



## บทที่ 4

### การนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำในปี พ.ศ. 2547

ในบทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูล ที่ได้จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวคิดการตลาดกับการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำในปีพ.ศ.2547” ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจากเอกสาร เบบันท์ที่รายการข่าวภาคค่ำ อินเทอร์เน็ตและบุคคล โดยผู้วิจัยได้ประมวลผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไว้ 2 ส่วนใหญ่ๆ ซึ่งแต่ละส่วนประกอบด้วยส่วนย่อยๆ ดังนี้

#### 4.1 การนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำในปี พ.ศ.2547

##### 4.1.1 เทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำที่น่าสนใจในปี พ.ศ.2547

เป็นการนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษา เทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำที่มีการปรับเปลี่ยนให้รายการข่าวภาคค่ำมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเวลาออกอากาศ รูปแบบการรายงานข่าวและลักษณะวิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้รายการข่าวภาคค่ำน่าสนใจ

##### 4.1.2 การนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวภาคค่ำปี พ.ศ.2547

เป็นการนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจในรายการข่าวภาคค่ำปี พ.ศ. 2547 ในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ประเภทข่าวที่น่าสนใจ และแนวทางการพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ

#### 4.2 แนวคิดการตลาดกับการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำปี พ.ศ.2547

เป็นการนำแนวคิดการตลาดมาอธิบายผลที่ได้จากการศึกษาในข้อ 4.1.1 และข้อ 4.1.2 เพื่อศึกษา วิเคราะห์ลักษณะการนำแนวคิดการตลาดมาเป็นกลยุทธ์เพื่อปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในปี พ.ศ. 2547 ให้ตรงกับพฤติกรรมมารบริโภคข่าวสารและสามารถสนองตอบความต้องการของผู้ชมทั้งด้านการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหาข่าว ทั้งนี้เพื่อหวังผลในการเพิ่มจำนวนผู้ชมกลุ่มเป้าหมายรายการข่าวภาคค่ำ

ผู้วิจัยทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิ เอกสารและอินเทอร์เน็ตรวมถึงจากการสัมภาษณ์บุคคล (Key informants) พบว่า สถานีข่าวทั้ง 5 สถานีปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวภาคค่ำปี พ.ศ. 2547 ตามแนวคิดการตลาด โดยได้ใช้กลยุทธ์การตลาดเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Target Market) หรือผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (Target

Audience) รายการข่าวภาคค่ำ รวมถึงมีความเหมาะสมบุคลิกและจุดยืนด้านงานข่าวของสถานีข่าวนั้นๆ

ด้วยเหตุนี้ สถานีข่าวแต่ละสถานีจึงพยายามสร้างสรรค์กลยุทธ์ทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น การสร้างความแตกต่าง (Differentiated Strategy) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) และกลยุทธ์ด้านผังเวลา (Program Scheduling Strategy) เพื่อปรับเปลี่ยนและพัฒนา การนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำให้เหมาะสมกับภาพลักษณ์ บุคลิกและศักยภาพด้านงานข่าวของสถานีข่าวนั้นๆ รวมถึงเหมาะกับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ทั้งที่เป็นผู้ชมกลุ่มเดิมและผู้ชมกลุ่มใหม่ ด้วยการดึงดูดให้เกิดความรู้สึกสนใจและหันมาชม ทั้งนี้ก่อนที่จะใช้แนวคิดการตลาดมากำหนด หรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดใดๆ ก็ตาม สถานีข่าวนั้นๆ จะต้องทำการวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภค (Consumer Marketing Analysis) เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายและทำการแบ่งส่วนตลาด (Marketing Segmentation)

ต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย โดยผู้วิจัยได้แยกประมวลไว้ตามเค้าโครงการนำเสนอผลการวิจัยข้างต้น ดังมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 การนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำในปี พ.ศ. 2547

สังคมในยุคข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี (Information Technology Society) นั้นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตในแต่ละวันของคนทุกคนและคนทุกอาชีพ ทั้งนี้เพราะสามารถช่วยเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ประกอบ การตัดสินใจในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ ปริมาณความต้องการที่จะบริโภคข่าวสารมีเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ และความถี่ในการบริโภคข่าวสารนั้นมีมากขึ้นโดยไม่มี การจำกัดเวลา รวมทั้งลักษณะผู้บริโภคข่าวสารนั้นไม่ได้จำกัดเพียงเฉพาะคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แต่ยังสามารถขยายฐานกว้างออกไปสู่คนกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน หรือแม้แต่กลุ่มผู้สูงอายุ ก็ตาม

ด้วยเหตุนี้ สถานีข่าวทุกสถานีต่างตระหนักและให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับพฤติกรรม การบริโภคข่าวสารของผู้ชม ด้วยการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการให้น่าสนใจและการนำเสนอเนื้อหาข่าวให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมได้มากที่สุด รวมทั้งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้รู้สึกคล้อยตาม อยากติดตามชมรายการข่าวภาคค่ำต่อไป

ขณะนี้ ในประเทศไทยมีสถานี่ชาวโทรทัศน์แบบฟรีทีวีที่นำเสนอรายการข่าวภาคค่ำเป็นรายการหลักประจำทุกวันรวม 6 สถานี ประกอบด้วย สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี สถานีวิทยุโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ช่อง 11 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แต่มีเพียง 5 สถานีเท่านั้น อาทิ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีและสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยได้ปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหาข่าวอย่างปรากฏให้เห็นได้ชัด ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการตลาดในการช่วงชิงผู้ชม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาวิจัยในส่วนการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งเป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูลดังนี้ได้แก่ ข่าวและบทความจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร คำให้สัมภาษณ์จากบุคคลต่างๆ (Key Informants) รวมถึงเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำของสถานีข่าวทั้ง 5 สถานีในเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 โดยได้แยกแนวทางการศึกษาไว้ 2 ประเด็นดังได้กล่าวไว้ข้างต้น ในข้อ 4.1.1 ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์เทคนิคการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำที่น่าสนใจและข้อ 4.1.2 ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์ การนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ

#### 4.1.1 เทคนิคการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำที่น่าสนใจ

ผลการศึกษาในประเด็นนี้ ผู้วิจัยได้แยกการนำเสนอข้อมูลโดยแยกตามสถานีข่าว ดังนี้

##### 4.1.1.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

จากการสัมภาษณ์สำราญ จัตโรโท<sup>1</sup> ถึงสาเหตุในการปรับเปลี่ยน เทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 นั้นสามารถระบุได้ดังนี้คือ

“มาจากนโยบายสถานีที่ต้องการปรับและต้องปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เดิมที่การดูข่าวต้องนั่งพับเพียบดูข่าวหน้าจอตอนทุ่มหรือทุ่มครึ่ง แต่ตอนหลังการบริโภค

<sup>1</sup> สัมภาษณ์ สำราญ จัตโรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547 (สัมภาษณ์)

ข่าวสารเปลี่ยนไปคือไปบริโภคช่วงเช้าด้วย ส่วนช่วงเย็นๆคนต้องการรู้ข่าวที่เกิดขึ้นทั้งหมดในรอบวันว่ามีอะไรบ้าง ดังนั้นในตอนเย็นจึงเป็นการนำเสนอให้รับรู้ว่าวันนี้เกิดขึ้น อะไรยังไงในแบบที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อบริการผู้บริโภคในส่วนของความบันเทิงสาระซึ่งเป็นจุดที่แต่ละช่องพยายามแข่งขันกัน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าอยู่ถาวร แต่มีการปรับเปลี่ยนเรื่อยๆ ขึ้นกับจำนวนคนดูว่าต้องการดูอะไร”

สาเหตุการปรับผังรายการและการปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำมาสรุปไว้เป็นประเด็นย่อยๆ ดังนี้

- 1) เพื่อสนองนโยบายของสถานีข่าว ที่ต้องการให้มีการปรับผังและปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหา
- 2) เพื่อต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบและการนำเสนอรายการรวมถึงการนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวภาคค่ำ ให้สามารถสนองตอบความต้องการในการบริโภคข่าวสารของผู้ชมเป้าหมายทั้งกลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่
- 3) เพื่อปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวภาคค่ำให้มีลักษณะเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันเพื่อแจ้งให้รับทราบ (To Inform) เท่านั้น อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์
- 4) เพื่อบริการผู้ชมให้ได้รับทั้งสาระและความบันเทิงไปพร้อมๆ กัน

นั่นหมายความว่า การปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำทั้งในส่วนของเทคนิคการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหานั้น ช่อง 3 ได้ให้ความสำคัญกับ ผู้ชม เป็นสำคัญ ในการเป็นเป้าหมายในการกำหนดแนวทางเพื่อปรับเปลี่ยน ดังจะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้น สำราญ ฉัตรโท (2547) ได้กล่าวไว้ที่ว่า

“...ต้องปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือทาร์เก็ตผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย... และเพื่อบริการผู้บริโภคในส่วนของความบันเทิงสาระซึ่งเป็นจุดที่แต่ละช่องพยายามแข่งขัน...”

พรหมพร ยูวะเวส<sup>2</sup> ได้ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยว่า ลักษณะการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในส่วนเทคนิคการนำเสนอรายการในเดือนเมษายน-เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2547 นั้น เป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวภาคค่ำที่ช่อง 3 ได้พัฒนารูปแบบการรายงานมาจากรายการข่าวภาคค่ำที่มีชื่อว่า "ซีพจข่าวกว 3"

*"มาจากซีพจข่าวกว 3 ซึ่งจะเป็นคุณฮาร์ท นั่งอ่านคนเดียว เนื้อหา เป็นเรื่องเบา ๆ ใกล้เคียงตัวคน ไม่ใช่การเมืองหนักๆ เศรษฐกิจส่งออกหรือเป็นเรื่องใกล้ๆ ตัว ทดลองแล้วดี ปรับเป็นระเบียบข่าว"*

นอกจากลักษณะการรายงานข่าวแบบทั่วไปซึ่งก็คือ การรายงานข่าวด้วยการนั่งโดยอ่านตามบทประกอบภาพข่าวแล้วนั้น ก่อนหน้าปี พ.ศ.2545 ช่อง 3 ยังได้ทดลองผลิตรายการข่าวภาคค่ำในรูปแบบรายการใหม่ วิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวใหม่ ที่มีชื่อว่า "ซีพจข่าวกว3" ซึ่งในสมัยนั้นมีเพียงสุทธิพงษ์ ทัดพิทักษ์กุล (ฮาร์ท) นั่งรายงานข่าวคนเดียวด้วยการเล่าข่าว (News Talk) โดยเนื้อหาที่นำมาเสนอนั้นเป็นเรื่องใกล้ตัว มีลักษณะของข่าวในประเภทข่าวเบา (Soft News) ปรากฏว่าการรายงานข่าวในลักษณะนี้ได้รับผลตอบรับดี จากนั้นจึงมีการปรับและพัฒนาารูปแบบรายการเรื่อยมา ในปี พ.ศ. 2545 ช่อง 3 ได้ปรับรูปแบบรายการข่าวภาคค่ำโดยให้ดารามาอ่านข่าวประกบคู่กับผู้ประกาศสลับกันไปตลอดทั้งสัปดาห์

*"เป็นวิวัฒนาการการสื่อสารในคอนเซปต์ (Concept) ข่าว อาศัยว่าเราไปสัมผัสกับคนดู เริ่มจากเอาดารามาอ่านข่าวและเราก็รู้สึกว่าการถนัดยืนพรีเซนต์ (Present) มากกว่านั่ง และการนอบทต่างๆ ก็ช่วยเพิ่มอรรถรสการชมข่าว จากนั้นก็พัฒนามาเรื่อยๆ จนเป็นระเบียบข่าว"<sup>3</sup>*

<sup>2</sup> สัมภาษณ์ พรหมพร ยูวะเวส, ผู้ประกาศข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 5 กันยายน 2547.

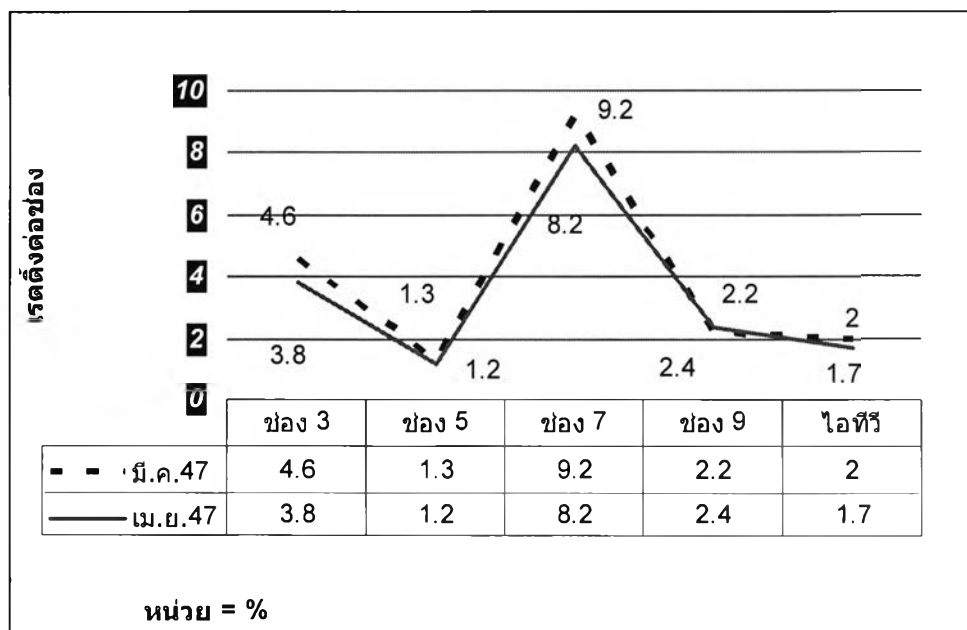
<sup>3</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ช่อง 3 ยังคงนำรูปแบบการรายงานข่าวด้วยการเล่าข่าว (News Talk) มาปรับใช้ในรายการข่าวภาคค่ำให้ดียิ่งขึ้น โดยยังคงใช้ชื่อรายการเดิมว่า “ระเบียงข่าว” เพื่อนำเสนอควบคู่กับรูปแบบการรายงานข่าวด้วยการอ่านข่าวตามบทประกอบภาพเรื่อยมา จนกระทั่ง ไอทีวีและโมเดิร์นไนน์ทีวีประกาศปรับผังรายการใหม่หมดทั้งสถานีและปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำครั้งยิ่งใหญ่เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2547

การที่ไอทีวี ประกาศปรับผังรายการใหม่ ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ บทบาทของสถานีและบุคลิกดำเนินงานข่าวโดยเฉพาะรายการข่าวภาคค่ำ ส่งผลให้ไอทีวีจากเดิมที่เคยวางบทบาทเป็นสถานีข่าว มีภาพลักษณ์ของการเป็นสถานีข่าวของคนรุ่นใหม่ มีความทันสมัย เปลี่ยนไปเป็นสถานีแห่งความบันเทิงและครอบครัว และหันมาเน้นรายการบันเทิงในช่วงไพรม์ไทม์มากขึ้น โดยปรับผังเวลารายการข่าวภาคค่ำ ด้วยการแบ่งช่วงการนำเสนอออกเป็น 2 ช่วงและจัดผังนำรายการบันเทิงที่เพิ่มเข้ามาแทรกกลางระหว่างรายการข่าวภาคค่ำ หรือการที่โมเดิร์นไนน์ประกาศปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรใหม่ ด้วยการเปลี่ยนเป็นโมเดิร์นไนน์ทีวี มีโครงสร้างองค์กรเป็นแบบรัฐวิสาหกิจที่เอกชนเข้ามาบริหารจัดการ และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ปรับผังรายการใหม่หมด และปรับเปลี่ยนบทบาทสถานีใหม่ไปเป็นสถานีข่าวสารและสาระที่มีความทันสมัย แทนไอทีวี

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้โมเดิร์นไนน์ทีวีมีความนิยมของผู้ชม (rating) รายการข่าวเพิ่มขึ้นในเดือนเมษายนเมื่อเทียบกับก่อนหน้านี ในเดือนมีนาคม ดังตารางที่ 4-1 แสดงให้เห็นว่าโมเดิร์นไนน์ทีวีมีเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำเพิ่มขึ้น 0.2% จากเดิมเดือนมีนาคมมีเรตติ้ง 2.2% ในเพิ่มขึ้นในเดือนเมษายนเป็น 2.4 %

แผนภูมิที่ 4-1 เปรียบเทียบความนิยมผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีข่าว 5 สถานีในเดือนมีนาคมและเดือนเมษายน พ.ศ. 2547



ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย : อายุตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่าง : 3,851,000 คน

ที่มาของข้อมูล : บริษัท เอ.ซี. เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

ไม่เพียงเท่านั้น ยังส่งผลให้ระยะห่างระหว่างเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 กับอันดับที่ 1 ซึ่งก็คือช่อง 7 มีช่องว่างที่ห่างกันมาก โดยช่อง 7 ที่อยู่อันดับ 1 เรตติ้ง 8.2% และ ช่อง 3 ที่อยู่อันดับ 2 มีสัดส่วน 3.8% ห่างกันถึง 4.4% ผลกระทบที่เกิดขึ้นนี้ ส่งผลให้ ช่อง 3 ตื่นตัวและเร่งหาทางแก้ไข เพื่อรับมือกับสถานการณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะการแข่งขันในธุรกิจประเภทรายการข่าวภาคค่ำด้วยกัน โดยหันไปให้ความสนใจกลุ่มผู้ชมต่างจังหวัด ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ด้วยการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้ชมเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ

ช่อง 3 รับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่นี้ โดยการประกาศปรับผังรายการใหม่ในช่วงไพรม์ไทม์ทั้งหมดรวมถึงรายการข่าวภาคค่ำ รวมถึงปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำให้น่าสนใจและตรงตามพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้ชมในเวลา 18.00-20.00 น.

ที่ต้องการบริโภคเนื้อหาในด้านความบันเทิงมากขึ้น<sup>4</sup> ต่อมาในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 โดย  
 สำราญ ฉัตรโท<sup>5</sup> ได้ให้มุมมองเรื่องนี้ว่า

“เราต้องปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายซึ่งก็คือ กลุ่มคนต่างจังหวัด ทุกเพศ ทุกวัย ในครอบครัว แบบว่า เด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี ซึ่งแต่ละช่องพยายามแข่งขันกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนคนดูว่าต้องการดูอะไร อย่างช่อง 3 ดูจากข้อมูล เรตติ้ง โฆษณา ตูตลาด ข่าว คลิปโป้ง (Clipping) รีเสิร์ช (Research) การทำงานข่าวทุกวันนี้ไม่ใช่แค่ยึดตามหลักการทำข่าวหรือจรรยาบรรณ มันมีการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง การทำงานข่าว อย่าหยุดนิ่ง เพราะถ้าหยุดนิ่งคือแพ้”

การปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 นั้น อาศัยข้อมูลในส่วนต่างๆ อาทิ ผลการสำรวจวิจัย เรตติ้ง รายได้จากยอดขายโฆษณา ตลาดผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำ และข่าวตัดแปะ (Clippings) จากสื่อต่างๆ เป็นต้น มาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจให้การปรับเปลี่ยนรายการข่าวภาคค่ำมีความน่าสนใจตรงตามความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด โดยมีแนวทางในการปรับเปลี่ยน คือ มุ่งกระตุ้นการสร้างเรตติ้งให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ด้วยวิธีการรักษาฐานผู้ชมเดิมไว้ให้มีความจงรักภักดีต่อสถานีอย่างเหนียวแน่น และเพิ่มจำนวนผู้ชมกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เกิดความรู้สึกสนใจและอยากติดตามชมรายการข่าวภาคค่ำมากขึ้น โดยเฉพาะฐานผู้ชมในต่างจังหวัดซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ทั้งนี้เพื่อผลทางธุรกิจในเรื่องรายได้จำนวนมากจากผู้สนับสนุนรายการ (Sponsors)

แม้ว่าช่อง 3 จะมุ่งมั่นทำงานข่าวตามหลักการทำข่าวและจรรยาบรรณวิชาชีพนักข่าว วิทยุและโทรทัศน์โดยยึดถือปรัชญาการทำงานข่าวที่ว่า“การทำงานข่าวต้องไม่หยุดนิ่ง” เป็นหลักในการปฏิบัติงาน แต่ช่อง 3 ก็ไม่ได้ละเลยที่จะนำแนวคิดการตลาดมาบริหารจัดการเพื่อสร้างสรรคัลยุทธ์เพิ่มจำนวนผู้ชม ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานรายการข่าวภาคค่ำสามารถแข่งขันได้ในระบบธุรกิจปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพื่อชิงความได้เปรียบทางการแข่งขัน อาทิเช่น ความนิยมของผู้ชม (Rating) ตลาดผู้ชม (Target Market) และผู้สนับสนุนรายการ (Sponsors) เป็นต้น

<sup>4</sup> รายงานผลการสำรวจแนวโน้มสถานการณ์ภาพรวมอุตสาหกรรมโทรทัศน์. โพสต์ทูเดย์. 18 พฤษภาคม 47.

<sup>5</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.



เทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 มีการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบในส่วนต่างๆ ที่ทำให้รายการข่าวภาคค่ำนำเสนอสนใจตรงตามความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ ดังนี้

1) ผู้ประกาศข่าว

ผู้วิจัยได้ศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ผู้ประกาศข่าวและผู้เล่าข่าวในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น ประกอบด้วย

ผู้ประกาศข่าวในพระราชสำนัก

สิทธิชาติ บุญมานนท์

ผู้ประกาศข่าวหรือผู้เล่าข่าวชาย

สุทธิพงษ์ ทัดพิทักษ์กุล

นลธวัช พรหมจินดา

ชาญชัย กายสิทธิ์

แอนดรู บิกส์

ผู้ประกาศข่าวหญิง

รัตติยากร ริมสินธุ์

ศิริบูรณ์ นัฐพันธ์

พรหมพร ยูวะเวส

นิธิพร มั่นนาค

พิมลวรรณ ศุภยางค์

อรปรียา หุ่นศาสตร์

ผู้เล่าข่าวหญิง

พรหมพร ยูวะเวส

ผู้เล่าข่าวช่วงเก็บตก

พัชรศรี เบญมาศ

นิธิพร มั่นนาค

ผู้ประกาศข่าวกีฬาและผู้เล่าข่าวกีฬา

สาธิต กรีกูล

นอกจากนี้ยังศึกษาพบอีกว่า มีการแบ่งช่วงรายการข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง ที่มีรูปแบบการรายงานข่าวที่แตกต่างกัน โดยในช่วงที่ 1 เป็นการรายงานเหตุการณ์ประจำวันที่เกิดขึ้นให้ผู้ชมทั่วไปได้รับทราบสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศดังนั้นรูปแบบการรายงานข่าวนั้นจะเป็นการอ่านข่าวตามบทประกอบภาพข่าว ส่วนช่วงที่ 2 นั้น เป็นการรายงานข่าวในลักษณะการเล่าข่าว

ช่อง 3 ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการรายงานข่าวด้วยการเล่าข่าว (News Talk) ในรายการระเบียงข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอเนื้อหาข่าว โดยนำข่าวที่มีลักษณะข่าวเบา (Soft News) มาเล่าหรือคุยให้ฟัง โดยมีผู้เล่าข่าวทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารข่าว ด้วยการเล่าข่าวด้วยการยืนแทนการนั่ง ท่ามกลางบรรยากาศของฉากที่จำลองบรรยากาศระเบียงบ้าน โดยมีผู้ชมซึ่งเปรียบเสมือนชาวบ้านมานั่งฟังข่าวที่พีเรซเตออร์ (Presenter) เล่าให้ฟังอย่างเป็นกันเอง ในบรรยากาศสบายๆ ที่หน้าจอโทรทัศน์หรือหน้าระเบียงบ้าน ทั้งนี้เห็นว่า วิธีนำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารที่ทำให้ผู้ชมทุกชนชั้น ซึ่งมีความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์ อาทิ วัย เพศ อาชีพและการศึกษา เป็นต้น สามารถเข้าใจในเนื้อหาของข่าวได้ง่ายโดยมีผู้เล่าข่าวทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเนื้อหา ทั้งนี้ผู้เล่าข่าวยังสามารถแสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นส่วนตัวที่มีต่อเนื้อหาข่าวได้ทั้งทางวัจนภาษาด้วยการพูดแซว พูดติดตลก พูดแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกันหรือขัดแย้ง เป็นต้น และทางอวัจนภาษาด้วยการแสดงท่าทาง สีหน้า แววตา หรืออารมณ์ประกอบการพูดได้ เป็นต้น

ด้วยลักษณะการนำเสนอข่าวแบบเล่าข่าวเป็นวิธีการสื่อสารเนื้อหาข่าวที่ไม่ได้มุ่งให้แต่สาระเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังได้ให้อรรถรสความบันเทิงควบคู่ไปด้วย ณ ขณะชม ดังนั้นผู้เล่าข่าวจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสื่อสาร โดยพรหมพร ยูวะเวส<sup>6</sup> ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“เล่าข่าว เราต้องอ่านในเรื่องนั้นให้เข้าใจก่อน แล้วมาเล่าให้คนที่บ้านฟัง เป็นคำพูดของเรามากขึ้นเหมือนกับคุยกับเพื่อน ไม่ยึดติดกับบท ต้องเข้าใจเนื้อหาได้ดีพอสมควร แต่ว่าในรายละเอียดที่จำไม่ได้ ก็ยังมีบทที่ถือไว้ในมือสามารถก้มดูได้ อย่างชื่อ สถานที่ ยศ ตำแหน่ง จังหวัด หรือชื่อเฉพาะ โดยเนื้อหลักต้องจำให้ได้ว่าเรื่องราวเป็นยัง พอเล่าเสร็จต้องมีการตอบโต้ กัน ระหว่างผู้ดำเนินรายการสองคน ต้องใช้ความเป็นตัวเองและปฏิภาณไหวพริบมากกว่าการอ่านข่าวโดยทั่วไป”

การเล่าข่าวจะต้องอาศัยบุคลิก ความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ในการที่จะจดจำรายละเอียดของข่าว และสามารถสื่อสารข่าวจากภาษาเขียนให้เป็นภาษาพูด สั้น กระชับ ได้ใจความโดยสามารถทำให้ผู้ชมทุกชนชั้นเข้าใจในเนื้อหาข่าวที่ต้องการสื่อสารได้ ดังนั้นผู้เล่าข่าวจึงต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถและมีทักษะในการแสดงออกทางวัจนภาษาเป็นสำคัญ

<sup>6</sup> สัมภาษณ์ พรหมพร ยูวะเวส, ผู้ประกาศข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 5 กันยายน 2547.

นอกจากนี้ ผู้เล่าข่าวยังต้องมีทักษะการแสดงออกทางอวัจนภาษา อาทิ บุคลิก ลักษณะ ท่าทาง การสื่อสารทางสายตาและเสื้อผ้าการแต่งกาย ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสาร ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาสามารถประสานสัมพันธ์กันได้ โดยสำราญ ฉัตรโท<sup>7</sup> ได้กำหนดแนวทางในการปรับเปลี่ยนบุคลิกและภาพรวมของผู้ประกาศข่าวที่มาทำหน้าที่เป็นผู้เล่าข่าว ให้มีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับลักษณะและวิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าว

“ปรับคาแรกเตอร์ผู้ประกาศ พิธีชนเตอร์ให้สื่อสารง่าย ๆ ให้คนเข้าใจว่าสิ่งนี้คืออะไร ให้เด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี จึงนำเอาวิธีการคุยข่าวเล่าข่าวมาใช้ แม้ว่าตามหลักนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์บอกว่า ความน่าเชื่อถือต้องนั่งโต๊ะอ่านข่าว แต่เมื่อดูความเป็นจริงทางสังคมไทย ลักษณะการ นำเสนอเช่นนั้นหากไม่ได้ตั้งใจ การรับรู้ในการสื่อสารแบบนี้มันรับรู้ได้ไม่ 100 % มันเข้าไม่ถึงจิตใจ คนที่เปิดกว้างสำหรับการรับรู้ตรงนั้นมันแค่นิดเดียว หากเปลี่ยนวิธีการนำเสนอแบบเอนเตอร์เทน (entertain) ตรงตามแนวของคนไทย สามารถรับรู้ได้เกือบ 100 % นี่คือ เหตุผลว่าทำไมฮาร์ท เอ็ก ต้องทำแบบนี้ เพราะมันคือแนวใหม่”

การรายงานข่าวภาคค่ำด้วยลักษณะการเล่าข่าวในแต่ละวันนั้น ประกอบด้วย ผู้เล่าข่าว จำนวน 2 ท่าน ทั้งนี้คำสัมภาษณ์ข้างต้นและจากการที่ผู้วิจัยสามารถรวบรวมไว้ได้จากการศึกษาจากเทปบันทึกการรายงานข่าวภาคค่ำ จะเห็นได้ว่า ผู้เล่าข่าวนั้นมีเพียงสุทธิพงษ์ ทัดพิทักษ์กุล และพรหมพร ยูวะเวส เป็นผู้ทำหน้าที่เล่าข่าว (News Talk) อยู่เป็นประจำ และเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกาศข่าวแล้วมีจำนวนน้อยมาก ทั้งนี้ สำราญ ฉัตรโท<sup>8</sup> ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“จำนวนผู้ประกาศแบบเล่าข่าวนั้นน้อย ก็ต้องสร้างไปเรื่อย คนมีคอนเซปต์แบบนี้หายาก”

นอกจากนี้ ผู้เล่าข่าวจะต้องมีปฏิภาณไหวพริบในการพูดแบบสดโดยที่ไม่มีบท เป็นบุคคลที่ขยันหมั่นหาความรู้รอบตัวอยู่เสมอ แต่ทั้งหมดนี้ความน่าสนใจจะมีมากน้อยหรือไม่ก็นั้น ก็ขึ้นอยู่กับลีลา (Style) ของพิธีชนเตอร์แต่ละคนที่แสดงออกมามาทั้งทางวัจนภาษาและทางอวัจนภาษา

<sup>7</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

<sup>8</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

ในโอกาสพิเศษที่มีผู้เสาะหาเพิ่มเป็น 3 ท่าน เพื่อช่วยสร้างสีสันการรายงานข่าวนั้น ยกตัวอย่างเช่น ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 นอกเหนือจากการรายงานข่าวกีฬาทั่วไป ช่วงนั้น เป็นช่วงใกล้ถึงเป็นกีฬาฟุตบอลโลก ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวนี้ ด้วยการเริ่มต้น รายการด้วยการพูดถึงประเด็นข่าวฟุตบอลยูโร 2004 โดยคุณสาธิต กรีกูล ซึ่งมาทำหน้าที่ พิธีเซเตอร์ร่วม ในฐานะที่เป็นผู้มีความรู้เรื่องกีฬาเป็นอย่างดี และเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศการ เล่าข่าวกีฬา คุณสาธิตจึงแต่งกายด้วยการสวมใส่ชุดกีฬา ซึ่งก็คือ กางเกงขายาว รองเท้าผ้าใบ สวมเสื้อฟุตบอลทีมชาติต่างๆ พร้อมกับโชว์เสื้อฟุตบอลทีมชาตินั้นๆ ที่ต้องการแจกให้แก่ผู้ชมทาง บ้านเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษในรายการข่าวภาคค่ำ และกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และร่วมสนุกกับกิจกรรมด้วย

กิจกรรมในรายการข่าวภาคค่ำในลักษณะนี้ ช่วยสร้างสีสันให้บรรยากาศการรายงานข่าว กีฬาดูน่าตื่นเต้น คึกคักและเร้าใจ จากนั้นมีการโยงประเด็นข่าวเข้าสู่สื่อกีฬาการแนะนำผลงานของ ทีมชาติต่างๆ รวมถึงสุดยอดนักฟุตบอลจากการแข่งขันในครั้งก่อนๆ ด้วยการเล่าข่าวที่ใช้ภาษาพูด ที่ไม่เป็นทางการ ในลักษณะที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ทั้งนี้ทำให้ผู้ชมที่มีความรู้เรื่องกีฬาอยู่แล้ว ได้รับบรรยากาศการชมข่าวกีฬาเพิ่มมากขึ้น คือ นอกจากจะได้รับสาระแล้ว ยังได้รับความบันเทิงจาก การชมข่าว ส่วนผู้ชมไม่มีความรู้เรื่องกีฬาเป็นพื้นฐานสามารถเข้าใจและเข้าถึงลักษณะของกีฬา และนักกีฬาประเภทนั้นๆ ประกอบกับได้รับบรรยากาศความเพลิดเพลินจากการชมข่าวกีฬา จากเดิม ที่ก่อนหน้านี้ในเดือนเมษายน - พฤษภาคม พ.ศ. 2547 ที่มีกิจกรรมพิเศษเพิ่มเข้ามาสร้างสีสันให้ รายการข่าวภาคค่ำ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 ร่วมสนุกโดยการส่งคำคม เข้ามาตามหัวข้อที่พิธีเซเตอร์ข่าวกำหนด หากคำคมใดถูกใจทีมงานและได้รับการออกอากาศจะ ได้รับรางวัลตอบแทนซึ่งประกอบด้วย ซีดีเก็บตก เสื้อคำคม หนังสือคำคม และเพลงช่อง 3

นอกจากการนำเสนอเนื้อหาด้วยการเล่าข่าวคุยข่าว (News Talk) ดังรายละเอียดข้างต้น ช่อง 3 ยังใช้วิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวด้วยการอ่านข่าวจากบท เพื่อประกอบและบรรยายภาพข่าว (Straight and Illustrated Newscast) ในรายการข่าวสถานการณ์เด่นประจำวัน และรายการนิวส์ ออน ทรี (News on Three) ซึ่งเป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทข่าวหนัก (Hard News) และต้องการสร้างความน่าเชื่อถือในเนื้อหาข่าวที่นำเสนอ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำตามจำนวนที่สุ่มตัวอย่าง ซึ่งออกอากาศในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ในรายการสถานการณ์เด่นประจำวัน และรายการนิวส์ ออน ทรีนี่นั้น ประกอบด้วยผู้ประกาศข่าว (Anchor) หลักจำนวน 2 ท่าน ทำหน้าที่รายงานข่าวด้วยการอ่านข่าวตามบทข่าว (Straight Newscast) เพื่อประกอบภาพข่าวหรือบรรยายภาพข่าวบนโต๊ะข่าว (Booth) นอกจากนี้ยังประกอบด้วยผู้ประกาศข่าว (Anchor) ร่วมอีก 2 ท่าน ซึ่งเป็นบุคคลผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำหน้าที่ประกาศข่าวในพระราชสำนัก และข่าวกีฬา

บุคลิกผู้ประกาศข่าวในรายการข่าวสถานการณ์เด่นประจำวันและรายการนิวส์ ออน ทรี มีลักษณะที่เป็นทางการ (Formal) กว่าฟรีเซนต์เตอร์ เนื่องจากต้องการให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อถือในเนื้อหาข่าว ผู้ประกาศข่าว และสถานีข่าว ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะข่าวที่นำมาเสนอนั้นเป็นข่าวหนัก (Hard News) ซึ่งประกอบด้วย ข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

สำหรับผู้เล่าข่าวขายนั้น จะชี้เส้น สุกสนาน มีมุขตลกปนทะเลาะลงในลักษณะสองแง่สองง่าม ส่วนฟรีเซนต์เตอร์หญิงนั้นจะคอยรับมุข ส่งมุขแล้วแต่โอกาส ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะเนื้อหาของข่าวนั้นๆ ด้วยสีหน้าที่ยิ้มแย้ม เป็นมิตรและเป็นกันเอง มีการตะแถมผัสเบาๆ ด้วยการจับแขน ซึ่งแสดงถึงความสนิทสนม

การแต่งกาย ในการรายงานข่าวหนักในรายการข่าวสถานการณ์เด่นประจำวัน และรายการนิวส์ ออน ทรีนี่นั้น ผู้ประกาศข่าวทั้งชายและหญิงจะแต่งกายด้วยชุดสากล สีสุภาพ สำหรับการรายงานข่าวเบาในรายการระเบียงข่าวนั้น ผู้เล่าข่าวจะแต่งกายในชุดที่ค่อนข้างดูสบาย และไม่ใช่วางการ แต่ทั้งนี้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายนั้น จะเน้นให้เป็นการตัดเย็บจากผ้าไทยที่ออกแบบอย่างทันสมัย และไม่ใช่วางการ อาทิ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย เป็นต้น ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ผ้าไทยและช่วยส่งเสริมการแต่งกายผ้าไทยทางอ้อมด้วยเช่นกัน

## 2) ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก

จากการสัมภาษณ์สำราญ ฉัตรโท<sup>9</sup> กล่าวว่า ช่อง 3 ไม่ได้มีการกำหนดนโยบายในการสร้างหรือปรับเปลี่ยนฉากรายการ ข่าวภาคค่ำไว้อย่างแน่นอน เพียงแต่มีแนวทางว่า ต้องมีการปรับเปลี่ยนฉากเพื่อแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

“ฉาก ไม่ได้กะเกณฑ์เรื่องฉาก ต้องปรับให้มีลึค (Look) ใหม่  
อาจจะมี 1 ปี”

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ฉากรายการข่าวภาคค่ำที่ใช้ในเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 มีด้วยกัน 2 ฉาก คือ ฉากแรกเป็นฉากที่ใช้ในการรายงานข่าวในรายการสถานการณ์ข่าวเด่นและข่าวเด่นเย็นนี้ ซึ่งฉากหลังจะเป็นภาพกราฟิกออกโทนสีฟ้า ด้านหน้าฉากจัดวางโต๊ะข่าว (Boot) ซึ่งเป็นโต๊ะไม้สีทึบ ไม้สำหรับนั่งรายงานข่าว และฉากที่สองเป็นฉากที่ใช้ในรายการระเบียบข่าว ซึ่งจะเป็นฉากที่จำลองบรรยากาศระเบียบบ้าน ตกแต่งมุมต่างๆ ของระเบียบบ้าน สำหรับฉากเปิดรายการในการรายงานข่าวแบบเล่าข่าวคุยข่าว นั้น เป็นฉากของทางขึ้นระเบียบบ้านที่มีบันได ขึ้นไปสู่ระเบียบบ้านบริเวณรอบๆ ระเบียบนั้นตกแต่งด้วยต้นไม้ สร้างบรรยากาศให้รู้สึกสดชื่นด้วยสีเขียวของต้นไม้ ส่วนอีกมุมเป็นมุมโต๊ะนั่งเล่นสำหรับการนั่งเพื่อรายงานข่าว จัดวางด้วยโต๊ะกระจกใส จัดวางกับเก้าอี้ 2 ตัว ทำให้มุมโต๊ะนั่งอ่านข่าวนี้อุดมไปด้วยไม้ขีดอัด ข้างหลังทำเป็นชั้นวางของ มีการจัดวางแจกันดอกไม้สวยงาม นอกจากนั้นยังมีป้ายตราสินค้าของผู้ให้การสนับสนุนรายการวางตั้งไว้แฝงอยู่บนชั้นอย่างเรียบร้อยและดูกลมกลืน อาทิ ป้ายตราสินค้าคอมพิวเตอร์ยี่ห้อเบลต้า และป้ายตราสินค้าซัมซุง ด้วยฉากที่มีมิติ ระยะเวลาใกล้ ใกล้ และความห่างระหว่างฉากหลังกับกล้องมีระยะ ทำให้ฉากที่มีดูโปร่ง ประกอบกับโทนสีอ่อนๆ ของฉากและแสงที่ใช้มีความสว่างจ้า จึงช่วยทำให้ฉากดูสว่าง และกว้างขวาง

เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 ในรายการนิวส์ ออน ทรี เฉพาะที่เป็นกรายงานข่าวในวันธรรมดานั้น ช่อง 3 ได้ปรับฉากที่ใช้กรายงานข่าวนัก หรือข่าวประจำวันทั่วไป ให้มีลักษณะเป็นทางการมากยิ่งขึ้น โดยได้กลับมาใช้ฉากที่ประกอบด้วยโต๊ะข่าวซึ่งเป็นแท่นไม้แบบทึบ โดยฉากหลังนั้นเป็นเฉดสีต่างๆ สำหรับในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ ยังคงมีการใช้ฉากระเบียบข่าว เพื่อรายงานข่าวโดยได้มีการเปลี่ยนจากโต๊ะไม้ที่มีลักษณะเป็นแท่น และที่บมาเป็นโต๊ะกระจกคล้ายๆ

<sup>9</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

กับโต๊ะรับแขกขนาดพอเหมาะสำหรับผู้ประกาศข่าว 2 ท่าน ทำให้ดูโปร่งและโล่งขึ้น และได้มีการเสริม นายแอนดรู บิกส์ เข้ามาร่วมในรายการข่าวในลักษณะการให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษจากข่าว

### 3) ภาพประกอบคำบรรยายหรือภาพข่าว

จากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ภาพข่าวที่นำเสนอในการรายงานข่าวแบบอ่านข่าวตามบทเพื่อประกอบภาพนั้น อาศัยการตัดต่อแบบนำภาพมาต่อเรียงกันไป โดยใช้เทคนิคการตัดต่อภาพต่อภาพ (Cut) อาจจะมีบ้างที่มีการนำเอาเทคนิคพิเศษมาช่วย เช่น การใช้เทคนิคการทำให้ภาพเคลื่อนไหวกว่าปกติ (Slow motion) ดังเช่นในการรายงานข่าวในลักษณะสะท้อนอารมณ์อย่างข่าวอาชญากรรม ข่าวความสูญเสียจากเหตุจลาจลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือในสื่อบางเรื่องชีวิต ทั้งนี้เพื่อต้องการเร้าอารมณ์ผู้ชมให้เกิดอารมณ์ร่วมกับข่าวนั้นๆ โดยอาศัยภาพข่าวที่ผ่านการตัดต่อและใช้เทคนิคพิเศษเป็นตัวเร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม

จากการสัมภาษณ์สำราญ ฉัตรโท<sup>10</sup> สามารถระบุได้ว่า ภาพข่าวที่ใช้ในการรายงานข่าวแบบเล่าข่าวนั้น มีความสำคัญดังนี้

*“สำคัญในด้านเทคนิค การตัดต่อบางงานเช่นเก็บตก ใส่สปีด(Speed) ใส่ช้าช็อต (Shot) หรือวงเวียนชีวิตก็ใส่สโลว์ (Slow motion) ให้เกิดอารมณ์”*

จากการศึกษาเทปข่าวพบว่า การรายงานข่าวแบบเล่าข่าว และช่วงเก็บตกนั้น ภาพข่าวที่นำมาใช้นั้นจะเป็นภาพที่เน้นอารมณ์ที่สนุกสนาน ดังนั้นการตัดต่อรวมถึงเทคนิคพิเศษที่สามารถมีลูกเล่นได้เต็มที่เช่นการใส่ภาพเดิมซ้ำไปมาหลายครั้ง เพื่อต้องการย้ำการกระทำเดิมๆ ของบุคคลในข่าว การทำให้ภาพเคลื่อนไหวกว้างขึ้นด้วยการใช้เทคนิคความเร็วหรือสปีด (Speed)

ในการทำให้ภาพข่าวในช่วงเก็บตกนั้น มีความน่าสนใจและเมื่อดูแล้วได้รับอรรถรสความบันเทิง นอกจากการใช้เทคนิคการตัดต่อแล้ว ยังต้องอาศัยผู้ประกาศทำหน้าที่ในช่วงนี้ จะต้องใช้น้ำเสียงนั้นในโทนสูงต่ำแล้วแต่ลักษณะเนื้อหา และอารมณ์ของข่าวนั้นๆ

<sup>10</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

#### 4) มุมกล้องและการเคลื่อนไหว

จากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำ พบว่า รายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 เริ่มต้นเปิดรายการข่าวภาคค่ำด้วยไตเติ้ลรายการ อย่างในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 ไตเติ้ลรายการข่าวภาคค่ำเป็นกราฟิกโดยเล่นกับคำว่า News on three พาดหัวบนพื้นหลังที่เป็นกราฟิกสวยงาม มีภาพวีทีอาร์ข่าวพร้อมเสียงดนตรีประกอบ

หลังจากจบไตเติ้ลรายการข่าวนั้น จะเปิดฉากด้วยการรายงานข่าวด้วยการเล่าข่าว โดยกล้องจะทำหน้าที่พาผู้ชมเข้าสู่รายการข่าวภาคค่ำ ด้วยการเคลื่อนไหวกล้องด้วยลักษณะการเคลื่อนเข้าหา (Dolly) เข้าหาวัตถุ (Subject) ซึ่งก็คือ ผู้เล่าข่าว ด้วยขนาดภาพระยะไกลหรือ (Long shot) ด้วยมุมมองต่ำกว่าระดับเอว ซึ่งเป็นการถ่ายให้เห็นบรรยากาศระยะไกล ทำให้สามารถเห็นฉากรายการข่าวภาคค่ำโดยรวม เห็นองค์ประกอบภาพและฉากรายการข่าวภาคค่ำที่หลากหลาย ซึ่งแสดงถึงความยิ่งใหญ่ของฉากจากนั้นจะเคลื่อนไหวกล้องด้วยการ Tilt up แล้วจึงหยุดจับภาพระดับเอวขนาด Medium shot ที่ผู้เล่าข่าวหลัก 2 ท่าน ผู้เล่าข่าวเสริม 1 คน กล่าวคำทักทายสวัสดิ์ ทั้งนี้สามารถเรียกการจับภาพในลักษณะนี้ได้ชื่อว่า Three shot ซึ่งเป็นการจับภาพขนาดเอวจำนวน 3 ท่าน

สำหรับการรายงานงานข่าวแบบอ่านข่าวตามบทประกอบภาพข่าวนั้น กล้องจะทำหน้าที่เช่นเดียวกัน กับการรายงานข่าวด้วยการเล่าข่าว แต่จะระยะในการเคลื่อนไหวกล้องเข้าหาวัตถุ ซึ่งก็คือ ผู้ประกาศข่าวอาจทำได้ในระยะสั้นๆ และไม่มีการเคลื่อนไหวกล้องลงจากมุมสูงแล้วมาหยุดที่มุมเอว (Medium shot) แล้วจับภาพขนาด Three Shot

เช่นกัน ในช่วงจบการนำเสนอข่าวทั้งการเล่าข่าวและการอ่านข่าวตามบทประกอบภาพ หลังจากที่อยู่ประกาศข่าวหรือผู้เล่าข่าวกล่าวคำอาลา กล้องจะเคลื่อนไหว (Dolly out) ออกห่างจากวัตถุ ซึ่งก็คือ ผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรข่าวเพื่อสื่อความหมายของการลา

##### 4.1.1.2 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

เพื่อเป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงในระบบธุรกิจโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวภาคค่ำที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพื่อชิงชิงส่วนแบ่งของความนิยมของผู้ชม (Rating) ภายหลังจากที่ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้ปรับเปลี่ยนองค์กรใหม่ไปเป็นเอกชนโดยใช้ชื่อว่า โมเดิร์นไนน์ทีวี ภายใต้อุดหนุนของการเป็นสถานีข่าวสารและสาระ หรือจากการที่ไอทีวีประกาศปรับผังรายการโดยรวมใหม่พร้อมกับปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ความเป็นสถานีข่าวไปเป็น สถานีข่าวและบันเทิงนั้น ส่งผลกระทบให้สถานี



ข่าวแบบฟรีทีวีสถานีอื่นๆ ตื่นตัว พยายามหาทางรับมือและกำหนดแผนการดำเนินงานเพื่อรองรับกับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น รวมถึงช่อง 5 เองเช่นกัน โดย ญัฐชัย หลวงพรหม<sup>11</sup> ได้กล่าว

“แผนการปรับข่าว ดูคู่แข่ง ดูฤกษ์ยาม หมายความว่าเขาไปถึงไหน ถ้าเค้าปรับกันหมด หากช่อง 5 ไม่ปรับมันก็จะไม่มีการสร้างความรู้สึก เราก็ต้องปรับ เราปรับจากใหม่ รับผู้ประกาศชุดใหม่มาฝึกให้อ่านข่าว ช่วงสองทุ่ม ให้คนเก่าพักบ้างทำให้ช่อง 5 ได้รับความสนใจมากขึ้นกว่าเดิม เพราะคนใหม่เข้ามา มีลีลา บุคลิกดี หน้าตาดี อ่านดี มีผลทำให้ข่าว น่าดูน่าชม”

นอกจากนี้ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>12</sup> ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับสาเหตุการปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ พบว่า

“เราก็ต้องปรับเพื่อสร้างความรู้สึกให้แก่ผู้ชมในเรื่องของภาพลักษณ์ของรายการข่าวภาคค่ำ และรายการอื่นๆ และก็ต้องปรับให้ทันกับการแข่งขันที่มีอยู่ โดยใช้วิธีการสำรวจพฤติกรรมการตลาดเข้าไป คือ ข่าวหัวใจ ต้องอยู่ในช่วงไพรม์ไทม์ มีกลยุทธ์มากมายในการปรับเปลี่ยน คือ แทนที่เราจะทำข่าวภาคค่ำช่วงเดียว ก็แยกเป็นช่วงหกโมงครึ่งถึงหนึ่งทุ่มแล้ว ต่อด้วยรายการไปจนถึงสองทุ่มเป็นข่าวในพระราชสำนัก”

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปสาเหตุของการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในปี พ.ศ. 2547 ไว้เป็นประเด็นได้ดังนี้

- 1) เพื่อปรับตัวให้ทันกับธุรกิจทีวีโดยเฉพาะรายการข่าวภาคค่ำที่มีการแข่งขันกันอยู่ทุกขณะ
- 2) เพื่อปรับรูปแบบและการนำเสนอรายการภาคค่ำให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในสถานีข่าวแบบฟรีทีวีอื่นๆ ด้วยกัน

<sup>11</sup> สัมภาษณ์ ญัฐชัย หลวงพรหม, ผู้กำกับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 14 กันยายน 2547

<sup>12</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 16 กันยายน 2547

- 3) เพื่อสร้างความรู้สึกให้แก่ผู้ชมในเรื่องของภาพลักษณ์ของช่อง 5 ในด้านรายการข่าวอื่นๆ และรายการข่าวภาคค่ำ
- 4) เพื่อเป็นการปรับตามผลสำรวจความต้องการของตลาดผู้ชม

หลักเบื้องต้นในการพิจารณาตัดสินใจปรับเปลี่ยนเทคนิค การนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 นั้น พิจารณาโดยคำนึงปัจจัยจากสถานีข่าวคู่แข่ง ว่ามีการปรับเปลี่ยนในลักษณะใด และสถานการณ์การปรับเปลี่ยนการนำเสนอข่าวภาคค่ำให้น่าสนใจนั้นเป็นไปอย่างคึกคักมากน้อย ในลักษณะที่กระตุ้นให้ผู้สื่อกอยากปรับเปลี่ยนตามหรือไม่ นั้นหมายความว่า การปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 ที่เกิดขึ้นนั้น เป็นการปรับตามกระแสหรือปรับเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของช่อง 5 ในการให้ความสำคัญกับรายการข่าวภาคค่ำในการก้าวเข้าสู่ระบบการแข่งขันในธุรกิจรายการข่าวภาคค่ำช่อง 5 ได้ทำบูรณาการลักษณะการดำเนินงานขององค์กรใหม่และสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้ทันสมัย รวมถึงทำการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ ซึ่งอาศัยข้อมูลจากผลการสำรวจเรตติ้ง มาสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการบริหารจัดการเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำซึ่ง คือ ช่วงไพรม์ไทม์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด รวมถึงการนำศักยภาพด้านงานข่าวที่ช่อง 5 มีอยู่มาใช้อีกด้วย รวมถึงการปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในส่วนต่างๆ ให้มีความน่าสนใจ

ช่อง 5 ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำทั้งในส่วนเทคนิคการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหาต้องกระทำ โดยคำนึงถึงตลาดผู้ชมเช่นเดียวกับช่อง 3 และศักยภาพสถานีเป็นสำคัญ ซึ่งวิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ ได้กล่าวว่า

"คนที่ดูข่าวเรา คือ คนที่เชื่อว่าข่าวเราน่าเชื่อถือ เนื่องจากเชื่อว่าทหารไม่โกหก และคนที่ชอบดูข่าววิเคราะห์ต่างประเทศ ข่าวกีฬาของเรา ภาพลักษณ์ใหม่ของช่องห้า คือ เชื่อถือได้ สโลแกนที่ใช้มานาน คือ รวดเร็ว (ต้องตรวจสอบก่อน หากไม่ใช่ ไม่น่าใจเรายอมที่จะออกที่หลังช่องอื่นหลังจากเราทำการสำรวจแสดงว่าเราเป็นช่องที่สามารถตรวจสอบได้ ทหารไม่โกหก แม้ว่าเราจะมีภาพลักษณ์ช่องทหารอยู่ก็ตาม เราจะเปรียบกับไอทีวีไม่ได้เพราะเราเกิดมาต่างกัน) เป็นกลาง ถูกต้อง"

จากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำ สามารถระบุได้ การปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 เน้นไปการปรับในส่วนการนำเสนอเนื้อหาข่าวบางประเภทให้เข้มข้นมากขึ้น อย่างเช่น การวิเคราะห์สถานการณ์โลก ในช่วง “เกาะติดสถานการณ์โลก” เป็นการออกอากาศในช่วงที่คนกำลังวิตกับภาวะสงครามตะวันออกกลาง ซึ่งทำให้รายการข่าวภาคค่ำดูมีสีสัน และให้ความสำคัญกับข่าวตามที่เกี่ยวข้องกับทหาร กองทัพกตามนโยบายสถานี แต่ทั้งนี้เป็นการปรับเปลี่ยนโดยคำนึงถึงศักยภาพของสถานีด้วยเช่นกัน

สำหรับในส่วนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำนั้น ผู้วิจัยศึกษาจากเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ พบว่า ช่อง 5 ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้รายการข่าวภาคค่ำน่าสนใจเพียงบางส่วนเท่านั้น ทั้งนี้เพราะช่อง 5 ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาข่าวมากกว่า และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์และจากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ช่อง 5 มีการปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำดังนี้

#### 1) ผู้ประกาศข่าว

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นายวิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>13</sup> พบว่า ผู้ประกาศข่าวช่อง 5 เกือบทั้งหมดนั้นเป็นบุคลากรของ ช่อง 5 ที่มีประสบการณ์ในการทำงานข่าว และคลุกคลีในวงการงานข่าว ทั้งนี้ก็เพราะในเวลาปฏิบัติงานจริงนั้น บุคลากรเหล่านี้จะสามารถรายงานข่าวได้ดี และในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้น ก็จะสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านงานข่าวจึงสามารถเข้าใจนึกถึงกระบวนการการหาข่าวและการทำข่าวได้

“เราสร้างคนของเราเอง เกือบไม่มีฟรีแลนซ์(Freelance) เป็นคนของเรา เป็นเจ้าหน้าที่จริงๆ ลูกจ้างช่องห้า พัฒนา เติบโตตามหลักการ ที่ว่าต้องเป็นคนทำข่าวทำข่าวทุกด้าน เป็นหมด ทั้งข่าวเจ้า ข่าวในพระราชสำนัก อาชญากรรม สังคม เศรษฐกิจ การเมืองเคยเขียนข่าว นีภรรยาภาค การหาข่าวของแต่ละประเภทได้ทั้งหมด แล้วเค้ามานั่งอ่านข่าว การพัฒนาก็คือเวลาที่เค้าออกสนาม เรามีสตูปข่าวเป็นข่าวแบบรีพอร์ต อันที่สองเป็นแบบรีพอร์ตข่าวรายงานสด เราใช้คนพวกนี้ให้เริ่มรู้จักออกจอ ไป

<sup>13</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547

เรื่องจนเรามั่นใจก็จับมา ก็มีสวนหนึ่งที่เมื่อ 2 - 3 ปีก่อน เราเปิดรับสมัครผู้ประกาศข่าว ก็ถูกปฏิบัติเช่นนี้ ยกเว้นคนที่เคยผ่านงานข่าวมาก่อนอย่างคุณมีสุข คุณปานชนกเค้าผ่านงานทีวี ผ่านงานออกอากาศก็จะผ่านข้ามสเต็ปไปได้อีกสเต็ป”

สำหรับผู้ประกาศรุ่นใหม่ที่ชอบ 5 ได้เปิดโอกาสให้มาร่วมทำงานรายการข่าวภาคค่ำเพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อภาพลักษณ์ใหม่ของช่อง 5 นั้น ที่ดูทันสมัยขึ้น ก็เป็นบุคคลที่มีลักษณะเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่พร้อมไปด้วยประสบการณ์ด้านงานข่าว ทั้งในการหาข่าวและสื่อข่าว และเป็นที่ยึดมั่น คำนึงกันเป็นอย่างดี เนื่องจากเคยปฏิบัติงานข่าวทั้งในสื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ อาทิเช่น คุณปานชนก พาทีทิน ผ่านงานออกอากาศทางสื่อวิทยุ หรือคุณมีสุข แจ่มมีสุข ผ่านงานข่าวโทรทัศน์ เป็นต้น

จากข้างต้นถือได้ว่า ช่อง 5 เป็นสถานีข่าวที่ให้โอกาสคนหน้าใหม่ได้ออกจอ โดยเปิดโอกาสให้คนในองค์กรได้มีโอกาสเรียนรู้สร้างสมประสบการณ์ให้ตัวเอง ซึ่งเป็นจุดดีที่ต่างจากสถานีข่าวอื่นๆ ที่บางครั้งอาจจะเกิดความรู้สึกเกรงว่า การที่ให้คนหน้าใหม่มาอ่านข่าวอาจทำให้เรตติ้งของสถานีลดลง ซึ่งข้อเสียที่ตามมาก็คือ คนรุ่นใหม่จึงไม่ค่อยมีโอกาสได้เกิด เพราะไม่มีโอกาสเรียนรู้งานที่แท้จริง

ผู้วิจัยศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำพบว่าผู้ประกาศข่าวเหตุการณ์ประจำวันและข่าวในพระราชสำนักของช่อง 5 ในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 นั้น มีดังนี้

#### ผู้ประกาศชาย

ยงยุทธ มัยลาภ

กันตชาติ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา

#### ผู้ประกาศหญิง

ทวิพันธ์ คงคราญ

ดวงกมล เทวพิทักษ์

ปาริชาติ ไวกวี

เอ็นดู ศิลสร

#### ผู้ประกาศข่าวรุ่นใหม่ (ชาย)

พงษ์อมร คุ่มแก้ว

#### ผู้ประกาศข่าวรุ่นใหม่ (หญิง)

ขวัญชนก เจริญพุกไพศาล

มีสุข แจ่มมีสุข

อรรถจิตฐา วัชรานนท์	ปานชนก พาทีทิน
<u>ผู้ประกาศข่าวกีฬา</u>	ธราวุธ นพจินดา
<u>ผู้วิเคราะห์ข่าวต่างประเทศ</u>	ยงยุทธ มัยลาภ
<u>ผู้ประกาศข่าวพยากรณ์อากาศ</u>	
ชิตพันธ์ วงษ์ไทย	บุญรอด พัวศรี
<u>สื่อบุคลากรสายทู้ช</u>	สรายุทธ พุทธคุณ

ดังรายละเอียดข้างต้นเห็นได้ว่า ผู้ประกาศข่าวช่อง 5 โดยส่วนมากนั้น ยังคงเป็นบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในการเป็นผู้ประกาศข่าวของสถานีมานานหลายสิบปี ไม่ว่าจะเป็นคุณยงยุทธ มัยลาภ คุณทวิรัตน์ คงคราญ คุณเอ็นดู ศิลสร คุณปาริชาติ ไวกวี คุณกันตชาติ สนิทวงศ์ ณ อยุธยาและคุณดวงกมล เทวพิทักษ์ เป็นต้น และจากการสัมภาษณ์ณัฐชัย หลวงพรหม ผู้กำกับรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทำให้สามารถชี้แจงถึงการปฏิบัติงานของผู้ประกาศข่าวช่อง 5 ได้ว่าการที่บุคลากรเหล่านี้ยังคงประกาศข่าวประจำวันอยู่นั้น เนื่องจากความสามารถในการประกาศข่าว ประกอบกับการกลายเป็นสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ของช่อง 5 ซึ่งได้สร้างความจดจำให้แก่ผู้ชม

ณัฐชัย หลวงพรหม<sup>14</sup> กล่าวถึงเหตุผลที่ผู้ประกาศข่าวช่อง 5 ยังคงเป็นคนเดิมและไม่ค่อยเปลี่ยนรุ่นนั้นเพราะ

“ผู้ประกาศช่อง 5 เปลี่ยนรุ่นนานมาก ขึ้นอยู่กับเฉพาะคน ผู้ประกาศบางคน ที่อายุมากที่การออกกล้องเค้ายังดี อ่านดี รูปลักษณ์ดี ผมว่ามันก็ดึงดูดได้ เพราะเป็นโลโก้ (Logo) ของสถานี คนนี้อยู่ช่องนี้ บุคลากรเหล่านี้เป็น ผู้ที่คลุกคลีมีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าว และในเวลาปฏิบัติงานจริงนั้น บุคลากรเหล่านี้จะสามารถรายงานข่าวได้ดี และ

<sup>14</sup> สัมภาษณ์ ณัฐชัย หลวงพรหม, ผู้กำกับรายการข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 14 กันยายน

ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน ก็สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เนื่องจาก  
เข้าใจถึงกระบวนการการหาข่าวและการทำข่าวได้”

ด้วยเหตุผลที่ว่า ผู้ประกาศข่าวเหล่านั้นยังมีความสามารถในการประกาศข่าวได้ดีทั้งใน  
การรายงานข่าวปกติและสามารถแก้ไขปัญหาคณะเฉพาะหน้าได้ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน ทั้งนี้  
เนื่องจากประสบการณ์ทำงานด้านการทำข่าวและประกาศข่าวที่สั่งสมมาหลายปี นอกจากนี้การที่  
ช่อง 5 ยังคงผู้ประกาศข่าวเหล่านั้นไว้ ก็เพื่อเป็นกลไกในการสื่อสารภาพลักษณ์ และตอกย้ำความ  
น่าเชื่อถือในสถานีข่าวนั้น เนื่องจากประสบการณ์ในด้านงานข่าวที่สั่งสมมานานหลายสิบปี ทำให้  
สามารถเข้าใจกระบวนการหาข่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังศึกษาจากเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ พบอีกว่า ในการรายงานข่าว  
ในห้องส่งแต่ละวันนั้น มีผู้ประกาศข่าวหลักจำนวน 2 คน นอกจากนี้ยังมีผู้ประกาศร่วมอีก 1 คน  
ได้แก่ ผู้ประกาศข่าวกีฬา รวมทั้งหมด 3 คนต่อวัน โดยที่ผู้ประกาศข่าวหลัก 2 คนนั่งบนโต๊ะข่าวใช้  
วิธีการรายงานข่าวด้วยการอ่านข่าวประกอบภาพหรือบรรยายภาพ โดยมีลักษณะการปรากฏบน  
จอโทรทัศน์บริเวณพื้นที่ระหว่างด้านหน้าโต๊ะข่าวและมุมด้านล่างขอบจอ มีการเว้นระยะให้มีพื้นที่  
สำหรับตัววิ่งข่าว (News Bar) เพื่อนำเสนอข่าวสรุปรอบวัน สำหรับการนำเสนอข่าวการเมือง ข่าว  
อาชญากรรม จะมีการขึ้นกราฟิกภาพหัวข่าวพร้อมภาพข่าว ซึ่งเป็นภาพนิ่งไว้มุมขวาของจอและผู้  
ประกาศข่าวเสมอ แต่ถ้าหากข่าวนั้นไม่มีภาพข่าวที่จะขึ้นกราฟิก จะมีการขึ้นกราฟิกเป็นตัวอักษร  
คำว่า “NEWS” แทน ส่วนโลโก้ของช่องจะย้ายมาอยู่มุมล่างขวา

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำพบว่า วิธีการรายงานข่าวข่าวของช่อง 5 นั้น  
เป็นการอ่านข่าวตามบทประกอบภาพข่าวหรือบรรยายภาพข่าวเช่นเดิมที่เคยปฏิบัติมา แต่ว่าใน  
การปรับเปลี่ยนครั้งนี้นั้น วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>15</sup> ได้ชี้แจงแนวทางปฏิบัติงานผู้ประกาศข่าวช่อง 5  
ไว้ดังนี้

“เน้นลักษณะการอ่าน แต่ไม่ตัดภาพทันที มีการพูดคุยกันได้แต่ไม่ถึงกับ  
หยอกล้อ สามารถพูดคุยกับผู้สื่อข่าวภาคสนามหรืออาจจะมีคอมเมนต์  
(Comment) สั้นๆ ขึ้นกับไหวพริบผู้ประกาศเอง เราถือว่าเป็นรายการ

<sup>15</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก  
ช่อง 5, 16 กันยายน 2547

สด ในขณะที่เดียวกันเค้าก็นึกว่าเป็นความสามารถของเค้า เรายังแค่  
สคริปต์ (Script) ขาวให้"

จากคำให้สัมภาษณ์สรุปได้ว่า ช่อง 5 ไม่ได้กำหนดหลักการปฏิบัติงานการรายงานข่าวที่  
แน่นอน มีเพียงแต่แนวทางให้ยึดถือปฏิบัติ โดยผู้ประกาศข่าวจึงจะต้องวางบุคลิกให้ดูเป็นทางการ  
(Formal) ในบรรยากาศที่สบายเน้นการสร้างความเป็นมิตร โดยการนั่งตัวตรงขณะที่อ่านข่าว เพื่อ  
สร้างความน่าเชื่อถือในเนื้อหาข่าว ผู้ประกาศข่าวและสถานีข่าว โดยการพูดคุยเชื่อมโยงกันและ  
แสดงความคิดเห็นที่เป็นกลางในประเด็นข่าวร่วมกัน รวมถึงการแสดงความเป็นมิตรระหว่าง  
ผู้ประกาศข่าวกับผู้ชมด้วยรอยยิ้มและสายตา โดยที่ผู้ประกาศข่าวจะส่งสายตามองที่เลนส์กล้อง  
เสมือนหนึ่งว่า กำลังนั่งอ่านข่าวให้ผู้ชมได้ฟังแบบใกล้ชิด ทั้งที่มีเลนส์คอยเป็นตัวกลางระหว่างผู้  
ประกาศข่าวและผู้ชม เพื่อแสดงความเป็นมิตรและความเป็นกันเองระหว่างผู้ประกาศข่าวกับผู้ชม  
แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับน้ำเสียงและลีลาขึ้นอยู่กับผู้ประกาศแต่ละบุคคล

ส่วนการแต่งกายนั้น จากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำพบว่า ในการรายงาน  
ข่าวในทั้งสองนั้น ผู้ประกาศข่าวชายและหญิงจะแต่งกายด้วยชุดสากล สุภาพ เน้นโทนสีเข้มโดย  
ส่วนมาก ผู้ประกาศข่าวชายจะแต่งกายด้วยชุดสูทสีโทนมเข้ม ส่วนผู้ประกาศหญิงจะแต่งกายด้วย  
ชุดสีโทนมอ่อน ที่ดูเรียบร้อย สุภาพ ส่วนการแต่งกายของผู้สื่อข่าวที่ทำหน้าที่รายงานสดนั้น  
ค่อนข้างจะดูผ่อนคลายกว่าผู้ประกาศในทั้งสอง แต่ยังคงความสุภาพไว้ เช่น การสวมเสื้อแจ็กเก็ต  
ทับเสื้อยืด ส่วนการแต่งหน้าสำหรับผู้สื่อข่าวหญิงนั้นแต่งให้ดูเป็นธรรมชาติมากกว่า หรือบางครั้ง  
ไม่ได้แต่งหน้าเลย ทั้งนี้เพื่อให้สมจริงกับสถานที่ที่ผู้สื่อข่าวใช้เป็นจุดรายงานเหตุการณ์

## 2) ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก (Setting and props)

ส่วนประกอบที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้รายการข่าวภาคค่ำมีความน่าสนใจ และเป็น  
ส่วนที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของความเป็นสถานีข่าว คือ ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ ณิชฐชัย หลวงพรหม<sup>16</sup> ทราบว่า รูปแบบฉากในรายการข่าวภาคค่ำ  
ของช่อง 5 นั้นเกิดจากการระดมความคิดภายในฝ่ายข่าวก่อน จากนั้นจึงมอบหมายแนวความคิด  
และว่าจ้างให้บริษัทจากภายนอกมาดำเนินการออกแบบฉากให้ ส่วนฝ่ายศิลปกรรมฉากนั้นเป็น  
เพียงฝ่ายสนับสนุนในส่วนการบริหารจัดการพื้นที่ในการจัดวางฉากใหม่เท่านั้น

<sup>16</sup> สัมภาษณ์ ณิชฐชัย หลวงพรหม, ผู้กำกับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 14 กันยายน

“จริงๆ แล้วรูปแบบของฉาก การจัดแสง สี ขึ้นอยู่กับว่าฝ่ายข่าวจะจ้าง ศิลปินจากนอกมาออกแบบฉากข่าว ให้คนในฝ่ายข่าวระดมสมอง ลงความเห็นกันว่าจะเลือกแบบไหน แล้วมีบริษัทมาประมูลจัดสร้างฉาก ฉะนั้น ศิลปินช่อง 5 จะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสักเท่าไร เพียงแค่เข้าไป สนับสนุนในส่วนของพื้นที่ เสริมในส่วนที่ขาด”

ส่วนแนวคิดในการสร้างหรือปรับเปลี่ยนฉากรายการข่าวภาคค่ำนั้น จากการสัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>17</sup> ทราบว่ามีแนวคิดมาจาก

“คอนเซปต์ (Concept) ในการทำฉากขึ้นอยู่กับผู้บริหารแต่ละยุคแต่ละ สมัยบางท่านเข้ามาก็อยากมีอะไรใหม่ๆ ก็ปรับเปลี่ยนหมด (Re-engineering) ทั้งนี้ไม่ได้เน้นสีใดเป็นพิเศษ ใช้ตามหลักการทำให้วี ให้คนออกแบบ สร้างแบบ”

การสร้างฉากและการจัดวางอุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อสื่อความหมาย รวมถึงการสื่อแนวคิดเรื่องงานข่าวของสถานีผ่านสีสันหรือภาพของฉากหลังนั้น ช่อง 5 ไม่ได้มีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่ตายตัว แต่ทั้งนี้ต้องให้เหมาะสมถูกต้องตามหลักการทำรายการโทรทัศน์ เนื่องจากที่ผ่านมาโดยส่วนมากที่มีการปรับเปลี่ยนฉากนั้น เป็นเพราะมีการปรับเปลี่ยนผู้บริหารสถานีคนใหม่ จึงจะมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสถานีใหม่ ตามแนวทางของผู้บริหารท่านนั้นๆ นั้นหมายความว่า การตัดสินใจในเรื่องฉากรายการข่าวภาคค่ำรวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ในการสื่อความหมายด้านงานข่าวของสถานีทั้งหมดนี้ ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารสถานีเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจในเรื่องฉาก สีของฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากอื่นๆ ล้วนแต่ขึ้นอยู่กับความชอบของผู้บริหารแต่ละท่านและคณะผู้บริหารที่เข้ามาบริหารใหม่

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ณัฐชัย หลวงพรหม<sup>18</sup> รวมถึงการศึกษาเทปข่าวภาคค่ำซึ่งออกอากาศเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ฉากรายการข่าวภาคค่ำที่ใช้ในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 จะเน้นในโทนสีเขียว และสีฟ้าปนกัน

<sup>17</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547



“อย่าง สีเขียว สีฟ้า ของฉากกับคำว่า นำคุณค่าสู่สังคม มีผลต่อกันดูเหมือนกัน ขึ้นอยู่กับผู้ใหญ่ว่าจะใช้สีอะไร คิดๆ แล้วว่าเราเป็นช่องทหาร ก็น่าจะมีสีแนวนี้ แต่จริงๆ แล้วความเข้มของสีก็มีส่วนด้วยนะ อย่างสีน้ำเงิน มันก็บอกถึงความ เครื่องขีมิในการนำเสนอข่าวมันจะต้องมา แต่ผมว่าเดี๋ยวนี้นั้นไม่ค่อยจะมีความหมายอะไรแล้วนะ เพราะเห็นบางช่องก็ใช้สีสันดุจดาด เพราะต้องการให้คนดูรู้สึกว่ามันร้อนแรง แต่โดยรวมแล้วสำหรับช่อง 5 ถ้าผู้ใหญ่ 10 ใน 5 เห็นว่าดีก็ดี ฉากข่าวจำเป็นต้องสร้างกำหนดตายตัวจะนั่นการให้พื้นที่มากไม่จำเป็น สูญเสียพื้นที่โดยใช้เหตุเพราะทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนฉากให้กับรายการประเภทอื่นได้”

การเลือกใช้สีพร้อมลวดลายกราฟิกในฉาก รวมถึงการจัดวางอุปกรณ์ประกอบฉากนั้น มีความสำคัญอย่างมากในการสื่อความหมายในตำนานข่าวของสถานี สำหรับการปรับเปลี่ยนในการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 ในครั้งนี้นั้น ได้เลือกใช้สีโทนฟ้าและเขียว ซึ่งล้วนแล้วแต่สื่อความหมายความเป็นสถานีข่าวของช่อง 5 คือ สีฟ้าหรือสีฟ้าเข้มออกสีน้ำเงินนั้นสื่อความหมายของการบุคลิกของข่าวภาคค่ำช่อง 5 ว่ามีความเคร่งขีมิ น่าเชื่อถือ ส่วนสีเขียวก็สื่อความหมายของการเป็นสถานีข่าวของกองทัพบก สำหรับกราฟิกงานข่าวนั้นสื่อความหมายของเทคโนโลยีที่พร้อมด้วยการนำตัวเลขดิจิทัล เลข 0 และเลข 1 มาสื่อความหมาย นอกจากการเลือกใช้สี ลวดลายกราฟิกแล้ว อุปกรณ์ประกอบฉากอื่นๆ ก็มีส่วนสำคัญ ในส่วนอุปกรณ์ประกอบฉากนั้น วิวัฒน์ จันทสุวรรณ<sup>19</sup> ได้กล่าวว่า

“ช่อง 5 มีแค้มป์โน้ตบุ๊ก(Notebook) ประกอบฉากและใช้ประโยชน์จริงๆ อย่าง สคริปต์ (Script)ข่าว การตรวจเช็ค(Check)ข่าว ตามแบบห้องข่าว (Newsroom) ใช้ลิงค์ (Link) กันเพื่อมีข่าวอัปเดต(Update) ผู้ประกาศ

<sup>18</sup> สัมภาษณ์ อนุรักษ์ หลวงพรหม, ผู้กำกับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 14 กันยายน 2547

<sup>19</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 16 กันยายน 2547

สามารถคลิก(Click) ข่าวดูได้ทันทีว่ามีอะไรเกิดขึ้น อัปเดต(Update) ในเว็บไซต์ (Website)ต่างๆ”

สำหรับอุปกรณ์ประกอบฉากรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 นั้นมีเพียงไนต์บู๊ทจัดวางไว้ตรงกลางโต๊ะข่าว (Boot) ทั้งนี้ไม่ได้จัดวางเพียงเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีเท่านั้น แต่เป็นการจัดวางเพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินรายการข่าวภาคค่ำในกรณีการตรวจสอบข้อมูลข่าวล่าสุดได้ด้วย

### 3) ภาพประกอบคำบรรยายหรือภาพข่าว

จากการศึกษาเทปข่าวภาคค่ำที่ออกอากาศเดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ภาพข่าวในการรายงานข่าวภาคค่ำประจำวันของช่อง 5 นั้น อาศัยการตัดต่อเหมือนช่องอื่นๆ ทั่วไปคือ หากเป็นภาพประกอบการรายงานข่าวปกติ ก็จะตัดต่อแบบข่าวโดยใช้เทคนิคการตัดต่อภาพโดยการนำภาพข่าวมาตัดและเรียงต่อกัน (Cut) เพื่อประกอบรายงานข่าว ซึ่งการตัดต่อเช่นนี้ โดยส่วนมากนั้น จะเป็นการรายงานข่าวตามลำดับเหตุการณ์

การรายงานพิเศษหรือสcoop (Scoop)ข่าว มีการใช้เทคนิคการตัดต่อในที่มีลูกเล่นมากกว่า เช่น การใช้สโลว์ (Slow Motion) ทำให้ภาพเคลื่อนไหวช้ากว่าปกติเพื่อต้องการให้เห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ได้อย่างครบถ้วน การใช้เทคนิคการทำให้ภาพมัวมองไม่ชัด (Blur) ภาพเหยื่อในสcoop ข่าวอาชญากรรม ซึ่งจะให้อารมณ์อีกแบบที่แตกต่างจากการรายงานข่าวปกติ แต่ในกรณีที่ภาพข่าวนั้นเป็นภาพที่ไม่ควรนำเสนอแบบตรงๆ ช่อง 5 จะจัดการกับภาพนั้นด้วยการโมเสคภาพ (Mosaic) หรือใช้วิธีการถ่ายภาพด้วยภาพระยะไกลหรือขนาดของบุคคลเต็มตัว (Long Shot หรือ LS) เป็นภาพออกอากาศได้ เนื่องจากเป็นขนาดภาพที่แยกแยะได้ลำบากที่สุด

จากการสัมภาษณ์วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>20</sup> พบว่า ช่อง 5 ให้ความสำคัญกับภาพข่าว เช่นเดียวกับช่องอื่นๆ ที่ภาพข่าวมีความสำคัญในการนำเสนอเพื่อประกอบการรายงานข่าว ดังนั้น จึงเห็นความสำคัญกับการนำเสนอภาพข่าวทุกประเภท โดยมีวิธีจัดการกับภาพดังกล่าวโดยสามารถนำเสนอเพื่อออกอากาศได้ ดังนี้

<sup>20</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547

“ภาพข่าวที่ดูแล้วอุจาดตา เราจะเลี่ยงด้วยการโมเสค(Mosaic) ภาพ แม้ใครจะว่าโมเสค(Mosaic) ไปก็ไม่เห็นก็ช่างเราเย็นยัน ช่างภาพเข้าใจถ่ายมาด้วย LS (Long Shot) เป็นภาพออกอากาศได้ เป็นภาพที่ครอบคลุมเหตุการณ์ คาดว่าคนดูเข้าใจว่าภาพนั้นเป็นภาพอุจาด ส่วนภาพผู้ก่อการร้ายเราไม่ค่อยซีเรียส(Serious)ในการโมเสค(Mosaic) หน้ายกเว้นเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมเราต้องทำหรือภาพล่อแหลมอย่างน้อย เราใช้วิธีการครอบ (Crop) ภาพจากหนังสือพิมพ์ เราถือว่าคนได้เห็นแล้วว่าเป็นน้องเนทจริงๆ เลี่ยงไม่ใช้ภาพจริงๆ ”

สำหรับการเปิดเผยภาพผู้ก่อการร้ายนั้น ทางช่อง 5 เห็นว่าเป็นการกระทำที่สมควรอย่างยิ่ง เนื่องจากเห็นว่าบุคคลนั้นเป็นผู้ก่อความเสียหาย เป็นภัยต่อสังคม จำเป็นต้องเปิดเผยให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ แต่หากบุคคลในข่าวนั้นเป็นเหยื่อจากอาชญากรรม ช่อง 5 เห็นควรอย่างยิ่งว่าต้องทำการโมเสคหน้าเพื่อป้องกันสิทธิของผู้เสียหาย ส่วนภาพล่อแหลม โป๊เปลือย อย่างกรณีภาพวีซีดีโป๊น้องเนท ช่อง 5 จะใช้วิธีการครอบภาพจากหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเห็นว่า เป็นภาพที่ประชาชนทั่วไปเคยได้เห็นแล้ว หรือใช้ภาพน้องเนทจริงๆ เพื่อเป็นวิธีการเลี่ยงเสนอแทนการใช้ภาพจากซีดี

#### 4) มุมกล้อง (Angle) และ การเคลื่อนไหว (Movement)

จากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำ พบว่า หลังจากจบไตเติ้ลรายการข่าวภาคค่ำ ที่เป็นการแนะนำข่าวพาดหัวต่างๆ และแนะนำผู้ประกาศข่าวประจำวัน กล้องจะค่อยๆ ทำการปรับระยะและขนาดภาพเข้าไป (Zoom-in) หาผู้ประกาศข่าวจากภาพขนาดกว้างในระยะไกล หรือ Long Shot ไปสิ้นสุดที่ภาพขนาดระดับเอว (Medium Shot) หรือขนาดครึ่งตัวของผู้ประกาศข่าว

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>21</sup> พบว่ารายการข่าวภาคค่ำนั้น ช่อง 5 มักจะใช้มุมกล้องขนาดเอว (Medium Shot)

“ในห้องส่ง ยังเน้นเป็นทางการเปิดมีดนตรีคลอ ใช้กล้องมุมสูง ตัดมาที่ครึ่งตัว ผู้ประกาศ มุมกล้อง MS shot ด้วยข้อจำกัดเรื่องพื้นที่จึงไม่สามารถ Wide ออกมาให้เห็นชัดเจนได้ เพราะฉากเราแยกกัน”

<sup>21</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547

ทั้งนี้เนื่องด้วย ข้อจำกัดของพื้นที่ห้องส่งรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 ส่งผลให้กล้องไม่สามารถเคลื่อนไหวในมุมที่หลากหลายเพื่อแสดงให้เห็นภาพบรรยากาศรอบๆ ได้ ดังนั้นผู้ชมจึงมีโอกาสได้เห็นเพียงแค่มุมของฉากรายการข่าวภาคค่ำเพียงแค่มุมเดียว

ณัฐชัย หลวงพรหม<sup>22</sup> ได้ให้รายละเอียดว่า จากนั้นผู้ประกาศหลักจำนวน 2 ท่านจะกล่าวคำสวัสดิทักทายผู้ชม ในช่วงของการรายงานข่าวนั้น กล้องจะตัดภาพจากผู้ประกาศเพื่อเข้าภาพข่าวเมื่อไปรอยหัวข่าวและกำลังจะอ่านในส่วนของเนื้อหา และการตัดภาพเพื่อเข้าโฆษณา กล้องจะตัดภาพจากผู้ประกาศเพื่อเข้าโฆษณาทันทีที่จบเบรกแต่ละเบรก หลังจากโฆษณาจบในแต่ละเบรก กล้องจะตัดภาพมาที่ผู้ประกาศในลักษณะครึ่งตัว หรือมุมระดับเอว (Medium Shot)

“มุมกล้อง จะกำหนดที่ Medium Shot เพราะหากใช้ช็อตอื่น ขนาดของผู้ประกาศกับคนดูมันต่างกัน หรือถ้าไปยื่นรายงานสดอยู่ข้างนอกใช้ช็อตอื่น ความต่างระหว่างห้องส่งกับสถานที่จริงจะต่างกัน ความรู้สึกจะลดหลั่นกัน เหลื่อมกัน มันจะทำให้สมดุลกันยกเว้นหากการรายงานสดนั้นต้องการสื่อถึงขนาดของพื้นที่ หรือสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวว่าใหญ่จริงๆ กว้างจริงๆ เหตุการณ์สดๆ ตรงนั้น เป็น LS แทนที่จะเป็น MS”

การเลือกใช้มุมกล้องระดับเอว (Medium Shot) ของช่อง 5 นั้นล้วนแต่มีความหมายและคำนึงถึงภาพรวม นั่นหมายความว่า มุมกล้องขนาดนี้เหมาะสำหรับการรายงานข่าวที่พร้อมๆ กันทั้งจากในห้องส่งและการรายงานสดนอกสถานที่ เพราะจะทำให้การตัดภาพสลับไปมาระหว่างผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าวภาคสนามหรือการขึ้นภาพ ล่าช้าโดยการเจาะวินโดว (Window) ขึ้นภาพผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าวภาคสนามพร้อมกัน ระหว่างสถานที่ทั้ง 2 แห่ง ไม่มีความแตกต่างกัน ทำให้ระดับการมองของผู้ชมเกิดสมดุล ยกเว้นกรณีที่ต้องการสื่อให้เห็นบรรยากาศ ความกว้างของสถานที่เกิดเหตุโดยรวม สามารถใช้ภาพขนาดภาพระยะไกลและเห็นเต็มตัว (Long Shot) เป็นการเปิดภาพได้ เมื่อจบรายการข่าวภาคค่ำ กล้องจะปรับระยะออกห่างจากผู้ประกาศ (Zoom-out) และทำให้เห็นผู้ประกาศรู้สึกเหมือนไกลออกไปออกจากผู้ประกาศหลักทั้ง 2 ท่าน พร้อมกับการปรับระยะโฟกัสภาพให้มองไม่ชัด (Out Focus) เพื่อสื่อความหมายของการลาผู้ชมในการจบการนำเสนอข่าวภาคค่ำประจำวันนั้นๆ

<sup>22</sup> สัมภาษณ์ ณัฐชัย หลวงพรหม, ผู้กำกับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 14 กันยายน

แม้ว่าการปรับเปลี่ยนในครั้งนี้ จะไม่หรือหาเมื่อเทียบกับ “โมเดิร์นไนน์” แต่ก็ถือได้ว่าเป็นก้าวแรกที่ช่อง 5 ปรับเปลี่ยนเพื่อมุ่งเข้าสู่ระบบการแข่งขันในธุรกิจที่ว่องไวชัดเจน โดยได้บูรณาการทางความคิดเพื่อสร้างความเข้มแข็งด้วยอาศัยศักยภาพที่มีโดยเฉพาะเทคโนโลยีและบุคลากร

#### 4.1.1.3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>23</sup> กล่าวถึงสาเหตุการปรับเปลี่ยนการนำเสนอข่าวภาคค่ำของช่อง 7 ว่า

“แนวข่าว หรือวิธีการนำเสนอข่าวภาคค่ำยุคหลังเปลี่ยนไป มีการแข่งขันกันหลายส่วน แม้ว่าข่าวจะไม่ใช้เวลาหลักเหมือนรายการ แต่ข่าวก็คือหัวใจของแต่ละสถานี ดังนั้นจึงมีการเปลี่ยนแปลงด้วยปรัชญาข่าวที่ว่า ข่าวไม่หยุดนิ่ง ก็เลยมีการปรับ ข่าวที่ดีคือ มี Dynamic (การเคลื่อนไหว หรือมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา) คู่แข่งมีเยอะราย สามประเด็นนี้ นำไปสู่การปรับเปลี่ยน”

ผู้วิจัย ได้สรุปสาเหตุของการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำไว้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) เพื่อรองรับและปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงในการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำที่ลักษณะการแข่งขันเปลี่ยนไปด้วยวิธีการใหม่และหลากหลายขึ้น
- 2) เนื่องจากข่าวคือหัวใจหลักของสถานี ดังนั้นจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ เพื่อสนองปรัชญาการทำงานข่าว ที่ว่า “ข่าวต้องไม่หยุดนิ่ง”
- 3) เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขันที่มีสถานีข่าวคู่แข่งจำนวนมาก

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถระบุได้ว่ารายการข่าวทุกประเภทไม่ใช่รายการที่สามารถสร้างรายได้หลักให้กับช่อง 7 เช่น รายการบันเทิงอย่างละคร แต่เนื่องจากว่ารายการข่าวเป็นรายการหลักของทุกสถานีที่จะต้องมีและนำเสนอ ดังนั้น ช่อง 7 จึงให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยน

<sup>23</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน 2547.

การนำเสนอรายการข่าว เพื่อสนองปรัชญาการทำงานข่าวที่ต้องไม่หยุดนิ่ง รวมถึงรายการข่าวภาคค่ำด้วย และเพื่อให้สามารถต่อสู้ได้ในการแข่งขันการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ ศิริพร พุฒิทวี<sup>24</sup> กล่าวถึงแนวทางในการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำว่าทำเพื่อสนองผู้ชมกลุ่มเป้าหมายหลักของช่อง 7

“กลุ่มผู้ชม เป็นชาวบ้าน C+ ชั้นล่างเหมือนไทยรัฐ ข่าวช่อง ๗ คือข่าวปริมาณ แต่ไม่ลึก เร็วแต่ไม่เพี้ยน ด้วยความที่ทำข่าวมานานแหล่งข่าว เราไม่เสนอข่าวผิดพลาด ข้อเด่นของข่าวช่อง ๗ คือความรวดเร็วในการนำเสนอข่าว เรามีศูนย์ข่าวในภูมิภาคเยอะ ผู้ประกาศข่าวเราเป็นกลุ่มเดิม คนดูชอบ อย่างข่าวเจ้า ก็จะมีช่อง ๗ เค้ชอบลีลาการนำเสนอ ชาวบ้านมีข่าวของคำรณ ข่าวช่วยชาวบ้าน ข่าวกีฬาเขียนมันส์ สะเก็ดข่าวเรตติ้งไม่เคยตก ยิ่งไงๆ คนก็หมุนมาดูสะเก็ดข่าว”

ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของช่อง 7 นั้นมีความหลากหลาย โดยผู้ชมกลุ่มเป้าหมายหลัก ก็คือผู้ชมชาวบ้านต่างจังหวัด ซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มเดียวกับรายการละคร ผู้ชมเป้าหมายรองๆ ก็คือ ผู้ที่ชมการนำเสนอข่าวในพระราชสำนัก ข่าวกีฬา หรือข่าวเบาแบบสนุกหัวเราะฮาของช่อง 7 ดังนั้นช่อง 7 จึงเน้นการนำเสนอเนื้อหาข่าวให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองผู้ชมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไป

ในส่วนเทคนิคการนำเสนอรายการนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำพบว่า องค์ประกอบที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อทำให้รายการข่าวภาคค่ำน่าสนใจนั้นมีรายละเอียดดังนี้

#### 1) ผู้ประกาศข่าว

จากการสัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>25</sup> พบว่า การคัดเลือกผู้ประกาศข่าวภาคค่ำของช่อง 7 ขึ้นอยู่กับการพิจารณาตัดสินใจของผู้บริหาร โดยจะต้องเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติ และลักษณะองค์ประกอบของผู้ประกาศ ซึ่งจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้และความสามารถในการถ่ายทอด ประการ อีกขณะ การอ่านออกเสียงดีประกอบกับหน้าตา บุคลิก ท่าทาง ทั้งนี้ต้องผ่านการทดสอบการประกาศข่าว

<sup>24</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิทวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

<sup>25</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน 2547.

“ที่มานั้น มาจากการเลือกโดยฝ่ายรายการ และผู้ประกาศสามารถปรับ  
ได้เป็นผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวสามารถประกาศข่าว (เปิดหน้า) เองได้ ส่วน  
ใครที่ไม่ได้เป็นผู้ประกาศ แต่มีความถนัดด้านใด ก็ให้เจาะเฉพาะเรื่องไป  
วางคนให้ถูกกับงาน”

ศิริพร พุฒิมิตรี<sup>26</sup> ได้เสริมเพื่อชี้แจงแนวทางที่มาของผู้ประกาศข่าวภาคค่ำช่อง 7 โดย  
ยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจนดังนี้ ว่า

“การคัดเลือก มาจากนักข่าวเอง สุภรัตน์ นาคบุญนำ และนิลาวัลย์  
พานิชรุ่งเรือง ผู้ใหญ่จัดลงมา ทาบตามเช่นคุณอ้อ ศศิณา วิมุตตานนท์  
นางงามใช้ภาษาไทยดีเด่น น้องเบิร์ธ อภิสมัย ศรีรังสรรค์มาจาก  
นางสาวไทย คุณปานระพี ระพีพันธ์ และคุณจรณชัย”

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำและจากการสัมภาษณ์สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>27</sup>  
พบว่า การรายงานข่าวภาคค่ำในแต่ละวันของช่อง 7 นั้น จะประกอบด้วยผู้ประกาศข่าวรวม 3  
ท่าน ซึ่งเป็นผู้ประกาศข่าวหลักจำนวน 2 ท่านและผู้ประกาศข่าวกีฬาจำนวน 1 ท่าน

“จำนวนผู้ประกาศข่าว มีสองคน ทำทางบุคลิกเป็นกันเองกันคนดูมากขึ้น  
ด้วยการพูดจา สั้นๆ ทำทาง มีเสริมเข้ามา คือผู้ประกาศข่าวกีฬา”

ทั้งนี้ ได้มีการแบ่งหน้าที่ในการรายงานข่าวโดยอ่านตามบทข่าวที่กำหนดให้ไว้ในบทขาย-  
หญิง เพื่อให้ง่ายต่อการไม่ผิดคิวการประกาศข่าวของตัวผู้ประกาศข่าวเอง ผู้กำกับรายการในการ  
กำกับคิวรายการ คิวกล้องเพื่อให้การควบคุมภาพ ไม่ผิดพลาด

ผู้วิจัยศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำพบว่า ผู้ประกาศข่าวที่ทำหน้าที่รายงานข่าว  
ภาคค่ำในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 ประกอบด้วย

<sup>26</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิมิตรี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

<sup>27</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน  
2547.

ผู้ประกาศข่าวชาย

พิษณุ นิลกลัด                      จรณชัย ศัลยพงษ์

ผู้ประกาศข่าวหญิง

ศุภรัตน์ นาคบุญนำ              นิลาวิทย์ พาณิชย์รุ่งเรือง

ผู้ประกาศข่าวที่มาจากภายนอก

อภิสมัย ศรีรังสรรค์                      ศศิณา วิมุตตานนท์

ปานระพี ระพีพันธ์

ผู้ประกาศข่าวกีฬา

วีรศักดิ์ นิลกลัด                      ศรสวรรค์ ภูวิจิตร

ผู้เล่าข่าวช่วงสะเก็ดข่าว

พิษณุ นิลกลัด                      ศศิณา วิมุตตานนท์

ศุภรัตน์ นาคบุญนำ

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำและจากการสัมภาษณ์สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>28</sup> พบว่า ช่อง 7 มีรูปแบบการรายงานข่าวโดยใช้วิธีการอ่านข่าวตามบทเพื่อประกอบภาพหรือบรรยายภาพ โดยมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหาข่าวจะเริ่มต้นด้วยการโปรยหัวข่าวก่อน จากนั้นจะเป็นการอ่านเนื้อหาข่าวเพื่อให้ทราบละเอียดของข่าว ทั้งนี้เพื่อสร้างบรรยากาศการนำเสนอข่าวให้เป็นที่น่าสนใจติดตาม จึงมีการสลับพูดคุยกันระหว่างผู้ประกาศข่าวหลัก 2 ท่าน

*“เป็นการอ่านปนเล่าข่าวมากกว่าเพื่อให้คนสนใจชม”*

การสร้างความเป็นกันเอง เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ช่อง 7 นำมาปรับใช้ในการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำเพื่อให้น่าสนใจ ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการรายงานข่าว ลีลาการนำเสนอเนื้อหาข่าว โดยเน้นให้มีความหลากหลายทางด้านเนื้อหาและสาระของข่าว เหมาะกับคนทุกกลุ่มอาชีพ ระดับอายุ และการศึกษา รวมถึงการนำเสนอรายการในลักษณะที่ลดช่องว่าง

<sup>28</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7, 10 กันยายน 2547.



ระหว่างผู้ประกาศกับผู้ชมให้แคลงให้มากที่สุด ด้วยกลยุทธ์การสร้างความเป็นกันเอง โดยการปรับบุคลิกผู้ประกาศข่าวภาคค่ำให้ดูสบายๆ เป็นกันเอง มีกริยาอ่อนหวาน นุ่มนวล สามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นกลางต่อประเด็นข่าว พุดแซวเล่น หรือหัวเราะแสดงอารมณ์ต่อข่าวได้

“การนำเสนอข่าวให้น่าสนใจนั้น ขึ้นอยู่กับการสังสมประสบการณ์ ก็เหมือนผู้สื่อข่าวที่อยู่มานาน จะรู้เองว่าวิธีการนำเสนอข่าวให้น่าสนใจ เหมือนการอ่านใจคนดู ว่าในวันนี้ น่าจะมีข่าวอะไรน่าสนใจ คนจะสนใจ ข่าวอะไร ณ วันนี้ จะหยิบข่าวอะไรมาเป็นข่าว Lead”

เทคนิค การนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำให้น่าสนใจในแต่ละยุคสมัยนั้น ย่อมใช้กลยุทธ์วิธีที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ต้องอาศัยจากการสังสมประสบการณ์เพื่อสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะโครงสร้างของสถานี สภาพสังคมและภาวะการณ์แข่งขัน

## 2) ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก

ศิริพร พุฒิทวี<sup>29</sup> ได้ให้สัมภาษณ์ว่า การสร้างฉากรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 7 นั้น จะต้องมียุคประกอบด้วยกันทั้งหมด 3 ส่วนคือ แนวคิดรวบยอด (Concept) การออกแบบ (Design) และงบประมาณ (Budget) ทั้งนี้การตัดสินใจทั้งหมดขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้บริหาร

“การเปลี่ยนแปลงฉากจะได้รับความเห็นชอบจากคุณสุรางค์ เปรมปรีดี กรรมการผู้จัดการ เท่านั้น”

จากการสัมภาษณ์สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>30</sup> พบว่า ฉากที่ใช้ในการรายงานข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 นั้น เป็นฉากที่สร้างตั้งแต่เมื่อที่ พ.ศ. 2545 แล้วปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพสังคมทั้งนี้เพราะการลงทุนเพื่อสร้างฉากใหม่นั้นต้องใช้งบลงทุนจำนวนมาก

“การเปลี่ยนฉากโดยส่วนมากสองปี หรือปีครึ่งเพราะลงทุนสูง”

<sup>29</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิทวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

<sup>30</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ พบว่า มีฉากใหญ่เพียงฉากเดียวใช้นำเสนอ รายการข่าวภาคค่ำ ข่าวหลายประเภท อย่างในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวในพระราชสำนักและ สีฉากรายการข่าวภาคค่ำคือ สีเงิน

“ฉากนี้มาเมื่อ 2 ปีก่อน ซึ่งเกิดมาจากที่ความนิยมสีบรอนซ์เงิน ซึ่งตอนนั้น วงการโลกเค้ากำลังนิยม วัสดุทั้งหมดสีเงิน หากมีเทศกาลพิเศษก็ ตกแต่งเพิ่ม ฉากหลังเปลี่ยนไปได้สามมิติ tri-vision ด้านข้างมีภาพสื่อ ความหมาย อย่าง โลก ก็หมายถึงทั่วโลกมีข่าวทั่วไป ห้องสมุดก็คือ การ ค้นคว้าหาความรู้ ก็พาก็คือ ฉากกีฬา มีสัญลักษณ์นักปราชญ์ เพลโต้ (Plato) หมายถึงผู้รอบรู้”

ดังกล่าวข้างต้น สามารถระบุได้ว่า สีที่ใช้ันั้นเกิดมาจากที่ความนิยมสีบรอนซ์เงิน ดังนั้น วัสดุที่ใช้ทั้งหมดเป็นสีพื้นสีเดียว ซึ่งก็คือ สีบรอนซ์เงินตามที่นิยมเป็นสีพื้นสีเดียวเนื่องจากสามารถ รับแสงได้สวยพอดีกว่าการทำฉากสี ส่วนฉากหลังทำเป็นสามมิติ (Tri-vision) สามารถเปลี่ยน ภาพได้ มีการทำพื้นยกให้ลอยขึ้นมา เพื่อให้สร้างความเด่นของฉากและผู้ประกาศข่าวให้เห็นถึงมิติ ความลึก ในเวลาที่ยิงแสงลงมาที่ฉาก โดยแสงที่ใช้จะเป็นแสงจ้า (Hard light) แต่มีระดับความเข้ม ของแสงไม่เท่ากัน โดยจะเน้นที่ผู้ประกาศข่าวมากกว่า เพื่อแสดงถึงมิติความลึก

อุปกรณ์ประกอบฉากด้านข้างโดยรอบนั้น ทำเป็นชั้นวางหนังสือเปรียบเสมือนห้องสมุด สำหรับการค้นคว้าหาความรู้ มีสัญลักษณ์ของนักปราชญ์ เพลโต้ แสดงถึงความเป็นผู้รอบรู้ ด้านซ้ายเป็นมุมของฉากรายงานข่าวกีฬา และหากมีเทศกาลพิเศษก็จะมีการประดับตกแต่ง ฉากเพิ่มเติมเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศเทศกาลนั้นๆ

### 3) ภาพประกอบคำบรรยายหรือภาพข่าว

จากการสัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิทวี<sup>31</sup> ถึงวิธีการจัดการกับภาพข่าวเพื่อประกอบการรายงานข่าว ภาคค่ำของช่อง 7สามารถนำมากล่าวไว้ได้ดังนี้

“เหมือนกับช่องอื่น คือ จะเป็นการนำภาพที่สื่อ เล่าเรื่องข่าวได้มาเรียง ต่อๆ กัน คือ เน้นให้เล่าด้วยภาพ แล้วมีเสียงผู้ประกาศบรรยายไปด้วย

<sup>31</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิทวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

<sup>31</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน

ภาพข่าวในการรายงานข่าวทั่วไปไม่ได้มีเทคนิคอะไรพิเศษ  
ยกเว้นสะกดข่าว”

จากการศึกษาเทปบันทึกการรายงานข่าวภาคค่ำซึ่งออกอากาศในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า เทคนิคในการจัดการภาพข่าวนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวและความมุ่งหมายในการนำเสนอข่าว โดยทั่วไปเป็นเทคนิคการตัดต่อแบบนำภาพข่าวที่ติดมาเรียงต่อกัน ภาพต่อภาพ(Cut) ไม่มีการใส่เทคนิคพิเศษใดๆทั้งนี้เนื่องจากภาพข่าวต้องการสร้างความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ ยกเว้นการนำเสนอช่วง สะกดข่าว ซึ่งสามารถใช้เทคนิคพิเศษอื่นๆ ที่หือหาวมาผสมผสานกับการตัดต่อให้ภาพนั้น มีอารมณ์ของภาพ และได้รรถรสในการชม

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาในส่วนขนาดภาพข่าว ซึ่งพบว่า ช่อง 7 ใช้ขนาดภาพเหมือนกับสถานีข่าวอื่นๆ โดยนำเสนอภาพข่าวตอนเกริ่นเปิดเรื่องเพื่อต้องการสะท้อนให้เห็นบรรยากาศ จะมีการใช้ภาพข่าวระยะไกล (Long Shot) เพื่อที่ต้องการให้เห็นบรรยากาศโดยรอบ หรือต้องการให้เห็นวัตถุในขนาดเต็มตัว (Medium shot หรือ MS) ซึ่งเป็นขนาดภาพยึดเอาระยะตั้งแต่หัวเข่าหรือเอวขึ้นไป รวมถึงใช้เป็นภาพ (Shot) เพื่อเปิดเรื่องใหม่ ส่วนการสัมภาษณ์บุคคล ซึ่งตกเป็นเหยื่อทางสังคม ซึ่งเราสามารถเห็นภาพถ่ายข้ามไหล่ (Over-the-shoulder shot) ได้บ่อยในข่าวอาชญากรรม โดยภาพจะเผยให้เห็นคนหนึ่งเพียงแต่ข้างหลังเท่านั้น

ส่วนภาพขนาด (Close-up หรือ CU) จะใช้เพื่อแสดงรายละเอียดของภาพให้เห็นชัดเจน เช่น ภาพของกลาง หรือหลักฐานสำคัญๆ ในข่าวอาชญากรรม หรือสีหน้าอันเคร่งเครียดของนายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรีและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรขณะประชุมรัฐสภา ด้วยขนาดของภาพขนาดนี้จะขยายขนาดของวัตถุที่ถูกถ่ายให้ใหญ่เกินความเป็นจริง

สำหรับการนำเสนอภาพที่มีลักษณะอุจาดตา ภาพไม่สมควรอย่างภาพวีซีดีไป เปลือย นั้น สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>32</sup> ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ส่วนภาพข่าวมีกฎหมาย กติกาจรรยาบรรณวิชาชีพกำหนดไว้อยู่แล้ว ในเรื่องของภาพอุจาด ภาพที่ไม่สมควร ผิดกฎหมายในกรณีนี้เองเนททางช่อง เจ็ดมาพิจารณาในกอง บก. ว่าไม่ควรเล่น เห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัว เป็นเรื่องสุ่มเสี่ยงคือ หากเล่นแล้วจะเกิดปัญหาตามมา สุดท้ายข่าวนี้ก็หายไป จับได้ไหม ไม่ได้ก็ไม่จับ ในที่สุดก็ขายซีดีได้อีก

เห็นว่าไม่ควรนำเสนอ หรือแม้แต่ข่าวคุณไก่อกับผู้การกองปราบเราก็ไม่  
อยากเล่น เป็นเรื่องไร้สาระ เลอะเทอะกฎหมายระบุไว้ ซึ่งกอง บก.  
จะทราบดี”

ช่อง 7 ให้ความสำคัญกับภาพข่าวอย่างมาก ในกรณีภาพข่าวนั้นมีลักษณะเป็นภาพอุจาด  
ไม่สมควรแก่การนำเสนอ นั้น ช่อง 7 จะเลี่ยงโดยการไม่นำเสนอภาพในลักษณะนั้น เนื่องจากช่อง 7  
ยึดถือหลักในการดำเนินงานเพื่อนำเสนอข่าว และภาพข่าวตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพนักข่าว  
วิทยุและโทรทัศน์ และกฎหมายการนำเสนอภาพข่าว

#### 4) มุมกล้อง (Angle) และ การเคลื่อนไหว (Movement)

จากการสัมภาษณ์สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>33</sup> พบว่า ช่อง 7 ใช้มุมกล้องในการเปิดรายการ  
ข่าวภาคค่ำดังนี้

“อย่างตอนเปิดรายการเราจะใช้ Dolly เข้าไป แล้วจึง Zoom in ไปหา  
ผู้ประกาศข่าว ส่วนตอนจบก็เหมือนกันคือ กล้องก็จะ Dolly ออกมา  
ระหว่างการรายงานข่าวก็ Medium shot”

และการศึกษาเทปบันทึกการรายงานข่าวภาคค่ำซึ่งออกอากาศในเดือนเมษายน – เดือน  
มิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่าช่อง 7 เปิดรายการด้วยไตเติ้ลรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ หลังจากจบ  
ไตเติ้ล กล้องจะทำหน้าที่ ต้อนรับผู้ชมเข้าสู่การรับชมข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำด้วยการใช้ภาพ High  
angle หรือภาพมุมสูง เพื่อเน้นความยิ่งใหญ่ของฉากและอาณาเขตบริเวณโดยรอบมุมกว้างเพื่อ  
สื่อภาพบรรยากาศห้องส่งรายการข่าวภาคค่ำออกมาให้เห็นชัดเจนได้ จากนั้นจะเป็นภาพระยะไกล  
(Long shot หรือ LS.) ซึ่งเป็นระยะที่มีใกล้เคียงกันกับระยะห่างระหว่างผู้ชมกับเวที จากนั้นจะทำ  
การปรับระยะภาพให้เข้าใกล้ (Zoom in) ผู้ประกาศทำให้เห็นผู้ประกาศในระยะใกล้และชัดเจนขึ้น  
พร้อมๆ กับการปรับไฟฉากให้สว่างขึ้น และจับภาพผู้ประกาศในมุมเอว (Medium Shot) เพื่อรักษา  
ขนาดของผู้ประกาศข่าวขณะอ่านข่าวนั้น

<sup>33</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีช่อง 7, 10 กันยายน  
2547.

ขณะการอ่านข่าวนั้น กล้องจะจับภาพผู้ประกาศทีละคนแบบ One shot ขนาดภาพเท่ากับมุมเอว (Medium Shot) แล้วจะเปลี่ยนมาจับภาพแบบ Two Shots ในช่วงจบข่าวแต่ละเบรกเพื่อเข้าสู่ โฆษณา เช่นกันหลังจากจบโฆษณาก่อนรายงานข่าวต่อไปในเบรกต่อมา นั้น กล้องจะทำการจับภาพแบบ Two Shots ที่ผู้ประกาศหลัก 2 คน ก่อนที่จะเปลี่ยนมาจับภาพผู้ประกาศ 1 คนขนาดมุมเอว Medium Shot แบบ One shot

ทำรายการข่าว กล้องจะจับภาพขนาดผู้ประกาศข่าวในระยะไกล (Long Shot) ทำให้สามารถเห็นรายละเอียดของฉากโดยกว้างอีกครั้ง แล้วจึงทำการเคลื่อนกล้องออกจากวัตถุโดยอาศัยล้อเลื่อน (Dolly out) เสมือนกับการกล่าวคำลาผู้ชมอีกครั้ง หลังจากที่ผู้ประกาศข่าวหลักได้กล่าวคำลาไปแล้วก่อนหน้านี้

#### 4.1.1.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

การประกาศเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรใหม่ของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ภายใต้ชื่อ โมเดิร์นไนน์ทีวี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เพื่อก้าวไปสู่การเป็นสถานีข่าวและสาระแทนไอทีวีที่หันไปสนใจให้ความสำคัญกับรายการบันเทิงมากขึ้น มีการดำเนินการปรับเปลี่ยนเรื่อยมาจนถึงเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2547 ที่มีการเปิดตัว “โมเดิร์นไนน์ เฟส 4” ภายใต้แนวคิด “ความบันเทิงบนสาระ” หรือ Edutainment ซึ่งเป็นการรวมระหว่าง “EDUCATION” กับ “ENTERTAINMENT” โดยมุ่งเน้นไปที่รายการข่าว และสาระ ทั้งนี้รวมถึงรายการข่าวภาคค่ำด้วย

จากการสัมภาษณ์วิโชค อัจฉาญ<sup>34</sup> พบว่า สาเหตุในการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำนั้น มีดังนี้

“ผอ.มีขวัญไม่อยู่นิ่ง มีการพัฒนาตลอดให้รับกับเหตุการณ์ต่างๆ ของประเทศ เหตุการณ์ของโลก เหตุการณ์ของสื่ออื่นๆ ไม่ได้หมายความว่าปรับแล้วอยู่นิ่ง แต่จะมีการประเมินอาจจะรอบ สามเดือน หกเดือน สิบสองเดือน หากไม่เวิร์ค (Work: ไม่ได้ผล) จะปรับต่อ เพื่อรองรับกลไกการแข่งขันกับสื่อประเภทเดียวกันสอง รองรับกับกลไกการตลาดที่เอเจนซีต่างๆ จะสนับสนุนในด้านโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ สาม

<sup>34</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อัจฉาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

รองรับนโยบายบอร์ด (Board) อ.ส.ม.ท.เองต้องการสนองความ  
ต้องการคนดู”

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมาสรุปไว้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) เพื่อสนองนโยบายผู้บริหารสถานีที่มีวิสัยทัศน์ที่ต้องการพัฒนารูปแบบรายการให้สอดคล้องกับสถานการณ์อยู่เสมอ
- 2) เพื่อให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ต่างๆ ของประเทศ ของโลก หรือสื่ออื่นๆ และ เพื่อรองรับเป็นกลไกการแข่งขันกับสื่อประเภทเดียวกัน
- 3) เพื่อผลประโยชน์ในด้านธุรกิจ ในเรื่องความนิยมของผู้ชม (Rating) และรายได้จากการขายโฆษณาของสถานี
- 4) เพื่อสนองรับนโยบายที่ต้องการผลิตรายการข่าวภาคค่ำให้สามารถสนองตอบพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารของผู้ชมด้วยการนำเสนอมุมมองใหม่ๆ และนำเสนอข่าวที่หลากหลายมากขึ้นจากต่างประเทศเพื่อให้คนในประเทศได้รับรู้

ด้วยความมุ่งหมายในการปรับเปลี่ยนเป็นโมเดิร์นไนน์ทีวี (Modernine TV) โทรทัศน์แห่งความทันสมัย ให้ก้าวไปเป็นสถานีข่าวและสาระ โดยมุ่งหวังที่จะขยายจำนวนผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำของโมเดิร์นไนน์ทีวีให้มากขึ้นกว่าเดิม ด้วยการปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาข่าวและเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ

ทั้งนี้ โมเดิร์นไนน์ทีวี ได้ปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำที่น่าสนใจ ในส่วนต่างๆดังนี้

1) ผู้ประกาศข่าว

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ ที่ซึ่งออกอากาศในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 พบว่า ผู้ประกาศข่าวหลักในแต่ละวันนั้น มีจำนวน 2 ท่าน ซึ่งจะทำหน้าที่รายการข่าวเหตุการณ์ประจำวันและข่าวในพระราชสำนัก นอกจากนี้ยังมีผู้ประกาศข่าวอื่นๆ เช่น ข่าวกีฬา รวม 3 ท่าน นอกจากนี้ ผู้วิจัยศึกษาแล้วพบว่า ผู้ประกาศข่าวซึ่งทำหน้าที่ในการรายงานข่าวภาคค่ำประกอบด้วย

ผู้ประกาศข่าวภาคค่ำก่อนปรับเป็นโมเดิร์นไนน์ทีวี ประกอบด้วย

เมษิณี สถาวรินทุ

เกวลิน กังวานธนวัฒน์

นอกจากนี้ วิโชค อัจฉาญ<sup>35</sup> ได้ให้ข้อมูลว่า ยังมีทีมผู้ประกาศข่าวรุ่นใหม่ของโมเดิร์นไนน์ทีวี ซึ่งเป็นบุคลากรภายนอกวงการข่าว ร่วมรายงานข่าวภาคค่ำประจำวัน แต่ทั้งนี้แต่ละท่านล้วนแล้วแต่มีความรู้ความสามารถในการอ่านข่าว น้ำเสียง ลีลาและบุคลิกที่น่าสนใจ มาทำหน้าที่อ่านข่าว รายงานข่าวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ บุคลิกใหม่ให้แก่ช่องเอง หากมองในแง่การจัดการขององค์กรเองแล้วนั้น ทางช่องจะได้ไม่ต้องแบกรับภาระในเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากเพียงค่าจ้างในการรายงานข่าวเท่านั้น

“ผู้ประกาศที่เป็นคนนอก 60% ที่เรารับมาโดยไม่มีการผูกมัดอะไร เราจ่ายเป็นงานๆ ไปหากมองในแง่องค์กรเป็นผลดี เพราะผู้ประกอบการอย่างเราไม่ต้องคอยดูแลเรื่องสวัสดิการ ค่าใช้จ่าย ภาระพันธะต่างๆ แต่ส่วนเสียก็มีเพราะถ้าหากผู้ประกาศที่รับมาไม่มีความชำนาญ พัฒนาช้าไม่ได้รับการเรียนรู้ในสายงานข่าว คือ อ่านได้ตามบทที่บรรณาธิการผลิต แต่จะมาฟรีเซนต์หรือใช้ความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งมีไม่มากเหมือนผู้ประกาศคนใน ซึ่งไม่ต้องมีสคริปต์ มีแค่กินพาไป “

ถึงแม้ว่า ผู้ประกาศรุ่นใหม่เหล่านี้ จะเข้ามาช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัยเป็นโมเดิร์นไนน์ แต่มีความสามารถในการประกาศข่าวนั้นก็ไม่เทียบเท่าผู้ประกาศข่าวเดิม ซึ่งเคยมีประสบการณ์ด้านงานข่าวมาก่อน จึงทำให้การประกาศข่าวในช่วงแรกในการรายงานข่าวเป็นไปอย่างตะกุกตะกัก เนื่องจากยังไม่มีความชำนาญในการประกาศ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำพบว่า ผู้ประกาศข่าวหลักยุคโมเดิร์นไนน์ทีวี ประกอบด้วย

เอกชัย สถาววิถธราพร

บดินทร์ โกศลพิศิษฐ์

ชมนันท์ วรรณวิเวทย์

ผู้ประกาศข่าวของโมเดิร์นไนน์ทีวีเวลานั้น มีบุคลิกดี นั่งตัวตรงขณะอ่านข่าว ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวผู้ประกาศ และมีใบหน้ายิ้มแย้มแสดงถึงความเป็นมิตร สิ่งที่ไม่เดิร์นไนน์ทีวีเน้นคือ การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวภาคค่ำรุ่นใหม่ให้มีความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้เพราะเห็นว่า ผู้ประกาศข่าวจำเป็นจะต้องเข้าใจในลักษณะการทำงานข่าว และสามารถทำหน้าที่

<sup>35</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อัจฉาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

รายงานข่าวได้ดีทั้งในเวลารายงานข่าวประจำวันปกติและเวลาที่เกิดเหตุการณ์เฉพาะหน้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะมีส่วนทำให้ข่าวน่าเชื่อถือ ซึ่ง วิโชค อาจหาญ<sup>36</sup> ได้ให้รายละเอียดสาเหตุว่า

“อย่างข่าวบางเรื่อง เราไม่มีเซนส์(Sense)ในข่าว เราแค่อ่านอย่างเดียว จะเสีย หากบางที่มีความผิดพลาดในเนื้อหาข่าว สคริปต์(Script) อย่างการอ่านยศ ตำแหน่ง สิ่งเหล่านี้ต้องใช้เวลาในการพินาน และยาก โดยหลักการแล้วคนอ่านข่าวต้องเคยทำข่าว พุดจาชัดถ้อยชัดคำ แต่ว่าบางที่มันก็ต้องมีบางคนที่ไม่ใช่ด้วยอะไรหลายๆ อย่าง และยังคงยึดถือการรายงานข่าวในลักษณะการอ่านข่าวแต่ก็อาจมีบ้างที่ผู้ประกาศสามารถแสดงความคิดของตัวเองกับข่าวนั้นๆ”

รวมทั้งการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้วยสายตากับผู้ชม ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกาศใหม่ยังไม่มีความรู้สึกเข้าใจเนื้อหาและอารมณ์ของข่าว ดังนั้นจึงกลายเป็นจุดบกพร่องในการแสดงออกทางอวัจนภาษา ด้วยการประสานสายตาแสดงอารมณ์ในเนื้อหาข่าวไว้อารมณ์ให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

“ในเรื่องของอวัจนภาษานั้น เรื่องการประสานสายตา ท่าทาง ไม่ค่อยดีนักยังสู้กับรายการข่าวต่างประเทศไม่ได้ อย่าง CNN คนอ่านข่าวไม่สามารถแสดงอารมณ์ร่วมในเนื้อหาข่าว คือ หมายความว่าไม่ได้มีความเข้าใจในด้านเนื้อหา อารมณ์ข่าวอย่างแท้จริง แค่อ่านไปเท่านั้น ไม่ได้มี Sense of News การแสดงสีหน้าเฉยเมย”

วิโชค อาจหาญ<sup>37</sup> ได้ให้รายละเอียดเรื่อง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายว่า ผู้ประกาศชายและ ผู้ประกาศหญิงแต่งกายด้วยชุดสุภาพ โดยที่ผู้ประกาศชายจะสวมชุดสากลหรือสูท ส่วนผู้ประกาศหญิงจะสวมชุดสูท หรือชุดสุภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ทีวี ก็ไม่ได้มีการกำหนดแบบตายตัว โดยให้ผู้ประกาศจำเป็นต้องใส่สูทตามแบบเดิมที่เคยปฏิบัติมา ถึงแม้ว่าช่อง

<sup>36</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อาจหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

<sup>37</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อาจหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

<sup>37</sup> สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข, ผู้กำกับรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 25 กันยายน 2547.



9 โมเดิร์นไนน์ทีวี จะทำการปรับภาพลักษณ์ใหม่ก็ตาม โดยเพียงต้องการเน้นให้ผู้ประกาศต้องเป็น คนมีบุคลิกทันสมัย อ่อนหวาน เป็นธรรมชาติ

“ตอนนี้เราไม่ได้กำหนดอะไรมากนัก อย่างเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ก็ไม่ได้ มีการคุมโทน (Tone: ระดับ) แต่ว่าสิ่งที่ผู้ประกาศที่เราต้องการ คือคนที่มี บุคลิก และมีความเชื่อมั่น”

ส่วนการแต่งกายของผู้สื่อข่าวที่ทำหน้าที่รายงานสดนั้น ค่อนข้างจะดูผ่อนคลายกว่า ผู้ประกาศในห้องส่ง แต่ยังคงความสุภาพไว้ เช่น การสวมเสื้อ แจ็กเก็ตทับเสื้อยืด ส่วนแต่งหน้า สำหรับผู้สื่อข่าวหญิงนั้น แต่งให้ดูเป็นธรรมชาติกว่า หรือบางครั้งไม่ได้แต่งหน้าเลย ทั้งนี้เพื่อให้ สมจริงกับสถานที่ที่ผู้สื่อข่าวใช้เป็นจุดรายงานเหตุการณ์

## 2) ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก

ผู้วิจัยศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ ซึ่งออกอากาศในเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 และจากการสัมภาษณ์กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข<sup>38</sup> พบว่า ฉากที่ใช้ในการรายงานข่าว ทั่วไปในรายการข่าวภาคค่านั้นมีเพียงฉากเดียว ส่วนข่าวบันเทิงนั้นจะทำการบันทึกไว้เป็นเทปโดยใช้เทคนิคพิเศษ ซึ่งก็คือ “โครมาคีย์”(Chroma Key) เพื่อซ้อนภาพระหว่างผู้ประกาศและฉาก และ จากการสัมภาษณ์ในส่วนการออกแบบฉากรายการข่าวภาคค่านั้น ปรากฏว่า

ฉากของช่อง 9 ไม่ได้มีกำหนดมาตรฐานตายตัวว่า จะต้องออกแบบไปใน ทิศทางใด แต่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในยุคนั้นๆ และการออกแบบแต่ ละครั้ง ดังนั้น สไตล์ (Style) ของฉากจึงไม่ซ้ำและเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ส่วน โทน (Tone) สีของฉากนั้น โดยส่วนมากที่ทำมาจะออกโทน (Tone)สีน้ำ เงิน ด้วยแนวคิดของข่าวที่ต้องการความน่าเชื่อถือ และเป็นมาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อดึงดูดความสนใจเมื่อผู้ชมดูแล้วสามารถดูได้นานและสบายตา ที่สุด”

<sup>38</sup> สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข, ผู้กำกับรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 25 กันยายน 2547.

โมเดิร์นไนน์ทีวีไม่ได้มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนในการปรับเปลี่ยนจากรายการข่าวภาคค่ำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการออกแบบที่ให้เข้ากับยุคสมัยนั้นๆ ส่วนโทนสีของฉากนั้นควรเป็นสีที่ดึงดูดความสนใจผู้ชม เวลามองแล้วสามารถดูได้นานและสบายตามากที่สุด

### 3) ภาพประกอบคำบรรยายหรือภาพข่าว

โมเดิร์นไนน์ทีวีให้ความสำคัญในการนำเสนอภาพข่าวโดยมีแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอภาพข่าวตามกรอบขององค์การสื่อสารมวลชนและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อที่กำหนดไว้ โดยวิโชค อางหาญ<sup>39</sup> ได้กล่าวไว้ว่า

“เราจะต้องทำตามกรอบ อ.ส.ม.ท. และว่าด้วยความเป็นสื่อของเรา โดยสองส่วนนี้เมื่อนำมาผสมผสานกัน บ.ก.จะรู้ดีว่า ภาพแบบไหนควรสกรีน (Screen) ภาพแบบไหนควรหันหลังไม่ให้หันหน้า ภาพไหนออฟเรคอร์ด (Off-Record) ภาพไหนปิดทั้งเสียงทั้งภาพ หรือบรรยายอย่างเดียว ภาพไหนควรทำกราฟิก(Graphic)อย่างเดียว อันนี้เราได้เปรียบช่องอื่น เพราะบรรณาธิการของเราเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ได้แต่จากกรากหญ้าขึ้นมา อายุงานสูง อย่างน้อยสิบห้าปีขึ้นไป โอกาสผิดพลาดไม่มีเราไม่เคยถูกฟ้องเรื่องพวกนี้”

จากการศึกษาเทปบันทึกข่าวภาคค่ำซึ่งออกอากาศเดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ในการสัมภาษณ์ทั่วไปส่วนบุคคล ซึ่งตกเป็นเหยื่อทางสังคมในข่าวอาชญากรรมพบว่า โมเดิร์นไนน์ทีวีจะมีการใช้ภาพถ่ายข้ามไหล่ (Over-the-shoulder shot) โดยภาพจะเผยให้เห็นคนหนึ่งเพียงแค่ข้างหลัง เช่นเดียวกัน ในกรณีที่ไม่มีการถ่ายภาพข่าวก็มีการทำกราฟิก นอกจากนี้มีการพยายามหาภาพประกอบจากคลังภาพ หรือที่เรียกว่า Stock Shots มาช่วยเสริมการนำเสนอลำดับเหตุการณ์ของข่าวจากภาพประกอบมาแทรกใช้ในการอ้างอิง

### 4) มุมกล้อง (Angle) และการเคลื่อนไหว (Movement)

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 และจากการสัมภาษณ์กิตติศักดิ์ วงศ์จรสุข<sup>40</sup> พบว่า หลังจากจบไตเติ้ลข่าวช่วงภาพจะไขก๊อ

<sup>39</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อางหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547

<sup>40</sup> สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์จรสุข, ผู้กำกับรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 25 กันยายน

เพื่อทำการปรับระยะภาพให้เข้าใกล้ผู้ประกาศ (Zoom in )ในขนาดภาพมุมเอว (Medium Shot) ซึ่งการใช้กล้องในลักษณะนี้เป็นการทำหน้าที่ต้อนรับผู้ชมเข้าสู่การรับชมข่าวภาคค่ำ และด้วยลักษณะของฉากที่มีเพียง 1 มิติ สามารถมองเห็นได้เฉพาะด้านหน้าเพียงด้านเดียวเท่านั้น ทำให้มุมกล้องที่ใช้ในการสื่อภาพไปยังผู้ชมนั้น โดยส่วนมากนั้นมีเพียงมุมเดียว คือ มุมมาตรฐาน (Medium Shot หรือ MS)โดยที่กล้องจะจับภาพเพียงตรงหน้าผู้ประกาศขนาดเอว และมองเห็นพื้นที่ฉากด้านหลังและพื้นที่ด้านหน้าตรงโตะอ่านข่าว โดยทุกอย่างจะต้องสัมพันธ์กัน

“มุมกล้องที่ใช้ในสตูดิโอมาตรฐาน คือ ตรงหน้า ขนาดของภาพมีกว้างแคบ คือ MS(Medium Shot) บางข่าวเป็นข่าวสั้นเราใช้ MCU(Medium Close-up) มุมกล้องจะขนาดไหน ยังไง แล้วแต่หน้าตาผู้ประกาศ แบนคกราวด์ (Background) ที่จะใช้ต้องประกอบกัน หากหน้าตาดูดีหน่อยถ่ายใกล้มากก็ดูดี หากไม่ก็ไกลออกมา การที่มุมกล้องใกล้ๆ นั้นก็เหมือนเราใกล้ชิดกับผู้สื่อข่าวให้เรามากขึ้น ขึ้นกับข่าวนั้น เป็นยังไง ช่วงไหน แบนคกราวด์เป็นไง หากเราไม่ใช้ MS(Medium Shot) แต่ใช้ภาพมุมกว้าง (WIDE) ตลอดเวลา คนดูจะมีความรู้สึกห่าง เหมือนเราคุยกับใครสักคน เรานั่งคุยใกล้ๆ กัน เราคุยด้วยความสนใจ เราจะมองใกล้ ไม่เหมือนกับเราคุยระยะห่าง ซึ่งให้ความรู้สึกห่างไกล”

กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข<sup>41</sup> ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่า ทั้งนี้มุมกล้องขนาดกว้างนี้ (Wide Angle Shot) ใช้เป็นภาพเพื่อเปิดรายการ (Opening shot) เพื่อให้คนดูรับทราบว่า ฉากทั้งหมดเป็นยังไง ใครอยู่ตรงไหน ตำแหน่งของผู้ประกาศคนไหนอยู่ตรงไหน หลังจากชอตเปิดแล้ว จะเป็นการจับภาพผู้ประกาศในลักษณะมุมครึ่งตัว (Medium Shot หรือ MS) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมและสร้างความใกล้ชิด

“อย่างที่บอกเราก็จะใช้ Opening Shot ดึงดูดความสนใจหรือว่าช่วงก่อนออกไปโฆษณา เมื่อคนดูดูมานานแล้ว นั่งจ้องหน้ากันนานแล้ว เมื่อ

---

2547.

<sup>41</sup> สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข, ผู้กำกับรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 25 กันยายน

2547.

จะพัก ก็กว้างออกมาให้ไกลสักหน่อย ให้เห็นว่าฉากทั้งหมดเป็นยังไง เป็นการพักสายตาด้วย และเป็นการเพิ่มความรู้สึกน่าติดตามมากขึ้น”

ในช่วงของการรายงานข่าวนั้น กิตติศักดิ์ วงศ์จรสุข<sup>42</sup> ให้รายละเอียดว่า กล้องจะตัดภาพจากผู้ประกาศเพื่อเข้าภาพข่าวเมื่อโปรยหัวข่าวและกำลังจะอ่านในส่วนของเนื้อหา ส่วนการตัดภาพเพื่อเข้าโฆษณา กล้องจะตัดภาพจากผู้ประกาศเพื่อเข้าโฆษณาทันทีที่จบเบรกแต่ละเบรก และหลังจากจบโฆษณาในแต่ละเบรก กล้องจะตัดภาพมาที่ผู้ประกาศในมุมเอว (Medium Shot)

“ในห้องส่งระหว่างการอ่านข่าวแต่ละข่าว ไม่มีการเคลื่อนไหวกล้อง จะนิ่งเลย เหมือนเรานั่งมองหน้าใครสักคน มันเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือมากกว่าและไม่ได้เป็นการแต่งแต้มเอฟเฟกในด้านการมองให้ผิดแปลกไปจากธรรมชาติ เป็นการบอกอย่างซื่อๆ นั่งคุยกันธรรมดา มันสร้างความน่าเชื่อถือมากกว่าการมูฟ(Move:เคลื่อนไหว)กล้อง เมื่อไหร่มุมกล้องเปลี่ยนความรู้สึกก็เปลี่ยน เพราะเราใช้มุมกล้อง ลักษณะของภาพในการบอกเล่าเรื่องราว สื่อความหมาย ที่เรานั่งคุยกันธรรมดา ฉะนั้นเราจะไม่เล่นมุมกล้องในข่าวมาก”

เมื่อจบรายการข่าวภาคค่ำ กล้องจะทำการ Zoom-out จากผู้ประกาศหลักทั้ง 2 ท่าน เพื่อสื่อความหมายของการลาผู้ชมในการจบการนำเสนอข่าวภาคค่ำประจำวันนั้นๆ

#### 4.1.1.5 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

จากการสัมภาษณ์กิตติ สิงหาปัด<sup>43</sup> ถึงสาเหตุการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำนั้นสามารถระบุได้ว่า

“ต้องการปรับผังโดยรวมทั้งหมด รายการข่าวเลยต้องมีการปรับไปด้วยที่ปรับมาเร็ว คือ ต้องการให้ดูก่อน อีกทั้งต้องการปรับผังรายการอื่นในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (Prime-Time) เลยต้องเลื่อนข่าวภาคค่ำมาเร็วที่หกโมง ทั้งที่รู้ว่าทูนึงคนจะกลับมาถึงบ้านแล้วมีคนดูเยอะกว่า”

<sup>42</sup> สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์จรสุข, ผู้กำกับรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 25 กันยายน 2547.

<sup>43</sup> สัมภาษณ์ กิตติ สิงหาปัด, ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารสถานีโทรทัศน์ไอทีวี, 16 กันยายน 2547

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปไว้เป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

- 1) เพื่อปรับผังรายการของสถานีโดยรวมใหม่ทั้งหมด ดังนั้น จึงส่งผลกระทบต่อรายการประเภทอื่นๆ รวมถึงรายการข่าวภาคค่ำมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเทคนิคการนำเสนอ
- 2) เพื่อขยายเวลาในช่วงไพรม์ไทม์ (Prime-time) โดยเรียกช่วงเวลานี้ว่า “แฮปปี้ฮาร์ (Happy Hour)” ซึ่งจะทำให้ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาของครอบครัว ตั้งแต่เวลา 18.00 น. ถึง 21.00 น. รายการที่นำมาออกอากาศในช่วงนี้ จึงต้องเป็นรายการประเภทที่ทุกคนในครอบครัวสามารถรับชมด้วยกันได้ ดังนั้น จึงได้นำรายการละคร “วัยชนคนมหัศจรรย์” ลงไปคั่นระหว่างรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ ซึ่งจะทำให้รายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำถูกแบ่งออกเป็นสองช่วง
- 3) เพื่อผลทางการตลาด ในการที่จะดึงกลุ่มผู้ชมในลักษณะกลุ่มครอบครัวให้หันมาชมรายการของไอทีวีในช่วง “แฮปปี้ ฮาร์”(Happy Hour) โดยที่สมาชิกทุกคนในครอบครัวสามารถนั่งชมรายการประเภทต่างๆ ของไอทีวี ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (Prime-time) ร่วมกันได้ เช่น พ่อแม่ดูข่าว ลูกดูละคร พ่อจบละครก็เป็นโอกาสของพ่อแม่ดูข่าวต่อ
- 4) เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการที่จะดึงกลุ่มผู้ชมให้มาติดตามดูรายการของไอทีวีก่อน ด้วยการนำเสนอข่าวภาคค่ำในเวลา 18.00 น. ต้องปรับเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำให้เร็วกว่าเดิม

การปรับผังครั้งใหญ่ครั้งนี้ของไอทีวีเป็นการปรับด้วยวิธีคิดที่ว่า คนดูข่าวมีสองกลุ่มใหญ่คือกลุ่มคนเมืองและคนต่างจังหวัด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าถึงคนดูทุกระดับทั่วประเทศ ดังนั้น ไอทีวีจึงตระหนักถึงความหลากหลาย เพื่อสามารถสนองตอบคนดูในบ้านได้ทุกคน

ทรงศักดิ์ เปรมสุข<sup>44</sup> กล่าวว่า “จากเดิมที่บอกว่า ไอทีวี คือ ทีวีของคนรุ่นใหม่ เปลี่ยนมาเป็นไอทีวีความสุขของทุกคนในครอบครัว ต่อจากนั้นก็เริ่มตั้งคำถามกับการนำเสนอข่าวว่า แทนที่จะทำข่าวให้คุณพ่อคนเดียว ทำไมไม่ทำข่าวให้คุณแม่ดูด้วยหรือให้เด็ก หรือวัยรุ่นหนุ่มสาวดู วิธีคิดเรื่อง segmentation ในข่าวเริ่มชัดเจนเรื่อยๆ”

<sup>44</sup> ปุตตรา, “สามสิ่งพีรทีวี,” นิตยสารแพรว รายปักษ์ (10 กันยายน 2548). หน้า 291-292.

ด้วยการปรับเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวโดยหันไปสู่ผู้ชมที่มีลักษณะของมวลชน (Mass) ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศให้รู้สึกสนใจติดตามชมรายการข่าวภาคค่ำมากยิ่งขึ้นดังนี้

#### 1) ผู้ประกาศข่าว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 นั้นพบว่าผู้ประกาศข่าวประจำวัน มีทั้งหมด 5 ท่านคือ ผู้ประกาศข่าวหลัก 2 ท่าน ข่าวต่างประเทศ 1 ท่าน ข่าวกีฬา 1 ท่านและข่าวเศรษฐกิจ 1 ท่าน โดยผู้ประกาศข่าวที่ทำหน้าที่รายงานข่าวภาคค่ำในช่วงนี้นั้นประกอบด้วย

#### ผู้ประกาศข่าวชาย

กิตติ สิงหาปัด

อภิรักษ์ หาญพิชิตวาณิชย์

ธีระ ธีบุญอนันต์ผล

#### ผู้ประกาศข่าวหญิง

สายสวรรค์ ขยันยิ่ง                      วราภรณ์ สมพงษ์

ศศิวรรณ ปานรักษา                      ประวีณมัย บ่ายคล้อย

#### ผู้ประกาศข่าวกีฬา

เกื้อกุล นุตเวช                              กฤษฏีณ สุวรรณบุปผา

#### ผู้ประกาศข่าวเศรษฐกิจ

วรวิทย์ วุวนิช

#### ผู้ประกาศข่าวต่างประเทศ

ชิบ จิตนิยม

ชัยรัตน์ ธมยา

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ กิตติ สิงหาปัด<sup>45</sup> ถึงการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวของไอทีวี โดยได้ระบุว่า

“ผู้ประกาศของไอทีวี ส่วนมากจะเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อน แต่บางครั้งก็เป็นการรับผู้ประกาศข่าวมือใหม่เข้ามาช่วงขาดคน แต่ก็ต้องให้ทำข่าวและประกาศด้วย จะได้คล่อง”

การที่ผู้ประกาศข่าวมาจากผู้สื่อข่าวนั้นเป็นหลักการที่ทุกสถานีให้ความสำคัญ เพราะเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ทำข่าวและความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับข่าวมาก่อนจะช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกาศสามารถรายงานข่าวได้อย่างคล่องแคล่วไม่ติดขัด ทำให้ข่าวดูน่าเชื่อถือ แต่บางครั้งก็เป็นการรับผู้ประกาศข่าวมือใหม่เข้ามาประกาศข่าวเนื่องจากเป็นในช่วงขาดกำลังคน ทั้งนี้ ไอทีวีไม่ได้มีการกำหนดกฎเกณฑ์แน่นอนในการทำหน้าที่ผู้ประกาศข่าวภาคค่ำไอทีวี เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องของความสามารถเฉพาะตัวและบุคลิกของแต่ละคนในการที่จะสามารถดำเนินรายการเพื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวได้ดีหรือไม่ มีเพียงแค่คำแนะนำเรื่องการใช้คำพูดต้องชัดเจน

“ขึ้นกับบุคลิกของแต่ละคน ไม่มีกรอบตายตัว เราแค่แนะนำเรื่องการใช้คำพูดต้องชัดเจน ไม่ได้กำหนดว่าต้องดูต้น ขึ้นกับบุคลิกของแต่ละคนมากกว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศมาจากการสั่งสมประสบการณ์”

ผู้วิจัยศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 และได้สัมภาษณ์อำไพ โพธิ์ชัยรัตน์<sup>46</sup> พบว่า หลังจากที่มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ ไอทีวีจากสถานีข่าวมาเป็นสถานีแห่งความบันเทิงนั้น ส่งผลให้ผู้ประกาศข่าวไอทีวีดูมีสีสันและสดใสมากขึ้น นุ่มนวล อ่อนหวานขึ้น มีการพูดเชื่อมโยงประเด็นข่าวระหว่างผู้ประกาศหลักและผู้ประกาศร่วมสลับไปมา ด้วยสีหน้าอ่อนหวานเป็นมิตร ประกอบกับที่มีผู้ประกาศข่าวซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มาเสริมทัพยังทำให้ไอทีวีดูทันสมัย สดใสนิ่งกว่าไอทีวีในยุคแรกเริ่ม

<sup>45</sup> สัมภาษณ์ กิตติ สิงหาปัด, ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารสถานีโทรทัศน์ไอทีวี, 16 กันยายน 2547

<sup>46</sup> สัมภาษณ์ อำไพ โพธิ์ชัยรัตน์, ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารสถานีโทรทัศน์ไอทีวี, 16 กันยายน 2547

“บุคคลิกสดใส ยิ้มแย้ม แจ่มใสมากกว่าไอทีวิยุคแรกๆ ที่ผู้ประกาศต้องมี บุคลิกน่าเชื่อถือ สายตาจริงจัง น้ำเสียงในการอ่านข่าวต้องดูดีมีพลัง แต่ก็ยังคงความน่าเชื่อถือ”

ในส่วนการแต่งกายของผู้ประกาศทั้งชายและหญิง ได้มีการเปลี่ยนในเรื่องของโทนสีของเสื้อผ้า โดยให้ทางผู้ประกาศชายแต่งสุทเหมือนเดิม แต่เปลี่ยนจากเสื้อผ้าโทนสีอ่อนๆ ไปเป็นสีเข้ม เช่น สีน้ำตาลเข้ม สีกรมท่า เป็นต้น ส่วนในด้านของผู้ประกาศหญิง ได้มีการเปลี่ยนให้ใช้เสื้อผ้าโทนสีเข้ม สลับกับผู้ประกาศชาย โดยใช้สีฟ้า สีเหลือง หรือสีชมพู เป็นต้น โดยยังคงความน่าเชื่อถือ และทำให้มี สีสดใสใสมากยิ่งขึ้น

## 2) ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก

ผู้วิจัยศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำซึ่งออกอากาศเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ฉากที่ใช้ในการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีนั้นมีเพียง 1 ฉากโดยใช้โทนสีขาวและสีแดงสื่อความหมายของการเป็นสถานีข่าวของไอทีวี ซึ่งขนาดกว้างกว่าฉากรายการข่าวภาคค่ำของสถานีอื่นๆ เมื่อเทียบกัน

โต๊ะอ่านข่าว มีการออกแบบให้มีส่วนเว้าส่วนโค้ง ซึ่งมีความยาวเท่ากับความยาวฉาก ทั้งนี้เพราะผู้ประกาศข่าวทุกคนประกอบด้วย ผู้ประกาศข่าวหลัก 2 คนและผู้ประกาศข่าวกีฬา ผู้ประกาศข่าวเศรษฐกิจและผู้ประกาศข่าวต่างประเทศ จะต้องมานั่งรวมในฉากเดียวกัน ทั้งนี้ไอพีโพธิ์ชัยรัตน์<sup>47</sup> ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่า

“โทน (Tone) สีฉากที่ใช้เพื่อสื่อความหมายนั้น มีสีแดงและสีขาวตรงกับแนวคิดหลักของสถานีที่ว่า “Speed & Spice (รวดเร็วและร้อนแรง)”

## 3) ภาพประกอบคำบรรยายหรือภาพข่าว

ไอพี โพธิ์ชัยรัตน์<sup>48</sup> ได้ให้รายละเอียดในการนำเสนอภาพข่าวที่ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ยึดถือตามข้อบังคับว่าด้วย จริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน ว่าด้วยการทำข่าวและการนำเสนอข่าว คำสั่งที่ ITV-HR 81/2544

<sup>47</sup> สัมภาษณ์ ไอพี โพธิ์ชัยรัตน์, ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารสถานีโทรทัศน์ไอทีวี, 16 กันยายน 2547

<sup>48</sup> สัมภาษณ์ ไอพี โพธิ์ชัยรัตน์, ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารสถานีโทรทัศน์ไอทีวี, 16 กันยายน 2547



ข้อ 12 ในการนำเสนอข่าวหรือภาพใดๆ ต้องคำนึงมิให้ลวงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อ สิทธิมนุษยชนของเด็กและสตรีและผู้ด้อยโอกาส และการนำเสนอข่าว-ภาพ ต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์หรือโศกนาฏกรรมของคนเหล่านั้น

ข้อ 13 ต้องไม่นำเสนอภาพข่าวที่อุจาด อนาจาร หรือน่าหวาดเสียว โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถ้อยถน

ข้อ 15 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนต้องไม่ประพฤติปฏิบัติใดๆ อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียต่อศักดิ์ศรีวิชาชีพของตนและสถาบัน

*“ภาพล่อแหลม เราไม่เสนออยู่แล้ว ใช้วิธีบัง ทำโมเสค เรื่องเคแควพลีทิตี ผู้ต้องหา สิทธิเด็ก”*

#### 4) มุมกล้อง (Angle) และการเคลื่อนไหว (Movement)

จากการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ไอทีวีเป็นสถานีที่มีการใช้มุมกล้องเพื่อทักทายกับผู้ชมอยู่เป็นประจำ โดยมีการเคลื่อนไหวกล้องเข้าหาวัตถุในช่วงแรกที่เปิดรายการ เสมือนกับเป็นการนำผู้ชมเข้าไปสู่การรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ และในขณะที่รายงานข่าว จะมีใช้ขนาดภาพเหมือนกับสถานีข่าวอื่นๆ โดยนำเสนอภาพข่าวตอนเกริ่นเปิดเรื่องเพื่อต้องการสะท้อนให้เห็นบรรยากาศ จะมีการใช้ภาพข่าวขนาดใหญ่เต็มตัวบุคคลในระยะไกล (Long Shot หรือ LS) และขนาดมุมเอว (Medium shot หรือ MS.) ยืดเอวระยะตั้งแต่หัวเข่าหรือเอวขึ้นไปรวมถึงใช้ภาพเปิดเรื่องหรือเข้าสู่ช่วงใหม่ อาทิ โพรเซ็คิวชัน บรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้ให้สัมภาษณ์ลักษณะการเคลื่อนไหวกล้องทั้งในตอนเปิดและตอนจบรายการไว้ว่า

*“มีการเคลื่อนไหวกล้องเข้าออก Dolly in-out ให้เห็นฉากหลังการทำงานร่วม ด้วยสร้างอารมณ์แปลกใหม่เสมือนเป็นการตอบสนองของความอยากรู้อยากเห็นของคนดู”*

ในตอนเปิดรายการข่าวภาคค่ำนั้นจะมีการเคลื่อนไหวกล้องเข้าหาผู้ประกาศหรือที่เรียกว่าการ Dolly-in เพื่อสื่อความหมายของการต้อนรับผู้ชมเข้าสู่การรับชมข่าวของไอทีวี ส่วนในตอนจบรายการข่าวภาคค่ำนั้นจะมีการเคลื่อนไหวกล้องออกห่างจากผู้ประกาศข่าว หลังจากที่ผู้ประกาศกล่าวอำลาเมื่อจบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำหรือที่เรียกว่าการ Dolly-out

#### 4.1.2 การนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวภาคค่ำปี พ.ศ.2547

ในส่วนนี้ เป็นการนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาเนื้อหาข่าวที่นำเสนอในรายการข่าวภาคค่ำปี พ.ศ. 2547 ในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประเภทข่าวที่นำเสนอ และแนวทางการพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำตามขอบเขตที่ได้กำหนดไว้ โดยการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งก็คือ เทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำที่ออกอากาศเฉพาะวันที่ 3 และ 5 ของเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 รวมทั้งหมด 30 ม้วน ผู้วิจัยจะได้ประมวลโดยแยกตามสถานีข่าวดังนี้

##### 4.1.2.1 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

จากเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 ช่อง 3 แบ่งช่วงการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ออกอากาศเวลา 18.00 น. – 19.00 น.

ช่วงที่ 2 ออกอากาศเวลา 20.00 น. - 20.30 น.

สำราญ ฉัตรโท<sup>49</sup> ให้สัมภาษณ์ว่า จากการปรับผังเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน-เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 ส่งผลให้เวลาการเริ่มออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำเปลี่ยนไปจากเดิมเริ่มออกอากาศในเวลา 19.00 น. เรื่อยไปจนจบรายการข่าวภาคค่ำที่เวลา 20.30 น. และมีช่วงของการนำเสนอข่าวมีเพียง 1 ช่วงเท่านั้น เปลี่ยนเวลาเริ่มออกอากาศเป็นเวลา 18.00 น. เรื่อยไปจนจบที่เวลา 19.00 น. ซึ่งช่วงนี้เป็นการนำเสนอรายการข่าวสถานการณ์เด่นประจำวัน ตามต่อด้วยรายการ “ระเบียบข่าว” ซึ่งเป็นการจบข่าวในช่วงแรก คั่นด้วยรายการละคร และเริ่มนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2 ในเวลา 20.00 น. เรื่อยไปจนจบที่เวลา 20.20 น. โดยเป็นการนำเสนอข่าวในพระราชสำนักตามด้วยข่าวกีฬา ค้าคม และเก็บตก

“เดิมที่การดูข่าว จะต้องนั่งพับเพียบดูข่าวหน้าจอเฉพาะตอนท่มหรือท่มครึ่ง แต่ตอนหลังการบริโภคข่าวสารเปลี่ยนไป คือ ไปบริโภคช่วงเช้าด้วย ส่วนช่วงเย็นๆ คนต้องการรู้ข่าวทั้งหมดที่เกิดขึ้นในรอบวันว่ามีอะไรบ้าง ดังนั้นตอนเย็นจึงเป็นการนำเสนอให้รับรู้ว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นในแบบที่

<sup>49</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และเพื่อบริการผู้บริโภคในส่วนความบันเทิง  
สาระ”

จากข้างต้นที่ระบุไว้ว่า การปรับผังใหม่ในเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 นั้น เป็นการจัดแบ่งประเภทรายการเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ดังนั้นจึงมีการแบ่งช่วงการนำเสนอ รายการข่าวตลอดทั้งวัน อย่างรายการข่าวภาคเช้า รายการข่าวภาคเที่ยง รายการข่าวภาคเย็น รายการข่าวภาคค่ำ และรายการข่าวภาคดึก เป็นต้น รวมถึงรายการข่าวต้นชั่วโมง และรายการ 180 วินาทีข่าว ทำให้ความถี่ในการบริโภคข่าวมีบอขึ้น ดังนั้นผู้ชมจึงสามารถได้รับสาระจากการ รับชมข่าวสารตลอดทั้งวัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเบื่อหน่ายในการรับชมข่าวภาคค่ำ และเพื่อ อรรถรสในการรับชมข่าวภาคค่ำที่ได้รับทั้งสาระ ความรื่นรมย์และผ่อนคลายดังนั้น การนำเสนอ ข่าวภาคค่ำจึงมีลักษณะสบายๆ และเป็นกันเองระหว่างผู้ดำเนินรายการข่าวและผู้ชม ด้วยรูปแบบ การรายงานข่าวแบบการเล่าข่าว (News Talk) ปนด้วย

ต่อมา ช่อง 3 ทำการปรับผังรายการข่าวภาคค่ำอีกครั้ง เพื่อแข่งขันกับการที่ไอทีวีประกาศ ปรับผังครั้งยิ่งใหญ่และปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์จากสถานีข่าวไปเป็นสถานีข่าวและบันเทิง จากการ สัมภาษณ์ สำนวน ฉัตรโท<sup>50</sup> ทราบว่า ถึงการปรับผังรายการข่าวภาคค่ำในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 ดังมีรายละเอียดดังนี้

“ข่าวภาคค่ำมีสองช่วง News on three กับข่าวราชสำนัก การให้ ความสำคัญของข่าว มองว่าทุกข่าวสำคัญเท่ากันหมด เพียงแต่ว่าใน ส่วนไหนที่ฐานคนดูมากกว่า ข่าวไหนใกล้ชิดคนดูมากกว่า ก็คือ ข่าว สังคม แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าข่าวการเมืองจะแปลงออกมาในแนว สังคมไม่ได้ เราก็พยายามแปลงให้เป็นสังคมที่สัมผัส”

ในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 การรายงานข่าวในรายการ นิวส์ ออน ทรี (News on three) มีการปรับผังเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำนั้น คือ การปรับช่วงเวลาการนำเสนอข่าวภาคค่ำ ใหม่นี้ ด้วยการร่นเวลานำเสนอให้เร็วขึ้นมาจากปกติ 1 ชั่วโมงและเป็นการรวมข่าว 2 ช่วง คือ “ข่าว

<sup>50</sup> สัมภาษณ์ สำนวน ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

ภาคเย็น" และ "ข่าวภาคค่ำ" เข้าไว้ด้วยกัน โดยทำให้เป็นเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาแห่งการ  
 บริโภคข่าวสำหรับผู้ที่ยินชมบริโภคข่าวสาร สถานการณ์ประจำวัน ให้ได้รับข่าวฉบับไวก่อนใคร ดังนี้

ช่วงที่ 1 ออกอากาศเวลา 17.00 – 18.00 น.

ช่วงที่ 2 ออกอากาศเวลา 20.00- 20.30น.

ส่วนในช่วงที่สองเป็นการนำเสนอข่าวในพระราชสำนักในเวลา 20.00 น. ซึ่งเป็นเวลาแบบ  
 ที่ทางราชการกำหนดไว้ จากนั้นเป็นการรายงานข่าวกีฬา ค้าคม และเก็บตก ดังตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้  
 ทำการศึกษาจากเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 ดังนี้

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1 (News On Three)

ลำดับแรก จะเป็นการรายงานข่าวที่เกิดขึ้นภายในประเทศเป็นหลัก โดยเป็นช่วงที่เรียกว่า  
 ช่วงรอบวันทันข่าว เช่น ข่าวสถานการณ์จังหวัดชายแดนภาคใต้ ข่าวทหารกองเกิน ข่าว  
 อาชญากรรม ต่อด้วยการรายงานข่าวช่วงเวลาด์ ทูเดย์ จะเป็นการรายงานข่าวต่างประเทศซึ่งช่วงนี้  
 จะมีคีย์ชื่อนข่าว ตามด้วยข่าวต่างๆ พร้อมเสียงในเทปโดยมีการโปรยข่าวก่อนเข้าเทปโดยส่วนมาก  
 จะเป็นข่าวที่สะท้อนสังคม เช่น ข่าวชุมชนแออัด ในบางครั้งอาจมีการสอดแทรกข่าวประชาสัมพันธ์  
 จากองค์กรต่างๆ เข้าไปด้วย โดยการทำให้เป็นสลับสั้นๆ เพื่อช่วยร่นระยะเวลาให้น้อยลง

ลำดับที่ 2 นำเสนอรายการ "ระเบียบข่าว" มีการใช้ภาษาพูดที่ฟังดูเป็นกันเองระหว่าง  
 ผู้ประกาศด้วยกัน และระหว่างผู้ประกาศกับผู้ชม โดยมีการพูดโยงสิ่งต่างๆ รวมทั้งการพูดเปรียบ  
 เปรยในสิ่งที่พูดถึง ประกอบกัน เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่ายและเห็นภาพของสิ่งที่จะพูดในข่าวต่อไป  
 ต่อด้วยข่าวกีฬา และสลับข่าว "สีสันกีฬา"

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2

ลำดับที่ 1 เป็นการรายงานข่าวในพระราชสำนัก

ลำดับที่ 2 เป็นรายงานข่าวต่างประเทศ ที่จะนำเสนอข่าวที่เกิดขึ้นรอบโลก และตามด้วย  
 สลับข่าว "เก็บตก" และค้าคม

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ พบว่าการสัมภาษณ์สดนั้น จะทำในรายการ  
 ข่าวภาคค่ำช่วงที่สอง เพราะในช่วงนี้นั้นผู้ประกาศจะนั่งโต๊ะข่าว อ่านโปรยข่าว รายละเอียดของ  
 ข่าวพร้อมภาพประกอบเนื้อหาข่าวแต่ละข่าว ในการสัมภาษณ์สดนั้น ส่วนมากจะมีการฝึกขึ้น เพื่อ  
 แจ้งให้ทราบว่าการสัมภาษณ์นั้นเป็นการสัมภาษณ์บุคคลท่านใด หรืออาจจะมีการเจาะหน้าต่าง

(Window) ให้เห็นหน้าต่างของบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ ซึ่งอาจจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวก็ได้ และบางครั้งการสัมภาษณ์นั้นมีภาพและเสียงประกอบการสัมภาษณ์ด้วย

สำราญ ฉัตรโท<sup>51</sup> ให้สัมภาษณ์ว่า ถึงแนวทางในการพิจารณาคัดเลือกข่าวของช่อง 3 ว่า

“ได้เราไม่ได้กำหนดตายตัวว่า ข่าวนี้จะต้องอยู่ในเบรกนี้ ขึ้นอยู่กับความใกล้ชิดกับคนดู ข่าวสามข่าวที่มีน้ำหนักเท่ากัน เอามาใส่ตะกร้าร้อน ในที่ประชุม บางทีข่าวเล็ก แต่ภาพที่ได้มาเด็ดและมีเพียงช่องเดียว ข่าวนั้นอาจจะกลายเป็นข่าวที่นำมาเสนอก่อน เพราะเป็นข่าวได้ซึ่งภาพมา มันสมบูรณ์ทั้งอรรถรส และจำเป็นต้องขยายผลข่าวนี้ แต่โดยส่วนมากนั้นมันก็ต้องมาวัดกันว่าข่าวชิ้นไหนที่กระทบต่อคนหมู่มากก่อน ข่าวชิ้นไหนคนให้ความสนใจมากกว่า”

นั่นหมายความว่า ช่อง 3 ไม่ได้มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการนำเสนอข่าวแต่ละประเภทในแต่ละเบรก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณค่าของข่าว และน้ำหนักของข่าว จะเห็นได้ว่า ในเบรกแรกนั้น จะเน้นการนำเสนอข่าว เหตุการณ์ประจำวันทั่วไป ไปที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นข่าวหนัก มีลักษณะการรายงานความคืบหน้าของเหตุการณ์ให้ได้รับทราบ เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน (Current) หรือที่เรียกว่า “ประเด็นสาธารณะ” (Talk of town) ประมาณ 3 ข่าวไม่ว่าจะเป็นข่าวอาชญากรรมและข่าวสังคม นอกจากนี้มีการนำเสนอสื่อบุคคลซึ่งเป็นการสะท้อนปัญหาสังคมลงไปด้วย ส่วนในเบรกที่สองนั้น เน้นการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่มีลักษณะข่าวเบา เช่น ข่าวงานกาชาด ข่าวต้อนรับนักฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลโลก ข่าวกีฬา เป็นต้น

#### 4.1.2.2 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร รวมถึงการศึกษาเทปบันทึกการข่าวภาคค่ำเดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 นั้น พบว่าการรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 นั้น มีการจัดผังเวลาการออกอากาศแบ่งออกเป็นสองช่วง ดังนี้

ข่าวช่วงที่ 1 ออกอากาศในเวลา 18.00. - 19.00 น.

ข่าวช่วงที่ 2 ออกอากาศเวลา 20.00– 20.30 น.

<sup>51</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

โดยในช่วงแรก ตั้งแต่เวลา 18.00 น. เรื่อยไปจนถึงเวลา 19.00 น. จะเป็นการนำเสนอข่าวประจำวันทั่วไปซึ่งประกอบด้วยข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม และข่าวต่างประเทศ เป็นการเสนอเหตุการณ์ข่าวเด่นที่เกิดขึ้น รวมถึงประเด็นข่าวสำคัญ สก๊อปข่าว ข่าวกีฬา โดยจะแบ่งออกเป็นเบรก ทั้งหมด 3 เบรก และตั้งแต่เวลา 20.00 น. เป็นต้นไป จะเป็นการรายงานข่าวในพระราชสำนัก เหมือนกับสถานีข่าวช่องอื่นๆ รวมถึงการสรุปข่าว ดังตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2547 ดังนี้

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1

ลำดับที่ 1 นำเสนอข่าวการระบาดของโรคไข้หวัดนก ดังนั้นจึงมีการนำเสนอเพื่อติดตามสถานการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดนก ดังนั้น ในเบรกแรกจึงมีแต่ข่าวไข้หวัดนก โดยเป็นการสืบหาข้อมูลจากแหล่งข่าวต่างๆ กัน ท้ายเบรกผู้ประกาศพูดโปรยหัวข่าวก่อนการร้ายในอิรัก เชื่อมโยงสถานการณ์กับประเทศไทย

ลำดับที่ 2 ข่าวที่มีการโปรยหัวในเบรกแรกจะมีการรายงานเป็นข่าวแรกในเบรกที่สอง ทั้งนี้เนื่องจากข่าวที่โปรยหัวในเบรกแรกนั้นเป็นรายงานพิเศษมาจากอิรัก ดังนั้นจึงเป็นการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะสก๊อปข่าว มีการรายงานแบบเจาะลึกถึงสภาวะการณ์ในอิรัก ณ ขณะนั้น ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาเช่นนี้ ถือได้ว่าเป็นเทคนิคการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจอีกทางหนึ่ง รวมถึงเทคนิคอีกแบบหนึ่งที่ช่อง 5 ให้ความสำคัญคือ สก๊อปพิเศษ "ช่อง 5 อาสาคลายทุกข์" ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของสถานี เป็นการนำเสนอปัญหาความเดือดร้อนของชาวบ้านในรูปแบบต่างๆ ที่ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือ นี่ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการนำเสนอข่าวสังคม

ข่าวหุ่นจะนำเสนอในรูปของกราฟิกที่มีการแจกแจงเนื้อหารายละเอียดให้ผู้ชมสามารถเก็บรายละเอียดของเนื้อหาข่าวได้รวดเร็วและง่ายต่อการเข้าใจ และอีกหนึ่งเนื้อหาข่าวที่ช่อง 5 จะต้องนำเสนอเป็นประจำและถือเป็นเอกลักษณ์ของสถานีคือ "ข่าวกองทัพเพื่อประชาชน" ซึ่งเป็นการนำเสนอข่าวกิจกรรมของทหารโดยมุ่งหวังเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทหารกับประชาชน

ลำดับที่ 3 เป็นการรายงานข่าวกีฬา ข่าวกีฬาก็เป็นอีกหนึ่งประเภทข่าวที่มีชื่อเสียงของช่อง 5 และประชาชนให้ความสนใจในการติดตามรับชม ทั้งนี้เพราะผู้ประกาศข่าวกีฬาซึ่งก็คือ คุณพรพรหม จุลกะทัฬพะ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านกีฬา

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2

ลำดับที่ 1 เป็นการรายงานข่าวในพระราชสำนัก

ลำดับที่ 2 เป็นการรายงานข่าวความคืบหน้า“ใช้ห้วงมรณะ”จะมีการรายงานสื่อบุคคล อชญากรรม “เปิดปมสังคมไทย” เป็นสารคดีเชิงข่าวสืบสวนสอบสวน นำเสนอเรื่องราวสะท้อน ปัญหาสังคม ในมุมมองต่างๆ พร้อมทั้งทำเพื่อให้สังคมตระหนักร่วมกันในการหาแนวทางแก้ไข ทำเบรคจะเป็นการรายงานข่าวพยากรณ์ โดยใช้กราฟิกเข้าช่วยในการรายงาน

ในการนำเสนอสื่อบุคคลนั้น เป็นการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่ได้มีการบันทึกเสียงไว้แล้ว โดยจะเป็นการรายงานข่าวประกอบภาพ หรือที่เรียกว่ามีเสียงในเทป

ลำดับที่ 3 จะเป็นการนำเสนอข่าวต่างประเทศ โดยในช่วงนั้นข่าวต่างประเทศที่ทาง สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เกาะติดความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ส่วนมากนั้น เป็นข่าว สงครามอิรัก การวิเคราะห์สถานการณ์ ดำเนินรายการโดยคุณยงยุทธ มัยลาภ ฉากหลังเป็นจอร์จ บุช และชัคดีม สุสเซน โทนีสวีร์อนแรง พร้อมกับการนำเสนอสื่อบุคคลในประเด็นข่าวเดียวกัน

จากการศึกษาเทปการรายงานข่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ช่วงเริ่มต้นเบรคในแต่ละเบรค ทุกครั้ง จะมีการรายงานหัวข้อข่าวก่อนทุกครั้ง เพื่อเป็นการรายงานให้ผู้ชมได้รับทราบว่า ในเบรคนี้ จะมีการรายงานข่าวในเรื่องใดบ้าง และก่อนที่จะจบทำเบรคในแต่ละเบรค ผู้ประกาศข่าวจะทำการโปรยหัวข้อข่าวที่จะนำเสนอในช่วงเบรคต่อไปทุกครั้ง

ช่อง 5 ให้ความสำคัญกับการรายงานสดเช่นกัน อย่างในช่วงนั้นสถานการณ์ความไม่สงบ ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้มีการจัดส่งคุณดวงกมล เทวพิทักษ์ ผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าว ลงไปยังพื้นที่เพื่อทำหน้าที่หาข่าว และนำข่าวมารายงานให้ผู้ชมได้รับทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดทั้งวัน โดยอาศัยเครือข่ายจากศูนย์ข่าวภูมิภาคนั้นทำหน้าที่เป็นแม่ข่ายในการยิงสัญญาณ เพื่อถ่ายทอดสด แต่อย่างไรก็ดี การรายงานสดนั้น ผู้ประกาศไม่ได้รายงานเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นเท่านั้น แต่ยังรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบวัน โดยใช้เทปภาพที่เก็บแล้วนำมา ผ่านกระบวนการตัดต่อเลือกสรรภาพที่ควรเสนอมาประกอบเนื้อหาข่าวที่รายงาน พร้อมกันนี้ทำข่าว ผู้ประกาศจะสรุปประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นและมีความสำคัญอีกครั้ง พร้อมกับทิ้งท้ายประเด็นจะต้องติดตามต่อไปในอนาคต และเพื่อเป็นการเพิ่มสีสันให้การรายงานสดดูเป็นกันเองและสะท้อนให้เห็นว่า เป็นรายงานสดจริง ผู้ประกาศทั้งในห้องส่งและสถานที่เกิดเหตุ นั้นจะมีปฏิสัมพันธ์กันโดย ส่วนมากนั้นจะสื่อสารกันในช่วงแรกซึ่งเป็นการพูดทักทายสวัสดิี พร้อมกับตั้งคำถามเพื่อสอบถาม สภาพเหตุการณ์กับผู้สื่อข่าวในพื้นที่ และช่วงท้ายของการรายงานจะเป็นการสรุปประเด็น พร้อมกล่าวคำขอบคุณผู้สื่อข่าวในพื้นที่

จากการสัมภาษณ์วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>52</sup> ถึงสัดส่วนการนำเสนอข่าวภาคค่ำของช่อง 5 นั้น พบว่า

“จริงๆ แล้วน้ำหนักของข่าวภาคค่ำมีการให้ไม่ชัดเจน เพราะในปัจจุบันมีการสร้างรายการข่าวที่ให้น้ำหนักข่าวไปแล้ว อย่างเก้าโมงครึ่งเรามีข่ามข่ามเศรษฐกิจ เป็นรายการของข่าวเศรษฐกิจ มีห้องข่าวสิบโมง เน้นเชิงสังคม วาไรตี้ ไม่ทิ้งอีเว้นต์”

นั่นหมายความว่า ช่อง 5 ไม่ได้กำหนดสัดส่วนตายตัวของเรื่องข่ามข่ามประเภทข่าวที่จะต้องนำเสนอ ทั้งขึ้นอยู่กับคุณค่าของข่าว และวิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>53</sup> ได้ให้สัมภาษณ์ถึงแนวทางการพิจารณาข่าวเพื่อนำเสนอในรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 เพิ่มเติมว่า

“ขึ้นอยู่กับความสำคัญของข่าววันนั้น ไม่ให้น้ำหนักข่าวประเภทใดมาก เราจะให้ความสำคัญกับข่าวตามเกรด (เอ บี ซี) ในแต่ละเบรกจะมีข่าวเกรด เอ บี ซี เพื่อจ่ายต่อการคอนโทรลเวลา เหมือนหนังสือพิมพ์ คือเขียนมาเท่าไรเราตัด หากเวลาไม่พอ เราตัด แต่ละช่วงแรกของเบรกแรกเราจะดูข่าวสำคัญ ซึ่งบอกไม่ได้ว่าเป็นข่าวประเภทใด เราต้องดูว่าข่าวไหนสำคัญนั้นไม่ใช่ต้องตามคนอื่น มันขึ้นอยู่กับว่าเราจะหยิบข่าวไหน ให้ความสำคัญยังงี้”

สำหรับช่อง 5 นั้น ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ในการให้น้ำหนักข่าวประเภทใดมากน้อย เลือกข่าวขึ้นได้นำเสนอก่อนหลัง แต่จะให้ความสำคัญของข่าวในวันนั้น ๆ ตามเกรด (เอ บี ซี) ในแต่ละเบรกจะมีข่าวเกรด เอ บี ซี เพื่อจ่ายต่อการควบคุมเวลา ช่อง 5 ยังมีลักษณะเฉพาะตัวในการจัดลำดับความสำคัญของข่าวที่จะเน้นบุคคลสำคัญเช่นนายกรัฐมนตรี ผู้บัญชาการเหล่าทัพเวียง ลำดับลงไป และให้ความสำคัญกับข่าวกองทัพเป็นพิเศษ

<sup>52</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547

<sup>53</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547



จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำ จะเห็นได้ว่าประเภทข่าวที่นำเสนอในช่วงที่ 1 นั้นจะเน้นการนำเสนอข่าว เหตุการณ์ประจำวันทั่วๆ ไปที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นข่าวหนัก มีลักษณะการรายงานความคืบหน้าของเหตุการณ์ให้ได้รับทราบ เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน (Currency) และมีผลกระทบของข่าว (impact หรือ consequence) ก่อให้เกิดกระทบต่อเนื่องต่อชีวิตของผู้คนเป็นจำนวนมากอย่างในกรณีนี้คือ ข่าวการระบอบใช้หัวดมรณะ และข่าวสงครามอิรัก จำนวนข่าวที่นำมาเสนอในช่วงที่ 1 นั้นโดยประมาณ 5-6 ข่าว หรือมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับว่าน้ำหนักของประเด็นไหนสำคัญกว่ากัน และข่าวในช่วงที่ 2 นั้นเป็นการรายงานข่าวในพระราชสำนัก ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ และนำเสนอความคืบหน้าของเหตุการณ์นั้นให้ได้รับทราบ เช่น กรณีข่าว “ใช้หัวดมรณะ”

#### 4.1.2.3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

จากการสัมภาษณ์ศิริพร วุฒิทวี<sup>54</sup> เกี่ยวกับการปรับผังเวลาออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำใหม่นั้น ปรากฏว่า

“ช่วงเวลาการนำเสนอ เดิมข่าวจะเข้าที่ 17.45 น. – 18.05 (10) น.  
เปลี่ยนมาเป็นจบที่ 18.30 น. แล้วมาเริ่มอีกที่ที่ 19.40 – 20.25น. ”

ช่อง 7 ได้ปรับผังรายการข่าวภาคค่ำโดยแบ่งช่วงเวลาการออก อากาศรายการข่าวภาคค่ำ ออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงแรก เริ่มออกอากาศเวลา 17.45. – 18.30 น.

ช่วงที่สอง ออกอากาศเวลา 19.40. – 20.25 น.

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 พบว่า ช่อง 7 ได้แบ่งช่วงการรายงานข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง ในช่วงแรกจะแบ่งข่าวออกเป็น 2 เบรก โดยจะเริ่มออกอากาศเวลา 17.45 น. เรื่อยไปจนถึงเวลา 18.30 น. จะเป็นการรายงานข่าว เหตุการณ์ประจำวันที่เกิดขึ้นและในช่วงที่สองจะแบ่งข่าวออกเป็น 4 เบรก โดยจะเริ่มออกอากาศ เวลา 19.40 น. ไปจนถึงเวลา 20.25 น. จะเป็นการรายงานสื่อบข่าวกีฬาพิเศษ รวมถึงประเด็นข่าว ต่างๆ ข่าวกีฬาและภาพกีฬา มั่น ข่าวในพระราชสำนัก รายการจดหมายเหตุกรุงศรี สะเก็ดข่าว

<sup>54</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร วุฒิทวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

และพุทธศาสนสุภาษิต แต่จะมีการนำละครเข้ามาออกอากาศคั่นระหว่างการรายงานข่าวทั้ง 2 ช่วง โดยจะเริ่มออกอากาศตอนช่วงเวลา 18.30 น. จนถึงเวลา 19.30 น. เป็นเวลา 1 ชั่วโมง

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1

ประกอบด้วย 2 ลำดับ โดยทั้ง 2 ลำดับนี้เป็นการนำเสนอเหตุการณ์ประจำวันที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับ ช่อง 3 และช่อง 5 มีลักษณะเพื่อรายการเหตุการณ์และความคืบหน้าของเหตุการณ์ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของวันนั้นๆ ประกอบด้วยข่าวอาชญากรรม อย่าง ข่าวเหตุความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งแยกการนำเสนอออกเป็นหลายประเด็น และข่าวคดีนายสมชาย นีละไพจิตร ข่าวสังคมและข่าวการเมืองซึ่งเป็นประเด็นสำคัญให้นำติดตาม

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2

จากการสัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิตวี<sup>55</sup> ในประเด็นของประเภทข่าวที่นำเสนอในรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 7 ช่วงที่ 2 นั้น ปรากฏว่า

“ข่าวเบรกสองจะแน่นอนคือ มีพาดหัวข่าวรวมประเด็นข่าวที่นำเสนอในข่าวภาคค่ำช่วงที่หนึ่งว่ามีอะไรบ้างรายการประจำ คือสcoopชีวิตกีฬาบันเทิง จบแล้ว เข้าข่าวในพระราชสำนัก จบแล้ว สะเก็ดข่าว”

และจากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำพบว่า หลังจากจบคีย์ขึ้นข่าวจะมีการย้ำประเด็นข่าวที่ได้นำเสนอไปแล้วในช่วงแรกอีกครั้ง เป็นการอ่านแต่เฉพาะพาดหัวข่าว พร้อมโปรยข่าว อีกทั้งยังมีเสียงเพลงประกอบย้ำเน้นให้ข่าวนั้นเร้าใจ น่าสนใจ คึกคัก มีการใส่เทคนิคพิเศษคั่นภาพจบข่าวแต่ละข่าว

ลำดับที่ 1 จะประกอบด้วยสcoopชีวิต (Scoop) เป็นเทปซึ่งมีเสียงบรรยายในเทป นำเสียงเร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม ดึงดูดอารมณ์คนดูและคนฟัง บทบรรยายใช้รูปแบบพรรณนาโวหารให้เห็นภาพสะท้อนอารมณ์ เมื่อจบลำดับนี้ ผู้ประกาศจะพูดเกริ่นนำให้ติดตามข่าวกีฬาในช่วงหน้า

ลำดับที่ 2 ประกอบด้วยข่าวกีฬา มีผู้ประกาศข่าวกีฬาซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านกีฬา ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติ อย่างคุณศรสวรรค์ ภูวิจิตร เป็นต้น มาทำหน้าที่ตรงนี้ จบท้ายข่าวกีฬาด้วยภาพกีฬามัน มั่น มีความพิเศษในด้านการตัดต่อ ซึ่งจะใช้เทคนิคพิเศษเข้าช่วยทำให้ภาพนั้นมีความมันส์ สนุกสนานจริงๆ ให้สมกับชื่อช่วง พร้อมใช้เสียงประกอบ

<sup>55</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิตวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

ช่วยเพิ่มรสชาติอีกด้วย จากนั้นจะเป็นชาวบ้านทั้งในประเทศ ซึ่งส่วนมากจะเป็นชาวบ้านที่เกี่ยวกับ กองถ่ายละครของช่อง 7 เอง และต่างประเทศ ซึ่งส่วนมากจะเป็นดาราดังๆ และภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉายใหม่ ชาวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี และจะมีเหมือนภาพหลุดเก็บตกมาแซวเพื่อให้ได้ชมกันในส่วนของชาวบ้านที่เรียกว่า สะเก็ดบันเทิง ในช่วงชาวบ้านช่อง 7 จะมีฟรีเซนเตอร์เป็นวัยรุ่น แต่งตัวด้วยสีสดใส และสุขภาพ มาพูดโปรยข่าวเพื่อนำเข้าเนื้อหาข่าว จากนั้นในส่วนเนื้อหาข่าวจะมีเสียงบรรยายในเทปเรียบร้อย การบรรยายภาพของชาวบ้านที่นั่น ผู้บรรยายจะมีต้องเสียงที่สดใส ฟังแล้วน่าติดตาม มีการเล่นเสียงสูงต่ำ ฟังแล้วรู้สึกว่าเป็นบันเทิงใจ ตา และหู ทั้งนี้ก็มีบทบรรยายที่เขียนแล้วทำให้คนดูรู้สึกสนุก บ้านเทิง

ลำดับที่ 3 เป็นการรายงานข่าวในพระราชสำนัก และต่อด้วยรายการจดหมายเหตุกรุงศรีที่เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสมัยก่อน เพื่อเป็นสิ่งเตือนใจสำหรับคนรุ่นหลัง

ลำดับที่ 4 เริ่มด้วยคีย์ซีน (Key Scene) ข่าว ตามด้วยผู้ประกาศข่าวหลักพูดเกริ่นนำเข้าสู่สะเก็ดข่าว ซึ่งช่วงนี้จะมีผู้ประกาศอีกคนทำหน้าที่ในส่วนนี้ ต่อด้วยสะเก็ดข่าว ที่ต้องอาศัยการตัดต่อรวมทั้งเทคนิคพิเศษช่วยในการเพิ่มอารมณ์ภาพนอกเหนือจากบทบรรยายแล้ว รวมทั้งเสียงประกอบอย่าง "ว้าว" และเพลงประกอบประจำของช่วงนี้ เร้าอารมณ์ให้สนุก ตลกขบขัน เฮฮาตามข่าวแต่ละข่าว

ที่พิเศษที่สุดของช่วงนี้ที่มีมาตลอด คือ จะจบด้วยข้อคิด และพุทธศาสนสุภาษิตเตือนใจ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>56</sup> ในประเด็นการแบ่งประเภทข่าว มีรายละเอียด

ดังนี้

"ข่าวสองช่วงมีความสำคัญเท่าเทียมกันข่าวใหญ่ข่าวเด่นจะอยู่ในทั้งสองช่วงแต่ว่าจะข่าวไหนวางอย่างไร ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของกองบรรณาธิการ โดยจะยึดหลักความสนใจของผู้ชมว่าจะวางข่าวอะไรในช่วงนั้น เวลานั้นคนถึงบ้านหรือยัง เวลานั้นคนถึงบ้านหรือยังไม่ได้มีการแบ่งว่าเบรกแล้วต้องเฉพาะเจาะจงข่าวนี้ แต่เราจะคิดถึงว่าทำยังไงจะทำให้คนที่เพิ่งกลับมาถึงบ้านในช่วงเวลานี้ได้ดูข่าวนี้ ที่นำเสนอในช่วงแรก ก็ต้องหาวิธีการโดยมีข่าวโยงเข้าไป ข่าวเราเป็นการเล่าเรื่องให้เข้าใจง่ายขึ้นบางข่าวเป็นข่าวหนักแต่คนไม่สนใจ แต่บางข่าวเป็นข่าวเล็กๆ ข่าวไม่ใหญ่ คนกลับสนใจ ขึ้นอยู่กับมุมมองที่กองบรรณาธิการจะมอบหมายให้ทำ"

<sup>56</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพช่อง 7, 10 กันยายน

การคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอในแต่ละช่วงนั้นศิริพร พุฒิตวี<sup>57</sup> ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นดุลยพินิจของกองบรรณาธิการข่าวช่อง 7 ซึ่งมีแนวทางพิจารณาจัดวางข่าวเพื่อนำเสนอ โดยคำนึงถึงความสนใจและพฤติกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ชมเป็นสำคัญ เช่น ข่าวหนัก จัดวางนำเสนอในเวลาที่คุณในกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล เดินทางถึงบ้านแล้ว ข่าวเบาจัดวางนำเสนอเวลาที่คนต่างจังหวัดเดินทางกลับจากทำงานถึงบ้านแล้ว ทั้งนี้มีการเฉลี่ยข่าวในแต่ละช่วงให้น้ำหนักของข่าวในปริมาณที่เท่ากัน ส่วนข่าวที่จะได้รับการคัดเลือกเพื่อออกอากาศในแต่ละช่วงนั้นต้องมีคุณค่าของข่าวลักษณะที่เรียกว่าเป็นประเด็นร้อนหรือไม่ เป็นสำคัญ

*"การจัดลำดับข่าว ต้องเป็น Hot news ทุกประเภทข่าวมีสิทธิ์จะขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับว่าเป็นประเด็นร้อนหรือไม่"*

#### 4.1.2.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีเป็นช่องของสถานีข่าวและสาระ ฉะนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักก็มักจะเป็นกลุ่มคนเมือง คนที่ต้องการบริโภคข่าวแบบจริง ต้องการสาระเนื้อหาและประเด็นที่ลึก และได้ขยายฐานกว้างขึ้นไปสู่กลุ่มเด็ก นักเรียน นักศึกษา วัยรุ่น เพราะความเป็นโมเดิร์นไนน์ทีวีที่มีข่าว สาระและทันสมัย ส่วนการปรับเปลี่ยนนั้นก็คล้ายๆ กับไอทีวี คือ มีการแทรกรายการอื่นที่ไม่ใช่รายการข่าวลงไป แต่การปรับของโมเดิร์นไนน์ทีวีเองนั้น มีเหตุผลการปรับด้วยพื้นฐานของเหตุผลจากการสำรวจพฤติกรรมผู้ชมที่ชอบความบันเทิง และทางโมเดิร์นไนน์ทีวีก็มองว่า หากในช่วงเวลานี้มีข่าวตลอด จะดูมีสาระมากเกินไปเกินความต้องการผู้ชม ฉะนั้น โมเดิร์นไนน์จึงได้สอดแทรกรายการบันเทิงลงไป แต่เป็นรายการบันเทิงที่มีสาระ อย่างรายการเกมทศกัณฐ์และแน่นอนว่า คนที่รายการนี้ต้องดูข่าวด้วยจึงจะตอบได้ ฉะนั้น ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้ชม

โมเดิร์นไนน์ทีวี ปรับผังรายการข่าวภาคค่ำโดยแบ่งช่วงเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงแรก ออกอากาศเวลา 19.00 น. – 19.30 น.

ช่วงที่สอง ออกอากาศเวลา 20.00 น. – 20.25 น.

<sup>57</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิตวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

โมเดิร์นไนน์ทีวี ได้แบ่งช่วงรายการข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง โดยมีการนำรายการที่มีสาระเข้ามาคั่นระหว่างรายการข่าวภาคค่ำในช่วงเวลา 19.-30 น. – 20.00 น. ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์ คือ รายการเกมทศกัณฐ์

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1

ลำดับที่1 เป็นการนำเสนอข่าวเพื่อรายงานความคืบหน้าของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศเช่นข่าวสถานการณ์ความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ข่าวการระบาดของไข้หวัดมรณะและข่าวอาชญากรรม

ลำดับที่2 เป็นการรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ในต่างประเทศ ยกเว้นเฉพาะในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ จะตัดการนำเสนอข่าวต่างประเทศออกไป เพราะในทุกต้นชั่วโมง มีแล้ว ดังนั้นข่าวภาคค่ำจึงไม่มี ก่อนจบลำดับการนำเสนอนี้ ผู้ประกาศจะทำการเกริ่นนำข่าวที่จะนำเสนอในลำดับการนำเสนอต่อไปให้ทราบ

ลำดับที่3 เป็นการรายงานข่าวกีฬา โดยใช้กราฟิก (Graphic) เป็นตัวช่วยในการรายงานข่าว ด้วยการขึ้นกราฟิก (Graphic) ที่หน้าจอ สลับไปมาเรียงตามลำดับก่อนหลัง ส่วนทางด้านผู้ประกาศจะทำการบรรยายตามกราฟิก (Graphic) ที่ขึ้นอยู่ เช่น การรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2004

### ช่วงที่สามมี 2 เบรก

ลำดับที่1 นำเสนอข่าวในพระราชสำนักหลังจากนั้นผู้ประกาศจะทำการเกริ่นนำข่าวในช่วงต่อไปว่ามีข่าวที่น่าสนใจอะไรบ้าง

ลำดับที่2 เป็นการรายงานความคืบหน้าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อจากลำดับการนำเสนอแรก การระบาดของไข้หวัดมรณะ ข่าวอาชญากรรมอื่นๆ รวมทั้งสcoop (Scoop) รายงานสภาพภูมิอากาศประกอบกราฟิก(Graphic) อากาศตามภาคต่างๆ ของประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ทั่วโลก

ลำดับที่3 เป็นการรายงานสรุปประเด็นข่าวทั้งหมด ที่ได้นำเสนอไปในเบรกต่างๆ

จากการศึกษา จะเห็นได้ว่า ผู้ประกาศจะทำการโปรยข่าวเพื่อนำเสนอในช่วงหน้าทุกเบรก และข่าวที่มีการโปรยหัวข่าวนั้น จะนำเสนอเป็นข่าวแรกหรือข่าวที่ 2 ในเบรกต่อมาทันที หลังจากจบการรายงานข่าวภาคค่ำในแต่ละวันนั้น ผู้ประกาศจะปิดท้ายด้วยการสรุปข่าวสั้นๆ ความยาว 10 -15 วินาที ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญและน่าติดตามต่อไป

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ วิโชค อาจหาญ<sup>58</sup> ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งประเภทข่าว ดังนี้

“ปัจจุบันเสนอข่าวได้เพียงสืบข่าวไม่ได้กำหนดแบ่งประเภท แต่เป็นข่าวเด่น ข่าวที่จะนำมาเสนอต้องขึ้นอยู่เหตุการณ์ ผู้นำนักข่าวแต่ไม่ได้บอก ว่านี่ต้องเป็นการเมือง สังคม อาชญากรรม แล้วต่อด้วยบันเทิง ขอให้ เป็นข่าวเด่นในรอบวัน ขอแค่ให้เป็นข่าวเด่นเด่นทั้งโลก ข่าวต่างประเทศ และกีฬา”

ส่วนข่าวที่จะได้รับการคัดเลือกเพื่อออกอากาศในแต่ละช่วงนั้น มีแนวทางในการพิจารณา ตามที่ วิโชค อาจหาญ<sup>59</sup> ให้สัมภาษณ์ไว้ดังนี้

“ในเชิงนโยบาย ข่าวอะไรที่มีผลกระทบต่อภาพรวมของประเทศมากกว่ากัน สังคมก็นำขึ้นมาก่อน แล้วดูว่าสากลไหม ต่างประเทศสนใจไหม สำนักข่าวต่างประเทศมองยังไง ถ้าหากสื่ออื่นๆ ได้รับมองภาพนี้ ยังไง มองเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ มองว่าเราอยู่ในฐานะอย่างไร ซีเอ็นเอ็น (CNN) เอ็นเอชเค (NHK) บีบีซี (BBC) ซีซีทีวี (CCTV) มัน หมายความว่าเราเสนอข่าวดี ทันสมัย ทันโลก ทันเหตุการณ์ เพราะ สมัยนี้มันไม่ได้เสนอข่าวแต่เฉพาะให้คนใน อ.ส.ม.ท.ด้วยกันดู แสดงว่า บรรณาธิการมีกลิ่นใหม่ หยิบยกมามันกระทบเร้าใจคนดูใหม่ ที่หยิบยก มามีสองชั้น หากมองในแง่สากล ผลกระทบในเชิงธุรกิจ ในเชิงของ ข่าว ถ้าขึ้นนี้ได้มาเราไม่แค่เสนอแต่ในเมืองไทย ต่างประเทศ รับทราบ อินเทอร์เน็ตรับทราบ

นโยบายในการเสนอข่าวของโมเดิร์นไนน์ทีวีในยุคของ ผ.อ.มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ นั้นได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายจากเดิมอย่างมาก ในภาพลักษณ์โมเดิร์นไนน์ทีวี โทรทัศน์แห่งความ ทันสมัย มีพันธมิตรข่าวทั่วโลก ดังนั้นช่อง 9 จึงไม่ได้เผยแพร่แต่เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น

<sup>58</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อาจหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

<sup>59</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อาจหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

แต่ยังได้ส่งผ่านดาวเทียมนำเสนอไปทั่วทุกมุมโลก อย่างซีเอ็นเอ็น(CNN) บีบีซี (BBC) ซีซีทีวี (CCTV) หรือเอ็นเอชเค (NHK) เป็นต้น ส่งผลให้การคัดเลือกพิจารณาคุณค่าข่าวมานำเสนอนั้น จำเป็นต้องใช้มุมมองที่กว้างไกลกว่าเดิม เช่นต้องมีผลกระทบต่อคนหมู่มาก และต้องเป็นสากล

#### 4.1.2.5 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ไอทีวี ได้ปรับผังรายการข่าวภาคค่ำโดยแบ่งช่วงเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำ ออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงแรก ออกอากาศเวลา 18.00 น. – 19.00 น.

ช่วงที่สอง ออกอากาศเวลา 20.00 น. เป็นต้นไป

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำที่ออกอากาศเดือนเมษายน-เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 สามารถระบุได้ว่าในเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 หลังจากจบไตเติ้ลรายการข่าว จะเป็นการนำเสนอสไลด์โฆษณาภาพลักษณ์ใหม่ของไอทีวีภายใต้แนวคิด “ไอทีวีไม่ได้ดูไม่ได้แล้ว” ก่อนจะเข้าการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ โดยกล้องจะเคลื่อนไหวเข้าหาผู้ประกาศหลัก 2 คน (Dolly in) ในระดับมุมเอว (Medium shot) ในการประกาศเพื่อพาดหัวข่าวและโปรยความนำของข่าวจะมีการใช้กราฟิก(Graphic) ประกอบ และด้านล่างของจอจะมีตัววิ่งข่าว (News bar) เพื่อใช้ในการนำเสนอสรุปข่าวในรอบวัน โดยแบ่งการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วงดังนี้

#### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1

ลำดับแรก เป็นการนำเสนอรายงานความคืบหน้าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในประเทศ รวมถึงรายงานพิเศษ (Scoop) จะมีการโปรยหัวข่าวก่อนที่จะเริ่มรายงานข่าว โดยจะใช้กราฟิกภาพข่าวเข้ามาช่วยในการนำเสนอ ส่วนการรายงานข่าวนั้น ผู้ประกาศข่าวทั้ง 2 ท่าน จะยังคงสลับกันรายงานข่าว โดยจะเริ่มที่ผู้ประกาศชาย แล้วจึงสลับกับผู้ประกาศหญิง นำเสนอข่าวเด่นประจำวัน เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกิจกรรมสร้างความประหลาดใจ(Surprise)ในวันเกิดของท่านผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยจะนำเสนอภาพข่าวพร้อมเสียงประกอบจากเหตุการณ์จริง ข่าวสถานการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในภาคใต้ โดยจะมีการนำเสนอภาพข่าวในด้านขวาของจอ แล้วจึงตัดภาพเข้าเทปข่าว ข่าวงานเทศกาลวันสงกรานต์ และข่าวการกำหนดพื้นที่(Zoning)เล่นน้ำเนื่องในเทศกาลสงกรานต์

ลำดับที่ 2 เป็นการนำเสนอรายการข่าวภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเริ่มที่ข่าวงานฉลองครบรอบ 12 ปี ของพรรคชาติพัฒนา ตามด้วยสื่ूपข่าวพิเศษ “เปิดโปงขบวนการค้ำกามที่บาร์เรน” ความยาวประมาณ 2-3 นาที ที่ทำการบันทึกเสียงประกอบภาพไว้เรียบร้อยแล้ว

### ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2

ลำดับที่ 1 เป็นการรายงานข่าวในพระราชสำนัก นำเสนอสรุปข่าวประจำวันทั้งหมด ที่ได้มี การรายงานไปแล้วในช่วงแรก พร้อมทั้งสื่ूपพิเศษ เรื่องรถไฟฟ้าใต้ดิน ข่าวเศรษฐกิจ และข่าว รายงานพิเศษในลักษณะสื่ूपข่าว “หนทางธุรกิจ”

ลำดับที่ 2 เป็นการรายงานข่าวต่างประเทศ เรื่องผลการเลือกตั้งนายกฯ ในประเทศ อินโดนีเซีย รวมถึงสื่ूप “รอบโลกวันนี้”, “โลกสุขภาพ” โดยคุณวิดา มงคล เป็นผู้รายงานข่าว และ ตบท้ายด้วยการรายงานพยากรณ์อากาศ

ลำดับที่ 3 เป็นการรายงานข่าวกีฬาทั่วโลก จะเป็นการรายงานข่าวแบบบรรยาย พร้อม ภาพประกอบที่อยู่ในรูปแบบกราฟิก โดยคุณเกื้อกุล นุตเวช เป็นผู้รายงานข่าว ซึ่งถือเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในด้านกีฬา

ลำดับที่ 4 เป็นการนำเสนอข่าวบันเทิง ในแวดวงบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ดาราดัง หรือข่าวความคืบหน้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับดารา นักแสดง นักร้อง เป็นต้น

ลำดับที่ 5 เป็นการรายงานข่าวภูมิภาค รวมถึงการสรุปข่าวเด่นต่างๆ ที่สำคัญ

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ในการนำเสนอข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีนั้น หลังจาก การรายงานข่าวจบในแต่ละข่าว จะมีการสรุปเนื้อหาของข่าว ก่อนที่จะเริ่มรายงานข่าวต่อไป

การรายงานสดนั้น ผู้ประกาศไม่ได้รายงานเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นเท่านั้น แต่ยังรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบวัน โดยใช้เทปภาพข่าว ที่นำมาผ่านกระบวนการตัดต่อ เลือกสรรภาพที่ควรนำเสนอมาประกอบเนื้อหาข่าวที่รายงาน ในส่วนของท้ายข่าว ผู้ประกาศจะสรุป ประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และมีความสำคัญอีกครั้ง พร้อมกับทิ้งท้ายประเด็นที่จะต้องติดตาม ต่อไป ในอนาคตและเพื่อเป็นการเพิ่มสีสันให้การกับการรายงานข่าวสดดูเป็นกันเองและสะท้อนให้เห็นว่า เป็น การรายงานสดจริง โดยผู้ประกาศทั้งในห้องส่ง และสถานที่เกิดเหตุ นั้น จะสื่อสารกัน ในช่วง แรก ซึ่งเป็นการพูดทักทายพร้อมกับตั้งคำถาม เพื่อสอบถามสภาพเหตุการณ์กับผู้สื่อข่าวในพื้นที่ และ ช่วงท้ายของการรายงานจะเป็นการสรุปประเด็น พร้อมกล่าวขอบคุณผู้สื่อข่าวในพื้นที่



ส่วนข่าวที่จะได้รับการคัดเลือกเพื่อออกอากาศในแต่ละช่วงนั้น มีแนวทางในการพิจารณาตามที่ กิตติ สิงหาปัด<sup>60</sup> ให้สัมภาษณ์ไว้ดังนี้

“ไม่มี คือโดยหลักมันก็ให้ไม่ได้ เพราะข่าวเกิดขึ้นในแต่ละวัน เราสร้างข่าวเองไม่ได้ บางทีจะเป็นข่าวการเมือง ที่มีความเคลื่อนไหวเยอะ มีประเด็นกระทบคนเยอะก็ให้นำหนัก บางทีเป็นข่าวอาชญากรรม โดยสภาพให้นำหนักอะไรก็ได้ แต่โดยธรรมชาติทั่วไป ข่าวเศรษฐกิจถูกให้นำหนักข่าวน้อย ตามหลักโทรทัศน์ ข่าวเศรษฐกิจเป็นข่าวแห้งๆ ตายๆ ข่าวเชิงนโยบาย การศึกษา สังคม สิ่งแวดล้อม คนที่ทำโทรทัศน์ทั่วไปจะรู้ว่าคนทั่วไป ชาวบ้านไม่สนใจ ข่าวที่เหมาะสมการทำคือข่าวเหตุการณ์ ภัยพิบัติ เราจะให้ความสำคัญมากเกาะติดยาว ภาพจะสวยในแง่ทีวี ส่วนแนวข่าวไอทีวี เน้นข่าวเจาะ การสืบสวนสอบสวน ซึ่งแปลว่าสืบสวนทุกเรื่อง ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม...ข่าวภาคค่ำ ต้อง Hot เพราะคือข่าวประจำวัน มันมีความสำคัญ กระแทกกับคนมาก สามารถนิยามได้โดยทฤษฎีเลย เป็นบุคคลที่คนสนใจแต่บางเรื่องไม่ต้องกระทบคนมาก แต่ชาวบ้านสนใจมากเช่นถ้ามีดารากลับมา หากถามว่า Hot ไหม Hot เพราะคนพูดไป แต่ถ้าเทียบกับข่าว สปก. ก็ไม่ได้ในเรื่องคุณค่าของข่าว แต่เวลาคนทีวีก็นิยมว่า Hot ต้องอาศัยองค์ประกอบย่อยๆ มาช่วยพิจารณา คือองค์ประกอบของข่าวที่เรียนมา แหล่งที่มาสามารถอ้างอิงได้ ระบุแหล่งข่าว (Source) ได้ เนื้อหาข่าวเป็นความจริง ข้อมูลเป็นความจริง”

ไอทีวีนั้น มีนโยบายในการคัดเลือกข่าว โดยจะให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนมากที่สุด ซึ่งมักจะเป็นเรื่องที่ประชาชนสนใจอยู่แล้ว เพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว ไม่ว่าจะ เป็นข่าวประเภทไหนก็ตาม ไอทีวีไม่ได้เจาะจงกำหนดเวลาให้กับการเสนอข่าวประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ขึ้นอยู่กับประเด็นและความน่าสนใจว่าสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบกับสังคมโดยรวมมากน้อยเพียงใด

<sup>60</sup> สัมภาษณ์ กิตติ สิงหาปัด, ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารสถานีโทรทัศน์ไอทีวี, 16 กันยายน 2547

ทั้งนี้ด้วยคุณลักษณะพิเศษของสื่อโทรทัศน์ ไอทีวีจึงตระหนักและให้ความสำคัญกับภาพที่ปรากฏเป็นข่าวเป็นลำดับแรกๆ เพื่อจะได้สนับสนุนรายละเอียดข่าวที่น่าเสนอ ทำให้ข่าวนั้นมีชีวิตชีวา มีคุณค่าและเร้าอารมณ์ผู้ชมไปพร้อมๆ กับการชมข่าวนั้นๆ

จากจุดยืนในการนำเสนอข่าวสะท้อนปัญหาเรื่องราวต่างๆ ของสังคม บวกกับความสามารถในเรื่องภาพข่าวแล้ว ไอทีวีจึงเลือกที่จะเสนอข่าวน้ำท่วมเพราะมองว่า จะต้องมีการเหตุการณ์ให้เห็นได้แน่นอน ภาพข่าวที่น่าเสนอจะสามารถขายได้ และที่สำคัญข่าวนี้น่าเสนอได้อย่างต่อเนื่องเกาะติดสถานการณ์ได้ นำเสนอได้ทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของเหตุการณ์ให้ข่าวน่าสนใจได้

#### 4.2 แนวคิดการตลาดกับการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำในปี พ.ศ.2547

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษา วิจัยจากข้อ 4.1.1 ในประเด็นเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำให้ที่น่าสนใจในปี พ.ศ. 2547 และข้อ 4.1.2 ในประเด็นการนำเสนอเนื้อหาข่าวในรายการข่าวภาคค่ำปี พ.ศ. 2547 กับแนวคิดการตลาด ทั้งนี้เพื่อทราบถึงลักษณะการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในปี พ.ศ. 2547 ที่มีการนำแนวคิดการตลาดมาสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม

สำหรับผลการศึกษาในประเด็นนี้ ผู้วิจัยได้แยกการนำเสนอข้อมูลโดยแยกตามสถานีข่าว ดังนี้

##### 4.2.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

สำราญ ฉัตรโท<sup>61</sup> ได้สัมภาษณ์ถึงสาเหตุการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 ว่า

“...มาจากนโยบายสถานีที่ต้องการปรับและต้องปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือทาร์เก็ตผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เดิมที่การดูข่าวต้องนั่งพับเพียบดูข่าวหน้าจอตอนทุ่มหรือทุ่มครึ่งแต่ตอนหลังการบริโภคข่าวสารเปลี่ยนไปคือ ไปบริโภคช่วงเช้าด้วย ส่วนช่วงเย็นๆ คนต้องการข่าวที่เกิดขึ้นทั้งหมดในรอบวันว่ามีอะไรบ้าง ดังนั้นในตอนเย็นจึงเป็นการนำเสนอให้รับรู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้นอะไรยังไงในรูปแบบที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และเพื่อบริการผู้บริโภคในส่วนความบันเทิง

<sup>61</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

สาระซึ่งเป็นจุดที่แต่ละช่องพยายามแข่งขันกัน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าอยู่ถาวร แต่มีการปรับไปเรื่อยๆ ขึ้นกับจำนวนคนดูว่าต้องการดูอะไร”

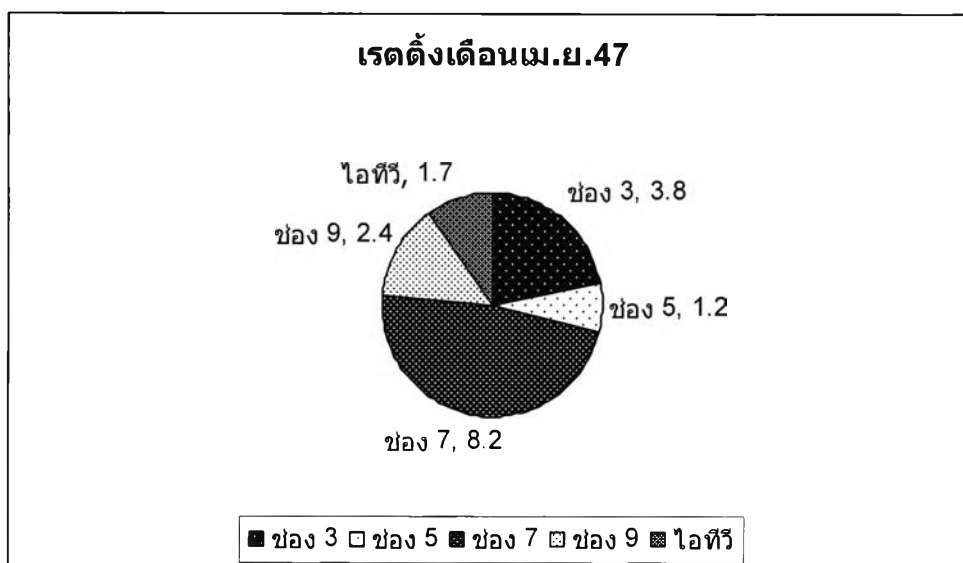
ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นคำให้สัมภาษณ์ของ สํารานู ฉัตรโท นั้นทราบว่า เหตุที่ต้องทำการปรับเปลี่ยนนั้นนอกจากจะเป็นนโยบายของสถานีแล้ว ยังเป็นการปรับเพื่อปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการและเนื้อหาให้สามารถสนองตอบความต้องการในการบริโภคข่าวสารของผู้ชมกลุ่มเดิมและผู้ชมกลุ่มใหม่ เพื่อบริการผู้ชมให้ได้รับทั้งสาระและความบันเทิงไปพร้อมๆ กัน

นั่นหมายความว่า ตลาดผู้ชม (Target Market) คือ เป้าหมายหลักที่ช่อง 3 ตระหนักและให้ความสำคัญในการนำมาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรคัลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ มาใช้ในการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ โดยหวังผลที่จะเพิ่มและขยายฐานผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำให้กว้างออกไปโดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้ชมต่างจังหวัดเป็นสำคัญ ซึ่ง สํารานู ฉัตรโท<sup>62</sup> ได้ให้สัมภาษณ์เพื่อย้ำประเด็นนี้ไว้ว่า

“เราต้องปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายซึ่งก็คือ กลุ่มคนต่างจังหวัด ทุกเพศ ทุกวัย ในครอบครัว แบบว่า เด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี ซึ่งแต่ละช่องพยายามแข่งขันกัน”

แนวคิดการตลาด มีบทบาทสำคัญต่อช่อง 3 อย่างมากในการนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตลาดผู้ชมเพื่อสร้างกลยุทธ์ปรับเปลี่ยนการนำเสนอ รายการข่าวภาคค่ำ เพื่อเพิ่มจำนวนเรตติ้งให้เพิ่มขึ้นจากเดิม และลดระยะห่างจากช่อง 7 ซึ่งครองเรตติ้งอันดับ 1 ให้แคบลง เนื่องจากช่อง 3 ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการที่ไอทีวีได้เปลี่ยนภาพลักษณ์จากสถานีข่าวไปเป็นสถานีบันเทิงเหมือนกับช่อง 3

<sup>62</sup> สัมภาษณ์ สํารานู ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.



แผนภูมิที่ 4-2: ค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน พ.ศ.2547

ที่มา: เอ.ซี.เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) <sup>1</sup>

จากแผนภูมิรูปที่ 4-2 เมื่อดูจากค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 ในเดือนเมษายน พ.ศ.2547 นั้นระยะห่างระหว่างช่อง 7 และช่อง 3 มีช่องว่างที่ห่างกันมาก โดยช่อง 7 ที่อยู่อันดับ 1 มี 7.2% และช่อง 3 ที่อยู่อันดับ 2 มีสัดส่วน 3.8%<sup>63</sup> ดังนั้น ช่อง 3 จึงได้เร่งหาทางแก้ไขเพื่อรับมือกับสถานการณ์ให้สามารถแข่งขันและดำรงได้ในระบบธุรกิจและมีรายได้จากยอดขายโฆษณาให้กับผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsors) ที่เพิ่มขึ้น

ด้วยภาพลักษณ์ของช่อง 3 ก็คือ ความบันเทิง และตำแหน่งหรือจุดยืนของช่อง 3 ก็คือ สถานีแห่งความบันเทิง โดยเฉพาะในการนำเสนอรายการละคร ซึ่งถือว่าจุดขาย (Unique selling point) และเป็นจุดแข็ง (Strength) ของช่อง 3 ดังนั้นการปรับผังรายการข่าวภาคค่ำใหม่ของช่อง 3 นั้น ช่อง 3 ได้วางตำแหน่งการเป็นสถานีข่าวไว้ว่า เป็นสถานีข่าวที่เน้นบันเทิง โดยได้เพิ่มสัดส่วนรายการบันเทิงซึ่งก็คือรายการ ในช่วงไพรม์ไทม์ (Prime Time) จึงได้แบ่งการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง และนำรายการจุดแข็งสถานีซึ่งก็คือ ละครมาคั่นกลางระหว่างรายการข่าวภาคค่ำ

<sup>63</sup> ผลสำรวจเรตติ้งเดือนเมษายน 2547. เอ.ซี. เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช .

ประวิทย์ มาลีนนท์<sup>64</sup> กล่าวว่า "...หลังจากการสำรวจแนวโน้มสถานการณ์ภาพรวมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ช่วงไตรมาสแรก พบว่า ความต้องการเนื้อหาในด้านบันเทิงของผู้ชมในช่วงเวลา 18.00 น.-20.00 น. ชัดเจนมาก ด้วยเหตุนี้ช่อง 3 จึงตัดสินใจเสริมรายการภาคบันเทิงลงไปเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมและกระตุ้นเพิ่มจำนวนเรตติ้งช่วงเวลาดังกล่าวให้เพิ่มขึ้น..."

นอกจากนี้ยังได้ปรับเนื้อหาข่าวและลักษณะการรายงานข่าวให้มีอรรถรสของความบันเทิงมากขึ้น ด้วยวิธีการเล่าข่าว (News Talk) โดยผู้เล่าข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอข่าวในแบบที่ได้ทั้งสาระและความบันเทิง เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ของสถานี รวมถึงการสร้างความแตกต่างในบุคคลด้วยเช่นกัน เนื่องจากการรายงานในลักษณะนี้ผู้เล่าข่าวสามารถแสดงอารมณ์ถ่ายทอดออกมาทางเสียง สีหน้า แววตาหรือท่าทาง รวมถึงสามารถพูดคุยหยอกล้อกันเล่น แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข่าวนั้น ได้อีกด้วย ดังนั้นผู้เล่าข่าว" จึงกลายเป็นส่วนสำคัญที่สุดของรายการ เป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูดผู้ชม บางคนเป็นที่นิยมและเรียกเสียงกรี๊ดได้ไม่ต่างอะไรกับดารา

ก่อนที่จะมีการนำกลยุทธ์นี้มาใช้ใน ช่อง 3 ได้มีการศึกษาความต้องการของตลาดผู้ชมพฤติกรรมของผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำ ภาวะความรุนแรงในการแข่งขันของตลาดรายการข่าวภาคค่ำ จากผลการสำรวจ วิจัย ทั้งที่ช่อง 3 ทำเอง ด้วยการทดลองออกอากาศนำเสนอข่าว ในลักษณะเล่าข่าวคุยข่าว มีดารามีเป็นพิธีกร(Presenter) ประกอบคู่กับผู้ประกาศข่าวช่อง 3 โดยใช้ชื่อรายการว่า "สี่พจรข่าวสาม"<sup>65</sup> และพัฒนารูปแบบเรื่อยมาจนเป็นรายการระเบียงข่าวในปี พ.ศ. 2547<sup>66</sup>

*"เป็นวิวัฒนาการการสื่อสารในคอนเซปต์ข่าว อาศัยที่เราไปสัมผัสกับคนดูเริ่มจากเอาดารามาอ่านข่าว รู้สึกว่าดารานัดเย็นพิธีกร(Present) มากกว่านั่งและการนอกบทช่วยเพิ่มอรรถรสการชมข่าว จากนั้นก็พัฒนาเรื่อยๆ จนเป็นระเบียงข่าว"*

<sup>64</sup> "วิก 3 หันจับผู้ชมตจว.," โพสต์ทูเดย์ (19 พฤษภาคม 2547).

<sup>65</sup> สัมภาษณ์ พรหมพร ยูวะเวส, ผู้ประกาศข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 5 กันยายน 2547.

<sup>66</sup> สัมภาษณ์ สำราญ ฉัตรโท, รองผู้จัดการฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 12 กันยายน 2547.

รวมถึงการให้จัดกิจกรรมให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการส่งคำคมเข้ามาร่วม ในช่วงเก็บตก ปรากฏว่าผู้ชมทั้งผู้สูงอายุ ผู้ใหญ่วัยทำงาน เด็กนักเรียน และนักศึกษา ให้ความสนใจส่งคำคมเข้ามาในรายการมากมาย<sup>67</sup> ประกอบกับการศึกษาข้อมูลจากผลการสำรวจวิจัยใน ส่วนเรตติ้ง และยอดขายโฆษณา

*“ขึ้นอยู่กับจำนวนคนคิดว่าต้องการดูอะไร อย่างช่อง 3 ดูจากข้อมูล เรตติ้ง(Rating)โฆษณา ตลาด ข่าวคลิปโป๊(Clipping) รีเสิร์ช (Research) การทำงานข่าวทุกวันนี่ไม่ใช่แค่อึดตามหลักการทำข่าวหรือจรรยาบรรณ มันมีการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง”*

เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำ ช่อง 3 ใช้กลยุทธ์ด้านผังเวลาโดยการจัด ผังเสียง (Blunting) โดยนำเสนอรายการบันเทิงซึ่งก็คือละคร ในขณะที่ช่อง 5 ช่อง 7 และโมเดิร์นไนน์ทีวีกำลังเสนอรายการข่าวภาคค่ำ ทั้งนี้เนื่องจาก ช่อง 3 ตระหนักในจุดแข็งของสถานีซึ่งก็คือ รายการบันเทิง ในทางกลับกันหากช่อง 5 ช่อง 7 และโมเดิร์นไนน์ทีวี กำลังเสนอรายการประเภท อื่นอย่างละคร หรือเกมโชว์ ก็จะเป็นเวลานำเสนอข่าวภาคค่ำของช่อง 3 ในทางกลับกัน การจัด ผังในลักษณะนี้ถือว่าเป็นการจัดผังชนกับสถานีคู่แข่งอย่างไอทีวี ที่หันมาปรับผังโดยนำเอารายการ บันเทิงคั่นกลางระหว่างรายการข่าวเหมือนกัน นั่นก็หมายความว่าเวลาที่ช่อง 3 นำเสนอข่าว ไอทีวี ก็นำเสนอข่าวเหมือนกันและเวลาที่ช่อง 3 นำเสนอละคร ไอทีวีก็นำเสนอละครเช่นเดียวกัน

รวมถึงการใช้กลยุทธ์การจัดผังรายการข่าวภาคค่ำให้เชื่อมกันกับสถานีคู่แข่ง (Bridging) อย่างไอทีวี โดยมีการนำรายการข่าวภาคค่ำตั้งแต่ต้นจนจบรายการก่อนสถานีคู่แข่ง ดังนั้นจะเห็น ได้ว่ารายการข่าวภาคค่ำมาเร็วขึ้นกว่าปกติ 1 ชั่วโมง โดยออกอากาศในเวลา 17.00 น. ปล่อยให้จบ รายการที่เวลา 18.00 น. และเป็นการรวมข่าว 2 ช่วง คือ “ข่าวภาคเย็น” และ “ข่าวภาคค่ำ” เข้า ไปด้วยกัน โดยทำให้เวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาแห่งการบริโภคข่าวสำหรับผู้ที่ยินยอมบริโภคข่าวสาร สถานการณ์ประจำวัน ให้ได้รับข่าวฉบับไวก่อนใครในรายการข่าว นิวส์ ออน ทรี (News On Three)

สรุปจากวิจัย พบว่า ช่อง 3 ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม โดยการนำ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์ และบุคคล กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ด้านผังเวลา ดังมีรายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ช่อง 3 สร้างความแตกต่างให้กับรายการข่าวภาคค่ำ โดยการปรับรูปแบบการรายงานข่าวในลักษณะการเล่าข่าว (News Talk) โดยนำข่าวที่เป็นบทอ่าน

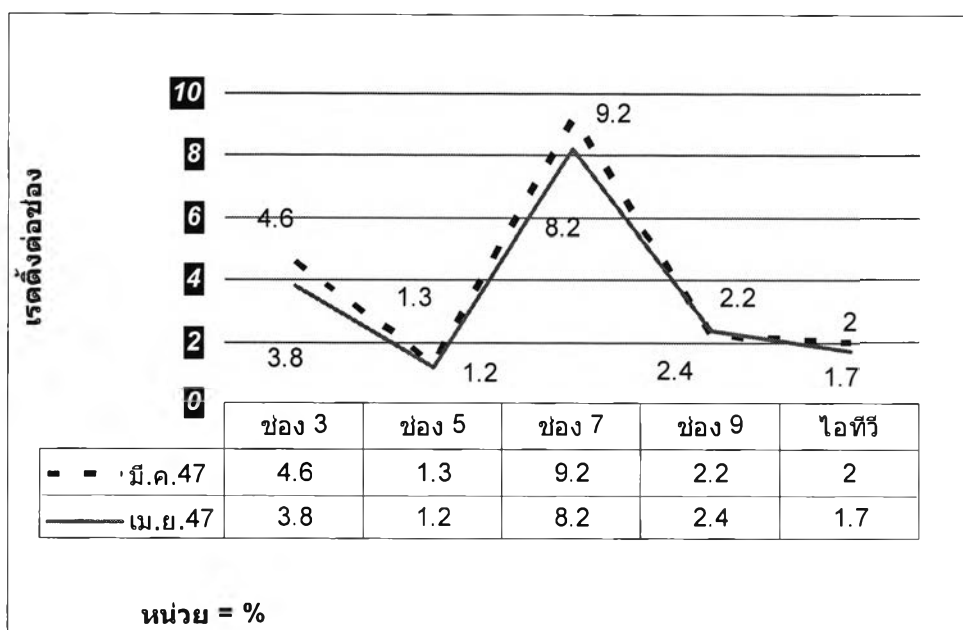
<sup>67</sup> อ้างถึงใน หนังสือครบรอบ 33 ปีไทยทีวีสีช่อง 3.

มาถ่ายทอดเนื้อหาด้วยการเล่าให้ฟัง เน้นการนำเสนอสบายๆ เป็นกันเองระหว่างผู้เล่าข่าวกับผู้ชม ผู้เล่าข่าวสามารถแสดงความคิดเห็น หรืออารมณ์ต่อประเด็นข่าวนั้นๆ ได้ ในส่วนบุคคลนั้น ช่อง 3 ได้ปรับเปลี่ยนผู้ประกาศข่าวที่ถือได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารข่าวไปยังผู้ชมให้เป็นผู้เล่าข่าว ทั้งนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนบุคลิกลักษณะในส่วนทักษะการแสดงออก (Performance) ให้มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ดูสบายๆ ผ่อนคลายและเป็นกันเองกับผู้ชม ทั้งที่เป็นวัจนะภาษาและอวัจนะภาษา

2) กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ช่อง 3 ได้วางตำแหน่งการเป็นสถานีของตนไว้ว่า เป็นสถานีแห่งความบันเทิง ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งและเป็นประเภทรายการที่เป็นจุดขายของช่อง 3 ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าช่อง 3 ได้รับผลกระทบในเรื่องอัตราความนิยมผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำจากการที่ไอทีวีประกาศปรับผังรายการ และเปลี่ยนจุดยืนจากการเป็นสถานีข่าวไปเป็นสถานีข่าวและบันเทิงแข่งกับช่อง 3 ดังนั้น ช่อง 3 จึงนำเอาลักษณะอันเป็นจุดแข็งของสถานีมาเป็นแนวทางในการวางตำแหน่งรายการข่าวภาคค่ำและการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ เพื่อตอกย้ำความเป็นสถานีบันเทิงให้แน่นขึ้นในการรับรู้ของผู้ชม ดังนั้นรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 นั้นจึงมีลักษณะการนำเสนอ 2 รูปแบบทั้งที่เป็นการรายงานข่าวแบบอ่านตามบทและแบบเล่าข่าว พร้อมกับการตอกย้ำจุดยืนในการเป็นสถานีแห่งความบันเทิงเพิ่มขึ้นอีกด้วยการจัดผังรายการละครคืนระหว่างการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ 2 ช่วงนี้

3) กลยุทธ์ด้านผังเวลา สืบเนื่องจากข้อ 2 ข้างต้นที่ได้ระบุไว้ช่อง 3 มีการนำเสนอข่าวภาคค่ำ 2 ช่วงซึ่งเหมือนกับผังรายการข่าวภาคค่ำของช่องอื่นๆ ดังนั้นการจัดผังให้เชื่อมกันกับสถานีคู่แข่ง (Bridging) จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่อง 3 นำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นอกจากนี้ช่อง 3 ยังได้นำกลยุทธ์ในด้านการนำเสนอเนื้อหา ให้มีอรรถรสของความบันเทิงมากขึ้น ก็เป็นส่วนสำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมให้หันมาชมรายการข่าวภาคค่ำ



แผนภูมิที่ 4-3 ค่าเฉลี่ยเรตติ่งรายการข่าวภาคค่ำเดือนมีนาคมและเดือนเมษายน  
ที่มา: เอ.ซี.เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

จากแผนภูมิรูปภาพข้างต้น แสดงค่าเฉลี่ยเรตติ่งรายการข่าวภาคค่ำเปรียบเทียบเดือนมีนาคมและเดือนเมษายน แสดงให้เห็นว่า การปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 3 ในเดือนเมษายน พ.ศ.2547 นั้นไม่ได้มีผลทำให้เรตติ่งผู้ชมเพิ่มจำนวนขึ้น ในทางกลับกันกลับลดลงจากเดิมในเดือนมีนาคมที่มีค่าอยู่ที่ 4.6% มาอยู่ที่ 3.8% ในเดือนเมษายน 2547 ทั้งนี้อาจจะเพราะการประกาศปรับผังครั้งยิ่งใหญ่ของไอทีวีเพื่อแข่งกับช่อง 3 ด้วยการเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นสถานีข่าวมาเป็นสถานีแห่งความบันเทิงเหมือนช่อง 3 ซึ่งมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งเรตติ่งของช่อง 3 แต่ถึงแม้ต่อมาช่อง 3 จะปรับอีกครั้งในเดือนมิถุนายน แต่นั่นก็ไม่ได้ทำให้เรตติ่งของช่อง 3 เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด กลับลดลงไปเรื่อยๆ อยู่ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.5% ส่วนไอทีวี่มีเรตติ่งค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 2.2% โดยมีโมเดิร์นไนน์มาแบ่งเอาส่วนแบ่งเรตติ่งไป จึงทำให้โมเดิร์นไนน์มีเรตติ่งรายการข่าวภาคค่ำเพิ่มขึ้นไปอยู่ที่ 2.7%

#### 4.2.2 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>68</sup> ชี้แจงถึงสาเหตุในการปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำว่า

<sup>68</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5, 16 กันยายน 2547



“เราก็ต้องปรับเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกให้แก่ผู้ชมในเรื่องของภาพลักษณ์ของรายการ ชาวภาคค่ำ และรายการอื่นๆ และก็ต้องปรับให้ทันกับการแข่งขันที่มีอยู่ โดยใช้วิธีการสำรวจบอกกลยุทธ์การตลาดเข้าไป คือชาวหัวใจต้องอยู่ในช่วงไพรม์ไทม์ มีกลยุทธ์มากมายในการปรับเปลี่ยน คือแทนที่เราจะทำชาวภาคค่ำช่วงเดียว ก็แยกเป็นช่วงทงโมงครึ่งถึงหนึ่งทุ่มแล้วต่อด้วยรายการไปจนถึงสองทุ่มเป็นข่าวในพระราชสำนัก”

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นที่กล่าวไว้ว่า“...ต้องการปรับเพื่อให้ทันกับธุรกิจทีวีที่มีการแข่งขันกันตลอดเวลา” นั้น จะเห็นได้ว่าช่อง 5 เองก็ได้ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการชาวภาคค่ำเมื่อมุ่งสู่การแข่งขันในธุรกิจรายการชาวภาคค่ำ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ<sup>69</sup> ให้สัมภาษณ์ถึงแนวทางที่ปรับเปลี่ยนว่า ช่อง 5 จึงได้ผนวกแนวความคิดทางการตลาดมาใช้ในการบริหารงานสื่อเชิงธุรกิจในประเภทรายการชาวภาคค่ำ เพื่อรักษากลุ่มผู้ชมเดิมไว้ให้เหนียวแน่นและเกิดความจงรักภักดีต่อสถานีต่อไป

“ผู้ชมที่ดูข่าวช่อง 5 นั้นคือคนที่ดูข่าวแล้วต้องการความน่าเชื่อถือ เพราะเค้าเชื่อว่าทหารไม่โกหก”

ช่อง 5 เข้าใจในลักษณะผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือรายการชาวภาคค่ำของตนเองเป็นอย่างดีว่าไม่ได้โดดเด่นจนสามารถที่จะแข่งขันกับสถานีข่าวอื่นๆ เพื่อแย่งชิงการเป็นผู้นำในเรื่องเรตติ้ง ดังนั้นช่อง 5 จึงเลือกที่จะรักษาเครือข่ายฐานผู้ชมกลุ่มเดิมไว้ ซึ่งเป็นผู้ชมที่มีความเชื่อว่าทหารไม่โกหก ดังนั้นจึงติดตามชมชาวภาคค่ำของช่อง 5 ด้วยเชื่อว่า ชาวภาคค่ำของช่อง 5 มีความน่าเชื่อถือ ให้มีความจงรักภักดีต่อสถานี (Loyalty) อย่างเหนียวแน่น

กลยุทธ์ที่ช่อง 5 นำมาใช้ปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการชาวภาคค่ำ ก็คือ การสร้างความแตกต่างในส่วนผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ โดยในส่วนผลิตภัณฑ์นั้น ช่อง 5 เน้นนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับกิจการของกองทัพบก ดังนั้นช่อง 5 จึงเป็นช่องเดียวที่นำเสนอผลิตภัณฑ์นี้ซึ่งก็คือข่าวกองทัพบกหรือข่าวทหาร เพื่อสนองตอบกลุ่มผู้ชมที่มีลักษณะ segmentation ติดตามชมข่าวของกองทัพบก รวมถึงความแตกต่างในเรื่องภาพลักษณ์ด้วยเช่นกันที่เน้นย้ำไปที่ เป็นสถานีข่าว

<sup>69</sup> สัมภาษณ์ วิวัฒน์ จันทสุวรรณโณ, รองหัวหน้าแผนกข่าวในประเทศสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 16 กันยายน 2547

ของกองทัพบก มุ่งนำเสนอแต่ข่าวทหาร รวมถึงการเน้นไปการปรับในส่วนการนำเสนอเนื้อหาข่าว บางประเภทให้เข้มข้นมากขึ้น อย่างเช่น การวิเคราะห์สถานการณ์โลก ในช่วง “เกาะติดสถานการณ์โลก” เป็นการออกอากาศในช่วงที่คนกำลังวิตกกังวลภาวะสงครามตะวันออกกลาง ซึ่งทำให้รายการข่าวภาคค่ำดูมีสีสัน รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) สำหรับรายการที่ช่อง 5 จะให้ความสำคัญเป็นพิเศษในปี 2547 คือ รายการกีฬา และ รายการข่าว โดยรายการกีฬาจะเพิ่มเวลาให้ได้ในสัดส่วน 20 % ของผังรายการทั้งหมด รวมถึงรายการข่าวภาคค่ำ จากปัจจุบันมีสัดส่วนอยู่ที่ 7% เท่านั้น ซึ่งเป้าหมายสำคัญคือ จะให้ภาพของช่อง 5 เป็นสถานีแห่งวงการกีฬา ด้านรายการข่าว จะเพิ่มสัดส่วนให้เกิน 20%

นอกจากนี้ ช่อง 5 ยังได้ใช้กลยุทธ์การจัดผังชน (Counter Programming) กับช่องอื่นๆ อีกด้วย คือ จัดวางรายการข่าวภาคค่ำออกอากาศเวลาเดียวกับสถานีข่าวสถานีอื่นๆ คือ ในเวลา 19.00 น. โดยไม่สนใจว่าผลกระทบจะเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพราะมีกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนแล้ว นอกจากนี้ยังใช้กลยุทธ์ท้าทาย (Challenging) อีกด้วยเป็นการนำเอารายการประเภทเดียวกันลงในเวลาเดียวกันเพื่อแย่งชิงกลุ่มผู้ชมกลุ่มเดียวกัน เช่น รายการข่าว รายการละครหลังข่าวที่มีสาระ ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติไทย มาคั่นกลางรายการข่าวไว้ โดยมีระยะเวลาเวลาออกอากาศ 1-2 ชั่วโมงติดต่อกัน ซึ่งกลยุทธ์นี้เหมาะสำหรับช่อง 5 เพราะสถานีโทรทัศน์ที่มีรายการสะสมอยู่มาก และมีผู้ชมประจำแน่นอน

จุดยืนของช่อง 5 คือ การเป็นสถานีข่าวของกองทัพบก ดังนั้น เนื้อหาสาระรวมถึงเนื้อหาในรายการข่าวภาคค่ำนั้นจึงมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกองทัพบก รวมถึงการมุ่งเน้นผลิตข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน เปิดโปงสิ่งไม่ดีในสังคม

สรุปจากวิจัย พบว่า ช่อง 5 ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม โดยนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงกลยุทธ์ด้านผังเวลา ดังมีรายละเอียดดังนี้

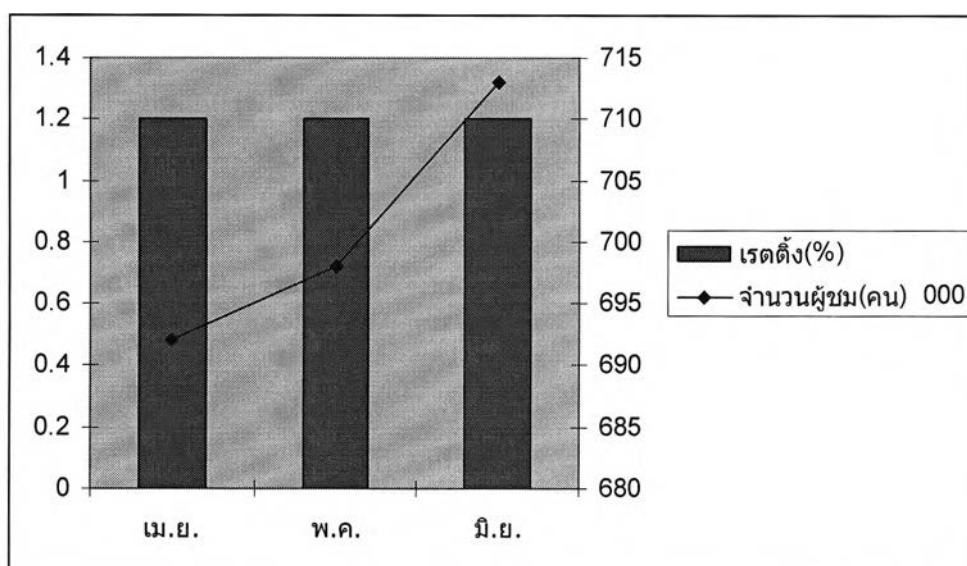
- 1) การสร้างความแตกต่าง ช่อง 5 สร้างความแตกต่างการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับกิจกรรมของกองทัพบก หรือข่าวทหาร ทั้งนี้เป็นการสร้างความแตกต่าง เพื่อสนองตอบกลุ่มผู้ชมที่มีลักษณะกลุ่มย่อยที่สนใจติดตามชมข่าวของกองทัพบก และการสร้างภาพลักษณ์ให้แตกต่าง โดยเน้นย้ำการเป็นสถานีข่าวของกองทัพบก มุ่งนำเสนอแต่ข่าวทหาร

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในส่วนการนำเสนอเนื้อหาข่าวบางประเภทให้เข้มข้นมากขึ้น อย่างเช่น การวิเคราะห์สถานการณ์โลก ในช่วง "เกาะติดสถานการณ์โลก" เป็นการออกอากาศ ในช่วงที่คนกำลังวิตกกังวลภาวะสงครามตะวันออกกลาง ซึ่งทำให้รายการข่าวภาคค่ำดูมีสีสัน

3) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งของรายการข่าวภาคค่ำนั้นคือการเป็นสถานีข่าว ที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นกลาง โดยนำเสนอเนื้อหาที่คุณค่าต่อสังคม โดยเน้นการนำเสนอ ข่าววิเคราะห์ข่าวต่างประเทศ ข่าวกองทัพ ข่าวทหาร และข่าวกีฬา

4) กลยุทธ์ด้านผังเวลา ช่อง 5 ใช้กลยุทธ์ท้าทาย (Challenging) โดยการจัดผังชน (Counter Programming) กับช่องอื่นๆ อีกด้วยคือ จัดวางรายการข่าวภาคค่ำออกอากาศเวลา เดียวกับสถานีข่าวสถานีอื่นๆ คือ ในเวลา 19.00น. โดยไม่สนใจว่าผลกระทบจะเป็นอย่างไร ทั้งนี้ เพราะมีกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนแล้ว

จากแผนภูมิที่ 4-4 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยเรตติ้ง (เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์) ผู้ชมรายการ ข่าวภาคค่ำตั้งแต่เดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 แสดงให้เห็นว่ามีค่าเท่ากับ 1.2% ซึ่งเป็นค่าคงที่แม้ว่าจำนวนผู้ชมจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นก็ตาม



แผนภูมิที่ 4-4 ค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำช่อง 5 เดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน 2547

ที่มา: AGB Nielsen Media Research (Thailand)

นั่นหมายความว่า การปรับเปลี่ยนของช่อง 5 นั้นไม่ได้มีผลต่อการเพิ่มจำนวนเรตติ้ง รายการข่าวภาคค่ำถึงแม้จะมีจำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นตาม ทั้งนี้จะเป็นเพราะสถานีข่าวช่องอื่นๆ ต่างพากันปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำเช่นเดียวกัน ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นก็คืออาจจะมีการเฉลี่ยส่วนแบ่งที่เพิ่มขึ้นนี้ไปด้วย จึงส่งผลให้เรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 ทั้ง 3 เดือนนั้นมี

ค่าเฉลี่ยที่ระดับคงที่คือ 1.2% และเมื่อเทียบกับก่อนหน้าที่จะปรับเปลี่ยนในเดือนมีนาคม นั้นพบว่า เรตติ้งเฉลี่ยนั้นอยู่ที่ 1.3% ซึ่งมากกว่าตอนทำการปรับเปลี่ยนอยู่ที่ 0.01% นั้นหมายความว่า การปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำของช่อง 5 นั้นไม่ได้มีผลต่อการปรับตัวขึ้นของค่าเรตติ้งเลย

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการเปลี่ยนแปลงของช่อง 5 จะไม่หือหาวมากนัก แต่ก็ถือได้ว่าเป็นก้าวแรกของช่อง 5 ที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่ระบบการแข่งขันธุรกิจโทรทัศน์อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการปรับผัง การจัดระเบียบองค์กรครั้งใหญ่

#### 4.2.3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>70</sup> กล่าวถึงสาเหตุการปรับเปลี่ยนการนำเสนอข่าวภาคค่ำของช่อง 7 ไว้ดังนี้ว่า

“แนวข่าว หรือวิธีการนำเสนอข่าวภาคค่ำยุคหลังเปลี่ยนไป มีการแข่งขันกันหลายส่วน แม้ว่าจะไม่ใช่ข่าวเป็นเวลาหลักเหมือนรายการ แต่ข่าวก็คือหัวใจของแต่ละสถานี ดังนั้นจึงมีการเปลี่ยนแปลงด้วยปรัชญาข่าวที่ว่า ข่าวไม่หยุดนิ่ง ก็เลยมีการปรับข่าว ที่มีต้อง มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Dynamic) เพราะคู่แข่ง มีเยอะราย สามประเด็นนี้นำไปสู่การปรับเปลี่ยน”

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาสรุปไว้เป็นประเด็นดังนี้

- 1) การนำเสนอรายการข่าวมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ด้วยวิธีการใหม่และหลากหลายขึ้น
- 2) สนองปรัชญาการทำงานข่าว ที่ว่า “ข่าวต้องไม่หยุดนิ่ง”
- 3) เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขันที่มีสถานีข่าวคู่แข่งจำนวนมาก

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้น สะท้อนถึงแนวทางในการดำเนินงานรายการข่าวภาคค่ำ โดยมุ่งเน้นการนำแนวความคิดทางการตลาดมาใช้ในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้ภาวะการแข่งขันเพื่อแย่งชิงเครือข่ายฐานผู้ชม อันจะนำมาซึ่งเรตติ้ง ยอดขายโฆษณา และรายได้ของสถานีตามมา

<sup>70</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน 2547.

ด้วยจุดยืนของสถานีภายใต้สโลแกน “ช่อง 7 สีทีวีเพื่อคุณ” และจุดแข็งของช่อง 7 คือการเป็นสถานีข่าวที่มีศักยภาพในการดำเนินงานด้านงานข่าว เนื่องจากมีทีมข่าวที่พร้อมทั่วทั้งประเทศ และศูนย์ข่าวภูมิภาคทั่วทั้งประเทศทำให้การดำเนินงานข่าวของช่อง 7 มีศักยภาพในการแข่งขัน จึงสามารถสร้างความแตกต่างให้กับช่อง 7 ได้ดี ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ และบุคคล นอกจากนี้ ศิริพร พุฒิทวี<sup>71</sup> ได้ให้สัมภาษณ์ถึงจุดเด่นของข่าวช่อง 7 ไว้ว่า

“ข้อเด่นของข่าวช่อง ๗ คือความรวดเร็วในการนำเสนอข่าว เรามีศูนย์ข่าวในภูมิภาคเยอะ ผู้ประกาศข่าวเราเป็นกลุ่มเดิม คนดูชอบ เนื้อหาข่าวเราก็มีหลากหลาย อย่างข่าวเจ้าเค้าชอบลีลาการนำเสนอ ข่าวกีฬา ก็เขียนมันส์ ส่วนชาวบ้านก็มีข่าวของคำรณ ข่าวช่วยชาวบ้าน ตีเรื่องคนดูด้วยสะกิดข่าว เรตติ้งไม่เคยตก เพราะยังไงๆ คนก็หมุนมาดูสะกิดข่าว”

การปรับให้เนื้อหาข่าวมีความหลากหลายขึ้นสามารถสนองตอบความต้องการบริโภคข่าวสารของผู้ชมช่อง 7 ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ของช่อง 7 ในส่วนบุคคลนั้น ช่อง 7 ได้จัดวางให้นางงามที่มีความรู้ความสามารถมาเป็นผู้ประกาศข่าวภาคค่ำ

เพื่อเป็นการเพิ่ม และขยายเครือข่ายฐานผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำ ช่อง 7 ได้ใช้แนวคิดโดยมุ่งไปที่ตลาดผู้ชม (Target Market) เป็นสำคัญ ด้วยการมุ่งผลิตรายการและการนำเสนอเนื้อหาตรงตามความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (Target Marketing) ที่มีความหลากหลายทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) อาทิเช่น ความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ การศึกษา และพื้นที่อยู่อาศัย เป็นต้น ศิริพร พุฒิทวี<sup>72</sup> ได้ให้รายละเอียดกลุ่มเป้าหมายไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ชม เป็นชาวบ้าน C+ ชนชั้นล่าง เหมือนไทยรัฐ ข่าวช่อง ๗ คือข่าวปริมาณ แต่ไม่ลึก เร็วแต่ไม่เพี้ยน ด้วยความที่ทำข่าวมานาน แหล่งข่าวเราไม่เสนอข่าวผิดพลาด

<sup>71</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิทวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

<sup>72</sup> สัมภาษณ์ ศิริพร พุฒิทวี, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 12 กันยายน 2547.

รวมถึงการใช้กลยุทธ์ด้านผังเวลาแบบทำซ้ำด้วยการจัดผังชนกับช่อง 3 และไอทีวี โดยจากการศึกษาเทปบันทึกรายการข่าวภาคค่ำและจากการสัมภาษณ์สุภาพชาย บุตรจันทร์<sup>73</sup> พบว่า ช่อง 7 ได้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง แล้วนำรายการละครไปคั่นกลาง

*“ตอนนี้ข่าวเจ็ดสี่เราแบ่งเป็นสองช่วงก่อนหกโมงเย็นถึงหกโมงนิต ห่มครึ่ง ถึงสองห่มครึ่ง มีเบรกย่อยโฆษณา ตามความเหมาะสมของสถานี”*

นอกจากนี้ผู้วิจัย ยังพบอีกว่า มีการใช้กลยุทธ์การจัดผังรายการข่าวภาคค่ำให้เหลื่อมกันกับสถานีคู่แข่ง (Bridging) อย่างไอทีวี โดยการนำรายการข่าวภาคค่ำตั้งแต่ต้นจนจบรายการก่อนสถานีคู่แข่ง เพื่อดึงดูดผู้ชมให้หันมาชมข่าวของช่อง 7 ก่อนรายการข่าวภาคค่ำของสถานีข่าวช่องอื่นๆ นั้น ในเวลา 17.45 น.

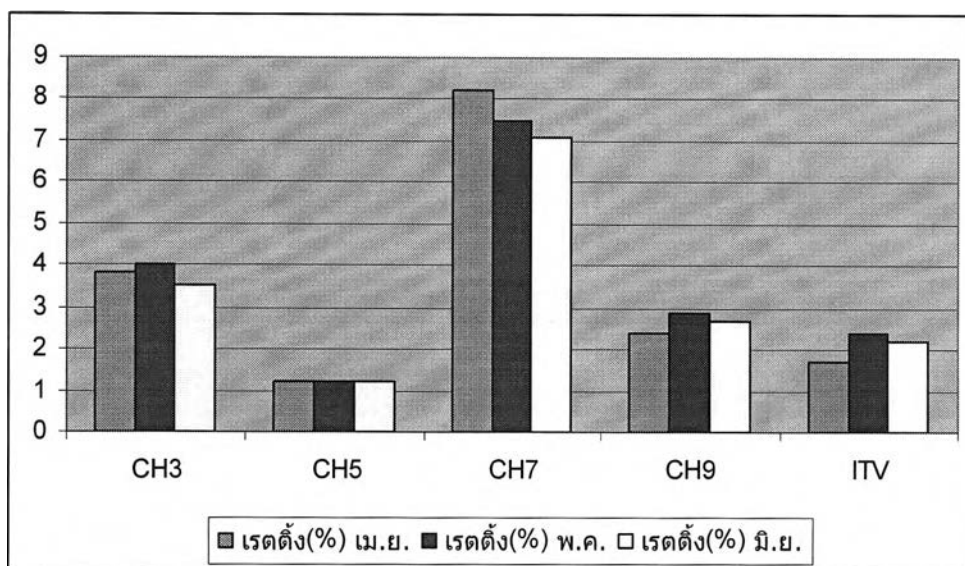
สรุปจากวิจัย พบว่า ช่อง 7 ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม โดยนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ บุคคล และกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงกลยุทธ์ด้านผังเวลา ดังมีรายละเอียดดังนี้

1) ช่อง 7 สร้างความแตกต่างให้กับรายการข่าวภาคค่ำด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่มีความหลากหลายในด้านประชากร ศาสตร์ (Demographics) อาทิเช่น ความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ การศึกษา และพื้นที่อยู่อาศัย เป็นต้น ปรับเปลี่ยนการนำเสนอให้สื่อสารได้เข้าใจง่าย ๆ และดูเป็นกันเองในรูปแบบที่สบาย ๆ มากขึ้นด้วยการพูดคุยกันระหว่างผู้ประกาศข่าวที่มีบุคลิกลักษณะเฉพาะของช่อง 7 คือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเช่น นางงาม นักกีฬา เป็นต้น

2) ช่อง 7 วางตำแหน่งให้เป็นสถานีที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ที่เหมาะกับผู้ชมทุกระดับชั้น

3) ช่อง 7 ใช้กลยุทธ์การจัดผังรายการชนกับช่อง 3 และไอทีวี คือรายการข่าวชนรายการข่าว รายการละครชนรายการละคร ทั้งนี้เทคนิคที่ช่อง 7 นำมาใช้คือการจัดผังในเรื่องเวลาให้เหลื่อมกันกับสถานีคู่แข่ง (Bridging)

<sup>73</sup> สัมภาษณ์ สุภาพชาย บุตรจันทร์, บรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 10 กันยายน 2547.



แผนภูมิที่ 4-5 ค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำในเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน 2547

ที่มา: AGB Nielsen Media Research (Thailand)

จากภาพจะเห็นได้ว่า ช่อง 7 นั้น ยังคงครองตำแหน่งเรตติ้งอันดับ 1 เรื่อยมาภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ทำการปรับเปลี่ยน แม้ว่าค่าเฉลี่ยนั้นจะค่อยๆ ลดลง โดยที่โมเดิร์นไนน์ทีวีและไอทีวีเข้ามาเอาแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดในส่วนของเรตติ้งไป และเมื่อเทียบกับก่อนหน้าที่จะทำการปรับเปลี่ยนนั้นพบว่าเรตติ้งของช่อง 7 ลดลงจากเดิมในเดือนมีนาคมที่มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งอยู่ที่ 9.2% แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าปรับเปลี่ยนในครั้งนี้อะไรก็ไม่มีผล ทั้งนี้เป็นเพราะทุกสถานีต่างพากันปรับเปลี่ยน โดยเฉพาะไอทีวีและโมเดิร์นไนน์ที่ประกาศปรับผังครั้งยิ่งใหญ่ ทำให้เกิดการช่วงชิงส่วนแบ่งเรตติ้ง แต่อย่างไรก็ตามช่อง 7 ก็ยังคงครองอันดับ 1 แม้ว่าจะก่อนทำการปรับเปลี่ยนหรือหลังจากทำการปรับเปลี่ยนและมีปัจจัยผลกระทบจากคู่แข่งอย่างไอทีวีและโมเดิร์นไนน์ก็ตาม

#### 4.2.4 สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

การที่โมเดิร์นไนน์ทีวีปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์เพื่อก้าวมาสู่การเป็นสถานีข่าวสารและสาระ (Edutainment) แทนไอทีวีที่หันไปสนใจให้ความสำคัญกับรายการบันเทิงมากขึ้น ถือได้ว่าเป็นการ Rebranding องค์กรใหม่ภายใต้ชื่อ โมเดิร์นไนน์ทีวี โทรทัศน์แห่งความทันสมัย

การถูกปล่อยปละละเลยมานาน ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ขาดบุคลิกที่ชัดเจน ไม่อยู่ในสภาพที่แข่งขันกับทีวีช่องไหนๆ ดังนั้นการสร้างบุคลิกของ ช่อง 9 ขึ้นมาใหม่ (Positioning) เพื่อมุ่งสู่ การเป็นสถานีข่าวเนื่องจากจุดแข็งซึ่งก็คือ สำนักข่าวไทย

จุดแข็ง (Strength) ของช่อง 9 คือ การมีสำนักข่าวไทย เป็นกำลังหลักที่จะใช้ในการผลิตข่าว มีทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือ มีทีมงานข่าว 300 คน จัดเป็นสำนักข่าวขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง ที่ผลิตข่าวป้อนให้กับวิทยุ หนังสือข่าว อินเทอร์เน็ตการเลือกมุ่งเน้นไปที่ข่าวและสาระ และความสัมพันธ์กับสำนักข่าวต่างประเทศรวมถึงเครือข่ายสถานีวิทยุกว่า 60 สถานีทั่วประเทศและสื่อสิ่งพิมพ์ที่พร้อมจะผลิตข่าวที่มีสาระและหลากหลาย เพื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวประกอบกับการที่ไอทีวิสัยสูญเสียภาพลักษณ์ในด้านข่าวไป ซึ่งกลายเป็นช่องว่างที่โมเดิร์นไนน์ทีวีจะผลักดันให้เป็นสถานีข่าวสารและสาระ แต่ทั้งนี้จุดอ่อนของโมเดิร์นไนน์ทีวี คือ ระบบราชการ ทำให้งานล่าช้า และไม่ได้มีการแบ่งการเสนอรายการข่าวแบบชัดเจน ดังนั้นเพื่อเป็นการ Repositioning รายการข่าวภาคค่ำของช่อง 9 ในยุคที่เป็นโมเดิร์นไนน์ทีวี วิโชค อางหาญ<sup>74</sup> ได้กล่าวถึงแนวทางการนำเสนอเข้าไว้ว่า ต้องมีการปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนการนำเสนอรายการและการนำเสนอเนื้อหาข่าว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ชมขึ้น

*“ตัวเนื้อหาข่าว กระชับ เน้นเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับประชาชน หรือระหว่างประชาชนด้วยกัน เสนอจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน เสนอให้ภาครัฐได้รับรู้เพื่อแก้ปัญหาทุกข์ พร้อมเสนอสาระ บันเทิงด้วย”*

และที่สำคัญ ยังต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ด้วยการนำเสนอข่าวในรูปแบบมากขึ้น อย่างเช่นการนำเสนอข่าวในเชิงสารคดี หรือสาระประโยชน์ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่เป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นมาแล้วกับสถานีโทรทัศน์ทั่วโลก เพราะข่าวในวันนี้ไม่ได้ถูกจำกัดแค่ข่าวการเมือง หรืออาชญากรรม หรือเศรษฐกิจ เพราะผู้บริโภคเรียนรู้ที่จะเปิดรับ

กิตติศักดิ์ วงศ์จรสุช<sup>75</sup> ได้ให้สัมภาษณ์ถึงแนวทางการต่อสู้ในภาวะการแข่งขันเพื่อได้มาซึ่งส่วนแบ่งเรตติ้งในรายการภาคค่ำ โมเดิร์นไนน์ทีวีได้มุ่งใช้แนวความคิดมุ่งการตลาดโดยเฉพาะตลาดผู้ชมรายการข่าวภาคค่ำเป็นสำคัญโดยได้ปรับแบบ Outside in perspective คือ มองจากภายนอกซึ่งก็คือ ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารในรายการข่าวภาคค่ำเพื่อนำมา

<sup>74</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อางหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

<sup>75</sup> สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์จรสุช, ผู้กำกับรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี, 25 กันยายน 2547.



ทำการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (รายการข่าวภาคคำห้ทั้งการนำเสนอ รายการและการนำเสนอเนื้อหา) ให้มีคุณภาพและตรงความต้องการของผู้ชมเป้าหมายมากที่สุด

“ข่าวแข่งกันแรง ด้วยยุคสังคมข่าวสาร ทุกอาชีพต้องอาศัยข่าวสาร คน เลยหันมาดูข่าวสารกันมาก รายการข่าวเลยมีมาก ข่าวคือรายการหลัก ของสถานีเลยเกิดการแข่งขันดึงคนดูมาให้มาก โฆษณาเลยแข่งกัน ดังนั้นถ้าจะปรับ ต้องปรับ แบบ Outside – in แทน”

นอกจากนี้วิโชค อาจหาญ<sup>76</sup> ได้เสริมว่า ได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งก็คือ จุด แข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อทำความรู้จักกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือ รายการข่าว ภาคคำ

“มีหลายอย่าง หนึ่ง เนื้อหาสาระที่เราต้องดูตัวเองว่าเข้าเป้าหรือยัง สองตลาดโฆษณาของเราถูกค้ายอมรับหรือยัง ตรงเป้าหรือเปล่าที่เรา เสนอไปแต่ละวัน ผู้ชมต้องการบริโภครสชาติแบบไหน เราปรุงถูกต้อง หรือยัง เป็นไปตามที่ต้องการผู้บริโภคหรือเปล่า มองว่าวัฒนธรรม พฤติกรรมของคนเปลี่ยนใช้ใหม่ และที่เราปรับด้วยเหตุผลทางการตลาด ด้วย และ เราต้องเปลี่ยนพฤติกรรม ผู้บริโภคอย่างเราดูละครอยู่จะไม่ กลับมาดูข่าว แต่หากดูข่าวก่อนแล้วจะกลับไปดูละครน้อยลง คนที่ไม่ ชอบละครจะติดดูข่าว ส่วนคนชอบก็อาจจะสวิตซ์ไปดูละคร เราต้อง ยอมรับความจริงว่า นิสัยคนไทยไม่ค่อยดูข่าว ชอบดูละคร เราต้องปรับ ระยะเวลาข่าวเสนอให้เหมาะกับผู้ชม อย่างข่าวภาคคำ มีข่าวในประเทศ ต่างประเทศ ลงทุน บันเทิง มัดตาสังข์ในนั้น หากเราใส่ข่าวไปตลอดคน ไม่อยากดู เหมือนนักเรียนอยากโดดร่มเราเลยต้องใส่บันเทิงไปแต่เป็น บันเทิงมีสาระอย่างเกมทศกัณฐ์ คนจะเล่นได้ต้องดูข่าวซึ่งการเปลี่ยน ต้องค่อยๆ เปลี่ยนให้คนเริ่มชินและจะมีพฤติกรรมตาม”

<sup>76</sup> สัมภาษณ์ วิโชค อาจหาญ, บรรณาธิการข่าว รักษาการหัวหน้าฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์น ไนน์ทีวี, 21 กันยายน 2547.

ทั้งนี้เพราะประเภทข่าวที่โมเดิร์นไนน์ทีวีนำเสนอ นั้น ประกอบด้วยข่าวที่เป็นข่าวหนักอย่างข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจการลงทุน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป็นต้น

รวมถึง กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร ด้วยการร่วมมือกับสำนักข่าวต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น CNN สำนักข่าว CNBC เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในการนำเสนอข่าว นอกจากนี้โมเดิร์นไนน์ทีวีได้นำกลยุทธ์การจัดผังรายการอื่นๆ มาดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ Flow Through มายังรายการข่าวภาคค่ำของโมเดิร์นไนน์ทีวี เพื่อสร้างการจดจำ ด้วยการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำต่อเนื่องทุกวัน (Stripping) แล้ว ยังใช้กลยุทธ์การสร้างเต็นท์ซึ่งเป็นเป็นการนำเอารายการเด่นๆ ไว้ระหว่างรายการที่ยังไม่เป็นที่นิยม เพื่อให้ผู้ชมคอยชมรายการที่เป็นที่นิยม จะได้มีโอกาสชมบางส่วนของรายการที่ยังไม่ได้รับความนิยมและรู้สึกสนใจส่วนตัวส่วนหนึ่งของรายการบ้างโดยการนำเอารายการเกมส์โชว์อย่างเกมส์ทศกัณฐ์ มาไว้ระหว่างรายการข่าวภาคค่ำ ส่วนกลยุทธ์ในเรื่องเวลานั้น โมเดิร์นไนน์ด้วยการการจัดผังเวลาแบบทำท่ายและแบบชนกับสถานีข่าวอื่นด้วยการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในเวลา 19.00 น. และคืนรายการประเภทเกมส์โชว์อย่างเกมส์ทศกัณฐ์ ระหว่างรายการข่าวภาคค่ำ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางอ้อมที่โมเดิร์นไนน์นำมาใช้เพื่อเป็นการกระตุ้นผู้ชมให้หันมาติดตามชมรายการข่าวภาคค่ำของโมเดิร์นไนน์มากขึ้น เนื่องจากการที่จะสามารถเล่นเกมส์ ตอบคำถามจากรายการเกมส์ทศกัณฐ์ได้นั้น จะต้องติดตามชมรายการข่าวภาคค่ำของโมเดิร์นไนน์ทีวี

สรุปจากวิจัย พบว่าโมเดิร์นไนน์ทีวี ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม โดยนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ บุคคล และกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงกลยุทธ์ด้านผังเวลา ดังมีรายละเอียดดังนี้

#### 1) การวางตำแหน่งของสถานีให้เป็นสถานีข่าว (Brand Positioning)

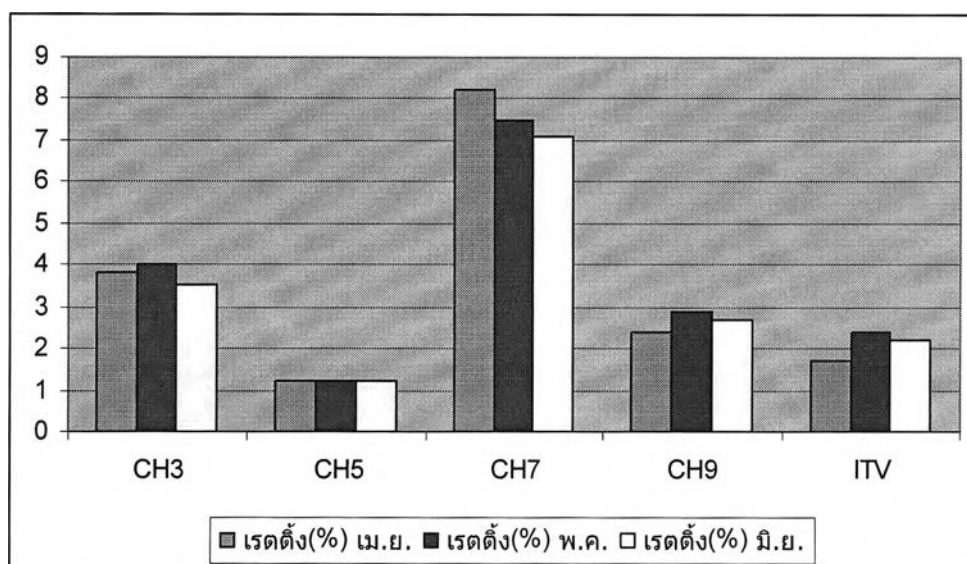
การถูกปล่อยปลละละเลยมานาน ทำให้ช่อง 9 ขาดบุคลิกที่ชัดเจน ไม่อยู่ในสภาพที่แข่งขัน ดังนั้นช่อง 9 ในยุคโมเดิร์นไนน์ทีวี ทำนั่นคือ การสร้างบุคลิกของ ช่อง 9 ขึ้นมาใหม่ โดยอาศัยทรัพยากรข่าวจากสำนักข่าวไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง (Strength) ในการที่จะเป็นกำลังหลักในการผลิตข่าว มีทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือ มีทีมงานข่าว 300 คน จัดเป็นสำนักข่าวขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง ที่ผลิตข่าวป้อนให้กับวิทยุ หนังสือข่าว อินเทอร์เน็ต ประกอบกับการที่ไอทีวีได้เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์การเป็นสถานีข่าวไปเป็นสถานีบันเทิงเช่นเดียวกับช่อง 3 ดังนั้นจึงกลายเป็นช่องว่างที่โมเดิร์นไนน์ทีวีผลักดันเพื่อก้าวไปเป็นสถานีข่าวสารและสาระ

#### 2) ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์สถานีใหม่ (Rebranding) องค์กรจากรัฐ มาเป็นรัฐวิสาหกิจบริหารงานโดยเอกชน

3) สร้างจุดขาย (Selling point) ด้วยการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ชาวในวันนี้ไม่ได้ถูกจำกัดแค่ข่าวการเมือง หรืออาชญากรรม หรือเศรษฐกิจ เพราะผู้บริโภคเรียนรู้ที่จะเปิดรับกับการนำเสนอข่าวในรูปแบบมากขึ้น อย่างเช่นการนำเสนอข่าวในเชิงสารคดี หรือสาระประโยชน์ รวมถึงการสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ และตัวบุคคลซึ่งก็คือผู้ประกาศ โดยได้มีการจัดวางผู้ประกาศข่าวซึ่งเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ ที่ทันสมัยมาประกาศข่าวคู่กับผู้ประกาศข่าวของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เดิม

4) กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร ด้วยการร่วมมือกับสำนักข่าวต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น CNN สำนักข่าว CNBC เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในการนำเสนอข่าว

5) กลยุทธ์การจัดผังรายการแบบเต็นท์ (Tent polling) โดยนำรายการที่มีเรตติ้ง (Rating) ต่ำอย่างเกมส์ทศกัณฐ์มาดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ Flow Through มายังรายการข่าวภาคค่ำของโมเดิร์นไนน์ทีวี



แผนภูมิที่ 4-6 ค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำช่อง 3,5,7,9 และไอทีวี เมษายน-มิถุนายน 2547  
ที่มา: เอ.ซี เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

จากแผนภูมิข้างต้นพบว่า เรตติ้งของโมเดิร์นไนน์ทีวีได้ระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ หลังจากที่ทำการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรไปภายใต้จุดยืนการเป็นสถานีข่าวสารและสาระ โดยก่อนหน้านี้ในเดือนเมษายน นั้นเรตติ้งเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2% เดือนพฤษภาคม อยู่ที่ 2.9% และตกลงมาอยู่ที่ 2.7% ในเดือนมิถุนายน ซึ่งเป็นเดือนที่ช่อง 3 ทำการปรับผังรายการข่าวภาคค่ำใหม่อีกครั้งเพื่อสู้กับไอทีวี และโมเดิร์นไนน์ทีวี นั้นหมายความว่า โมเดิร์นไนน์ประสบความสำเร็จในตัดสินใจเพื่อทำการ

เปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการปรับภาพลักษณ์องค์กรใหม่ การวางตำแหน่งสถานีข่าวใหม่ ให้ชัดเจน และการนำกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ มาใช้ในการปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการข่าว ภาคค่ำ ดังจะเห็นได้จากอัตราค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำที่จำนวนเพิ่มขึ้น

#### 4.2.5 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

จากการศึกษาแหล่งข้อมูลเอกสาร เช่น ข่าวและบทความและจากการศึกษาเทปบันทึก รายการข่าวภาคค่ำ สามารถระบุได้ว่า ในเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2547 นั้น ไอทีวีได้ทำการปรับเปลี่ยนตำแหน่งสถานีข่าวใหม่หรือ Repositioning ทั้งนี้เนื่องจากการที่ไอทีวี ประสบปัญหา รายได้ โดยหันไปให้ ผู้นำนักในการผลิตละครมากขึ้น ทำให้ ไอทีวีสูญเสียภาพลักษณ์ในด้านข่าว ไป ประกอบกับบุคลิกเดิมที่มีแค่มุมเดียว ทำให้ความนิยมที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ หรือเรตติ้ง (Rating) น้อยลง ด้วยการปรับการนำเสนอเนื้อหาให้หลายหลากกับกลุ่มผู้ชม ต่างจังหวัดด้วยการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ไปสู่การเป็นสถานีแห่งบันเทิง เช่นเดียวกับช่อง 3 ซึ่งเป็นการสร้างจุดยืนใหม่จากเดิมที่เป็นสถานีข่าว ปรับเปลี่ยนสโลแกนใหม่เป็น “ไอทีวี ไม่ดูไม่ได้แล้ว”

รวมถึงการปรับผังเพื่อขยายเวลาไพรม์ไทม์หรือช่วงโงงทองให้การขายโฆษณาอันจะนำมาซึ่งรายได้ของสถานีให้มากขึ้นโดยกำหนดให้ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาของครอบครัวเช่นเดียวกับช่อง 5 โดยใช้ชื่อเรียกช่วงเวลาดังกล่าวนี้ว่า Happy Hour

ทรงศักดิ์ เปรมสุข<sup>77</sup> กล่าวว่า “...ช่วงไพรม์ไทม์เป็นช่วงสงครามทีวีก็ว่าได้ เราไม่สู้แบบหัวชนฝา แต่คงแทรกตัวเองด้วยการสร้างโปรดักส์ที่แตกต่างบนพื้นฐานที่มองเห็นผู้บริโภคชัดเจนในเมื่อจุดแข็งของไอทีวีมาจากการเป็นสถานีที่ให้สาระ ก่อนบันเทิงเราจึงพยายามเอาจุดแข็งตรงนี้กระจายออกไปหากกลุ่มคนต่างๆ”

ทรงศักดิ์ เปรมสุข<sup>78</sup> กล่าวไว้อีกว่า ไอทีวีนำแนวความคิดทางการตลาด โดยมุ่งไปที่ตลาดผู้ชมเช่นเดียวกับอีก 4 สถานีข่าวเพื่อต้องการสร้างผลิตภัณฑ์อันเป็นจุดแข็งซึ่งก็คือรายการข่าว ให้แตกต่างโดยการนำมความบันเทิงมาผสมผสานในการปรับเปลี่ยนทั้งการนำเสนอรายการและเนื้อหาข่าว

<sup>77</sup> ปุตตรา, “สามสิ่งพีทีวี,” นิตยสารแพรว รายปักษ์ (10 กันยายน 2548). หน้า 291-292.

<sup>78</sup> ปุตตรา, “สามสิ่งพีทีวี,” นิตยสารแพรว รายปักษ์ (10 กันยายน 2548). หน้า 291-292.

“ผมกลับมาเปลี่ยนสโลแกนของไอทีวีใหม่ จากเดิมที่บอกว่า ‘ไอทีวี ทีวีของคนรุ่นใหม่’ เปลี่ยนมาเป็น ‘ไอทีวี ความสุขของทุกคนในครอบครัว’ ต่อจากนั้นผมตั้งคำถามกับการนำเสนอข่าวว่า แทนที่เราทำข่าวให้คุณพ่อคุณเดียว ทำไมไม่ทำข่าวให้คุณแม่คุณด้วย หรือให้เด็ก หรือวัยรุ่นหนุ่มสาวดูวิธีคิดเรื่อง *segmentation* ในข่าวจึงเริ่มชัดขึ้น เรื่อย ๆ”

การปรับผังเวลาการออกอากาศรายการข่าวภาคค่ำ ส่งผลให้การนำเสนอแบ่งออกเป็นสองช่วงด้วยกัน โดยมีรายการประเภทอื่นๆ มาคั่น เช่น รายการละคร รายการเกมโชว์ เป็นต้น โดยในช่วงแรกซึ่งออกอากาศเวลา 18.00 น. -19.00 น. จะเป็นการรายงานข่าวเด่นประจำวัน พาดหัวข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา เพื่อนำเสนอเนื้อหา ความคืบหน้าของเหตุการณ์ให้คนได้ดูก่อน สถานีอื่นต่อด้วยรายการละคร วิทยุคนคมหัตถ์จรรยา คั่นกลางระหว่างรายการข่าวภาคค่ำ ส่วนช่วงที่ 2 นั้นออกอากาศเวลา 20.00 น. เป็นการนำเสนอข่าวในพระราชสำนัก ทั้งนี้เพื่อผลในการเพิ่มผู้ชมในลักษณะกลุ่มครอบครัว

เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมในต่างจังหวัด ไอทีวีได้นำเอาตัวแปรซึ่งก็คือเวลาออกอากาศ และเนื้อหาข่าว มาเป็นปัจจัยในการปรับเปลี่ยนเวลาการออกอากาศ และการนำเสนอเนื้อหา เช่นเดียวกับช่อง 3 ที่มีการแบ่งข่าวภาคค่ำออกเป็น 2 ช่วง โดยช่วงแรกนั้นไอทีวีนำเสนอข่าวสำหรับกลุ่มผู้ชมต่างจังหวัด ดังนั้นเนื้อหาข่าวจึงเป็นการรายงานเหตุการณ์ประจำวันให้รับทราบ อย่างข้างสังคม ข่าวอาชญากรรม ข่าวภูมิภาค และข่าวทุกข์ชาวบ้าน

นอกจากนี้ไอทีวียังเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในประเทศไทยที่นำเฮลิคอปเตอร์มาใช้ในการรายงานข่าวด่วนทุกเหตุการณ์ และจากทุกสถานที่ทั่วประเทศไทย ด้วยทีมงานคุณภาพ Sky News ที่พร้อมจะออกปฏิบัติการตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยมุมมองที่รวดเร็ว และกว้างขวางไม่เหมือนใคร เฮลิคอปเตอร์ปฏิบัติการข่าว Sky News ของสถานีฯ สามารถบินขึ้นปฏิบัติการได้ภายใน 5 นาที ติดตั้งระบบอัตโนมัติ ทำให้ส่งภาพสดออกอากาศได้ทันที ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างในลักษณะวิธีการรายงานข่าว รวมถึงการพัฒนารายการข่าวด้วยการปรับปรุงพัฒนา รายการข่าวภาคค่ำให้มีคุณภาพมากที่สุด ด้วยการพัฒนาเครือข่ายในการรับ ส่งสัญญาณรายการ ด้วยการติดตั้งเสาส่งสัญญาณที่สูงที่สุดของประเทศไทยบนอาคารใบหยก 2 กรุงเทพมหานคร ในสถานีส่งโดยส่วนมากจะติดตั้งอุปกรณ์ส่งสัญญาณ 2 ชุด ที่เสาส่งสัญญาณ ทำให้สามารถส่งสัญญาณได้ต่อเนื่องตลอดเวลา ในกรณีที่อุปกรณ์ชุดหนึ่งชุดใดขัดข้อง รวมถึงมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์สนับสนุนในการผลิตรายการและรายงานข่าวนอกสถานที่ โดยมีรถ OB (Outside

Broadcasting) ที่มีอุปกรณ์ผลิตรายการในระบบดิจิทัลที่ทันสมัย สามารถใช้ผลิตรายการนอกสถานที่และบันทึกลงเทปเพื่อใช้แพร่ภาพ ทรน OB ยังสามารถใช้เพื่อถ่ายทอดรายการสดนอกสถานที่ โดยจะทำงานร่วมกับทรน Satellite News Gathering (SNG) ที่มีจานรับส่งสัญญาณดาวเทียมทำหน้าที่เชื่อมสัญญาณภาพและเสียงกับสถานีแม่ข่ายที่กรุงเทพฯ เพื่อแพร่ภาพออกอากาศต่อไป ในการเชื่อมสัญญาณเครือข่ายและการแพร่ภาพออกอากาศ

รวมถึงการจัดผังรายการ โดยนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำในเป็นประจำต่อเนื่องทุกวัน (Stripping) เช่นเดียวกับสถานีข่าวทั้ง 4 สถานีแล้ว ยังใช้กลยุทธ์ทำลายด้วยการจัดผังรายการข่าวภาคค่ำแบบชน (Counter Programming) กับช่อง 3 และช่อง 7 คือนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1 ค้นด้วยละครและตามด้วยการรายข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2 เช่นเดียวกัน การที่ไอทีวีกล้าจัดผังชนกับช่อง 3 และช่อง 7 นั้นเนื่องจากว่าไอทีวีมีมันในใจศักยภาพรายการข่าวภาคค่ำซึ่งเป็นจุดแข็งของไอทีวีว่าเป็นรายการดี มีคุณภาพ ประกอบกับชื่อเสียงในฐานะการเป็นสถานีข่าว และยังเป็นที่ยอมรับในการนำเสนอข่าวประเภทข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน แม้ว่าละครจะสู้ไม่ได้ก็ตาม

สรุปจากวิจัย พบว่าไอทีวี ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลา และเพิ่มรายได้ของสถานี ฯ บริษัท ฯ ได้กำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) โดยนำเสนอรายการที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมเป้าหมายนั้น ๆ แต่รูปแบบรายการไม่เหมือนกับของสถานีอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียว ซึ่งบริษัทมีกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้บรรลุแนวทางข้างต้น ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านผังเวลา สถานี ฯ ได้จัดทำผังรายการให้มีความชัดเจน เพื่อคงความเป็นสถานีข่าวและบันเทิงที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสร้างพฤติกรรมของผู้ชมให้จดจำวันและเวลาของรายการที่ออกอากาศได้ เพื่อดึงดูดผู้ชมให้ไหลเข้ามารายการ (Flow Through)

2) กลยุทธ์ด้านคุณภาพรายการ สำหรับรายการประเภทข่าวและสาระบริษัท ฯ เน้นการผลิตรายการข่าว วิเคราะห์ข่าว และสารคดีเชิงข่าวที่มีคุณภาพครอบคลุมประเภทต่าง ๆ ของข่าว เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม อาชญากรรม ข่าวต่างประเทศ กีฬา เทคโนโลยี บันเทิง เกษตร และอื่น ๆ ให้มีความถูกต้องทันต่อเหตุการณ์ มีประเด็นนำเสนอในหลายมุมมอง

3) การสร้างความแตกต่างด้วยการนำเฮลิคอปเตอร์ปฏิบัติการข่าว Sky News

4) การวางตำแหน่งรายการข่าวภาคค่ำของไอทีวีใหม่โดยหันไปหาผู้ชมที่เป็นกลุ่มต่างจังหวัดซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ และสร้างบุคลิกข่าวภาคค่ำของไอทีวีใหม่ให้มีหลายมุมมอง เพื่อสนองผู้ชมที่มีความหลากหลายทางด้านประชากรศาสตร์

ช่อง	เรตติ้ง(เฉลี่ย)		
	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
ช่อง 3	3.8	4	3.5
ช่อง 5	1.2	1.2	1.2
ช่อง 7	8.2	7.5	7.1
ช่อง 9	2.4	2.9	2.7
<b>ไอทีวี</b>	<b>1.7</b>	<b>2.4</b>	<b>2.2</b>

ตารางที่4-2 ค่าเฉลี่ยเรตติ้งรายการข่าวภาคค่ำช่อง 3,5,7,9 และไอทีวี

เดือนเมษายน-มิถุนายน 2547

ที่มา: AGB Nielsen Media Research (Thailand)

จากตารางค่าเฉลี่ยอัตราความนิยมของผู้ชม (Rating) เดือนเมษายน พ.ศ. 2547 แสดงให้เห็นว่า ภายหลังจากไอทีวีมีการปรับผังรายการใหม่ โดยหันมาเน้นรายการบันเทิงในช่วงไพรม์ไทม์มากขึ้น ส่งผลให้เรตติ้งผู้ชมของไอทีวีมีจำนวนสูงขึ้น ซึ่งเป็นเพียงสถานีเดียวเท่านั้น โดยในช่วง Happy Hour เพิ่มขึ้น เรตติ้งระดับ 2-3 โดยเป็นเรตติ้งคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงขึ้นลง รวมถึงรายการข่าวภาคค่ำที่มีเรตติ้งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากเดือนเมษายนจาก 1.7% เพิ่มเป็น 2.4% ในเดือนพฤษภาคมและลดลงเพียงเล็กน้อยอยู่ที่ระดับ2.2%ในเดือนมิถุนายนซึ่งเป็นเดือนที่ช่อง 3 ประกาศปรับผังใหม่โดยหันมาเน้นรายการบันเทิงมากขึ้นและเพิ่มขึ้นจากเดิมในเดือนมีนาคม ที่ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2%