือขาดความรู้ที่แท้จริงในตัวเนื้อวัฒนธรรมนั้น ผลจากการเผยแพร่อาจจะสร้างความเสียหายแก่ตัววัฒนธรรม หรือสร้างความชอกช้ำให้แก่ตัวเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเจ้าของวัฒนธรรมจะเป็นผู้มีสิทธิตรวจสอบระดับและความเหมาะสมในการเผยแพร่อยู่เสมอ โดยใช้การสื่อสารเพื่อความเข้าใจร่วมกัน เป็นเครื่องมือ

4. บทบาทของการสื่อสารในการช่วยปรับปรนวัฒนธรรม ที่มาของวัฒนธรรมแต่ละประเภทมักเกิดมาจากปัญหาของกลุ่ม/ชุมชน และสังคม เมื่อได้แสวงหาวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นหลายวิธี หากวิธีการใดใช้ได้ผลก็ถูกเก็บรักษาเอาไว้เป็นมรดกส่งทอดสืบต่อกันมา จากที่มาดังกล่าวนี้ หากวัฒนธรรมนั้นไม่สามารถจะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ได้ก็จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือการปรับปรน (Articulation) ซึ่งหมายความถึง วิธีการที่จะคัดเลือกคุณลักษณะเก่าบางประการเก็บเอาไว้ พร้อมทั้งเปิดรับความรู้ใหม่ๆ หรือวัฒนธรรมจากภายนอกเพื่อคัดเลือกเข้ามาประสมประสานกับของเดิมที่มีอยู่ จากกระบวนการปรับปรนทางวัฒนธรรมนี้ จะเห็นได้ว่ามีบทบาทของการสื่อสารอยู่ในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการคัดเลือกทิ้ง/เลือกเก็บวัฒนธรรมเก่าเอาไว้ ขั้นตอนการเปิดรับและคัดเลือกวัฒนธรรมใหม่เข้ามา ขั้นตอนการผสมผสานระหว่างของใหม่กับของเก่า เป็นต้น

5. บทบาทของการสื่อสารในการแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม เกณฑ์ที่จะใช้แบ่งพรมแดนระหว่างวัฒนธรรมนั้นเริ่มตั้งแต่ประเทศชาติ ศาสนา เชื้อชาติ เพศ อายุ รุ่น วัย ภูมิภาค ภูมิโนเวศ เป็นต้น หากวิเคราะห์ธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เช่น การจัดการแข่งเรือพาย การประกวดตีกองสะบัดชัย การแห่ไม้ค้ำโพธิ์ เป็นต้น ธรรมเนียมประเพณีเหล่านี้เปิดโอกาสให้ประชาชนจากต่างหมู่บ้านได้มาพบปะเห็นหน้าตาและทำความรู้จักกัน

6. บทบาทของการสื่อสารในการสร้างเสริมวัฒนธรรม วัฒนธรรมนั้นก่อตัวขึ้นในบริบททางสังคมและกาลเวลาหนึ่งๆ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ณ จุดหนึ่ง โครงข่ายทั้งหมดของวัฒนธรรมก็จะสั่นสะเทือน ดังนั้น จึงอาจต้องมีการทำนุบำรุงปฏิสังขรณ์หรือการสร้างเสริมวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ให้แข็งแรง

7. บทบาทของการสื่อสารในการรื้อฟื้นวัฒนธรรม จากที่กล่าวมาจะกล่าวถึงวัฒนธรรมที่ยังสามารถดำรงอยู่ได้และการสื่อสารเข้าไปมีบทบาทในการอนุรักษ์ ทำนุบำรุง สืบทอด ส่งเสริมหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ แต่ในหลายกรณีจะพบว่า มีวัฒนธรรมหลายอย่างที่ตกอยู่ในภาวะวิกฤติไม่อาจปรับตัวได้จนต้องล้มหายตายจากไป ซึ่งขีดความสามารถของการสื่อสารสามารถก้าวไปถึงขั้นที่จะรื้อฟื้นวัฒนธรรมที่สูญหายไปแล้วให้หวนคืนกลับมามีชีวิตชีวาใหม่ได้

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2561) อธิบายการสื่อสารกับวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรมเป็นโครงสร้างแห่งความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับคนและการมีชีวิตอยู่ในสังคมนั้น กระบวนการผลิต การเผยแพร่ การบริโภค วัฒนธรรมในชีวิตประจำวันหรือวัฒนธรรมร่วมสมัยจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการศึกษาทฤษฎีการสื่อสารของมนุษย์และสังคมทุกระดับ บทบาทของวัฒนธรรมจึงอาจทำหน้าที่ธำรงรักษาหรือทำลายโครงสร้างสังคมที่เป็นอยู่ก็ได้ โดยสื่อเป็นส่วนสำคัญ ดังนี้

1. เส้นแบ่งหายไประหว่างวัฒนธรรมกับสังคม วัฒนธรรมประชานิยมจะซึมผ่านเข้ามารวมเป็นเนื้อเดียวกับชีวิตประจำวัน จนสัญลักษณ์และสัญญาณต่างๆ ที่ผ่านสื่อกลายเป็นสิ่งกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมในโลกแห่งความเป็นจริง

2. เส้นกั้นเลือนหายไประหว่างวัฒนธรรมประชานิยมกับเศรษฐกิจ กล่าวคือ มีการผสมผสาน ทำให้การสร้างวัฒนธรรมต้องอาศัยปัจจัยทางเศรษฐกิจ และขณะเดียวกันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องอาศัยการผลิตและบริโภควัฒนธรรมด้วยเช่นเดียวกัน

3. การเน้นรูปแบบมากกว่าเนื้อหา หรือมีคำกล่าวว่าภาพลักษณ์สำคัญกว่าการเล่าเรื่อง ทำให้การบริโภคสัญญาณและภาพลักษณ์ กลายเป็นสิ่งสำคัญกว่าคุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ ผลที่เกิดตามมาจึงเป็นการให้ความสำคัญกับเปลือกภายนอกมากกว่าแก่นแท้ที่อยู่ลึกภายใน

4. เส้นกั้นหายไประหว่างวัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมมวลชน ซึ่งเมื่อเนื้อหาหมดความสำคัญ ความสูงส่งทางวัฒนธรรมที่เคยมีจึงสูญหายไปด้วยเช่นกัน ขณะที่รูปแบบกลายเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้อย่างง่ายผ่านการบริโภคและผลิตซ้ำด้วยสื่อจนเป็นวัฒนธรรมประชานิยม

5. การปะปนของเวลากับสถานที่ผ่านสื่อทำให้มิติทางสังคมเกิดความไม่แน่นอน สลับซับซ้อนและเข้าใจได้ยากกว่าเดิม เนื่องจากเวลาอาจย้อนหลังกลับไปหาอดีต และ/หรือพุ่งไปสู่อนาคตได้ ในขณะที่เดียวกันสถานที่อาจสลับกันไปมาระหว่างแห่งหนึ่งกับที่อื่นๆ

6. การลดความสำคัญของอภิปรัชญา ซึ่งเคยกำหนดความจริงหนึ่งเดียวหรือการเล่าเรื่องแบบเส้นตรง หมายถึง ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ หรือความเชื่อในสิ่งใดสิ่งหนึ่งแบบตายตัว

ทั้งหมดนี้ถูกท้าทายตั้งคำถามจากสื่อและการสื่อสารแบบหลังสมัยใหม่ โดยชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างหลากหลาย

สรุปได้ว่า การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นบทบาทสำคัญของวิทยุโทรทัศน์ในฐานะการเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรม โดยการดำรงรักษาวัฒนธรรมหรือการอนุรักษ์วัฒนธรรม การแพร่ขยายขอบเขตของวัฒนธรรม การอบรมบ่มเพาะทางสังคม การปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม การสร้างเสริมวัฒนธรรม การรื้อฟื้นวัฒนธรรม ตลอดจนการสืบทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมอันเป็นมรดกทางสังคมให้ยั่งยืนต่อไป อย่างไรก็ตาม วิทยุโทรทัศน์สามารถส่งเสริมวัฒนธรรมเหล่านั้นด้วยการยกระดับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะไปสู่วัฒนธรรมระดับชาติเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้มากขึ้น

3. กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง

3.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (“รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560,” 2560) หมวด 3 มาตรา 34 บัญญัติการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย โดยระบุไว้ว่า บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่เพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน เสรีภาพทางวิชาการย่อมได้รับความคุ้มครอง แต่การใช้เสรีภาพนั้นต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และต้องเคารพและไม่ปิดกั้นความเห็นต่างของบุคคลอื่น

มาตรา 35 ที่บัญญัติไว้ว่า บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ การสั่งปิดกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นเพื่อลิดรอนเสรีภาพจะกระทำมิได้ การให้นำข่าวสารหรือข้อความใดๆ ที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนจัดทำขึ้นไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนนำไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือสื่อใดๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงคราม ตลอดจนเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย และการให้เงินหรือทรัพย์สินอื่นเพื่ออุดหนุนกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้ หน่วยงานของรัฐที่ใช้จ่ายเงินหรือทรัพย์สินให้สื่อมวลชนไม่ว่าเพื่อประโยชน์ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการอื่นใดในทำนองเดียวกันต้องเปิดเผยรายละเอียดให้คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินทราบตามระยะเวลาที่

กำหนดและประกาศให้ประชาชนทราบด้วย เจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งปฏิบัติหน้าที่เสื่อมลงย่อมมีเสรีภาพ แต่ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์และภารกิจของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ด้วย

มาตรา 43 ของรัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าวบัญญัติไว้ว่า บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิ ดังนี้

1. อนุรักษ์ ฟื้นฟู หรือส่งเสริมภูมิปัญญา ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณีอันดีงามทั้งของท้องถิ่นและของชาติ 2. จัดการ บำรุงรักษา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพอย่างสมดุลและยั่งยืน 3. เข้าชื่อกันเพื่อเสนอแนะต่อหน่วยงานของรัฐให้ดำเนินการใดอันจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนหรือชุมชน หรือลดเว้นการดำเนินการใดอันจะกระทบต่อความเป็นอยู่อย่างสงบสุขของประชาชนหรือชุมชน และ 4. จัดให้มีระบบสวัสดิการของชุมชน ซึ่งสิทธิของบุคคลและชุมชนหมายความรวมถึงสิทธิที่จะร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือรัฐในการดำเนินการดังกล่าวด้วย

มาตรา 57 บัญญัติเกี่ยวกับหน้าที่ของรัฐ ดังนี้ 1. อนุรักษ์ ฟื้นฟู และส่งเสริมภูมิปัญญา ท้องถิ่น ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นและของชาติ และจัดให้มีพื้นที่สาธารณะสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชน ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ใช้สิทธิและมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย และ 2. อนุรักษ์ คุ้มครอง บำรุงรักษา ฟื้นฟู บริหารจัดการ และใช้หรือจัดให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพให้เกิดประโยชน์อย่างสมดุลและยั่งยืน โดยต้องให้ประชาชนและชุมชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมดำเนินการและได้รับประโยชน์

นอกจากนี้ มาตรา 60 ของรัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าวบัญญัติว่า รัฐต้องรักษาไว้ซึ่งคลื่นความถี่และสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมอันเป็นสมบัติของชาติ เพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติและประชาชน การจัดให้มีการใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ไม่ว่าจะใช้เพื่อส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม หรือเพื่อประโยชน์อื่นใด ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ด้วย ทั้งนี้ รัฐต้องจัดให้มีองค์กรของรัฐที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อรับผิดชอบและกำกับการดำเนินการเกี่ยวกับคลื่นความถี่ ในการนี้ องค์กรดังกล่าวต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรมหรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็นป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน รวมตลอดทั้งป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชน และป้องกันมิให้บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

สรุปได้ว่า มาตรา 34 มาตรา 35 มาตรา 42 มาตรา 43 และมาตรา 57 ของ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้บัญญัติการรับรองและการคุ้มครองสิทธิและ เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมาย โดยวิธีอื่น ตลอดจนเสรีภาพของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นตาม จริยธรรมแห่งวิชาชีพ รวมถึงการที่สื่อมวลชนมีเสรีภาพในการรวมตัวกันจัดตั้งองค์กรต่างๆ เพื่อคุ้มครองและป้องกันสิทธิและเสรีภาพ และสิทธิในการของบุคคลและชุมชนและหน้าที่ของภาครัฐ ในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู หรือส่งเสริมภูมิปัญญา ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณี อันดีงามทั้งของท้องถิ่นและของชาติ สำหรับมาตรา 60 ได้บัญญัติการใช้คลื่นความถี่เพื่อใช้ในการส่ง วิทยุโทรทัศน์ อย่างไรก็ดี วิทยุโทรทัศน์ในฐานะสื่อมวลชนจึงมีสิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวสารและ การแสดงความคิดเห็นซึ่งต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของรัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าว เพื่อประโยชน์แก่ ประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ

3.2 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (“พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการ โทรทัศน์ พ.ศ. 2551,” 2551) โดยมาตรา 10 ระบุถึงใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือ กิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่ มี 3 ประเภทดังนี้ 1. ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ได้แก่ ใบอนุญาตที่ออกให้สำหรับการประกอบกิจการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบริการสาธารณะ แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1.1 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่ 1 มีวัตถุประสงค์ หลักเพื่อส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและ สิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพ ชีวิตของประชาชน 1.2 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่ 2 มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ และ 1.3 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการ สาธารณะประเภทที่ 3 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริม สนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสาร อันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น 2. ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ได้แก่ ใบอนุญาตที่มี วัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความ ต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ และ 3. ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ได้แก่ ใบอนุญาตสำหรับการประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบกิจการเพื่อแสวงหากำไรในทาง

ธุรกิจ แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 3.1 ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับชาติออกให้สำหรับ
กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทุกภาคของประเทศ

3.2 ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการ
โทรทัศน์ที่มีพื้นที่การให้บริการในกลุ่มจังหวัด และ 3.3 ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับ
ท้องถิ่นออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีพื้นที่การให้บริการในจังหวัด และ
การประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ มาตรา 27 เพื่อประโยชน์ใน
การกำกับดูแลการประกอบกิจการให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

1. สัดส่วนรายการและผังรายการ 2. การหารายได้ และ 3. การบันทึกรายการที่ออกอากาศไปแล้ว
และระยะเวลาในการเก็บรักษา

มาตรา 33 ที่บัญญัติไว้ว่า ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่แต่ละประเภทต้องจัดผังรายการให้มีสัดส่วนรายการ ดังนี้ 1. ผู้รับใบอนุญาต
ประกอบกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 2. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้อง
กำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการใน
สัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และ 3. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มี
รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ทั้งนี้
ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น ต้องมีรายการที่ผลิตเองใน
สัดส่วนที่คณะกรรมการกำหนด รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ รวมถึง
รายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย รายการ
ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม การให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ
สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

มาตรา 34 ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำผังรายการให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการ
ประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาต

มาตรา 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการ
ปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความ
มั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะ
ลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน
อย่างร้ายแรง

นอกจากนี้ ในมาตรา 39 บัญญัติให้คณะกรรมการดำเนินการส่งเสริมการรวมกลุ่ม
ของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการ

ประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตนเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

3.3 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (“ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556,” 2556) ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ โดยข้อ 5 ระบุไว้ว่า ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำผังรายการให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาตสำหรับใบอนุญาตแต่ละประเภท และข้อ 6 ระบุว่า ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ต้องจัดผังรายการให้มีสัดส่วนรายการเพื่อให้บริการแต่ละประเภท ดังนี้ 1. กิจการบริการสาธารณะให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 2. กิจการบริการชุมชนให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องมีรายการที่เกี่ยวกับชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการและต้องมีรายการที่ผลิตโดยคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด

3.4 ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535

ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (“ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535,” 2535) หมวด 2 ระบุวัตถุประสงค์ของการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ โดยข้อ 12 ระบุไว้ว่าการส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ให้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบและจิตสำนึกในเรื่องของการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข 2. เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อความเข้าใจอันดีและถูกต้อง โดยคำนึงถึงสิทธิและความเสมอภาคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน 3. ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรม ให้ความรู้ ความบันเทิง โดยไม่ขัดกับขนบธรรมเนียมประเพณีและศีลธรรมอันดีงามของชาติ และ 4. ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมคุณภาพชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชาติ

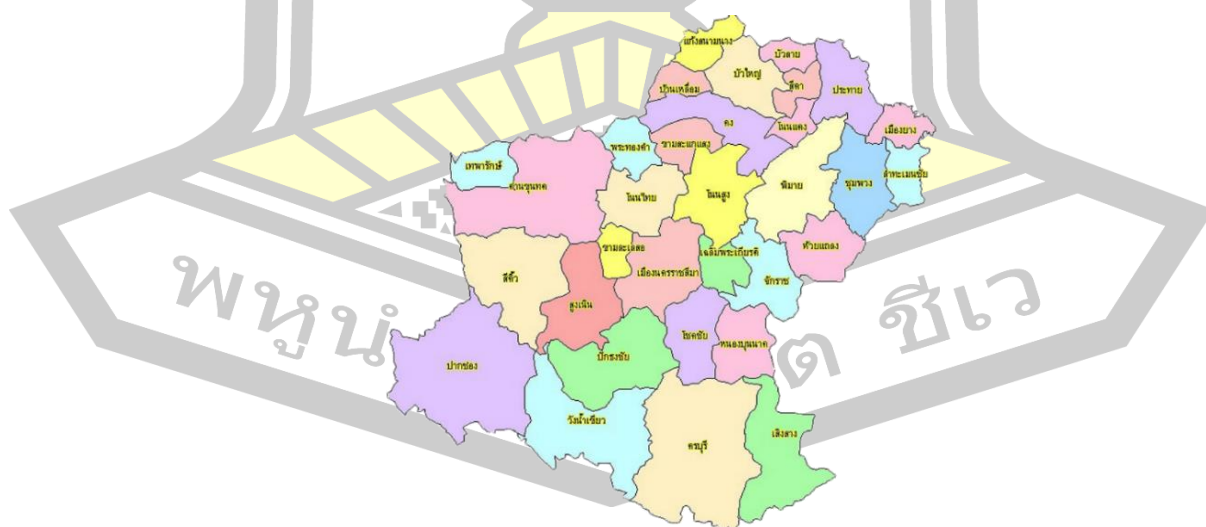
สรุปได้ว่า พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์

พ.ศ. 2556 และระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 ซึ่งกฎหมายดังกล่าว บัญญัติเกี่ยวกับการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 บริการสาธารณะเพื่อส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ โดยกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ประเภทที่ 2 บริการชุมชนเพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ โดยกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และประเภทที่ 3 ธุรกิจเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาล รัฐสภาและประชาชน บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ส่วนการประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นต้องมีรายการที่ผลิตเองในสัดส่วนที่คณะกรรมการประกาศ นอกจากนี้ ยังระบุถึงการส่งเสริมการรวมกันขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนในการกำกับดูแลภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

4. บริบทพื้นที่วิจัย

บริบทพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 จังหวัดนครราชสีมา



ภาพประกอบ 2 จังหวัดนครราชสีมา

ที่มา : จังหวัดนครราชสีมา, ม.ป.ป.

4.1.1 ความเป็นมา

จังหวัดนครราชสีมา เดิมตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ในท้องที่อำเภอสูงเนิน เรียกว่า เมืองโคราชะปุระหรือโคราชกับเมืองเสมา สมัยกรุงศรีอยุธยาสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้โปรดให้สร้างเมืองใหม่โดยนำชื่อเมืองโคราชะปุระกับเมืองเสมามาผูกเป็นนามเมืองใหม่ เรียกว่า เมืองนครราชสีมา หรือเมืองโคราช ในรัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะเป็นเมืองชั้นเอก โดยเจ้าพระยานครราชสีมาคนแรกชื่อ ปิ่น ณ ราชสีมา และในรัชกาลนี้เมืองนครราชสีมาได้นำช้างเผือก 2 เชือกขึ้นน้อมเกล้าถวาย ต่อมาในปี พ.ศ. 2369 ในสมัยรัชกาลที่ 3 เจ้าอนุวงศ์ผู้ครองเมืองเวียงจันทน์ก่อการกบฏ ยกกองทัพมาตีเมืองนครราชสีมาและกวาดต้อนพลเมืองไปเป็นเชลย คุณหญิงโม (ภรรยาปลัดเมืองนครราชสีมา พระสุริยเดโชพิเศษฤทธิ์ทศทิศวิชัย) ผู้รักษาเมืองแสวงทำกลั่วเกรงและประจบเอาใจทหารลาว เมื่อถูกกวาดต้อนมาถึงทุ่งสัมฤทธิ์ในเขตอำเภอยางชุมน้อย พักกลางทาง พอได้โอกาสคุณหญิงโมก็จัดกองทัพโจมตีกองทัพเวียงจันทน์แตกพ่ายไป วีรกรรมที่คุณหญิงโมได้ประกอบขึ้นนี้ รัชกาลที่ 3 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาคุณหญิงโมดำรงฐานันดรศักดิ์เป็นท้าวสุรนารี ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้โปรดเกล้าฯ ให้รวบรวมหัวเมืองในเขตที่ราบสูง และให้นครราชสีมาเป็นที่ว่าการมณฑลลาวกลางในปี พ.ศ. 2434 (คู่มือนครราชสีมา, 2563)

4.1.2 สถานที่ตั้ง

จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ถือเป็นประตูสู่ภาคอีสาน สภาพภูมิประเทศของจังหวัดเป็นภูเขาสูง เทือกเขา ที่ราบลุ่ม พื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้น และพื้นที่ ลูกคลื่นลอนลึก (คู่มือนครราชสีมา, 2563)

สำหรับอาณาเขตติดต่อจังหวัดนครราชสีมากับพื้นที่ต่างๆ มีดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดขอนแก่น

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัด

สระแก้ว

ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี และจังหวัดสระบุรี

4.1.3 เขตการปกครอง

จังหวัดนครราชสีมา แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 32 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอครบุรี อำเภอเสิงสาง อำเภอดง อำเภอเมือง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอจักราช อำเภอโชคชัย อำเภอด่านขุนทด อำเภอโนนไทย อำเภอโนนสูง อำเภอขามสะแกแสง อำเภอบัวใหญ่ อำเภอประทาย อำเภอปักธงชัย อำเภอพิมาย อำเภอห้วยแถลง อำเภอชุมพวง อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอสีคิ้ว อำเภอปากช่อง อำเภอหนองบุญมาก

อำเภอแก่งสนามนาง อำเภอโนนแดง อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอเทพารักษ์ อำเภอเมืองยาง
อำเภอพระทองคำ อำเภอลำทะเมนชัย อำเภอบัวลาย อำเภอสีดา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ

4.1.4 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่ได้ชื่อว่า ประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อไปยังจังหวัดต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคเหนือ และชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยขนาดของพื้นที่ในจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศ ทำให้จังหวัดนครราชสีมาจึงเป็นเมืองศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง รวมถึงความสมบูรณ์ทางทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ที่มีจำนวนมากภายในจังหวัด การบริการทางสังคม เขตอุตสาหกรรมที่รองรับการลงทุน จึงส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี ประกอบกับจังหวัดมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น ด้านการลงทุน การค้า การท่องเที่ยว และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับจังหวัดชายแดนและประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งยังมีระบบการคมนาคมขนส่งที่สะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ รถไฟฟ้าทางคู่ เครื่องบิน ทางหลวงสายพิเศษ รวมถึงความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา การสื่อสาร การสาธารณสุข เป็นต้น ซึ่งสำนักงานจังหวัดนครราชสีมา (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, ม.ป.ป.) ได้สรุปแผนการพัฒนาจังหวัดนครราชสีมาว่า จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดศูนย์กลางในภูมิภาคที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรมโดยการยกระดับมาตรฐานสินค้า บริการ ระบบโลจิสติกส์ การค้า และอื่นๆ เพื่อเป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและรอบรั้วประชาคมอาเซียน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการบริหารจัดการแบบบูรณาการ การพัฒนาคุณภาพชีวิต การสร้างรายได้ การพัฒนาคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน รองรับการพัฒนาตัวทางเศรษฐกิจ และการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ทั้งนี้ จังหวัดนครราชสีมาเป็น 1 ใน 7 จังหวัดของประเทศที่ผ่านการประเมินในการเป็นเมืองไมซ์ ซิตี้ (MICE City) โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน. หรือ Thailand Convention and Exhibition Bureau : TCEB) ส่งผลให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีความสามารถในการแข่งขันและความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การลงทุน การจัดประชุม การท่องเที่ยว การแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตลอดจนการเป็นจังหวัดที่มีความเสถียรภาพทางด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการมุ่งสู่ประโยชน์สูงสุดของประชาชน

4.1.5 สถานีวิทยุโทรทัศน์จังหวัดนครราชสีมา

1) บริษัท เฉินเจริญวันเจริญ จำกัด หรือเคซีทีวี (KCTV) เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์เคเบิลทีวีท้องถิ่นจังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่เลขที่ 100/16-17 ถนนมูขมมนตรี ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทางสถานีได้รับใบอนุญาตประกอบการกิจการวิทยุโทรทัศน์ ปัจจุบันเคซีทีวี

พระกรุณาโปรดเกล้าให้ยกบ้านบึงบอนขึ้นเป็นเมืองขอนแก่น และให้เพี้ยเมืองแพนเป็นเจ้าเมืองขอนแก่นขึ้นกับเมืองนครราชสีมา เมื่อเจ้าเมืองขอนแก่นได้ทดลองทำราชการส่งส่วยให้แก่เมืองนครราชสีมาครบ 9 ปีแล้ว พระยานครราชสีมาได้บอกให้เข้ากรุงเทพ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช จึงโปรดเกล้าตั้งเมืองขอนแก่นให้เป็นเมืองอย่างเป็นทางการให้ขึ้นตรงต่อกรุงเทพฯ เมื่อปี พ.ศ. 2340 และโปรดเกล้าให้ตั้งเพี้ยเมืองแพนเป็นพระนครศรีบริรักษ์เจ้าเมืองขอนแก่น จึงถือว่าเมืองขอนแก่นตั้งอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2340 (สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น, 2563)

จังหวัดขอนแก่นมีประวัติความเป็นมายาวนาน พื้นที่บริเวณนี้เคยเป็นถิ่นที่อยู่ของไดโนเสาร์มาก่อน สันนิษฐานจากที่มีการพบรอยเท้าและฟอสซิลไดโนเสาร์ ทั้งยังเคยเป็นถิ่นอาศัยของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ดังปรากฏหลักฐานจากการขุดค้นพบเครื่องมือเครื่องใช้สำริดและโลหะที่แหล่งโบราณคดีโนนนกทา อำเภอภูเวียง ต่อมาได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมแบบทวารวดีจากภาคกลางเข้ามาสู่ภาคอีสาน ตามด้วยอิทธิพลเขมรที่เข้ามาส่งผลให้ศาสนาฮินดูได้เผยแพร่เข้ามา ดังปรากฏให้เห็นตามศิลปกรรมการสร้างปราสาทเพ็ญน้อย อำเภอเพ็ญน้อย และช่วงศตวรรษที่ 18 อิทธิพลของเขมรแบบบายันที่นับถือพระพุทธศาสนานิกายมหายานได้เข้ามาแทนที่ ตัวอย่างสถาปัตยกรรม เช่น กู่ประภาชัย อำเภอน้ำพอง จากนั้นวัฒนธรรมล้านช้างและล้านนาได้เข้ามามีบทบาทในพื้นที่แถบนี้แทนวัฒนธรรมดั้งเดิมกลายเป็นวัฒนธรรมผสมผสานที่แพร่หลายไปทั่วอีสาน เรียกว่า ศิลปะแบบล้านช้าง สถาปัตยกรรมที่สำคัญและเห็นเด่นชัด คือ พระธาตุขามแก่น อำเภอน้ำพอง ซึ่งกลายเป็นพระธาตุคู่บ้านคู่เมืองขอนแก่นในเวลาต่อมา ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีการย้ายที่ตั้งเมืองขอนแก่นอยู่หลายครั้ง ส่วนใหญ่ย้ายไปตั้งยังอำเภอรอบนอกหรือจังหวัดที่ใกล้เคียงกับขอนแก่นในปัจจุบัน สมัยรัชกาลที่ 5 ช่วงปี พ.ศ. 2440 ได้มีการย้ายเมืองขอนแก่นมาอยู่ที่บ้านเมืองเก่าและพัฒนาขยายขนาดเมืองจนเป็นจังหวัดขอนแก่นอย่างเช่นในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวประเทศไทย, 2561)

4.2.2 สถานที่ตั้ง

จังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาค สภาพภูมิประเทศของจังหวัดเป็นที่ราบสูงลาดเทไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ มีที่ราบลุ่มบางตอนแถบลุ่มแม่น้ำชี แม่น้ำพองและแม่น้ำเซิน ภูมิประเทศด้านทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูงแคบและภูเขา ส่วนด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ (จังหวัดขอนแก่น, ม.ป.ป.)

สำหรับอาณาเขตติดต่อจังหวัดอุบลราชธานีกับพื้นที่ต่างๆ มีดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอุดรธานี จังหวัดเลย และหนองบัวลำภู
- ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดบุรีรัมย์
- ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดมหาสารคาม
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดเพชรบูรณ์

4.2.3 เขตการปกครอง

จังหวัดขอนแก่น แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 26 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองขอนแก่น อำเภอบ้านฝาง อำเภอพระยืน อำเภอหนองเรือ อำเภอชุมแพ อำเภอสีชมพู อำเภอน้ำพอง อำเภออุบลรัตน์ อำเภอกระนวน อำเภอบ้านไผ่ อำเภอเปือยน้อย อำเภอพล อำเภอเวียงใหญ่ อำเภอเวียงน้อย อำเภอหนองสองห้อง อำเภอภูเวียง อำเภอภูผามาศ อำเภอชนบท อำเภอเขาสมอคอน อำเภอภูผาม่าน อำเภอซำสูง อำเภอโคกโพธิ์ไชย อำเภอหนองนาคำ อำเภอบ้านแฮด อำเภอโนนศิลา และอำเภอเวียงเก่า

4.2.4 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

จังหวัดขอนแก่นตั้งอยู่ศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้สภาพเศรษฐกิจมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2560 (สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น, 2563) จังหวัดขอนแก่นมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) อันดับที่ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นอันดับที่ 31 ของประเทศ โดยสาขาการผลิตที่ทำรายได้ให้แก่จังหวัดมากที่สุด คือ สาขาอุตสาหกรรม สาขาการขนส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์และจักรยายนต์ และสาขาการศึกษา

นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่นยังเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง รวมถึงการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ศูนย์กลางของการบริหารและบริการ หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเอกชนของไทยและต่างประเทศด้านการติดต่อประสานงานให้เป็นที่ไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว (ชัยวัช เนียมศิริ, ม.ป.ป.) ประกอบกับเรื่องของทางท่องเที่ยวซึ่งจังหวัดขอนแก่นมีระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน ความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกจึงทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัด นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน. หรือ Thailand Convention and Exhibition Bureau : TCEB) ได้ประเมินให้จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองไมซ์ ซิตี้ (MICE City) แห่งหนึ่งในประเทศไทย ส่งผลให้จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีความสามารถในการแข่งขันและความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการลงทุนต่างๆ ประกอบกับความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัด และรวมถึงจังหวัดขอนแก่นยังมีแหล่งคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วย

4.2.5 สถานีวิทยุโทรทัศน์จังหวัดขอนแก่น

1) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น หรือ NBT (The National Broadcasting Services of Thailand) เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ส่วนภูมิภาค สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งอยู่ที่ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยดำเนินการผลิตรายการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ นอกจากนี้ ยังเป็นสถานีแม่ข่ายเชื่อมโยงสัญญาณเพื่อให้สามารถออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดสกลนคร และจังหวัดหนองบัวลำภู

2) บริษัท ขอนแก่นเคเบิลเน็ตเวิร์ค จำกัด หรือเคทีวี (KTV) เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นระบบบอกรับสมาชิก ตั้งอยู่เลขที่ 71 หมู่ 11 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ปัจจุบันช่องรายการของเคทีวีมีจำนวน 150 ช่อง ประกอบด้วย ภาพยนตร์ ข่าว สารคดี กีฬา เพลง การ์ตูน ละครเวทีรูปแบบต่างๆ ช่องรายการลิขสิทธิ์ รวมทั้งผลิตรายการข่าวที่มีคุณภาพ ทุกข่าวสาร ทุกเหตุการณ์ ทุกความเคลื่อนไหวในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น ตลอดจนคุณภาพของภาพและเสียงที่มีความคมชัด ดังสโลแกนเคทีวีที่ว่า ย่อโลกทั้งใบสู่บ้านคุณ

3) บริษัท ขอนแก่นเคเบิลทีวี จำกัด หรือเคเคซีทีวี (KCC TV) เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีท้องถิ่น ตั้งอยู่เลขที่ 33/12 หมู่ 1 ถนนร่วมจิตร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ปัจจุบันช่องรายการของเคเคซีทีวีมีจำนวนกว่า 88 ช่องรายการ ประกอบด้วย ภาพยนตร์ บันเทิง สารคดี กีฬา ข่าว เพลง การ์ตูน รวมทั้งรายการข่าวที่ผลิตเอง ครบทุกสาระ และความบันเทิงตลอด 24 ชั่วโมง ดังสโลแกนเคเคซีทีวีว่า ราคาถูก คุ่มค่า สาระดี มีข่าวท้องถิ่น

4.3 จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพประกอบ 4 จังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : จังหวัดอุบลราชธานี, ม.ป.ป.

4.3.1 ความเป็นมา

อุบลราชธานี ราชธานีแห่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ชื่อว่าเป็นเมืองดอกบัว อันมีแม่น้ำมูล แม่น้ำชีไหลพาดผ่านคดเคี้ยวเหมือนเส้นชีวิตของชาวเมือง ในสมัยก่อนกรุงรัตนโกสินทร์ ท้าวคำผง ท้าวทิตพรหม และท้าวกำบุตร พระวอ พระตาหนิภัยสงคราม พระเจ้าสิริบุญสารเจ้าแห่งนครเวียงจันทน์เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และในสมัยนั้นเมืองอุบลราชธานียังเป็นเพียงชุมชนที่กลุ่มชนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่เวียงดอนกองแขวงจำปาศักดิ์ เท่านั้น ยังไม่ได้สถาปนาเป็นเมืองอุบลราชธานีจนถึงสิ้นรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น พระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงมีพระราชประสงค์ที่จะรวมพลเมืองเพื่อเป็นกำลังของประเทศ โดยทรงมีพระราชกำหนดว่า หากเจ้าเมืองใดหรือบุคคลใดรวมไพร่พลได้มากตั้งเมืองเป็นปึกแผ่นมั่นคงก็จะได้รับโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้เป็นเจ้าเมือง พระปฐมสุรราช (ท้าวคำผง) จึงอพยพครอบครัวไพร่พลจากเวียงดอนกองมาตั้งหลักแหล่งบริเวณห้วยแจระแม จนต่อมาพระปฐมสุรราชสามารถยกทัพปราบกบฏได้ชัยชนะ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชจึงโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งพระปฐมสุรราชเป็นพระปฐมวราชสุริยวงศ์ครองเมืองอุบลราชธานี และเป็นเจ้าเมืองคนแรกของอุบลราชธานี ให้ยกฐานะบ้านแจระแมขึ้นเป็นเมืองอุบลราชธานี ในปี พ.ศ. 2335 และภายหลังได้ย้ายไปตั้งเมืองใหม่ที่ดงอู้อึ้ง อันเป็นที่ตั้งเมืองอุบลราชธานีในปัจจุบัน เหตุที่มีราชธานีต่อท้ายนั้นเป็นเพราะว่ามีเจ้าเมืองสืบต่อมาถึง 4 คน และในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นจังหวัดอุบลราชธานีมีฐานะเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งเป็นที่ตั้งกองบัญชาการมณฑลอิสานมาโดยตลอดจนถึงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ในปี พ.ศ. 2468 ได้มีการยุบเลิกมณฑลอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานีได้รับการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนกลายเป็นจังหวัดที่มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมหลายๆ จังหวัดของไทย (สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี, 2563)

4.3.2 สถานที่ตั้ง

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง บริเวณที่เรียกว่า แอ่งโคราช สภาพภูมิประเทศเป็นที่สูงต่ำ ที่ราบสูงลาดเอียงไปทางตะวันออกเฉียงใต้ มีแม่น้ำโขงเป็นแนวเขตกั้นระหว่างจังหวัดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีแม่น้ำชีไหลมาบรรจบกับแม่น้ำมูลซึ่งไหลผ่านกลางจังหวัดจากทิศตะวันตกมายังทิศตะวันออกแล้วไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่อำเภอโขงเจียม และมีเทือกเขาบรรทัดและเทือกเขาพนมดงรักซึ่งกั้นอาณาเขตระหว่างจังหวัดอุบลราชธานีกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และกัมพูชา (สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี, 2563)

สำหรับอาณาเขตติดต่อจังหวัดอุบลราชธานีกับพื้นที่ต่างๆ มีดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ และราชอาณาจักรกัมพูชา

ทิศตะวันออกติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดยโสธร

4.3.3 เขตการปกครอง

จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 25 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองอุบลราชธานี อำเภอศรีเมืองใหม่ อำเภอโขงเจียม อำเภอเขื่องใน อำเภอเขมราฐ อำเภอเดชอุดม อำเภอนาจะหลวย อำเภอน้ำยืน อำเภอบุญชริก อำเภอตระการพืชผล อำเภอกุดข้าวปุ้น อำเภอม่วงสามสิบ อำเภอวารินชำราบ อำเภอพิบูลมังสาหาร อำเภอตาลสุม อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอสำโรง อำเภอดอนมดแดง อำเภอสิรินธร อำเภอทุ่งศรีอุดม อำเภอนาเยีย อำเภอนาตาล อำเภอเหล่าเสือโก้ก อำเภอสว่างวีระวงศ์ และอำเภอน้ำขุ่น

4.3.4 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดอุบลราชธานีมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับเศรษฐกิจภาคและประเทศ รวมทั้งผลของการกระตุ้นการบริโภคจากนโยบายภาครัฐส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการบริโภคของประชาชนในพื้นที่ และแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น สะท้อนถึงรายได้ของประชาชนที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการลงทุนภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การขยายตัวจากการบริโภคการลงทุนภาคเอกชน การส่งออก และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นด้วย (สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี, 2562)

นอกจากนี้ เศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรมของจังหวัดมีสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของเงินลงทุนและจำนวนแรงงานของจังหวัดด้วยเช่นกัน ประกอบกับการมีเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่ได้มาตรฐาน เชื่อมโยงกับจังหวัดและประเทศต่างๆ ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก นอกจากนี้ ยังมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ศูนย์กลางการศึกษา ศูนย์กลางการบริหารงานของส่วนราชการภาครัฐและเอกชน ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณสุข สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการเป็นพื้นที่และแหล่งผลิตสินค้าที่ดี ที่ทำให้สามารถรองรับการพัฒนาเพื่อเป็นศูนย์กลางด้านการเดินทาง การค้าการลงทุน เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณี จึงทำให้มีผู้มาเยี่ยมชมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและเป็นรายได้หลักของจังหวัดจากการท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.3.5 สถานีวิทยุโทรทัศน์จังหวัดอุบลราชธานี

1) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี หรือ NBT (The National Broadcasting Services of Thailand) เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

ส่วนภูมิภาค สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งอยู่ที่ 145 หมู่ 10 ตำบลแจระแม อำเภอมือเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยดำเนินการผลิตรายการและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ นอกจากนี้ ยังเป็นสถานีแม่ข่ายเชื่อมโยงสัญญาณเพื่อให้สามารถออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดนครพนม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดอำนาจเจริญ

2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด วารินซำราบเคเบิลทีวี หรือวีเคเบิล (VR Cable) เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่เลขที่ 254/7 ถนนแจ้งสนิท ตำบลในเมือง อำเภอมือเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ปัจจุบันมีช่องรายการกว่า 200 ช่องรายการ ทั้งในส่วนของช่องรายการที่ผลิตเอง ช่องรายการฟรีทีวี ช่องรายการดิจิทัลทีวี และช่องรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ เช่น ข่าวสารท้องถิ่น ภาพยนตร์ บ้านเทิง ทองเที่ยว อาหาร กีฬา เป็นต้น ด้วยระบบไฟเบอร์ออปติกทีวีที่มีความคมชัดและความละเอียดสูง

สรุปได้ว่า บริบทพื้นที่วิจัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาบริบทพื้นที่ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา เทคโนโลยี เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การคมนาคม วัฒนธรรม ตลอดจนการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

5.1 ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากที่หนึ่งหรือแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง ซึ่งเนื้อหาของวิธีการแพร่กระจายกล่าวถึงสาเหตุของการแพร่กระจาย ปัจจัยที่สนับสนุนการแพร่กระจายและผลของการแพร่กระจาย ซึ่งเกิดขึ้นตอนปลายศตวรรษที่ 19 และแพร่หลายในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ซึ่ง นียพรรณ (พลวัฒน์) วรรณศิริ (2550) ได้รวบรวมแนวคิดเรื่องการแพร่กระจายเป็นกลุ่มๆ หรือเป็นสำนัก ดังนี้

1. สำนักอังกฤษ (British School) นักมานุษยวิทยาทางวัฒนธรรม เช่น Elliot Smith, William j. Perry และ W.H.R. Rivers ปฏิเสธแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรมต่างเกิดได้ทุกเมื่ออย่างอิสระด้วยตัวเองโดยไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ใครคิดอะไรขึ้นมาได้ก็สร้างและทำตามความคิดของตน ซึ่งสำนักนี้เห็นว่า คนมีลักษณะเหมือนกันทางชีวภาพไม่แตกต่างกันในด้านความต้องการพื้นฐาน

ดังนั้น คนย่อมคิดคล้ายกัน ถ้าจะสร้างวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่ต่างกันวัฒนธรรมก็จะต้องเหมือนกันในส่วนพื้นฐาน ส่วนวัฒนธรรมหลากหลายที่แตกต่างกันไปได้นั้นย่อมเป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันเป็นตัวแปรมาช่วยวัฒนธรรมมีวิวัฒนาการไปจากเดิม และเชื่อว่าวัฒนธรรมที่ดีและเจริญที่สุดแล้วจะแพร่กระจายไปยังแหล่งอื่นๆ ที่ยังไม่เจริญ จะเห็นได้ว่าสำนักอังกฤษเชื่อในเรื่องการสร้างวัฒนธรรม (Invention) ในสิ่งแวดล้อมหนึ่งๆ มากกว่าการหิบบั่มวัฒนธรรม

แนวคิดของ Elliot Smith เชื่อว่า วัฒนธรรมแพร่กระจายจากจุดกำเนิด ซึ่งเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมแล้วแพร่กระจายออกไปในอาณาบริเวณโดยรอบเป็นรูปวงกลมจนถึงทั่วโลก จุดศูนย์กลางของอารยธรรมหรือวัฒนธรรมที่เจริญที่สุดอยู่ที่อียิปต์ ลักษณะของการแพร่กระจายตามแนวคิดนี้ เป็นรูปวงกลมวงเดียวกระจายรัศมีออกไปเป็นวงกลมซ้อนๆ กัน จุดศูนย์กลางที่กำเนิดของวัฒนธรรมจะเป็นส่วนที่เข้มข้นที่สุดหรือเจริญที่สุดของวัฒนธรรม วงกลมถัดออกมาจะจางลงตามระยะที่ห่างจากจุดศูนย์กลางจนกระทั่งจางหายไป在最สุดตามวงกลมรอบนอกสุดที่จางหายไป ส่วน W.H.R. Rivers เชื่อว่า วัฒนธรรมถูกสร้างขึ้นเพียงคนเดียวเท่านั้นจากแหล่งกำเนิด แล้วแพร่กระจายไปได้ทั่วโลก เนื่องจากคนอพยพโยกย้ายถิ่นไปทั่วโลก

2. สำนักเยอรมัน (German School) โดย Wilhelm Schmidt และ Fritz Graebner มีแนวคิดว่ามีมนุษย์ไม่ชอบสร้างวัฒนธรรมขึ้นเอง แต่ชอบหิบบั่มวัฒนธรรมจากเพื่อนบ้าน (Uninventive Habit) วัฒนธรรมอาจจะแพร่กระจายออกไปได้ที่ละหลายๆ ลักษณะ (Traits) พร้อมกัน หรือไปได้ทีละลักษณะ จากจุดที่เกิดและแพร่กระจายไปได้จากหลายเขตภูมิศาสตร์ในรูปแบบวงกลมหลายๆ วงตามพื้นที่ วัฒนธรรมที่ปลายทางจะต้องเหมือนกับวัฒนธรรมต้นกำเนิดไม่มากก็น้อย อาจเหมือนกันในเชิงปริมาณหรือรูปลักษณะก็ได้ การแพร่กระจายตามแนวคิดนี้จะเกิดจากการอพยพโยกย้ายถิ่นของผู้คน และเป็นแนวคิดที่เน้นการหิบบั่มทางวัฒนธรรมมากกว่าการสร้างวัฒนธรรมใหม่

3. สำนักอเมริกัน (American School) โดย Clark Wissler และ Alfred Kroeber มีแนวคิดว่า วัฒนธรรมจะแพร่กระจายจากจุดศูนย์กลาง (จุดกำเนิด) ไปตามพื้นที่เท่าที่จะไปได้ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกันและยุคสมัยใกล้เคียงกัน ทำให้เห็นภาพวัฒนธรรมเป็นกลุ่มๆ และแพร่กระจายไปถึงทุกที่ที่ไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขวางกั้นตามสภาพทางภูมิประเทศที่มนุษย์สามารถจะเดินทางไปถึงได้ ดังนั้น โดยสรุปสำนักนี้เชื่อว่า คนสร้างวัฒนธรรมได้ทุกที่เพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานของตน ต่อมาวัฒนธรรมได้แพร่กระจายไปในทุกพื้นที่ที่ไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขวางกั้น และไม่จำเป็นต้องแพร่กระจายในรูปแบบวงกลม

อย่างไรก็ตาม นิชพรรณ (พลวัฒน์) วรณศิริ ได้สรุปเสริมว่า การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของสำนักอเมริกันจะเป็นไปได้มากกว่าเท่าที่เป็นอยู่หรือการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจะเป็นไปได้มากก็ต่อเมื่อ 1. เกิดในพื้นที่ต่อเนื่องกัน 2. ไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขวางกั้น และ 3. มีปัจจัยอื่นๆ มาสนับสนุน โดยเฉพาะปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ส่วน Franz Boas (นิยพวรรณ (พลวัฒน์) วรรณศิริ, 2550 ; อ้างอิงมาจาก Franz Boas, 1940) อธิบายว่า วัฒนธรรมเกิดจากจุดศูนย์กลางจุดใดจุดหนึ่ง แล้วจึงพัฒนาตนเองจนเข้ารูปแบบดีแล้วก็แพร่กระจายไปรอบตัวเป็นรัศมีจากวงแคบๆ เป็นวงกว้างออกไปยังสังคมเพื่อนบ้านโดยรอบ นอกจากนี้ เชื่อว่าวัฒนธรรมที่เจริญสูงสุดขณะนี้ ณ ที่แห่งใดแห่งหนึ่งไม่ได้หมายความว่าเกิดจากแหล่งที่เจริญสูงสุดอยู่นั้นเสมอไป อาจเกิดจากแหล่งอื่นมาก่อน แต่มาเจริญในที่ที่ปรากฏอยู่นั้น โดยแนวคิดของ Boas คือ 1. วัฒนธรรมอาจจะเกิดและพัฒนา ก่อน ณ จุดเกิด แล้วแพร่กระจายตัวไปยังแหล่งอื่นๆ โดยรอบ และ 2. วัฒนธรรมอาจจะเกิด ณ แหล่งหนึ่ง แล้วจึงแพร่กระจายไปพร้อมกับพัฒนาตัวเอง ณ แหล่งอื่นๆ ได้ แนวคิดของ Boas ไม่ได้หมายถึงการแพร่กระจายของวัฒนธรรมแบบล่องลอยไปโดยตัวของมันเอง หากแต่มีปัจจัยอื่นๆ มาประกอบ ได้แก่

1. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ส่งเสริมการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมต้องมีลักษณะดังนี้ ต้องเป็นพื้นที่ต่อเนื่องกัน และต้องไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขัดขวาง เช่น ทะเล ภูเขา ป่าไม้ หิมะ และทะเลทราย เป็นต้น
2. ปัจจัยทางระยะทาง หมายถึง ต้องไม่อยู่ไกลเกินกว่าที่คนและวัฒนธรรมจะแพร่กระจายไปถึงได้
3. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารคมนาคม คือ วิธีการที่คนจะไปมาหาสู่ติดต่อถึงกันได้ ถึงแม้จะมีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขัดขวางก็ตาม
4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเป็นตัวสนับสนุนการแพร่กระจายที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง จะเห็นได้ว่าคนที่มีเงินเท่านั้นที่จะสามารถเดินทางไปยังสังคมอื่นๆ ได้ เมื่อไปถึงที่ใดก็จะเผยแพร่วัฒนธรรมของตนที่นั่นทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม บางคนอาจจะไปท่องเที่ยว บางคนอาจจะไปค้าขายหรือทำมาหากิน
5. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม การแพร่กระจายอาจเกิดจาก
 - 5.1 คนจากสังคมหนึ่งเดินทางไปศึกษาต่อ ณ อีกสังคมหนึ่ง ทำให้ได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันขึ้น
 - 5.2 เกิดภัยสงครามในสังคมหนึ่ง ทำให้มีคนอพยพโยกย้ายไปอยู่อาศัยในอีกสังคมหนึ่ง
 - 5.3 เกิดจากการแต่งงานระหว่างคนต่างวัฒนธรรมขึ้น
 - 5.4 เกิดภัยธรรมชาติ เช่น ความแห้งแล้ง โรคระบาด เป็นต้น ทำให้คนอพยพโยกย้ายไปอยู่อีกสังคมหนึ่ง

ดังนั้น การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับเขตวัฒนธรรม (Cultural Areas) เนื่องจากในเขตที่คนมาติดต่อกันได้สะดวกจะมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

หลักของการแพร่กระจาย

วัฒนธรรมหนึ่งจะแพร่กระจายไปยังแหล่งอื่นๆ ได้ต้องยึดหลักว่า วัฒนธรรม คือ ความคิด และพฤติกรรม (ผลของความคิด) ที่ติดตัวบุคคล บุคคลไปถึงที่ใดวัฒนธรรมก็จะไปถึงที่นั่น ดังนั้น การแพร่กระจายของวัฒนธรรมจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ (นิยพรรณ (พลวัฒน์) วรณศิริ, 2550)

1. หลักภูมิศาสตร์ ต้องไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขวางกั้น เช่น ไม่มีภูเขาสูง ทะเลกว้าง ทะเลทราย แหล่งหิมะ ป่าทึบ เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของคนที่มีวัฒนธรรมติดตัว
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การที่ผู้คนที่ต้องเดินทางติดต่อไปมาหาสู่กันส่วนมาก เนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ ต้องการติดต่อค้าขาย หรือแสวงหาโอกาสทางเศรษฐกิจ หรือต้องการไปเที่ยวดูสิ่งแปลกใหม่ แต่ก็ต้องมีเงินทองจึงจะไปเที่ยวยังถิ่นอื่นได้ คนที่มีเศรษฐกิจดีจึงมีโอกาสนำวัฒนธรรมติดตัวไปสังสรรค์กับวัฒนธรรมอื่นได้
3. ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การจงใจไปแลกเปลี่ยนวิธีการ พฤติกรรมใหม่และความรู้ เป็นต้น การไปศึกษายังถิ่นอื่นจึงเป็นการไปแพร่กระจายวัฒนธรรมโดยตรง การรู้จักใคร่ และการแต่งงานกับคนต่างวัฒนธรรม การไปร่วมปฏิบัติตามพิธีกรรมทางศาสนา และการอพยพโยกย้ายถิ่นเพราะเกิดภัยทางสังคม เช่น เกิดสงครามและความขัดแย้ง การประสพภัยธรรมชาติ เช่น ข้าวยากหมากแพง แห้งแล้ง และการยึดครองโดยผู้รุกราน เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยให้เกิดการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมทั้งสิ้น
4. การคมนาคมที่ดี เป็นปัจจัยเอื้อต่อการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม เช่น ถนนดี พาหนะสำหรับการโดยสารและการเดินทางในระยะทางไม่ไกล ล้วนแล้วแต่เป็นอัตราการเร่งการแพร่กระจายที่ดีด้วย

สรุปได้ว่า ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเป็นการศึกษาการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งตามเขตพื้นที่ต่างๆ โดยอาศัยปัจจัยอื่นๆ สนับสนุนร่วมด้วย เช่น สภาพแวดล้อม เทคโนโลยีการสื่อสาร เศรษฐกิจ เป็นต้น ทั้งนี้ รูปแบบของวัฒนธรรมหนึ่งอาจดีกว่าวัฒนธรรมหนึ่งก็ได้ การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นได้หลายวิธี เช่น การปฏิสัมพันธ์ การรับวัฒนธรรม การหยิบยืมทางวัฒนธรรม จนถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมโดยอาศัยสื่อวิทยุ โทรทัศน์ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว

5.2 ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม (Cultural Ecology Theory)

ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรมเป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม โดยเน้นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรม

ซึ่ง Julian Steward (นิยพวรรณ (พลวัฒน์) วรณศิริ, 2550 ; อ้างอิงมาจาก Julian Steward, 1949) ได้ให้ความหมายของคำว่านิเวศวิทยาว่าคือ การปรับตัวเข้าหากันระหว่างสิ่งแวดล้อมกับมนุษย์ และคำว่านิเวศวิทยาทางวัฒนธรรมว่าคือ การศึกษาถึงการปรับตัวหรือความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การศึกษาวัฒนธรรมเป็นการวิเคราะห์ระบบนิเวศวิทยาของสังคม เพื่อค้นหาลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมแต่ละแห่ง นอกจากนี้ ยังได้เน้นถึงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมแต่ละแห่งอีกด้วย จากการศึกษาของ Steward พบว่า สิ่งแวดล้อมมีผลต่อความแตกต่างในการปรับตัวของวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่ต่างกันในโลกที่เหมือนกันจะแสดงรูปแบบของพัฒนาการที่เหมือนกัน ซึ่งการศึกษาวิวัฒนาการของวัฒนธรรมเป็นแบบวิวัฒนาการหลายสาย (Multilinear) มากกว่าวิวัฒนาการสายเดียว (Unilinear) เพราะวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปท่ามกลางปัจจัยหรือตัวแปรภายนอกซึ่งได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ทั้งนี้ Steward เน้นว่าสิ่งแวดล้อมคือตัวการในการกำหนดวัฒนธรรม ซึ่งเชื่อว่าวัฒนธรรมมีรูปแบบหลากหลาย เพราะเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมต่างกัน วัฒนธรรมแบบหนึ่งอาจปรับตัวได้ดีกว่าอีกแบบหนึ่ง และไม่ได้ถูกสิ่งแวดล้อมจำกัดอยู่เพียงระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งจะวิวัฒนาการไปได้ในลำดับที่สูงกว่า ดีกว่า โดยการสนับสนุนของสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า

แนวคิดของ Steward (ยศ สันตสมบัติ, 2556 ; อ้างอิงมาจาก Julian Steward, 1955) เป็นการศึกษาถึง 1. ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกับเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม 2. ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับพฤติกรรมของมนุษย์ และ 3. ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีต่อวัฒนธรรม

แนวคิดของ Ruth Benedict (ทรงคุณ จันทจร, 2557 ; อ้างอิงมาจาก Ruth Benedict, n.d.) อธิบายว่า วัฒนธรรมแต่ละแห่งเป็นภาพรวมเฉพาะของส่วนต่างๆ ที่ผสมกลมกลืนกันที่ส่วนรวมทั้งหมดถูกหล่อหลอมโดยคติทางวัฒนธรรมที่เฉพาะของวัฒนธรรมนั้นๆ ศาสนา ครอบครัว เศรษฐกิจ และสถาบันการเมือง การปกครองต่างเข้ากันได้เป็นอย่างดี เพื่อกลายมาเป็นภาพรวมที่เฉพาะ เนื่องจากภาพรวมดังกล่าวเป็นผลมาจากการมีประวัติศาสตร์เฉพาะ ดังนั้น จึงไม่อาจเปรียบเทียบวัฒนธรรมใดว่าดีกว่าวัฒนธรรมอื่นๆ ได้

ส่วนแนวคิดของ Leslie White (ยศ สันตสมบัติ, 2556 ; อ้างอิงมาจาก Leslie White, 1959) อธิบายว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งมีชีวิตและมีชีวิตแยกออกจากตัวมนุษย์อย่างเด็ดขาด วัฒนธรรมมีกฎเกณฑ์และการทำงานในตัวเอง ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการขนานนามว่า วัฒนธรรมวิทยา (Culturology) ซึ่ง White เสนอว่า วัฒนธรรมมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ 1. ระบบเทคโนโลยี ซึ่งรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น 2. ระบบสังคม ซึ่งเป็นการรวมตัวกันขององค์กรทางสังคม (Social Organization) และพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ และ 3. ระบบความคิด (Ideology) ซึ่งรวมถึงความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยม

ต่างๆ ระบบเทคโนโลยีเป็นโครงสร้างส่วนล่าง (Infrastructure) หรือพื้นฐานสำคัญของวัฒนธรรม เพราะชีวิตมนุษย์จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยระบบนี้ในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ส่วนองค์กรสังคม และระบบความคิดเป็นโครงสร้างส่วนบน (Superstructure) ของวัฒนธรรม

สรุปได้ว่า ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรมเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของ สิ่งแวดล้อมกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมที่มองว่าสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลมาจากการปรับตัวของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม ทำให้มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบของวัฒนธรรม ในขณะเดียวกัน เมื่อเทคโนโลยีต่างๆ มีความก้าวหน้ามากขึ้น มนุษย์ย่อมมีศักยภาพในการเปลี่ยนหรือทำให้ดีขึ้น ทำให้ อิทธิพลของสภาพแวดล้อมก็จะลดถอยลงเช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาการเปลี่ยนแปลง ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการปรับตัวของสังคม วัฒนธรรม

5.3 ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology)

สัญวิทยา (Semiology) หรือสัญศาสตร์ (Semiotics) เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยสัญลักษณ์ หรือ ระบบของสัญลักษณ์ในการสร้างความหมายของภาษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. ภาษา (Langue) 2. การพูดหรือการใช้ภาษาของแต่ละบุคคล (Parole) สัญวิทยาชี้ให้เห็นอำนาจของภาษาในการ ควบคุมความคิดและเหตุผลของคน เป็นวิธีการวิเคราะห์หว่าในสิ่งที่ภาษา (ภาษาพูด ภาษาภาพ ภาพยนตร์ ตลอดจนภาษาสื่อต่างๆ) สื่อสารอยู่เป็นปกติ นั้น ซึ่งภาษาเหล่านี้มีวิธีการที่ทำให้สิ่งที่ไม่เป็น ปกติกลายเป็นสิ่งปกติได้อย่างไร และวิธีการของภาษาและระบบสัญลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งที่สื่อสารและ ตอกย้ำเรื่องระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์ และจารีตต่างๆ ของสังคมมาอยู่ในจิตไร้สำนึก ดังนั้น นักสัญวิทยาจึงเชื่อว่าภาษาสร้างคน ไม่ใช่คนสร้างภาษา (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550)

โดย Ferdinand de Saussure (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550 ; อ้างอิงมาจาก Ferdinand de Saussure, n.d.) อธิบายว่า กระบวนการสร้างความหมายอาศัยองค์ประกอบ ของสัญลักษณ์ 2 ประการ คือ รูปสัญลักษณ์ (Signifier) และความหมายสัญลักษณ์ (Signified) รวมกันเข้า เป็นสัญลักษณ์ (Sign) โดยชี้ให้เห็นว่าการนำถ้อยคำ ภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวมาประกอบเข้ากับ แนวความคิดใดแนวความคิดหนึ่ง เช่น ความเศร้า ความยินดี ถ้อยคำ/ภาพนั้นๆ จะกลายเป็นสัญลักษณ์ ของแนวความคิดนั้น ระบบภาษาจึงเป็นการจัดระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ขึ้นมา และมีการถ่ายทอดจนเป็นที่ รับรู้เข้าใจและยอมรับในความหมายที่ใช้ มนุษย์ทุกยุคทุกสมัยล้วนมีระบบคิดและมีการสร้างภาษา (ระบบสัญลักษณ์) ขึ้นมา เพื่อสื่อความคิด/ความหมายต่างๆ ให้เกิดการสื่อสารกันได้

Charles S. Peirce (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2544 ; อ้างอิงมาจาก Charles S. Peirce, n.d.) อธิบายว่า ทฤษฎีสัญวิทยาเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์ (Sign) ของจริง (Object)

และความหมาย (Meaning) โดยแบ่งประเภทของสัญญาณออกเป็น 3 ชนิด (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550 ; อ้างอิงมาจาก Charles S. Peirce, n.d.) ได้แก่

1. ภาพเหมือน/รูปจำลอง (Icon) หมายถึง ภาพเหมือนที่ถูกนำมาแสดงแทนของจริง เช่น รูปกบ รูปเรือใบ รูปคนวิ่งออกกำลังกาย
2. ดรรชนี (Index) หมายถึง สัญญาณที่เชื่อมโยงเชิงเหตุผลไปสู่ความเป็นจริง เช่น ควันไฟเป็นดรรชนีที่เชื่อมโยงกับไฟไหม้ เสียงหวูดรถไฟบอกให้รู้ว่ามီးรถไฟกำลังจะแล่นผ่านมา
3. สัญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง รูปสัญญะกับความหมายสัญญะ (Signifier/Signified) ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กัน แต่ถูกนำมาเข้าคู่กัน เพื่อสื่อความคิดหรือความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น รูปนกพิราบสีขาวเป็นสัญลักษณ์ของเสรีภาพ รูปนกเขาสีขาวกับกิ่งโอลิฟเป็นสัญลักษณ์ของสันติภาพ

กาจนาน แก้วเทพ (2552a) อธิบายว่า สัญญาณ (Sign) หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความหมาย (Meaning) แทนของจริง/ตัวจริง (Object) ในตัวบท (Text) และในบริบท (Context) หนึ่งๆ ซึ่งสิ่งทีนำมาใช้เป็นสัญญาณอาจจะป็นวัตถุสิ่งของ รูปภาพ ภาษา ทฤษฎีสัญญาวิทยา จะสนใจเรื่องการสร้างสรรคและการแปรเปลี่ยนความหมายที่ดำรงอยู่ในสัญญาณต่างๆ

การสร้างความหมายในระบบสัญญาวิทยาจึงมีลักษณะที่ไม่แน่นอนตายตัว และไม่มี ความหมายในตัวเอง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญญะกับความหมายสัญญะ เป็นเรื่องของการกำหนด ขึ้นมากกว่าจะเป็นไปโดยธรรมชาติ (Arbitrary Nature of Sign) ความหมายที่ได้จึงขึ้นอยู่กับ การเลือกรูปสัญญะมาเข้าคู่กับความหมายสัญญะที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนหรือสังคม ความหมาย ของสัญญาณต่างๆ สามารถแปรเปลี่ยนไปได้ตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละ ยุคสมัย การสร้างระบบความหมายด้วยวิธีการทางสัญญาวิทยาจึงนับว่าเป็นวิธีการทางภาษาที่มี ความสำคัญในการสื่อสารความคิดของมนุษย์ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550)

องอาจ สิงห์ลำพอง (2557) อธิบายว่า สัญญาวิทยาเป็นศาสตร์เกี่ยวกับระบบของ สัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของคนอันถือเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัว สัญลักษณ์อาจจะได้แก่ ภาษา รหัส สัญญาณ เครื่องหมาย เป็นต้น หรือหมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความหมายแทน ของจริง ตัวจริง ในตัวบท และในบริบทหนึ่ง การนำทฤษฎีสัญญาวิทยาใช้ในการศึกษาการสื่อสารของ มนุษย์ถือเป็นการศึกษาในแนวใหม่จากแนวความคิดที่มีมาแต่เดิม เป็นจุดเน้นที่ต่างไปจากการศึกษา ดั้งเดิมที่มุ่งศึกษาการสื่อสารแบบเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องอยู่กับสาร ช่องทาง เครื่องส่ง ผู้รับ เสียงรบกวน และการย้อนกลับ ซึ่งถือเป็นพื้นฐานของการสื่อสาร ทั้งนี้ การศึกษาสัญญาวิทยาถือว่า ตัวกำหนดของการสื่อสารขึ้นอยู่กับสังคมและสิ่งรอบตัวของโลกของมนุษย์ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับกระบวนการ ของการสื่อสาร แต่ระบบสัญญาวิทยิตำการควบคุมการสร้างความหมายของตัวบทให้เป็นไปอย่างมีความ สลับซับซ้อนอย่างแฝงเร้น และต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละวัฒนธรรม

สมสุข หินวิมาน (2558) อธิบายว่า ทฤษฎีสัญญะวิทยานำมาใช้วิเคราะห์สื่อโทรทัศน์ โดยมุ่งเน้นการศึกษากระบวนการสร้างความหมาย (Signification) และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยๆ ของโครงสร้างภาษาและระบบสัญลักษณ์ (Sign) ในตัวบทของสื่อโทรทัศน์ (Television Texts)

สรุปได้ว่า ทฤษฎีสัญญะวิทยาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์เพื่อการสื่อความหมาย ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ต่อกันในลักษณะต่างๆ แล้วจึงแสดงการกระทำหรือการแสดงออกมา ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละบริบท ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการอธิบายเนื้อหาสาระในรูปแบบของสัญลักษณ์หรือสิ่งที่ปรากฏขึ้นมาในลักษณะต่างๆ เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งการสื่อความหมายโดยตรงและความหมายโดยอ้อม

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยในประเทศ

ไคริกา ศิรประชาเดโช (2546) ศึกษาเรื่องบทบาทสื่อโทรทัศน์ในการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสาน : กรณีศึกษาศาสนานิวโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า 1. บทบาทศึกษานิวโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ขอนแก่น ในการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสานมี 6 ด้าน ดังนี้ 1.1 บทบาทด้านการจัดประกวดหมอลำชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย 1.2 บทบาทด้านรณรงค์นโยบายรัฐบาลด้วยสื่อพื้นบ้าน 1.3 บทบาทด้านอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น ดนตรีและนาฏศิลป์ 1.4 บทบาทด้านอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี 1.5 บทบาทด้านพิธีกรรมและคติความเชื่อ และ 1.6 บทบาทด้านส่งเสริมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา 2. ผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมในการผลิตรายการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสานมีผลกระทบ 2 ด้าน คือ ผลกระทบด้านนโยบายการบริหารจัดการองค์กรที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม และผลกระทบด้านการนำเสนอรายการที่มีต่อการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสาน และ 3. ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสาน ได้แก่ 3.1 ปัจจัยภายใน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านนโยบายการบริหาร มีข้อจำกัดด้านเวลาที่จัดสรรจากส่วนกลาง ทำให้ไม่สามารถผลิตรายการเกี่ยวกับการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสานได้เฉพาะ นอกจากสอดแทรกในรายการที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวัฒนธรรมอีสานแต่ก็มีปริมาณไม่มาก 2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีไม่มีความทันสมัย 3) ปัจจัยด้านความเป็นมืออาชีพยังมีสัดส่วนน้อย และ 4) ปัจจัยด้านงบประมาณ 3.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการแข่งขันที่อยู่ภายใต้ระบบราชการ ทำให้เจ้าหน้าที่ขาดความกระตือรือร้นและขาดการพัฒนาทักษะ 2) ปัจจัยด้านกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 40 ที่กำหนดให้เสนอรายการที่ส่งเสริม

วัฒนธรรมท้องถิ่น 3) ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านวัฒนธรรมอีสานที่มีเครือข่ายสนับสนุน ข้อมูลอยู่ใน 10 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งเป็นแหล่งความรู้และศาสตร์ต่างๆ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญ ศิลปินพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น และ 4) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ในการใช้ช่องทางสื่อโทรทัศน์ของท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยจรรโลงวัฒนธรรมอีสานให้คงอยู่กับท้องถิ่นได้ตลอดไป

นวนลภา กาญจนเชษฐ (2550) ศึกษาเรื่องโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมสำหรับโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมรายการให้ความสนใจในการรับชมรายการสารคดีโดยมีความต้องการเนื้อหาที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตของคน ศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่ไม่ได้พบเห็นโดยทั่วไป เพื่อความบันเทิงและเสริมสร้างความรู้ในความเป็นไทย และสื่อทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและง่ายที่สุด มีอิทธิพลในการส่งเสริมให้เกิดการกระทำต่างๆ จากการแพร่ภาพและเสียงทางโทรทัศน์ สื่อทางโทรทัศน์จึงไม่ใช่เพียงสื่อที่ออกอากาศรายการต่างๆ เพื่อความรู้และความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อทางธุรกิจด้วยเช่นกัน โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์และองค์กร อีกทั้งยังเป็นผู้ให้การสนับสนุนการผลิตรายการ ทั้งรายการบันเทิงและสาระข่าวสาร

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และอิทธิศักดิ์ พลอยศิริชล (2551) ศึกษาวิจัยภายใต้โครงการหลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร : มิติทั้งสามในด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน ในระยะที่ 3 การบริหารงานสื่อวิทยุโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารผังรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์แบบราชการหรือรัฐวิสาหกิจมุ่งให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อผู้ชมอย่างตรงไปตรงมา รองลงมาคือทำให้ความรู้และสร้างการเรียนรู้ให้กับประชาชน ผังรายการมีความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์แบบกึ่งเอกชนและเอกชนตรงที่มีภารกิจและนโยบายที่ชัดเจน เพื่อสนองต่อภาครัฐหรือหน่วยงานรัฐ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับประชาชน รวมถึงสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนเป็นหลัก มองผู้ชมเป็นพลเมือง โครงสร้างของผังรายการมีการกำหนดสัดส่วนชัดเจนเพื่อเป็นกรอบการทำงาน มีลักษณะยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ง่าย สามารถถอดหรือขยายการได้ทันทีหากมีภารกิจด่วนที่จะต้องตัดเข้ารายการพิเศษ ไม่เน้นการโฆษณาชวนเชื่อชักจูงประชาชน ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการจัดเรตติ้งทางตลาดหรือเชิงธุรกิจ มีจุดอ่อนในด้านการนำเสนอและรูปแบบรายการไม่น่าสนใจ ไม่มีสีสัน ขาดการสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจให้กับผู้ชม เพราะขาดเงินทุนในการผลิตรายการ เนื่องจากได้รับงบประมาณจากภาครัฐน้อย ส่วนสถานีโทรทัศน์แบบเอกชน มีผังรายการที่เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงของข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาอยู่ในระดับปานกลาง เนื้อหาที่นำเสนอมองผู้ชมเป็นผู้บริโภคมากกว่าที่จะมองผู้ชมเป็นพลเมือง ซึ่งสามารถดึงดูดผู้ชมได้ดีกว่าทุกกลุ่มสถานี เพราะเป็นสถานีเชิงธุรกิจที่มุ่งนำเสนอด้าน

บันเทิงเป็นหลัก มีรูปแบบการนำเสนอรายการและเนื้อหาที่น่าสนใจ และมีสีสัน สร้างจินตนาการและความหวังให้เกิดกับผู้ชมได้ การวางผังรายการมีกลยุทธ์เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง เน้นการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย การโฆษณาและทำการประชาสัมพันธ์รายการต่างๆ แต่ไม่เน้นการจัดลำดับวาระสำคัญของข่าวสารและรายการเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน รูปแบบและเนื้อหาเน้นที่ทำให้เกิดการโฆษณาชวนเชื่อชักจูงประชาชน จึงทำเพื่อสนองต่อบริษัทเอเยนซีให้ได้มากที่สุด

สุรัชย์ เงินคำคง (2553) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์ท้องถิ่นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์ท้องถิ่นมีรูปแบบรายการนิตยสารข่าว เนื้อหารายการโทรทัศน์ท้องถิ่นส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ การใช้ภาษาของพิธีกรและผู้ดำเนินรายการมีการใช้ภาษาคำเมืองดำเนินรายการ การแต่งกายของพิธีกรรายการท้องถิ่นแต่งกายแบบสากลและแต่งกายแบบไทยพื้นเมือง เพลงประกอบไตเติลและเพลงประกอบเครดิตท้ายรายการใช้เพลงแนวเพลงพื้นเมือง ส่วนเพลงประกอบในเนื้อหารายการเป็นแนวเพลงบรรเลงสากล นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทในการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบรายการ งบประมาณและบุคลากรไม่เพียงพอต่อการผลิตรายการให้มีคุณภาพ เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายของรัฐ และการออกอากาศรายการท้องถิ่นขาดความต่อเนื่อง มักมีการถ่ายทอดรายการพิเศษแทน

กุลภัสสร กัญจนภรังกูร (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยจิตสำนึกท้องถิ่นที่มีผลต่อการใช้บริการสื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่นของประชาชนภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจิตสำนึกท้องถิ่นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่น คือ การกลัวเป็นคนตกข่าว และกลัวขาดความน่าเชื่อถือจากกลุ่มคนท้องถิ่นด้วยกัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้บริการและรับชมรายการแล้ว ทั้งนี้ เนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นและมีความใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่น ทำให้สื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่นกลายเป็นสื่อที่คนท้องถิ่นเริ่มมองเห็นความสำคัญ เริ่มให้ความสนใจกับสิ่งใกล้ตัว โดยเฉพาะเฉพาะข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ความคาดหวังของการพัฒนาสื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่นให้กลายเป็นสื่อโทรทัศน์ประจำท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ 1. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความคาดหวังในเรื่องของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จำนวนช่องรายการและตารางการนำเสนอรายการ และความคาดหวังในเรื่องของรูปแบบของรายการ ได้แก่ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ฉากและการแพร่ภาพหรือมุมกล้อง และ 2. ความคาดหวังของผู้ให้บริการ ได้แก่ ความคาดหวังในเรื่องของการบริการที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองกลุ่มลูกค้า ความคาดหวังในเรื่องการพัฒนารายการเพื่อตอบสนองผู้ชม ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและการนำคนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมกับ

สื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่น และความคาดหวังในเรื่องของการพัฒนาประสิทธิภาพของการรับส่งสัญญาณ และการเพิ่มช่องทางการรับชม

สิริรัสมิภา การะนนท์ (2553) ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการเคเบิลทีวีท้องถิ่นจังหวัด อุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างการเป็นเจ้าของเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้าง และนโยบายการดำเนินงาน การบริหารจัดการการผลิตและนำเสนอรายการท้องถิ่น และการบริหาร การตลาด ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบและเนื้อหาของรายการท้องถิ่นที่เคเบิลทีวีท้องถิ่นนำเสนอต่อสมาชิก การศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างและการบริหารจัดการเคเบิลทีวีท้องถิ่น พบว่า ช่องรายการท้องถิ่นที่ ก่อตั้งและดำเนินงานโดยคนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการนำเสนอเหตุการณ์และเรื่องราวของท้องถิ่น เพื่อรับใช้สังคมท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งแสดงอย่างชัดเจนในเนื้อหาของข่าว รายการสาระความรู้ และ รายการบันเทิง ส่วนช่องรายการท้องถิ่นของภาคธุรกิจเอกชนที่มีเครือข่ายระดับภูมิภาคดำเนินงาน โดยนักธุรกิจต่างถิ่นร่วมกับนักธุรกิจในท้องถิ่น ยังไม่มีบทบาทชัดเจนในการนำเสนอเรื่องราวของ ชุมชนท้องถิ่น โดยนอกจากรายการข่าวท้องถิ่นที่นำเสนอข่าวสารเหตุการณ์ในท้องถิ่นแล้ว รายการ สาระความรู้และบันเทิงมีสัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวของชุมชนท้องถิ่นไม่มาก ส่วนใหญ่เป็นการ ให้ความรู้และความบันเทิงทั่วไป ทั้งนี้ เป็นผลมาจากลักษณะโครงสร้างการเป็นเจ้าของที่แตกต่างกัน บริษัทที่ก่อตั้งและดำเนินงานโดยคนท้องถิ่นมีความใกล้ชิดและรู้ความต้องการของคนท้องถิ่น รวมทั้ง มีเครือข่ายคนรู้จักในท้องถิ่นส่งผลต่อนโยบายและการผลิตรายการท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญกับการ นำเสนอเรื่องราวในท้องถิ่น และมีความร่วมมือในการผลิตและเผยแพร่รายการร่วมกับเครือข่าย พันธมิตรในท้องถิ่นหลายองค์กร ขณะที่บริษัทที่ก่อตั้งโดยคนนอกพื้นที่และผู้ถือหุ้นส่วนหนึ่งเป็น นักธุรกิจในภูมิภาคอื่นที่มาลงทุนดำเนินธุรกิจ มีนโยบายและการผลิตรายการท้องถิ่นให้ความสำคัญ กับผลตอบแทนทางธุรกิจ มีความร่วมมือด้านรายการท้องถิ่นกับองค์กรในท้องถิ่นบางองค์กร และ มีการหารายได้บางส่วนจากการผลิตและนำเสนอรายการร่วมกับพันธมิตร โดยเน้นนำเสนอเรื่องที่ ประชาชนที่เป็นสมาชิกให้ความสนใจ ลักษณะโครงสร้างการเป็นเจ้าของจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มี อิทธิพลต่อโครงสร้างและนโยบายการดำเนินงาน และการบริหารการผลิตและเผยแพร่รายการท้องถิ่น ของเคเบิลทีวีท้องถิ่น

ดวงฤทัย นิลเพ็ชร (2555) ศึกษาเรื่องการศึกษาแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ ด้านข่าวเศรษฐกิจสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ แบ่งเป็น 4 ประเด็น ดังนี้ 1. ผู้ปรากฏตัวใน รายการโทรทัศน์ได้แก่ 1.1 พิธีกรต้องพูดถูกต้องตามอักขระ มีความรู้รอบตัว และไม่จำกัดเพศ 1.2 แยกรับเชิญในรายการมีความเชี่ยวชาญและมีชื่อเสียง ไม่จำกัดเพศและอายุ 2. การนำเสนอ รายการโทรทัศน์ได้แก่ 2.1 บทพูดของพิธีกร 2.2 บทสัมภาษณ์แขกรับเชิญ 2.3 ฉากรายการและ การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในรายการ 2.4 ส่วนนำรายการและท้ายรายการ 2.5 ตัวหนังสือซ้อน

และคอมพิวเตอร์กราฟิก และ 2.6 การนำเสนอทางด้านภาพและเสียง วิธีการเล่าเรื่องต้องสัมพันธ์กับการลำดับภาพ 3. ช่องทางนำเสนอรายการโทรทัศน์ได้แก่ 3.1 เคเบิลทีวี คือ ช่องทางหลักในการนำเสนอ 3.2 อินเทอร์เน็ต ช่องทางใหม่ในการเข้าถึง และ 3.3 วิทยุเป็นช่องทางเสริม 4. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ได้แก่ 4.1 ผู้ลงทุน 4.2 ผู้สนใจลงทุน และ 4.3 โบรกเกอร์

สุตาภัทร นิยมสิทธิ์ (2555) ศึกษาเรื่องภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ด้านภาษาและเนื้อหาในละครโทรทัศน์ได้แก่ 1. ด้านวิถีการดำเนินชีวิตและกิจกรรม ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย และการแต่งกาย 2. ด้านดนตรี ได้แก่ เครื่องดนตรี หมอลำ และเซิ้ง 3. ด้านภูมิศาสตร์ ได้แก่ ความแห้งแล้ง ชนบท และธรรมชาติ 4. ด้านภาษา ได้แก่ สำเนียงพูด คำเรียกญาติ คำนำหน้า คำสรรพนาม คำวิเศษณ์ และคำกริยา 5. ด้านความเชื่อ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ความเชื่อเกี่ยวกับผี ความเชื่อเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ และความเชื่อเกี่ยวกับยากลางบ้าน 6. ด้านประเพณี ได้แก่ ประเพณีส่วนบุคคล และประเพณีสังคม และ 7. ด้านศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว ได้แก่ มวยไทยโบราณ สำหรับกลวิธีการนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์ พบว่า กลวิธีการนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ ได้แก่ การนำเสนอผ่านตัวละคร การนำเสนอผ่านบทสนทนา และการนำเสนอผ่านฉาก

สุนนมาศ คำทอง (2560) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ประกอบด้วย 1. โครงสร้างการตลาด (Structure) ได้แก่ 1.1 จำนวนผู้ผลิตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นส่งผลต่อการแบ่งสัดส่วนรายได้จากการโฆษณา 1.2 อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด คือ คลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัด อุปสรรคด้านกฎหมายเงินทุน และความนิยมในการรับชมโทรทัศน์ และ 1.3 การทดแทนกันของสินค้า กล่าวคือ เนื้อหารายการที่ผลิตขึ้นสามารถนำไปออกอากาศได้หลายช่องทาง เนื่องจาก Digital Convergence จึงอาจเลือกรายการเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการกำกับดูแลเนื้อหาของ กสทช. 2. พฤติกรรมของผู้ผลิต (Conduct) ได้แก่ 2.1 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับราคาเป็นการกำหนดราคาของผลผลิต เช่น ค่าบริการโครงข่าย ค่าส่งสัญญาณ ค่าใช้จ่ายในการประกอบการ เป็นต้น และ 2.2 พฤติกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับราคาเป็นการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ของผู้ผลิตเพื่อบรรลุเป้าหมาย ได้แก่ การทำให้นือหารายการแตกต่างและหลากหลายจากผู้ผลิตรายอื่น โดยการประยุกต์ศาสตร์ สร้างจุดแข็ง และพยายามสร้างเอกลักษณ์ของช่อง โดยกำหนดรูปแบบและผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ น่าสนใจ เพื่อดึงดูดฐานผู้ชมให้ได้มากที่สุด รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการปรับปรุงวิธีหรือช่องทางให้สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น สื่อออนไลน์ ตลอดจนการส่งเสริมการตลาดซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชมรายการให้สูงขึ้น เช่น การทำเนื้อหารายการที่น่าสนใจผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เข้าถึงสื่อได้ง่ายและลดข้อจำกัดลง และการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้

เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน 3. ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นการประเมินผลการดำเนินงานของทีวีดิจิทัล ใดๆ ก็ดี ผลการวิจัยนำมาซึ่งผลสรุปถึงปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่รอดและศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไร ได้แก่

- 1) จำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ 2) มูลค่าการโฆษณา 3) ความนิยมในการรับชมช่องรายการ
- 4) มาตรการช่วยเหลือการประกอบกิจการของภาครัฐ และ 5) การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และการตลาด

สรุปได้ว่า ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีประเด็นข้อมูลในการศึกษา

ดังนี้ 1. งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อวิทยุโทรทัศน์ทางด้านวัฒนธรรม พบว่า สื่อวิทยุโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นบทบาทด้านการจัดประกวดการแสดงศิลปวัฒนธรรม บทบาทด้านการรณรงค์นโยบายต่างๆ ด้วยสื่อพื้นบ้าน บทบาทด้านการอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณี บทบาทด้านการส่งเสริมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เป็นต้น 2. งานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหารายการทางด้านวัฒนธรรม พบว่า ผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ให้ความสนใจและมีความต้องการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิต กิจกรรม ศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ความเชื่อ ศาสนา ประเพณีที่ไม่ได้พบเห็นโดยทั่วไป ตลอดจนเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย 3. งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า การพัฒนารายการวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ กลุ่มผู้ชมรายการ เนื้อหารายการ วิธีการนำเสนอ เช่น พิธีกร ผู้ร่วมรายการ บรรยากาศ ฉาก แสง สี เสียง อุปกรณ์ประกอบฉาก ส่วนนำรายการ ส่วนท้ายรายการ ช่องทางการนำเสนอ เป็นต้น โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษารูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการนำเสนอในรูปแบบสาระพร้อมกับการให้ความบันเทิง รายการสารคดี รายการนิตยสาร และมีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไป เพื่อความบันเทิง เสริมสร้างความรู้ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก และ 4. งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการรายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า โครงสร้างรายการมีการกำหนดสัดส่วนชัดเจน เพื่อเป็นกรอบการทำงาน เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงของข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมรายการคาดหวังการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ เช่น พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ฉาก การแพร่ภาพหรือมุกตลก การพัฒนารายการ ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ตลอดจนการมีส่วนร่วม

6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Faber (2011) ศึกษาเรื่องอำนาจใหม่ : ภูเกิลทีวีเข้าไปอยู่ในห้องนั่งเล่นได้อย่างไร พบว่า ในช่วงไม่กี่ที่ผ่านมามีได้เห็นการพัฒนาการริเริ่มโทรทัศน์แบบใหม่ เช่น Apple TV, The Roku Player, Boxee Box และ Google TV ที่สามารถเชื่อมต่อโทรทัศน์กับอินเทอร์เน็ต การเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ เช่น Netflix และ YouTube นอกจากนี้ อุปกรณ์ต่างๆ ช่วยให้ผู้ใช้พัฒนาสร้างแอปพลิเคชันของตนเอง เพื่อให้สามารถเข้าถึงโทรทัศน์รูปแบบใหม่ได้ ซึ่งหลอมรวมและปรับเปลี่ยนความเข้าใจสื่อแบบดั้งเดิม การศึกษาการรวมกันของโทรทัศน์และเว็บและการจะส่งผลกระทบต่อสื่อ ซึ่งอธิบายถึงโทรทัศน์ถูกใช้เป็นผู้

อย่างไรในการเปลี่ยนแปลง โทรทัศน์ที่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้นั้นจะมีผลกระทบและเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่นภายในประเทศได้อย่างไร และทำนายอนาคตของโทรทัศน์ในอนาคต โดยมองว่าการพัฒนาโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนในประเทศและการพัฒนาของโทรทัศน์แบบโต้ตอบหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการเพิ่มขึ้นของโทรทัศน์แบบพกพา รีโมทควบคุม เครื่อง VCR เครื่อง DVD และเครื่อง DVR ซึ่งอธิบายว่าโทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการเปลี่ยนแปลง การศึกษาอดีตทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกก่อนว่าเป็นอย่างไร ซึ่งเข้าใจในการบริโภคโทรทัศน์กลายเป็นปัญหาเมื่อนำมาใช้กับความร่วมสมัยการใช้สื่อ (การเปลี่ยนแปลงของเวลา ค่าแนะนำ การชี้แนะ และข้อมูลจำนวนมาก) นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงอำนาจของสื่อโดยการรวมกันของอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์ จากนั้น ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะถูกนำไปใช้กับ Google TV ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายว่าโทรทัศน์ที่เปิดใช้งานเว็บจะส่งผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อโทรทัศน์ในประเทศแบบดั้งเดิม และมีการคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับอนาคตของโทรทัศน์

Molchina (2012) ศึกษาเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ การค้นคว้าเปรียบเทียบและอธิบายขั้นตอนทั้งหมดในการผลิตรายการโทรทัศน์ ตั้งแต่การพัฒนาความคิดผ่านการวางแผน การจัดทำงบประมาณ การถ่ายทำ และการตัดต่อ จนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยสังเกตเทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบัน และกำหนดบทบาทของผู้ผลิตในการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้วิจัยศึกษาจากหนังสือเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของการผลิต อุปกรณ์ เทคนิคการสื่อสาร และเอกสาร นอกจากนี้ ผู้วิจัยอาศัยความรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเรียนและการปฏิบัติจริงที่สถานีโทรทัศน์และการผลิตสื่อดิจิทัลที่ Ferris State University ผู้วิจัยได้เรียนรู้ทักษะวิชาชีพที่จำเป็นของการผลิตรายการโทรทัศน์ รวมถึงขั้นตอนการทำงานในสตูดิโอ การควบคุมกล้อง อุปกรณ์ภาคสนาม การกำกับกล้อง และความรับผิดชอบ และความเชี่ยวชาญขององค์กรผู้ผลิต ในเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเทคนิคและเทคโนโลยีการผลิตล่าสุด เช่น เสียง ระบบแสง การตัดต่อแบบนอนลิเนียร์ (Non-Linear) โทรทัศน์ความละเอียดสูง และโทรทัศน์ 3 มิติ

Manero, Carmen Berné. Garcia-Uceda, Esperanza and Serrano, Víctor Orive (2013) ศึกษาเรื่องการบริโภคผลิตรายการโทรทัศน์ : การพัฒนาและรูปแบบโครงสร้าง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ชม พบว่า ในบริบทปัจจุบันที่มีจำนวนช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้นและการกระจายตัวของผู้ชมอย่างกว้างขวางการศึกษาเนื้อหาโทรทัศน์จากมุมมองของผู้บริโภคได้รับความสนใจเป็นพิเศษสำหรับผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ จากความเป็นจริงดังกล่าววิเคราะห์และระบุโครงสร้างความสัมพันธ์ที่อยู่ภายใต้โครงสร้างของความพึงพอใจและคุณภาพเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคโทรทัศน์ในเชิงลึกมากขึ้น วิธีการวิจัยใช้แบบจำลองโครงสร้างและผลลัพธ์แสดงความเชื่อมโยงสาเหตุระหว่างตัวแปรและยืนยันความถูกต้องเชิงทำนายของแบบจำลองที่เสนอ โดยมีการอ้างอิงถึงการพัฒนารูปแบบ

ความรู้ความเข้าใจในการบริโภครายการโทรทัศน์ ดังนั้น จึงบูรณาการเชิงคุณภาพการรับรู้ซึ่งมีความคิดและความพึงพอใจเป็นตัวแปรทางด้านความรู้สึก ผลการวิจัยทำให้เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคโทรทัศน์ในเชิงลึกมากขึ้น ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินการของผู้โฆษณาทางโทรทัศน์และรูปแบบรายการโทรทัศน์ และสถานีโทรทัศน์สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาได้

Borgomastro (2016) ศึกษาเรื่องโซเซียลทีวี : จอที่ 2 และการมีส่วนร่วมของผู้ชมกรณีศึกษารายการ The Voice ของอิตาลี พบว่า ความนิยมของเครือข่ายสังคมและอุปกรณ์ที่สามารถพกพาได้ถูกนำมาเปลี่ยนรูปร่างกับโทรทัศน์ และเรียกว่า โซเซียลทีวี เนื่องจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ทั้งผู้กระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะและธุรกิจพยายามตอบสนองผ่านการพัฒนากระบวนการข้ามสื่อ การขยายเนื้อหาของรายการโทรทัศน์บนสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้การเพิ่มระดับมากขึ้นกับการโต้ตอบกับผู้ชม ซึ่งปรับปรุงการมีส่วนร่วมของผู้ชมออนไลน์ให้ดีขึ้นในหลายๆ วิธี สื่อสังคมออนไลน์มีความหลากหลายของการโต้ตอบกับผู้ชม เช่น การแลกเปลี่ยน การแสดงความคิดเห็น การเชื่อมโยง เป็นต้น ในขณะที่การศึกษาก่อนหน้านี้ได้บันทึกการรับรู้ของผู้ชมกับการรวมตัวของเครือข่ายสังคมกับเนื้อหาโทรทัศน์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติพรรณนาข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์เครือข่ายสังคม เป็นต้น กับความถี่ของการส่งข้อความ การสำรวจเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคิดของผู้ชมยังไม่ได้มีการจัดการอย่างพอเพียงจนถึงวันนี้ ในการวิจัยนี้ค้นพบขอบเขตของการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะผู้ชมรายการทีวีที่แท้จริงเกี่ยวกับการโต้ตอบออนไลน์กับผู้ชมเนื้อหาและผู้ชมอื่นๆ และการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยเห็นด้วยกับการพิจารณารายการแสดงความสามารถ The Voice และความสำคัญของทฤษฎีเกี่ยวกับโซเซียลทีวี ซึ่งเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพขึ้นอยู่กับการสนทนากลุ่ม วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและตอบคำถามงานวิจัย ผู้วิจัยพิสูจน์ 5 ข้อหลัก ได้แก่ การรับรู้รายการ การรับรู้เนื้อหาออนไลน์ รูปแบบการค้นหา รูปแบบการสื่อสาร แรงจูงใจในการโต้ตอบกับผู้ชม ซึ่งผู้ชมรายการทีวีไม่สัมพันธ์กับสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมและผู้แพร่กระจายเสียงและภาพยังคงไม่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม สื่อเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและโดยเฉพาะโทรทัศน์และระบบสื่อมีหลายช่องทางสำหรับการปรับปรุงให้สามารถแพร่ภาพและกระจายเสียงสัมพันธ์กับผู้ชม การมีส่วนร่วมทางออนไลน์จำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสกับเป้าหมายอย่างชัดเจนและติดตามนิสัยของผู้ชม

สรุปได้ว่า ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีประเด็นข้อมูลในการศึกษาดังนี้ งานวิจัยเกี่ยวกับรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์ด้วยการพัฒนาลักษณะการนำเสนอ ส่วนประกอบของรายการ เนื้อหารายการ ตลอดจนวิธีการนำเสนอต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ในปัจจุบัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2 วิธีการวิจัย
 - 1.3 ระยะเวลาการวิจัย
 - 1.4 พื้นที่ในการวิจัย
 - 1.5 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
2. วิธีดำเนินการวิจัย
 - 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 2.4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัยดังนี้

- 1.1.1 เพื่อศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์
- 1.1.2 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์
- 1.1.3 เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

1.2.1 การศึกษาวิจัยจากเอกสาร งานวิจัย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ ตำรา บทความ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ เป็นต้น

1.2.2 การศึกษาวิจัยภาคสนาม โดยการสำรวจ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบไม่มีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม

1.3 ระยะเวลาการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย โดยเริ่มจาก เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563

1.4 พื้นที่ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการวิจัยด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยพิจารณาเลือกพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี เป็นพื้นที่ในการวิจัย โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

1.4.1 จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่หน่วยงานราชการ องค์กรภาครัฐ หรือภาคเอกชนให้ความสนใจเห็นถึงความสำคัญของสื่อวิทยุ โทรทัศน์ในการเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารด้านข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นให้ประชาชนได้รับทราบ จึงทำให้จังหวัดดังกล่าวมีสถานีวิทยุโทรทัศน์ทั้งในส่วนของรัฐบาลและเอกชนที่ให้บริการและส่งสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ในการวิจัย

1.4.2 จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัด ดังนี้

1) วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา เมืองใหญ่เปรียบเสมือนประตูอีสาน มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่น ตัวอย่างเช่น ท้าวสุรนารี อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ผ้าไหมหมี่โคราช เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน เป็นต้น ดังคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน

2) วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น แหล่งกำเนิดอารยธรรมอีสาน เป็นจังหวัดที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่น ตัวอย่างเช่น พระธาตุขามแก่น พระมหาธาตุแก่นนคร อุทยานแห่งชาติภูเวียง บึงแก่นนคร ผ้าไหมมัดหมี่ เป็นต้น ดังคำขวัญจังหวัดที่ว่า พระธาตุขามแก่น เสียงแคนดอกคูน ศูนย์รวมผ้าไหม ร่วมใจผูกเสี่ยว เที่ยวขอนแก่นนครใหญ่ ไดโนเสาร์สิรินธรเน่ สุดเท่เหรียญทองมวยโอลิมปิก

3) วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี มีเรื่องราว วัฒนธรรมและประเพณีที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่น

ตัวอย่างเช่น วัดมหาวนาราม อุทยานแห่งชาติผาแต้ม สามพันโบก ประเพณีแห่เทียนพรรษา หมูยอ เป็นต้น ดังคำขวัญจังหวัดที่ว่า เมืองแห่งดอกบัวงาม แม่น้ำสองสี มีปลาแซบหลาย หาดทรายแก่งหิน ถิ่นไทยนักปราชญ์ ทวยราษฎร์ใฝ่ธรรม งามล้ำเทียนพรรษา ผาแต้มก่อนประวัติศาสตร์

1.4.3 จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมและโครงสร้างเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น พื้นที่การวิจัยในครั้งนี้ จึงมีศักยภาพในการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับกลุ่มจังหวัดต่างๆ ได้ ตลอดจนมีความเหมาะสมกับโอกาส ศักยภาพจังหวัด และนำไปสู่การกระตุ้นก่อให้เกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้นในจังหวัดดังกล่าว (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1, 2560) ดังที่ พัฒนา กิตติอาษา (วิชชุดา เครือหิรัญ, 2563 ; อ้างอิงมาจาก พัฒนา กิตติอาษา, ม.ป.ป.) อธิบายว่า อีสานกำลังก้าวเข้าสู่ศักราชสำคัญของมิติใหม่แห่งการพัฒนา จากการเติบโตด้านการลงทุนที่จะพลิกโฉมให้ภูมิภาคแห่งนี้เข้าสู่สังคมเมือง (Urbanisation) โดยมาพร้อมแนวนโยบายการพัฒนาจากส่วนกลางอย่างแผนการเชื่อมโยงระบบคมนาคม รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ในแต่ละจังหวัด ซึ่งมีส่วนปรับเปลี่ยนสังคม วิถีชีวิต ตลอดจนอัตลักษณ์ด้านการบริโภคของคนอีสาน นอกจากนี้ เพื่อบ้านที่มีพรมแดนติดกับไทย เช่น สปป.ลาว และกัมพูชาที่เศรษฐกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่องล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างศักยภาพการเติบโตของภาคอีสานได้

1.4.4 จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นภาคที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุด ส่งผลให้มีจำนวนประชากรมากถึง 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ โดยจังหวัดที่มีประชากรมากถึงหนึ่งล้านคน คือ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดขอนแก่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเป็นศูนย์กลางของการเติบโตทางเศรษฐกิจและการขยายตัวสู่ความเป็นเมืองอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ Nielsen Retail Index (วิชชุดา เครือหิรัญ, 2563) ที่ระบุว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่ขยายตัวสู่ความเป็นเมืองสูงที่สุดในประเทศ เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น บุรีรัมย์ ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี โดยวัดจาก 2 มิติ คือ จำนวนประชากรในเมืองนั้นๆ ที่มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 1-5 ล้านคน และการเติบโตของเศรษฐกิจในจังหวัด หรือ Gross Provincial Product : GPP

1.4.5 จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ณัฐชา ตะวันนาโชติ, 2563) ดังนั้น จังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้จากภาคอุตสาหกรรมชัดเจน ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น และจังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้จากภาคการค้าและบริการเด่น ได้แก่ อุบลราชธานี

1.5 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยคัดเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคลจำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Information) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 กลุ่มผู้รู้ (Key Information) ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม รวมจำนวน 17 คน ประกอบด้วย

1.5.1.1 กลุ่มผู้รู้ภาครัฐ ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------|------------|
| 1) นักวิชาการด้านวัฒนธรรม | จำนวน 3 คน |
| 2) นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน | จำนวน 3 คน |
| 3) นักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน | จำนวน 3 คน |

1.5.1.2 กลุ่มผู้รู้ภาคเอกชน ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|------------|
| 1) ตัวแทนองค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน | จำนวน 3 คน |
| 2) ผู้ประกอบการ | จำนวน 5 คน |

1.5.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยุโทรทัศน์ เช่น หัวหน้าฝ่ายรายการ ผู้ผลิตรายการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ นักพัฒนางานวิทยุโทรทัศน์ ผู้ดำเนินรายการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น โดยเป็นกลุ่มบุคคลที่มีพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 4 คน จังหวัดขอนแก่น จำนวน 6 คน จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 4 คน รวมจำนวน 14 คน

1.5.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Information) ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ทางด้านวัฒนธรรมและอาศัยอยู่ในพื้นที่แพร่ภาพกระจายเสียงของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้จำนวนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปในแต่ละพื้นที่การวิจัยมีจำนวนเท่ากัน กล่าวคือ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 20 คน จังหวัดขอนแก่น จำนวน 20 คน จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 20 คน รวมจำนวน 60 คน

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสำรวจ (Survey) แบบสังเกต (Observation) แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide) และแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1.1 แบบสำรวจ (Survey) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย กลุ่มผู้รู้ และกลุ่มผู้ปฏิบัติ เพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.1.1.2 แบบสังเกต (Observation) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย กลุ่มผู้รู้ และกลุ่มผู้ปฏิบัติ เพื่อสังเกตสภาพทั่วไปของพื้นที่วิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วม และ 2) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) เป็นการสังเกตที่ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วม

2.1.1.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป เพื่อทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีการกำหนดองค์ประกอบข้อคำถามไว้อย่างแน่นอน และ 2) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ไม่ได้กำหนดประเด็นข้อคำถามไว้อย่างแน่นอน โดยประเด็นในแบบสัมภาษณ์นั้นเกี่ยวข้องกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ และรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเครื่องมือดังกล่าว ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้เพื่อพิจารณาและรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1.1.4 แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป เพื่อใช้ในการสนทนาเป็นกลุ่มประมาณ 3-5 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบบันทึกการสนทนากลุ่มแบบไม่มีโครงสร้าง เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1.2 การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

2.1.2.1 ผู้วิจัยนำร่างเครื่องมือที่ได้จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องปรึกษาคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของภาษา เนื้อหา และความสอดคล้องตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.1.2.2 ผู้วิจัยนำร่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความมุ่งหมายของการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 3 คน ได้แก่

- 1) คุณไชยนันท์ แสงทอง
ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา
- 2) คุณสัญญา ภักดิ์โพธิ์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
จังหวัดนครราชสีมา
- 3) อาจารย์ ดร.วิเชียร ก่อกิจกุล
ตำแหน่ง ประธานหลักสูตรการจัดการการสื่อสารแบบบูรณาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

จากนั้น นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|----|---------|-------------------------------|
| +1 | หมายถึง | แน่ใจว่าตรงตามวัตถุประสงค์ |
| 0 | หมายถึง | ไม่แน่ใจว่าตรงตามวัตถุประสงค์ |
| -1 | หมายถึง | แน่ใจว่าไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ |

สำหรับผลการประเมินความเที่ยงตรงของข้อคำถามกับความมุ่งหมายของการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงดังกล่าวเป็นไปตามเกณฑ์โดยมีค่าการประเมินความเที่ยงตรงระหว่าง 0.60-1.00 (อุไรวรรณ ชัยชนะวิโรจน์ และชญาภา วันทุม, 2560) และสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย หรือแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ ตำรา บทความ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ เป็นต้น

2.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากพื้นที่การวิจัย ได้แก่ การสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การสำรวจ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานีวิทย์โทรทัศนและรายการวิทยุโทรทัศน
- 2) การสังเกต เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน โดยแบ่งออกเป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์ แล้วบันทึกข้อมูลทันที
- 3) การสัมภาษณ์ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยกำหนดประเด็นข้อคำถามต่างๆ ไว้ล่วงหน้าตามความมุ่งหมายของการวิจัย และผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อพิจารณารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศนเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 4) การสนทนากลุ่ม เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยทำการสนทนาเป็นกลุ่มย่อยประมาณ 3-5 คน ซึ่งผู้วิจัยจะทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนา โดยมีการกำหนดประเด็นข้อคำถามตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3 การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

2.3.1 การจัดกระทำข้อมูล

2.3.1.1 ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาจัดกระทำโดยการเลือก เตรียมข้อมูล จัดแบ่งประเภทของข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3.1.2 ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดกลุ่มข้อมูล จัดประเภทข้อมูล เรียงลำดับข้อมูล และสรุปประเด็นสำคัญตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3.1.3 ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายแตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลกลับไปให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ หรือดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์และตรงตามความเป็นจริง จากนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาเลือกสรร เตรียมข้อมูล จัดแบ่งประเภท จัดกลุ่มข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากภาคสนาม โดยการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เนื้อหา จัดกลุ่มข้อมูล จัดประเภทข้อมูล เรียงลำดับข้อมูล และสรุปผลการวิจัยตามที่ได้มา

2.3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นตอนที่ 1 การจัดทำ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม มาวิเคราะห์เพื่อจัดทำ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

2) ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยการนำ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น ไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อพิจารณา ตรวจสอบ และรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

3) ขั้นตอนที่ 3 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านการรับรอง โดยการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญของรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจัดลำดับ จัดระเบียบข้อมูล เรียงเรียงให้สอดคล้องตามความมุ่งหมายของการวิจัย แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ และเพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสำรวจ และการสัมภาษณ์ ซึ่งผลการศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ลักษณะของการดำเนินการ และลักษณะของการบริหารจัดการ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษา พบว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดจากแนวคิดในการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร การปฏิบัติภารกิจจิตวิทยา สร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และรัฐบาลยังขาดเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชน ซึ่ง จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นได้จัดทำร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกที่จังหวัดขอนแก่น โดยมีเป้าหมายที่จะให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และการคมนาคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์) ในเวลาต่อมาแนวคิดดังกล่าว ทำให้

คณะรัฐมนตรีมีมติให้กรมประชาสัมพันธ์ขยายพื้นที่สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ไปสู่ภูมิภาคต่างๆ โดยมอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้ดำเนินงานจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดลำปาง และจังหวัดสงขลา ซึ่งทำหน้าที่ในการควบคุมบริหารงานสถานีวิทยุโทรทัศน์และเป็นตัวแทนของกรมประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ในปี พ.ศ. 2503 ได้จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 5 ขอนแก่น ครอบคลุมพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งถือเป็นสถานีโทรทัศน์ภูมิภาคแห่งแรกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเผยแพร่ออกอากาศระบบขาวดำ

ในปี พ.ศ. 2521 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ริเริ่มการออกอากาศ โดยการถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมจากสถานีแม่ข่ายในกรุงเทพฯ สู่อุปกรณ์เครือข่ายในภูมิภาคเป็นสถานีแรกของประเทศไทย โดยจัดตั้งศูนย์ข่ายกระจายตามภูมิภาคต่างๆ รวม 9 ศูนย์ ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือจัดตั้งขึ้นในจังหวัดขอนแก่น นครราชสีมา และอุบลราชธานี โดยมีศูนย์ข่ายภูมิภาคจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์หลัก (ศุภางค์ นันตา, 2552) ต่อมา พ.ศ. 2523 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 5 ขอนแก่น ปรับเปลี่ยนชื่อเรียกใหม่ว่า เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 4 ขอนแก่น เป็นโทรทัศน์สีในระบบแอนะล็อก (Analog) พ.ศ. 2531 เปลี่ยนชื่อเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ขอนแก่น ซึ่งมีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เป็นแม่ข่ายในการเชื่อมโยงสัญญาณออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดสกลนคร จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดชัยภูมิ

ด้วยการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีนั้น บางพื้นที่ในหลายจังหวัดไม่สามารถรับสัญญาณได้ชัดเจน จากเล็งเห็นถึงการบริหารงานให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงได้เพิ่มพื้นที่การให้บริการโดยดำเนินการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์) โดยแยกพื้นที่ความรับผิดชอบออกจากสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น รับผิดชอบพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งในระยะแรกได้จัดตั้งสำนักงานในเขตพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ต่อมาจึงย้ายมาจัดตั้งที่จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อความสะดวกและคล่องตัวในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานในพื้นที่ความรับผิดชอบ ต่อมา มีการจัดสรรพื้นที่รับผิดชอบใหม่ ทำให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่ความรับผิดชอบครอบคลุม 9 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดนครพนม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดอำนาจเจริญ (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

เนื่องจากรัฐบาลไม่สามารถดำเนินงานสถานีวิทยุโทรทัศน์ได้ด้วยสาเหตุหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสัญญาการแพร่ภาพออกอากาศไม่ชัดเจน ขาดงบประมาณ เป็นต้น จึงทำให้ภาคเอกชนเล็งเห็นผลประโยชน์ดังกล่าวด้วยการขยายพื้นที่สัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างจังหวัดที่ไม่สามารถรับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์ของภาครัฐได้ (ชาญชัย จินตนะกุล. 2562 : สัมภาษณ์) จึงมีการทดลองออกอากาศเคเบิลทีวีท้องถิ่น เพื่อส่งสัญญาณผ่านระบบสายเคเบิลไปยังบ้าน หลังจากนั้นได้มีการนำวิธีการออกอากาศระบบดังกล่าวมาดำเนินการเคเบิลทีวีท้องถิ่นภาคธุรกิจ โดยคิดค่าบริการรายเดือน เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการรับชมในพื้นที่ที่มีปัญหา จากการทำเคเบิลทีวีท้องถิ่นครั้งนั้นทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ สร้อย ไชยเดช (2550) อธิบายว่า เคเบิลทีวีเริ่มในต่างจังหวัดก่อน โดยเริ่มครั้งแรกที่จังหวัดนครสวรรค์ และขยายตัวไปตามจังหวัดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ด้วยสาเหตุที่ว่า การรับสัญญาณภาพและเสียงจากโทรทัศน์ปกติ (Free TV) ไม่ชัดเจน หรือรับสัญญาณไม่ได้ อีกทั้งพื้นที่ที่อยู่ห่างไกล และการขยายสถานีโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ



ภาพประกอบ 5 การสัมภาษณ์ นายสมบัติ ชัยรัตน์

สำหรับการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมนั้น เริ่มจากรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากเสาอากาศเปลี่ยนมาเป็นสายเคเบิลระบบแอนะล็อก (Analog) โดยใช้สายสัญญาณใยแก้วนำแสงหรือสายไฟเบอร์ออปติก (Fiber optic) เป็นสายหลัก แล้วส่งต่อผ่านสายโคแอกเซียล (Coaxial cable) ไปยังบ้านของผู้ชม และผ่านดาวเทียม ทำให้ธุรกิจเคเบิลท้องถิ่นเริ่มปรับตัวโดยการเพิ่มบริการจำนวนช่องรายการ และคุณภาพความคมชัดทั้งภาพและเสียง ต่อมามีการปรับเปลี่ยนการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม ทำให้เคเบิลทีวีท้องถิ่นรายเล็กเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยลงทุนติดตั้งงาน

ดาวเทียมเพื่อส่งสัญญาณผ่านระบบสายเคเบิลทีวี เพื่อการแพร่สัญญาณภาพและเสียงไปยังสมาชิกครอบครัวในพื้นที่ภายในจังหวัด ทำให้เคเบิลทีวีท้องถิ่นเกิดการขยายตัวอย่างมาก (ปิยะเมษฐปราณีตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์) ต่อมาได้พัฒนาช่องรายการต่างๆ โดยการซื้อลิขสิทธิ์ช่องรายการคุณภาพมาให้บริการ และผลิตรายการข่าวท้องถิ่นเป็นช่องรายการเพิ่ม ทำให้รายการดังกล่าวได้รับความนิยมจากผู้ชม เนื่องจากเนื้อหาการตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น และเคเบิลทีวีท้องถิ่นมีช่องรายการที่ดีกว่า ทำให้ฐานลูกค้าขยายได้ง่าย ทั้งนี้ การเกิดขึ้นของเคเบิลทีวีท้องถิ่นมีจำนวนมากขึ้น โดยกระจายตัวในเขตชุมชนตามเมืองต่างๆ ซึ่งกระจายกันอยู่เต็มพื้นที่ ทำให้เกิดปัญหาพื้นที่ทับซ้อนและเกิดการแข่งขันของเคเบิลทีวีท้องถิ่น (บำรุง วสันตกรณ. 2562 : สัมภาษณ์) ในขณะเดียวกันงานรับสัญญาณดาวเทียมมีราคาถูกลง สามารถรับชมช่องรายการจากต่างประเทศ และการรับชมช่องรายการในประเทศโดยไม่เสียค่าบริการหรือค่าสมาชิก เช่น ช่องภาพยนตร์ ช่องกีฬา และช่องสารคดี เป็นต้น ประชาชนจึงติดตั้งจานดาวเทียมแทนการรับชมผ่านระบบสายเคเบิล ทำให้ช่วงเวลานี้ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ดี เคเบิลทีวีเกิดขึ้นก่อนพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์การกระจายเสียงและโทรคมนาคม พ.ศ. 2552 ทำให้ระยะแรกการดำเนินกิจการเคเบิลทีวีจึงยังไม่มีกฎหมายรองรับ ทำให้รัฐบาลควบคุมได้ยากและไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ประกอบกิจการจึงขยายกิจการมากขึ้นทั้งเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งก่อตั้งขึ้นจากความร่วมมือของกลุ่มนักธุรกิจในพื้นที่ร่วมกับกลุ่มนักธุรกิจที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการกิจการเคเบิลทีวี ซึ่งเป็นผู้ประกอบการเคเบิลทีวีที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการเคเบิลทีวี (ชาญชัย จินตนะกุล. 2562 : สัมภาษณ์) จนกระทั่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 กำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการตามมาตรา 40 เรียกว่า คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ ซึ่งกำหนดให้มืองค์กรอิสระทำหน้าที่จัดสรรและกำกับดูแลคลื่นความถี่วิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น รวมทั้งการสร้างกลไกการแข่งขันอย่างเป็นธรรม แนวคิดดังกล่าวนำไปสู่การจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 จึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กทช. และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กสช. เป็นองค์กรอิสระ จัดตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย ภายหลังรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้เปลี่ยนแปลงการตั้งองค์กรอิสระ มาตรา 47 ระบุให้มืองค์กรอิสระเข้ามากำกับดูแลกิจการวิทยุโทรทัศน์และโทรคมนาคมองค์กรเดียว จึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช.

ที่มีกรรมการคือ คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์ หรือ กสท. และ คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม หรือ กทค. (พรีดา พรนิมิตเลิศเจริญ, 2558)

ภายหลังที่วีดิทัศน์เกิดขึ้นในประเทศไทย รวมถึงการที่ กสทช. ออกนโยบาย สนับสนุนประชาชนในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยการแจกคู่มือเพื่อนำไปใช้เป็นส่วนลดแลกซื้อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและอุปกรณ์แปลงสัญญาณระบบดิจิทัล ซึ่งนโยบายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเคเบิลทีวีท้องถิ่น ทำให้ช่วงเวลาดังกล่าวลูกค้าเคเบิลทีวีลดลงครั้งต่อครั้ง เนื่องจากกล่องดิจิทัลและไม่ต้องเสียเงินในการรับชม ส่งผลให้เคเบิลทีวีท้องถิ่นหลายรายต้องขาดทุนและปิดกิจการ ส่วนเคเบิลทีวีรายอื่นๆ ต้องเผชิญกับภาระค่าใช้จ่ายและคู่แข่ง จึงต้องปรับตัวและร่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการดำเนินธุรกิจเคเบิลทีวีท้องถิ่นให้อยู่รอดเพื่อประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนเพื่อรองรับการแข่งขันกับวีดิทัศน์ต่อไป

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดขึ้นจากแนวคิดในการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร และสร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเริ่มแรกได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น พื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี พื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยออกอากาศในระบบขาวดำและระบบสี แต่ในขณะนั้นพบว่าหลายพื้นที่ไม่สามารถรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจน จึงเกิดการขยายพื้นที่การส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างจังหวัดมากยิ่งขึ้น ออกอากาศผ่านระบบเคเบิลทีวี ดังนั้นผู้รับชมรายการโทรทัศน์จึงเปลี่ยนวิธีการรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากเสาอากาศมาเป็นระบบสายเคเบิลระบบ โดยใช้สายสัญญาณใยแก้วนำแสงหรือสายไฟเบอร์ออปติกเป็นสายหลัก แล้วส่งต่อผ่านสายโคแอกเซียลไปยังบ้านของผู้ชม และผ่านดาวเทียม โดยคิดค่าบริการรายเดือน เคเบิลทีวีเริ่มพัฒนาช่องรายการต่างๆ โดยการซื้อลิขสิทธิ์ช่องรายการคุณภาพ และผลิตรายการข่าวท้องถิ่นเป็นช่องรายการเพิ่ม จนกระทั่งมีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช. และที่วีดิทัศน์ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเคเบิลทีวีท้องถิ่นที่ต้องขาดทุนและปิดกิจการ ตลอดจนภาระค่าใช้จ่ายและคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจเคเบิลทีวีท้องถิ่นต้องปรับตัวในการให้บริการ จำนวนช่องรายการ และคุณภาพความคมชัดทั้งภาพและเสียง

1.2 ลักษณะของการดำเนินการ

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของการดำเนินการ ประกอบด้วย ลักษณะขององค์กร การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ โครงสร้างขององค์กร ที่มาของรายได้ และการกำกับดูแลหรือการควบคุม มีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 ลักษณะขององค์กร

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) สถานีวิทยุโทรทัศนภาครัฐส่วนภูมิภาค เป็นหน่วยงานที่ภาครัฐเป็นเจ้าของและดำเนินการบริหารจัดการระบบราชการ เพื่อบริหารจัดการกิจการงานด้านวิทยุโทรทัศนส่วนภูมิภาคครอบคลุมพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีอำนาจหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานราชการส่วนกลาง โดยจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นสื่อหลักของรัฐบาลในการทำหน้าที่เผยแพร่ความรู้ การศึกษา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนในระดับภูมิภาคอีสาน ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าว สถานีไม่ได้มุ่งหวังในการแสวงหากำไรหรือรายได้ แต่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่า และ 2) สถานีวิทยุโทรทัศนภาคเอกชน เป็นหน่วยงานภาคธุรกิจประกอบกิจการวิทยุโทรทัศนระบบบอกรับสมาชิก ซึ่งให้บริการเคเบิลทีวีที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อส่งสัญญาณภาพและเสียงไปยังโทรทัศน์ของสมาชิกเคเบิลทีวีที่ต้องชำระค่าบริการในการรับชม ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยมุ่งแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจระดับท้องถิ่น

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “รัฐเป็นเจ้าของ ดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ การศึกษาให้กับประชาชนในภูมิภาค สนับสนุนการดำเนินงาน ตามนโยบายรัฐ และส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐู ปราณิตพลกรัง กล่าวว่า “ดำเนินธุรกิจเคเบิลทีวีระดับท้องถิ่น ประเภทบอกรับสมาชิกได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์” (ปิยเมษฐู ปราณิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า ลักษณะการดำเนินการของสถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) สถานีวิทยุโทรทัศนภาครัฐส่วนภูมิภาค เป็นหน่วยงานที่ภาครัฐเป็นเจ้าของ และดำเนินการเอง จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ความรู้ การศึกษา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และ 2) สถานีวิทยุโทรทัศนภาคเอกชน เป็นองค์กรภาคธุรกิจประกอบกิจการวิทยุโทรทัศนระบบบอกรับสมาชิก จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจมุ่งแสวงหากำไร

1.2.2 การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน

สถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ชัดเจน โดยสถานีวิทยุโทรทัศนภาครัฐดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลในการควบคุมและดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ในการทำหน้าที่

เป็นสื่อหลักระดับภูมิภาคในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ในด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วม และความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐกับประชาชนตามกรอบนโยบายของภาครัฐที่กำหนดไว้ ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนมีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ชัดเจนในเรื่องของการแข่งขันทางการตลาด มุ่งแสวงหากำไรและผลิตรายการท้องถิ่นที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอ เนื้อหารายการที่หลากหลาย น่าสนใจ เป็นสื่อทางเลือกให้กับผู้ชม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมเป็นหลัก ตลอดจนการสร้างความประทับใจในการให้บริการกับลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญ นอกจากนี้สถานีวิทยุโทรทัศน์ยังทำหน้าที่ในการเป็นสื่อกลาง เป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่น โดยยึดมั่นในความเป็นกลางและความถูกต้อง เพื่อให้คนในท้องถิ่นเกิดรับรู้ เกิดความเข้าใจ และสามารถต่อยอดและยกระดับในการพัฒนาต่างๆ ของจังหวัด ภูมิภาค และประเทศตามลำดับ

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “การเป็นสถานีด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เข้าใจ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต และการมีส่วนร่วมของสังคม เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐตามกรอบที่กำหนดไว้” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

จิรพร วรรณพฤษ กล่าวว่า “เป็นสถานีเชิงธุรกิจพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก บริการลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญ เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดกับลูกค้าให้ได้มากที่สุด” (จิรพร วรรณพฤษ. 2562 : สัมภาษณ์)

ชาญชัย จินตนะกุล กล่าวว่า “การทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดและยกระดับการพัฒนาต่างๆ” (ชาญชัย จินตนะกุล. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะการบริหารจัดการ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนดำเนินการตามทิศทางการทำการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจและมุ่งแสวงหาผลกำไรจากการดำเนินงาน

1.2.3 โครงสร้างขององค์กร

โครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคเป็นการจัดองค์กรแบบราชการ ดังนั้น ลักษณะการดำเนินงานใกล้เคียงกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ส่วนกลาง แต่ขนาดองค์กรและจำนวนบุคลากรเล็กกว่าองค์กรส่วนกลาง ทำให้โครงสร้างการบริหารภายในสถานีวิทยุโทรทัศน์ แบ่งสายงานออกเป็น 4 ฝ่าย ได้แก่ 1) ฝ่ายรายการโทรทัศน์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการ

การบริหารจัดการผังรายการ 2) ฝ่ายข่าวโทรทัศน์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการข่าวหรือที่เกี่ยวข้องกับงานข่าวท้องถิ่น 3) ฝ่ายช่างเทคนิค มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการควบคุมการทำงานของอุปกรณ์รับส่งวิทยุโทรทัศน์ การควบคุมสัญญาณภาพและเสียง และ 4) ฝ่ายธุรการและการเงิน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารงานทั่วไป งานสารบรรณ งานบุคคลากร งานการเงิน งานบัญชี งานพัสดุ งานอาคารสถานที่ งานยานพาหนะของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน



ภาพประกอบ 6 การสัมภาษณ์ นายบำรุง วสันตกรรม์

นอกจากนี้ โครงสร้างองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีลักษณะโครงสร้างองค์กรที่มีระบบ แบบแผน สายบังคับบัญชาชัดเจน ส่วนหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายนั้นมีการกำหนดลักษณะเฉพาะแต่ละงานตามทักษะ ความรู้ความสามารถ และความเหมาะสม โดยมีการสื่อสารภายในองค์กรเป็นการติดต่อสื่อสาร การประสานงาน การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ซึ่งการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในทางที่ดีด้วย

สำหรับโครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนนั้น มีโครงสร้างองค์กรและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้ 1) ฝ่ายบริหาร มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย วางแผนการดำเนินการ งบประมาณ รวมถึงการควบคุมการทำงานของแต่ละฝ่าย 2) ฝ่ายสำนักงาน หรือฝ่ายธุรการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในงานธุรการ งานสารบรรณ งานบัญชี งานการเงิน งานติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) ฝ่ายข่าว มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการสื่อข่าว การเขียนข่าว การรายงานข่าว การผลิตรายการข่าวท้องถิ่น เป็น

ต้น 4) ฝ่ายรายการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการให้เป็นไปตามรูปแบบรายการที่ได้กำหนดไว้ รวมทั้งการควบคุมคุณภาพของรายการ 5) ฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลงานด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย การติดต่อประสานงาน โฆษณา-ลูกค้าสมาชิก และ 6) ฝ่ายห้องส่ง หรือฝ่ายเทคนิค หรือฝ่ายแพรรายการ หรือฝ่ายช่าง มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการติดตั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง การซ่อมบำรุงรักษา รวมทั้งการแพรรายการกระจายเสียงไปยังผู้ชม ทั้งนี้ พรรณนภา ศรีสุนนท์ (2552) อธิบายถึงโครงสร้างองค์กรของเคบีทีวีว่า ผู้จัดการทั่วไปทำหน้าที่รับนโยบายจากคณะกรรมการ มอบหมายงาน ดูแล และควบคุมการทำงานของฝ่ายต่างๆ ซึ่งการจัดองค์กรของบริษัทแบ่งออกเป็น 6 ฝ่าย ได้แก่ 1) ฝ่ายข่าวและรายการทำหน้าที่ผลิตรายการข่าวท้องถิ่น ผลิตรายการต่างๆ ของทางสถานี และควบคุมการออกอากาศ 2) ฝ่ายห้องส่งทำหน้าที่กระจายสื่อต่างๆ ไปยังสมาชิก 3) ฝ่ายการเงินและบัญชีทำหน้าที่ดูแลด้านการเงินและรายรับ-รายจ่าย 4) ฝ่ายการตลาดทำหน้าที่จัดหาสมาชิกเคเบิลทีวี 5) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่สร้างภาพลักษณ์และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับสมาชิก ฝ่ายเร่งรัดทำหน้าที่ติดตามทวงหนี้ และ 6) ฝ่ายติดตั้งและซ่อมบำรุงทำหน้าที่ติดตั้ง ซ่อมบำรุง และแก้ไขปัญหาของอุปกรณ์ต่างๆ และสิริรัสมิภา การะนนท์ (2553) อธิบายถึงโครงสร้างบริษัทเคเบิลทีวีอุบลราชธานีว่า โครงสร้างมีฝ่ายงานทั้งหมด 7 ฝ่าย ได้แก่ 1) ฝ่ายข่าว ทำหน้าที่ผลิตรายการข่าวท้องถิ่น 2) ฝ่ายรายการ ทำหน้าที่ผลิตรายการต่างๆ ของสถานี 3) ฝ่ายเทคนิค ทำหน้าที่ดูแลงานด้านเทคนิคการผลิตและการออกอากาศแพรรายการ 4) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานลูกค้า 5) ฝ่ายบัญชี ทำหน้าที่ดูแลบัญชีการเงิน 6) ฝ่ายเซอร์วิสหรือฝ่ายช่าง ทำหน้าที่ติดตั้งดูแลระบบการรับส่งสัญญาณเคเบิลทีวี และ 7) ฝ่ายเก็บเงิน ทำหน้าที่เก็บเงินค่าบริการของสมาชิก

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “สถานีโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคแบ่งหน้าที่ออกเป็น 1) ฝ่ายรายการโทรทัศน์ผลิตรายการประเภทต่างๆ 2) ฝ่ายข่าวโทรทัศน์ผลิตรายการข่าวท้องถิ่น 3) ฝ่ายช่างเทคนิคควบคุมอุปกรณ์และการแพรรายการออกอากาศ 4) ฝ่ายธุรการและการเงิน” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

ชาญชัย จินตนะกุล กล่าวว่า “การสื่อสารจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน หรือสื่อสารในระดับเดียวกัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีและถูกต้อง ซึ่งการสื่อสารนั้นต้องเป็นไปตามโครงสร้างองค์กร คือขึ้นอยู่กับอำนาจหน้าที่ในการสั่งการ” (ชาญชัย จินตนะกุล. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรรม กล่าวว่า “การกำหนดความรับผิดชอบ หน้าที่ หรือลักษณะเฉพาะของแต่ละคนต้องสอดคล้องกับความรู้ความสามารถและเหมาะสม โดยสิ่งที่ขาดไม่ได้เลยในการดำเนินการขององค์กรก็คือ การสื่อสารภายในองค์กร” (บำรุง วสันตกรรม. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีโครงสร้าง การดำเนินงานองค์กรที่สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์และบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในองค์กร ซึ่ง องค์กรต้องกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ การแบ่งสายงาน สายบังคับบัญชา เพื่อให้เกิดการบริหาร จัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งสู่เป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ ทั้งนี้โครงสร้างหลักของสถานีวิทยุโทรทัศน ประกอบด้วย 6 ฝ่าย ได้แก่ 1) ฝ่ายบริหาร 2) ฝ่ายสำนักงาน หรือฝ่ายธุรการ 3) ฝ่ายข่าว 4) ฝ่ายรายการ 5) ฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ และ 6) ฝ่ายห้องส่ง หรือ ฝ่ายเทคนิค หรือฝ่ายแพร่ภาพรายการ หรือฝ่ายช่าง

1.2.4 ที่มาของรายได้

การดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศนมาจากเงินงบประมาณแผ่นดิน เป็นเงินที่รัฐบาลจัดสรรให้เพื่อใช้การ ดำเนินงานด้านต่างๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน และเงินรายได้อื่นๆ เป็นเงินที่ได้รับจากการให้เช่าเวลา ออกอากาศ การเผยแพร่สปอต การผลิตรายการประเภทต่างๆ เช่น รายการถ่ายทอดสด รายการสารคดี เป็นต้น ตลอดจนการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือกิจกรรมต่างๆ แต่มีข้อจำกัดอยู่ว่า ต้องเป็นการ นำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรของหน่วยงาน ไม่ใช่การเผยแพร่โฆษณาสินค้าหรือบริการ ถึงแม้ว่า สถานีวิทยุทัศนสามารถหาเงินรายได้จากการให้เช่าเวลาออกอากาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ แต่ก็ เป็นจำนวนที่ไม่มาก ซึ่งต้องทำเข้าใจในเป้าหมายของทางสถานีด้วยในการเป็นสื่อหลักสนับสนุนงานด้าน การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ของรัฐบาล แต่เมื่อมีรายได้เข้ามาก็ต้องนำส่งให้กับรัฐบาลตามระเบียบที่ กำหนดไว้ด้วย

จากการศึกษางานวิจัยของพรนภา ชาชุมพร (2554) อธิบายเกี่ยวกับ ที่มาของรายได้ว่า เนื่องจากเป็นสถานีในสังกัดของรัฐ และมีระเบียบกำหนดไม่ให้มีการโฆษณา แห่ลง รายได้หลักที่ใช้ในการดำเนินงานจึงมาจากงบประมาณแผ่นดินที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐ และมีแหล่ง รายได้อื่นๆ เช่น เงินสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เงินรายได้จากการถ่ายทอดสด หรือกิจกรรม ต่างๆ ตามที่หน่วยงานในพื้นที่ประสานงานขอรับการสนับสนุนเข้ามา นอกจากนี้ ญัฐสุพงศ์ สุขโสด (2552) อธิบายว่า สถานีต้องอาศัยงบประมาณที่รัฐจัดสรรมาให้ดำเนินการเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็มี เงินรายได้จากผู้สนับสนุนรายการและค่าเช่าเวลาออกอากาศของสถานีมาสนับสนุนการบริหารสถานี ซึ่งเงินรายได้ดังกล่าวมักไม่มีความแน่นอน

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “ที่มาของรายได้มาจาก งบประมาณแผ่นดินของรัฐที่ได้รับการจัดสรรเป็นหลัก นอกจากนี้ยังสามารถหารรายได้จากการให้เช่า เวลา การเผยแพร่สปอต การผลิตสารคดี การผลิตรายการต่างๆ” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังพบว่า รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศนภาคเอกชนมีรายได้หลักมาจากค่าบริการสมาชิก ซึ่งเป็นค่าบริการที่ได้จากการเก็บค่ารับชมช่องรายการจากสมาชิก นอกจากนี้ ยังมีรายได้จากค่าอุปกรณ์ ค่าบริการติดตั้ง และรายได้จากค่าเช่าเวลาเผยแพร่ออกอากาศ รวมทั้งการรับจ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ด้วย

ปิยเมษฐู ปราณีตพลกรัง กล่าวว่า “รายได้หลักๆ มาจากการให้บริการสมาชิก รายได้จากการติดตั้ง ขยายอุปกรณ์ และรายได้จากการให้เช่าเวลา ค่าโฆษณา ค่าผลิตรายการ” (ปิยเมษฐู ปราณีตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถจำแนกที่มาของรายได้ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) เงินงบประมาณแผ่นดิน 2) รายได้จากค่าบริการสมาชิก 3) รายได้จากค่าติดตั้งอุปกรณ์ และ 4) รายได้อื่นๆ เช่น การสนับสนุนจากหน่วยงาน การเช่าเวลาออกอากาศ การผลิตรายการประเภทต่างๆ เป็นต้น



ภาพประกอบ 7 การสัมภาษณ์ นายฐิติรัตน์ พงษ์พุทธิรักษ์

1.2.5 การกำกับดูแลหรือการควบคุม

สถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการกำกับดูแลและควบคุมภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาล ซึ่ง วิวรรธน์ ปาณะสิทธิ์พันธ์ (2551) อธิบายว่า องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. และกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานของคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กกช. ในการออกใบอนุญาตและกำกับดูแลทั้งด้านเทคนิคและด้านการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เช่น การตรวจสอบเนื้อหารายการที่ออกอากาศ การห้ามโฆษณาสินค้าไปยังสมาชิก เป็นต้น ทั้งนี้ (ศศิวิภาศรัณยพงศ์ (2545) อธิบายว่า กรมประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในการกำหนดและออกระเบียบข้อปฏิบัติ

ด้านสื่อสารมวลชนควบคู่กับการทำหน้าที่กำกับดูแล เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด

อย่างไรก็ดี รัฐบาลในฐานะหน่วยงานที่กำกับดูแลและควบคุม จึงแต่งตั้งคณะทำงานขึ้น เพื่อปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวแทน กล่าวคือ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลโดยตรงทั้งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร และการดำเนินงานของรัฐบาลเป็นหลัก

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “หน่วยงานที่ดูแลโดยตรงก็คือกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ยังทำหน้าที่ในการกำหนดและออกระเบียบข้อปฏิบัติด้านสื่อสารมวลชนทั่วประเทศ ควบคู่ไปกับการทำหน้าที่เป็นหน่วยกำกับดูแล เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด (ศศิวิภา ศรีณยพงศ์, 2545) ต่อมา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อวิทยุโทรทัศน์ให้เป็นไปตามระเบียบที่กำหนด เช่น ระยะเวลาการออกอากาศ ประเภทของโฆษณา เป็นต้น นอกจากนี้ กสทช. ยังมีการกำกับดูแลในเรื่องของการละเมิดผู้อื่น ใบอนุญาตประกอบกิจการ ใบบรรณการวิชาชีพ การกำหนดสัดส่วนรายการ เนื้อหารายการ รายได้ การจ่ายเงินค่าสมทบ และอื่นๆ ทั้งนี้ กสทช. จะเน้นในเรื่องของช่องรายการ เพื่อทำการตรวจสอบรายการที่ออกอากาศ คลื่นสัญญาณ เนื้อหารายการ เช่น การเมือง หรือเนื้อหาที่ล้อแหลมลามกอนาจาร และความเหมาะสมของการกำหนดสัดส่วนรายการ จากนั้นทาง กสทช. เข้ามามีบทบาททั้งเรื่องเกี่ยวกับรายได้และค่าใช้จ่าย ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความต้องการของตลาด ซึ่ง กสทช. จะเข้ามาให้คำแนะนำต่างๆ ตามสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “กสทช. กำหนดกฎระเบียบ เช่น ระยะเวลาการออกอากาศ ประเภทของโฆษณา ซึ่งมีระเบียบตามกฎหมาย” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

จิรพร วรรณพฤกษ์ กล่าวว่า “ใบอนุญาตในการประกอบการ จากกรมประชาสัมพันธ์ก่อน แล้วเปลี่ยนใหม่ขึ้นตรงกับสำนักงาน กสทช. ดูแลช่องรายการ ตรวจสอบรายการที่ออกอากาศ สัญญาณ เนื้อหารายการ เช่น หลีกเลี้ยงการเมือง หรือเนื้อหาที่ล้อแหลมลามกอนาจาร การกำหนดสัดส่วนรายการ รายได้ ค่าใช้จ่าย รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ประกอบการ” (จิรพร วรรณพฤกษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการกำกับดูแลและควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช.



ภาพประกอบ 8 การสัมภาษณ์ นายไชนันท์ แสงทอง

2. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น และลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์ให้ความสำคัญต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้ สารระต่างๆ โดยการผลิตรายการข่าวท้องถิ่นที่เกิดขึ้นภายในจังหวัด ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ต่างๆ เหตุการณ์ที่มีความใกล้ชิดหรือมีผลกระทบต่อท้องถิ่น ตลอดจนการนำเสนอเรื่องราวร้องทุกข์ และปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน เพื่อเป็นสื่อกลางให้กับคนในท้องถิ่น ตลอดจนตอบสนองความต้องการของประชาชนและชุมชนในท้องถิ่น และสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนสู่รัฐบาลในฐานะที่เป็นสื่อโทรทัศน์ของท้องถิ่น (ไคริกา ศิริประชาเตโช, 2546) นอกจากนี้ รายการที่นำเสนอในสถาบันวิทยุโทรทัศน์แบ่งออกเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเกษตร กีฬา ศิลปวัฒนธรรม ความบันเทิงต่างๆ เป็นต้น ซึ่ง วิวรรณ ปาณะสิทธิพันธ์ (2551) อธิบายว่า รายการที่นำเสนอในกิจการเคเบิลทีวีแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ รายการบันเทิง รายการกีฬา รายการข่าว รายการเพื่อการศึกษาและรายการอื่นๆ

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “หมอลำนาฏศิลป์ ศิลปะการต่อสู้มวยกีฬา ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาคอีสาน อาหารการกิน ประเพณีที่เกิดขึ้นตลอดทั้งปี นอกจากนี้ ยังมีการรายงานข่าว รายงานสถานการณ์เหตุการณ์ต่างๆ ด้วย” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรรม กล่าวว่า “นำเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับข่าว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในจังหวัดนครราชสีมา กิจกรรมหรืองานที่เกิดขึ้นภายในจังหวัด ลีเกะคร ความรู้ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ธรรมะ การท่องเที่ยว” (บำรุง วสันตกรรม. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐู ปราณีตพลกรัง กล่าวว่า “เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่น รายการข่าวท้องถิ่นเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเดือดร้อน ไฟไหม้ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรชุมชนและการท่องเที่ยวเป็นหลัก” (ปิยเมษฐู ปราณีตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาข่าวท้องถิ่นเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอเนื้อหารายการอื่นๆ ที่มีความหลากหลาย เช่น การเกษตร กีฬา อาหาร ศิลปวัฒนธรรม ธรรมะ และการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการนำเสนอเป็นรายการข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอ เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ โดยใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะการอ่านข่าว การบรรยายข่าว พร้อมภาพประกอบ การประกาศข่าว สก๊อปข่าว หรือลักษณะอื่นๆ และวิธีการนำเสนอรายการรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ รูปแบบรายการพุดคุย รายการสนทนา รายการปกิณกะหรือรายการวาไรตี้ รายการสารคดี ซึ่งเป็นรูปแบบที่สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย

บำรุง วสันตกรรม กล่าวว่า “รูปแบบรายการข่าว ไม่ว่าจะเป็นการรายงานข่าว การอ่านข่าว การประกาศข่าว รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในจังหวัด หรือประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจนำมาเสนอรายงานตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังมีสก๊อปข่าว สารคดีเชิงข่าว รายการวาไรตี้ต่างๆ ซึ่งต้องมีทั้งข่าวสารและสาระบันเทิง” (บำรุง วสันตกรรม. 2562 : สัมภาษณ์)

ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์ กล่าวว่า “รูปแบบรายการโทรทัศน์ยังไม่มีรูปแบบที่หลากหลายมากนัก จะมีรายการพุดคุย สนทนา สัมภาษณ์ วาไรตี้ ซึ่งเป็นที่นิยมตอนนั้น พอโทรทัศน์เติบโตก็มีการแข่งขันมากขึ้น คนดูจึงเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ไป โทรทัศน์ต่างแข่งขันกันด้วยเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ” (ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “ภูมิภาคอีสานส่วนใหญ่เป็นรายการข่าวที่เกิดขึ้นในภูมิภาค รายการพูดคุย รายการสนทนา รายการสารคดี รายการสποด” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบรายการข่าว และยังมี การนำเสนอรายการรูปแบบรายการพูดคุย รายการสนทนา รายการปกิณกะหรือรายการวไรตี้ และรายการสารคดี



ภาพประกอบ 9 การสัมภาษณ์ นายสุรัตน์ พิพัฒน์ไชยศิริ

2.3 รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐมีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม เช่น การประกวดหมอลำกลอน ลำเรื่อง ตลอดจนการริเริ่มการสร้างเวทีภายในห้องบันทึกรายการ หรือมวยทีวีเป็นแห่งแรก (ไคริกา ศิริประชาเดโช, 2546) และมีผู้ดำเนินรายการและนักแสดงจากกรุงเทพฯ มาแสดงสด เช่น ละครเรื่องเรือมนุษย์ ของเทิง สติเพื่ออง ละครของพฤษหัส บุญหลง ละครของท่วม ทรชนง รวมถึงวงดนตรีและดาราที่ได้รับความนิยม (ไคริกา ศิริประชาเดโช, 2546) นอกจากนี้ ยังพบว่า รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีลักษณะการนำเสนอที่หลากหลายด้วยเนื้อหารายการและรูปแบบการนำเสนอรายการ โดยมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีวัฒนธรรม ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน กีฬา อาชีพ กฎหมาย สุขภาพ เป็นต้น เน้นรูปแบบความสนุกสนานและความบันเทิงโดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเพลง การแสดงดนตรี ศิลปะ สถานที่ท่องเที่ยว การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา ซึ่งนำเสนอในรายการปกิณกะหรือรายการวไรตี้ เพื่อให้ผู้ชมรายการติดตามรายการของสถานีโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีวิธีการนำเสนอรายการรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ รูปแบบรายการข่าวซึ่งมี

ลักษณะการนำเสนอเป็นสื่อบันทึกภาพ ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหารายการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้าไปแทรกไว้ในรายการอื่นๆ

ปิยเมษฐ ปรานิตพลกรัง กล่าวว่า “รายการส่งเสริมอัตลักษณ์เป็นรูปแบบรายการวาไรตี้ เน้นความสนุกสนานและความบันเทิง ซึ่งรายการรูปแบบนี้สามารถเข้าถึงความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ชุมชนท้องถิ่นได้” (ปิยเมษฐ ปรานิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรณม์ กล่าวว่า “อัตลักษณ์ท้องถิ่นอยู่ในรายการต่างๆ ของสถานีมาโดยตลอด การนำเสนอเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเกี่ยวกับอาหาร ประเพณี พิธีกรรม เพลงโคราช ผ้าไหมโคราช รายการวาไรตี้ท่องเที่ยวสถานที่สำคัญๆ ในจังหวัด วิธีการนำเสนอแบบวาไรตี้จะมีความหลากหลาย ทั้งลักษณะการนำเสนอและเนื้อหารายการ เน้นความบันเทิงเป็นหลัก จึงทำให้ได้รับการตอบรับที่ดีและมีคนติดตามรายการมาก” (บำรุง วสันตกรณม์. 2562 : สัมภาษณ์)

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “รูปแบบรายการเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น เป็นรายการที่นำเสนอความเป็นท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร สถานที่ต่างๆ ศิลปวัฒนธรรม” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

ชาญชัย จินตนะกุล กล่าวว่า “รายการเชิงวัฒนธรรม วัฒนาอาราม ชุมชนท้องถิ่นมักจะปรากฏอยู่ในรายการข่าว ซึ่งจะนำเสนอในลักษณะของสื่อบันทึกภาพที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ละเอียด ชัดเจน และน่าสนใจ” (ชาญชัย จินตนะกุล. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนำเสนอในรูปแบบรายการบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ และรูปแบบรายการข่าวในลักษณะการนำเสนอเป็นสื่อบันทึกภาพ ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้าไปแทรกไว้ในรายการอื่นๆ ซึ่งรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ที่หลากหลาย มีความใกล้ชิดและเป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ อาทิ ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ เป็นต้น อีกทั้งยังนำเสนอเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น

2.4 ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์

ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ และรายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ดำเนินการผลิตรายการเองทั้งหมด และนำมาเผยแพร่ออกอากาศทางสถานี ทั้งนี้ ลักษณะการผลิตรายการดังกล่าวอาจเป็นรายการที่บันทึกในสตูดิโอ หรือรายการที่บันทึกนอกสตูดิโอ (นอกสถานที่)

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “รายการผลิตเองเป็นรายการสดที่บันทึกในห้องส่งสตูดิโอ บันทึกนอกสถานที่ แล้วก็ช่วงเวลาที่ได้รับการจัดสรรจากส่วนกลางมาให้ทางสถานีผลิตรายการแล้วเผยแพร่ออกอากาศพร้อมกัน” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “รายการที่ผลิตเองนำเสนอเกี่ยวกับท้องถิ่นทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

2) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ดำเนินการผลิตรายการร่วมกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ เอกชน หรือบริษัทผู้ผลิตรายการอื่น ทั้งนี้ ลักษณะการผลิตรายการดังกล่าวอาจเป็นการร่วมมือกันในการผลิตรายการ เช่น การร่วมมือด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านเนื้อหารายการ ด้านอุปกรณ์การผลิตรายการ ด้านระยะเวลาการเผยแพร่ ออกอากาศ เป็นต้น

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “รายการผลิตร่วมได้รับความร่วมมือกับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานต่างๆ ซึ่งทางสถานีจะจัดสรรเวลา บุคลากร หรืออุปกรณ์ทางเทคนิค” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

3) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์จัดซื้อรายการจากผู้ผลิตรายการต่างๆ ทั้งผู้ผลิตรายการภายในประเทศและต่างประเทศ จากนั้นนำมาเผยแพร่ออกอากาศ ทั้งนี้ รายการดังกล่าวสามารถลดต้นทุนในการผลิตรายการได้และมักเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการ

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “รายการที่บริษัทซื้อลิขสิทธิ์ช่องรายการต่างๆ มาเผยแพร่ ทั้งไทยและต่างประเทศ ซึ่งผู้ชมสามารถชมรายการลิขสิทธิ์ได้ตามเคเบิลต่างๆ แต่อาจจะมีจำนวนช่องไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับพื้นที่บริการด้วย เช่น บีบีซี เอ็นเอชเค ซีซีทีวีของจีน เป็นต้น” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐ ปรานิตพลกรัง กล่าวว่า “ซื้อรายการจากบริษัทต่างๆ ทั้งในประเทศและตัวแทนต่างประเทศ ซึ่งดูตามความเหมาะสมของรายการและประโยชน์ของคนดูด้วยการจัดหารายการทุกประเภท เช่น ภาพยนตร์พากษ์ไทย ภาพยนตร์ต่างประเทศ ซีรีส์ ละคร กีฬา สารคดี เพลง การ์ตูน ข่าว” (ปิยเมษฐ ปรานิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

4) รายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น แล้วเผยแพร่ออกอากาศทันที หรือเป็นรายการเฉพาะกิจที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ได้รับนโยบายให้ผลิตรายการขึ้น ทั้งนี้ ลักษณะการผลิตรายการดังกล่าวอาจเป็นรายการที่บันทึกในสตูดิโอ หรือรายการที่บันทึกนอกสตูดิโอหรือนอกสถานที่

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “รายการถ่ายทอดสดเป็นภารกิจที่ได้รับมอบหมายมาเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งมีทั้งผลิตในห้องส่งและนอกสถานที่ หรือถ่ายทอดสดจากส่วนกลาง

ตัวอย่างเช่น นายกรัฐมนตรีกล่าวปราศรัยมอบนโยบาย การประกวดต่างๆ งานประเพณีวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัด” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

ไคริกา ศิริประภาเดโช (2546 : 26) อธิบายว่า การถ่ายทอดสดนอกสถานที่เป็นการเฉพาะกิจ เพื่อบริการหน่วยงานในท้องถิ่น การถ่ายทอดสดจากแม่ข่ายส่วนกลางสรุปได้ว่า ลักษณะของการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง 2) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต 3) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ และ 4) รายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด

ทั้งนี้ โดยสรุปสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดขึ้นจากแนวคิดในการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร และสร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเริ่มแรกจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยออกอากาศในระบบขาวดำ และระบบสี แต่ในขณะนั้นพบว่าหลายพื้นที่ไม่สามารถรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจน จึงเกิดการขยายพื้นที่การส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างจังหวัดมากยิ่งขึ้น ออกอากาศผ่านระบบเคเบิลทีวี ดังนั้นผู้รับชมรายการโทรทัศน์จึงเปลี่ยนวิธีการรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากเสาอากาศมาเป็นระบบสายเคเบิลระบบ โดยใช้สายสัญญาณใยแก้วนำแสงหรือสายไฟเบอร์ออปติกเป็นสายหลัก แล้วส่งต่อผ่านสายโคแอกเซียลไปยังบ้านของผู้ชม และผ่านดาวเทียม โดยคิดค่าบริการรายเดือน เคเบิลทีวีเริ่มพัฒนาช่องรายการต่างๆ โดยการซื้อลิขสิทธิ์ช่องรายการคุณภาพ และผลิตรายการข่าวท้องถิ่นเป็นช่องรายการเพิ่ม จนกระทั่งมีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช. และทีวีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจเคเบิลทีวีท้องถิ่นที่ต้องขาดทุนและปิดกิจการ ตลอดจนภาระค่าใช้จ่ายและคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจเคเบิลท้องถิ่นต้องปรับตัวในการให้บริการ จำนวนช่องรายการ และคุณภาพความคมชัดทั้งภาพและเสียง ซึ่งลักษณะการดำเนินการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐส่วนภูมิภาค เป็นหน่วยงานที่ภาครัฐเป็นเจ้าของ และดำเนินการเอง เพื่อเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ความรู้ การศึกษา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชน เป็นองค์กรภาคธุรกิจประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกเพื่อดำเนินธุรกิจมุ่งแสวงหากำไร ส่วนการบริหารงานนั้น สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนดำเนินการตามการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจและมุ่งแสวงหากำไรจากการดำเนินงาน โดยมีโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กรเป็นการแสดงความสัมพันธ์และบทบาทหน้าที่ขององค์กร เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายความสำเร็จของ

องค์กรที่ได้กำหนดไว้ โดยการจัดโครงสร้างหลักๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการแบ่งหน้าที่ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายสำนักงานหรือฝ่ายธุรการ ฝ่ายข่าว ฝ่ายรายการ ฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายห้องส่งหรือฝ่ายเทคนิคหรือฝ่ายแพร่ภาพรายการหรือฝ่ายช่าง ทั้งนี้ โครงสร้างองค์กรต้องกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ การแบ่งสายงาน สายบังคับบัญชา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ ที่มาของรายได้มาจากเงินงบประมาณแผ่นดิน รายได้จากค่าบริการสมาชิก รายได้จากค่าติดตั้งอุปกรณ์ และรายได้อื่นๆ เช่น การสนับสนุนจากหน่วยงาน การเช่าเวลาออกอากาศ การผลิตรายการประเภทต่างๆ เป็นต้น การกำกับดูแลและควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. รายการวิทยุโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นเป็นหลัก และยังมีกรนำเสนอเนื้อหาอื่นๆ ที่มีความหลากหลาย เช่น การเกษตร กีฬา อาหาร ศิลปวัฒนธรรม ธรรมะ และการท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบรายการข่าว นอกจากนี้มีวิธีการนำเสนอรายการรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ รูปแบบรายการพูดคุย รายการสนทนา รายการปกิณกะหรือรายการวาไรตี้ และรายการสารคดี เป็นต้น ส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบรายการปกิณกะหรือรายการวาไรตี้ และมีวิธีการนำเสนอรายการในรูปแบบรายการข่าวหรือสื่ूपข่าว ตลอดจนมีการนำเสนออาหารรายการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้าไปแทรกไว้ในรายการอื่นๆ ทั้งนี้รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ที่หลากหลาย มีความใกล้ชิดและเป็นประโยชน์กับผู้ชม รายการโทรทัศน์ อาทิ ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ เป็นต้น อีกทั้งยังนำเสนอเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวด แข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น นอกจากนี้รายการวิทยุโทรทัศน์มีลักษณะของการผลิตรายการ ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ และรายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสังเกต และการสัมภาษณ์ ซึ่งผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย สภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์ ลักษณะของการดำเนินการ และลักษณะของการบริหารจัดการ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า ภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศที่ไม่แน่นอน ไม่ชัดเจน รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อการประกอบกิจการของสถานีวิทยุโทรทัศน์อย่างมากด้วยเหตุนี้สื่อวิทยุโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงเพื่อยืนหยัดและอยู่รอดได้ในระยะยาว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านอุปกรณ์สื่อสารและอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายได้ (บำรุง วสันตกรณ. 2562 : สัมภาษณ์) และสามารถรับรู้รายการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ทำให้พฤติกรรมของผู้ชมเลือกใช้เทคโนโลยีและบริโภคข้อมูลข่าวสารรับชมรายการต่างๆ ในลักษณะออนไลน์เพิ่มขึ้น ตลอดจนการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลที่เป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมในระบบดิจิทัล โดยมีจุดเด่นด้านความคมชัดของภาพและเสียงมีประสิทธิภาพรองรับเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น และที่สำคัญระบบดังกล่าวสามารถรับชมรายการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ชมในการเข้าถึงรายการที่มีความหลากหลาย ทำให้สื่อวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นต้องปรับตัวพัฒนาเนื้อหารายการท้องถิ่นและช่องรายการพิเศษที่หลากหลาย มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นและสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น

ทั้งนี้ สื่อวิทยุโทรทัศน์ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ชมท้องถิ่นที่นำเสนอความหลากหลายในด้านของเนื้อหารายการและจำนวนช่องรายการ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นับเป็นสาเหตุหนึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการกิจการสื่อวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนไม่สามารถดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์เช่นเดิมได้ จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงการประกอบธุรกิจ ด้วยการเพิ่มธุรกิจการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต งานผลิตรายการนอกสถานที่ งานถ่ายทอดสด งานโปรดักชั่นต่างๆ เป็นต้น เพื่อเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนและขยายโครงข่ายระบบสัญญาณเคเบิลทีวีให้มีความคมชัดระดับเอชดี เพื่อรองรับการแข่งขันในยุคดิจิทัล (เปียมะชฐ์

ปราณีตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์) ในส่วนของรายการจะมีความเป็นท้องถิ่นมากขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางหารายได้จากสมาชิกหรือคนในจังหวัดให้มากขึ้นในรูปแบบการให้บริการต่างๆ ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม การเข้าถึงประชาชน การช่วยเหลือ และความเดือดร้อนให้มากขึ้น

สำหรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐภายใต้การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี มีหน้าที่หลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน มีวิสัยทัศน์คือ การเป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ซึ่งทางรัฐบาลกำหนดกรอบตำแหน่งทางการแข่งขัน (Positioning) ของแต่ละภูมิภาคไว้ เช่น อีสานตอนบน ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการค้า ศูนย์กลางสินค้าเกษตร อาหาร โลจิสติกส์ การมีเขตเศรษฐกิจพิเศษ และปัญหาภัยแล้ง เป็นต้น โดยมีเป้าหมายพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ว่า พัฒนาให้หลุดพ้นจากความยากจนสู่เป้าหมายการพึ่งตนเอง ทั้งนี้ ในฐานะสื่อมวลชนของรัฐจึงจำเป็นต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจในประเด็นสำคัญ โดยการประชาสัมพันธ์และสร้างสรรค์รายการให้ครอบคลุมในทุกมิติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือเห็นถึงความสำคัญ ตระหนักรู้ และก่อให้เกิดความร่วมมือ เพื่อพัฒนาประเทศและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ดี ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐได้ยุติการเผยแพร่ออกอากาศสัญญาณในระบบแอนะล็อก เมื่อ พ.ศ. 2561 และกำลังอยู่ในช่วงทดลองออกอากาศที่วีดิทัศน์ระดับภูมิภาค ซึ่งเผยแพร่อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 โดยมีการปรับโครงสร้างการพัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์ 8 เขต ปรับเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทท้องถิ่น 4 ภาค แบ่งพื้นที่ออกอากาศเป็น 4 สถานี คือ NBT-North NBT-South NBT-Central และ NBT-Northeast สถานีภาคอีสาน ทั้งนี้ ในส่วนของงบประมาณนั้นได้รับงบประมาณจำนวนหนึ่ง เพื่อใช้สำหรับการลงทุนในด้านอุปกรณ์การผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นสื่อโทรทัศน์ภูมิภาคระบบเอชดี (HD) และระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์) สำหรับที่วีดิทัศน์ภาคีรัฐ ขอนแก่นและอุบลราชธานีจะต้องทำงานร่วมกัน โดยยุบรวมมาไว้ที่ขอนแก่น ส่วนอุบลราชธานีจะเป็นลูกข่ายที่รับสัญญาณไปออกอากาศในพื้นที่ภาคอีสานใต้ และทำหน้าที่ในการผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุโทรทัศน์เช่นเดิม แต่ไม่ได้เป็นจุดศูนย์กลางของการออกอากาศ (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์) ในฐานะสื่อมวลชนของรัฐจึงจำเป็นต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจในประเด็นสำคัญดังกล่าว โดยการประชาสัมพันธ์และสร้างสรรค์รายการให้ครอบคลุมในทุกมิติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในภูมิภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือเห็นถึงความสำคัญ ตระหนักรู้ และก่อให้เกิดความร่วมมือ เพื่อพัฒนาประเทศ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน



ภาพประกอบ 10 การสัมภาษณ์ นายสัญญา ภักดิ์โพธิ์

ทั้งนี้ สื่อวิทยุโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การนำเสนอ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น จากเดิมที่เน้นการออนแอร์ (On air) เพียงอย่างเดียว ก็ได้มีการขยายฐานควบคู่กับสื่อออนไลน์ (Online) ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยมีจำนวนผู้ติดตาม (Follow) และการรับชมต่างๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นการปรับช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายด้วย รวมทั้งการออนกราวด์ (On ground) เพื่อทำกิจกรรมเสริมให้กลุ่มคนเข้ามามีส่วนร่วมกับทางสถานีด้วย เพื่อเป็นพื้นที่ในการร่วมแสดงความคิดเห็น การติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้เป็นอย่างดี โดยมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และจำนวนกลุ่มผู้ชม และในขณะเดียวกันก็ยังมีพัฒนาสร้างสรรค์เนื้อหารายการ (Content) ใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ น่าสนใจ และมีความหลากหลาย ตลอดจนการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่นเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมรายการให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ สื่อวิทยุโทรทัศน์ต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสาร ซึ่งต้องผสมผสานสื่ออื่นๆ ร่วมด้วย อย่างเช่น สื่อออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม เพื่อให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ และตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในรูปแบบต่างๆ

สรุปได้ว่า สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการดำเนินการภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลต่อการประกอบกิจการของสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลที่เป็นทางเลือกให้กับผู้ชมอีกทางหนึ่ง สื่อวิทยุโทรทัศน์จึงต้องปรับการนำเสนอเนื้อหารายการท้องถิ่นและเพิ่มช่องรายการพิเศษให้หลากหลาย และการเพิ่มธุรกิจการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต งานผลิตรายการนอกสถานที่ งานถ่ายทอดสด งานโปรดักชั่นต่างๆ เพื่อขยายโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่

สถานประกอบการ ตลอดจนการปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอ คือ ออนแอร์ (On air) ออนไลน์ (Online) และออนกราวด์ (On ground) เพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนในท้องถิ่น

1.2 ลักษณะของการดำเนินการ

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของการดำเนินการ ประกอบด้วย ลักษณะการดำเนินการ การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ โครงสร้างขององค์กร ที่มาของรายได้ การกำกับดูแลหรือการควบคุม ข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน์ และแนวทางการดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 ลักษณะการดำเนินการ

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะการดำเนินการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐ เป็นหน่วยงานที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ และสนับสนุนการดำเนินงานหน่วยงานของรัฐ มีระบบบริหารจัดการแบบราชการ โดยเป็นหน่วยงานภาคสื่อสารมวลชนประกอบกิจการโทรทัศน์บริการสาธารณะ ประเภทที่ 3 ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารภาครัฐให้กับประชาชน และดำเนินงานภายใต้ประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินงานสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลให้เป็นไปตามกรอบนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี และ 2) สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชน เป็นการประกอบการของกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงานภายใต้การบริหารของภาคเอกชนที่ร่วมทุนกันก่อตั้งขึ้น เพื่อแสวงหาผลกำไรในการประกอบการ ซึ่งประเภทของการดำเนินการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด และประเภทบริษัทจำกัด ดำเนินธุรกิจเคเบิลทีวีที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการการกระจายเสียงระดับท้องถิ่น เป็นการประกอบการที่มีบุคคลร่วมทุนก่อตั้งขึ้น ซึ่งก็จะแบ่งทุนออกเป็นหุ้น โดยลงทุนด้วยเงินหรือทรัพย์สินตามข้อตกลง ทำให้บริษัทมีสภาพคล่องและความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “หน่วยงานภาคสื่อสารมวลชนประกอบกิจการโทรทัศน์บริการสาธารณะ ประเภทที่ 3 ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารภาครัฐให้กับประชาชน” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐ ปราณิตพลกรัง กล่าวว่า “ประกอบธุรกิจเคเบิลทีวีที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการการกระจายเสียงระดับท้องถิ่นในลักษณะบริษัทจำกัด จึงแบ่งทุนออกเป็นหุ้น ทำให้บริษัทมีสภาพคล่องและความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ” (ปิยเมษฐ ปราณิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศนมีลักษณะของการดำเนินการ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) สถานีวิทยุโทรทัศนภาครัฐ เป็นการประกอบการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ สนับสนุนการดำเนินงานหน่วยงานของรัฐ มีระบบบริหารจัดการแบบราชการ และ 2) สถานีวิทยุโทรทัศนภาคเอกชน เป็นการประกอบการของกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐ มีอิสระในการดำเนินงานมี 2 ประเภท ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนั้น มีรูปแบบการดำเนินการธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน คือ การประกอบธุรกิจที่มีบุคคลร่วมทุนกันจัดตั้งขึ้น เพื่อทำกิจการร่วมกัน โดยอาศัยบุคคล (หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น) ที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์มาบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อการแสวงหาผลกำไรจากการประกอบกิจการ



ภาพประกอบ 11 การสัมภาษณ์ อาจารย์ ดร.วิเชียร ก่อกิจกุล

1.2.2 การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน

ด้านการบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศนมีแนวทางในการดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ โดยเน้นการพัฒนาองค์กรให้ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สถานีวิทยุโทรทัศนมีระบบการบริหารจัดการตามยุทธศาสตร์หนึ่งในการพัฒนาประเทศ ซึ่งกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 โดยการขับเคลื่อนการบริหารจัดการภาครัฐให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่า สถานีวิทยุโทรทัศนกำหนดวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้ยืนหนึ่ง เป็นโทรทัศนท้องถิ่นของจังหวัด ด้วยการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหารายการ เทคโนโลยีการแพร่ภาพออกอากาศ และจำนวนช่องรายการ

เพื่อสร้างความสุข สนุก และมีสารประโยชน์ เพื่อตอบสนองคนในท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วย

การกำหนดพันธกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่จะช่วยให้ประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งในปัจจุบันต้องอาศัยข้อมูลข่าวสาร จึงเน้นพันธกิจที่ดำเนินงานภายใต้การสร้างความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งการเป็นสื่อกลางในการผลิตสื่อสู่สังคมและประชาชน ตลอดจนการเป็นที่ปรึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ด้วย ซึ่งเป็นไปตามกรอบยุทธศาสตร์ภาครัฐ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ ทั้งนี้ สมบัติ ชัยรัตน์ (2562 : สัมภาษณ์) อธิบายถึงพันธกิจตามยุทธศาสตร์ชาติ ได้แก่

- 1) มีบทบาทในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน
- 2) ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติ
- 3) เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้ และ
- 4) เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

อย่างไรก็ดี สื่อวิทยุโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อกลางในการผลิตและนำเสนอรายการต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการบริหารจัดการสื่อมวลชนประเภทสื่อวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีระบบดิจิทัล และสื่อสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานมาบูรณาการให้เกิดประสิทธิภาพ และทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ทั้งนี้ การดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์มุ่งบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีพันธกิจในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ เป็นสื่อกลางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชน โดยทำหน้าที่ตามกรอบจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

บำรุง วสันตกรรม กล่าวไว้ว่า “สื่อต้องมีคุณธรรม ความถูกต้อง และการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การช่วยเหลือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน” (บำรุง วสันตกรรม. 2562 : สัมภาษณ์)

ผดุง จตุรภักดิ์ กล่าวไว้ว่า “พันธกิจคือการเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพที่สามารถที่จะนำเสนอข้อเท็จจริงและเหตุการณ์ต่างๆ ตอบโจทย์ของสังคมนั้นๆ โดยมีจริยธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นกรอบมาตรฐานในการทำงาน” (ผดุง จตุรภักดิ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น และเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของท้องถิ่น โดยการพัฒนาความน่าเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร กำหนดพันธกิจการดำเนินการดำเนินงานในการเป็นสื่อกลางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การผลิตและนำเสนอรายการต่างๆ ที่มีคุณภาพผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ ตอบสนองความต้องการการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ชมรายการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานตามพันธกิจดังกล่าว สื่อมวลชนต้องอยู่ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม



ภาพประกอบ 12 การสัมภาษณ์ นายผดุง จตุรภักดิ์

1.2.3 โครงสร้างขององค์กร

โครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นตัวกำหนดรูปแบบการทำงานขององค์กร โดยกำหนดสายบังคับบัญชา หน่วยงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้องค์กรมีระบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งโครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นการจัดองค์กรระบบราชการ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ถือเป็นหน่วยงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคดำเนินการเผยแพร่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับโครงสร้างการบริหารภายในสถานีวิทยุโทรทัศน์ แบ่งการบริหารงานออกเป็น 5 ฝ่าย ดังนี้ 1) ฝ่ายข่าวโทรทัศน์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการข่าวประเภทต่างๆ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวการศึกษา เป็นต้น งานเทคนิคข่าว และงานกราฟิก 2) ฝ่ายรายการโทรทัศน์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตรายการการบริหารผังรายการ การตรวจสอบ การออกอากาศ และงานศิลปกรรม 3) ฝ่ายช่างเทคนิค มี

หน้าที่ความรับผิดชอบในงานควบคุมหลัก งานบันทึกเทปโทรทัศน์ งานถ่ายทอดสดนอกสถานที่ งานสตูดิโอ งานเชื่อมโยงสัญญาณ 4) ฝ่ายบริหารทั่วไป หรือธุรการและการเงิน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารงานเอกสาร ธุรการ การเงิน บัญชี พัสดุ ยานพาหนะ และ 5) ฝ่ายสารสนเทศ หน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตสื่อใหม่เผยแพร่บนช่องทางทางประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การผลิตอินโฟกราฟิก การอัปโหลดคลิปวิดีโอบนยูทูป และการแชร์ข้อมูลต่างๆ

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “โครงสร้างของสถานี คือ 1) ฝ่ายข่าวโทรทัศน์ผลิตรายการข่าวประเภทต่างๆ 2) ฝ่ายรายการโทรทัศน์ผลิตรายการ บริหารผังรายการ 3) ฝ่ายช่างเทคนิค 4) ฝ่ายบริหารทั่วไปงานเอกสาร ธุรการ และ 5) ฝ่ายสารสนเทศผลิตสื่อใหม่เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังพบว่าโครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นการจัดองค์กรธุรกิจที่มีรูปแบบโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นหลัก ซึ่งแบ่งออกเป็นฝ่ายข่าวและรายการ ฝ่ายช่างเทคนิค ฝ่ายสำนักงาน ฝ่ายบัญชีและการเงิน และฝ่ายการตลาดและการขาย โดยมีการกำหนดตำแหน่งงานและความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่างชัดเจน มีสายบังคับบัญชาเป็นลำดับชั้น การสั่งการจากบนลงล่างและสะท้อนจากล่างขึ้นบน เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารระหว่างกันในองค์กร อย่างไรก็ดี แม้จะกำหนดโครงสร้างองค์กรชัดเจน แต่วิธีการสื่อสารภายในองค์กรจะมีลักษณะแบบไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุย การแลกเปลี่ยน เป็นองค์กรแบบครอบครัว ความเป็นพี่น้อง ตลอดจนการสร้างขวัญและกำลังใจ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการร่วมตัดสินใจในการปฏิบัติงาน เพื่อทำหน้าที่ร่วมกัน สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน และเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “โครงสร้างเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดทิศทางการทำงาน มีฝ่ายข่าว ฝ่ายรายการ ฝ่ายช่าง ฝ่ายการตลาด ฝ่ายสำนักงาน สายบังคับบัญชาชัดเจน” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐุ ปราณิตพลกรัง กล่าวว่า “ปรับรูปแบบการทำงานให้คล่องตัวมากยิ่งขึ้น บริหารแบบครอบครัว เป็นพี่เป็นน้อง รวมถึงการสร้างขวัญและกำลังใจ การมีส่วนร่วมในงาน” (ปิยเมษฐุ ปราณิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์มีโครงสร้างองค์กร ดังนี้ 1) การจัดองค์กรแบบราชการ เน้นการจัดโครงสร้างทางการ มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถ โดยมีสายบังคับบัญชามอบหมายงานชัดเจน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามลำดับชั้น และ 2) การจัดองค์กรแบบธุรกิจ เน้นหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นหลัก กำหนดตำแหน่งงานและความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่างชัดเจน มีสายบังคับบัญชาเป็นลำดับชั้น การสั่งการจากบนลงล่างและสะท้อนจากล่างขึ้นบน เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารระหว่างกัน



ภาพประกอบ 13 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์เคทีวี (KTV)

1.2.4 ที่มาของรายได้

สถานีวิทยุโทรทัศน์ดำเนินกิจการให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารท้องถิ่น โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์มุ่งหวังที่จะผลิตรายการที่มีสาระความรู้อันเป็นประโยชน์ให้กับผู้ชมรายการและตอบสนองความต้องการของผู้ชม ดังนั้น การที่จะผลิตรายการต่างๆ ตามเป้าหมายได้นั้น รายได้จึงเป็นปัจจัยสำคัญในดำเนินกิจการสื่อโทรทัศน์ ซึ่งที่มาของรายได้มาจากงบประมาณของภาครัฐที่ได้รับการจัดสรร ซึ่งทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไม่สามารถหารายได้จากการเช่าเวลา การเผยแพร่สปอต หรือการผลิตรายการเช่นในอดีตได้ เนื่องจากขณะนี้อยู่ในช่วงทดลองออกอากาศในระบบดิจิทัล การให้บริการธุรกิจจึงไม่สามารถดำเนินการได้ และรายได้อื่นจากการให้บริการดาวเทียม ส่วนค่าใช้จ่ายของสถานีวิทยุโทรทัศน์เกิดจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือน ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการลงทุน และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับงานยุทธศาสตร์ต่างๆ

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “งบประมาณราชการ ส่วนรายได้มาจากการเช่าเวลา การเผยแพร่สปอต การผลิตสารคดี ผลิตรายการ เป็นต้น และอยู่ในช่วงการทดลองออกอากาศ เพราะฉะนั้นโฆษณาการให้บริการธุรกิจไม่สามารถอยู่ได้เอง จนกว่าจะได้รับใบอนุญาตแบบเต็ม” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

นอกจากรายได้ที่มาจากงบประมาณของภาครัฐและรายได้อื่นจากการให้บริการดาวเทียมยังพบว่า มีรายได้จากค่าบอกรับสมาชิก เป็นรายได้จากการให้บริการธุรกิจเคเบิล รายได้จากผู้สนับสนุนรายการ เช่น ค่าโฆษณาสินค้า ค่าแสดงสินค้า แยกรับเชิญในรายการ เป็นต้น และรายได้จากการให้บริการ เช่น บริการอินเทอร์เน็ต รับงานถ่ายทอดสด งานผลิตรายการ งานถ่ายทำนอกสถานที่ งานผลิตสปอตโฆษณา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีรายได้จากการให้บริการเช่าอุปกรณ์

ถ่ายทำ และเช่าห้องสตูดิโอด้วย ส่วนค่าใช้จ่ายของสถานีวิทยุโทรทัศน์มาจากค่าจ้างพนักงาน ค่าพัฒนาบริษัท ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าอุปกรณ์ ค่าเช่าอุปกรณ์ติดตั้ง และค่าสาธารณูปโภค

ธนินทร์รัฐ ศักดาพิศิษฐ์ กล่าวว่า “รายได้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนของค่าสมาชิกรายเดือน ส่วนของสปอนเซอร์ และอีกส่วนหนึ่งเป็นการว่าจ้างงานถ่ายทอดสด งานบันทึกเทป” (ธนินทร์รัฐ ศักดาพิศิษฐ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมชาย สถานพงษ์ กล่าวว่า “รายได้หลักมาจากค่าสมาชิกรายเดือน ค่าโฆษณา ส่วนรายได้ใหม่คือ อินเทอร์เน็ตเป็นระบบไฟเบอร์ทูลโฮมกำลังขยายไปเรื่อยๆ เพื่อรองรับการเติบโตของเมือง และผลิตงานนอกสถานที่ งานถ่ายทอดสด งานออแกไนซ์ งานโปรดักชั่น” (สมชาย สถานพงษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ จำแนกออกได้ 4 ประเภท ดังนี้ 1) รายได้จากงบประมาณภาครัฐ โดยรัฐบาลสนับสนุนเงินให้ดำเนินการตามนโยบาย 2) รายได้จากค่าบอกรับสมาชิก เป็นรายได้จากการให้บริการธุรกิจเคเบิล 3) รายได้จากผู้สนับสนุนรายการ เช่น ค่าโฆษณา ค่าแสดงสินค้า แคมป์เบิย และ 4) รายได้จากการให้บริการ เช่น บริการดาวเทียม บริการอินเทอร์เน็ต รับงานผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นต้น



ภาพประกอบ 14 การสัมภาษณ์ นายชาญชัย จินตนะกุล

1.2.5 การกำกับดูแลหรือการควบคุม

สื่อวิทยุโทรทัศน์มีการกำกับดูแลและควบคุม ดังนี้ 1) การกำกับดูแลโดยรัฐ แบ่งออกเป็นการกำกับดูแลโดยรัฐบาลขึ้นตรงกับอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ และรองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลแต่ละพื้นที่เขต และการกำกับดูแลโดยรัฐบาลจัดตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ซึ่งเป็นองค์กร

ของรัฐ จัดตั้งขึ้นตามรัฐธรรมนูญ โดยมีหน้าที่รับผิดชอบและกำกับการดำเนินการเกี่ยวกับคลื่นความถี่ และการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย และ

2) การกำกับดูแลตนเอง เป็นการกำกับดูแลโดยสื่อมวลชนและการกำกับดูแลตนเอง ซึ่งต้องปฏิบัติ ตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ตลอดจนแนวทางการควบคุมกำกับดูแลขององค์กรต่างๆ ตามกรอบ จรรยาบรรณทางวิชาชีพสื่อมวลชน และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสื่อต้องระมัดระวังในการ นำเสนอมากขึ้น โดยสื่อต้องกรองข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลก่อนที่จะนำเสนอ เพื่อป้องกันความผิดพลาด ที่จะส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นตามสิทธิและเสรีภาพที่ได้รับตามกฎหมาย ภายใต้กรอบของจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “การกำกับดูแลแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของรัฐบาลเอ็นพีทีจะขึ้นตรงกับอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ และรองอธิบดีกรม ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลแต่ละพื้นที่เขต และ 2) ส่วนของสื่อมวลชน จะต้องอยู่ในการกำกับ ดูแลของ กสทช. เกี่ยวกับเรื่องใบอนุญาตการประกอบวิชาชีพสื่อ” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

วิชัย ศิริสม กล่าวว่า “รัฐธรรมนูญกำหนดไว้ให้มืองค์กรรัฐทำ หน้าที่กำกับดูแลเกี่ยวกับคลื่นความถี่ก็คือ กสทช. ซึ่ง กสทช. ก็จะกำกับดูแลสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ ต้องมีใบอนุญาตประกอบการ ซึ่งก็มีอำนาจตามที่กฎหมายกำหนด” (วิชัย ศิริสม. 2562 : สัมภาษณ์)

ผดุง จตุรภักดิ์ กล่าวว่า “การกำกับดูแลนั้น ควรจะทำด้วยกันทุก ภาคส่วนร่วมกันร่วมมือกันกำกับดูแล ตรวจสอบ เฝ้าระวังการทำงานของสื่อในการนำเสนอเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร สื่อก็ต้องคำนึงถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยตามสิทธิ และเสรีภาพที่ได้รับตามกฎหมายภายใต้กรอบของจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ หรือที่เรียกว่า การกำกับดูแลตนเอง” (ผดุง จตุรภักดิ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สื่อวิทยุโทรทัศน์มีการกำกับดูแลและควบคุม ดังนี้ 1) การ กำกับดูแลโดยรัฐบาล และ 2) การกำกับดูแลตนเองโดยสื่อมวลชนและการกำกับดูแลตนเอง

พูน ปรณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 15 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ขอนแก่น

1.2.6 ข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน์

ข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน์ได้แก่ 1) บุคลากร กล่าวคือ บุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งองค์กรต้องการบุคลากรที่มีคุณภาพและอัตรากำลังที่เพียงพอต่อการผลิตรายการ แต่ทว่าปัจจุบันอัตรากำลังคนลดน้อยลง ทำให้บุคลากรต้องทำงานหลายด้าน มีความรับผิดชอบมากขึ้น และมีภาระงานอื่นๆ นอกเหนือจากงานประจำ 2) งบประมาณ กล่าวคือ งบประมาณหรือเงินเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ เช่น ค่าตอบแทน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าปรับปรุงต่างๆ เป็นต้น โดยงบประมาณที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ได้รับมาจากเงินงบประมาณของภาครัฐและการหาเงินทุนเองในภาคเอกชน นอกจากนี้ยังมีงบประมาณในส่วนรายได้อื่นๆ เช่น การเช่าเวลา การโฆษณา เป็นต้น ทั้งนี้ การผลิตรายการโทรทัศน์มักจะมีต้นทุนสูง แต่งบประมาณมีอยู่อย่างจำกัด จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณต่างๆ เพื่อจัดสรรให้เหมาะสม และไม่กระทบต่อประสิทธิผลการทำงานด้วย และ 3) วัสดุอุปกรณ์ กล่าวคือ วัสดุอุปกรณ์เป็นเครื่องมือสำคัญและจำเป็นต่อการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นกล้องโทรทัศน์ ขาดั้งกล้อง ไมโครโฟน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หรืออุปกรณ์เสริมต่างๆ มักมีปัญหาในการทำงาน ทำให้ไม่สามารถทำงานต่อได้ ต้องรอการแก้ไข รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัลที่สถานีโทรทัศน์ให้ความสำคัญ เนื่องจากอยู่ในช่วงกระบวนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลตามเป้าหมายขององค์กร และพัฒนาคุณภาพสัญญาณให้มีความคมชัดสูง ตลอดจนตอบสนองพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน จึงเสริมด้วยอุปกรณ์ดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงช่องทางการรับชมรายการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ผดุง จตุรภักดิ์ กล่าวว่า “เรื่องของกำลังคนซึ่งต้องสร้างสรรค์รายการ ไม่เพียงพอต่อการทำงาน การลดจำนวนพนักงานลง เช่น ถ้ามีพนักงานลาออกก็ต้องกระจาย

งานให้พนักงานคนอื่นรับผิดชอบแทน จะไม่รับสมัครใหม่แทนตำแหน่งเดิม ซึ่งต้องเตรียมตัวให้พร้อมกับการทำงานที่ต้องเผชิญและรับผิดชอบต่องานให้ดี และเรื่องงบประมาณลงทุนเพิ่มเติมในเกี่ยวกับอุปกรณ์ก็ต้องชะลอลง” (ผดุง จตุรภักดิ์. 2562 : สัมภาษณ์)

ธนินท์รัฐ ศักดาพิศิษฐ์ กล่าวว่า “งบประมาณเป็นหลักทางสถานีไม่สามารถทุ่มงบประมาณในการผลิตรายการได้เช่นเดียวกับส่วนกลางจึงต้องจำกัดเรื่องเงิน ต้องบริหารคน เงิน และอุปกรณ์ให้ดี” (ธนินท์รัฐ ศักดาพิศิษฐ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “การปรับปรุงพัฒนาอุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อช่วยพัฒนารายการให้มีคุณภาพ ตลอดจนระบบสัญญาณการแพร่ภาพกระจายเสียงมีความคมชัดสูง ไม่มีสัญญาณรบกวนหรือมีน้อย” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

นภาพร กาญจนจักร กล่าวว่า “อุปกรณ์ด้านเทคนิคใช้งานมานานและมีปัญหา เช่น กล้องไม่ตอบสนอง สายสัญญาณภาพหรือเสียงไม่เข้า ทำให้เวลาปฏิบัติงานอุปกรณ์เหล่านั้นไม่เอื้ออำนวยและต้องรอกการแก้ไข” (นภาพร กาญจนจักร. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า ข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน์ได้แก่ 1) บุคลากรในสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่มีจำนวนคนลดน้อยลง ทำให้บุคลากรต้องทำงานหลายด้าน มีความรับผิดชอบมากขึ้น และมีภาระงานอื่นๆ นอกเหนือจากงานประจำ 2) งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องจัดสรรให้เหมาะสม และไม่กระทบต่อประสิทธิผลการทำงานด้วย และ 3) วัสดุอุปกรณ์ผ่านการใช้งานมานาน เกิดการชำรุด และต้องรอกการแก้ไข ตลอดจนการเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพสัญญาณให้มีความคมชัดสูง



ภาพประกอบ 16 การสัมภาษณ์ นายพิทยา แสงรุ่ง

1.2.7 แนวทางการดำเนินงาน

จากการศึกษา พบว่า แนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศนนั้นต้องนำเสนอเนื้อหาที่สร้างสรรค์ ครบถ้วน และตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ จึงจะสามารถสร้างการติดตามได้ ซึ่งการผลิตเนื้อหาท้องถิ่นยังคงมีอยู่เช่นเดิม สร้างสรรค์เนื้อหา รายการที่น่าสนใจ และยกระดับคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการจัดการช่องทางการสื่อสาร ซึ่งการนำเสนอในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีนำมาสู่การปรับเปลี่ยนในหลายๆ ด้าน ทำให้สถานีวิทยุโทรทัศนต้องปรับตัวและพัฒนารายการโทรทัศน์ให้เป็นที่น่าสนใจ และต้องสามารถทำงานควบคู่กับเครื่องมือในการเผยแพร่อย่างสื่อโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน และการประกอบธุรกิจอื่นร่วมด้วย เป็นการลงทุนหรือร่วมลงทุนประกอบกิจการในลักษณะที่สอดคล้องกันเพิ่มขึ้น เช่น การให้บริการอินเทอร์เน็ต การให้บริการกล้องวงจรปิดหรือระบบความปลอดภัย การให้บริการระบบฐานข้อมูล ข่าวสาร เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและโอกาสการอยู่รอดทางธุรกิจด้วย

อัทราวุธ ดิสองเมือง กล่าวว่า “การที่สถานีมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย แต่ถ้าไม่สามารถผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ผู้ชมได้ก็เท่ากับศูนย์ คือต้องสร้างสรรค์รายการที่เน้นการผลิตเนื้อหาที่ดี มีคุณภาพ และมีความน่าสนใจให้เกิดการติดตาม” (อัทราวุธ ดิสองเมือง. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “แนวทางการดำเนินงานนั้น สิ่งที่ต้องทำ คือ 1) ระบบฐานข้อมูล (Database System) 2) โทรศัพท์ (Telephone) 3) ระบบความปลอดภัย (Security) 4) เคเบิล (Cable) และ 5) อินเทอร์เน็ต (Internet)” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

ธนิษฐ์ ศักดาพิศิษฐ์ กล่าวว่า “การปรับตัวสร้างสรรค์รายการ ต้องให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจและสร้างสรรค์ รวมถึงต้องสามารถออกอากาศทางสื่ออื่นๆ ได้ด้วย เช่น ยูทูปหรือเฟสบุ๊ก” (ธนิษฐ์ ศักดาพิศิษฐ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า แนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ การผลิตรายการที่มีคุณภาพ การจัดการช่องทางการสื่อสาร และการประกอบธุรกิจอื่นร่วมด้วย



ภาพประกอบ 17 การสัมภาษณ์ นายปิยเมษฐุ ปราณีตพลกรัง

2. สภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า สภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์ การกำหนดสัดส่วนของรายการวิทยุโทรทัศน์ การมีส่วนร่วมจากภายนอกหรือการสนับสนุน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า เนื้อหารายการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นวิธีการสื่อสารเรื่องราวหรือเนื้อหารายการ การนำเสนอเนื้อหารายการที่ดีจะสามารถสร้างคุณค่า คุณประโยชน์ และผู้ชมรายการสามารถนำไปต่อยอดในการดำเนินชีวิตได้ เนื่องจากมีผลต่อการดึงดูดความสนใจและการรับชมในรายการนั้นๆ ซึ่งเนื้อหารายการจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่น โดยการกำหนดเนื้อหารายการเป็นไปตามกลุ่มผู้ชมรายการและความสนใจของผู้ชมเป็นหลัก โดยเน้นเนื้อหารายการข่าวและสาระความรู้ โดยเฉพาะการนำเสนอรายการข่าวท้องถิ่น ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง สถานการณ์เหตุการณ์ปัจจุบัน ประเด็นสาธารณะที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนจึงได้รับความสนใจ เพื่อคนท้องถิ่นและความต้องการของท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังนำเสนอเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม วิทยาการความก้าวหน้าด้านต่างๆ การเกษตร เป็นต้น เพื่อให้ผู้ชมรายการสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนลักษณะของเนื้อหาที่มีความใกล้ชิดกับผู้ชมรายการด้วย ตลอดจนเนื้อหารายการบันเทิงที่ถือเป็นความต้องการของผู้ชมรายการที่ต้องการความเพลิดเพลิน ความสนุก แต่เป็นความบันเทิงที่แฝงความรู้ได้ด้วย

ผดุง จตุรภักดิ์ กล่าวว่า “เนื้อหารายการสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมรายการได้เป็นอย่างดี นำเสนอเนื้อหาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เน้นนำเสนอให้คนท้องถิ่นเป็นหลัก ตอบโจทย์ท้องถิ่น และความต้องการเนื้อหาท้องถิ่น” (ผดุง จตุรภักดิ์. 2562 : สัมภาษณ์)

ธนิษฐ์ ศักดาพิศิษฐ์ กล่าวว่า “เนื้อหารายการเกี่ยวกับข่าว ข่าวสาร เป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากคนต้องการรับรู้ข่าวสาร ความเป็นมาเป็นไปของสังคมและประเทศ” (ธนิษฐ์ ศักดาพิศิษฐ์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐ ปราณิตพลกรัง กล่าวว่า “เน้นนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข่าว ปัจจุบัน ข่าวท้องถิ่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในจังหวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้ชมรายการ” (ปิยเมษฐ ปราณิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ดึงดูดและเข้าถึงผู้ชมรายการได้ โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นและสาระความรู้เป็นหลัก และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม วิทยาการความก้าวหน้าด้านต่างๆ และการเกษตร เป็นต้น

2.2 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระ โดยรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีรูปแบบรายการข่าวมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากรายการข่าวเป็นการนำเสนอเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง เรื่องราวข่าวสารต่างๆ โดยนำเสนอในลักษณะของการประกาศข่าว การเล่าข่าว รวมทั้งการรายงานข่าวจากสถานที่จริง นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบรายการพูดคุย โดยพิธีกรจะพูดคุยหิบบกประเด็นต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจมาเป็นประเด็นนำเสนอ เน้นการนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลัก และรูปแบบรายการนิตยสารที่มีเนื้อหาเรื่องราวเดียวกัน แต่นำเสนอด้วยวิธีการที่หลากหลายและแตกต่างกันไป ซึ่งรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ดังกล่าวได้รับความสนใจจากผู้ชมรายการโทรทัศน์

อุเทน แร่ทอง (2562 : สัมภาษณ์) กล่าวว่า “รูปแบบรายการส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว มีทั้งประกาศข่าว เล่าข่าว สัมภาษณ์ พูดคุย แล้วก็มีสื่อบข่า สาระคดีข่าว โทรทัศน์” (อุเทน แร่ทอง. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “รายการข่าวนำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราวต่างๆ ในท้องถิ่นในลักษณะการประกาศข่าว บรรยายข่าว มีสื่อบข่า รายงานพิเศษ และการสัมภาษณ์ด้วยในรูปแบบของรายการข่าว รูปแบบรายการพูดคุยที่นำประเด็นต่างๆ ใกล้ตัวหรือได้รับความสนใจมานำเสนอ” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมชาย สถานพงษ์ กล่าวว่า “รายการข่าวและรายการที่มีเนื้อหาเดียวกัน แต่นำเสนอด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไป พูดคุยสลับสัมภาษณ์ ยกตัวอย่างรายการที่มี

เนื้อหาท่องเที่ยวจะเป็นทางการ พาไปชมสถานที่ มีการสัมภาษณ์พูดคุยกับคนในพื้นที่ แต่เป็นเนื้อหาแบบเดียวกัน” (สมชาย สถานพงษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์นำเสนอรูปแบบรายการข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง เรื่องราวข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น รูปแบบรายการพูดคุย รูปแบบรายการสนทนาเป็นการนำเสนอโดยการหยิบยกประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจมานำเสนอ และรูปแบบรายการนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเดียวกัน แต่มีความหลากหลายในลักษณะของวิธีการนำเสนอ



ภาพประกอบ 18 การสัมภาษณ์ นายวิชัย ศิริสม

2.3 รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

จากการศึกษา พบว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นสื่อมวลชนระดับภูมิภาคที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น จึงมีรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละรายการวิทยุโทรทัศน์สะท้อนความเป็นท้องถิ่นในหลายๆ ด้าน เช่น เรื่องของเทคโนโลยี เรื่องของโหราศาสตร์ เรื่องของการเสี่ยงโชค เรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เรื่องของวัฒนธรรมประเพณี เรื่องของความเชื่อและศาสนา เป็นต้น วิธีการนำเสนอรายการ ได้แก่ รูปแบบรายการนิตยสาร รูปแบบรายการวาไรตี้ และรูปแบบรายการข่าวท้องถิ่น อีกทั้งนำเสนอด้วยการเน้นการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่น เพื่อแสดงความใกล้ชิดกับผู้ชมรายการและส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งการถ่ายทอดเนื้อหาเรื่องราวในแต่ละพื้นที่และเป็นสื่อกลางของชุมชนท้องถิ่นด้วยการพัฒนาเนื้อหารายการท้องถิ่น สร้างความแตกต่าง และตอบสนองผู้ชมรายการ ตลอดจนทำให้ผู้ชมรายการได้เห็นถึงความสำคัญต่อการอนุรักษ์ สืบสาน และรักษาวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นอีสานให้คงอยู่ต่อไป

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “ผู้ประกาศหรือผู้ดำเนินรายการต้องสื่อสารด้วยภาษาอีสาน การแต่งกายชุดอีสาน ส่วนเนื้อหารายการจะนำเสนอรายการที่เป็นอัตลักษณ์ของอีสาน ไม่ว่าจะเป็นดนตรี หมอลำ โปงลาง ในรูปแบบนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

อุเทน แร่ทอง กล่าวว่า “การส่งเสริมและสนับสนุนวัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสถานี ซึ่งรายการศิลปอีสานนำเสนอเกี่ยวกับความงามในอีสาน ทั้งศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อและศาสนา โหราศาสตร์ การเสี่ยงโชค แลเทคโนโลยี วิธีการนำเสนอด้วยการเล่าเรื่องเป็นภาษาอีสาน และแทรกรายการด้วยการแสดง ศิลปวัฒนธรรม อริยะที่ราบสูงนำเสนอแผนที่ชีวิต อดินถิ่นธรรมรายการแนวธรรมะ” (อุเทน แร่ทอง. 2562 : สัมภาษณ์)

ผดุง จตุรภักดิ์ กล่าวว่า “เนื้อหาเรื่องของวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่น เอกลักษณ์จังหวัด การนำเสนอด้วยภาษาโคราช และการเล่าเรื่องที่ต้องมีเรื่องราว เริ่มตั้งแต่เกริ่นนำ ดำเนินเรื่อง และสรุป ซึ่งต้องเล่าอดีตจนถึงปัจจุบัน” (ผดุง จตุรภักดิ์. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 19 การสัมภาษณ์ นายปัญญา แพงเหล่า

สรุปได้ว่า รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นในหลายๆ ด้าน เช่น เรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เรื่องของวัฒนธรรมประเพณี และเรื่องของความเชื่อและศาสนา นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ อาทิ ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ เป็นต้น และเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวด

แข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น โดยสอดแทรกในรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีลักษณะการนำเสนอรูปแบบรายการนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น ตลอดจนนำเสนอด้วยการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่นอีกด้วย

2.4 ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์

ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่

1) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง 2) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมกันผลิต 3) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ 4) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ให้เวลาออกอากาศ และ 5) รายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด

1) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ดำเนินการผลิตรายการเอง และนำมาเผยแพร่ออกอากาศทางสถานี โดยส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “รายการของทางสถานีแบ่งออกเป็น รายการโทรทัศน์จากส่วนกลางและรายการของท้องถิ่น โดยแบ่งเป็นรายการที่ผลิตเอง และรายการร่วมผลิตกับจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกันในการผลิตรายการโทรทัศน์” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมชาย สถานพงษ์ กล่าวว่า “รายการที่สร้างสรรค์และผลิตรายการเอง ทางผู้บริหารให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่หาข่าวและผลิตรายการข่าวท้องถิ่นเป็นหลัก” (สมชาย สถานพงษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “รายการที่ผลิตเองก็ลดน้อยลงด้วยสปอนเซอร์ สภาพเศรษฐกิจ และปัจจัยอื่นๆ แต่ก็พยายามผลิตรายการเองให้ได้มากที่สุดตามศักยภาพและต้นทุน” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

2) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ร่วมผลิตรายการกับหน่วยงานหรือบริษัทผู้ผลิตรายการอื่น ซึ่งลักษณะของรายการร่วมผลิต มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะแรก คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ผลิตรายการให้กับหน่วยงานราชการในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และลักษณะที่สองเป็นการใช้ทรัพยากรร่วมกัน กล่าวคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์มีอุปกรณ์ เวลาการออกอากาศ และบุคลากร แต่ขาดต้นทุนในการผลิต เช่น ข้อมูลเนื้อหา ผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น จึงร่วมกันผลิตรายการขึ้นมา

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “ร่วมผลิตรายการกับภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ เช่น การไฟฟ้าซึ่งทำเป็นข้อตกลง MOU ร่วมกัน” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “ร่วมกับหน่วยงานในจังหวัดผลิตรายการร่วมกัน เช่น สภาวัฒนธรรม หอการค้า ชมรม โรงเรียนต่างๆ ซึ่งทางสถานีมีอุปกรณ์ เวลาเผยแพร่

และบุคลากร ส่วนหน่วยงานนั้นมียอดความรู้ แต่ยังไม่มีความสามารถในการผลิตรายการ จึงร่วมกันผลิต โดยเป็นผู้จัดรายการ ผู้ประกาศ เช่น รายการศิลปอีสานร่วมกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐ์ ปราณิตพลกรัง กล่าวว่า “รายการผลิตร่วมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน สมาคม ชมรม ซึ่งเป็นเครือข่ายความร่วมมือ เช่น การมาเป็นพิธีกรหรือแขกรับเชิญ ถ่ายทอดความรู้ในรายการ หรือเวลาออกอากาศก็ได้” (ปิยเมษฐ์ ปราณิตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

อัครารุช ดิสองเมือง กล่าวว่า “ร่วมผลิตกับศูนย์อุดมศึกษา โดยศูนย์จะผลิตเนื้อหาให้ทางสถานีเผยแพร่ออกอากาศ” (อัครารุช ดิสองเมือง. 2562 : สัมภาษณ์)

3) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์จัดซื้อจากผู้ผลิตรายการหลายๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยรายการส่วนใหญ่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก เช่น ภาพยนตร์ ละครชุด (Series) ข่าวต่างประเทศ สารคดี กีฬา เป็นต้น

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “จำนวนรายการที่ซื้อมาออกอากาศมากที่สุด เน้นความบันเทิงเป็นหลักจึงทำให้รายการลิขสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์ ซีรีส์ ข่าวต่างประเทศ สารคดี กีฬา แฟชั่น” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

4) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ให้เวลาออกอากาศ เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์เปิดโอกาสให้หน่วยงานหรือบริษัทผู้ผลิตรายการอื่นมาเช่าเวลา เพื่อเผยแพร่รายการ ซึ่งลักษณะของการให้เช่าเวลาออกอากาศ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะแรก คือ การเช่าเวลาออกอากาศโดยคิดราคา และลักษณะที่สอง คือ การให้เช่าเวลาออกอากาศโดยไม่คิดค่าเช่า

กิงดาว สุวาทิต กล่าวว่า “ทางหน่วยงานจะผลิตรายการเองแล้วซื้อเวลาเผยแพร่ออกอากาศ” (กิงดาว สุวาทิต. 2562 : สัมภาษณ์)

บำรุง วสันตกรณ์ กล่าวว่า “รายการไม่คิดค่าเช่า ผลิตรายการเอง ทางสถานีให้เวลาออกอากาศ โดยฝ่ายรายการจะตรวจสอบคุณภาพและเผยแพร่ออกอากาศตามผังรายการ” (บำรุง วสันตกรณ์. 2562 : สัมภาษณ์)

5) รายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด เป็นรายการพิเศษที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ได้รับนโยบายให้ผลิตขึ้น หรือเป็นรายการที่มีสำคัญต่อประชาชนและสังคม ซึ่งลักษณะของการถ่ายทอดสด มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะแรก คือ การถ่ายทอดสดในห้องส่งรายการวิทยุโทรทัศน์ (Studio broadcasting) และลักษณะที่สอง คือ การถ่ายทอดสดนอกสถานที่ (Outside broadcasting)

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “รายการถ่ายทอดสดจะรับสัญญาณจาก ส่วนกลางมาแพร่ภาพออกอากาศสด หรืออาจบันทึกไว้แล้วถ่ายทอดพร้อมกันทั่วประเทศโดยมีการ บันทึกในห้องส่งสถานี หรือนอกสถานที่ที่เป็นเหตุการณ์สำคัญๆ เช่น การถวายพระพร งานประเพณี” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐ ปรานีตพลกรัง กล่าวว่า “การถ่ายทอดสดนอกสถานที่ เกี่ยวกับกิจกรรม งานการแสดง การประกวดต่างๆ” (ปิยเมษฐ ปรานีตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 20 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์เคซีทีวี (KCTV)

สรุปได้ว่า ลักษณะรายการวิทยุโทรทัศน์มี 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) รายการ วิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง 2) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมกันผลิต 3) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อ ลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ 4) รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ให้เวลาออกอากาศ และ 5) รายการวิทยุโทรทัศน์ ถ่ายทอดสด

2.5 การกำหนดสัดส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์

การกำหนดสัดส่วนของรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดทำ ผังรายการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ โดยการกำหนดสัดส่วนรายการต้องเน้นการ นำเสนอข่าวสารสาระประโยชน์เป็นหลัก รวมทั้งรายการท้องถิ่น สังคม และวัฒนธรรม ทั้งนี้ การ กำหนดสัดส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์ดังกล่าวเป็นไปตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจาย เสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการ

กระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือชุมชนหรือท้องถิ่น โดยมีรายการที่ผลิตเองตามสัดส่วนที่คณะกรรมการกำหนด รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ รวมถึงรายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม การให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผู้ชมรายการก็เป็นกลุ่มคนสำคัญที่ทางสถานีต้องใช้พิจารณาร่วมด้วย ตลอดจนเวลาการออกอากาศที่เหมาะสม เพื่อให้รายการที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการได้

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “สัดส่วนของรายการต้องสอดคล้องกับ กสทช. ที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งต้องจัดผังให้มีรายการข่าวสาร สาระอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมชาย สถานพงษ์ กล่าวว่า “สัดส่วนรายการต้องแสดงให้ กสทช. พิจารณา ซึ่งจะตรวจสอบเกี่ยวกับผังรายการ ประเภทรายการ จำนวนรายการ เวลาการออกอากาศ ระดับความเหมาะสม เป็นต้น โดย กสทช. กำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการที่เป็นข่าวสาร เป็นสาระประโยชน์ ที่มาของรายการ” (สมชาย สถานพงษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า การกำหนดสัดส่วนของรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. โดยเน้นการนำเสนอรายการที่เป็นข่าวสารสาระประโยชน์ รายการท้องถิ่น สังคม และวัฒนธรรม



ภาพประกอบ 21 การสัมภาษณ์ นายอุเทน แร่ทอง

2.6 การมีส่วนร่วมจากภายนอกหรือการสนับสนุน

รายการวิทยุโทรทัศน์เปิดโอกาสให้ประชาชนหรือผู้ที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งสะท้อนในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เล็งเห็นประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยหน่วยงานเหล่านั้นจะต้องสละเวลา แรงกาย และความคิดสร้างสรรค์ในการเข้าร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งทางรายการจะสนับสนุนในเรื่องของอุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยีในการแพร่ภาพ ออกอากาศ และอื่นๆ ที่จำเป็นต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ชมรายการและพัฒนารายการวิทยุโทรทัศน์ให้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมจากภายนอกหรือการสนับสนุนในรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น สามารถจำแนกลักษณะการมีส่วนร่วมจากภายนอกหรือการสนับสนุน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการผลิตรายการร่วมกัน เป็นการดำเนินงานผลิตในส่วนของผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญร่วมกัน 2) การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ เป็นการร่วมชมรายการของผู้ชม แล้วมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และ 3) การสนับสนุนของรางวัล กล่าวคือ หน่วยงานภายนอกสนับสนุนของรางวัลพิเศษให้กับทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อนำไปแจกให้กับผู้ชมรายการที่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

ผดุง จตุรภักดิ์ กล่าวว่า “หน่วยงานต่างๆ จะส่งวิทยากรที่มีความรู้ ความชำนาญมาเป็นผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกร และส่งของรางวัลมาร่วมสนุกในรายการ” (ผดุง จตุรภักดิ์. 2562 : สัมภาษณ์)

สมชาย สถานพงษ์ กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมจากภายนอกมาเป็นผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญ หรือประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานสำคัญ และการร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ” (สมชาย สถานพงษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ดี การมีส่วนร่วมในรายการวิทยุโทรทัศน์ถือเป็นหนึ่งโอกาสที่จะให้หน่วยงานภายนอกต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมหรือร่วมมือในการสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์ เช่น การกำหนดเนื้อหารายการ การสร้างสรรค์รายการ เป็นต้น เพื่อให้รายการวิทยุโทรทัศน์สามารถตอบสนองความต้องการหรือตรงกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมจากภายนอกหรือการสนับสนุนรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการผลิตรายการร่วมกัน 2) การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ และ 3) การสนับสนุนของรางวัล



ภาพประกอบ 22 การเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานีวิทยุโทรทัศนวีเคเบิล (VR Cable)

3. ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านโครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นส่วนประกอบของรายการที่สามารถดึงดูดความสนใจในการรับชมและรับรู้แนวคิดของรายการ นั้นๆ ได้ ซึ่งพบว่า โครงสร้างรายการไม่สามารถกระตุ้นผู้ชมให้รับชมรายการได้ ขาดความโดดเด่น น่าสนใจในการนำเสนอ ขาดการเอาใจใส่ และส่วนประกอบต่างๆ เช่น ตัวอักษร สัญลักษณ์รายการไม่ ทันสมัยและไม่สร้างสรรค์

ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์ กล่าวว่า “ไต่เต้ลบางรายการล้ำสมัย ทำให้ผู้ชม รายการไม่สนใจ ฉะนั้น ต้องเพิ่มลูกเล่นเทคนิคพิเศษต่างๆ เข้ามาร่วมด้วย เพื่อกระตุ้นผู้ชมรายการ ” (ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์. 2562 : สัมภาษณ์)

เมธา เสรีธนาวงศ์ (2547) อธิบายว่า รายการโทรทัศน์หลายรายการกลับ มองข้ามความสำคัญเป็นส่วนประกอบรายการโทรทัศน์ แสดงให้เห็นถึงการขาดการเอาใจใส่ และขาด การพัฒนาด้านการสร้างสรรค์ส่วนประกอบรายการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของรายการโทรทัศน์เป็น อย่างยิ่ง

2) ด้านเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า เนื้อหารายการไม่ตอบสนองความ ต้องการของผู้ชม ทางสถานีวิทยุโทรทัศนนำเสนอเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอัตลักษณ์ ท้องถิ่นมีจำนวนน้อย โดยบางรายการพบว่ามีกรแทรกเนื้อหารายการเข้าไปปรากฏ และเนื้อหา รายการยังขาดความหลากหลาย

บำรุง วสันตกรณณ์ กล่าวว่า “การเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของคน ในท้องถิ่นเป็นปัญหามาก แม้ว่าเนื้อหาจะอยู่รอบตัวเรา แต่ก็ไม่สามารถตอบใจหทัยให้กับคนดูได้ ไม่

หลากหลาย ส่วนใหญ่จะนำเสนอเกี่ยวกับร้านอาหาร การท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ” (บำรุง วสันตกรรม. 2562 : สัมภาษณ์)

ปิยเมษฐ ปรานีตพลกรัง กล่าวว่า “เนื้อหาวัฒนธรรมมีความเป็นวิชาการ เป็นแนวคิดทฤษฎีมากเกินไป การผลิตรายการวัฒนธรรมอย่างเดียวไม่ได้ ต้องสอดแทรกอยู่ในรายการ อื่นๆ ร่วมด้วย” (ปิยเมษฐ ปรานีตพลกรัง. 2562 : สัมภาษณ์)

ชาญชัย จินตนะกุล กล่าวว่า “คนชอบความบันเทิง ความสนุกสนาน เรื่องที่ไม่ต้องคิดมาก ฟังแล้วเข้าใจได้ทันที ถ้าเป็นเนื้อหาสาระจะไม่ค่อยดู ไม่สนใจ” (ชาญชัย จินตนะกุล. 2562 : สัมภาษณ์)

3) ด้านลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า การนำเสนอรายการมีลักษณะการนำเสนอที่ไม่หลากหลายและไม่สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการได้ตั้งแต่ต้นจนจบรายการ นอกจากนี้ ยังพบว่าสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐลักษณะการนำเสนอจะมีรูปแบบรายการโทรทัศน์แบบเป็นทางการทำให้ขาดความน่าสนใจ

สายเพชร จังกาจิตต์ กล่าวว่า “รูปแบบรายการจะเป็นทางการ การผลิตรายการมีงบประมาณจำกัดอาจทำให้รายการไม่ค่อยโดนใจ” (สายเพชร จังกาจิตต์. 2562 : สัมภาษณ์)

4) ด้านผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ พบว่า ผู้นำเสนอรายการหรือผู้ดำเนินรายการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทพื้นที่และความรู้ทางด้านวัฒนธรรม การใช้ภาษากลาง และภาษาท้องถิ่นในการสื่อสารยังไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย พูดไม่ชัดเจน บางครั้งอาจพูดหรือนำเสนอเร็วจนเกินไป ตลอดจนขาดการสร้างลักษณะเฉพาะของตนเอง เพื่อให้ผู้ชมจดจำรายการได้

สมบัติ ชัยรัตน์ กล่าวว่า “พิธีกรต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ และวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย หรือหาข้อมูลก่อนการผลิตรายการจริง เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและลดปัญหาที่จะเกิดขึ้น” (สมบัติ ชัยรัตน์. 2562 : สัมภาษณ์)

นภาพร กาญจนจักร กล่าวว่า “การใช้ภาษายังไม่ถูกต้องตามหลักภาษา พูดจาไม่ชัดเจน ทำให้เข้าใจยาก การใช้ภาษากลางแล้วพูดภาษาท้องถิ่นทำให้พูดเพี้ยนจนฟังไม่รู้เรื่อง” (นภาพร กาญจนจักร. 2562 : สัมภาษณ์)

5) ด้านระยะเวลาการนำเสนอ พบว่า เวลาการนำเสนอรายการมีระยะเวลานานเกินไป ทั้งนี้ ผู้ชมรายการจะให้ความสนใจชมรายการเพียงขณะหนึ่งเท่านั้น และไม่สามารถชมรายการได้อย่างต่อเนื่อง

ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์ กล่าวว่า “ผู้ชมรายการดูเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจในเวลาสั้นๆ อีกทั้งยังเปลี่ยนความสนใจง่ายจากรายการหนึ่งไปอีกรายการหนึ่งทันที ฉะนั้น รายการ

โทรทัศน์ต้องแข่งขันในการนำเสนออย่างรวดเร็ว ปรับเวลาให้สั้นลง” (ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์.

2562 : สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ 2) ด้านเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ 3) ด้านลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ 4) ด้านผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ และ 5) ด้านระยะเวลาการนำเสนอ

ทั้งนี้ โดยสรุปสภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการดำเนินการภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลต่อการประกอบการของสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลที่เป็นทางเลือกให้กับผู้ชมอีกทางหนึ่ง สื่อวิทยุโทรทัศน์จึงต้องปรับการนำเสนอเนื้อหารายการท้องถิ่นและเพิ่มช่องรายการพิเศษให้หลากหลาย และการเพิ่มธุรกิจการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต งานผลิตรายการนอกสถานที่ งานถ่ายทอดสด งานโปรดักชั่นต่างๆ เพื่อขยายโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่สถานประกอบการ ตลอดจนการปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอ คือ ออนไลน์ (On air) ออนไลน์ (Online) และออนกราวด์ (On ground) เพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนในท้องถิ่น โดยมีลักษณะของการดำเนินการ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐเป็นการประกอบการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ สนับสนุนการดำเนินงานหน่วยงานของรัฐ มีระบบบริหารจัดการแบบราชการ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนเป็นการประกอบการของกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐ ในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินการ คือ การประกอบธุรกิจที่มีบุคคลร่วมทุนกันจัดตั้งขึ้น เพื่อทำกิจการร่วมกัน โดยอาศัยบุคคล (หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น) ที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์มาบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อการแสวงหาผลกำไรจากการประกอบกิจการ สถานีวิทยุโทรทัศน์มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น และเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของท้องถิ่น โดยการพัฒนาความน่าเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร กำหนดพันธกิจด้านการดำเนินงานในการเป็นสื่อกลางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การผลิตและนำเสนอรายการต่างๆ ที่มีคุณภาพผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ ตอบสนองความต้องการการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ชมรายการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานตามพันธกิจดังกล่าว สื่อมวลชนต้องอยู่ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม มีลักษณะของโครงสร้างองค์กร ได้แก่ การจัดองค์กรแบบราชการ เน้นการจัดโครงสร้างทางการ มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถ โดยมีสายบังคับบัญชาชัดเจน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต่อลำดับขั้น และการจัดองค์กรแบบธุรกิจ เน้นหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นหลัก กำหนดตำแหน่งงานและความรับผิดชอบต่อแต่ละคนอย่างชัดเจน มีสายบังคับบัญชาเป็นลำดับขั้น การสั่ง

การจากบนลงล่างและสะท้อนจากล่างขึ้นบน เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารระหว่างกัน ทั้งนี้ รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศนมาจากงบประมาณภาครัฐ โดยรัฐบาลสนับสนุนเงินให้ดำเนินการตาม นโยบาย รายได้จากค่าบอกรับสมาชิก เป็นรายได้จากการให้บริการธุรกิจเคเบิล รายได้จากผู้สนับสนุน รายการ เช่น ค่าโฆษณา ค่าแสดงสินค้า แหกรับเชิญ และรายได้จากการให้บริการ เช่น บริการ ดาวเทียม บริการอินเทอร์เน็ต รับงานผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นต้น การกำกับดูแลและควบคุมของ สถานีวิทยุโทรทัศนมีการกำกับดูแลโดยรัฐบาล และการกำกับดูแลกันเอง และมีข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน คือ ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ และด้านวัสดุอุปกรณ์ สำหรับแนวทางการ ดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน ได้แก่ การผลิตรายการที่มีคุณภาพ การจัดการช่องทางการสื่อสาร และการประกอบธุรกิจอื่นร่วมด้วย โดยรายการวิทยุโทรทัศนนั้น เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศนเป็น องค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ดึงดูดและเข้าถึงผู้ชมรายการได้ โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรายการ ข่าวท้องถิ่นและสาระความรู้เป็นหลัก และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม วิชาการ ความก้าวหน้าด้านต่างๆ และการเกษตร เป็นต้น ซึ่งรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน มีรูปแบบรายการ ข่าวเป็นรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง เรื่องราวข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น รูปแบบ รายการพูดคุยเป็นการนำเสนอโดยการหยิบยกประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจมาเสนอ และรูปแบบ รายการนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเดียวกัน แต่มีความหลากหลายในลักษณะของวิธีการนำเสนอ ส่วน รายการวิทยุโทรทัศนเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีลักษณะการนำเสนอในรูปแบบรายการนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น ตลอดจนนำเสนอด้วยการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่นอีกด้วย สะท้อนความเป็นท้องถิ่นในหลายๆ ด้าน เช่น เรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เรื่องของวัฒนธรรม ประเพณี เรื่องของความเชื่อและศาสนา ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ และเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น โดยสอดแทรกในรายการวิทยุโทรทัศนเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีลักษณะการนำเสนอรูปแบบรายการนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น ตลอดจน นำเสนอด้วยการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่น ซึ่งลักษณะรายการวิทยุโทรทัศน ได้แก่ รายการวิทยุ โทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมกันผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ให้เวลาออกอากาศ และรายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด การกำหนดสัดส่วน ของรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการของคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. โดยเน้นการนำเสนอ รายการที่เป็นข่าวสารสาระประโยชน์ รายการท้องถิ่น สังคม และวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมจาก ภายนอกหรือการสนับสนุนรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการผลิตรายการร่วมกัน การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ และการสนับสนุนของรางวัล สำหรับปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ไม่สามารถกระตุ้นผู้ชมให้

รับชมรายการได้ขาดความโดดเด่นน่าสนใจในการนำเสนอ ขาดการเอาใจใส่ และส่วนประกอบต่างๆ เช่น ตัวอักษร สัญลักษณ์รายการไม่ทันสมัยและไม่สร้างสรรค์ 2) ด้านเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม มีจำนวนน้อย ขาดความหลากหลาย และมีการแทรกเนื้อหารายการเข้าไปปรากฏ 3) ด้านลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ไม่หลากหลายและไม่สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการได้ตั้งแต่ต้นจนจบรายการ 4) ด้านผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทพื้นที่และความรู้ทางด้านวัฒนธรรม การสื่อสารไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย พูดไม่ชัดเจน และขาดการสร้างลักษณะเฉพาะของตนเอง เพื่อให้ผู้ชมจดจำรายการได้ และ 5) ด้านระยะเวลาการนำเสนอานเกินไป

ตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจำแนกออกเป็น 3 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ขั้นตอนที่ 1 การจัดทำ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัย เพื่อจัดทำ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย (Audience)

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 35-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการเงิน ด้านร่างกาย ด้านชีวิตความเป็นอยู่ และสามารถปรับตัว ยอมรับ และเข้าใจบริบทท้องถิ่นที่แตกต่างกัน อีกทั้งกลุ่มวัยนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเปิดมุมมองการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเรียนรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่แตกต่างหลากหลายของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.1.2 องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept)

จากการศึกษาพบว่า การแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงเรื่องราวอดีตและปัจจุบันผ่านการเล่าเรื่องท้องถิ่น การเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่นที่แตกต่างและหลากหลาย ตลอดจนสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านการทัศนศึกษา วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และ

วัฒนธรรมประเพณี เสมือนสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

3.1.3 องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure)

จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ ส่วนเนื้อหารายการ ส่วนคั่นรายการ และส่วนปิดรายการ

1) ส่วนเปิดรายการ (Title) ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการ หรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก

2) ส่วนเนื้อหารายการ (Content) ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการ หรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก

3) ส่วนคั่นรายการ (Interlude) ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการ หรือโลโก้ (Logo) ชื่อช่วงรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย และเสียงดนตรี) และภาพกราฟิก

4) ส่วนปิดรายการ (Credit) ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการ หรือโลโก้ (Logo) ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียงดนตรี และภาพกราฟิก

3.1.4 องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content)

จากการศึกษาพบว่า เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

3.1.4.1 ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับบุคคลหรือสถานที่ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความเลื่อมใส หรือสิ่งที่คุณคนเชื่อมั่น เชื่อถือ เคารพบูชา และนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ท่านท้าวสุรนารี (ย่าโม) หลวงพ่อคุณ ปรีสุทโธ

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย พระธาตุขามแก่น (วัดเจติยภูมิ) พระมหาธาตุแก่นนคร (วัดหนองแวง)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดมหาวนาราม วัดหนองป่าพง

3.1.4.2 สถานที่ประวัติศาสตร์ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือศิลปกรรมที่มีหลักฐานหรือร่องรอยกิจกรรมปรากฏอยู่ และมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเวียง

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติผาแต้ม

3.1.4.3 สถานที่ธรรมชาติ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มี

ลักษณะทางธรรมชาติหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานที่ที่แสดงถึงความงดงามของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือภูมิศาสตร์ หรือการศึกษาธรรมชาติที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

วังน้ำเขียว

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ

แม่น้ำสองสี

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย สามพันโบก ผาชนะได

3.1.4.4 สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น

เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ได้รับประสบการณ์ หรือเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

พระพุทธรูป (โต พรหมรังสี) พิพิธภัณฑสถานไม้กลายเป็นหิน

ภูเวียง หมู่บ้านทุ่งนาง

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานลานบุญมหาวิหารสมเด็จพระ

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย บึงแก่นนคร พิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์

วัดพระธาตุหนองบัว

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว

3.1.4.5 วัฒนธรรมประเพณี เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการแสดงกิจกรรมที่

ปฏิบัติสืบต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเป็นชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีอาจอยู่ในรูปแบบของงานเทศกาล

ทำสุรนารี งานเทศกาลเที่ยวพิมายและการแข่งขันเรือยาว

ผูกเสี่ยว งานเทศกาลดอกคูณเสียงแคนและสงกรานต์ถนนข้าวเหนียว

ประเพณีไหลเรือไฟ

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย งานฉลองวันแห่งชัยชนะของ

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย งานเทศกาลงานไหมและประเพณี

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ประเพณีแห่เทียนพรรษา

3.1.4.6 ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยนำภูมิปัญญาหรือวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตหรือพัฒนาสินค้า

- 1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ผ้าไหม หมี่โคราช เครื่องปั้นดินเผา ด้านเกี่ยวย่น ขนมจีนบ้านประโดก
- 2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ผ้าไหมมัดหมี่ไก่อ่างเขาสวนกวาง
- 3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ผ้ากาบบัว เครื่องทองเหลือง บ้านปะอาว หมูยอ เค็มบักนัด

3.1.5 องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present) จากการศึกษาพบว่า ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ รายการสารคดี รายการนิตยสาร และรายการปกิณกะ

- 1) รายการสารคดี (Documentary) เป็นลักษณะการนำเสนอข้อมูล สารระความรู้ ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวความเป็นจริง โดยสอดแทรกความบันเทิงร่วมด้วย ทั้งนี้ รายการดังกล่าวควรเน้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือนำเสนอเพียงประเด็นเดียวเท่านั้น แต่จะมีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ การสาธิตและทดลอง เป็นต้น
- 2) รายการนิตยสาร (Magazine) เป็นลักษณะการนำเสนอที่มีเนื้อหาหลักเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็นเนื้อหาย่อยหลายๆ เรื่อง ซึ่งรายการนิตยสารเน้นการนำเสนอความหลากหลายของวิธีการนำเสนอ โดยที่เนื้อหารายการมีสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน
- 3) รายการปกิณกะ (Variety) เป็นลักษณะการนำเสนอที่มีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ เน้นความสนุกสนานและความบันเทิงในหลายๆ รูปแบบเข้าด้วยกัน

3.1.6 องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer)

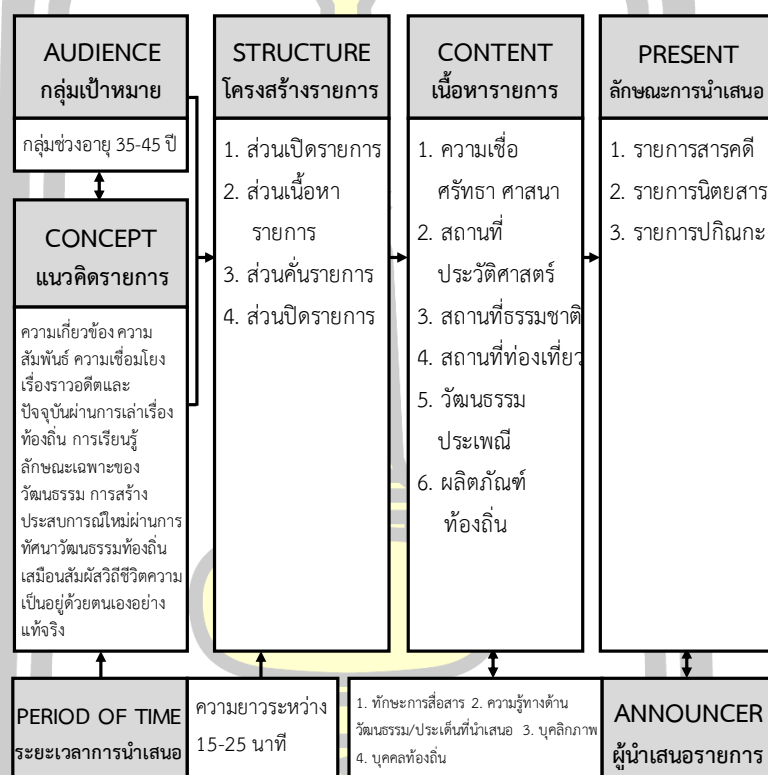
จากการศึกษาพบว่า ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ ควรมีลักษณะดังนี้

- 1) ทักษะการสื่อสาร ควรมีความสามารถในการพูด การออกเสียง การใช้เสียงภาษาไทยได้อย่างชัดถ้อยชัดคำ และน้ำเสียงน่าฟัง
- 2) ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมหรือประเด็นที่นำเสนอ ควรมีพื้นฐานความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น ความรู้เกี่ยวกับบริบทพื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์สถานการณ์รอบตัว และความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่นำเสนอในรายการ
- 3) บุคลิกภาพ ควรมีบุคลิกภาพดี น่าสนใจ สนุกสนาน ร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส
- 4) บุคคลท้องถิ่น ควรเป็นบุคคลในท้องถิ่น ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่นำเสนอให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3.1.7 ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time)

จากการศึกษา พบว่า รายการวิทยุโทรทัศน์ควรมีระยะเวลาในการนำเสนอ
ระหว่าง 15-25 นาที

ทั้งนี้ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น แสดง
ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 23 (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

3.2 ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยการนำ (ร่าง)
รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นนำไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้
ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อพิจารณา ตรวจสอบ และรับรองรูปแบบรายการ
วิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นในลำดับต่อไป ทั้งนี้ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อ
พัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้น มีรายชื่อผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. นายไชนันท์ แสงทอง

ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา

2. นายสัญญา ภักดิ์โพธิ์
ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา
3. ดร.ธนสาร เสริมสุข
ตำแหน่ง ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน
4. ดร.อัญชลี บุปผามาลา
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
5. ดร.สุเทพ เม้าสง่า
ตำแหน่ง นายกสมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน
6. นางพรพิมล คงตระกูล
ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น
7. นางสาวจิรดา พูลสวัสดิ์
ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น
8. นายเจริญ เฟื่องมูล
ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น
9. นายอุทัย พลพวก
ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี
10. นางกมลพร คำนึ่ง
ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี
11. นายชลธิช จันทร์สิงห์
ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพิจารณาและรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริม
อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อให้รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีความเหมาะสม
ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอการพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ตามข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย (Audience)

กลุ่มเป้าหมายของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นอยู่ในช่วงอายุ
ระหว่าง 35-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการเงิน ด้านร่างกาย ด้านชีวิต
ความเป็นอยู่ และสามารถปรับตัว ยอมรับ และเข้าใจบริบทท้องถิ่นที่แตกต่างกัน อีกทั้งกลุ่มวัยนี้เป็น
กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเปิดมุมมองการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเรียนรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่แตกต่าง
หลากหลายของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไชยรินทร์ แสงทอง กล่าวว่า “ช่วงวัยนี้จะเป็นกลุ่มที่ชอบและสนใจใน
อัตลักษณ์ท้องถิ่น กลุ่มนี้มีพลัง ทำงานจริงจัง เป็นแรงสำคัญในการช่วยเหลือสังคม การมีส่วนร่วมใน
สังคม รู้จักแบ่งปันช่วยเหลือถือว่าเป็นสิ่งที่ดี” (ไชยรินทร์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)

เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “อายุ 35-45 ปี จะมีลักษณะความเป็นผู้ใหญ่และ
ความพร้อมในหลายๆ ด้าน ทั้งในเรื่องการหาเงิน การใช้ชีวิต การปรับตัว การเรียนรู้ ตลอดจน
คุณธรรม จริยธรรม” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 24 การสัมภาษณ์ นายไชยรินทร์ แสงทอง

3.2.2 องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept)

แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นแนวทางของรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อ
ส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือให้ปรากฏในรายการ ซึ่งบริบทพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตลักษณ์ที่
แตกต่างและหลากหลายถือเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของไทยที่สามารถนำมา
เผยแพร่ผ่านแนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ด้วยการแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ ความ
เชื่อมโยงเรื่องราวอดีตและปัจจุบันผ่านการเล่าเรื่องท้องถิ่น การเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรม
หรือจุดเด่นของท้องถิ่นที่แตกต่างและหลากหลาย ตลอดจนสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ผ่านการทัศน
วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และ
วัฒนธรรมประเพณี เสมือนสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

ไชยรินทร์ แสงทอง กล่าวว่า “การสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เน้น
การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ การแสวงหาความท้าทาย การเล่าเรื่องในแต่ละชุมชนที่มีความแตกต่าง
หลากหลายจะทำให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น” (ไชยรินทร์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)

สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “การนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันจนกลายเป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของตนเอง ควรเน้นการนำเสนอที่ดีว่าเป็นมาอย่างไรจบจนถึงปัจจุบันว่ามีลักษณะอย่างไร” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “การนำเสนอภูมิปัญญา อัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ในแต่ละจังหวัด การนำเสนอจุดเด่นของชุมชนท้องถิ่น” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 25 การสัมภาษณ์ นายสัญญา ภัคดีโพธิ์

3.2.3 องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure)

โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ ส่วนเนื้อหารายการ ส่วนค้นรายการ และส่วนปิดรายการ

1) ส่วนเปิดรายการ (Title) เป็นส่วนนำเข้าสู่รายการวิทยุโทรทัศน์ ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก

2) ส่วนเนื้อหารายการ (Content) เป็นส่วนของเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก

3) ส่วนคั่นรายการ (Interlude) เป็นช่วงคั่นเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์หรือการหยุดพักระหว่างช่วงรายการหนึ่งกับอีกช่วงรายการหนึ่ง ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ชื่อช่วงรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย และเสียงดนตรี) และภาพกราฟิก

4) ส่วนปิดรายการ (Credit) เป็นส่วนท้ายของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยแสดงความขอบคุณผู้สนับสนุนรายการ ผู้ผลิตรายการ และแสดงเนื้อหารายการในตอนต่อไป ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียงดนตรี และภาพกราฟิก

สัญญา ภักดีโพธิ์ กล่าวว่า “เสียงบรรยายเน้นการพูดบรรยายในสิ่งที่ปรากฏสิ่งที่ได้เห็น อาศัยทักษะการใช้ภาษาที่จะทำให้รายการน่าสนใจได้ ส่วนเสียงดนตรีและเสียงประกอบเป็นเสียงที่มีความงาม สุนทรียศาสตร์ จินตนาการ โดยมีจังหวะและทำนองของดนตรีเพื่อถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกร่วมได้” (สัญญา ภักดีโพธิ์. 2563 : สัมภาษณ์)

สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “โครงสร้างรายการต้องมีการนำคอมพิวเตอร์กราฟิกมาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย เช่น ข้อความ ภาพ ตัวเลข หรือข้อมูลต่างๆ ตัวอย่างเช่น อินโฟกราฟิก ที่ถูกนำมาใช้ในงานสื่อสารมวลชน เช่น งานโทรทัศน์ งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถสื่อสารให้คนดูเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

กมลพร คำนึ่ง กล่าวว่า “รายการโทรทัศน์ต้องนำภาพกราฟิกเข้ามาใช้เพื่ออธิบาย สื่อความหมาย และสร้างความน่าสนใจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย” (กมลพร คำนึ่ง. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 26 การสัมภาษณ์ อาจารย์ ดร.ธนสาร เสริมสุข

3.2.4 องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content)

เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเนื้อเรื่อง เรื่องราว ข้อมูล และ ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อการสื่อสารหรือนำเสนอให้กับผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่ง เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

3.2.4.1 ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับบุคคลหรือ สถานที่ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความเลื่อมใส หรือสิ่งที่ผู้คน เชื่อมั่น เชื่อถือ เคารพบูชา และนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ท่านท้าวสุรนารี (ย่าโม)

หลวงพ่อกุณ ปริสุทฺโธ

สัญญา ภักดิ์โพธิ์ กล่าวว่า “ควรนำเสนอเกี่ยวกับความดี การบริจาค การให้ การปฏิบัติชอบธรรมขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า” (สัญญา ภักดิ์โพธิ์. 2563 : สัมภาษณ์)

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย พระธาตุขามแก่น (วัดเจติยภูมิ)

พระมหาธาตุแก่นนคร (วัดหนองแวง) วัดไชยศรี

เจริญ เฟื่องมูล กล่าวว่า “วัดไชยศรีวัดเก่าแก่ของขอนแก่น มีสิมาอายุ ร้อยกว่าปีแล้ว จุดเด่นก็คือภาพวาดตามฝาผนังวัดเกี่ยวกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตคนอีสานสมัยก่อน” (เจริญ เฟื่องมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดมหาวนาราม วัดหนองป่าพง

วัดหลวง

อุทัย พลพวก กล่าวว่า “วัดหลวงเป็นวัดแห่งแรก คู่บ้านคู่มืองของ อุบล เจ้าคำผงเจ้าเมืองคนแรกเป็นผู้สร้าง มีองค์พระเจ้าใหญ่องค์หลวงประดิษฐาน” (อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

3.2.4.2 สถานที่ประวัติศาสตร์ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสถานที่หรืออาคาร สิ่งก่อสร้างที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือศิลปกรรมที่มีหลักฐาน หรือร่องรอยกิจกรรมปรากฏอยู่ และมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย

เรือนโคราช

ไชนันท์ แสงทอง กล่าวว่า “สถาปัตยกรรมโคราชจะมีเรือนโคราช หายากมากไม่ค่อยมี แต่มีการอนุรักษ์ไว้แล้ว เรื่องของการก่อสร้างสถาปัตยกรรมบ้านสมัยก่อนจะทำ

ให้เห็นการเชื่อมโยงของวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามา เรือนโคราชเป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ท้องถิ่นโคราช ซึ่งสามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นอยู่วิถีชีวิตของคนโคราช” (ไชยพันธ์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 27 การสัมภาษณ์ นายเจริญ เพ็งมูล

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเวียง
เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “สถานที่ประวัติศาสตร์ต้องเป็นภูเวียงแหล่งค้นพบไดโนเสาร์หลายสายพันธุ์” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติผาแต้ม
อุทัย พลพวก กล่าวว่า “ผาแต้มเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ 3,000 ปี ถ้าพูดถึงอุบลก็ต้องผาแต้มตามคำขวัญเมืองอุบล” (อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

3.3.4.3 สถานที่ธรรมชาติ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานที่ที่แสดงถึงความงดงามของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือภูมิศาสตร์ หรือการศึกษาธรรมชาติที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
วังน้ำเขียว
สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “เขาใหญ่เป็นแหล่งธรรมชาติขนาดใหญ่ที่ยังอุดมสมบูรณ์อยู่ ทั้งป่าไม้ ภูเขา น้ำตก สัตว์ป่า ระบบนิเวศที่สมดุล” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ
อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “สถานที่ธรรมชาติ ภูผาม่านเป็นจุดสำคัญก็ควรจะให้ความสนใจในเรื่องของการท่องเที่ยวร่วมด้วย” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย สามพันโบก ผาชนะได
แม่น้ำสองสี

อุทัย พลพวก กล่าวว่า “ผาชนะไดสุดเขตแดนสยาม สามพันโบกที่มีแก่งหินลักษณะต่างๆ เกิดขึ้นตามธรรมชาติ” (อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

กมลพร คำนิง กล่าวว่า “สถานที่ทางธรรมชาติก็ตลอดแนวแม่น้ำโขง คือ สามพันโบก แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเสน่ห์ของอุบล” (กมลพร คำนิง. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 28 การสัมภาษณ์ นางพรพิมล คงตระกูล

3.2.4.4 สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ได้รับความประทับใจ หรือเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานลานบุญมหาวิหารสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน

ไชยรินทร์ แสงทอง กล่าวว่า “วัดหลวงพ่อโตจุดเด่นคือองค์ใหญ่ ประกอบกับที่มีการตกแต่งบริเวณให้มีความสวยงาม” (ไชยรินทร์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย บึงแก่นนคร พิพิธภัณฑน์ไดโนเสาร์
ภูเวียง หมู่บ้านจุงอาจ

เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “สิ่งที่น่าจะเชิดหน้าชูตาของขอนแก่น หมู่บ้านจุงจาง บึงแก่นนคร แล้วก็ไดโนเสาร์ที่ภูเวียง” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว วัดพระธาตุหนองบัว พิพิธภัณฑศาลาปูน

อุทัย พลพวง กล่าวว่า “วัดเรืองแสง วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว แหล่งท่องเที่ยวสมัยใหม่ ลักษณะโดดเด่นเป็นภาพเรืองแสงชัดเจนและสวยงามตามชื่อเรียก”

(อุทัย พลพวง. 2563 : สัมภาษณ์)

อุทัย พลพวง ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า “พิพิธภัณฑศาลาปูนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับผ้าที่มีชื่อเสียง โรงผ้าฝ้ายก็จะให้คนมาดูงานเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานต่างๆ เอกลักษณะคือทอกันตั้งแต่โบราณ มีเครื่องมือทอผ้าโบราณ”

(อุทัย พลพวง. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 29 การสัมภาษณ์ นายอุทัย พลพวง

3.2.4.5 วัฒนธรรมประเพณี เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการแสดงกิจกรรมที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเป็นชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีอาจอยู่ในรูปแบบของงานเทศกาล

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี งานเทศกาลเที่ยวพิมายและการแข่งขันเรือยาว การแสดงเพลงโคราช

ไชนันท์ แสงทอง กล่าวว่า “เพลงโคราชเป็นการแสดงพื้นบ้านของโคราชเป็นอัตลักษณ์ มีการใช้ภาษาโคราชในการร้องโต้ตอบไปมาผสมผสานกับการรำรำ เพลงโคราช

จะไม่มีดนตรีประกอบ แต่จะอาศัยเนื้อร้อง ทำนอง ทำรำที่ทำให้คนฟังสนุกตามจังหวะ” (ไชยรินทร์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย งานเทศกาลงานใหม่และประเพณี ผูกเสี้ยว งานเทศกาลดอกคูณเสียงแคนและสงกรานต์ถนนข้าวเหนียว

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “งานบวงสรวงก่อนเริ่มงานเทศกาลงานใหม่ของทุกปี งานใหม่ยังเป็งานไฮไลท์ของขอนแก่น” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “งานหลักๆ ของขอนแก่นก็คืองานเทศกาลใหม่ งานดอกคูณเสียงแคนเป็นงานสงกรานต์ถนนข้าวเหนียว” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ประเพณีแห่เทียนพรรษา หมอลำ

อุทัย พลพวก กล่าวว่า “ถ้าเรื่องวัฒนธรรมประเพณีก็แห่เทียนงานไหลเรือไฟเป็นการอนุรักษ์ อุบลต้องแห่เทียนพรรษาเป็นระดับนานาชาติ” (อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

อุทัย พลพวก ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า “หมอลำอุบล จุดเด่นก็คือมีศิลป์แห่งชาติ หมอลำ ป.ฉลาดน้อย พ่อพรศักดิ์ แม่ฉวีวรรณ บานเย็น รากแก่น แล้วก็แก่นคูณ” (อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

3.2.4.6 ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยนำภูมิปัญญาหรือวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตหรือพัฒนาสินค้า

1) จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ผ้าไหม หมี่โคราช เครื่องปั้นดินเผา ด้านเกี่ยว ขนมีเงินบ้านประโดก

ไชยรินทร์ แสงทอง กล่าวว่า “อัตลักษณ์ของโคราชคือผ้าไหมหางกระรอก คือนำเอาผ้ามาพันกับเส้นด้ายเป็นเกลียวนำสีสองสีมาพันกัน” (ไชยรินทร์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)

2) จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ผ้าไหมมัดหมี่ไก่อ่างเขาสวนกวาง พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “การทอผ้าเป็นเอกลักษณ์ ผ้าไหมชนบทเป็นผ้าไทยผ้าไหมมัดหมี่สวยงามและมีความหลากหลายทั้งสีและลายผ้า” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าไหมมาที่หนึ่ง
ขอนแก่นต้องนึกถึงผ้าไหมชนบท และที่สองนี้ไก่อ่างเขาสวนกวาง” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 :
สัมภาษณ์)

3) จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ผ้ากาบบัว เครื่องทองเหลืองบ้าน
ปะอ่าว หมูยอ เค็มบักนัด ก้วยจ๊ับ

อุทัย พลพวก กล่าวว่า “ผ้ากาบบัวเป็นลายผ้าของอุบล เครื่อง
ทองเหลืองบ้านปะอ่าวเป็นแบบโบราณ ทำให้ละลายเป็นบัวแล้วก็เทลงไปในบัว บ้านปะอ่าวจะได้ทั้ง
ผ้ากาบบัวและเครื่องทองเหลือง ซึ่งทางเราพร้อมส่งเสริมก็จะมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านของบ้านปะอ่าวด้วย”
(อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

อุทัย พลพวก ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า “หมูยอ ก้วยจ๊ับอุบล
คือเส้นเป็นแบบโบราณ มีหลายแบบทั้งเส้นใหญ่เส้นเล็ก เส้นที่อยู่ทีเส้น แล้วก็เค็มบักนัดเป็นของ
เก่าแก่ของอุบล กลิ่นจะคาวเพราะใช้ปลาดิบ แล้วก็สับปรด หมักหลายๆ วัน แล้วก็นำไปทำเป็นหลน
เป็นอัตลักษณ์มีอยู่ทุกที่” (อุทัย พลพวก. 2563 : สัมภาษณ์)

กมลพร คำนึ่ง กล่าวว่า “ผ้าลายกาบบัวเป็นลายเอกลักษณ์ประจำ
จังหวัดอุบล จะเป็นผ้าไหม ผ้าฝ้าย หรือผ้าอื่นๆ ก็ได้ แต่ต้องมีลายเฉพาะคือลายกาบบัว” (กมลพร
คำนึ่ง. 2563 : สัมภาษณ์)

ชลธิช จันทรสิงห์ กล่าวว่า “หมูยอ ก้วยจ๊ับจะเป็นอาหารท้องถิ่น
ของอุบลเลย เป็นทั้งของกินของฝาก” (ชลธิช จันทรสิงห์. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 30 การสัมภาษณ์ นางกมลพร คำนึ่ง

3.2.5 องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present)

ลักษณะการนำเสนอเป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาหรือส่วนที่บรรจุไว้ในรายการวิทยุโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมจุดเด่นและความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในรายการวิทยุโทรทัศน์ได้แก่

1) รายการสารคดี (Documentary) เป็นลักษณะการนำเสนอข้อมูล สารระ ความรู้ ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวความเป็นจริง โดยสอดแทรกความบันเทิงร่วมด้วย ทั้งนี้ รายการ สารคดีควรเน้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือนำเสนอเพียงประเด็นเดียวเท่านั้น แต่จะมีวิธีการนำเสนอ ที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ การสาธิตและทดลอง เป็นต้น

สัญญา ภัคดีโพธิ์ กล่าวว่า “รายการสารคดีเหมาะกับเนื้อหารายการ ทางวัฒนธรรม ซึ่งรายการสารคดีที่ผลิตออกมาจะเพื่อการศึกษาหรือเพื่อผ่อนคลายก็ได้ ขึ้นอยู่กับ เนื้อหาและรูปแบบที่นำเสนอ แต่การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทำเป็นสารคดี” (สัญญา ภัคดีโพธิ์. 2563 : สัมภาษณ์)

สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “รายการสารคดีต้องมีหัวข้อเรื่องเฉพาะ ต้อง นำเสนอเรื่องจริง ข้อเท็จจริงเท่านั้น การนำเสนอรายการสารคดีจึงมีหลายประเภท เช่น สารคดี ท่องเที่ยว สารคดีประวัติศาสตร์ สารคดีเชิงข่าว โดยมีการแทรกภาพเพื่อขยายความ ขยายบริบทให้ เกิดความเข้าใจและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น แล้วนำเสนอโดยผสมผสานวิธีการนำเสนอแบบอื่นๆ เช่น สัมภาษณ์ พูดคุย สาธิตเข้าไปด้วย” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 31 การสัมภาษณ์ ดร.สุเทพ เม้าสง่า

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “ควรเน้นการลงพื้นที่หาความเป็น เอกลักษณะของแต่ละพื้นที่ ซึ่งการทำสารคดีต้องเก็บรายละเอียดพื้นที่ให้ได้ สัมผัสกับภูมิปัญญา ความ

เป็นท้องถิ่น แล้วสัมภาษณ์กับผู้นำท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นผู้นำคณะสงฆ์ ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน หรือส่วนราชการ” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

ชลธิษ จันทรสิงห์ กล่าวว่า “รายการสารคดีที่นำเสนอทั้งสารคดีสั้น สารคดีเชิงประวัติศาสตร์เป็นกึ่งภาพยนตร์กึ่งประวัติศาสตร์หรือเป็นแบบสัมภาษณ์ ต้องให้ความสำคัญกับคอนเทนต์และภาพประกอบ เพื่อขยายความให้เห็นชัดขึ้น สารคดีอาจจะมีตลกสอดแทรกก็ได้ ทำได้หลากหลายรูปแบบ” (ชลธิษ จันทรสิงห์. 2563 : สัมภาษณ์)

2) รายการนิตยสาร (Magazine) เป็นลักษณะการนำเสนอที่มีเนื้อหาหลักเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็นเนื้อหาย่อยหลายๆ เรื่อง ซึ่งรายการนิตยสารเน้นการนำเสนอความหลากหลายของวิธีการนำเสนอ โดยที่เนื้อหารายการมีสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน

สัญญา ภักดีโพธิ์ กล่าวว่า “รูปแบบนิตยสารนั้นมีความหลากหลายทั้งเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และอื่นๆ ซึ่งเป็นความหลากหลายในตัวของรายการเอง ฉะนั้นรายการนิตยสารจึงเป็นได้ทั้งให้การนำเสนอสาระความรู้และความบันเทิงก็ได้” (สัญญา ภักดีโพธิ์. 2563 : สัมภาษณ์)

สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “การนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นต้องเนื้อหาที่หลากหลาย แต่ต้องอยู่ในรายการเดียวกัน ยกตัวอย่าง ช่วงแรกนำเสนอความเชื่อความศรัทธา แล้วตามด้วยเรื่องสถานที่ประวัติศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับช่วงแรก แล้วนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาไว้ช่วงท้าย อาจนำวิธีการสัมภาษณ์เข้ามาเสริมให้ความหลากหลายในการนำเสนอ” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

3) รายการปกิณกะ (Variety) เป็นลักษณะการนำเสนอที่มีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ เน้นความสนุกสนานและความบันเทิงในหลายๆ รูปแบบเข้าด้วยกัน

กมลพร คำนึ่ง กล่าวว่า “ปกิณกะเป็นรายการที่เน้นความบันเทิง เดี่ยวนี้คนไม่ค่อยชอบแบบเดิม เราต้องปรับงานพวกนี้ให้เป็นงานบันเทิง ดูจากการจัดอันดับหลายๆ ช่องแนวบันเทิงดีกว่าแต่ว่าเพิ่มสาระเข้าไป” (กมลพร คำนึ่ง. 2563 : สัมภาษณ์)

3.2.6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer)

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการให้เป็นไปตามที่กำหนดและต้องปรากฏตัวทางวิทยุโทรทัศน์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ไปยังผู้ชมรายการ ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีลักษณะดังนี้

1) ทักษะการสื่อสาร

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีความสามารถในการพูด การออกเสียง การใช้เสียงภาษาไทยได้อย่างชัดถ้อยชัดคำ คำควบกล้ำ

มีน้ำเสียงที่นุ่มนวล ดึงดูด และมีเสน่ห์น่าฟัง ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตาม และสามารถสื่อสาร ทั้งภาษากลางและภาษาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “ต้องมีความสามารถในการพูดด้วยการใช้ ภาษากลาง ภาษาอีสาน หรือพูดสองภาษาก็ได้ การออกเสียงต้องชัดเจน คำควบกล้ำ ร ล ว การออก เสียงภาษาไทยต้องถูกต้อง” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

อุทัย พลพวง กล่าวว่า “ต้องดึงดูดด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวลน่าฟัง บุคลิกภาพดี สื่อสารด้วยภาษาถิ่นหรือภาษากลางก็ได้ หรือมีผู้ร่วมรายการที่พูดภาษาถิ่นได้” (อุทัย พลพวง. 2563 : สัมภาษณ์)

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “มีเสน่ห์ในการพูดการใช้เสียงเป็นเรื่อง ที่สำคัญ การใช้ภาษาไทยการออกเสียงต้องฉะฉานชัดถ้อยชัดคำ คำควบกล้ำ ร ล ฉะนั้นคือคนที่ เป็นผู้นำหรือว่าเป็นพิธีกรเป็นคนที่สำคัญ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตาม พิธีกรที่ใช้ภาษากลาง แล้วก็มีมาสอดแทรกในภาษาถิ่น” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

2) ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมหรือประเด็นที่น่าสนใจ

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมี พื้นฐานความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น ความรู้เกี่ยวกับบริบท พื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์สถานการณ์รอบตัว และความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่น่าสนใจในรายการ

สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “ต้องมีพื้นฐานความรู้พอสมควร ความรู้ใน ที่นี้คือ ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น สภาพพื้นที่ จุดเด่น ของท้องถิ่น มีการนำสาระความรู้มาพูดสอดแทรกในรายการให้เกิดความน่าสนใจ โดยเฉพาะความรู้ รอบตัวอันนี้สำคัญ ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและตลอดเวลา ต้องติดตามเรื่องราวเหตุการณ์ หรือสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้ทันด้วย” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

ชลธิษ จันทร์สิงห์ กล่าวว่า “ต้องมีความรู้ด้วยจะได้สามารถพูดใน เรื่องนั้นในประเด็นที่พูดได้ชัดเจน” (ชลธิษ จันทร์สิงห์. 2563 : สัมภาษณ์)

3) บุคลิกภาพ

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมี บุคลิกภาพดี น่าสนใจ สนุกสนาน ร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “ผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ต้องมีทักษะใน เรื่องของการสื่อสารการพูดแล้ว ต้องรับผิดชอบงาน และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีด้วยเป็นองค์ประกอบที่ ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการ” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “บุคลิกภาพดี ดูน่าสนใจ มีเสน่ห์ในการ พูด” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

กมลพร คำนึ่ง กล่าวว่า “คนนำเสนอต้องสนุกสนาน เป็นภาค
บันเทิง ยิ้มแย้มแจ่มใส พิธีกรต้องทำให้คนดูคล้อยตามในสิ่งที่นำเสนอ” (กมลพร คำนึ่ง. 2563 :
สัมภาษณ์)

4) บุคคลท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์ (Youtuber)
ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรเป็น
บุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์ (Youtuber) ซึ่งอาจจะเป็นวัยเด็กหรือวัยหนุ่ม
สาวก็ได้ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่นำเสนอให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “พิธีกรอาจจะใช้ศิลปินที่เป็นเด็ก
ความน่ารักของเด็กจะเป็นจุดขายจุดหนึ่ง เขามีตำแหน่งหรือว่าเขาเป็นสาธารณชน บางคนเป็นนักร้อง
หมอลำมาถ่ายทอด ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงแต่ละพื้นที่ได้” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 :
สัมภาษณ์)

เจริญ เฟื่องมูล กล่าวว่า “พิธีกรจะต้องเป็นคนหนุ่มคนสาว เป็นคน
บุคลิกดี ร่าเริงแจ่มใส ดูอ่อนหวานน่ารักน่าเอ็นดู” (เจริญ เฟื่องมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

กมลพร คำนึ่ง กล่าวว่า “ผู้ดำเนินรายการควรจะเป็นคนท้องถิ่นที่มี
ชื่อเสียง ต้องหาบุคคลที่โดนใจและจดจำ คือถ้าผู้ดำเนินรายการเป็นคนมีชื่อเสียง เน็ตไอดอล ยูทูบ
เบอร์ก็น่าสนใจ โดนใจ ทำให้เกิดการจดจำ” (กมลพร คำนึ่ง. 2563 : สัมภาษณ์)

ชลธิช จันทร์สิงห์ กล่าวว่า “เรื่องของท้องถิ่นต้องเป็นบุคคลใน
ท้องถิ่น แล้วก็ใช้ภาษาท้องถิ่นเก่ง ต้องบุคลิกและคนอีสานจะได้สื่อสารและสื่อความหมายได้อย่าง
เหมาะสม” (ชลธิช จันทร์สิงห์. 2563 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 32 การสัมภาษณ์ นายชลธิช จันทร์สิงห์

3.2.7 ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time)

รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีความยาวระหว่าง 4-5 นาที และ 15-25 นาที

พรพิมล คงตระกูล กล่าวว่า “การนำเสนอต้องไม่เกิน 4 นาที เพื่อให้คนดูไม่เบื่อ” (พรพิมล คงตระกูล. 2563 : สัมภาษณ์)

จิรดา พูลสวัสดิ์ กล่าวว่า “การทำคอนเทนต์ออกมานำเสนอไม่เกิน 5 นาที ไม่ว่าจะเผยแพร่ทางไหนทีวีหรือออนไลน์ ยิ่งสั้นก็ยิ่งรับรู้และโดนใจได้ง่าย” (จิรดา พูลสวัสดิ์. 2563 : สัมภาษณ์)

กมลพร คำนิง กล่าวว่า “คนเราเบื่อขมมานาน ฉะนั้นเราจะทำตอบโจทย์ตรงนี้น่าจะ 5 นาที” (กมลพร คำนิง. 2563 : สัมภาษณ์)

ไชยพันธ์ แสงทอง กล่าวว่า “การนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นประมาณ 20 นาที ก็สามารถนำเสนอหรืออธิบายบริบทพื้นที่อัตลักษณ์ได้แล้ว” (ไชยพันธ์ แสงทอง. 2563 : สัมภาษณ์)

สัญญา ภัคดีโพธิ์ กล่าวว่า “ความยาวรายการจะต้องดูลักษณะการนำเสนอ รายการควบคู่ด้วย อย่างนิตยสารอาจจะเหมาะกับ 15-20 นาทีขึ้นไป แบ่งออกเป็นช่วงๆ ละ 5-10 นาที แต่สำหรับสารคดีเนื้อหาข้อมูลมากประกอบกับหลายองค์ประกอบ อย่างน้อยก็ 20-25 นาที หรือทำเป็นหลายๆ ตอนก็ได้” (สัญญา ภัคดีโพธิ์. 2563 : สัมภาษณ์)

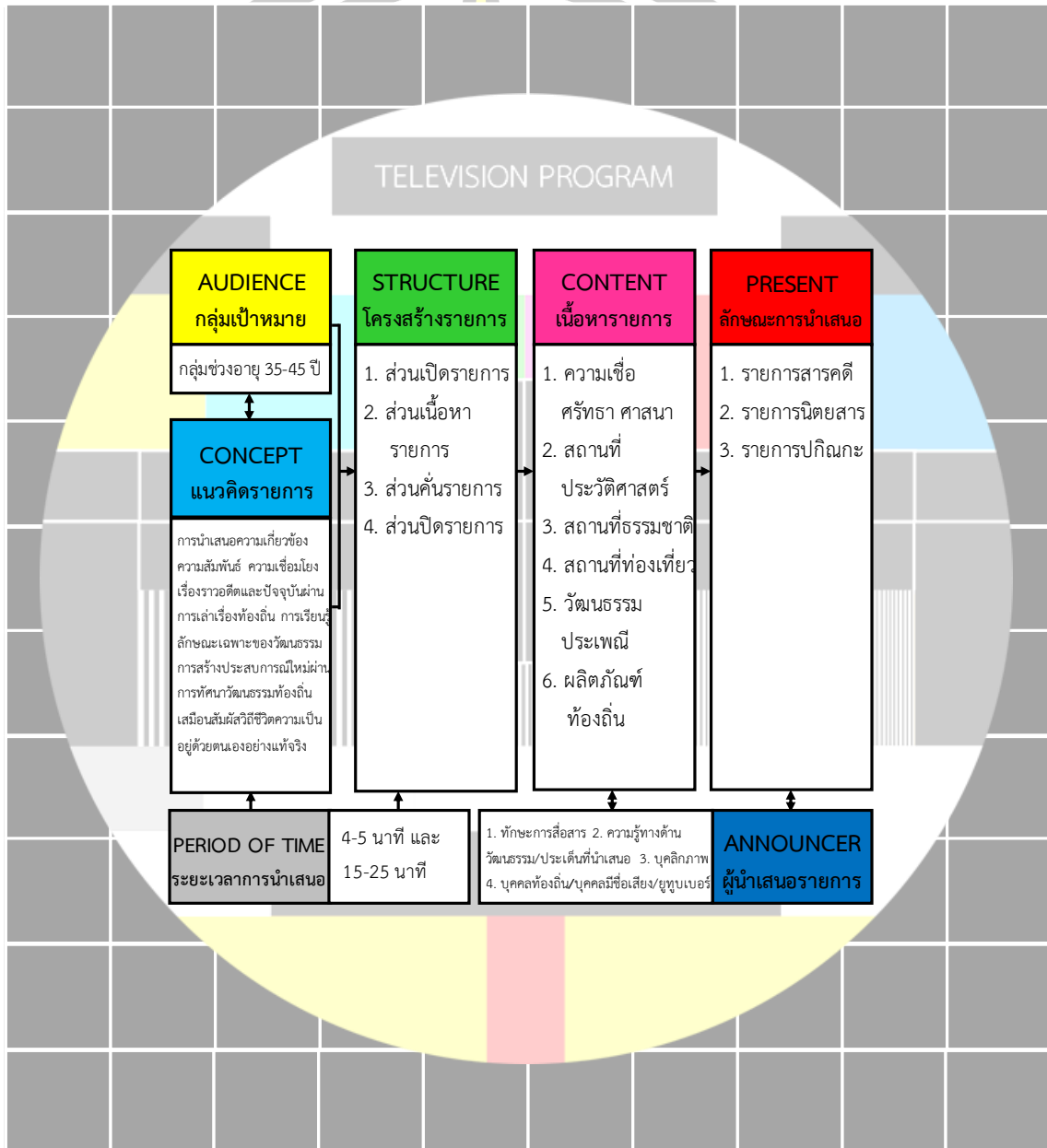
สุเทพ เม้าสง่า กล่าวว่า “ต้องไม่เกิน 15 นาที นำเสนอเนื้อหาให้ครบด้วยวิธีการที่หลากหลาย ทำให้เร็วที่สุดแล้วคนก็จะให้ความสนใจติดตามรอดูสัปดาห์ต่อไป” (สุเทพ เม้าสง่า. 2563 : สัมภาษณ์)

เจริญ เพ็งมูล กล่าวว่า “รายการเต็มี่ 25 นาทีกำลังดี อาจจะทำเป็นตอน ระยะเวลาที่มีผลต่อการสร้างความน่าสนใจ” (เจริญ เพ็งมูล. 2563 : สัมภาษณ์)

ชลธิษ จันทรสิงห์ กล่าวว่า “นำเสนอ 15-20 นาที ถ้าเกินกว่านั้นก็ไม่ได้ โฟกัสว่ามีจุดเด่นอะไรเป็นหลัก พยายามสั้นและจูงใจผู้ชมให้มากที่สุด” (ชลธิษ จันทรสิงห์. 2563 : สัมภาษณ์)

3.3 ขั้นตอนี่ 3 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านการรับรอง ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญของรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีองค์ประกอบ 7 ประการ ประกอบด้วย 1. กลุ่มเป้าหมาย (Audience) 2. แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์

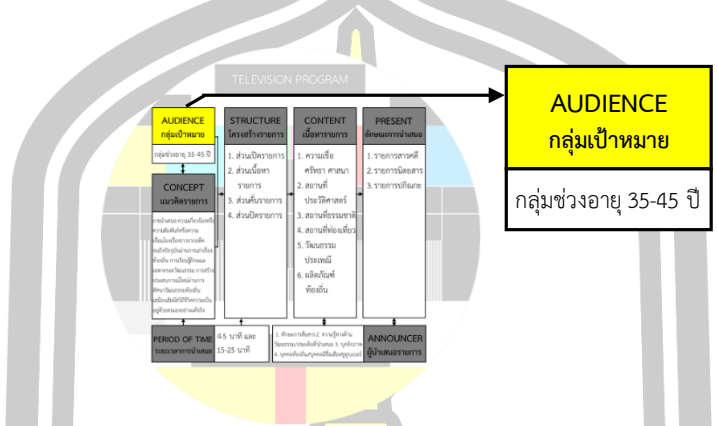
(Concept) 3. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure) 4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content) 5. ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present) 6. ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer) และ 7. ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time) ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 33 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านการรับรอง

การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มืองค์ประกอบ 7 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

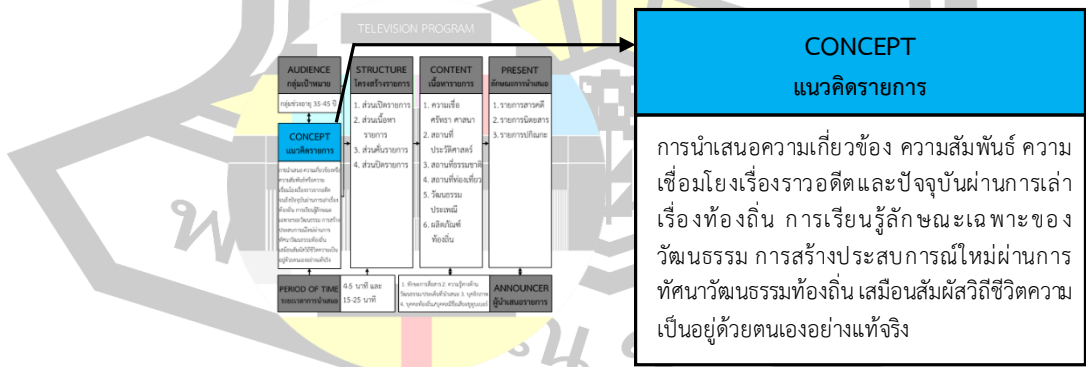
องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย (Audience)



ภาพประกอบ 34 องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย (Audience)

กลุ่มเป้าหมายช่วงอายุระหว่าง 35-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการเงิน ด้านร่างกาย ด้านชีวิตความเป็นอยู่ และสามารถปรับตัว ยอมรับ และเข้าใจบริบทท้องถิ่นที่แตกต่างกัน อีกทั้งกลุ่มวัยนี้ยังเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเปิดมุมมองการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเรียนรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่แตกต่างหลากหลายของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

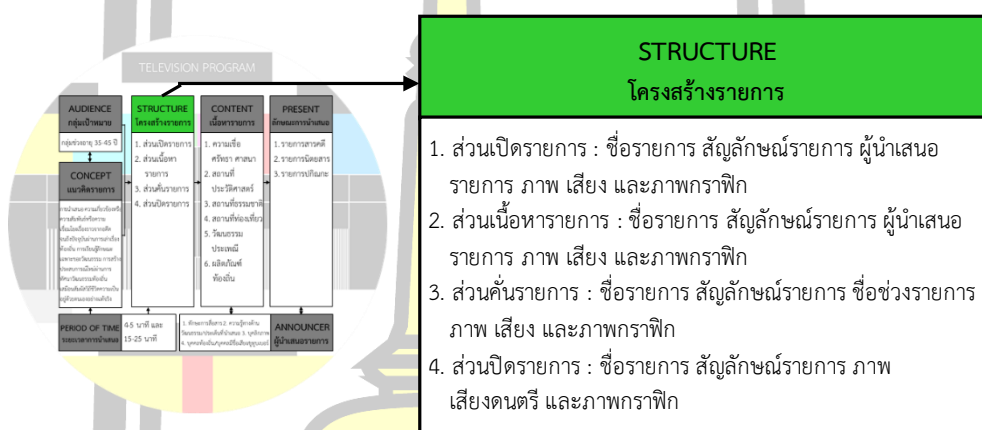
องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept)



ภาพประกอบ 35 องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept)

แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นแนวทางของรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับการแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยง เรื่องราวอดีตและปัจจุบันผ่านการเล่าเรื่องท้องถิ่น การเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่นที่แตกต่างและหลากหลาย ตลอดจนสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านการทัศนวิทัศนวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และวัฒนธรรมประเพณี เสมือนสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure)



ภาพประกอบ 36 องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure)

โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของรายการวิทยุโทรทัศน์แต่ละรายการ ซึ่งโครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ ส่วนเนื้อหา รายการ ส่วนค้นรายการ และส่วนปิดรายการ

- ส่วนเปิดรายการ (Title) เป็นส่วนนำเข้าสู่รายการวิทยุโทรทัศน์ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพเคลื่อนไหว (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก
- ส่วนเนื้อหารายการ (Content) เป็นส่วนของเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก

3. ส่วนคั่นรายการ (Interlude) เป็นช่วงคั่นเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ หรือการหยุดพักระหว่างช่วงรายการหนึ่งกับอีกช่วงรายการหนึ่ง ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์ รายการหรือโลโก้ (Logo) ชื่อช่วงรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย และเสียงดนตรี) และภาพกราฟิก

4. ส่วนปิดรายการ (Credit) เป็นส่วนท้ายของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยแสดงความขอบคุณผู้สนับสนุนรายการ ผู้ผลิตรายการ และแสดงเนื้อหารายการในตอนต่อไป ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียงดนตรี และภาพกราฟิก

องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content)

เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเนื้อเรื่อง เรื่องราว ข้อมูล และ ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อการสื่อสารหรือนำเสนอให้กับผู้ชม รายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

1. ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับบุคคลหรือสถานที่ ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความเลื่อมใส หรือสิ่งที่ผู้คนเชื่อมั่น เชื่อถือ เคารพบูชา และนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

1.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ท่าน้าวสุรนารี (ย่าโม)

หลวงพ่อคุณ ปริสุทฺโธ

1.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย พระธาตุขามแก่น (วัดเจติยภูมิ)

พระมหาธาตุแก่นนคร (วัดหนองแวง) วัดไชยศรี

1.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดมหาวนาราม

วัดหนองป่าพง วัดหลวง

2. สถานที่ประวัติศาสตร์ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสถานที่หรืออาคาร สิ่งก่อสร้างที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือศิลปกรรมที่มีหลักฐาน หรือร่องรอยกิจกรรมปรากฏอยู่ และมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น

2.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย
เรือนโคราช

2.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเวียง

2.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติผาแต้ม

3. สถานที่ธรรมชาติ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานที่ที่แสดงถึงความงดงามของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือภูมิศาสตร์ หรือการศึกษาธรรมชาติที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

3.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
วังน้ำเขียว

3.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ
อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน

3.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย สามพันโบก ผาชนะได
แม่น้ำสองสี

4. สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ได้รับความประทับใจ หรือเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

4.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานลานบุญมหาวิหาร
สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน

4.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย บึงแก่นนคร พิพิธภัณฑน์ไดโนเสาร์
ภูเวียง หมู่บ้านงูจงอาง

4.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว
วัดพระธาตุหนองบัว พิพิธภัณฑน์คำปุน

5. วัฒนธรรมประเพณี เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการแสดงกิจกรรมที่ปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเป็นชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีอาจอยู่ในรูปแบบของงานเทศกาล

5.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย งานฉลองวันแห่งชัยชนะของ
ท้าวสุรนารี งานเทศกาลเที่ยวพิมายและการแข่งขันเรือยาว การแสดงเพลงโคราช

5.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย งานเทศกาลงานใหม่และ
ประเพณีผูกเสี่ยว งานเทศกาลดอกคูณเสียงแคนและสงกรานต์ถนนข้าวเหนียว

5.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ประเพณีแห่เทียนพรรษา
หมอลำ

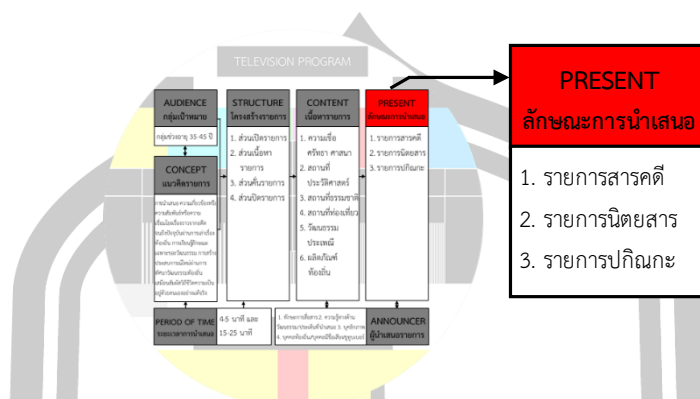
6. ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยนำภูมิปัญญาหรือวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตหรือพัฒนาสินค้า

- 6.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ผ้าไหม หมี่โคราช เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ขนมจีนบ้านประโดก
- 6.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ผ้าไหมมัดหมี่ ไม้่างเขาสวนกวาง
- 6.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ผ้ากาบบัว เครื่องทองเหลือง บ้านปะอว หมูยอ เค็มบักนัด ก๋วยจั๊บ



ภาพประกอบ 37 องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content)

องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present)



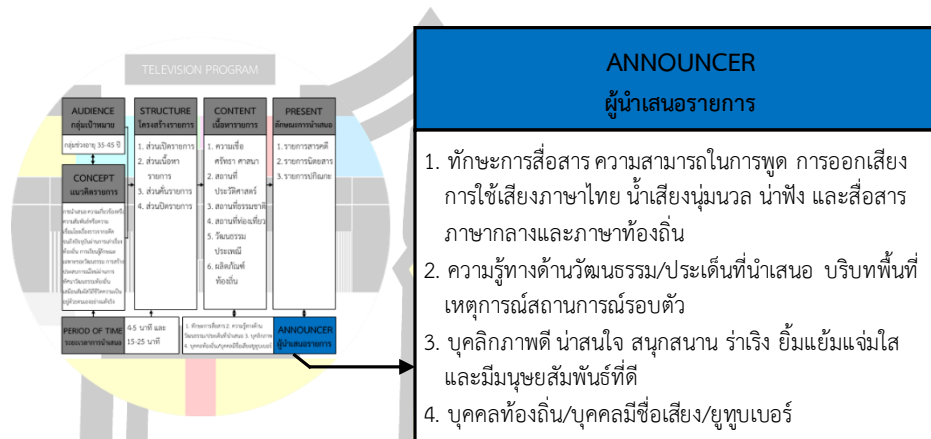
ภาพประกอบ 38 องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present)

ลักษณะการนำเสนอเป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาหรือส่วนที่บรรจุไว้ในรายการวิทยุโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมจุดเด่นและความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่

1. รายการสารคดี (Documentary) เป็นการนำเสนอข้อมูล สารระความรู้ ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวความเป็นจริง โดยสอดแทรกความบันเทิงร่วมด้วย ทั้งนี้ รายการสารคดีจะเน้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือนำเสนอเพียงประเด็นเดียวเท่านั้น แต่จะมีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ การสาธิตและทดลอง เป็นต้น
2. รายการนิตยสาร (Magazine) เป็นการนำเสนอที่มีเนื้อหาหลักเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็นเนื้อหาย่อยหลายๆ เรื่อง ซึ่งรายการนิตยสารเน้นการนำเสนอความหลากหลายของวิธีการนำเสนอ โดยที่เนื้อหารายการมีสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน
3. รายการปิกนิกะ (Variety) เป็นการนำเสนอที่มีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ เน้นความสนุกสนานและความบันเทิงในหลายๆ รูปแบบเข้าด้วยกัน

พูน ปณ ทิโต ชิว

องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer)



ภาพประกอบ 39 องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer)

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการให้เป็นไปตามที่กำหนดและต้องปรากฏตัวทางวิทยุโทรทัศน์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ไปยังผู้ชมรายการ ซึ่งผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีลักษณะดังนี้

1. ทักษะการสื่อสาร

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีความสามารถในการพูด การออกเสียง การใช้เสียงภาษาไทยได้อย่างชัดถ้อยชัดคำ คำควบกล้ำ มีน้ำเสียงที่นุ่มนวล ดึงดูด และมีเสน่ห์น่าฟัง ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกลอยตาม และสามารถสื่อสารทั้งภาษากลางและภาษาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

2. ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมหรือประเด็นที่นำเสนอ

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีพื้นฐานความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น ความรู้เกี่ยวกับบริบทพื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์สถานการณ์รอบตัว และความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่นำเสนอในรายการ

3. บุคลิกภาพ

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้นควรมีบุคลิกภาพดี น่าสนใจ สนุกสนาน ร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

4. บุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรเป็นบุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์ (Youtuber) ซึ่งอาจจะเป็นวัยเด็กหรือวัยรุ่นสาวก็ได้ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่นำเสนอให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบที่ 7 ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time)



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สรุปผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดขึ้นจากแนวคิดในการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร และสร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเริ่มแรกจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยออกอากาศในระบบขาวดำ และระบบสี แต่ในขณะนั้นพบว่าหลายพื้นที่ไม่สามารถรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ได้อย่าง

ชัดเจน จึงเกิดการขยายพื้นที่การส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างจังหวัดมากยิ่งขึ้น ออกอากาศผ่านระบบเคเบิลทีวี ดังนั้นผู้รับชมรายการโทรทัศน์จึงเปลี่ยนวิธีการรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากเสาอากาศมาเป็นระบบสายเคเบิลระบบ โดยใช้สายสัญญาณใยแก้วนำแสงหรือสายไฟเบอร์ออปติกเป็นสายหลัก แล้วส่งต่อผ่านสายโคแอกเซียลไปยังบ้านของผู้ชม และผ่านดาวเทียม โดยคิดค่าบริการรายเดือน เคเบิลทีวีเริ่มพัฒนาช่องรายการต่างๆ โดยการซื้อลิขสิทธิ์ช่องรายการคุณภาพ และผลิตรายการข่าวท้องถิ่นเป็นช่องรายการเพิ่ม จนกระทั่งมีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช. และทีวีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ เคเบิลทีวีท้องถิ่นที่ต้องขาดทุนและปิดกิจการ ตลอดจนภาระค่าใช้จ่ายและคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจเคเบิลท้องถิ่นต้องปรับตัวในการให้บริการ จำนวนช่องรายการ และคุณภาพความคมชัดทั้งภาพและเสียง ซึ่งลักษณะการดำเนินการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐส่วนภูมิภาค เป็นหน่วยงานที่ภาครัฐเป็นเจ้าของ และดำเนินการเอง เพื่อเป็นสื่อหลัก ในการเผยแพร่ความรู้ การศึกษา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชน เป็นองค์กร ภาคธุรกิจประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกเพื่อดำเนินธุรกิจมุ่งแสวงหากำไร ส่วนการบริหารงานนั้น สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนดำเนินการตามการตลาดเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจและมุ่งแสวงหากำไรจากการ ดำเนินงาน โดยมีโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กรเป็นการแสดงความสัมพันธ์และบทบาทหน้าที่ ขององค์กร เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายความสำเร็จของ องค์กรที่ได้กำหนดไว้ โดยการจัดโครงสร้างหลักๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการแบ่งหน้าที่ ได้แก่ ฝ่าย บริหาร ฝ่ายสำนักงานหรือฝ่ายธุรการ ฝ่ายข่าว ฝ่ายรายการ ฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายห้องส่งหรือฝ่ายเทคนิคหรือฝ่ายแพร่ภาพรายการหรือฝ่ายช่าง ทั้งนี้ โครงสร้างองค์กรต้อง กำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ การแบ่งสายงาน สายบังคับบัญชา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ วางไว้อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ ที่มาของรายได้มาจากเงินงบประมาณแผ่นดิน รายได้ จากค่าบริการสมาชิก รายได้จากค่าติดตั้งอุปกรณ์ และรายได้อื่นๆ เช่น การสนับสนุนจากหน่วยงาน การเช่าเวลาออกอากาศ การผลิตรายการประเภทต่างๆ เป็นต้น การกำกับดูแลและควบคุมโดย หน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. กรม ประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช.

รายการวิทยุโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นเป็นหลัก และยังมี การนำเสนอเนื้อหาอื่นๆ ที่มีความหลากหลาย เช่น การเกษตร กีฬา อาหาร ศิลปวัฒนธรรม ธรรมะ และ การท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบรายการข่าว นอกจากนี้มีวิธีการนำเสนอรายการ

รูปแบบอื่นๆ ได้แก่ รูปแบบรายการพุดคุย รายการสนทนา รายการปกิณกะหรือรายการวาไรตี้ และ รายการสารคดี เป็นต้น ส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบรายการปกิณกะหรือรายการวาไรตี้ และมีวิธีการนำเสนอรายการในรูปแบบรายการข่าว หรือสื่ूपข่าว ตลอดจนมีการนำเนื้อหารายการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้าไปแทรกไว้ในรายการอื่นๆ ทั้งนี้รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ที่หลากหลาย มีความใกล้ชิดและเป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ อาทิ ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ เป็นต้น อีกทั้งยังนำเสนอเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น นอกจากนี้รายการวิทยุโทรทัศน์มีลักษณะของการผลิตรายการ ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ และรายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด

2. สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการดำเนินการภายใต้สถานการณ์ทาง เศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลต่อการประกอบกิจการของสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลที่เป็นทางเลือกให้กับผู้ชม อีกทางหนึ่ง สื่อวิทยุโทรทัศน์จึงต้องปรับการนำเสนอเนื้อหารายการท้องถิ่นและเพิ่มช่องรายการพิเศษ ให้หลากหลาย และการเพิ่มธุรกิจการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต งานผลิตรายการนอกสถานที่ งานถ่ายทอดสด งานโปรดักชั่นต่างๆ เพื่อขยายโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่สถานประกอบการ ตลอดจนการปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอ คือ ออนไลน์ (Online) และออนกราวนด์ (On ground) เพื่อตอบสนองกับความต้องการของคนในท้องถิ่น โดยมีลักษณะของการดำเนินการ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐเป็นการประกอบการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ สนับสนุนการ ดำเนินงานหน่วยงานของรัฐ มีระบบบริหารจัดการแบบราชการ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชน เป็นการประกอบการของกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐ ในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัท จำกัด ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินการ คือ การประกอบธุรกิจที่มีบุคคลร่วมกันจัดตั้งขึ้น เพื่อทำกิจการ ร่วมกัน โดยอาศัยบุคคล (หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น) ที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และ ประสบการณ์มาบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อการแสวงหา ผลกำไรจากการประกอบกิจการ สถานีวิทยุโทรทัศน์มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ เป็น สถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น และเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของท้องถิ่น โดยการพัฒนา ความน่าเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร กำหนดพันธกิจกิจการด้านการดำเนินงานในการเป็นสื่อกลางการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การผลิตและนำเสนอรายการต่างๆ ที่มีคุณภาพผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ ตอบสนองความต้องการการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ชม รายการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระที่เป็นประโยชน์ ใดๆ ก็ดี

ในการดำเนินงานตามพันธกิจดังกล่าว สื่อมวลชนต้องอยู่ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม มีลักษณะของโครงสร้างองค์กร ได้แก่ การจัดองค์กรแบบราชการ เน้นการจัดโครงสร้างทางการ มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถ โดยมีสายบังคับบัญชามอบหมายงานชัดเจน มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามลำดับชั้น และการจัดองค์กรแบบธุรกิจ เน้นหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นหลัก กำหนดตำแหน่งงานและความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่างชัดเจน มีสายบังคับบัญชาเป็นลำดับชั้น การสั่งการจากบนลงล่างและสะท้อนจากล่างขึ้นบน เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารระหว่างกัน ทั้งนี้ รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์มาจากงบประมาณภาครัฐ โดยรัฐบาลสนับสนุนเงินให้ดำเนินการตามนโยบาย รายได้จากค่าบอกรับสมาชิก เป็นรายได้จากการให้บริการธุรกิจเคเบิล รายได้จากผู้สนับสนุนรายการ เช่น ค่าโฆษณา ค่าแสดงสินค้า แคมเปญเชิงพาณิชย์ และรายได้จากการให้บริการ เช่น บริการดาวเทียม บริการอินเทอร์เน็ต รัฐบาลผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นต้น การกำกับดูแลและควบคุมของสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการกำกับดูแลโดยรัฐบาล และการกำกับดูแลกันเอง และมีข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน์คือ ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ และด้านวัสดุอุปกรณ์ สำหรับแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ การผลิตรายการที่มีคุณภาพ การจัดการช่องทางการสื่อสาร และการประกอบธุรกิจอื่นร่วมด้วย

โดยรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ดึงดูดและเข้าถึงผู้ชมรายการได้โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรายการข่าวท้องถิ่นและสาระความรู้เป็นหลัก และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม วิทยาการความก้าวหน้าด้านต่างๆ และการเกษตร เป็นต้น ซึ่งรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ มีรูปแบบรายการข่าวเป็นรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง เรื่องราวข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น รูปแบบรายการพูดคุยเป็นการนำเสนอโดยการหยิบยกประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจมานำเสนอ และรูปแบบรายการนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเดียวกัน แต่มีความหลากหลายในลักษณะของวิธีการนำเสนอ ส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีลักษณะการนำเสนอในรูปแบบรายการนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น ตลอดจนนำเสนอด้วยการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่นอีกด้วยสะท้อนความเป็นท้องถิ่นในหลายๆ ด้าน เช่น เรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เรื่องของวัฒนธรรมประเพณี เรื่องของความเชื่อและศาสนา ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ และเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น โดยสอดแทรกในรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีลักษณะการนำเสนอรูปแบบรายการนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น ตลอดจนนำเสนอด้วยการสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่น ซึ่งลักษณะรายการวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมกันผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ให้

เวลาออกอากาศ และรายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด การกำหนดสัดส่วนของรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. โดยเน้นการนำเสนอรายการที่เป็นข่าวสาร สารประโยชน์ รายการท้องถิ่น สังคม และวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมจากภายนอกหรือการ สนับสนุนรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการผลิตรายการร่วมกัน การมีส่วนร่วมของ ผู้ชมรายการ และการสนับสนุนของรางวัล

สำหรับปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างรายการวิทยุ โทรทัศน์ไม่สามารถกระตุ้นผู้ชมให้รับชมรายการได้ ขาดความโดดเด่นน่าสนใจในการนำเสนอ ขาดการเอาใจใส่ และส่วนประกอบต่างๆ เช่น ตัวอักษร สัญลักษณ์รายการไม่ทันสมัยและไม่ สร้างสรรค์ 2) ด้านเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม มีจำนวนน้อย ขาดความหลากหลาย และมีการแทรกเนื้อหารายการเข้าไปปรากฏ 3) ด้านลักษณะการนำเสนอ รายการวิทยุโทรทัศน์ไม่หลากหลายและไม่สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการได้ตั้งแต่ต้นจนจบ รายการ 4) ด้านผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทพื้นที่และ ความรู้ทางด้านวัฒนธรรม การสื่อสารไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย พูดไม่ชัดเจน และขาดการสร้าง ลักษณะเฉพาะของตนเอง เพื่อให้ผู้ชมจดจำรายการได้ และ 5) ด้านระยะเวลาการนำเสนอาน เกินไป

3. รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดทำ (ร่าง) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริม อัตลักษณ์ท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ ท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 3 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านการรับรอง

องค์ประกอบของรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. กลุ่มเป้าหมาย (Audience) 2. แนวคิดรายการวิทยุ โทรทัศน์ (Concept) 3. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure) 4. เนื้อหารายการ วิทยุโทรทัศน์ (Content) 5. ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present) 6. ผู้นำเสนอ รายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer) และ 7. ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time) โดยมี

รายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย (Audience)

กลุ่มเป้าหมายช่วงอายุระหว่าง 35-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการเงิน ด้านร่างกาย ด้านชีวิตความเป็นอยู่ และสามารถปรับตัว ยอมรับ และเข้าใจบริบทท้องถิ่นที่แตกต่างกัน อีกทั้งกลุ่มวัยนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเปิดมุมมองการเรียนรู้ โดยเฉพาะการเรียนรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่แตกต่างหลากหลายของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept)

แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นแนวทางของรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับการแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงเรื่องราวอดีตและปัจจุบันผ่านการเล่าเรื่องท้องถิ่น การเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่นที่แตกต่างและหลากหลาย ตลอดจนสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านการทัศนวิทัศนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และวัฒนธรรมประเพณี เสมือนสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure)

โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของรายการวิทยุโทรทัศน์แต่ละรายการ ซึ่งโครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ ส่วนเนื้อหา รายการ ส่วนค้นรายการ และส่วนปิดรายการ

1. ส่วนเปิดรายการ (Title) เป็นส่วนนำเข้าสู่รายการวิทยุโทรทัศน์ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพเคลื่อนไหว (ภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก
2. ส่วนเนื้อหารายการ (Content) เป็นส่วนของเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ผู้นำเสนอรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ) และภาพกราฟิก
3. ส่วนค้นรายการ (Interlude) เป็นช่วงค้นเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์หรือการหยุดพักระหว่างช่วงรายการหนึ่งกับอีกช่วงรายการหนึ่ง ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ชื่อช่วงรายการ ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียง (เสียงบรรยาย และเสียงดนตรี) และภาพกราฟิก

4. ส่วนปิดรายการ (Credit) เป็นส่วนท้ายของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยแสดงความขอบคุณผู้สนับสนุนรายการ ผู้ผลิตรายการ และแสดงเนื้อหารายการในตอนต่อไป ประกอบด้วย ชื่อรายการ สัญลักษณ์รายการหรือโลโก้ (Logo) ภาพ (ภาพเคลื่อนไหว และภาพนิ่ง) เสียงดนตรี และภาพกราฟิก

องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content)

เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เป็นการนำเสนอเนื้อเรื่อง เรื่องราว ข้อมูล และความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อการสื่อสารหรือนำเสนอให้กับผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

1. ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับบุคคลหรือสถานที่ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความเลื่อมใส หรือสิ่งที่ผู้คนเชื่อมั่น เชื่อถือ เคารพบูชา และนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

1.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ท่าน้าวสุนาริ (ย่าโม)

หลวงพ่อคุณ ปรีสุทโธ

1.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย พระธาตุขามแก่น (วัดเจติยภูมิ)

พระมหาธาตุแก่นนคร (วัดหนองแวง) วัดไชยศรี

1.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดมหาวนาราม

วัดหนองป่าพง วัดหลวง

2. สถานที่ประวัติศาสตร์ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือศิลปกรรมที่มีหลักฐานหรือร่องรอยกิจกรรมปรากฏอยู่ และมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น

2.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย
เรือนโคราช

2.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเวียง

2.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติผาแต้ม

3. สถานที่ธรรมชาติ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานที่ที่แสดงถึงความงดงามของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือภูมิศาสตร์ หรือการศึกษาธรรมชาติที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

3.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

วังน้ำเขียว

3.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ
อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน

3.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย สามพันโบก ผาชนะใต้
แม่น้ำสองสี

4. สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน ได้รับ
ประสบการณ์ หรือเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

4.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อุทยานลานบุญมหาวิหาร
สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน

4.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย บึงแก่นนคร พิพิธภัณฑน์ไดโนเสาร์
ภูเวียง หมู่บ้านจุงอาง

4.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว
วัดพระธาตุหนองบัว พิพิธภัณฑน์คำปุน

5. วัฒนธรรมประเพณี เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการแสดงกิจกรรมที่
ปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเป็น
ชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีอาจอยู่ในรูปแบบของงานเทศกาล

5.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย งานฉลองวันแห่งชัยชนะของ
ท้าวสุรนารี งานเทศกาลเที่ยวพิมายและการแข่งขันเรือยาว การแสดงเพลงโคราช

5.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย งานเทศกาลงานไหมและ
ประเพณีผูกเสี่ยว งานเทศกาลดอกคูณเสียงแคนและสงกรานต์ถนนข้าวเหนียว

5.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ประเพณีแห่เทียนพรรษา
หมอลำ

6. ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์
ท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยนำภูมิปัญญาหรือวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตหรือ
พัฒนาสินค้า

6.1 จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ผ้าไหม หมี่โคราช
เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ขนมจีนบ้านประโดก

6.2 จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ผ้าไหมมัดหมี่ไถ่อย่างเขาสวนกวาง

6.3 จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ผ้ากาบบัว เครื่องทองเหลือง
บ้านปะอ่าว หมูยอ เค็มบักนัด ก้วยจื๊บ

องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present)

ลักษณะการนำเสนอเป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาหรือส่วนที่บรรจุไว้ในรายการวิทยุโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมจุดเด่นและความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่ง ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่

1. รายการสารคดี (Documentary) เป็นการนำเสนอข้อมูล สารความรู้ ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวความเป็นจริง โดยสอดแทรกความบันเทิงร่วมด้วย ทั้งนี้ รายการสารคดีจะ เน้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือนำเสนอเพียงประเด็นเดียวเท่านั้น แต่จะมีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ การสาธิตและทดลอง เป็นต้น
2. รายการนิตยสาร (Magazine) เป็นการนำเสนอที่มีเนื้อหาหลักเฉพาะ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็นเนื้อหาย่อยหลายๆ เรื่อง ซึ่งรายการนิตยสารเน้นการนำเสนอความ หลากหลายของวิธีการนำเสนอ โดยที่เนื้อหารายการมีสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน
3. รายการปิกนิก (Variety) เป็นการนำเสนอที่มีความหลากหลายทั้งใน ด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ เน้นความสนุกสนานและความบันเทิงในหลายๆ รูปแบบเข้าด้วยกัน

องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer)

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการให้เป็นไปตามที่ กำหนดและต้องปรากฏตัวทางวิทยุโทรทัศน์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ไปยังผู้ชมรายการ ซึ่งผู้นำ เสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีลักษณะดังนี้

1. ทักษะการสื่อสาร
ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมี ความสามารถในการพูด การออกเสียง การใช้เสียงภาษาไทยได้อย่างชัดถ้อยชัดคำ คำควบกล้ำ มี น้ำเสียงที่นุ่มนวล ดึงดูด และมีเสน่ห์น่าฟัง ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกลอยตาม และสามารถสื่อสารทั้ง ภาษากลางและภาษาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม
2. ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมหรือประเด็นที่นำเสนอ
ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีพื้น ฐานความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น ความรู้เกี่ยวกับบริบท พื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์สถานการณ์รอบตัว และความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่นำเสนอในรายการ
3. บุคลิกภาพ
ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้นควรมี บุคลิกภาพดี น่าสนใจ สนุกสนาน ร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

4. บุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์

ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรเป็นบุคคลในท้องถิ่นหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์ (Youtuber) ซึ่งอาจจะเป็นวัยเด็กหรือวัยหนุ่มสาวก็ได้ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่นำเสนอให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบที่ 7 ระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time)

ระยะเวลาการนำเสนอเป็นการกำหนดความยาวของเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีความยาวระหว่าง 4-5 นาที และ 15-25 นาที

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือแรกเริ่มจัดตั้งขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร และสร้างความเข้าใจอันดีต่อประชาชน ดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลและควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐบาล แบ่งออกเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐส่วนภูมิภาคดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ความรู้ การศึกษา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคเอกชนดำเนินการลักษณะองค์กรภาคธุรกิจประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก มุ่งแสวงหากำไรและขยายพื้นที่สัญญาณให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในภาคอีสาน โดยมีโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กรเป็นการแสดงความสัมพันธ์และบทบาทหน้าที่ขององค์กร ด้านรายการวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการนำเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นเป็นหลัก และมีวิธีการนำเสนอที่เน้นรูปแบบรายการข่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2552) ที่กล่าวว่า ประเภทรายการที่สำคัญสำหรับโทรทัศน์ท้องถิ่น คือ รายการข่าวท้องถิ่น หรือข่าวส่วนภูมิภาคนั้นๆ เนื่องจากลักษณะของรายการข่าวท้องถิ่นหรือส่วนภูมิภาคจะมีความใกล้ชิด เพราะสามารถนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นได้ดีกว่ารายการอื่นๆ และเป็นรายการที่นำเสนอต่อเนื่องทุกวัน ส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอรูปแบบรายการ ปกิณกะหรือรายการวาไรตี้ และรูปแบบรายการข่าวมีการนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ที่หลากหลายใกล้ชิดและเป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการโทรทัศน์ อาทิ ข่าวท้องถิ่น กิจกรรมชุมชน วิถีชีวิต การเกษตร กฎหมาย กีฬา อาหาร และสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงศ์

จันทรางกุล (2557) ที่กล่าวว่า ชาวท้องถิ่นมีความพิเศษแตกต่างจากสื่อมวลชนในระดับชาติและการรายงานข่าวระดับชาติ เพราะข่าวที่ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นได้นำเสนอออกไปสู่ชุมชนและคนในสังคมนั้น มีจำนวนผู้ชมอยู่เพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้น ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่แพร่กระจายออกไปจะมีความเกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับผู้ชมสูงมาก ขณะเดียวกันผู้ชมเองก็มีความคาดหวังต่อการนำเสนอข้อเท็จจริงของผู้สื่อข่าวระดับท้องถิ่น จะสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ โดยเฉพาะความต้องการในระดับพื้นฐานด้านการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้งยังนำเสนอเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง อาทิ เพลง ท่องเที่ยว การประกวดแข่งขัน และการตอบปัญหา เป็นต้น ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหารายการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้าไปแทรกไว้ในรายการอื่นๆ อีกด้วย ทั้งนี้ได้มีการผลิตรายการในหลายลักษณะ ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ และรายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด

2. สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

2.1 สภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์

ผลการวิจัยในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันของสื่อวิทยุโทรทัศน์ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้รับชมรายการ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหาการท้องถิ่น เพิ่มจำนวนช่องรายการเฉพาะกลุ่ม และเพิ่มช่องทางรายได้จากธุรกิจการให้บริการ อาทิ อินเทอร์เน็ต งานผลิตรายการนอกสถานที่ งานถ่ายทอดสด และงานโปรดักชั่นต่างๆ รวมถึงการปรับกลยุทธ์ในการเข้าถึงผู้รับชมรายการ โดยการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ผ่านช่องทางออนไลน์ (On air) ออนไลน์ (Online) และออนกราวด์ (On ground) มีการจัดองค์กรที่เน้นถึงความสำคัญในอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล และเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารสองทางกับบุคลากรในสถานีโทรทัศน์ อีกทั้งมีการบริหารงานที่มุ่งเน้นการเป็นโทรทัศน์ของท้องถิ่น ผ่านการนำเสนอรายการข่าวสารท้องถิ่นที่มีคุณภาพ ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน และตรงตามความต้องการของผู้รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายใต้กรอบแห่งกฎหมายวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม หลักเกณฑ์ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. รวมทั้งการกำกับดูแลกันเองในกลุ่มวิชาชีพสื่อสารมวลชน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุมนมาศ คำทอง (2560) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสุดท้ายที่มีผลต่อความอยู่รอดและศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไรของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล คือ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และการตลาด โดยการสร้างความได้เปรียบและการแข่งขันแบ่งทางการตลาดนั้น หมายถึง ต้องรู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง และใช้จุดแข็งของตนเองสร้างความได้เปรียบ รวมทั้งต้องสามารถวิเคราะห์คู่แข่งได้ เพราะเราต้องเผชิญคู่แข่งที่มีศักยภาพแตกต่างกันออกไป ต้องสามารถปรับตัวและ

ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันและคู่แข่งนอกอุตสาหกรรมให้ได้ กลยุทธ์ทางการตลาดแบบเดิมที่ใช้แบบ Mass Market อาจใช้ไม่ได้ผลในยุคที่ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายขึ้น อาจต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นแบบตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน ด้านรายการวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรายการข่าวท้องถิ่นและสาระความรู้เป็นหลักด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย ได้แก่ รูปแบบรายการข่าว รูปแบบรายการพูดคุย และรูปแบบรายการนิตยสาร นอกจากนี้ด้านรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอเนื้อหา รายการวิทยุโทรทัศน์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นภาคอีสานด้วยภาษาท้องถิ่น โดยมีลักษณะการนำเสนอรูปแบบรายการนิตยสาร รายการวาไรตี้ และรายการข่าวท้องถิ่น ซึ่งการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์มีลักษณะหลากหลาย ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตเอง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ร่วมกันผลิต รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ให้เวลาออกอากาศ และ รายการวิทยุโทรทัศน์ถ่ายทอดสด โดยได้รับความร่วมมือจากภายนอกในการผลิตรายการร่วมกัน การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ และการสนับสนุนของรางวัล

2.2 ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ คือ โครงสร้างรายการและลักษณะการนำเสนอ รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ไม่สามารถกระตุ้นผู้ชมให้ติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง และขาดความโดดเด่นน่าสนใจในการนำเสนอ ซึ่งรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหารายการ ขาดความหลากหลาย และไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม โดยผู้นำเสนอรายการยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทพื้นที่และความรู้ทางด้านวัฒนธรรม การสื่อสารไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย พูดไม่ชัดเจน และขาดการสร้างลักษณะเฉพาะของตนเอง เพื่อให้ผู้ชมจดจำรายการได้ อีกทั้งยังให้ความสำคัญระยะเวลาเผยแพร่การนำเสนอรายการที่เหมาะสม

3. การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย (Audience) แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ (Concept) โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ (Structure) เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ (Content) ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Present) ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ (Announcer) และระยะเวลาการนำเสนอ (Period of Time)

องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีความสนใจและความต้องการเฉพาะเรื่อง การกำหนดกลุ่มผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ต้องมีความชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายมีช่วงอายุ

ระหว่าง 35-45 ปี เป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพและความพร้อมในหลายๆ ด้าน ซึ่ง วัชระ แววุฒินันท์ (กัณตภณ พุ่มประดับ, 2558 ; อ้างอิงมาจาก วัชระ แววุฒินันท์, 2548) กล่าวว่า ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่รายการโทรทัศน์นั้นๆ ต้องการจะสื่อสารถึงให้ชัดเจน โดยทั่วไปกลุ่มเป้าหมายมักจะเป็นกลุ่มผู้ชมที่เป็นประชาชนทั่วไป ทุกเพศทุกวัย ไม่จำกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ แต่ก็มีรายการโทรทัศน์เฉพาะกลุ่ม เช่น รายการสำหรับผู้หญิง รายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการสำหรับกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิศา แสงพรรค (2560) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงานนี้ให้ความสำคัญกับด้านสังคมและวัฒนธรรมมากที่สุด ซึ่งหมายถึง ความต้องการเรียนรู้หาประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนหลากหลายแบบ

องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นการกำหนดแนวทางการถ่ายทอดเนื้อหาเรื่องราวอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งต้องมีการกำหนดแนวคิดให้ชัดเจน ดังที่ วัชระ แววุฒินันท์ (กัณตภณ พุ่มประดับ, 2558 ; อ้างอิงมาจาก วัชระ แววุฒินันท์, 2548) อธิบายว่า แก่นรายการโทรทัศน์ที่ดีต้องกำหนดให้ชัดเจน มีความน่าสนใจ หรือต้องหาจุดเด่นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความแตกต่างให้กับรายการวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้ แนวคิดรายการเป็นการนำเสนอความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงเรื่องราวอดีตและปัจจุบันผ่านการเล่าเรื่องท้องถิ่น การเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของท้องถิ่นที่แตกต่างและหลากหลาย ตลอดจนสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านการทัศนวิทัศนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และวัฒนธรรมประเพณี เสมือนสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยตนเองอย่างแท้จริง ซึ่ง ภัสวาลี นิตติเกษตรสุนทร (2546) กล่าวว่า วิทยุโทรทัศน์มีบทบาทในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อย หรือสอดแทรกความรู้ด้านวัฒนธรรมผ่านทางรายการประเภทต่างๆ บทบาทในการอบรมบ่มเพาะทางสังคม การนำเสนอทางวิทยุโทรทัศน์เป็นการสะท้อนระเบียบแบบแผนทางสังคม ซึ่งทำให้ผู้ชมเรียนรู้กฎกติกาทางสังคมและการดำเนินชีวิต บทบาทในการส่งเสริมวัฒนธรรม รายการวิทยุโทรทัศน์ต้องสร้างคุณภาพด้านการสอดแทรกวัฒนธรรมไทยไว้ในรายการ และบทบาทในการส่งเสริมภูมิปัญญา โดยเฉพาะวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นต้องถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้รับรู้

องค์ประกอบที่ 3 โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นส่วนประกอบของรายการที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจให้ผู้ชมรับชมรายการ ประกอบด้วย ส่วนเปิดรายการ (Title) ส่วนเนื้อหารายการ (Content) ส่วนคั่นรายการ (Interlude) และส่วนปิดรายการ (Credit) เพื่อเป็นการแสดงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละรายการและทำให้ผู้ชมทราบถึงวัตถุประสงค์หรือแนวคิดของรายการที่ต้องการสื่อสารได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเมธา เสรีธนาวงศ์ (2547) ที่กล่าวว่า ส่วนประกอบรายการโทรทัศน์เป็นสิ่งที่มีความเฉพาะตัวที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของรายการนั้นๆ อย่างชัดเจน ส่วนประกอบรายการโทรทัศน์เป็นสิ่งที่ขาดมิได้ของรายการไว้ ผู้ผลิตรายการจึงต้องพิถีพิถันใน

การใช้ศิลปะ เพื่อนำเสนอส่วนประกอบรายการให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความพิถีพิถันในการผลิตรายการ

องค์ประกอบที่ 4 เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่น ประกอบด้วย ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา สถานที่ ประวัติศาสตร์ สถานที่ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สอดคล้องกับ ภัทธา บุรารักษ์, 2556) ที่กล่าวว่า ลักษณะของเนื้อหาการวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ถือเป็นจุดแข็งควรมีลักษณะการนำเสนอภาพที่สะท้อนความเป็นจริงของท้องถิ่น และการเลือกประเด็นการนำเสนอเนื้อหาหรือประเด็นที่สนใจบนพื้นฐานความสำคัญและความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นเป็นหลัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทธา บุรารักษ์ (2551) ที่กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ท้องถิ่นในการตอบสนองต่อท้องถิ่นด้านผู้ส่งสาร ประกอบด้วย แหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ และชื่อเสียงให้กับคนในท้องถิ่น บางกลุ่ม ส่งเสริมศีลธรรม สะท้อนวัฒนธรรม ตัวตนของท้องถิ่นให้ท้องถิ่นได้เห็นตนเอง ตลอดจนเป็นพื้นที่การแสดงออกของวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น และเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ 5 ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาการวิทยุโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยมีลักษณะการนำเสนอ ดังนี้ 1. รายการสารคดี (Documentary) นำเสนอเนื้อหาสาระหรือเรื่องราวความเป็นจริง ด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ การสาธิตและทดลอง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร (2546) ที่กล่าวว่า การดำรงรักษาวัฒนธรรมทางรายการวิทยุโทรทัศน์สามารถทำได้โดยนำเสนอในรูปแบบของรายการสารคดี หรือสอดแทรกความรู้ด้านวัฒนธรรมผ่านทางรายการประเภทต่างๆ โดยมีการนำเสนอทั้งวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมรองในสัดส่วนที่เหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของนวลนภา กาญจนเศรษฐ (2550) ที่กล่าวว่า ผู้ชมเริ่มหันมาให้ความสนใจในการรับชมรายการสารคดี เพราะรายการสารคดีเป็นอีกทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้ในยุคของสังคมแห่งการเรียนรู้ และมีความต้องการเนื้อหาที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน ศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่ไม่ได้พบเห็นโดยทั่วไป เพื่อความบันเทิงและเสริมสร้างความรู้ในความเป็นไทย 2. รายการนิตยสาร (Magazine) นำเสนอเนื้อหาหลักเฉพาะเรื่องและแบ่งออกเป็นเนื้อหาย่อย เน้นความหลากหลายของวิธีการนำเสนอ โดยที่เนื้อหาการมีสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน ซึ่ง Moragas and Garitaonandia (ภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร, 2552 ; อ้างอิงมาจาก Moragas and Garitaonandia, 1998) ที่อธิบายว่า รูปแบบรายการที่นิยมนำเสนอของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น คือ นิตยสารทางอากาศ เพราะเป็นรูปแบบรายการสามารถยืดหยุ่นและผสมผสานเนื้อหาได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการรายงาน การอภิปราย ตลก ดนตรี กีฬา และ 3. รายการปิกนิก (Variety) นำเสนอ

ความหลากหลายของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในหลายๆ รูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐาน
 อัจฉริยะกุล (สุรัชย์ เงินคำคง, 2553 ; อ้างถึงมาจาก นภภรณ์ อัจฉริยะกุล, 2531) กล่าวว่า รายการ
 ปกิณกะบันเทิงเป็นรายการที่เน้นความบันเทิงหลายรูปแบบ แต่ยังคงไว้ซึ่งสาระความรู้ เช่น การตอบ
 ปัญหาชิงรางวัล การสัมภาษณ์ เพลง ดนตรี แฟชั่น ละครเวที เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 ผู้นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการวิทยุ
 โทรทัศน์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวทางด้านวัฒนธรรมไปยังผู้ชมรายการ ควรมีลักษณะดังนี้ 1. ทักษะ
 การสื่อสารควรมีความสามารถในการพูด การออกเสียง การใช้เสียงภาษาไทยชัดเจน น้ำเสียงนุ่มนวล
 น่าฟัง และสามารถสื่อสารทั้งภาษากลางและภาษาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม 2. ความรู้ทางด้าน
 วัฒนธรรมหรือประเด็นที่นำเสนอควรมีพื้นฐานความรู้ทางวัฒนธรรม บริบทพื้นที่ เหตุการณ์
 สถานการณ์รอบตัว และประเด็นที่นำเสนอ 3. บุคลิกภาพดี น่าสนใจ สนุกสนาน ร่าเริง ยิ้มแย้ม
 แจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และ 4. บุคคลในท้องถิ่น หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือยูทูบเบอร์
 (Youtuber) ซึ่งสอดคล้องกับสุภวัฒน์ สงวนงาม (2557) ที่กล่าวว่า พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่
 สามารถและทำให้รายการดำเนินไปด้วยความน่าสนใจ พิธีกรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาไทยได้
 ถูกต้อง มีความเป็นกันเอง บุคลิกดี มนุษย์สัมพันธ์ดี สร้างความสุขในรายการให้กับผู้ชมได้

องค์ประกอบที่ 7 ระยะเวลาการนำเสนอ เป็นความยาวของเวลาที่เหมาะสมในการ
 นำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์ คือ 4-5 นาที และ 15-25 นาที ซึ่งนำเสนอเนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์
 ที่มีคุณภาพ หลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้
 รับชมรายการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนิลา สัตบุศย์ (2562) ที่กล่าวว่า เวลาที่เหมาะสมในการ
 นำเสนอเหตุการณ์ และเวลาที่เป็นความยาวของรายการ ควรนำเสนอรายการตอนละ 20-25 นาที
 และการแบ่งรายการออกเป็นช่วงๆ อย่างหลากหลาย และผู้ชมรายการเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกลมกลืน
 ซึ่งจะทำให้ผู้ชมได้รับความรู้และประโยชน์จากรายการไปแบบไม่รู้ตัว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์
 ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่
 เกี่ยวข้องด้านการศึกษา และผู้ที่สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เป็นทรัพยากรการเรียนรู้

การจัดการความรู้ และแหล่งการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาอันเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างจริงจัง

1.2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งหน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการสื่อวิทยุโทรทัศน์ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา ลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวในการเปลี่ยนแปลงของสื่อวิทยุโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

1.3 สภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และวางแผนกระบวนการดำเนินงานของสื่อมวลชนในสถานการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์สาธารณะ

1.4 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งองค์กรสื่อสารมวลชนภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการสื่อมวลชน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อพัฒนาคุณภาพทั้งในด้านการนำเสนอรายการ และรูปแบบรายการที่มีความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่

1.5 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อวิทยุโทรทัศน์ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์รายการวิทยุโทรทัศน์ทางด้านวัฒนธรรม เพื่อเป็นสื่อกลางการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ และก่อให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของวัฒนธรรมที่แท้จริง ด้วยวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมรายการในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการสื่อวิทยุโทรทัศน์ขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชน โดยศึกษาวัฒนธรรมองค์กรดิจิทัล การบริหารจัดการองค์กรสื่อ รวมถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นแนวทางการบริหารจัดการสื่อวิทยุโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนต่อการทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชั้น โดยศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม รูปแบบและเนื้อหารายการวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชั้น สื่อมวลชนกับความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชนภายใต้กรอบของกฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพ

2.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมสื่อวิทยุโทรทัศน์กับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคที่วีดิทัศน์ โดยศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้ชมรายการ การใช้ประโยชน์ การประเมินคุณภาพรายการ การประเมินผลการรับชมรายการ รวมทั้งการขยายช่อง

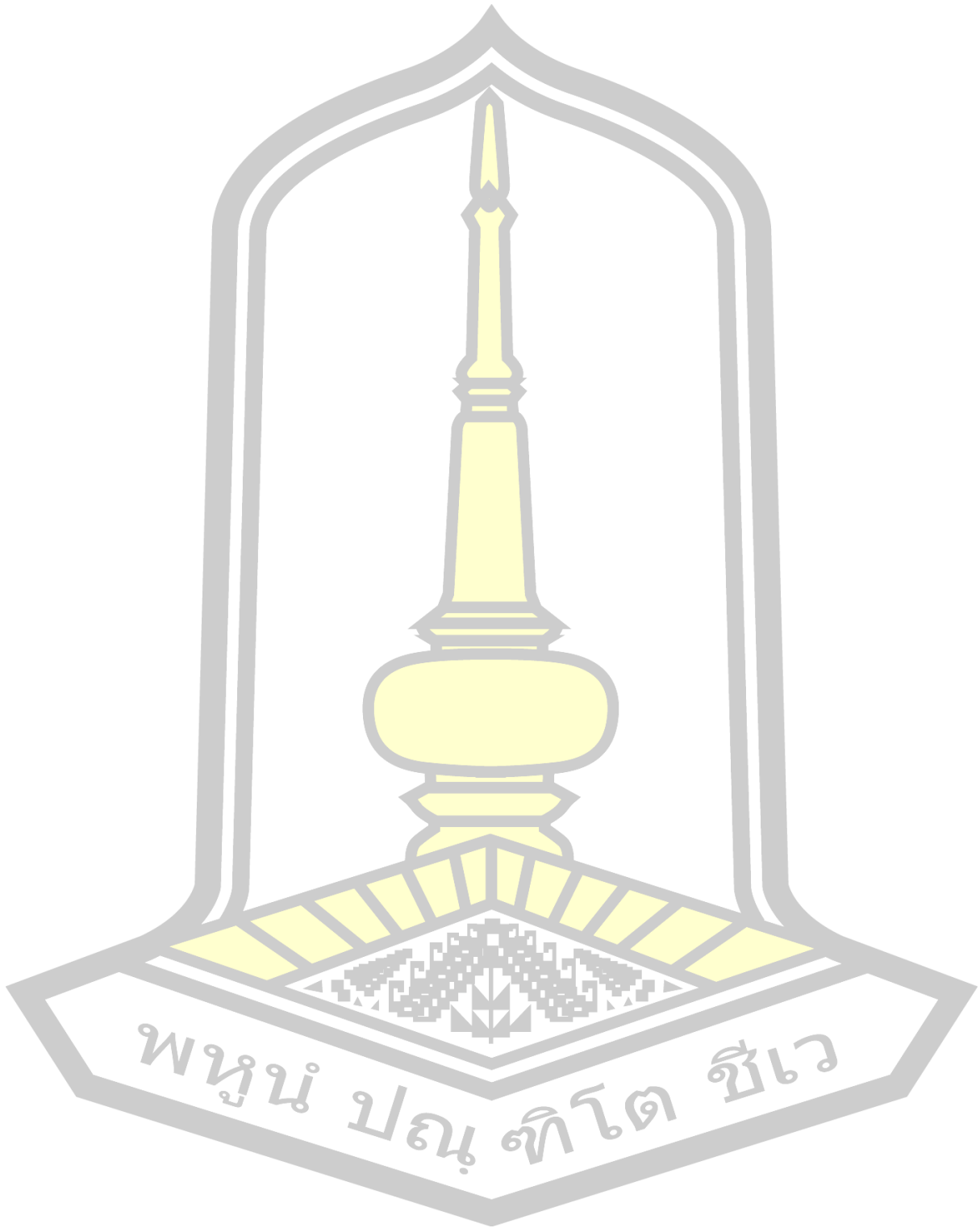
ทางการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ หลากหลายช่องทางการนำเสนอและตรงกับความต้องการของผู้ชมรายการ

2.4 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวของสื่อวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นในยุคทีวีดิจิทัล โดยศึกษาวิธีการปรับตัวหรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานของสื่อวิทยุโทรทัศน์ โอกาสการขยายตัวทางธุรกิจ การเติบโตและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนผลกระทบต่อสื่อวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์หรือบริบทแวดล้อม

2.5 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช. โดยศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบจากการกำกับดูแลสถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นของ กสทช. เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการสื่อวิทยุโทรทัศน์ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. ต่อไป



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนกพร เล็งศรี. (2557). *อัตลักษณ์อีสานในเพลงลูกทุ่งของไม่ พงศธร*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
กระทรวงวัฒนธรรม. (ม.ป.ป.). *แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2550-2559)*. สำนักนโยบายและ
ยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม.
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2551). *กระทรวงวัฒนธรรม 2551-2552*. กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงาน
ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม.
- กันตภณ พุ่มประดับ. (2558). *บทบาทและศักยภาพของผู้พิการทางสายตาที่อุทธรณ์นำเสนอมานายการ
โทรทัศน์ Blind Date*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552a). *การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค*. ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552b). การสื่อสารกับการพัฒนาศาสนาและวัฒนธรรม. ใน *เอกสารการสอนชุด
วิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 9-15*. (พิมพ์ครั้งที่ 7, หน้า 417-418).
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552c). *สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. ภาพพิมพ์.
- การท่องเที่ยวประเทศไทย. (2561). *ขอนแก่น*. กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่ ฝ่ายบริการการตลาด.
- กุลภัสสร กัญจนภรกร. (2553). *ปัจจัยจิตสำนึกท้องถิ่นที่มีผลต่อการใช้บริการสื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่น
ของประชาชนภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เก็ดถวา บุญปรากฏ และคณะ. (2560). *การดำรงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวอีสานในพื้นที่ชายแดน
ใต้ : กรณีศึกษาตำบลภูเขาทอง อำเภอสุคิริน จังหวัดนราธิวาส*. โครงการวิจัยกรมส่งเสริม
วัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- คู่มือนครราชสีมา. (2563). *สื่อเสรี*.
- โคริกา ศิริประชาเดโช. (2546). *บทบาทสื่อโทรทัศน์ในการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสาน
กรณีศึกษา สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ขอนแก่น*. สถาบันราชภัฏเลย.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). *หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). รามการพิมพ์.
จังหวัดขอนแก่น. (ม.ป.ป.). [ออนไลน์]. ได้จาก:
<http://www.thaiheritage.net/nation/oldcity/khonkaen1.htm>
[สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2560].
- จังหวัดนครราชสีมา. (ม.ป.ป.). *แผนที่จังหวัด*. [ออนไลน์]. ได้จาก:
<https://www2.nakhonratchasima.go.th/content/map>
[สืบค้นเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2563].

จังหวัดอุบลราชธานี. (ม.ป.ป.). *แผนที่จังหวัดอุบลราชธานี*. [ออนไลน์]. ได้จาก:

http://www.ubonratchathani.go.th/comm_map.html

[สืบค้นเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2563].

จุฬาพรธรรม (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2551). *วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เฉลียว ฤกษ์รุจิพิมพ์. (2542). การเปลี่ยนแปลงทางสังคม. ใน *มนุษย์กับสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2,

หน้า 188). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยวัช เนียมศิริ. (ม.ป.ป.). *การพัฒนาศักยภาพเชิงบูรณาการของจังหวัดขอนแก่นสู่ความเป็นเมือง*

ไม่ซ์. [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8376s/8376นายชัยวัช เนียมศิริ.pdf [สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563].

ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คณะนทรพรรค์. (2546). การจัดการการวิทยุโทรทัศน์.

ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 9-15*

(หน้า 149-155). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เมอมาลย์ ราชภัณฑารักษ์. (2542). มนุษย์กับวัฒนธรรม. ใน *มนุษย์กับสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2,

หน้า 53-54). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฐิติศักดิ์ เวชกามา. (2554). *แนวคิด ทฤษฎี วัฒนธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). คณะวัฒนธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ณัฐธิดา จันท์ธัมมะ. (2559). *การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน*.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐชา ตะวันนาโชติ. (2563). The New อีสาน From Urbanisation to Globalisation. *คิด*

(*Creative Thailand*), 11(6), 18–19.

ณัฐพงศ์ จันทรางกูล. (2557). การสร้างข่าวของรายการข่าวท้องถิ่นของสถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวีจาก

สองสถานีในจังหวัดกำแพงเพชร. *วิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 11(1), 88–93.

ณัฐสุพงศ์ สุขโสต. (2552). การบริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการ*

บริหารงานโทรทัศน์ หน่วยที่ 11-15 (หน้า. 35–47). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ดวงฤทัย นิลเพ็ชร. (2555). การศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจสถานี

วิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี่ชาแนล. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทรงคุณ จันทจร. (2557). *การวิจัยเชิงคุณภาพทางวัฒนธรรม (ภาคปฏิบัติ)*. ประสานการพิมพ์.

ทินวงษ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าฉาง. (2554). *การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำ*

ภาคเหนือตอนล่างเพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก.

- ธนิศา แสงพรรค. (2560). แรงจูงใจการแสวงหาข้อมูลและการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคหญิงโสดวัยทำงาน. *การสื่อสารและการจัดการนิต้า*, 3(2), 61-70.
- นวลนภา กาญจนเชษฐ. (2550). *โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมสำหรับโทรทัศน์*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัทกานต์ ทองพูน. (2553). *การบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นด้านปศุสัตว์บนเท็งของสถานีเคเบิลทีวี (KCTV)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นียพรรณ (พลวัฒน์) วรรณศิริ. (2550). *มานุษยวิทยาลังคมและวัฒนธรรม*. ธนาเพรส.
- บรรเทิง พาพิจิตร. (2549). *ประเพณี วัฒนธรรม และคติความเชื่อ*. โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- บัวชมพู ฟอร์ด. (2552). *โครงการผลิตรายการอาหารไทย สำหรับไทยสู่สำหรับโลก*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556. (2556). ใน *ราชกิจจานุเบกษา* (27 ง, หน้า 22-24).
- ประพันธ์ กุลวิจิตร และเสถียร ทั้งทองมะดัน. (2551). การแพร่กระจายและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไทย. ใน *วัฒนธรรมไทย* (หน้า 87-89). นวสาส์นการพิมพ์.
- ปราณี สุรสิทธิ์. (2557). *การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). แสงดาว.
- ปรีดา อัครจันทโชติ. (2561). *การสื่อสารกับแนวคิดการข้ามพันวัฒนธรรม*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปานฤทัย แห่งพุ่ม. (2557). *องค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มอาเซียน*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนภา ชาชุมพร. (2554). *บทบาทในการส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรรณนภา ศรีสุนนท์. (2552). *สภาพ ปัญหา และความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ของบริษัทขอนแก่นเคเบิลทีวี จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551. (2551). ใน *ราชกิจจานุเบกษา* (42 ก, หน้า 64-76).
- พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2553. (2553). ใน *ราชกิจจานุเบกษา* (69 ก, หน้า 30).
- พีรดา พรนิมิตเลิศเจริญ. (2558). *ลับ ดราม่า ดิจิทัลทีวี*. พิมพ์ดี.

- ไพโรจน์ ธีระประภา. (2561). อัตลักษณ์ของที่ระลึกและกราฟิกดีไซน์สะท้อนพื้นถิ่น. ใน พรวิไล คาร์ว (บรรณาธิการ), *ฝากไทย : ถอดรหัสเสน่ห์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 18). กระทรวงวัฒนธรรม.
- ภัทรา บุรารักษ์. (2551). *โทรทัศน์ส่วนภูมิภาค : การกำเนิด การดำรงอยู่ และการพัฒนา*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรา บุรารักษ์. (2556). โทรทัศน์ท้องถิ่น : สื่อใหญ่ที่อยู่ได้เพราะความรักของคนเล็กๆ. ใน *เอกสารเผยแพร่งานเสวนาทางวิชาการ จับตาการเปลี่ยนแปลงโทรทัศน์ดิจิทัลต่อทิศทางกิจการบริการชุมชน*. คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ภัสวลี นิตินิเทศสุนทร. (2546). บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสนทนาวิชาการความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-8* (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 106-108). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภัสวลี นิตินิเทศสุนทร. (2552). การบริหารสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น. ใน *เอกสารการสนทนาวิชาการบริหารงานโทรทัศน์ หน่วยที่ 6-10* (หน้า 1-35). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เมธา เสรีธนาวงศ์. (2547). *การวิเคราะห์รูปแบบของส่วนประกอบรายการโทรทัศน์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยศ สันตสมบัติ. (2556). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535. (2535). ใน *ราชกิจจานุเบกษา* (92).
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560). ใน *ราชกิจจานุเบกษา* (40 ก, หน้า 9-16).
- วิชุดา เครือหิรัญ. (2563). Look Isan Now : ลูกอีสานวันนี้. *คิด (Creative Thailand)*, 11(6), 12-16.
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. (2544). *ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิวรรธน์ ปาณะสิทธิพันธุ์. (2551). ธุรกิจเคเบิลทีวีไทย. *การสื่อสารมวลชน*, 1(1), 94-105.
- ศศิวิภา ศรีณยพงศ์. (2545). *รูปแบบการให้บริการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก UBC กับความต้องการของผู้บริโภค*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภางค์ นันตา. (2552). *หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *อัตลักษณ์ไทย ทุนความคิด ทุนสร้างสรรค์ : ผลการสำรวจศึกษาและสังเคราะห์อัตลักษณ์ไทย 4 ภูมิภาค*. สถาบันฯ.

สมชนก (คุ้มพันธุ์) ภาสกรจรส. (2559). *การจัดการเชิงเปรียบเทียบ/การจัดการข้ามวัฒนธรรม*.

ส.เอเชียเพรส (1989).

สมสุข หินวิมาน, ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ, ภัทธีรา สารากรบริหาร, อารดา ครุจิต, กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์ และกุลนารี เสือโรจน์. (2557). *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมสุข หินวิมาน. (2552). *อุตสาหกรรมโทรทัศน์*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5* (หน้า 2). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมสุข หินวิมาน. (2558). *อ่านทีวี : การเมืองวัฒนธรรมในจอโทรทัศน์*. ภาพพิมพ์.

สร้อย ไชยเดช. (2550). *การควบคุมกำกับและดูแลธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศไทย : ศึกษาเฉพาะกรณี การโฆษณา*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2547). *ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาลังคม*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2551). *สื่อ : บทบาทและความสำคัญต่อการเผยแพร่ งานวัฒนธรรม*. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี. (2562). *แถลงข่าวเศรษฐกิจ ปี 2561 และแนวโน้ม ปี 2562 จ.อุบลฯ และกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.dataubcc.com/page/id/1556188786815550> [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2563].

สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (ม.ป.ป.). *เอกสารบรรยายสรุปจังหวัดนครราชสีมา*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://103.28.101.10/briefprovince/filedoc/30000000.pdf> [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2563].

สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ. 2561-2565 ฉบับ ทบทวน*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://ubonratchathani.go.th/home/wp-content/uploads/2020/07/แผนพัฒนาจังหวัด-5-ปี-พ.ศ.-61-65-จังหวัดอุบลราชธานี-4.pdf> [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2563].

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 4. (ม.ป.ป.). *แผนที่รายอำเภอจังหวัดขอนแก่น*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://oaezone.oae.go.th/view/13/Area.zone4/TH-TH> [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2563].

สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น. (2563). *รายงานสถิติจังหวัดขอนแก่น พ.ศ. 2562*. สำนักงานฯ.

- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1. (2560). *แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ระยะ 4 ปี พ.ศ. 2561-2564 (ฉบับทบทวน) รอบปี พ.ศ. 2562*. [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.osmnortheast-s1.moi.go.th/plan_develop.php [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2563].
- สิริรัมย์ภา การะนนท์. (2553). *การบริหารจัดการเคเบิลทีวีท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2555). *อุบลราชธานี มาจากไหน?* ภาพพิมพ์.
- สุชีรา ธนาวุฒิ. (2560). *การจัดการข้ามวัฒนธรรม*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สุดา ภิรมย์แก้ว. (2542). การจัดระเบียบสังคม. ใน *มนุษย์กับสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 57). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุตาภัทร นิยมสิทธิ์. (2555). *ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนิลชา สัตบุศย์. (2562). *กระบวนการผลิตและแนวทางการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์รายการเส้นทางสุขภาพ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สุภวัฒน์ สงวนงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- สุนมมาศ คำทอง. (2560). การวิเคราะห์ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล. *วิชาการ กสทช. ประจำปี 2560*, 2(2560), 136-157. [ออนไลน์]. ได้จาก: https://www.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/download/115727/89303/ [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2563].
- สุรัชย์ เงินคำคง. (2553). *การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และอิทธิศักดิ์ พลอยศิริชล. (2551). *โครงการหลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร : มิติทั้งสามในด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน ระยะที่ 3 การบริหารงานสื่อวิทยุโทรทัศน์*. ประสิทธิ์ภักดิ์แอนด์พริ้นติ้ง.
- สุรัชย์ หวันแก้ว. (2540). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. ใน *สังคมและวัฒนธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 6, หน้า 156-161). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องอาจ สิงห์ลำพอง. (2557). *กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์*. สามลดา.

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ = Identity : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*.

คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อศาสตร์ หลักการ แนวคิด นวัตกรรม*. นาค.

อิสราพร วิจิตร. (2559). *การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นบุรีรัมย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว*.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (บรรณาธิการ). (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อสาร วัฒนธรรม และสังคม*

(พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุไรวรรณ ชัยชนะวิโรจน์ และชญาภา วันทุม. (2560). การทดสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย. *การพยาบาลและสุขภาพ*, 11(2), 105–111.

Borgomastro, A. (2016). *Social TV: Second Screen and Audience Participation*. The case of The Voice of Italy. Erasmus University Rotterdam.

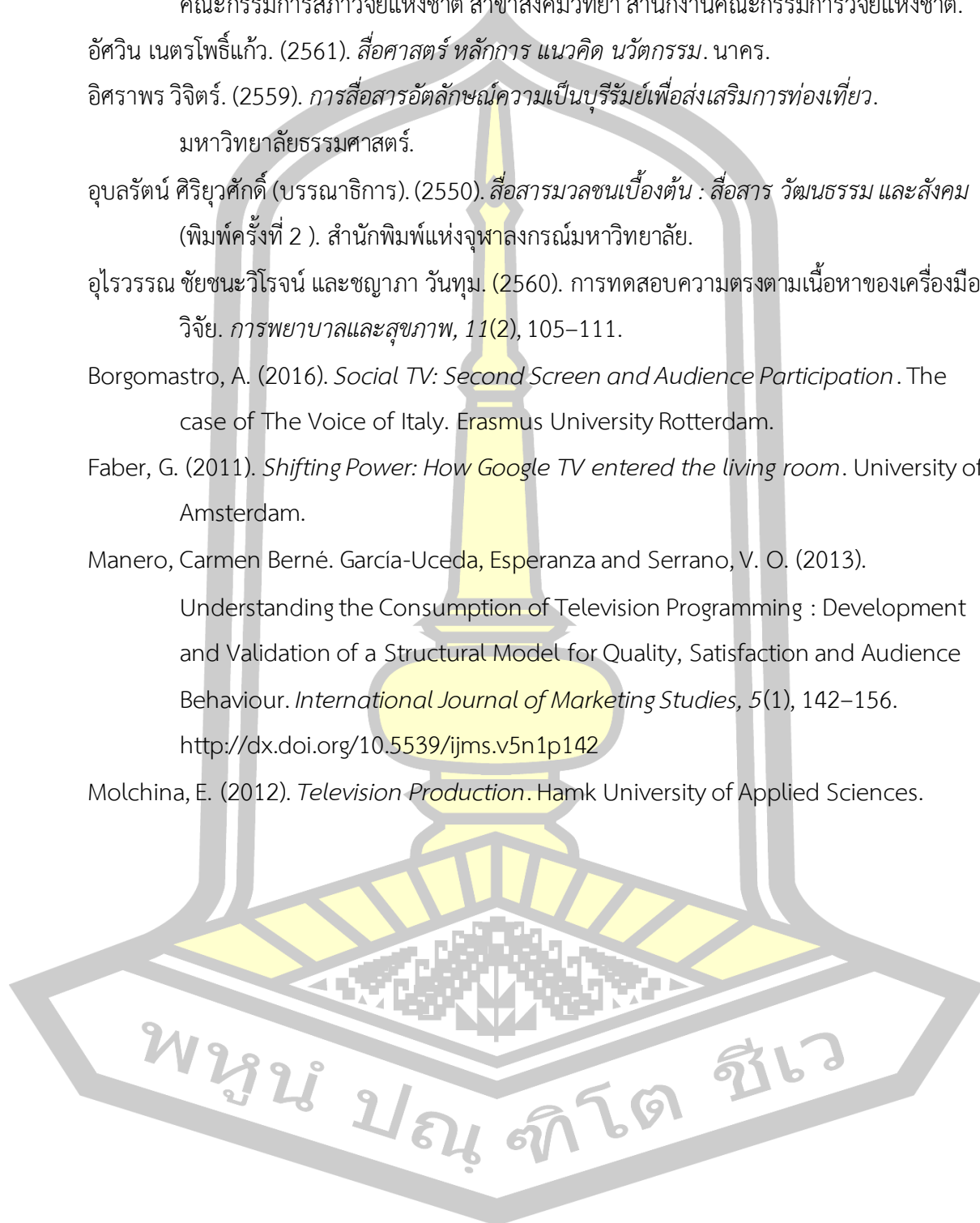
Faber, G. (2011). *Shifting Power: How Google TV entered the living room*. University of Amsterdam.

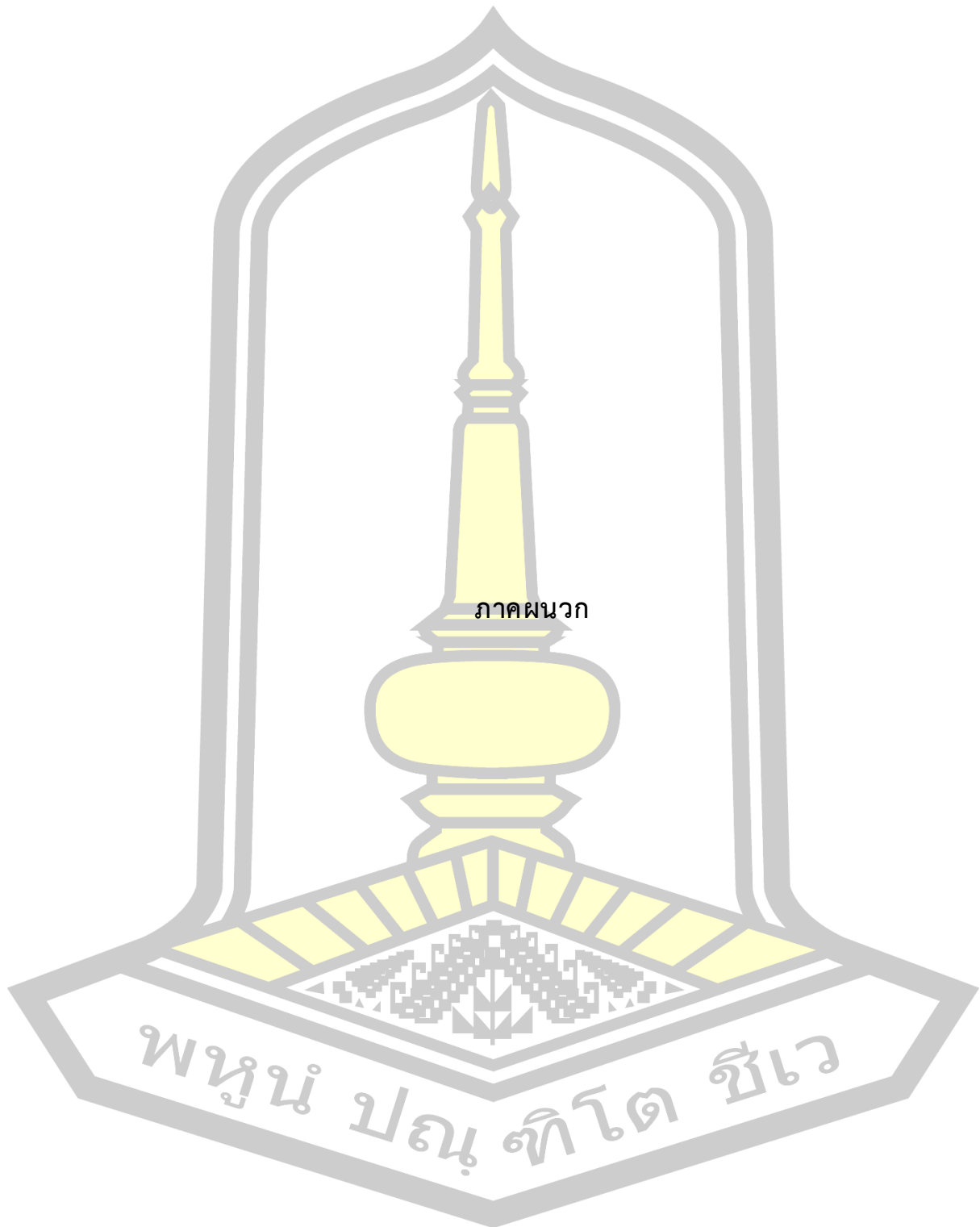
Manero, Carmen Berné. García-Uceda, Esperanza and Serrano, V. O. (2013).

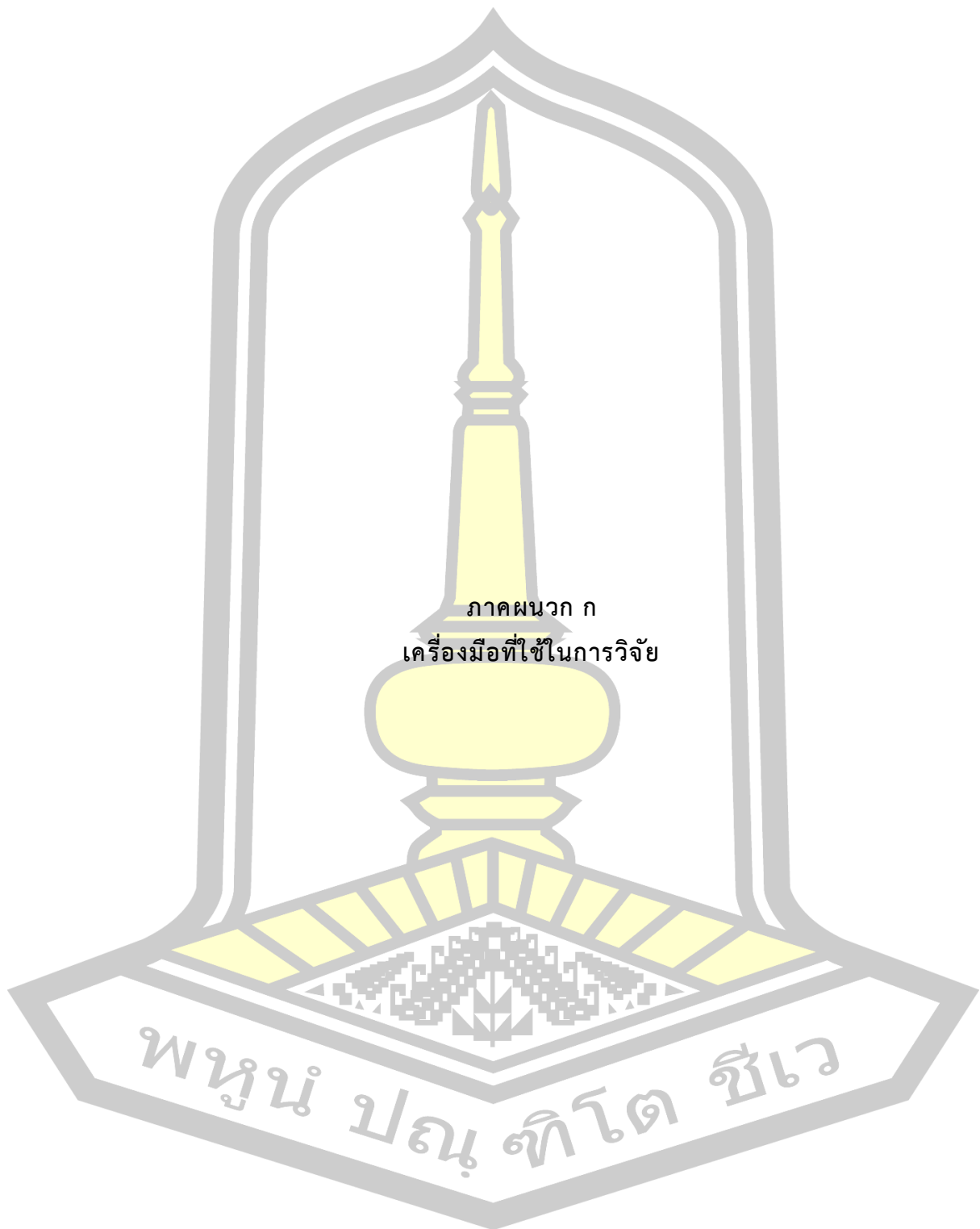
Understanding the Consumption of Television Programming : Development and Validation of a Structural Model for Quality, Satisfaction and Audience Behaviour. *International Journal of Marketing Studies*, 5(1), 142–156.

<http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v5n1p142>

Molchina, E. (2012). *Television Production*. Hamk University of Applied Sciences.







ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

พหุ ประทีป วิไล



แบบสำรวจ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสำรวจนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของสถานีวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 2 ข้อมูลของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 1 ข้อมูลของสถานีวิทยุโทรทัศน์

1. ชื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์.....
2. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....
แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....
- รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....
3. ระยะเวลาการดำเนินงาน.....ปี
4. พื้นที่การให้บริการ.....
5. ลักษณะการให้บริการ.....
6. ลักษณะของการดำเนินการ.....
7. โครงสร้างขององค์กร.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

2. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

3. ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์

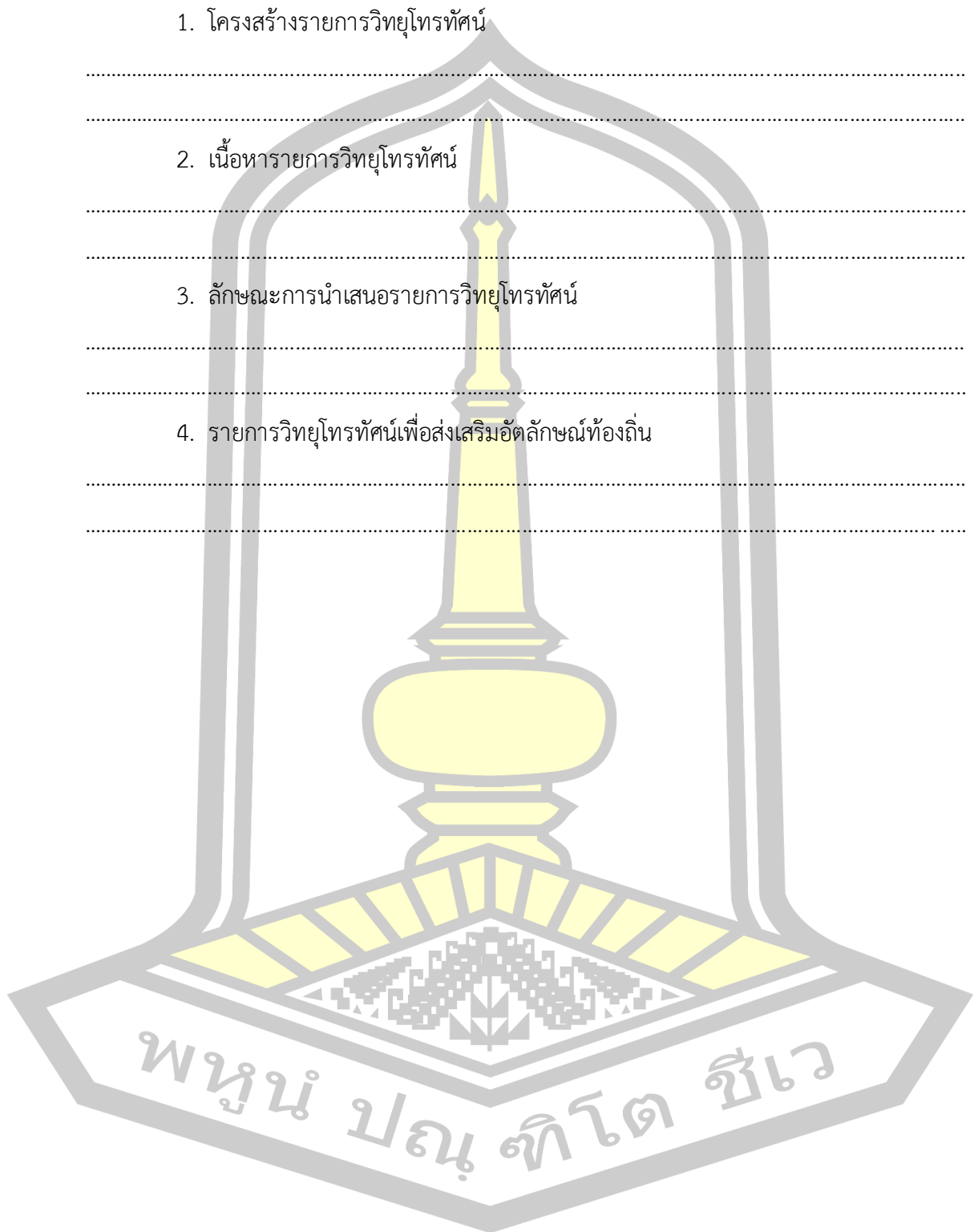
.....

.....

4. รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

.....

.....





แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของสถานีวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 1 ข้อมูลของสถานีวิทยุโทรทัศน์

1. ชื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์.....
2. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย..... ถนน.....
 แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....
 รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. สภาพทั่วไป

2. ลักษณะของการดำเนินการ

พญานาค วิเศษ ชีวะ

3. โครงสร้างขององค์กร

4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

5. รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

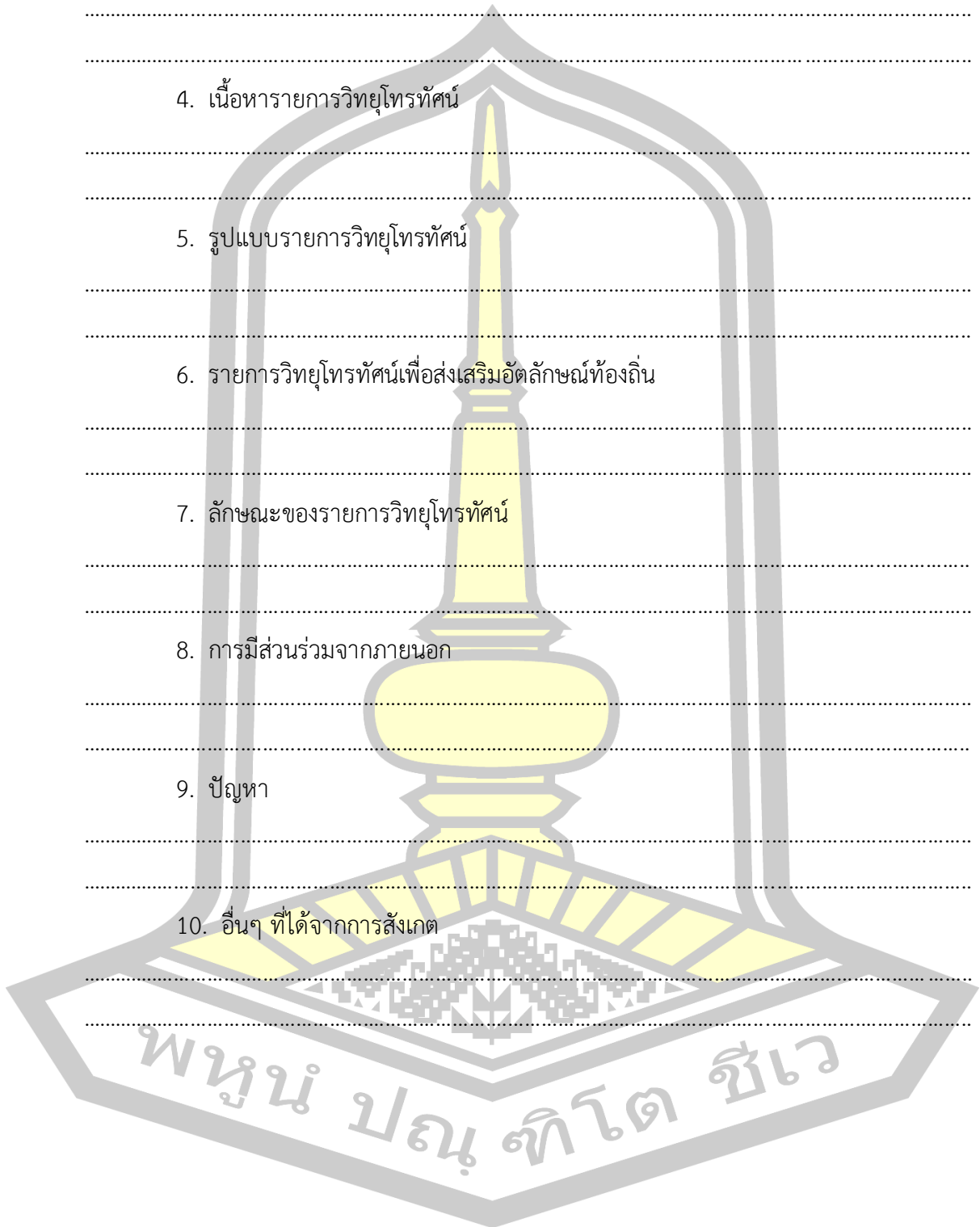
6. รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

7. ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์

8. การมีส่วนร่วมจากภายนอก

9. ปัญหา

10. อื่นๆ ที่ได้จากการสังเกต





แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของสถานีวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 1 ข้อมูลของสถานีวิทยุโทรทัศน์

1. ชื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์.....
2. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....
 แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....
 รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. สภาพทั่วไป

2. ลักษณะของการดำเนินการ

3. โครงสร้างขององค์กร

4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

5. รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

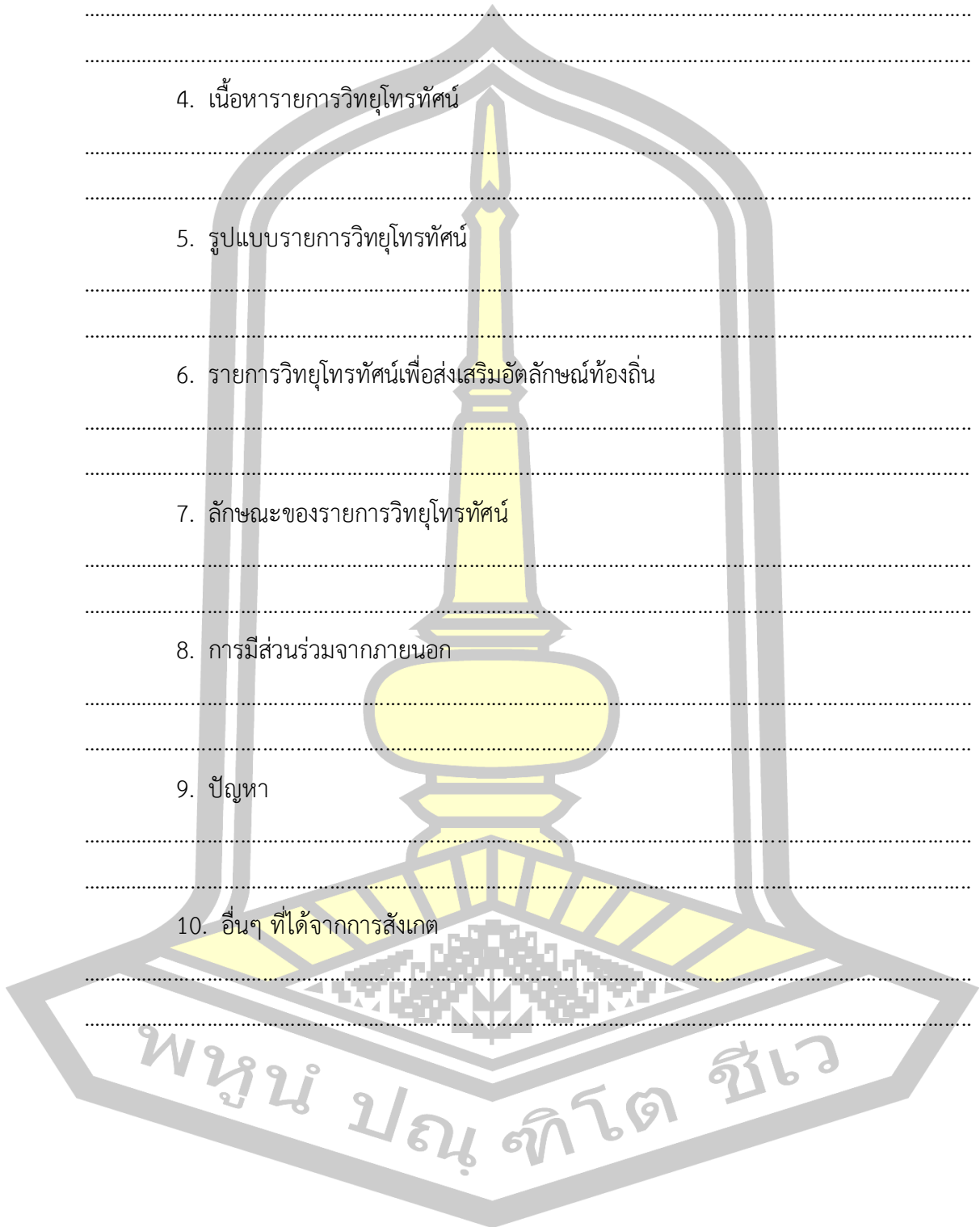
6. รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

7. ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์

8. การมีส่วนร่วมจากภายนอก

9. ปัญหา

10. อื่นๆ ที่ได้จากการสังเกต





แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....

4. ชื่อสถาบันการศึกษา.....

5. ประสบการณ์การทำงาน.....

6. ตำแหน่ง.....

7. หน่วยงาน.....

8. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

2. ลักษณะของการดำเนินการ

1) ลักษณะขององค์กร

.....

.....

.....

2) การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

3) โครงสร้างขององค์กร

.....

.....

.....

4) ที่มาของรายได้

.....

.....

.....

5) การกำกับดูแล/การควบคุม

.....

.....

.....

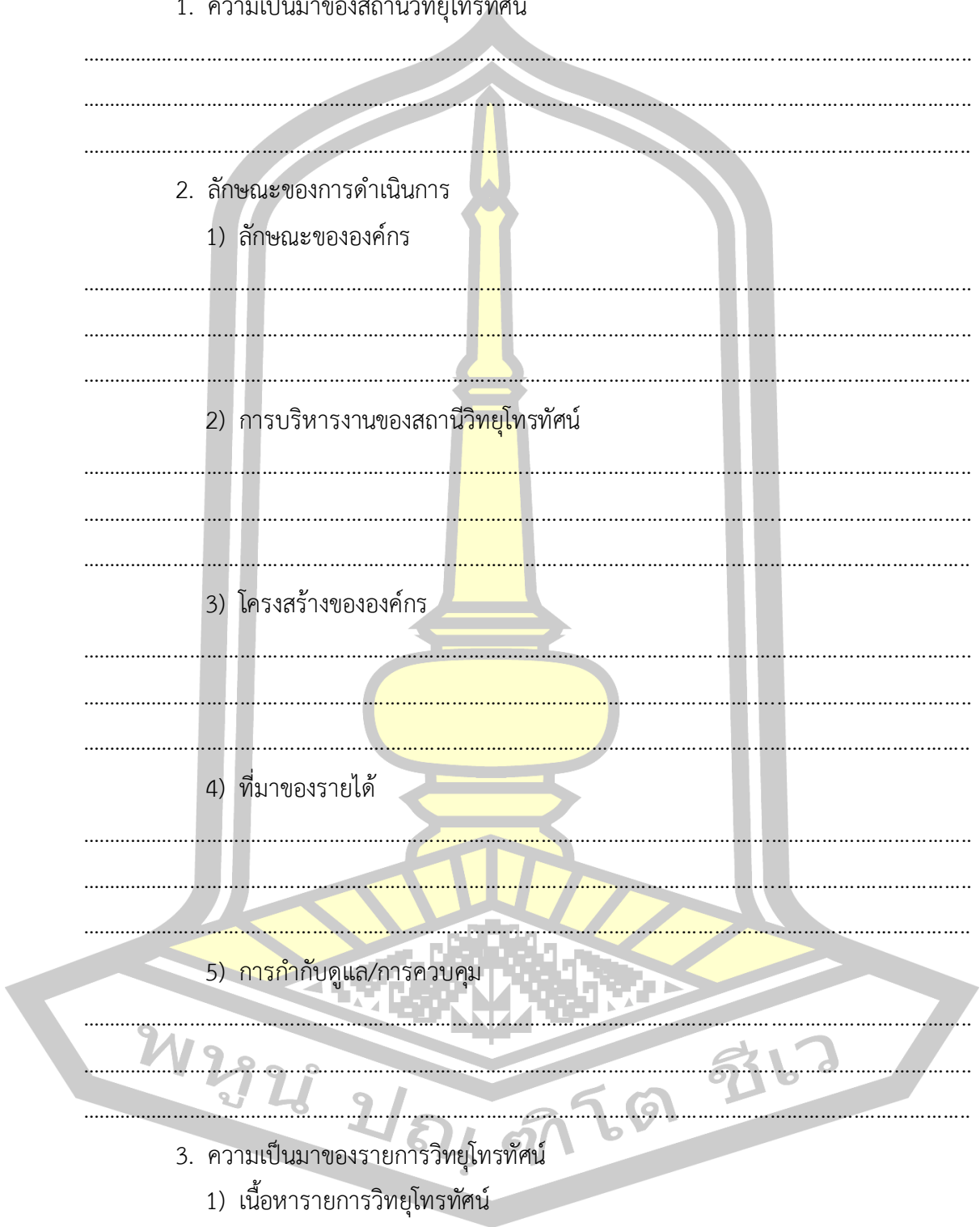
3. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1) เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....



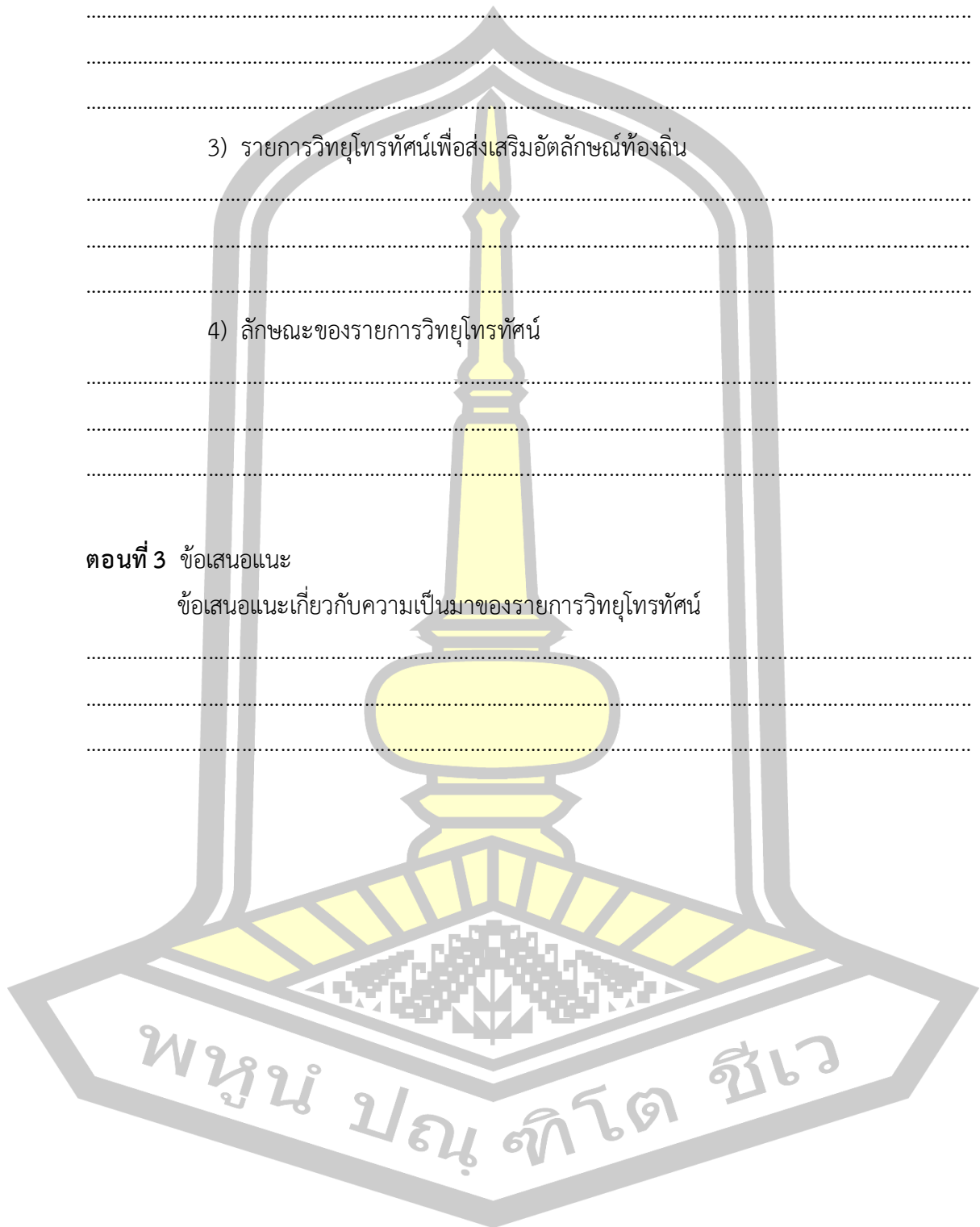
2) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

3) รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

4) ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์





แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) และกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....

4. ชื่อสถาบันการศึกษา.....

5. ประสบการณ์การทำงาน.....

6. ตำแหน่ง.....

7. หน่วยงาน.....

8. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์

1) ลักษณะของการดำเนินการ

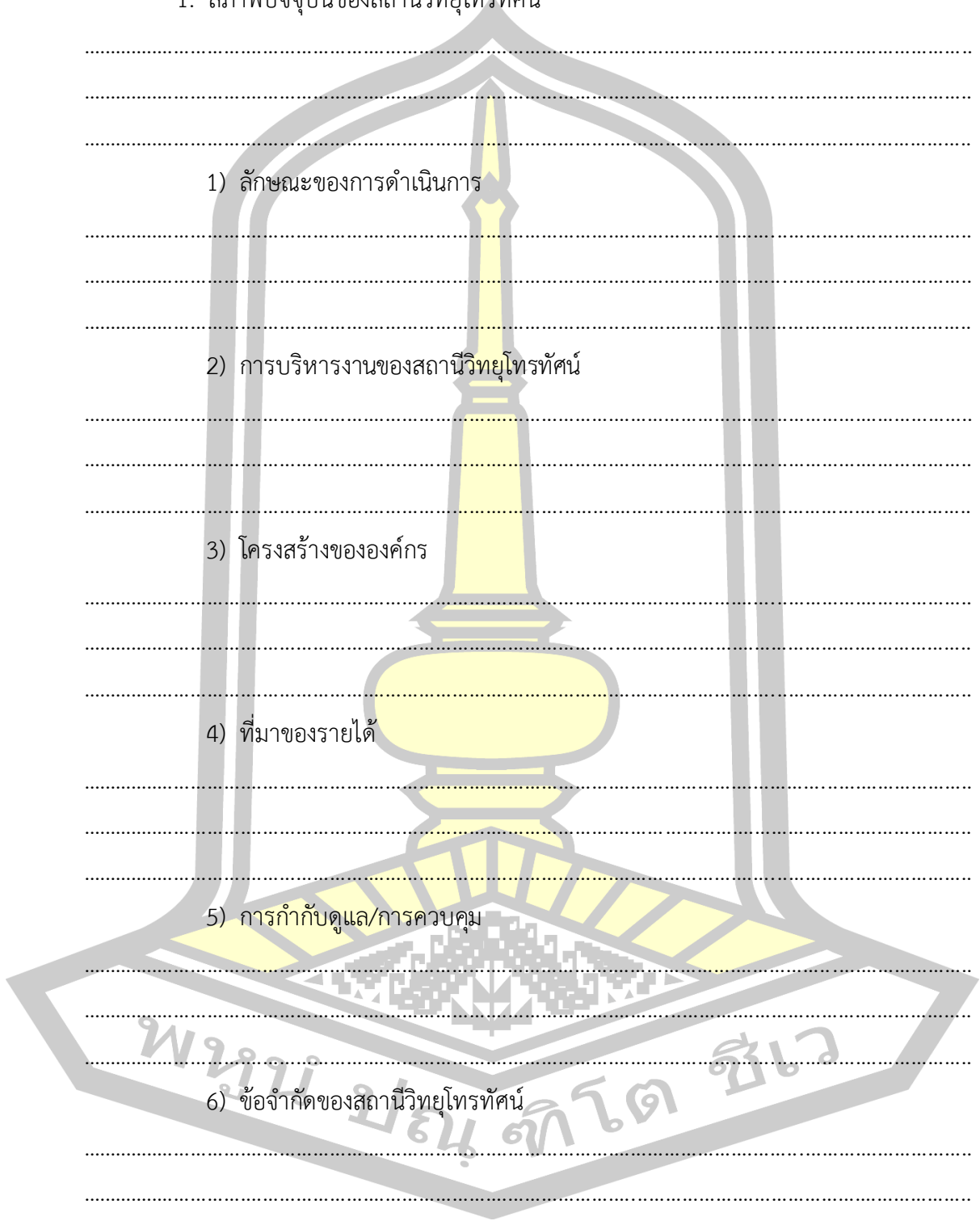
2) การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์

3) โครงสร้างขององค์กร

4) ที่มาของรายได้

5) การกำกับดูแล/การควบคุม

6) ข้อจำกัดของสถานีวิทยุโทรทัศน์



7) แนวทางการดำเนินงาน

2. สภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์

1) เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์

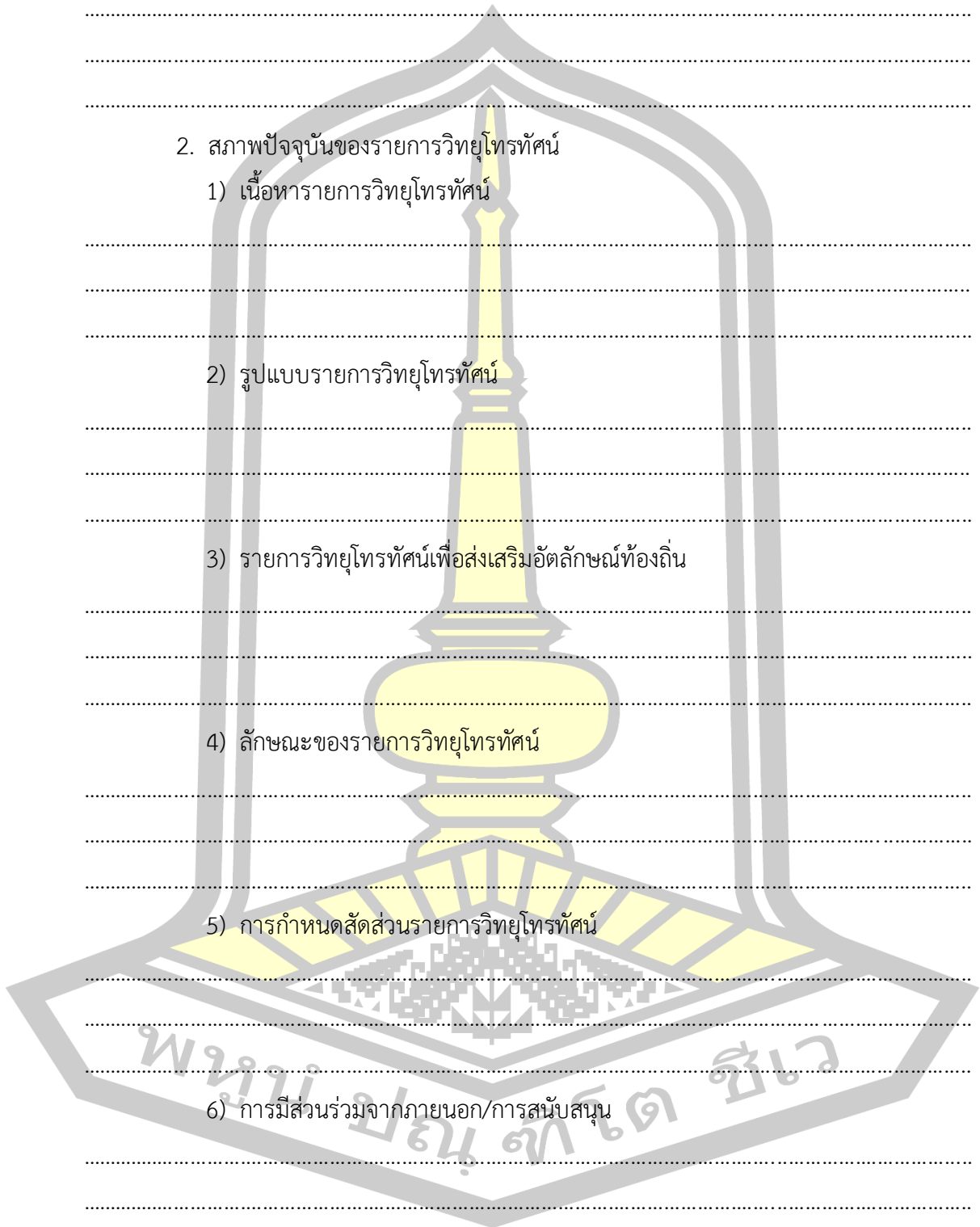
2) รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

3) รายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น

4) ลักษณะของรายการวิทยุโทรทัศน์

5) การกำหนดสัดส่วนรายการวิทยุโทรทัศน์

6) การมีส่วนร่วมจากภายนอก/การสนับสนุน



3. ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

4. การส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นควรมีรูปแบบที่เหมาะสมในลักษณะใดในรายการวิทยุโทรทัศน์

5. อัตลักษณ์ท้องถิ่น

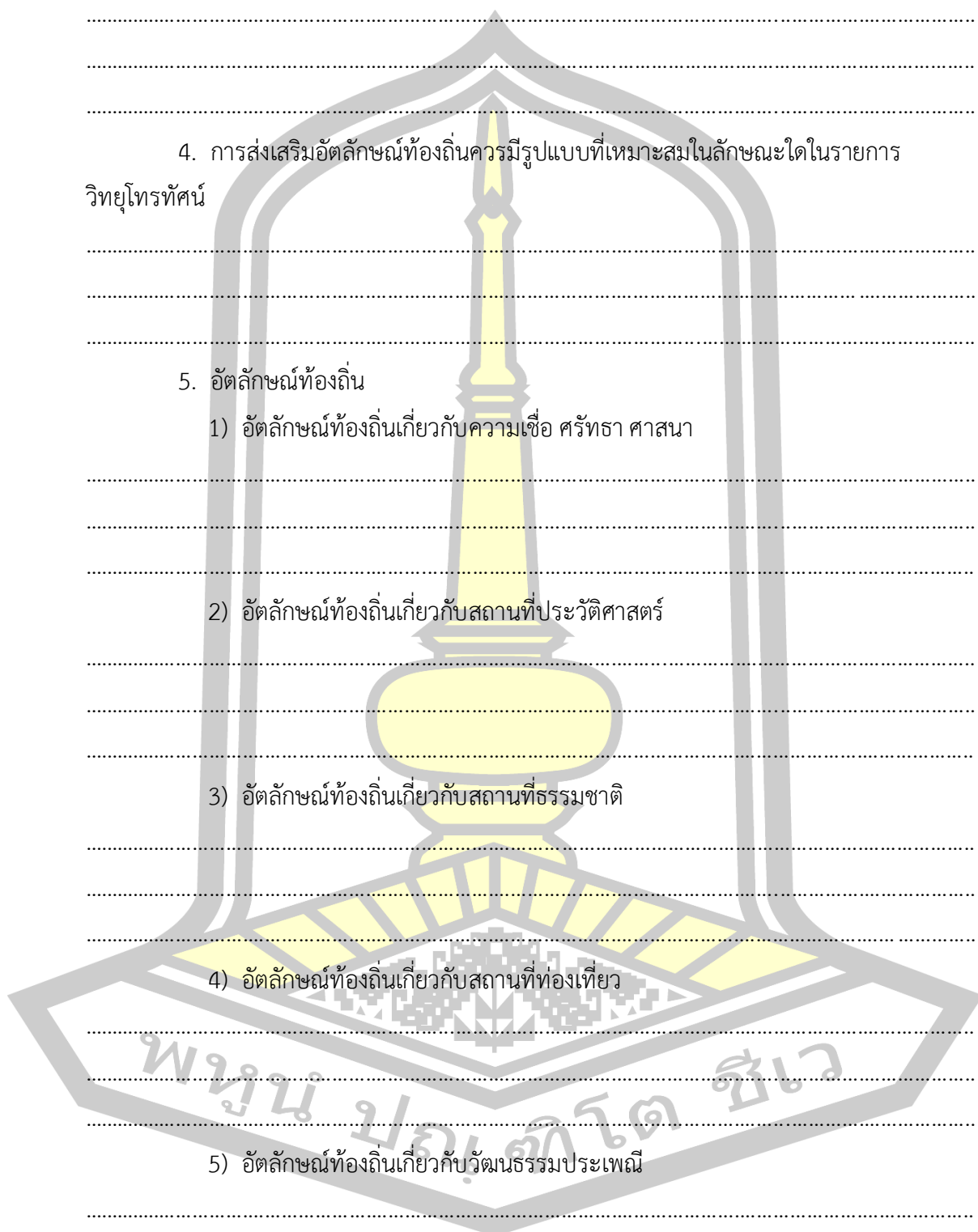
1) อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา

2) อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานที่ประวัติศาสตร์

3) อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานที่ธรรมชาติ

4) อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

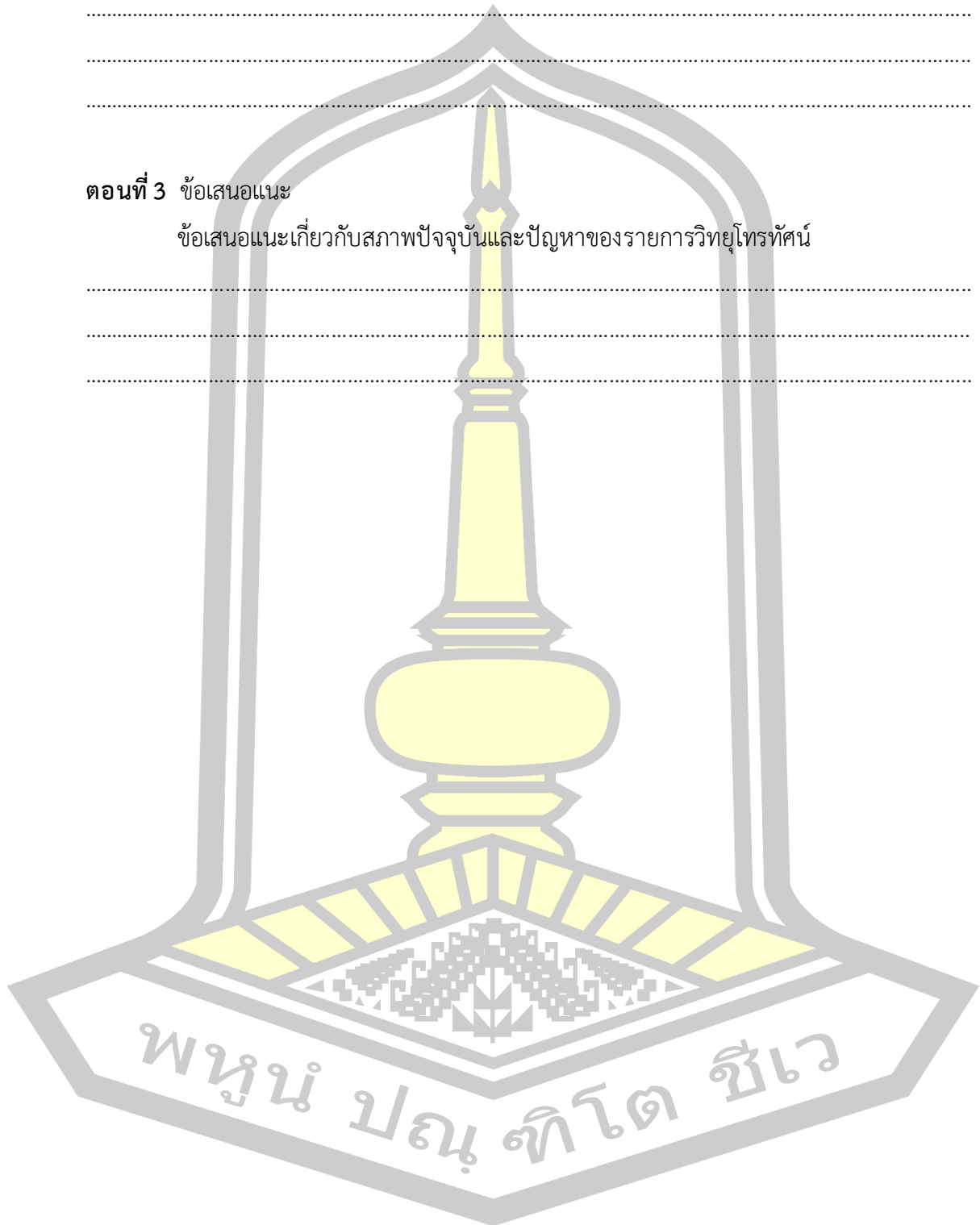
5) อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี



6) อັตลัษณัท้องถึนเก็ยวักบผลิตภัณท้องถึน

ตอนท้ 3 ซ้อเสนอเนะ

ซ้อเสนอเนะเก็ยวักบสภากบัจจุบัณและปัญหากบรยการวทุทรท้ศนั





แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Information) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....
4. ชื่อสถาบันการศึกษา.....
5. ประสบการณ์การทำงาน.....
6. ตำแหน่ง.....
7. หน่วยงาน.....
8. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. กลุ่มเป้าหมาย ควรเป็นกลุ่มใด

.....

.....

.....

2. แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ ควรเป็นอย่างไร

1) ส่วนเปิดรายการ

.....

.....

.....

2) ส่วนเนื้อหารายการ

.....

.....

.....

3) ส่วนค้นรายการ

.....

.....

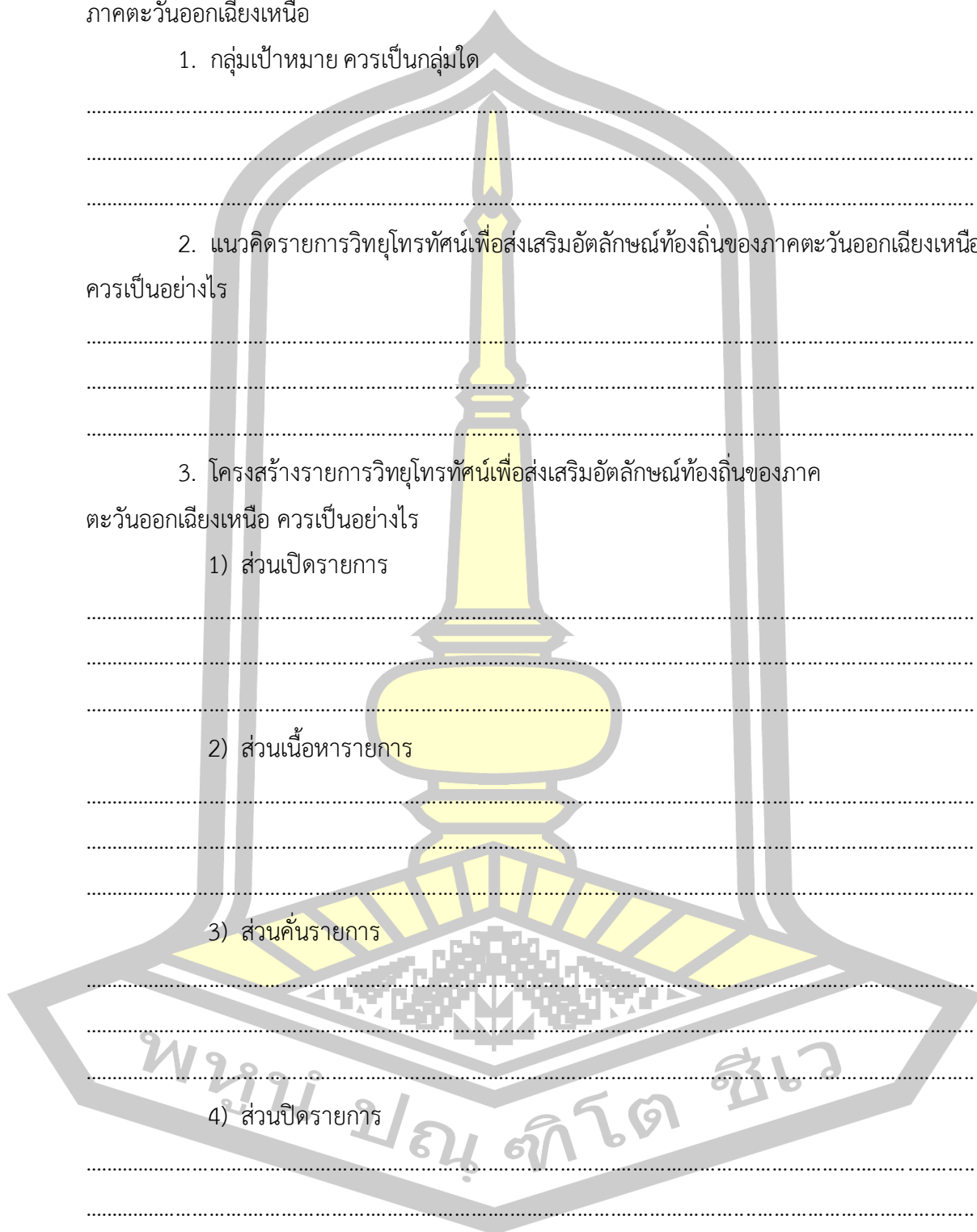
.....

4) ส่วนปิดรายการ

.....

.....

.....



4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ควรเป็นอย่างไร

1) ความเชื่อ ศรัทธา ศาสนา

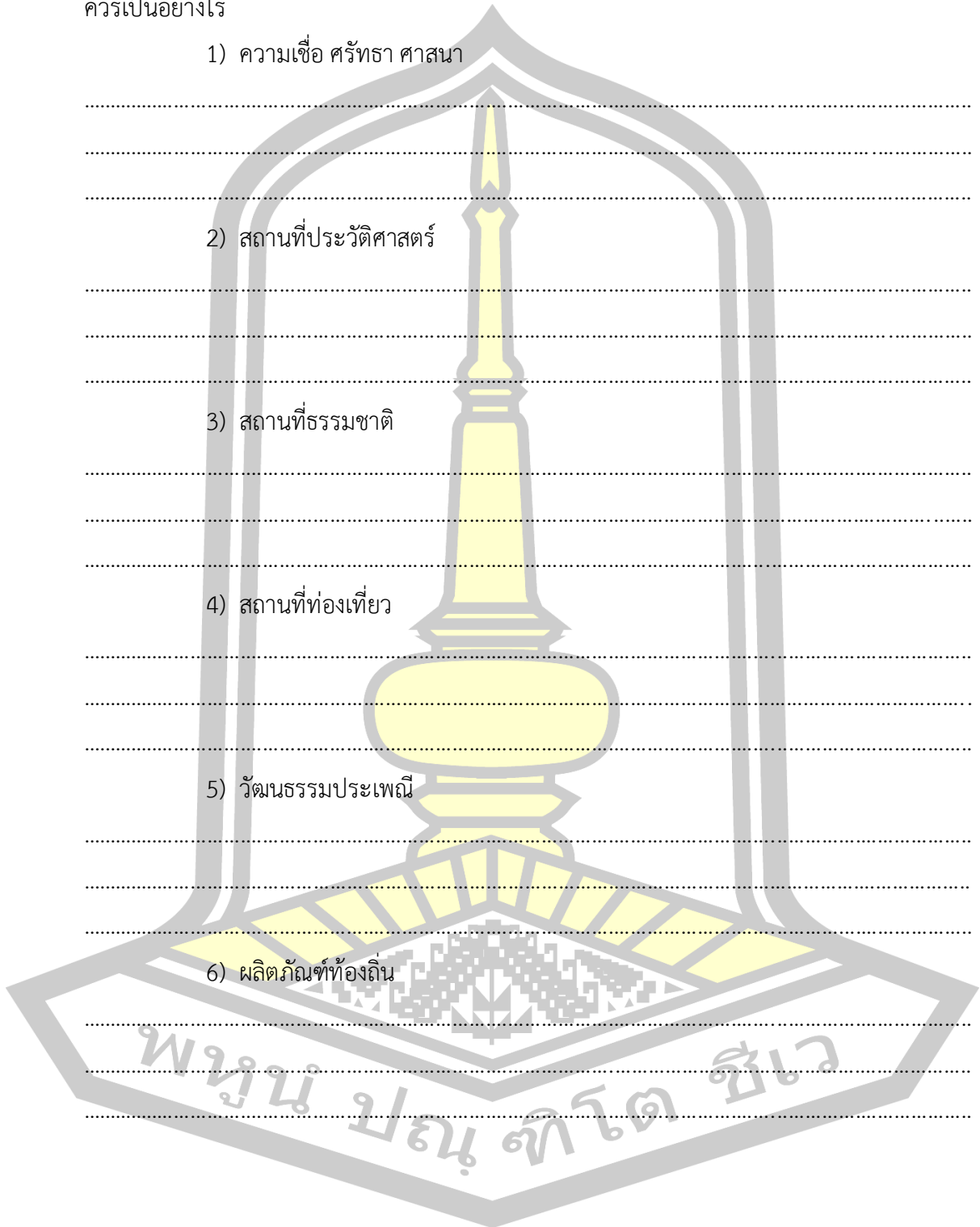
2) สถานที่ประวัติศาสตร์

3) สถานที่ธรรมชาติ

4) สถานที่ท่องเที่ยว

5) วัฒนธรรมประเพณี

6) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น



5. ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรเป็นอย่างไร

1) รายการพูดคุย

.....

.....

.....

2) รายการสารคดีและทดลอง

.....

.....

.....

3) รายการสารคดี

.....

.....

.....

4) รายการข่าว

.....

.....

.....

5) รายการละคร

.....

.....

.....

6) รายการเพลงและดนตรี

.....

.....

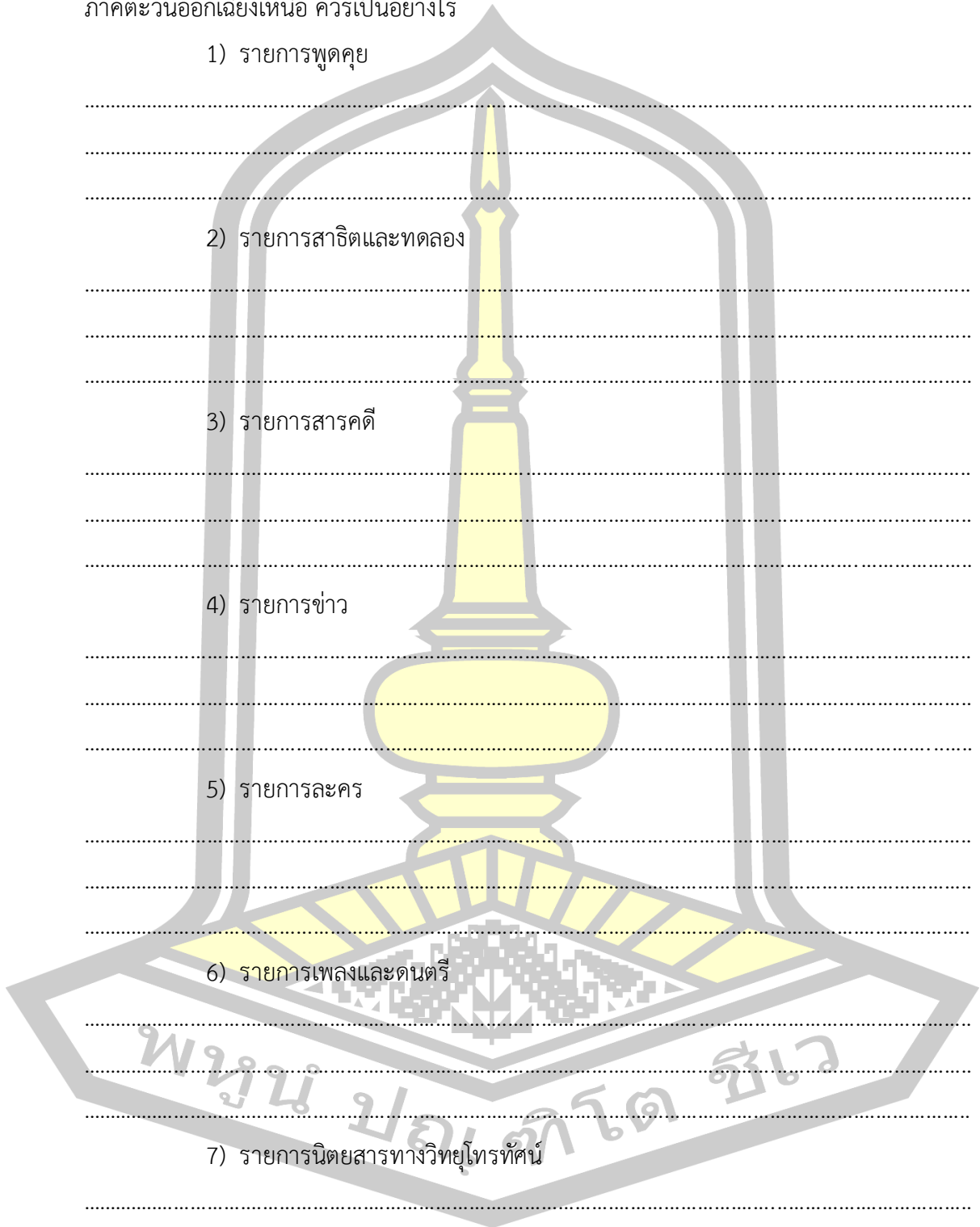
.....

7) รายการนิตยสารทางวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....



8) รายการปกิณกะ

9) รายการเกมโชว์

10) รายการโฆษณา

6. ผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีลักษณะอย่างไร

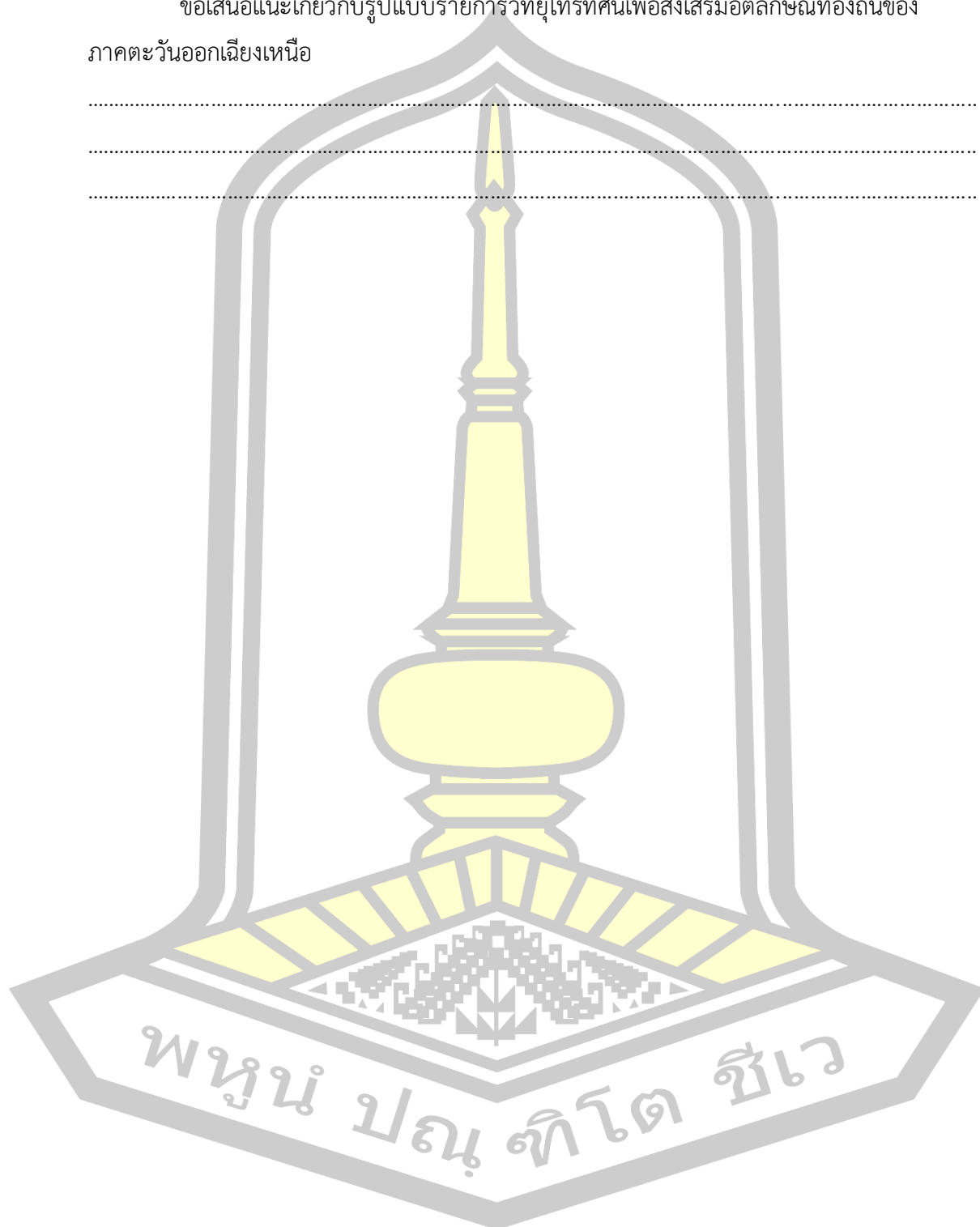
7. ระยะเวลาการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีระยะเวลาเท่าไร

8. ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีประเด็นเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

พจนานุกรมศัพท์โต ชิว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ





แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....

4. ชื่อสถาบันการศึกษา.....

5. ประสบการณ์การทำงาน.....

6. ตำแหน่ง.....

7. หน่วยงาน.....

8. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

2. ลักษณะของการดำเนินการ

.....

.....

.....

3. ความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

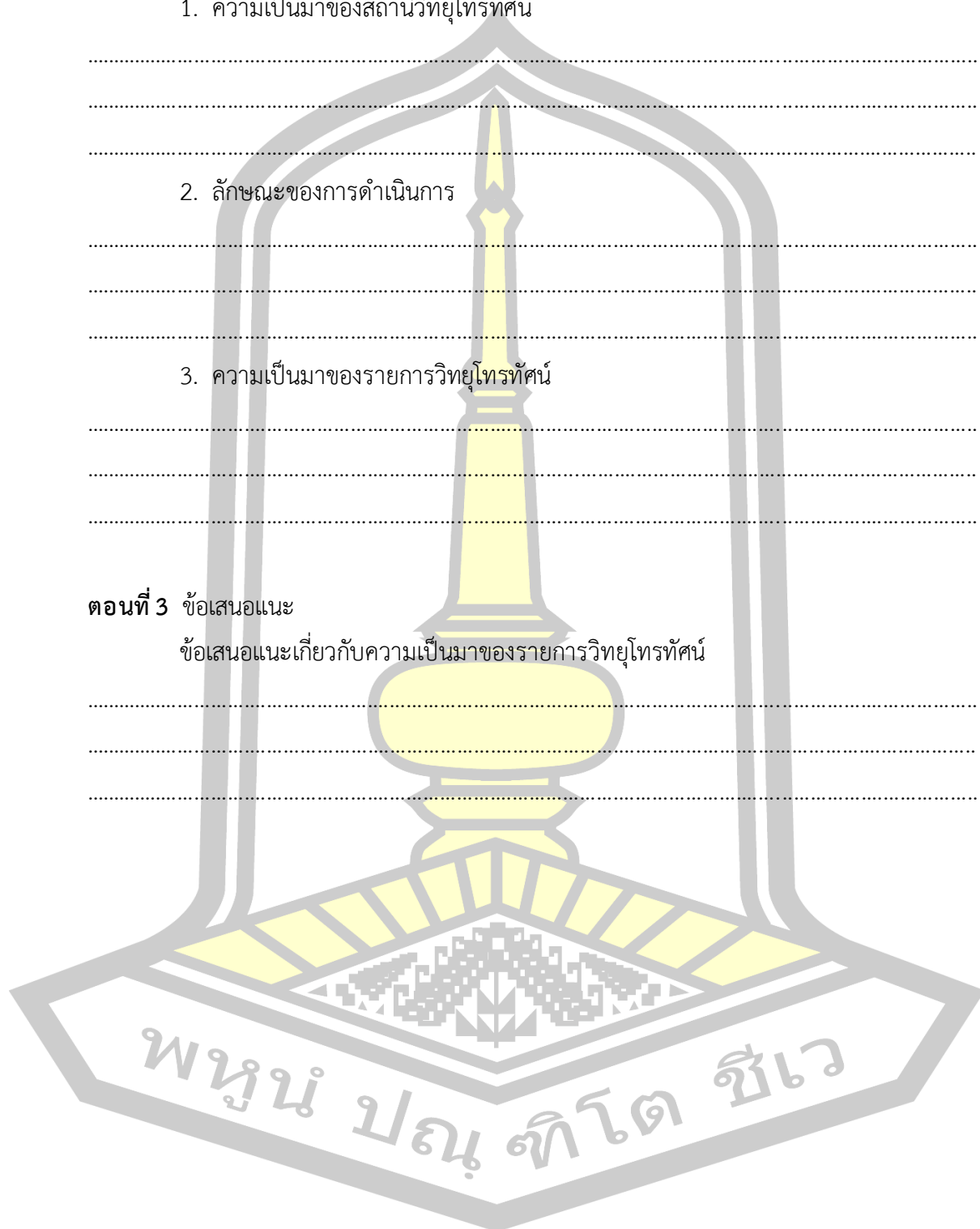
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเป็นมาของรายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....





แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) และกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....

4. ชื่อสถาบันการศึกษา.....

5. ประสบการณ์การทำงาน.....

6. ตำแหน่ง.....

7. หน่วยงาน.....

8. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

1. สภาพปัจจุบันของสถานีวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

2. สภาพปัจจุบันของรายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

3. ปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....

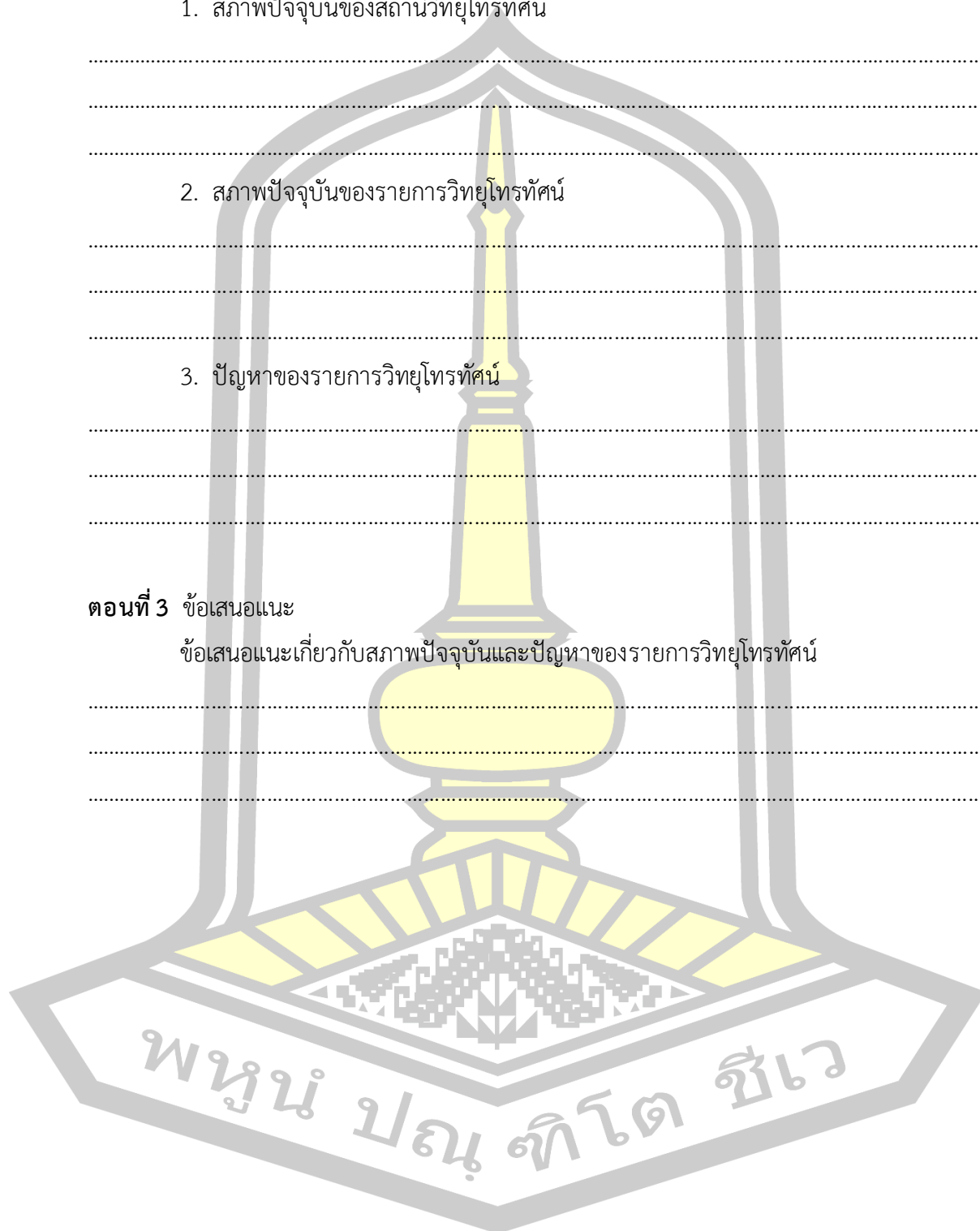
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของรายการวิทยุโทรทัศน์

.....

.....

.....





แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ (Key Information) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Information) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....
4. ชื่อสถาบันการศึกษา.....
5. ประสบการณ์การทำงาน.....
6. ตำแหน่ง.....
7. หน่วยงาน.....
8. สถานที่ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. กลุ่มเป้าหมาย ควรเป็นกลุ่มใด

.....

.....

.....

2. แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

5. ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

6. ผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

7. ระยะเวลาการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีระยะเวลาเท่าไร

.....

.....

.....

8. ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีประเด็นเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

.....





แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม
การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น
ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง :

แบบบันทึกการสนทนากลุ่มครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สนทนากลุ่ม
- ตอนที่ 2 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สนทนากลุ่ม

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. กลุ่มเป้าหมาย

.....

.....

2. แนวคิดรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

3. โครงสร้างรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

4. เนื้อหารายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

5. ลักษณะการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

6. ผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

7. ระยะเวลาการนำเสนอรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

8. ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

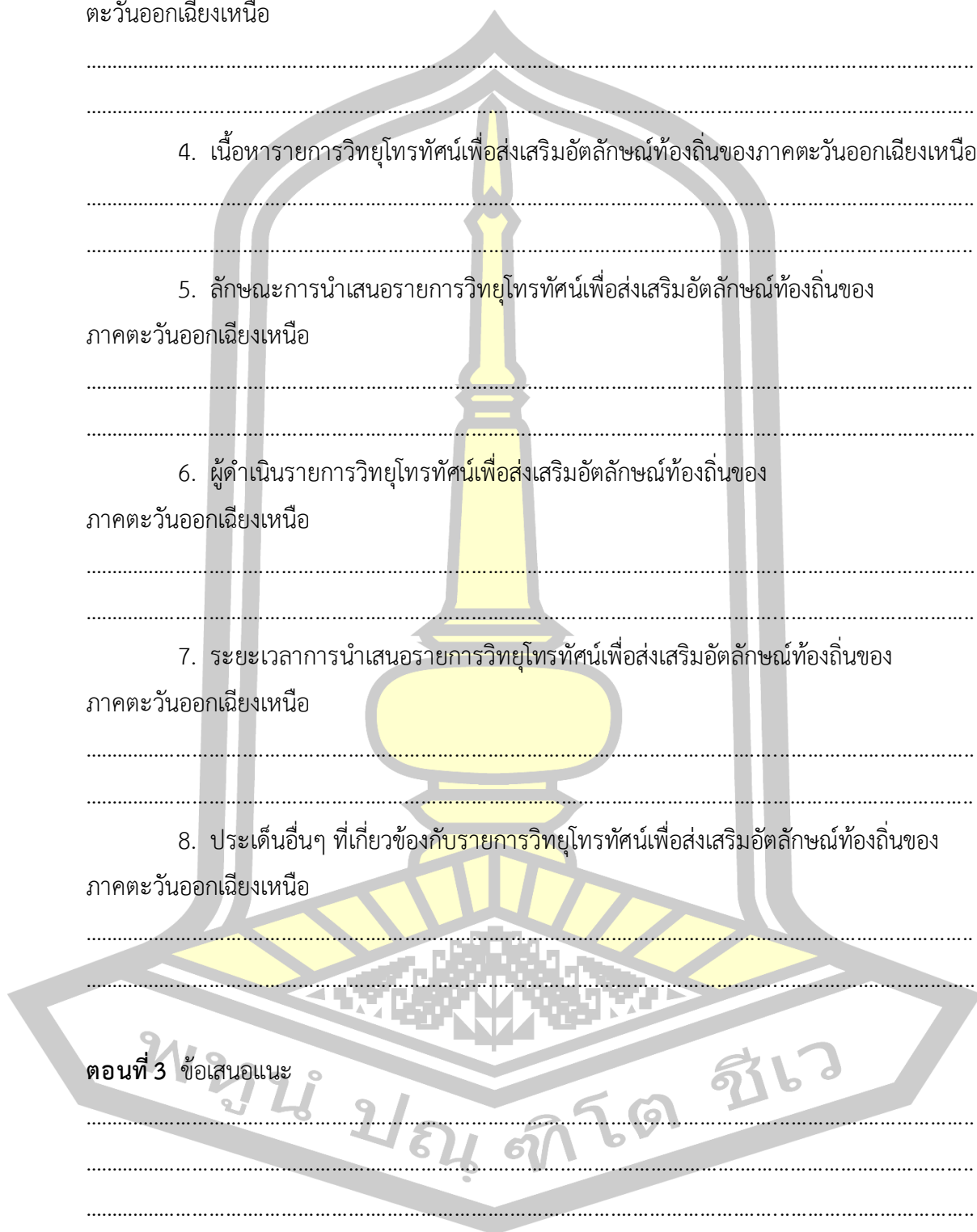
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

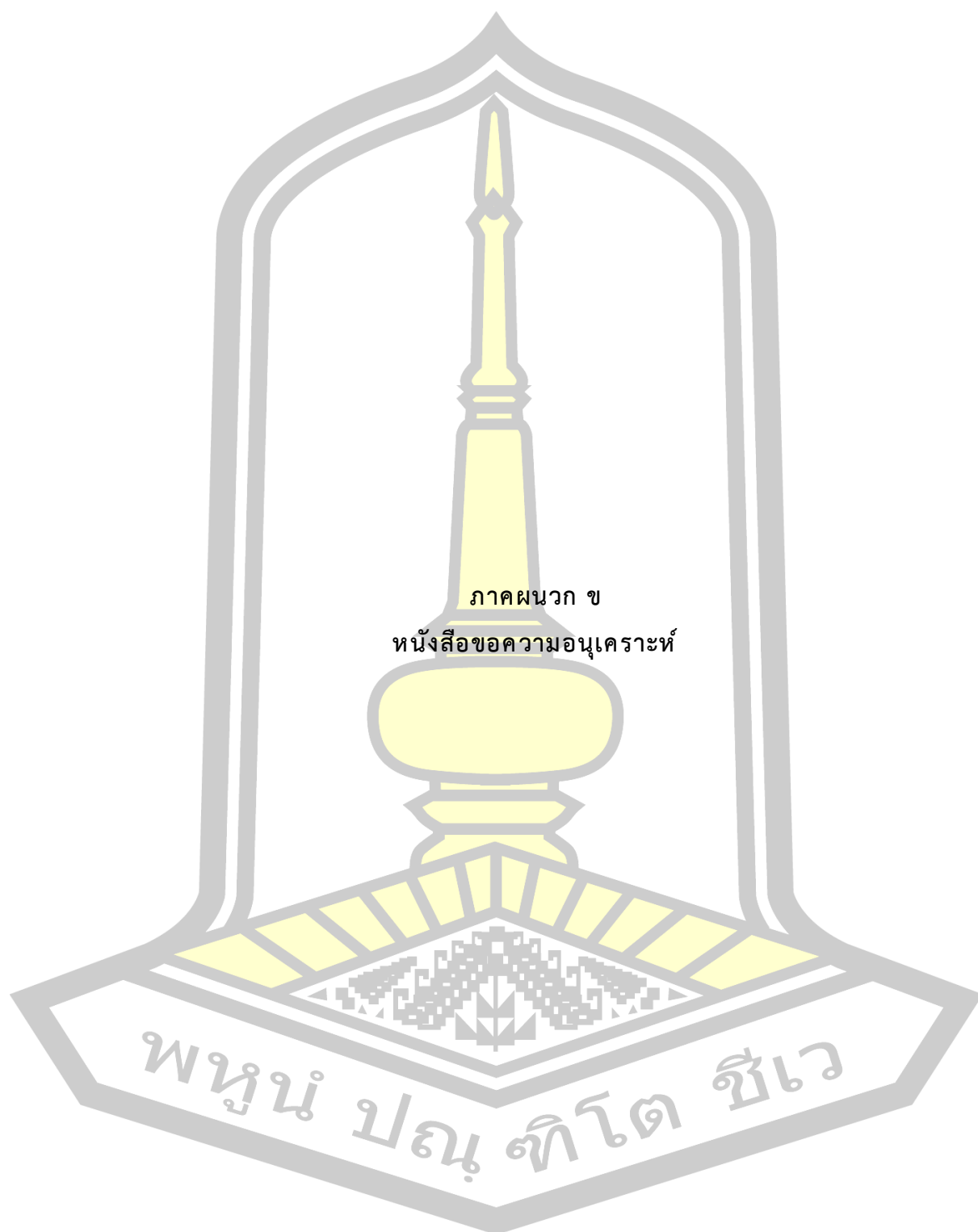
.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

พูนัน ปณ ทิโต ชีเว



ที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว. ๑๓๒

คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม ๔๕๐๐๐

๙ กรกฎาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นำนิตเก็บข้อมูลภาคสนาม

เรียน

ด้วยนางสาวปรารณา เดชประเสริฐศรี รหัสนิต ๕๗๐๑๒๑๖๐๐๑๙ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ โดยมีอาจารย์ ดร. บุญสม ยอดมาลี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.พนัส โพธิ์บัติ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม นั้น

ในการนี้ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าเขตพื้นที่ของท่านมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านอนุญาตให้ผู้วิจัยดังกล่าวเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อนำไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์และถูกต้องต่อไป จึงใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชิติกกา วรรณจันทร์)

รองคณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์ ฝ่ายบริหาร

รักษาราชการแทนผู้รักษาราชการคณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์

ปฏิบัติราชการแทนผู้รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กลุ่มงานบริการการศึกษาและกิจการนิสิต

คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มมส.

โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๔๓๗๑-๑๓๕๐ ต่อ ๖๑๓๔

ภาพประกอบ 41 หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้นำนิตเก็บข้อมูลภาคสนาม

ที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๕๗



คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม ๕๔๐๐๐

๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
เรียน

ด้วยนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี รหัสนิสิต ๕๗๐๑๒๑๖๐๐๑๙ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ โดยมีอาจารย์ ดร. บุญสม ยอดมาลี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.พนัส โพธิ์บัติ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม นั้น ซึ่งการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเครื่องมือที่ใช้ในการทำการศึกษาวิจัย

ในการนี้ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยข้างต้น เพื่อนำไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์และถูกต้องต่อไป ทางคณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชฎาภรณ์ วรรณจันทร์)

รองคณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์ ฝ่ายบริหาร

รักษาราชการแทนผู้รักษาราชการคณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์

ปฏิบัติราชการแทนผู้รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กลุ่มงานบริการการศึกษาและกิจการนิสิต

คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มมส.

โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๔๓๗๑-๑๓๕๐ ต่อ ๖๑๓๔

ภาพประกอบ 42 หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว. ๑๓๕



คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม ๔๕๐๐๐

๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลภาคสนาม
เรียน

ด้วยนางสาวปรารณา เดชประเสริฐศรี รหัสนิสิต ๕๗๐๑๒๑๖๐๐๑๙ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้รับอนุมัติให้ดำเนินงานวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์พนัส โพธิ์ปิติ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก นั้น

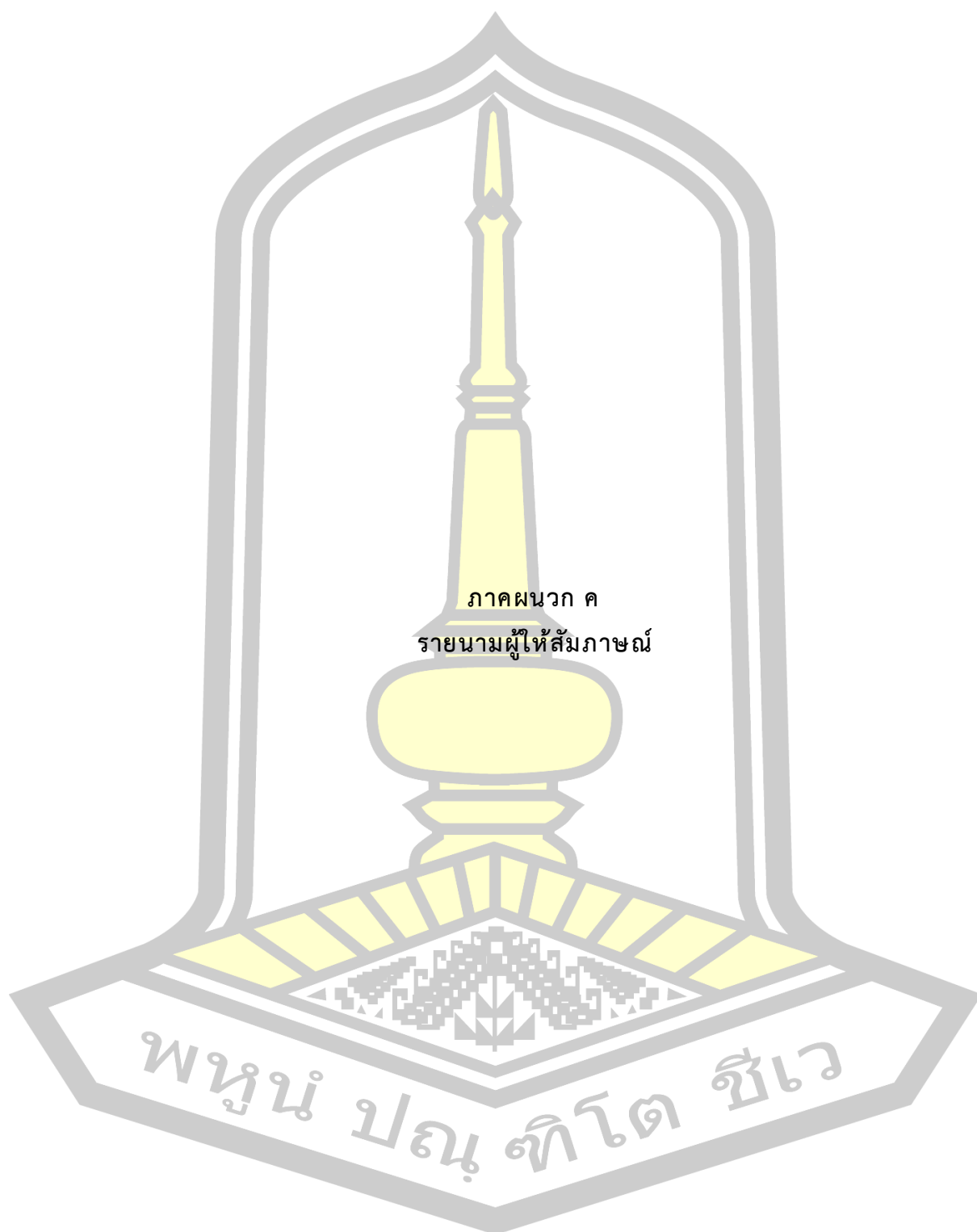
ในการนี้ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ พิจารณาแล้วเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านอนุญาตให้ผู้วิจัยดังกล่าวเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์และถูกต้องต่อไป จึงใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร รัตนสุธีระกุล)
ผู้รักษาการคณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์
ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กลุ่มงานบริการการศึกษาและกิจการนิสิต
คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มมส.
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๔๓๗๑-๑๓๕๐ ต่อ ๖๑๓๔

ภาพประกอบ 43 หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลภาคสนาม



ภาคผนวก ค
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

พหุจน์ ปณฺ ทิโต ชีเว

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

- กชกร ถาวรรัตน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- กมลพร คำนิง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2563.
- กัญญา นามเหลา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.
- กิงดาว สุวาทิต เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด วารินชำราบเคเบิลทีวี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- คิงห์ งอสอน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- จิรดา พูลสวัสดิ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.
- จิรพร วรรณพฤกษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ขอนแก่นเคเบิลทีวี จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม
2562.
- เจริญ เพ็งมูล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.
- ชญาณี ชัยรักวงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- ชลันดา ลากเจือจันทร์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.

ชลธิษ จันทรสิงห์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2563.

ชวดล สิงห์คำป๋อง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.

ชาญชัย จินตนะกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด วารินชำราบเคเบิลทีวี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.

ไชยพันธ์ แสงทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2563.

ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท เคเซเวนบิสเนส กรุ๊ป จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562.

ฐิติรัตน์ พงษ์พุทธรักษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สมาคมนักข่าวจังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563.

ณพวรรณ จัมปะโสม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2562.

ณภฎ์มณเฑาะว์ ศิริทรัพย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.

ณรงค์ ขวัญคง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.

ณัชชา มลอินอาจ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, บรรณาธิการ เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.

- ณัฐพงษ์ แทนมา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.
- เดชดล แสงสว่าง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- ถิรวิทย์ ธรรมศิลา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.
- ทักษิณ เนื่องชมพู เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.
- ทรงศักดิ์ เสรีถนอมกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- เทอดศักดิ์ จำปา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.
- ธนสาร เสริมสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2562.
- ธนสาร เสริมสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2563.
- ธนินทร์รัฐ ศักดาพิศิษฐ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท เฉินเจริญวันเจริญ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่
15 ตุลาคม 2562.
- ธีรภัทร ดวงทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.
- ธีรศักดิ์ กำจรกลาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.

นงครัก ภูขลัง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.

นภาพร กาญจนจักร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ดิจิตอล เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ค จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2562.

นัฐพงษ์ เรืองวิริยะนุกูล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ขอนแก่นเคเบิลเน็ตเวิร์ค จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2562.

บารุง วสันตกรรม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท เฉินเจริญวันเจริญ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่
15 ตุลาคม 2562.

ปนิดา มณีเนตร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.

ประคอง เจียมประโคน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.

ปรัชญา เทพสกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ขอนแก่นเคเบิลทีวี จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม
2562.

ปรีศนา คำหลัก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.

ปรียาภรณ์ สกกุลพันธ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.

ปัญญา แพงเหล้า เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัด
อุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.

ปิยเมษฐู ปราณีตพลกรัง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ประรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ดิจิตอล เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ค จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2562.

เปรมยุดา กาญจนรัชต์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่สมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่
20 ตุลาคม 2562.

ผกากรอง เกิดมูลี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.

ผดุง จตุรภักดิ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท เฉินเจริญวันเจริญ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่
15 ตุลาคม 2562.

พวงแก้ว ขวัญคง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.

พรชิตา ปัจสูงเนิน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.

พรพิมล คงตระกูล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.

พรรณฉิรา ร่องวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.

พัชรณัฐ คุณเจริญศิริ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.

พิชญา วัฒนเจริญ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.

พิทยา แสงรุ่ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563.

พิพัฒน์พล กิมขุนทด เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.

- พิสิฐชัย โคะสะสุ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.
- มนธิชา เจียมผ่อง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- มะลิ ไชกระโทก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2562.
- มินา ลาบสาร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- มุกฉลิษฐ์ ขนยู่ท เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- แม่นาง เรืองเจริญ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562.
- ยุภาพร เชื้อชัย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2562.
- รัฐศิกายุจน์ ทิพย์วาริเลิศ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- รินรดา จันท์แรม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2562.
- รุ่งจันทร์ อินเต็ม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- ลักขณาพร ขาวเล็ก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรายณา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562.

- วรปราณี โสภิตธรรมคุณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.
- วิชัย ศิริสม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.
- วิเชียร ก่อกิจกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่
25 สิงหาคม 2562.
- วิริยา พันธุ์ทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.
- วิลาวัดย์ ไสยสมบัติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.
- วิไลรัตน์ เหมือนนรุท เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- ศรีสมร บุญวิจิตร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.
- ศรายุทธ นิลเนตร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.
- ศศิธกา ใหม่สุภา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- ศศิวิมล คมเฉียบ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.
- ศิรินภา กลมเกลี้ยง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.

- สัญญา ภัคดีโพธิ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563.
- สมชาย สถานพงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ดิจิตอล เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ค จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2562.
- สมบัติ ชัยรัตน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.
- สมาน อินทร์จ้อหอ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.
- สายใจ พรหมรุ่งเรือง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม
2562.
- สายเพชร จังกาจิตต์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัด
อุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.
- สิริพร ช่อนกลิ่น เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- สุเทพ ไม้สง่า เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชนจังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2563.
- สุนีย์ ปรีชา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- สุพัตรา ปัตลา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.
- สุพิชญา ธนาคม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.

สุภัทธร นามวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัด
อุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.

สุภาพร ทำแท่ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ขอนแก่นเคเบิลทีวี จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม
2562.

สุรัตน์ พิพัฒน์ไชยศิริ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่บริษัท ขอนแก่นเคเบิลเน็ตเวิร์ค จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2562.

เสาวลักษณ์ ล้อมรังกา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
2562.

เหล็ก แสงสว่าง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.

อนงค์นาถ ราบริน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.

อนามิกา ก้อนหิน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม
2562.

อมลวรรณ จงจำ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัด
อุบลราชธานี เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2562.

อรยา ถิตย์กุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2562.

อรัญญา พิมพ์พันธ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม
2562.

อรุชา คุณเจริญศิริ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562.

- อรุณ อุ่นไธสง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.
- อัญชลี บุบผามาลา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
 ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
 เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2563.
- อัทธาวุธ ดิสองเมือง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
 ที่บริษัท ขอนแก่นเคเบิลเน็ตเวิร์ค จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
 เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2562.
- อุดมศักดิ์ เทียนกระโทก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์
 ที่เทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม
 2562.
- อุทัย พลพวง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
 ที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
 เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2563.
- อุเทน แร่ทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, ปรรณนา เดชประเสริฐศรี เป็นผู้สัมภาษณ์,
 ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
 เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562.







คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นายไชยรัตน์ แสงทอง
ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เนื่องจาก.....
-

ลงชื่อ..... 

(...นายไชยรัตน์ แสงทอง).....
วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา

ภาพประกอบ 44 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นายไชยรัตน์ แสงทอง ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นายสัญญา ภัคดีโพธิ์
ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เนื่องจาก.....
-

ลงชื่อ.....

(.....นายสัญญา ภัคดีโพธิ์.....)
ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา

ภาพประกอบ 45 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นายสัญญา ภัคดีโพธิ์ ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครราชสีมา



คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารณา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า อาจารย์ ดร. ธนสาร เจริญสุข
ตำแหน่ง ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน

รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เนื่องจาก.....
.....

ลงชื่อ.....
(อาจารย์ ดร.ธนสาร เจริญสุข)
ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน

ภาพประกอบ 46 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
อาจารย์ ดร.ธนสาร เจริญสุข ตำแหน่ง ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน



คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า**อ.ดร. อัญชลี บุบผามาลา**.....
ตำแหน่ง**อาจารย์**.....

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
เนื่องจาก.....

ลงชื่อ.....**อ.ดร. อัญชลี บุบผามาลา**.....
(.....**อัญชลี บุบผามาลา**.....)

ภาพประกอบ 47 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
อาจารย์ ดร.อัญชลี บุบผามาลา ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า ดร. สุเทพ ไม้สง่า
ตำแหน่ง นายกสมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เนื่องจาก.....
-

ลงชื่อ.....
(ดร.สุเทพ ไม้สง่า)

ภาพประกอบ 48 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
ดร.สุเทพ ไม้สง่า ตำแหน่ง นายกสมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน



คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ข้าพเจ้า นางพรพิมล คงตระกูล
ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น

รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เนื่องจาก.....
.....

ลงชื่อ.....
(นางพรพิมล คงตระกูล)
วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น

ภาพประกอบ 49 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นางพรพิมล คงตระกูล ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า ผ.ศ. วิมล พูลสวัสดิ์
ตำแหน่ง ประ.ชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เนื่องจาก.....
-

ลงชื่อ.....

ผ.ศ. วิมล พูลสวัสดิ์

ภาพประกอบ 50 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ

นางสาวจิรดา พูลสวัสดิ์ ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นายเจริญ เพ็งมูล
ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เนื่องจาก.....
-

ลงชื่อ.....
(นายเจริญ เพ็งมูล)

ภาพประกอบ 51 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นายเจริญ เพ็งมูล ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น



คณะวัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นายอุทัย พลพวก
ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี

รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เนื่องจาก.....
.....

ลงชื่อ.....
(นายอุทัย พลพวก)
วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี

ภาพประกอบ 52 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นายอุทัย พลพวก ตำแหน่ง วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิติศาสตร์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นางกมลพร คำนึ่ง
ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง อบจ. อุดรธานี

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เนื่องจาก.....
-

ลงชื่อ.....
(นางกมลพร คำนึ่ง)
ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี

ภาพประกอบ 53 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นางกมลพร คำนึ่ง ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบรับรอง

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตามที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้มีหนังสือที่ อว ๐๖๐๕.๓๕/ว.๑๓๔ ลงวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูล ภาคสนาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ของนางสาวปรารถนา เดชประเสริฐศรี นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นายชลิช จันทร์สิงห์
ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี

- รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ไม่รับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
เนื่องจาก.....
.....

ลงชื่อ.....

(นายชลิช จันทร์สิงห์)

ภาพประกอบ 54 แบบรับรองรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นฯ
นายชลิช จันทร์สิงห์ ตำแหน่ง นายกสมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวปรารณา เดชประเสริฐศรี
วันเกิด	วันที่ 15 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2524
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงใหม่
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 208/1 หมู่ 5 ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ 30000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 744 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ 30000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัฒโนทัยพายัพ จังหวัด เชียงใหม่ พ.ศ. 2546 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชา บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่ พ.ศ. 2551 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2564 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาวัฒนธรรม ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

พูนุ์ ปณุ์ ทิโต ชีเว