

การสร้างตัวชี้วัดคุณภาพรายการไทยพีบีเอสตามมาตรฐาน สื่อสาธารณะ

นันทยา ดวงฤๅเมศ¹

สิรินทร พิบูลภาณุวัณ²

บทคัดย่อ

การสร้างตัวชี้วัดคุณภาพรายการไทยพีบีเอสตามมาตรฐานสื่อสาธารณะถือเป็นนวัตกรรมในการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ของไทย ที่ให้ความสำคัญกับการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยและมาตรฐานของความเป็นสื่อสาธารณะที่เป็นสากล โดยได้ออกแบบตัวชี้วัดให้มีความสอดคล้องกับการดำเนินงานด้านรายการและคุณลักษณะรายการแต่ละประเภทของไทยพีบีเอส และบริบทของผู้รับสารชาวไทยที่ยังไม่คุ้นเคยกับสื่อสาธารณะเท่าใดนัก ซึ่งตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่สร้างขึ้นมามีทั้งหมด 39 ตัวชี้วัด นำมาวิเคราะห์จัดกลุ่มด้วยสถิติวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ได้ 6 องค์ประกอบตัวชี้วัด ได้แก่ ความเป็นต้นแบบและแปลกใหม่ (originality and innovation) มี 8 ตัวชี้วัด การมีส่วนร่วมจากผู้ชม (audience engagement) มี 6 ตัวชี้วัด ผลต่อผู้ชม (audience impact) มี 11 ตัวชี้วัด คุณลักษณะที่น่าไว้วางใจ (trustworthiness) มี 5 ตัวชี้วัด การเรียนรู้สังคมของผู้ชม (audience's social learning) มี 4 ตัวชี้วัด และความต่อเนื่องรอบด้าน (persistence) มี 5 ตัวชี้วัด เมื่อนำองค์ประกอบ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

² อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

หมายเหตุ: บทความนี้เรียบเรียงจากรายงานวิจัย การสร้างตัวชี้วัดคุณภาพรายการ (Program Quality Indicator) ตามมาตรฐานสื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส (2557) โดย นันทยา ดวงฤๅเมศ, สิรินทร พิบูลภาณุวัณ และพนม คล้ายยา ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

ตัวชี้วัดเหล่านี้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (multiple regression) พบว่ามีเพียงบางองค์ประกอบเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายการแต่ละประเภทอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งก็คือองค์ประกอบตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่แต่ละกลุ่มรายการควรให้ความสำคัญ ได้แก่ กลุ่มรายการข่าวและเกี่ยวเนื่องกับข่าว ควรให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องรอบด้าน (persistence) คุณลักษณะที่น่าไว้วางใจ (trustworthiness) และผลต่อผู้ชม (audience impact) ตามลำดับ กลุ่มรายการสารประโยชน์ควรให้ความสำคัญกับความเป็นต้นแบบและแปลกใหม่ (originality and innovation) คุณลักษณะที่น่าไว้วางใจ (trustworthiness) และการเรียนรู้สังคมของผู้ชม (audience's social learning) ตามลำดับ และกลุ่มรายการสารบันเทิง ควรให้ความสำคัญกับความเป็นต้นแบบและแปลกใหม่ (originality and innovation) ผลต่อผู้ชม (audience impact) การเรียนรู้สังคมของผู้ชม (audience's social learning) และความต่อเนื่องรอบด้าน (persistence) ตามลำดับ

Abstract

The construction of ThaiPBS program quality indicators under public broadcasting service standard can be seen as an evaluative innovation of Thai television program quality which focuses on the role of public service broadcaster within Thai context as well as international public broadcasting service standard. The indicators were designed and constructed in accordance with ThaiPBS program operation and genres, and Thai audiences who were not quite familiar with public broadcasting services. Through the use of factor analysis, the 39 indicators were categorized into 6 groups; originality and innovation consisting of 8 indicators, audience engagement with 6 indicators, audience impact with 11 indicators, trustworthiness with 5 indicators, audience's social learning with 4 indicators, and persistence with 5 indicators. Then, multiple regression was employed to determine weights of influence that each

group of indicators had on each program genre. The result indicates that certain groups of indicators had an impact on certain types of program with a significant level. In others words, the quality of different programs can be measured by different groups of indicators, namely the evaluation of “news and news-related program” should employ persistence, trustworthiness, and audience impact indicators respectively; the “documentary program” should be measured by originality and innovation, trustworthiness, and audience's social learning indicators respectively; the “entertainment program” should be assessed by originality and innovation, audience impact, audience's social learning, and persistence indicators respectively.

บทนำ: ความสำคัญของการสร้างตัวชี้วัดคุณภาพรายการไทยพีบีเอส

ปัจจุบันเกือบทุกประเทศในโลกมีสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับการสนับสนุนหรือมีแหล่งทุนจากงบประมาณของรัฐ ซึ่งหลายคนมักเข้าใจว่าสื่อเหล่านี้เป็น “สื่อสาธารณะ” ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นสื่อที่รัฐใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและสารประโยชน์ต่างๆ ไปยังสาธารณชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหรือยกระดับคุณภาพชีวิต โดยไม่ได้มุ่งหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ แต่ในทางปฏิบัติแล้ว จะพบว่ามีเพียงบางประเทศเท่านั้นที่สื่อโทรทัศน์ของรัฐมีแนวคิดและแนวทางการดำเนินงานตามมาตรฐานของความเป็นสื่อสาธารณะ (Mendel, 2000) ตามที่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้วางกรอบไว้คือ เป็นสื่อที่ถูกผลิต ได้รับการสนับสนุนด้านการเงิน และมีการควบคุมโดยสาธารณชนเพื่อสาธารณชน ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงแก่ประชาชน โดยปราศจากการแทรกแซงทางการเมืองและความกดดันจากปัจจัยด้านพาณิชย์ (UNESCO, 2011) อีกทั้งต้องให้ความสำคัญกับการเป็นสื่อที่ประชาชนทุกคนในประเทศสามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและเสมอภาค (universality) ความหลากหลายของรายการที่นำเสนอ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย และประเด็นที่นำเสนอ (diversity) บทบาทในการ