Journal of Information and Learning, (2022), 33(2), 134-145
Journal homepage: https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jil

Review Article

A Comparison of Notion about Public Service Broadcasting of the International and Thai Contexts and the State of Knowledge towards Thai PBS
การเปรียบเทียบแนวคิดสื่อบริการสาธารณะ ในบริบทนานาชาติกับไทยและสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับไทยพีบีเอส[1]

Phirakan Kai-nunna
ภีรกาญจน์ ไค่นุ่นนา

Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University
สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Corresponding author: 6185104428@student.chula.ac.th

Received December 4, 2021 ▮ Revised March 22, 2022 ▮ Accepted March 28, 2022 ▮ Published August 22, 2022

Abstract

The objectives of this article were 1) to compare the international and Thai perspectives in terms of public broadcasting service (PBS) concept and 2) to study the state of the knowledge towards Thai PBS. The results showed that the PBS system in the international context was divided between the state and commercial broadcasting systems. While from the Thai perspective, the PBS as mentioned is classified as part of the state, non-profit organization, and higher education broadcasting systems which were called public service broadcasting. The main source of the international PBS budgets was found to be derived from the licence fee, federal funding, subscription charge, and income from intellectual property which differs from the Thai PBS that receives funding from the alcohol and tobacco tax. The state of knowledge towards Thai PBS is composed of four aspects: roles of Thai PBS (53.3%), organization and institution (20.0%), content and discourse (13.3%), corporate image and audience gratification (13.3%). The future research on Thai PBS should focus on digital context as it causes changes in communication technology, audience lifestyles, and social fragmentation, including the role of Thai PBS towards the southernmost Thailand peace process which is still in the gap of knowledge.

Keywords: Public broadcasting service, Thai PBS, State of knowledge

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) อธิบายแนวคิดสื่อบริการสาธารณะ โดยเปรียบเทียบระหว่างบริบทนานาชาติกับไทย และ 2) ศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับไทยพีบีเอส ผลการศึกษา พบว่า ในบริบทนานาชาตินั้นสื่อบริการสาธารณะเป็นหนึ่งในสามระบบของสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงที่แยกจากสื่อรัฐกับสื่อพาณิชย์ แต่บริบทไทยนั้น สื่อบริการสาธารณะตามแนวคิดดังกล่าวถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกับสื่อของรัฐ องค์กรไม่แสวงหากำไร และมหาวิทยาลัย โดยเรียกทั้งหมดว่าเป็นประเภทสื่อบริการสาธารณะ ด้านแหล่งที่มาของงบประมาณสื่อบริการสาธารณะในหลายประเทศนั้นได้รับงบประมาณโดยตรงจากค่าธรรมเนียมการรับชม เงินอุดหนุนจากรัฐ ค่าสมาชิก รายได้จากการจำหน่ายทรัพย์สินทางปัญญา ขณะที่สื่อบริการสาธารณะของไทยอย่างไทยพีบีเอสได้รับงบประมาณจากภาษีสรรพสามิตเหล้าและบุหรี่ ส่วนสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับไทยพีบีเอสนั้นมีงานวิจัยตั้งแต่ช่วงปี 2553-2563 จำนวน 15 เรื่อง แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มประเด็น ได้แก่ บทบาทสื่อสาธารณะ (53.3%) องค์กรและสถาบัน (20.0%) เนื้อหาและวาทกรรม (13.3%) และภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (13.3%) ด้านการวิจัยในอนาคตนั้นควรให้ความสนใจต่อการดำรงอยู่ของไทยพีบีเอสภายใต้บริบทดิจิทัลเพราะเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสาร พฤติกรรมการดำรงชีวิตของผู้รับสาร และการแตกกระจายของสังคม ขณะที่แง่มุมด้านบทบาทต่อกระบวนการสันติภาพจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ค่อนข้างมีพลวัตก็ยังเป็นช่องว่างทางความรู้อยู่

คำสำคัญ: สื่อบริการสาธารณะ, ไทยพีบีเอส, สถานภาพองค์ความรู้

1 บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต เรื่อง บทบาทไทยพีบีเอสต่อกระบวนการสันติภาพในจังหวัดชายแดนภาคใต้ภายใต้บริบทการแปรเปลี่ยนความขัดแย้ง มีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรษาสิริ กุหลาบ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา โดยได้รับการสนับสนุนทุนการศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

บทนำ (Introduction)

นับตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษที่ 1920 บริษัทแพร่ภาพและกระจายเสียงแห่งสหราชอาณาจักร (British Broadcasting Company) ได้รับการจัดตั้งขึ้น และต่อมามีการออกกฎหมาย (Royal Charter) เพื่อแปลงสถานะให้เป็นบรรษัทแพร่ภาพและกระจายเสียงแห่งอังกฤษที่เรียกว่าบีบีซี (British Broadcasting Corporation: BBC) นับเป็นสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงบริการสาธารณะ (Public Service Broadcasting: PSB) แห่งแรกของโลก ภายหลังแนวคิดสื่อประเภทนี้ได้แพร่กระจายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศในยุโรป ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย แคนาดา เป็นต้น

แนวคิดนี้ยังเป็นต้นแบบการจัดตั้งองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ในปี 2551 ด้วย โดยเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการบริหารสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ซึ่งแนวทางดำเนินการสื่อบริการสาธารณะในประเทศไทยก็มีความเฉพาะที่สอดคล้องกับสังคมไทย แต่หากพิจารณาในเชิงกรอบแนวคิดสื่อบริการสาธารณะจะพบว่ามีความแตกต่างกันค่อนข้างมากระหว่างมุมมองในระดับสากลกับไทย ซึ่งมีผลต่อความรู้ความเข้าใจของสาธารณะในหลายด้าน ทั้งในเชิงการบริหารจัดการคลื่นความถี่วิทยุและโทรทัศน์ ท่าทีที่มีต่อสื่อบริการสาธารณะของนักการเมืองและทหารที่มีอำนาจในการปกครองประเทศ ความเข้าใจและความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของประชาชน เป็นต้น การศึกษานี้จะเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของแนวคิดสื่อบริการสาธารณะระหว่างสองมุมมองดังกล่าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจของผู้สนใจศึกษาสื่อบริการสาธารณะในประเทศไทย

นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้ว การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่อบริการสาธารณะกรณีไทยพีบีเอสในห้วงที่ผ่านมายังสะท้อนถึงความสำคัญและการดำรงอยู่ของสื่อบริการสาธารณะในสังคมไทยด้วย โดยตลอดสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีผู้สนใจศึกษาไทยพีบีเอสในหลากหลายมิติ และเพื่อให้การศึกษาวิจัยในประเด็นนี้มีความเท่าทันกับบริบทต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และจะเป็นองค์ความรู้สำหรับการศึกษาวิจัยไทยพีบีเอสในอนาคต รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อบริการสาธารณะของไทยด้วย ซึ่งเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยในการสังเคราะห์องค์ความรู้ดังกล่าวก็คือ การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ (State of knowledge) จากงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับไทยพีบีเอส บทความนี้จึงนำเสนอผลการศึกษาใน 2 ส่วน ได้แก่ แนวคิดสื่อบริการสาธารณะในมุมมองสากลและไทย และสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับไทยพีบีเอส

แนวคิดสื่อบริการสาธารณะในบริบทสากลและไทย (The concept of Public Service Broadcasting in international and Thai contexts)

การเริ่มต้นทำความเข้าใจกับสื่อบริการสาธารณะนั้นจำเป็นต้องเข้าใจนิยามของสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงในระบบต่างๆ จากนั้นจึงเปรียบเทียบให้เห็นว่าแนวคิดสื่อบริการสาธารณะในบริบทสากลและไทยนั้นแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร โดยจะใช้หนังสือของโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme: UNDP) เรื่อง Supporting Public Service Broadcasting: Learning from Bosnia and Herzegovina's experience (2004, pp. 7-9) เป็นกรอบสำหรับการศึกษานี้

UNDP ได้ให้ความหมายและแบ่งสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงออกเป็น 3 ระบบ ได้แก่ สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงของรัฐ (State Broadcasting) สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงเชิงพาณิชย์ (Commercial Broadcasting) และสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงบริการสาธารณะ (Public Service Broadcasting: PSB)[2] โดย UNDP ได้ให้ความหมายสื่อทั้งสามระบบดังนี้

สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงของรัฐ หมายถึง สื่อของรัฐที่มุ่งตอบสนองผลประโยชน์ทางการเมืองที่ต้องการให้ประชาชนรับรู้ผลงาน การดำเนินงานต่าง ๆ ของภาครัฐ การเป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสารระหว่างหน่วยงานรัฐกับประชาชน ได้รับงบประมาณดำเนินการมาจากภาษีที่จ่ายโดยงบประมาณของรัฐ

สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงเชิงพาณิชย์ หมายถึง สื่อที่ดำเนินการและบริหารโดยเอกชน มีเป้าหมายเพื่อแสวงหาผลกำไร มองผู้ชมเป็นผู้บริโภค การนำเสนอเนื้อหาจะมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก กิจการยังอยู่ในการกำกับของรัฐแต่ความเข้มข้นของแต่ละประเทศอาจแตกต่างกัน

สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงบริการสาธารณะ หมายถึง การประกอบกิจการสื่อที่คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ มองผู้ชมเป็นพลเมือง เป็นองค์กรสาธารณะในกำกับของรัฐ รายได้มาจากประชาชนโดยตรง โดยแต่ละประเทศมีการกำหนดที่มาของรายได้แตกต่างกัน

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นว่าสื่อรัฐกับสื่อบริการสาธารณะนั้นเป็นระบบที่แยกออกจากกันในเชิงแนวคิด วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และที่มางบประมาณ ส่วนบริบทไทยนั้น การแบ่งระบบสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงสามารถศึกษาได้จากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ตามมาตรา 10

2 บทความนี้มีการใช้คำเรียกสื่อบริการสาธารณะในภาษาอังกฤษ 2 คำ ได้แก่ Public Service Broadcasting หรือ PSB และ Public Broadcasting Service หรือ PBS โดยยึดถือตามต้นฉบับ แต่ทั้งสองคำมีความหมายเดียวกัน คือ การแพร่ภาพและกระจายเสียงที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบริการสาธารณะ เฉพาะบทคัดย่อภาษาอังกฤษของบทความวิชาการนี้ ผู้เขียนได้ปรับใช้คำเดียวกัน คือ PBS เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพของการเขียน

กำหนดประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กิจการบริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน และกิจการทางธุรกิจ เนื้อหาในมาตรา 10 ดังกล่าวยังแบ่งกิจการประเภทบริการสาธารณะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

กิจการบริการสาธารณะประเภทที่หนึ่ง หมายถึง การประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน

กิจการบริการสาธารณะประเภทที่สอง หมายถึง การประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ

กิจการบริการสาธารณะประเภทที่สาม หมายถึง การประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

ตามมาตรา 11 ยังกำหนดคุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะด้วย ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทเช่นกัน ได้แก่

1) กระทรวง ทบวง กรม องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐที่มิใช่รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมายหรือมีความจำเป็นต้องดำเนินกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

2) สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ ซึ่งมีความเหมาะสมกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะตามลักษณะและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

3) สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการใช้ประโยชน์ด้านการเรียนการสอนหรือการเผยแพร่ความรู้สู่สังคมตามลักษณะและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

จากแนวคิดนี้พบว่า กิจการสื่อประเภทบริการสาธารณะของไทยตามแนวคิดใน พ.ร.บ.ดังกล่าวที่กสทช.ได้ให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ณ ปี 2559 จึงมีจำนวน 4 ใบอนุญาต ได้แก่ ช่อง 1 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก มีกองทัพบกเป็นหน่วยงานที่รับใบอนุญาตประกอบกิจการ ช่อง 2 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) มีกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่รับใบอนุญาตประกอบกิจการ ช่อง 3 ไทยพีบีเอส มี ส.ส.ท.เป็นหน่วยงานที่รับใบอนุญาตประกอบกิจการ และช่อง 10 สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา มีสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเป็นหน่วยงานที่รับใบอนุญาตประกอบกิจการ (Waranusupakul, 2017, p.39) แต่หากใช้แนวคิดของ UNDP มาจัดประเภทสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงในบริบทสากล สื่อโทรทัศน์ 4 แห่งดังกล่าว จะถูกจัดกลุ่มที่แตกต่างออกไป โดยไทยพีเอสจะถูกจัดให้อยู่ระบบสื่อบริการสาธารณะ ส่วนช่อง 1 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 2 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาจะถูกจัดอยู่ในประเภทระบบสื่อรัฐ ดังที่แสดงให้เห็นตาม Figure 1

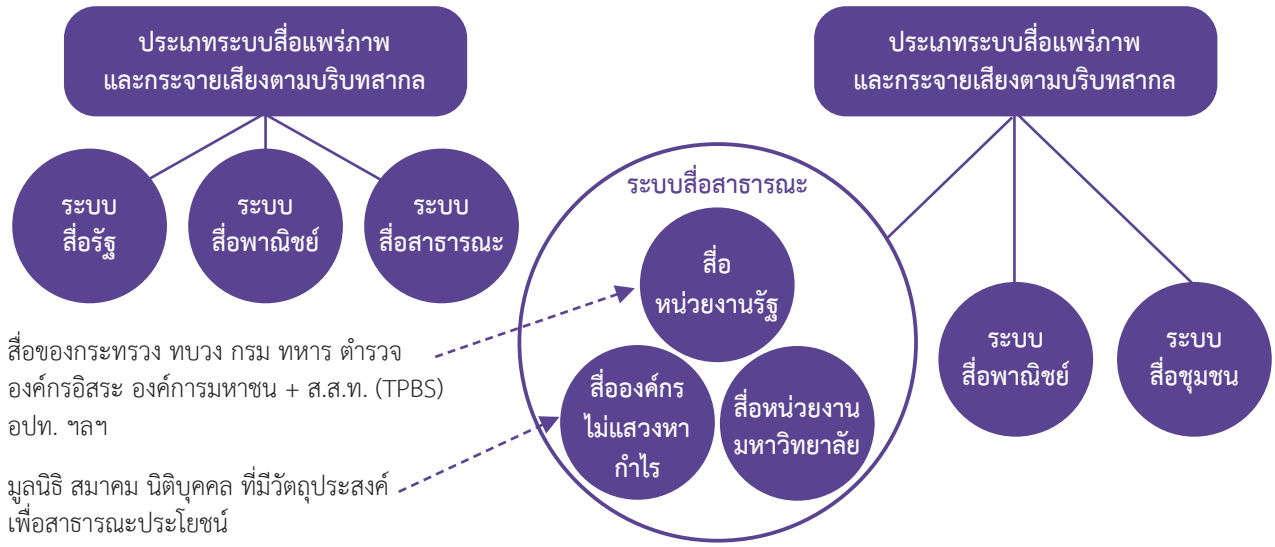

Figure 1 Difference of public broadcasting services system between international and Thai perspectives
แสดงความแตกต่างระหว่างระบบสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงในบริบทสากลกับไทย

จากภาพดังกล่าวยังแสดงให้เห็นว่า ระบบสื่อบริการสาธารณะในบริบทไทยนั้นครอบคลุมถึงสื่อของกระทรวง ทบวง กรม องค์การมหาชน องค์กรอิสระ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น รวมถึงสื่อขององค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร เช่น มูลนิธิ สมาคม หรือนิติบุคคล ฯลฯ ซึ่งแนวคิดการแบ่งระบบสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะในบริบทไทยนั้นไม่ได้ใช้มิติความเป็นเจ้าของสื่อ (Media ownership) ในการแบ่งระบบสื่อบริการสาธารณะกับสื่อรัฐออกจากกัน แต่ใช้มิติวัตถุประสงค์การประกอบการที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรเป็นเกณฑ์ในการจัดระบบเรียกว่าสื่อบริการสาธารณะ เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้องค์กรรัฐทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นจะใช้คลื่นความถี่โดยไม่ได้แสวงหากำไรจากการประกอบการก็ตาม แต่ก็เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ผลงานของรัฐบาล หน่วยงานรัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการครอบงำทางอุดมการณ์ทางการเมืองด้วย ซึ่งขัดกับหลักการพื้นฐานของสื่อบริการสาธารณะตามบริบทสากลเป็นอย่างมากที่จะต้องดำเนินการภายใต้มาตรฐาน 4 ประการตามแนวคิดของ World Radio and Television Council (2001, pp. 11-13) ได้แก่ หลักความทั่วถึง (Universality) หลักความหลากหลาย (Diversity) หลักความเป็นอิสระ (Independence) และหลักความโดดเด่น (Distinctiveness) ความแตกต่างของแนวคิดสื่อบริการสาธารณะระหว่างบริบทสากลกับไทยดังกล่าวจึงเป็นข้อสังเกตที่ผู้สนใจศึกษาประเด็นสื่อบริการสาธารณะในไทยควรพิจารณาถึงแง่มุมนี้ด้วย

อีกประเด็นหนึ่ง คือ แนวคิดด้านงบประมาณของสื่อบริการสาธารณะ[3] ซึ่งถือเป็นเสาหลักสำคัญที่ทำให้มีความแตกต่างจากสื่อรัฐและสื่อเชิงพาณิชย์ ทำให้สื่อบริการสาธารณะปลอดจากอิทธิพลทางการเมืองและการโฆษณา และสามารถดำเนินการให้เป็นไปตามหลักการสื่อบริการสาธารณะได้ แต่หากพิจารณาในรายละเอียดกลับพบว่า ประเทศต่างๆ รวมทั้งไทยมีการออกแบบที่มาของงบประมาณแตกต่างกันเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของแต่ละประเทศ

Thai Broadcast Journalists Association (2009, pp. 105-109) ให้ข้อมูลว่า วิธีการได้มาของงบประมาณมีรูปแบบหลัก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการรับชม เงินอุดหนุนจากรัฐ การบริจาคของประชาชน การขายโฆษณา การขายลิขสิทธิ์ผลงานของสื่อสาธารณะ โดยในประเทศไทยนั้น เมื่อเริ่มดำเนินการจัดทำร่าง พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.... ขึ้น คณะผู้จัดทำร่างกฎหมายดังกล่าวได้ออกแบบที่มาของงบประมาณโดยอยู่ภายใต้หลักคิดของ UNESCO และเสนอในหลายแนวทางแต่ที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดและเหมาะสมกับสังคมไทยในเวลานั้นคือการเสนอให้ได้รับงบประมาณจากภาษีสรรพสามิตเหล้าและยาสูบร้อยละ 1.5 ต่อปี ซึ่งมีลักษณะเดียวกับที่มาของงบประมาณของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ได้รับงบประมาณจากภาษีดังกล่าว ร้อยละ 2.0 ต่อปี ซึ่งได้รับ

3 UNESCO (2001, pp. 15-16) เสนอแนวทางที่เหมาะสมในการจัดหางบประมาณดำเนินงานของสื่อสาธารณะ แบ่งออกเป็น 4 ประการ ได้แก่ 1) ทุนจำเป็นต้องมีจำนวนมากพอ (Substantial) โดยที่สื่อสาธารณะไม่ต้องดิ้นรนแสวงหางบประมาณ 2) ทุนที่ได้มาต้องมีความเป็นอิสระ (Independence) ปราศจากพันธะที่จะทำให้การดำเนินงานของสื่อสาธารณะผิดจากหลักการสื่อสาธารณะ 3) ทุนที่จะได้มาต้องสามารถคาดการณ์ได้ (Predictable) เพื่อให้สามารถวางแผนการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 4) การได้ทุนดำเนินงานควรต้องง่ายและยุติธรรม (Simple and Equitable) หากการได้มาของงบประมาณผ่านหลายขั้นตอนจะทำให้การเสนอของบประมาณอยู่ภายใต้การกำกับควบคุมของหน่วยงานรัฐ ซึ่งอาจจะทำให้สื่อสาธารณะกลายเป็นสื่อของรัฐในที่สุด

การจัดสรรจากสำนักงบประมาณโดยตรง รูปแบบการได้รับงบประมาณลักษณะนี้จึงแตกต่างจากสื่อบริการสาธารณะในประเทศอื่น โดยสามารถสรุปรูปแบบที่มาของงบประมาณของสื่อบริการสาธารณะในประเทศต่างๆ และไทย ตาม Table 1

Table 1 Sources of the budget of public broadcasting service institutes in different countries and Thailand แสดงที่มาของงบประมาณของสื่อบริการสาธารณะในต่างประเทศและไทย (ปรับจาก Thai Broadcast Journalists Association, 2009)

ชื่อสถานี/ประเทศ	แหล่งที่มาของรายได้	ข้อสังเกต
BBC สหราชอาณาจักร	ค่าธรรมเนียมการรับชมและรายได้จากส่วนอื่นๆ เช่น การจำหน่ายรายการ เป็นต้น	เก็บค่าธรรมเนียมจากการรับชมของประชาชน ซึ่งทำให้บีบีซีต้องผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้จ่ายค่าธรรมเนียมและแข่งขันการผลิตรายการที่มีคุณภาพในตลาดการซื้อขายรายการจากต่างประเทศ
NHK ประเทศญี่ปุ่น	ค่าธรรมเนียมการรับชมจากครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ และรายได้จากการจัดกิจกรรม	ห้ามรับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลและเอกชน เอ็นเอชเคมีการตั้งบริษัทลูกเพื่อแสวงหารายได้จากช่องทางอื่นด้วย
PBS ประเทศสหรัฐอเมริกา	การขายรายการ ค่าสมาชิก เงินอุดหนุนจากรัฐ การดำเนินธุรกิจ การขายผลิตภัณฑ์ทางการศึกษา	เนื่องจากรายได้ส่วนหนึ่งมาจากรัฐจึงมีข้อกังวลว่ารัฐอาจจะกำหนดทิศทางของเนื้อหารายได้
ABC ประเทศออสเตรเลีย	เงินอุดหนุนจากรัฐและการจำหน่ายทรัพย์สินทางปัญญา	สถานีได้รับงบประมาณจากภาครัฐรายปี จึงหลีกเลี่ยงการแทรกแซงทางการเมืองได้ยาก มีปัญหาการใช้เส้นสายนักการเมืองเข้ามาเป็นคณะกรรมการนโยบายสถานี
CBC ประเทศแคนาดา	เงินอุดหนุนจากรัฐบาลแบบถาวร การเก็บค่าธรรมเนียมการรับชม การขายโฆษณา	รายได้ของสถานีมีมากเกินไปและหลีกเลี่ยงการแทรกแซงจากรัฐบาลได้ยาก
ไทยพีบีเอส	ภาษีสรรพสามิตเหล้าและบุหรี่ ร้อยละ 1.5 ต่อปี	รายได้แต่ละปีมีประมาณ 2 พันล้านบาทที่โดยทั่วไปแล้วงบประมาณของแต่ละองค์กรมักจะสูงขึ้นในแต่ละปี ซึ่งอาจทำให้ไทยพีบีเอสประสบปัญหางบประมาณไม่เพียงพอในอนาคต

จากประเด็นดังกล่าวสรุปได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างสื่อบริการสาธารณะทั้งในสหราชอาณาจักรที่เป็นต้นกำเนิดของสื่อบริการสาธารณะ แต่เมื่อแนวคิดนี้ขยายไปยังประเทศต่างๆ กลับพบว่า แต่ละประเทศรวมถึงไทยเองมีการนำแนวคิดสื่อบริการสาธารณะไปปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละสังคม (Tailoring) และยังสะท้อนให้เห็นว่าบริบท (Context) มีอิทธิพลต่อการออกแบบสื่อบริการสาธารณะไม่น้อยเช่นกัน

การวิจัยเกี่ยวกับไทยพีบีเอส (The research on Thai PBS)

การวิจัยเกี่ยวกับไทยพีบีเอสสืบค้นจากฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัย ฐานข้อมูลวารสารไทย (Thai Journal Citation Index: TCI) และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทความวิชาการ รายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ มีจำนวน 15 เรื่อง ที่ปรากฏระหว่างปี 2553-2563 จากนั้นจึงนำมาสังเคราะห์องค์ความรู้จากการวิจัยตามกลุ่มประเด็นที่ค้นพบ และให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับไทยพีบีเอส

1. ภาพรวมของการวิจัยไทยพีบีเอส

ตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2553-2563) มีการศึกษาไทยพีบีเอสมากที่สุดในปี 2557 (ร้อยละ 26.7) รองลงมาเป็นปี 2556 และ 2560 มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 20) นอกจากนี้ยังมีการวิจัยอีกในปี 2554 2555 2558 2559 และ 2561 มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 6.7) ส่วนประเภทการศึกษานั้น เกือบทั้งหมดเป็นผลงานวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ (ร้อยละ 80) และงานวิจัย (ร้อยละ 20)

ส่วนญาณวิทยา (Epistemology) ที่ใช้สำหรับการเข้าถึงความรู้ พบว่า ใช้แนวทางปฏิฐานนิยม[4] (Positivism) มากที่สุด (66.7) ที่เหลือใช้แนวทางการประกอบสร้างนิยม[5] (Constructionism) (ร้อยละ 33.3) ขณะที่ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology) ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษานั้นเป็นการใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุด (ร้อยละ 80) รองลงมาคือ แบบผสานวิธี (Mixed methods) (ร้อยละ 13.3) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (ร้อยละ 6.7) ด้านกลุ่มประเด็นที่มีการศึกษาไทยพีบีเอสแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประเด็นบทบาทสื่อสาธารณะ (ร้อยละ 53.3) กลุ่มประเด็นองค์กรและสถาบัน (ร้อยละ 20.0) กลุ่มประเด็นเนื้อหาและวาทกรรม (ร้อยละ 13.3) และกลุ่มประเด็นภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (ร้อยละ 13.3) ตาม Table 2

Table 2 Items, descriptions, percentages, and topic examples of research on Thai PBS
แสดงกลุ่มประเด็นการศึกษา คำอธิบาย ร้อยละ และตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับไทยพีบีเอส

กลุ่มประเด็นการศึกษา	คำอธิบาย	ร้อยละ	ตัวอย่างงานวิจัย
บทบาทสื่อสาธารณะ	การศึกษาบทบาท (Role) ในด้านต่างๆ ของไทยพีบีเอส	53.3	- บทบาทขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองผ่านรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง (2553) - การกำหนดวาระข่าวสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ศึกษากรณีการกำหนดวาระข่าวสารไทยพลัดถิ่นผ่านสื่อสาธารณะ (2557)
องค์กรและสถาบัน	การศึกษาองค์กร โครงสร้าง การบริหารจัดการ ธรรมาภิบาล นโยบายเกี่ยวกับไทยพีบีเอส	20.0	- หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการบริหารองค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส) (2556) - การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (2560)
เนื้อหาและวาทกรรม	การศึกษาเนื้อหารายการที่เผยแพร่และการสร้างวาทกรรมของไทยพีบีเอส	13.3	- การสื่อสารเพื่อสร้างและต่อรองความหมายของสื่อสาธารณะเพื่อกลุ่มคนชายขอบ: กรณีผู้ติดเชื้อเอชไอวี (2561) - ดีสลาตัน ณ แดนใต้: การเข้ารหัสความเป็นจริงในสถานการณ์จังหวัดชายแดนภาคใต้ผ่านรายการโทรทัศน์ (2558)
ภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้รับสาร	การศึกษาภาพลักษณ์และความพึงพอใจต่อไทยพีบีเอส จากมุมมองของผู้รับสาร	13.3	- การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS (2559) - ภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ศึกษากรณีเฉพาะผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (2555)

ผลการศึกษาดังกล่าวทำให้เห็นว่าการศึกษาไทยพีบีเอสนั้นมีความเกี่ยวโยงกับบริบททางสังคมในแต่ละห้วงเวลาค่อนข้างมากกว่ามิติด้านอื่นอย่างเทคโนโลยีและภูมิทัศน์การสื่อสาร ดังจะเห็นได้จากการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาการอพยพของชาวโรฮิงญาในช่วงปี 2558 เป็นต้น

2. สถานภาพองค์ความรู้

จากการศึกษางานวิจัยสามารถสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับไทยพีบีเอสได้ตามประเด็นการศึกษา จำนวน 4 กลุ่มประเด็น ได้แก่ บทบาทสื่อสาธารณะ องค์กรและสถาบัน เนื้อหาและวาทกรรม ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจของผู้รับสาร โดยแต่ละกลุ่มประเด็นมีรายละเอียด ดังนี้

2.1) กลุ่มประเด็นบทบาทสื่อสาธารณะ

การศึกษาประเด็นนี้เป็นกระแสหลักของการวิจัยไทยพีบีเอส โดยระยะสามปีแรกมีการศึกษารายการที่มีความโดดเด่นของไทยพีบีเอส คือ รายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง ซึ่งเป็นรายการที่สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นพื้นที่สาธารณะของไทยพีบีเอสที่ชาวบ้านได้รับผลกระทบจากโครงการพัฒนาของรัฐบาล ชนกลุ่มน้อย ผู้ด้อยโอกาส องค์กรพัฒนาเอกชนเป็นตัวแสดงสำคัญในพื้นที่สาธารณะดังกล่าวแต่มี

4 ปฏิฐานนิยมเป็นกระบวนทัศน์หนึ่งของการแสวงหาความจริงทางสังคมที่ได้รับอิทธิพลมาจากวิทยาศาสตร์ที่มองว่าความจริงมีความวัตถุวิสัย ไม่ขึ้นอยู่กับผู้ศึกษา จึงต้องมีเครื่องมือวัด ตรวจสอบ และพิสูจน์ได้ การวิจัยเชิงปริมาณและการทดลองจึงสอดคล้องกับกระบวนทัศน์นี้

5 ประกอบสร้างนิยมเป็นกระบวนทัศน์หนึ่งของการแสวงหาความจริงทางสังคมที่มองว่าบริบทโดยรอบที่ดำรงอยู่ระหว่างการศึกษาเป็นกระบวนการประกอบสร้างความจริง โดยมากใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อสังเกตว่าเจ้าหน้าที่รัฐ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นๆ ไม่ค่อยปรากฏเป็นตัวแสดงในพื้นที่สาธารณะมากนัก การสร้างพื้นที่สาธารณะดังกล่าวจำเป็นต้องระมัดระวังที่จะไม่สร้างพื้นที่สาธารณะปลอม (Pseudo public sphere) คือ การใช้อำนาจในฐานะเจ้าของพื้นที่สาธารณะใช้สิทธิในการคัดเลือกตัวแสดงในรายการโดยขาดการมีส่วนร่วมของฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อประเด็นสาธารณะนั้นๆ (Teetakaew, 2010) เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ 10 ของไทยพีบีเอสมีการศึกษาของ Thiamkiri (2017) เกี่ยวกับบทบาทของรายการดังกล่าวในการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งรายการเวทีสาธารณะได้เปิดพื้นที่ให้แก่ทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในหลากหลายมิติทั้งฐานะการเป็นเจ้าของประเด็น การกำหนดเนื้อหารายการ การขับเคลื่อนรายการ และการแสดงความคิดเห็น ผลลัพธ์ที่ตามมาคือการสร้างและเสริมพลังภาคพลเมือง การเพิ่มพื้นที่ให้แก่ผู้ไร้อำนาจ และการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะของภาครัฐ

ส่วนสถานการณ์วิกฤตสังคมนั้น ไทยพีบีเอสก็มีบทบาทสำคัญเช่นกันดังการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่และการรายงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในช่วงวิกฤตน้ำท่วม พ.ศ. 2554 (Lertwiriyapaiboon, 2014) ไทยพีบีเอสมีบทบาททั้งในระยะก่อนภาวะวิกฤต ระยะวิกฤต และระยะหลังวิกฤต บทบาทที่มีความโดดเด่น คือ การให้ข้อมูล การเป็นคนกลาง การลดความขัดแย้ง การให้ความช่วยเหลือ และการตรวจสอบภาครัฐ ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้ไทยพีบีเอสแสดงบทบาทดังกล่าวได้เพราะมาจากนโยบายองค์กร กองบรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าว การเป็นผู้ประสบภัยของไทยพีบีเอส และได้รับการกระตุ้นจากสถานการณ์วิกฤตที่มีผลกระทบในวงกว้าง

อีกงานวิจัยหนึ่งที่สะท้อนบทบาทของไทยพีบีเอสต่อชนกลุ่มน้อย ผู้ด้อยโอกาส หรือกลุ่มเปราะบางอย่างน่าสนใจส่วนหนึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าไทยพีบีเอสตระหนักถึงหลักการพื้นฐานสื่อบริการสาธารณะในเชิงความหลากหลายและความทั่วถึง ดังที่พบจากการศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างและต่อรองความหมายของสื่อสาธารณะเพื่อกลุ่มคนชายขอบ: กรณีผู้ติดเชื้อเอชไอวี (Bualuay, 2018) ที่ศึกษาเนื้อหารายการแล้วพบว่า ไทยพีบีเอสเป็นพื้นที่ของการสร้างและให้ความหมายใหม่เกี่ยวกับผู้ติดเชื้อเอชไอวีว่าเป็นบุคคลที่สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติหากเข้าสู่กระบวนการรักษาที่ถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งที่ความเข้าใจเดิมของสาธารณะนั้นมองว่าผู้ติดเชื้อเป็นผู้ที่มีร่างกายซูบผอม น่ารังเกียจ และรอความตาย ส่วนการศึกษาของ Wannataworn and Chainan (2017) ในประเด็นชาวโรฮิงญานั้น ไทยพีบีเอสเป็นพื้นที่แห่งการต่อรองความหมายผ่านการเล่าเรื่องและปฏิบัติการทางอุดมการณ์ ได้แก่ มนุษย์ที่เท่าเทียม เหยื่อของขบวนการค้ามนุษย์ เหยื่อของความยากจน ผู้ต้องการความช่วยเหลือ ผู้ได้รับการคุ้มครองจากรัฐไทย พี่น้องที่ชาวมุสลิมต้องช่วยเหลือ และผู้ศรัทธาในศาสนาอิสลาม ซึ่งขัดจากความหมายที่สาธารณะรับรู้กันว่าพวกเขาเป็นเหยื่อของความขัดแย้งรุนแรงจากอคติทางศาสนาและชาติพันธุ์ ผู้หลบหนีเข้าเมืองผิดกฎหมาย ผู้ไร้สถานะทางกฎหมาย ไร้รัฐ ไร้สัญชาติ มุสลิมผู้ใช้ความรุนแรง และเป็นภาระ แต่การต่อรองความหมายดังกล่าวมาจากผู้ผลิตรายการ เจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรสิทธิมนุษยชน และเครือข่ายต่างๆ โดยไม่ได้มาจากการนิยามหรือให้ความหมายด้วยตนเองของชาวโรฮิงญา การศึกษานี้เป็นเพียงไม่กี่เรื่องที่เลือกใช้แนวคิดสายนีโอมาร์กซิสต์ (Neo-Marxist) อย่างแนวคิดอุดมการณ์ของหลุยส์ อัลธูแซร์ (Louis Althusser) และแนวคิดเรื่องการครองความเป็นเจ้า (Hegemony) ของ อันโตนีโอ กรัมชี (Antonio Gramsci) มาเป็นกรอบสำหรับการศึกษา

ด้านการศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ศึกษากรณีการกำหนดวาระข่าวสารไทยพลัดถิ่นผ่านสื่อสาธารณะ (Srithongthae, 2014) ก็แสดงให้เห็นว่าไทยพีบีเอสมีบทบาทในการกำหนดวาระข่าวสารที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อแก้ไขพระราชบัญญัติสัญชาติ (ฉบับที่ 5) เพื่อรับรองสถานะความเป็นคนไทยแก่คนไทยพลัดถิ่น ซึ่งไทยพีบีเอสมีส่วนขยายการขับเคลื่อนวาระขององค์กรพัฒนาเอกชนและชาวไทยพลัดถิ่น จนสามารถสร้างประเด็นสาธารณะนี้ไปสู่ภาครัฐและผู้กำหนดนโยบาย

การศึกษามิตินี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะสะท้อนความเป็นสื่อบริการสาธารณะของไทยพีบีเอสที่แตกต่างจากสื่อมวลชนทั่วไป ไม่เพียงแต่การให้ความสำคัญต่อบทบาทหน้าที่แบบดั้งเดิมอย่างการให้การศึกษา การให้ข้อมูล การให้ความบันเทิง หรือการมีส่วนร่วมในการสืบทอดวัฒนธรรมเพียงเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทหน้าที่ทางการเมืองทั้งการเป็นพื้นที่สาธารณะ พื้นที่แห่งการต่อสู้และต่อรองของชนกลุ่มน้อยและด้อยโอกาส การเชื่อมร้อยผู้คนในยามวิกฤต และการกำหนดวาระทางสังคมที่มีพื้นฐานมาจากการขับเคลื่อนของภาคประชาชน เป็นต้น

2.2) กลุ่มประเด็นองค์กรและสถาบัน

งานวิจัยที่สะท้อนมิติเชิงสถาบันทั้ง ส.ส.ท.และไทยพีบีเอสที่น่าสนใจ คือ การศึกษาของ Phuripanik (2014) ได้ศึกษาความเกี่ยวโยงกันระหว่างการมีส่วนร่วมของพลเมืองกับโครงสร้างไทยพีบีเอสโดยวิเคราะห์ตั้งแต่ระดับการบริหารจัดการ ภารกิจองค์กร การควบคุม ที่มาของรายได้ รวมถึงการเข้าถึงและรูปแบบการมีส่วนร่วมของพลเมืองต่อไทยพีบีเอส จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการ สัดส่วน และผังรายการสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะในไทยพีบีเอสยังไปไม่ถึงอุดมการณ์ของสื่อบริการสาธารณะดังที่พบว่าคณะกรรมการนโยบายมีการกระจุกตัวที่กลุ่มภาคประชาสังคมบางกลุ่มที่ผู้วิจัยเรียกว่าภาคประชาสังคมชนชั้นนำ (Elite civil society) และมีสัดส่วนบาง

กลุ่มน้อยเกินไป[6] เนื้อหารายการของไทยพีบีเอสที่มีความเป็นสาระสูง ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของชนชั้นกลางมากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป มีหน่วยงานภายนอกบางแห่งให้ทุนสนับสนุนรายการเด็กและเยาวชน ซึ่งทำให้หน่วยงานดังกล่าวสามารถกำกับรูปแบบรายการและการมีส่วนร่วมต่อไทยพีบีเอสด้วย

ส่วนลักษณะของผังรายการก็มีการจัดผังรายการในรูปแบบเชิงพาณิชย์ที่มักจะนำรายการข่าวและบันเทิงไว้เผยแพร่ในช่วงค่ำ ขณะที่รายได้ของไทยพีบีเอสที่ต้องพึ่งพารัฐจากภาษีบุหรี่และสุราปีละประมาณ 2 พันล้านบาทนั้น ก็มีโอกาสสูงที่จะมีฝ่ายการเมือง กลุ่มทุน และกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ เข้ามาแทรกแซงอุดมการณ์สื่อบริการสาธารณะ ด้านการเข้าถึงและรูปแบบการมีส่วนร่วมของพลเมืองต่อไทยพีบีเอสนั้นแบ่งเป็น 1) สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการไทยพีบีเอส ด้วยกระบวนการสรรหาที่ยังไม่ชัดเจน มีการชักชวนกันมา จึงทำให้สมาชิกสภาฯ จำกัดอยู่ที่เครือข่ายภาคประชาสังคม 2) นักข่าวพลเมือง เป็นการเปิดพื้นที่ให้แก่กลุ่มคนชายขอบและกลุ่มเฉพาะในสังคมแต่ก็มีประเด็นที่น่าจะระมัดระวังเช่นกัน คือ กลุ่มที่เคลื่อนไหวประเด็นต่างๆ ในสังคมได้เข้ามาใช้พื้นที่ในฐานะนักข่าวพลเมืองนั้นอาจทำให้เกิดการขัดกันของผลประโยชน์หรือไม่ และ 3) ผู้ผลิตอิสระ พบว่า ผู้ผลิตอิสระมีสายสัมพันธ์กับผู้ผลิตรายใหญ่ที่อาจไม่ได้มาจากการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

ผู้วิจัยสรุปว่า กลุ่มคนที่เข้ามามีบทบาทกำกับ/ควบคุมสื่อสาธารณะตั้งแต่ระดับกรรมการนโนบายจนถึงเนื้อหาที่เผยแพร่และสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการต่างมีเครือข่ายความสัมพันธ์ของภาคประชาสังคม จนสามารถเข้าไปสถาปนาอุดมการณ์หลักของตนเองในพื้นที่สาธารณะของสื่อบริการสาธารณะมากกว่าการสะท้อนความหลากหลายที่ไม่เพียงเฉพาะผู้คนเท่านั้นแต่ยังหมายถึงอุดมการณ์ที่หลากหลายของสังคม ด้วยสอดคล้องกับการศึกษาของ Siripongtugsin (2011) ที่ศึกษาในช่วงเริ่มต้นของไทยพีบีเอสเช่นกัน โดยมองว่าไทยพีบีเอสเป็นมรดกอันเป็นรูปธรรมของภาคประชาสังคมชนชั้นนำที่ได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากศาสตราจารย์ นพ.ประเวศ วะสี[7]

การศึกษานี้เก็บข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2551-2553 ซึ่งเป็นช่วงที่ไทยพีบีเอสเริ่มต้นการดำเนินงานในขวบปีแรก จึงเป็นไปได้ว่า อาจมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้การดำเนินงานของไทยพีบีเอสขณะนั้นไม่สามารถสะท้อนการเป็นพื้นที่สาธารณะในเชิงอุดมการณ์ทางสังคมการเมืองได้ ทั้งที่เป็นพันธกิจสำคัญของสื่อบริการสาธารณะ ข้อสังเกตบางประการของผู้วิจัยดังกล่าวยังปรากฏในข้อเขียนและการวิพากษ์วิจารณ์ไทยพีบีเอสในพื้นที่สื่อมวลชนในบางโอกาสไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างไทยพีบีเอสกับ สสส. ในหลากหลายมิติ เช่น การร่วมมือกันผลิตรายการโทรทัศน์โดยที่ไทยพีบีเอสละเลยไปว่า สสส.เองก็เป็นองค์กรรัฐแห่งหนึ่งถูกกำกับโดยชุดอุดมการณ์หนึ่งในสังคมท่ามกลางชุดอุดมการณ์ที่หลากหลายในสังคม และ สสส.ก็ควรได้รับการตรวจสอบไม่ต่างจากองค์กรรัฐอื่นเช่นกัน ดังที่ปรากฏในบทความของ Yodmalai (2021) and Janwit (2017) หรือกรณีที่แพทย์หญิงรายหนึ่งถูกฟ้องกรณีหมิ่นประมาทที่ออกมาตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ต่างตอบแทนระหว่างไทยพีบีเอสกับ สสส. ตามที่ Thaipublica (2021) เคยนำเสนอข่าวนี้ เป็นต้น ข้อสังเกตเหล่านี้ล้วนเกี่ยวโยงกับองคาพยพในเชิงโครงสร้างของไทยพีบีเอสทั้งสิ้น

ขณะที่การศึกษาของ Thanasomboon (2013) เป็นการศึกษาประสิทธิผลการบริหาร ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิผลการบริหาร และข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารไทยพีบีเอส ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลการบริหารไทยพีบีเอสโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมากหรือระดับน่าพอใจโดยเฉพาะประสิทธิผลการบริหารองค์กรในด้านสังคมได้รับประโยชน์ ด้านความพึงพอใจของพนักงาน ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์องค์กร และด้านความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนประเด็นที่ควรปรับปรุง คือ ความพึงพอใจของลูกค้า และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรและงบประมาณ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะหลายประการเพื่อทำให้ไทยพีบีเอสมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่วางใจแก่สาธารณะไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงผังรายการเพื่อสร้างความเท่าเทียมของผู้ชมในสังคม การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร มีการวิเคราะห์สภาพการณ์ (SWOT) เพื่อใช้ในการพัฒนาองค์กร การสร้างความเข้มแข็งแก่สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ การเปิดโอกาสให้ประชาชนและหน่วยงานต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบ เป็นต้น

2.3) กลุ่มประเด็นเนื้อหาและวาทกรรม

การศึกษาประเด็นนี้ให้ความสนใจที่เนื้อหาในรายการต่างๆ ที่เผยแพร่ผ่านหน้าจอไทยพีบีเอส โดยเป็นการศึกษาที่ผู้วิจัยใช้แว่นทางทฤษฎีที่แต่ละคนสนใจมาเป็นกรอบการศึกษา โดยมีประเด็นที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นการศึกษาเนื้อหา

---

6 ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 หมวด 2 การบริหารและการดำเนินกิจการ ส่วนที่ 1 คณะกรรมการนโยบาย มาตรา 17 กำหนดให้มีคณะกรรมการนโยบายองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ประธานคณะกรรมการนโยบาย 1 คน และกรรมการนโยบายอีก 8 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน โดยแบ่งออกเป็น กรรมการด้านกิจการสื่อสารมวลชน จำนวน 2 คน ด้านการบริหารจัดการองค์กร จำนวน 2 คน ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตย การพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่น การเรียนรู้และศึกษา การคุ้มครองและพัฒนาเด็ก เยาวชนหรือครอบครัว หรือการส่งเสริมสิทธิของผู้ด้อยโอกาสทางสังคม จำนวน 4 คน

7 ศาสตราจารย์ นพ.ประเวศ วะสี ผู้เสนอแนวคิดสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา ซึ่งเป็นแนวคิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ยากให้สามารถเป็นไปได้ด้วยการประสานพลัง 3 ส่วน ได้แก่ การสร้างความรู้ การเคลื่อนไหวทางสังคม และอำนาจรัฐ (Thai Health Promotion Foundation, 2017) แนวคิดนี้มีอิทธิพลอย่างมากในการจัดตั้งและการดำเนินงานของ สสส. ซึ่ง Phuripanik (2014) เสนอว่าแนวความคิดนี้ได้แพร่กระจายในกลุ่มภาคประชาสังคมชนชั้นนำที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยด้วย

ของข่าวพลเมืองที่ผลิตโดยนักข่าวพลเมือง Charoenwongsa and Thong-rueng (2013) เป็นการวิเคราะห์ข่าวจากนักข่าวพลเมืองระหว่างปี 2551-2555 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวาทกรรมที่ผลิตซ้ำโดยนักข่าวพลเมือง ได้แก่ วาทกรรมการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนฐานการมีส่วนร่วมของชุมชน วาทกรรมที่ให้คุณค่ากับภูมิปัญญา ประเพณี และวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น วาทกรรมความเป็นไทยและความเป็นอื่น แม้ว่าจะเป็นวาทกรรมกระแสรองแต่ก็เป็นเครื่องมือของภาคประชาชนในการต่อสู้/ต่อรองกับการพัฒนากระแสหลัก ผลการศึกษาส่วนที่สอง คือ การผลิตข่าวพลเมืองมาจากกลุ่มประชาชนที่ตนเองเรียกว่า นักข่าวพลเมืองที่ได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาแนวคิดและทักษะการรายงานข่าวจากไทยพีบีเอส พวกเขามุ่งนำเสนอปัญหา/ประเด็นของชุมชนตนเองหลากหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับพวกเขาโดยตรงทั้งวิถีชีวิตชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม นโยบายรัฐ ความคิดเห็นของประชาชนต่อนโยบายรัฐ ผลกระทบและความขัดแย้งด้านทรัพยากรและการพัฒนา การจัดการตนเอง เป็นต้น โดยนักข่าวพลเมืองจะสื่อสารประเด็นต่างๆ เหล่านี้จากมุมมองของ “คนใน” หรือ “เจ้าของเรื่อง” (Emic) ผู้วิจัยตีความว่า ข่าวจากนักข่าวพลเมืองไม่ได้เป็นเพียงข่าวที่ผลิตโดยเจ้าของปัญหาเท่านั้น แต่ไทยพีบีเอสกลายเป็นพื้นที่ทางการเมืองของภาคพลเมืองด้วย

การศึกษาของ Jeh-oh (2015) สนใจที่การเข้ารหัส (Encoding) ของผู้ผลิตรายการดีสลาตัน ณ แดนใต้ ซึ่งเป็นรายการท้องถิ่นเกี่ยวกับจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยพีบีเอส รายการนี้เป็นรายการเฉพาะท้องถิ่นที่เผยแพร่ในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ นอกจากจะมีผู้ผลิตรายการแล้ว รายการยังมีคณะกรรมการที่ปรึกษาของผู้ผลิตรายการด้วย ซึ่งเป็นผู้เสนอแนวคิดแก่ผู้ผลิตรายการเพื่อนำไปเข้ารหัสแล้วผลิตเป็นรายการดังกล่าว โดยมีรหัสหลักสำคัญไม่ว่าจะเป็น “รากเหง้าความขัดแย้ง” “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม” จนถึง “แง่งามในความขัดแย้ง” ที่จะต้องนำมาวางเป็นโครงเรื่อง (Plot) เพื่อผลิตรายการ การกำหนดรหัสดังกล่าวเป็นเส้นทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายในการสร้างความหวังแห่งสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ขณะที่ในขั้นการถอดรหัส (Decoding) ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้รับสารนั้นพบว่ามีความสอดคล้องกับการเข้ารหัสของผู้ผลิตรายการแต่ก็อาจมีความแตกต่างกันบ้างตามเงื่อนไขของลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับสาร การถอดรหัสของผู้รับสารที่มีความโดดเด่นคือการยอมรับความเป็นพหุวัฒนธรรมของจังหวัดชายแดนภาคใต้ การศึกษานี้สะท้อนถึงความสำคัญของสื่อสาธารณะในสถานการณ์ความขัดแย้งยืดเยื้อ (Protracted conflict) ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ควรมีรายการที่ตอบสนองต่อพื้นที่เฉพาะ

การศึกษาเกี่ยวกับจังหวัดชายแดนภาคใต้อีกเรื่องหนึ่งคือวาทกรรมสื่อมวลชนในกระบวนการสันติภาพสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ 2556 (Nilaphatama & Chalermsripinyorat, 2013) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างวาทกรรมกระบวนการสันติภาพในระยะเริ่มต้นหลังจากการลงนามเพื่อพูดคุยสันติภาพ (สุข) ระหว่างผู้แทนรัฐบาลไทยกับขบวนการบีอาร์เอ็นเมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ส่วนหนึ่งของการวิจัยนี้มีการศึกษาเนื้อหาในรายการข่าวของไทยพีบีเอส พบว่า ไทยพีบีเอสอธิบายความจริงต่อกระบวนการสันติภาพด้วยท่าทีของความไม่ไว้วางใจต่อมาเลเซียในฐานะผู้อำนวยความสะดวกดังที่ปรากฏในวาทกรรม “มาเลเซียรู้ปัญหานี้ดี” “ไว้ใจไม่ได้” “มาเลเซียเป็นพระเอก” ส่วนท่าทีเชิงบวกต่อกระบวนการสันติภาพนั้นมีปรากฏอยู่บ้าง ได้แก่ แก้ปัญหาด้วยแนวทางสันติวิธี ประคับประคองสันติภาพ ประชาสังคมสนับสนุนกระบวนการสันติภาพ โดยสาเหตุที่ไทยพีบีเอสสร้างวาทกรรมในเชิงสงสัยหรือยังไม่แน่ใจต่อกระบวนการสันติภาพในช่วงเวลานั้นมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสันติภาพของสื่อมวลชนมีจำกัด 2) วัฒนธรรมการปฏิบัติงานขององค์กรข่าวที่ยังอยู่ในวิธีคิดเดิมที่มองว่ากระบวนการสันติภาพเป็นสิ่งปิดลับที่ต้องขุดคุ้ยสิ่งที่ปกปิดกันของทั้งคู่ขัดแย้งและผู้อำนวยความสะดวก และ 3) ประสบการณ์ของกองบรรณาธิการที่มีกรอบข่าวเดิมในเชิงการรายงานข่าวทหารและความมั่นคงมาก่อน จึงมักอธิบายกระบวนการสันติภาพผ่านคำอธิบายทางทหารและความมั่นคง

2.4) กลุ่มประเด็นภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้รับสาร

การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ไทยพีบีเอส ศึกษากรณีเฉพาะผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (Odklan, 2012) เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ในหลายด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ด้านการเป็นเครื่องมือแห่งการเรียนรู้ให้กับประชาชน ด้านการสร้างแรงบันดาลใจและจินตนาการ ด้านส่งเสริมเอกลักษณ์ ด้านสะท้อนความหลากหลายทางสังคม และด้านการสร้างความเข้าใจอันดีของชุมชนและประชาชน ซึ่งประชาชนมีการรับรู้ภาพลักษณ์ดังกล่าวอยู่ในระดับมาก ยังมีการศึกษาการใช้สื่อสังคมของไทยพีบีเอสในการสื่อสารขององค์กรด้วย โดยเป็นการศึกษาเรื่องการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS (Kronghao, 2016) พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับเฟซบุ๊กไทยพีบีเอส 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ครั้งละประมาณ 14 นาที ช่วงที่เปิดรับ คือ 18.01-21.00 น. ผ่านสมาร์ทโฟน โดยมักจะติดตามเนื้อหาข่าว รับชมคลิป และชมรายการที่มีการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก ด้านความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กไทยพีบีเอส ได้แก่ ความพึงพอใจต่อรายการข่าวในด้านการเป็นศูนย์กลางกระจายข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นมากที่สุด ความพึงพอใจต่อรายการทั่วไปในด้านเนื้อหาที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยมากที่สุด ความพึงพอใจต่อเนื้อหาเกร็ดความรู้ทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในรายการในด้านเนื้อหา

ที่มีประโยชน์ต่อผู้ชมมากที่สุด ความพึงพอใจต่อเนื้อหาและกิจกรรมประชาสัมพันธ์รายการและองค์กรในด้านการเป็นประโยชน์และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และความพึงพอใจต่อการนำเสนอรายการจากการถ่ายทอดสดรายการของสถานีในด้านเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ชมมากที่สุด

การวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับไทยพีบีเอส (The future research on Thai PBS)

การเสนอแนะการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับไทยพีบีเอสนั้นคงไม่สามารถพิจารณาจากช่องว่างองค์ความรู้ที่นำเสนอมาแล้วข้างต้นเพียงประการเดียวเพราะการดำรงอยู่ของสื่อทั่วไปและรวมถึงสื่อบริการสาธารณะนั้นไม่สามารถแยกออกจากบริบททางสังคม การเมือง และเทคโนโลยีการสื่อสารได้ ดังที่ John Dewey นักปรัชญาที่มีชื่อเสียงด้านการศึกษาและประชาธิปไตยเขียนไว้ในหนังสือเรื่อง Democracy and Education ในปี 1916 ว่า "Society not only continues to exist by transmission, by communication, but it may fairly be said to exist in transmission, in communication" (Poepsel, 2018, p. 1) มีความหมายโดยนัยเกี่ยวกับความเชื่อมโยงกันระหว่างการสื่อสารกับการดำรงอยู่ของสังคมและในขณะเดียวกันสังคมก็กำหนดการดำรงอยู่ของการสื่อสารด้วย ดังนั้นบทความนี้จึงนำเสนอให้เห็นบริบทที่สำคัญในสังคมไทยที่เชื่อมโยงกับสังคมโลกเพื่อเป็นกรอบสำหรับเสนอการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับไทยพีบีเอส

ปัจจุบันต้องยอมรับว่า ภูมิทัศน์การแพร่ภาพและกระจายเสียง (Broadcasting landscape) ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิมเป็นอย่างมากในเชิงโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงกระแสหลักคือการขยายตัวของสื่อ/อุปกรณ์ดิจิทัลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนอย่างกว้างขวาง (Ofcom, 2018, p. 6) เรียกว่า "ยุคดิจิทัล" (Digital era) จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office of Thailand, 2021, pp. v-vii) พบว่า ประชาชนอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปประมาณ 63.8 ล้านคน มีการใช้โทรศัพท์มือถือ 60.5 ล้านคน (ร้อยละ 94.8) มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 49.7 ล้านคน (ร้อยละ 77.8) และผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 16.8 ล้านคน (ร้อยละ 26.4) ในกรณีการใช้โทรศัพท์มือถือของประชาชนนั้น หากแบ่งตามเขตการปกครองระหว่างในและนอกเขตเทศบาลกลับพบว่า มีความแตกต่างกันเล็กน้อยเท่านั้น (ร้อยละ 95.8 และร้อยละ 94.0 ตามลำดับ) ประเด็นที่น่าสนใจคือในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนมีเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องจากปี 2559 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 47.5 ปี 25561 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 58.8 และในปี 2563 ขยับขึ้นมาที่ร้อยละ 77.8 การใช้อินเทอร์เน็ตดังกล่าวนั้นประชาชนเข้าถึงโดยใช้สมาร์ทโฟนสูงถึงร้อยละ 99.2 ปรากฏการณ์นี้ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของสื่อบริการสาธารณะด้วย ดังที่ Ofcom (2018, pp. 7-10) ตั้งข้อสังเกตว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะก่อให้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่ท้าทายต่อสื่อบริการสาธารณะ ได้แก่

1) การเปลี่ยนอย่างกลับหัวกลับหางในการชมสื่อของประชาชน ประกอบด้วย 1.1) การเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลของทางเลือกในการรับชมสื่อที่ไม่ได้จดจ่อกับระบบกระจายภาพและเสียงแบบเดิม จึงทำให้การรับชมสื่อโทรทัศน์และรวมถึงสื่อบริการสาธารณะลดลงต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ 1.2) ผู้ชมรุ่นใหม่ไม่ผูกติดการเปิดรับสื่อตามตารางการออกอากาศอีกต่อไป และมีกิจกรรมอื่นๆ เข้ามาดึงความสนใจมากขึ้น 1.3) การลดลงของจำนวนผู้ชมสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะคนหนุ่มสาว และ 1.4) การรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ของวิทยุและโทรทัศน์ในกลุ่มคนรุ่นใหม่มีน้อยลง (เช่น แบรนด์สื่อสาธารณะที่มีความเป็นกลางอิสระ และน่าเชื่อถืออาจไม่ได้รับความสนใจสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่เพราะพวกเขาอาจมองว่าสื่อบริการสาธารณะเป็นเพียงหนึ่งในสื่อที่มีอยู่ดาษดื่นในสังคม)

2) การแตกกระจายของการชมและความโดดเด่น (Fragmented viewing and prominence) ได้แก่ 2.1) การกระจายตัวของการชมข้ามแพลตฟอร์มจากแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง โจทย์ใหญ่ที่ตามมาคือ ผู้ชมเหล่านั้นจะพบหรือเห็นสื่อสาธารณะได้อย่างไร 2.2) กฎระเบียบของสื่อสาธารณะที่กำหนดถึงความโดดเด่นของเนื้อหารายการเป็นการกำหนดขึ้นมาก่อนการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์การแพร่ภาพและกระจายเสียง สิ่งที่น่าขบคิดคือหลักการดังกล่าวสอดคล้องกับยุคดิจิทัลมากน้อยเพียงใด

3) การที่ผู้ชมยินดีจ่ายเงินให้แก่เนื้อหารายการที่พวกเขาพึงพอใจ ดังเช่นการสมัครรายเดือนแก่การชมสื่อบันเทิงผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) วีทีวี (WeTV) ยูทูบ (YouTube) เป็นต้น ทำให้พวกเขาละโอกาสที่จะเห็นและรับเนื้อหารายการจากสื่อบริการสาธารณะ

จากบริบทด้านเทคโนโลยีการสื่อสารดังกล่าวที่ทำให้ผู้รับสารยุคดิจิทัลแตกกระจายเป็นกลุ่มก้อนมากมายและต่างก็ก่อรูปมาจากวัฒนธรรมย่อย (Subculture) และเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน (Interconnection) ผ่านเครือข่ายทางสังคม เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Public sphericules หมายถึง พื้นที่สาธารณะที่แตกกระจายเป็นกลุ่มก้อนอย่างมหาศาล (Bainbridge et al., 2015) ซึ่งค่อนข้างสวนทางกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะตามแนวคิดดั้งเดิมของ Jürgen Habermas ที่มองว่าพื้นที่สาธารณะควรเป็นพื้นที่สำหรับผู้คนที่แตกต่างหลากหลาย

นอกจากบริบทดังกล่าวแล้ว สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา ถือเป็นปัญหาระดับโลกที่แต่ละประเทศเผชิญมานานกว่า 2 ปีแล้ว มีประชาชนทั่วโลกติดเชื้อไวรัสชนิดนี้แล้วมากกว่า 250 ล้านคน และเสียชีวิตเกิน 5 ล้านคนแล้ว การแพร่ระบาดดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อ

สังคม การเมือง และวัฒนธรรมตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลจนถึงสังคมในวงกว้างและหลากหลายวงการ ก่อให้เกิดความปกติใหม่ (New normal) ซึ่งเชื่อว่ารูปแบบของวิถีชีวิตดังกล่าวยังคงดำรงอยู่ในสังคมระยะยาวทั้งการใช้ชีวิตผ่านโลกออนไลน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม การทำงานจากที่บ้าน การเอาใจใส่ต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น เป็นต้น (Omjai, 2021, p.50) รวมถึงวัฒนธรรมการทำงานของสื่อมวลชนก็มีความเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

จากช่องว่างขององค์ความรู้จากงานวิจัยและบริบทคลื่นลูกใหญ่ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสถาบันสื่อบริการสาธารณะอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก ดังนั้น การศึกษาวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับไทยพีบีเอสจึงควรให้ความสนใจใน 2 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับมหภาค (Macro level) โดยมุ่งศึกษาการดำรงอยู่ของไทยพีบีเอสภายใต้ภูมิทัศน์และโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อที่มีความหลากหลายและซับซ้อน ขณะเดียวกันการแตกกระจายของผู้รับสารก็เป็นความท้าทายอย่างยิ่งที่จะทำอย่างไรให้ไทยพีบีเอสสามารถเข้าถึงผู้คนที่หลากหลาย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ให้เกิดความผูกพันกับสื่อบริการสาธารณะ ดังนั้นการวิจัยผู้รับสารที่เรียกว่า Persona marketing ซึ่งเป็นเครื่องมือในการทำความรู้จัก/เข้าใจพฤติกรรม ลักษณะนิสัยใจคอ ความคิด ทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายจะเป็นประโยชน์สำหรับการออกแบบเพื่อเข้าถึงผู้รับสารมากยิ่งขึ้น 2) ระดับกลาง (Meso level) เป็นการให้ความสนใจศึกษาองค์กรไทยพีบีเอส ตั้งแต่ในเชิงกฎหมายของ ส.ส.ท. ที่ร่างขึ้นมาเมื่อกว่าสิบปีที่ผ่านมานั้นสอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากน้อยเพียงใด การบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัลหลากแพลตฟอร์มควรจะเป็นไปในรูปแบบใด ประเด็นการรวมศูนย์และการกระจายอำนาจไปยังภูมิภาคให้ใกล้ชิดประชาชนมากยิ่งขึ้นที่สอดคล้องกับหลักการของสื่อบริการสาธารณะ วิถีการผลิตรายการและการสื่อข่าวภายใต้บริบทดิจิทัลและการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ควรมีแนวทางการดำเนินงานอย่างไร รวมถึงบทบาทการเป็นพื้นที่สาธารณะของไทยพีบีเอสที่จะทำอย่างไรให้สามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มย่อยทางสังคมที่แตกกระจายอย่างหลากหลายได้ ซึ่งจะทำให้ไทยพีบีเอสสามารถสนับสนุนพื้นที่สาธารณะย่อยเหล่านั้นด้วยข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า การวิจัยที่ผ่านมานั้นส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาความรู้ผ่านกระบวนทัศน์แนวทางปฏิฐานนิยม และการประกอบสร้างนิยมเป็นสำคัญ แต่การแสวงหาความรู้ผ่านกระบวนทัศน์เชิงวิพากษ์มีน้อยมาก ทั้งที่มีความสำคัญในฐานะที่เป็นเครื่องมือสร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคม การก้าวข้ามการครอบงำของระบบทุนนิยมและอุดมการณ์หลักของสังคม การเปิดพื้นที่ให้แก่คนเล็กคนน้อยที่ไม่ค่อยมีอำนาจหรือไม่มีสิทธิ์เสียง (Powerless/voiceless) ในพื้นที่การสื่อสาร เป็นต้น (Chaisuparakul, 2015, pp. 5-6) จึงมีความจำเป็นเช่นกันสำหรับการศึกษาไทยพีบีเอสที่จะทำให้เห็นประเด็นที่ไม่ถูกตีแผ่ในสังคมมากนัก

ประเด็นสุดท้าย คือ การศึกษาบทบาทไทยพีบีเอสต่อการส่งเสริมพหุวัฒนธรรมในสังคมนั้นยังเป็นช่องว่างที่ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม ส่วนประเด็นกระบวนการสันติภาพจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า การวิจัยที่ผ่านมานั้นยังเป็นการศึกษาในระยะเริ่มต้นของกระบวนการสันติภาพ แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการวิจัยหลังจากนั้นทั้งที่กระบวนการสันติภาพมีพลวัตอย่างน่าสนใจตลอด 6 ปีที่ผ่านมา ดังนั้น การวิจัยบทบาทของไทยพีบีเอสในมิติดังกล่าวยังมีความน่าสนใจสำหรับการแสวงหาความรู้ที่จะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาบทบาทของไทยพีบีเอสในฐานะที่เป็นสื่อบริการสาธารณะที่เต็มไปด้วยความคาดหวังจากสังคม

เอกสารอ้างอิง (References)

Bainbridge, J., Tynan, L., & Goc, N. (2015). *Media and journalism: New approaches to theory and practice.* Oxford University Press.

Bualuay, N. (2018). The communication for negotiating meanings of public media for marginal people: A case study of HIV-positive persons. *Lampang Rajabhat University Journal, 7*(2), 56-64

Chaisuparakul, S. (2015). Paradigms in social science research. *Journal of Chandrakasem Sarn, 21*(40). 1-8.

Charoenwongsa, M., & Thong-rueng, A. (2013). The emergence and development of TPBS citizen reporters. *Silpakorn University Journal, 33*(2) 256-286.

Janwit, P. (2017, July 7). *10 Pī sṳ̀x sāṭhārṇa nı sạngkhm thịy* [10 years public media in Thai society]. The101.world. https://www.the101.world/10-years-of-thaipbs/

Jeh-oh, F. (2015). *D-Slatan Na Dan Tai: the encoding of reality in The Southern Border Thailand through the TV Programme* [Unpublished doctor's thesis]. Naresuan University.

Kronghao, M. (2016). *Exposure and satisfaction of audiences toward Thai PBS' Facebook Page* [Unpublished master's thesis]. Thammasat University.

Lertwiriyapaiboon, I. (2014). *Roles and news reporting of Thai PBS in Flooding Crisis 2011* [Unpublished master's thesis]. Chulalongkorn University.

National Statistical Office of Thailand. (2021 June, 24). *S̄ảrwc kār mī kār chî thekhnoloyī s̄ārs̄ntheṣ̌ læa kār s̄ṳ̀xs̄ār nı khrạwreṳ̀xn ph.Ṣ.2563* [The Survey on the using of information and communication technology in households in 2020]. The National Statistical Office. http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT2/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2563/Full_Report_63.pdf

Nilaphatama, S., & Chalermsripinyorat, R. (28 March, 2013). *Wāth krrm s̄ṳ̀xmwlchn nı krabwnkār s̄ạntiṭhāph s̄ām cạngẖwạd chāydæn phākh tî 2556* [Media Discourse on Peace Process in Southern Thailand 2013]. deep south watch. https://deepsouthwatch.org/sites/default/files/archives/docs/peaceprocessdiscourse_samatcha_rungrawee.pdf

Odklan, C. P. (2012). Image of Thai Public Broadcasting Service Television Station: A case study audience in Bangkok metropolitan area. *Sripatum Chonburi Journal, 11*(3) 125-132.

Ofcom. (2018). *Public Service Broadcasting in the digital age: Supporting PSB for the next decade and beyond.* ofcom. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/111896/Public-service-broadcasting-in-the-digital-age.pdf

Omjai, W. (2021). New normal: A new way of living-with-COVID 19 culture. *Rusamilae Journal, 42*(1), 47-62

Phuripanik, P. (2014). Structure of Thai Public Broadcasting Service and citizen' participation. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences, 10*(1), 97-111.

Poepsel, M. (2018). *Media, society, culture and you: Rebus community.* Quebec.

Siripongtugsin, N. (2011). *Politics in public media policies of the Thai Public Broadcasting Service* [Unpublished doctor's thesis]. Chulalongkorn University.

Srithongthae, P. (2014). The agenda setting for change: Agenda setting of Thai Diaspora on Public Service Broadcasting case. *Journal of Graduate Study in Humanities and Social Sciences, 3*(2). 19-46.

Teetakaew, T. (2010). *The role of Thai Public Broadcasting Services to make political public shpere through public forum and citizen journalist program* [Unpublished master's thesis]. Chulalongkorn University.

Thai Broadcast Journalists Association. (2009). H*ṇangsūx rāyngān pracả pī 2552* [Annual report 2009]. Thai Broadcast Journalists Association

Thai Health Promotion Foundation. (2017, January 11). *Thvs̄'ḍī s̄āmĥelỳym k̄heyū̂xn phūk̄heā s̄f̌āng cud pelĩyn phạt'hnā pratheṣ̌* [Triangles Theory for move moutain, turning point for developing country]. Thai Health Promotion Foundation. https://www.thaihealth.or.th/Content/34866-ทฤษฎีสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา%สร้างจุดเปลี่ยนพัฒนาประเทศ%20.html

Thaipublica. (2021, May 22). *Phy.Cheidchū chna khdī nph.Yng yuthṭh wngṣ̌ phirmý ṣ̄āntí f̌xng ĥmìnpramāth krṇī ṅā s̄ngs̄ạy ẁā thịy phī bī xes̄ -s̄s̄s̄. Ṫāng mī p̄hl prayochṅ txbthæn ĥrūx mị̀* [Dr. Cherdchu wins the case of Dr. Yongyuth Wongpiromsan who defamed her about the critique on Thai PBS and Thai Health Promotion Foundation have conflict interests or not]. ThaiPublica. https://thaipublica.org/2021/05/churdchoo-ariyasriwatana-22-05-2564/

Thanasomboon, T. (2013). *Good government and management effectiveness of the Thai Public Broadcasting (Thai PBS)* [Unpublished doctoral's thesis]. Bangkok ThonBuri University.

Thiamkiri, A. (2017). *The role of public forum TV program in creating participation to change social issues* [Unpublished master's thesis]. National Institute of Development Administration.

UNESCO. (2001, May 2001). *Public broadcasting: Why? How?* UNESCO Digital Library. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058

United Nations Development Programme. (2004). *Supporting public service broadcasting: Learning from Bosnia and Herzegovina's experience.* United Nations Development Programme.

Wannataworn, A., & Chainan, P. (2017, Febuary). *Roles of public media in negotiating meanings for marginal people: A case study of Rohingya refugees* [Conference session]. The 42nd National Graduate Research Conference, Chaing Mai.

Waranusupakul, I. (2017). *Broadcasting regulation for diversity* [Unpublished doctor's thesis]. Chulalongkorn University.

World Radio and Television Council. (2001). P*ublic broadcasting: Why? How?* UNESCO Digital Library. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058

Yodmalai, C. (2021, May 23). *K̄heīyn ĥî khid: Thịy phī bī xes̄ thīwī thì̀ tĕm pị ở̌wy khwām r̂āw lụk læa reụ̌xng lụklạb* [Writing for thought: Thai PBS, the institute of fully disorganised and mystery]. naewna. https://www.naewna.com/politic/columnist/47809