



## แผนการจัดทำรายการประจำปี 2557

### หลักการและเหตุผล

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) มีพันธกิจในการผลิตรายการและให้บริการข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์การเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือผลประโยชน์ของสาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ โดยในปัจจุบัน ส.ส.ท.มีภารกิจในการแพร่ภาพออกอากาศทางโทรทัศน์ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 05.00 น. ถึง 02.00 น. วันละ 21 ชั่วโมง หรือ 147 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ รวมปีละ 7,644 ชั่วโมง อันเป็นการดำเนินการให้บริการของสื่อสาธารณะตามมาตรา 7 และเป้าหมายในการเผยแพร่รายการตามมาตรา 43 แห่ง พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551

ในการดำเนินการดังกล่าว ส.ส.ท.ได้จัดทำแผนการจัดทำรายการประจำปี 2557 เพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการผลิต จัดทำรายการด้านข่าวสาร สารประโยชน์ และสารบันเทิง ที่ให้บริการบนช่องทางสื่อของ ส.ส.ท. คือ โทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมถึงวิทยุออนไลน์ เว็บไซต์ เว็บทีวี และ Social Media ต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและสอดคล้องกับแผนงบประมาณประจำปี ภายใต้กรอบนโยบายด้านสื่อและรายการของคณะกรรมการนโยบาย (2 สิงหาคม 2553) นโยบายด้านคุณภาพรายการและข้อปฏิบัติด้านจริยธรรมและนโยบายด้านสื่ออินเทอร์เน็ต (10 กันยายน 2552) นโยบายด้านสื่อและเทคโนโลยีการผลิต การเผยแพร่รายการและเทคโนโลยีสารสนเทศ (15 มีนาคม 2553) รวมถึงนโยบายของคณะกรรมการนโยบายปี 2556 ซึ่งประกอบด้วยนโยบายด้านข่าวสารและรายการนโยบายด้านสร้างสรรค์ความดีงามให้แก่สังคม นโยบายด้านการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของ นโยบายด้านการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ของคนทุกกลุ่ม และนโยบายด้านเทคโนโลยีและแผนยุทธศาสตร์ 5P 1R

นอกจากนั้น แผนการจัดทำรายการประจำปี 2557 ยังได้บูรณาการความเห็นจากสภาผู้ชม ผู้ฟังรายการซึ่งแนะนำให้พิจารณาความรอบด้านของข่าว ความถูกต้อง รวดเร็ว มีความโดดเด่นในประเด็นข่าวยุทธศาสตร์ สะท้อนมุมมองภาคประชาสังคมก่อนนโยบายสาธารณะ ขณะเดียวกันก็มีรายการสารบันเทิงที่สร้างแรงบันดาลใจ และรายการสารประโยชน์ที่เปิดโลกทัศน์และสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชมด้วยความน่าเชื่อถือ รวมถึงการใช้สื่อใหม่เชื่อมโยงผู้ชมผู้ฟังรายการผ่านช่องทางอันหลากหลาย ตลอดจนการจัดวางผังรายการให้มีสัดส่วนของข่าวร้อยละ 50 และรายการร้อยละ 50 ตามมติของคณะกรรมการนโยบาย 2556

## เป้าหมาย

1. เป็นสื่อสาธารณะที่ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจ เป็นที่ยอมรับจากผู้ชม ผู้ฟังและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยข่าวค่ำไทยพีบีเอส ได้รับความนิยมนับเป็นอันดับ 4 ของฟรีทีวี
2. สร้างมาตรฐานรายการทีวีสาธารณะ เพื่อเป็นต้นแบบของทีวีสาธารณะที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต
3. ขยายฐานผู้ชม ผู้ฟังให้เพิ่มมากขึ้นจากปี 2556 โดยมีส่วนแบ่งการรับชมทางหน้าจอโทรทัศน์เป็น 5% ของผู้รับชมทางฟรีทีวีทั้งหมด และมีจำนวนผู้ชมผู้ฟังทางสื่อออนไลน์และ Social Media เพิ่มขึ้นปีละ 30%
4. เตรียมพร้อมการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ดิจิทัล ช่อง HD 2 ช่อง คือ ช่องข่าว และช่องเด็ก-ครอบครัว
5. มีเว็บไซต์ให้บริการข่าวภาษาอังกฤษอย่างสมบูรณ์

## กลยุทธ์

1. การให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพรายการที่เป็น Signature ของช่อง อาทิ ท้องโลกกว้าง เปิดปม ครอบครัวเดียวกัน กินอยู่คือ ชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร ขบวนการพินันนม ไทยพีบีเอสคิดส์ นักข่าวพลเมือง สารคดีไทยพีบีเอส ดนตรีวิถีศิลป์ และรายการที่นี้ไทยพีบีเอส ฯลฯ
2. การให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ (Creative) การนำเสนอที่แปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้ชมที่หลากหลาย ในการผลิตข่าวและรายการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมสื่อที่รุนแรงยิ่งขึ้น
3. การใช้ ประเด็นหลักสำคัญ (Thematic Program) ในการผลิตข่าวและรายการ เพื่อสร้างผลกระทบ ด้านบวกให้กับสังคมโดยรวม
4. วางตำแหน่งของความเป็นผู้นำด้านรายการเด็ก สำหรับเด็ก อายุ 3-12 ปี ด้วยการสร้าง Kids Community /Kids society
5. วางตำแหน่งของความเป็นผู้นำด้านรายการสารคดี ด้วยการให้นำหนักกับการผลิตรายการประเภท สารคดีมากขึ้น และการกำหนดให้มีละครแห่งปี เพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่างเฉพาะ
6. การวางแผนการผลิตรายการที่มีมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ในอนาคต
7. เพิ่มความหลากหลายของประเด็นและแหล่งข้อมูลในรายการภาคพลเมือง
8. การคัดเลือกหรือสรรหาทีมผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้เหมาะสมกับการผลิต รายการที่มีกำหนดเนื้อหาเป็นวาระพิเศษ

9. วางตำแหน่งของข่าวคำไทยพีบีเอสให้ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 4 ของฟรีทีวี ด้วยการเป็นผู้นำกระแส โดยมีความโดดเด่นในข่าว Style Investigative นำเสนอข่าวที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ของประเด็นข่าว กระชับ สั้น รอบด้าน ได้ใจความชัดเจน
10. สร้างการจดจำด้วยการกำหนดผังรายการอย่างต่อเนื่อง และวางผังรายการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมที่เปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการรับสื่อของผู้ชม ผู้ฟัง และการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ
11. การเข้าถึงกลุ่มผู้ชม ผู้ฟัง ด้วยการบูรณาการทุกช่องทางสื่อของ ส.ท.ท. (Multi Platform)
12. การใช้ยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) มาประยุกต์ใช้กับการขยายฐานผู้ชม
13. แสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการผลิตข่าวและรายการให้ได้เฉลี่ย ไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
14. มีการประเมินคุณภาพข่าวและรายการอย่างต่อเนื่องเป็นระบบเพื่อให้สามารถนำข้อมูลสะท้อนกลับ (Feed Back) มาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพข่าวและรายการได้ทันที่

#### ผลที่คาดหวัง

1. ข่าวและรายการมีเอกลักษณ์สะท้อนความเป็นสื่อสาธารณะ
2. ข่าวและรายการได้รับความนิยมในวงกว้างมากขึ้น
3. รายการที่ผลิตโดยภาคพลเมืองและผู้ผลิตอิสระมีคุณภาพและได้รับการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง
4. ข่าวและรายการที่นำเสนอผ่านสื่อดิจิทัล มีความโดดเด่นและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น
5. สามารถเพิ่มรายได้ให้กับ ส.ท.ท.

#### การดำเนินงาน

1. จัดทำ คัดสรร คัดกรอง สร้างสรรค์ ตามเกณฑ์คุณภาพของ ส.ท.ท. ทั้งในด้านเนื้อหาและความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ โดยยึดถือนโยบายและแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมของคณะกรรมการนโยบาย และตามระเบียบปฏิบัติและหรือข้อกำหนดของ ส.ท.ท. ที่ประกาศไว้ต่อสาธารณะ
2. ใช้กลไกการประเมินคุณภาพรายการของคณะกรรมการบริหารเป็นแนวทางในการคัดเลือกรายการ
3. จัดกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ ศึกษานวัตกรรมในการผลิตรายการและการนำเสนอที่มีลักษณะเฉพาะของสื่อสาธารณะ

4. เผยแพร่รายการด้วยเทคนิคที่ทันสมัยมีคุณภาพสูง เหมาะสมกับช่องทางสื่อ หรือใช้เทคนิคที่เหมาะสมเพื่อการรายงานข่าวที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
5. จัดผังรายการโดยคำนึงถึงความเหมาะสมสำหรับผู้ชม ผู้ฟังและคำนึงถึงการเข้าถึงของผู้ชม ผู้ฟังที่หลากหลายและจำนวนมาก

### เนื้อหาหลักของข่าวและรายการ

เนื้อหารายการที่ ส.ส.ท. ถือว่าเป็นประเด็นของการจัดทำข่าวและรายการประจำปีมีดังนี้

1. ฐานทรัพยากร สิทธิชุมชน สิ่งแวดล้อม
2. สังคมที่เป็นธรรม ประชาธิปไตยชุมชน การเมืองภาคพลเมือง สิทธิผู้บริโภค คอร์รัปชัน
3. ความรู้เท่าทันสื่อ การให้ความรู้และการศึกษาในวิทยาการสาขาต่าง ๆ
4. ทักษะชีวิต การดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ
5. การสร้างความรู้ และความเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ เพศสภาพ
6. ศิลปวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ สุนทรีย และจินตนาการ
7. การพัฒนาพลังทางสังคม เพื่อร่วมสร้างสังคมคุณภาพ คุณธรรม
8. ให้ความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของโลกในเชิงลึก

### ประเด็นหลักสำคัญ (Thematic) ของข่าวและรายการ

สำหรับปี 2557 ส.ส.ท.ได้กำหนดประเด็นหลักสำคัญ (Thematic) เพื่อนำเสนอและสร้างการตระหนักให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม ดังนี้

1. การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
2. การส่งเสริมประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วม
3. ประชาคมอาเซียน
4. ปัญหาสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ
5. การสร้างสันติภาพภาคใต้

### รายละเอียดแผนการจัดทำรายการประจำปี

แผนการจัดทำรายการประจำปีจัดทำขึ้น โดยแบ่งตามช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อของ ส.ส.ท. อันได้แก่ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ที่ประกอบด้วย เว็บไซต์ ทีวี สื่อสังคมออนไลน์ และวิทยุออนไลน์ จึงประกอบด้วยแผนการผลิตด้านต่างๆดังนี้

1. แผนจัดทำข่าว และรายการข่าว รับผิดชอบโดย สำนักข่าว
2. แผนการจัดทำรายการ รับผิดชอบโดย สำนักรายการ
3. แผนจัดทำข่าวและรายการภาคพลเมือง รับผิดชอบโดย สำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง
4. แผนจัดทำข่าวและรายการทางสื่อออนไลน์ วิทยุออนไลน์ และ เว็บไซต์ รับผิดชอบโดย โครงการสื่อ

ดิจิทัล

## 1. แผนจัดทำข่าว และรายการข่าว

### ผู้รับผิดชอบ สำนักข่าว

แผนจัดทำข่าวและรายการข่าวของไทยพีบีเอส มีการนำเสนอผ่านสื่อหลัก 2 ช่องทาง คือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเว็บไซต์

#### 1.1 แผนจัดทำข่าวและรายการข่าวทางสื่อโทรทัศน์

ข่าวและรายการข่าวเผยแพร่ออกอากาศครั้งแรก (First Run) และออกอากาศซ้ำ (Re-Run) มีสัดส่วน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 หรือ 3,822 ชั่วโมงต่อปี โดยสำนักข่าวทำหน้าที่ผลิต/ควบคุมการผลิตเองทั้งหมด เพื่อเผยแพร่ออกอากาศครั้งแรก (Fresh Program) 3,467 ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นร้อยละ 90.71 ออกอากาศซ้ำ (Re-Run) 355 ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นร้อยละ 9.29

ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ คือ

(1) ยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหา : เน้นเนื้อหาซึ่งเป็นประเด็นหลัก และสะท้อนโครงสร้างปัญหาของประเทศ ข่าวไทยพีบีเอส มีความโดดเด่นอย่างชัดเจนในด้านเนื้อหา ที่มุ่งสะท้อนปัญหาในระดับโครงสร้างของประเทศ เพื่อก้าวไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างมีทิศทาง ตามนโยบายด้านข่าวและรายการ โดยแบ่งเนื้อหาข่าวเป็น 6 ด้าน ดังนี้

(1.1) ด้านคอร์รัปชัน เพื่อร่วมตรวจสอบสังคมให้มีความโปร่งใสและเพื่อให้ประชาชนรู้เท่าทัน

กลไก กระบวนการคอร์รัปชัน รวมถึงผลกระทบต่อสังคมส่วนร่วม

(1.2) ด้านการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย

(1.3) ด้านกระบวนการสร้างสันติภาพในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

(1.4) ด้านการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

(1.5) ด้านความตระหนักในการป้องกันและเผชิญกับเหตุภัยพิบัติ

(1.6) ด้านการสร้างสุนทรีย์และแรงบันดาลใจ

**รูปแบบรายการ :** ข่าวภาคหลัก เช่น ข่าวเช้า ข่าว 09.00 น. ข่าวเที่ยง ข่าวค่ำ ที่นี้ไทยพีบีเอส เป็นต้น และรายการข่าว เช่น เปิดปม หน้าทีพลเมือง รัฐภัยพิบัติ ข่าวศิลปินบันเทิง ศิลป์สโมสร เป็นต้น

**(2) ยุทธศาสตร์ด้านการนำเสนอ : ลึก รอบด้าน สื่อสารให้เห็นถึงระดับโครงสร้างของปัญหา**

(2.1) นำเสนอให้เข้าใจง่ายแบบเป็นเรื่องราว ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในเรื่องรายนั้น ๆ ตรงตามข้อเท็จจริง

(2.2) อธิบายความหมายของข่าวหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นว่า ส่งผลต่อสังคมในแต่ละระดับอย่างไร เพื่อให้ผู้ชมได้เรียนรู้สังคมในมิติต่าง ๆ จากข่าวและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัว

**รูปแบบรายการ :** ข่าวภาคหลัก และรายการข่าว เช่น เปิดปม ทันโลก ชั่วโมงทำกิน เดียงให้รู้เรื่อง เป็นต้น

**(3) ยุทธศาสตร์ด้านการขยายการมีส่วนร่วมและขยายฐานผู้ชมสู่ภูมิภาค**

(3.1) เปิดช่องทางให้ประชาชนได้นำเสนอปัญหา มีส่วนร่วมในการแสดงออก ซึ่งความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม รวมทั้งเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ ภูมิปัญญา ฯลฯ ระหว่างประชาชนซึ่งอยู่ต่างท้องถิ่นกัน

(3.2) นำเสนอเรื่องใกล้ตัวและเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชน สร้างไทยพีบีเอสให้เป็นสถานีสื่อกลางที่เข้มแข็งในการบริการประชาชน โดยกำหนดเป้าหมายในการช่วยเหลือให้เกิดกระบวนการแก้ปัญหาของเรื่องร้องทุกข์ของประชาชนที่ชัดเจน

(3.3) เปิดพื้นที่นำเสนอสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการในสังคม

**รูปแบบรายการ :** ข่าวภาคหลัก และรายการข่าว เช่นเวทีสาธารณะ เสียงประชาชนเปลี่ยนประเทศไทย สถานีประชาชน ทุกทิศทั่วไทย เป็นต้น

**แนวคิดของรายการข่าวภาคหลักและรายการข่าว**

การนำเสนอข่าวของสำนักข่าวแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ ข่าวภาคหลัก และรายการข่าว

1. ข่าวภาคหลัก คือข่าวที่กระจายออกอากาศตามช่วงเวลาของวัน แบ่งออกเป็น 2 แนวคิดคือ

1.1 ข่าวที่เน้นการรายงานเชิงลึก ได้แก่ ข่าวที่มีการวางแผนการผลิต นำเสนออย่างรอบด้าน มีการอธิบายบริบทและผลกระทบหรือนัยยะของข่าวนั้น ๆ ที่มีผลต่อสังคมหรือสาธารณะ

อาจนำเสนอได้ทั้งเป็นข่าวเดียว หรือเป็นข่าวชุดต่อเนื่องหลายวัน หรือหลายตอนในวันเดียวกัน เช่น ข่าว 09.00 น. ข่าวค่ำ ข่าวเที่ยง ที่นี้ไทยพีบีเอส เป็นต้น

1.2 ข่าวที่เน้นการทันต่อสถานการณ์ ได้แก่ ข่าวกระแสที่เกิดขึ้น ณ เวลานั้น เพื่อให้ประชาชนสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของกระแสที่เกิดขึ้น เช่น ข่าวเช้า (06.30 น.) ข่าวต้นชั่วโมง ข่าวดึก เป็นต้น

2. รายการข่าว คือ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข่าว แต่มีการนำมาผลิตขยายผลให้มีมิติที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวที่อยู่ในกระแสหรือเป็นประเด็นที่มีแง่มุมที่น่าสนใจ แบ่งออกเป็น 4 แนวคิดคือ

2.1 รายการที่มีแนวคิดด้านการเมือง การปกครอง เช่น รายการหน้าที่พลเมือง รายการเสียงให้รู้เรื่อง

2.2 รายการที่มีแนวคิดในการเจาะลึกขยายผลเพื่อความรู้เท่าทัน เช่น รายการเปิดปม รายการชั่วโมงทำกิน

2.3 รายการที่มีแนวคิดด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งของภาคพลเมือง เช่น รายการเวทีสาธารณะ รายการเสียงประชาชนเปลี่ยนประเทศไทย รายการสถานีประชาชน รายการที่วิจภูมิภาค รายการทุกทิศทั่วไทย

2.4 รายการที่มีแนวคิดส่งเสริมความรู้ สร้างแรงบันดาลใจและสุนทรีย์ รายการข่าวศิลปะบันเทิง รายการศิลปะโมเดิร์น รายการชีวิตจริงยิ่งกว่าละคร รายการกรีนพลัส รายการรู้สู้ภัยพิบัติ รายการทันโลก

## 1.2 แผนจัดทำข่าวทางสื่อออนไลน์และ Social Media

การจัดทำข่าวทางสื่อออนไลน์และ Social Media นอกจากยึดแนวยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหา 6 ด้านให้สอดคล้องกับข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์แล้ว ยังประกอบด้วยอีก 2 ยุทธศาสตร์ คือ

(1.) ยุทธศาสตร์การตอบสนองความต้องการผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์และ Social Media : ถูกต้อง รวดเร็ว และสื่อสารสองทาง ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์และ Social Media โดยส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ ถูกต้อง และแสดงความปฏิสัมพันธ์อื่น ๆ กับโลกออนไลน์ จึงวางกลยุทธ์หลักคือ

(1.1) สร้างกลไกกระบวนการเข้าถึงข่าวจากสนามข่าว เพื่อให้ได้ข่าวสดใหม่ ตามกระแสที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิด โดยจัดระบบรองรับการส่งและรับข่าวจากพื้นที่ ให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยมีโปรแกรมติดต่อสื่อสารที่ทัน่วงทีระหว่างนักข่าวและบรรณาธิการ พร้อมกลไกการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว

(1.2) สร้าง Event ให้เท่าทันต่อสถานการณ์บนหน้าเว็บเพจข่าว ให้มีความทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี พร้อมทั้งสร้างเนื้อหาเพื่อการสื่อสารสองทางบนสื่อออนไลน์และ Social Media เพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชม

(2.) ยุทธศาสตร์การส่งต่อผู้ชมข้ามสื่อ เพื่อให้ชาวทั้ง 2 ช่องทางของไทยพีบีเอสเกิดประโยชน์สูงสุดและส่งเสริมการขยายฐานผู้ชมทางสื่อโทรทัศน์และผู้เข้าชมทางสื่อออนไลน์และ Social Media ยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเชื่อมโยงและส่งต่อให้ผู้ชมชาวทางสื่อโทรทัศน์ติดตามข่าวทางสื่อออนไลน์และ Social Media และผู้เข้าชมข่าวทางสื่อออนไลน์และ Social Media ติดตามข่าวทางสื่อโทรทัศน์ด้วย

กลยุทธ์ : เปิดพื้นที่เนื้อหาเพื่อดึงดูดการติดตามข่าวข้ามสื่อ เช่น โปรโมทประเด็นข่าว/ประเด็นรายการที่มีความโดดเด่นให้ประชาชนเกิดความรู้สึกรอยอยากติดตามเข้าชมในอีกช่องทางหนึ่ง

## 2.แผนการจัดทำรายการ

### ผู้รับผิดชอบ สำนักรายการ

#### หลักการและเหตุผล

เพื่อเตรียมเข้าสู่โทรทัศน์ระบบดิจิตอลในปี 2557 ไทยพีบีเอส ปรับสัดส่วนข่าวต่อรายการ เป็นสัดส่วนร้อยละ 50 เท่ากัน เพื่อเตรียมให้โทรทัศน์ช่องปัจจุบัน เป็นสถานีข่าวและสารประโยชน์ สอดคล้องกับแผนการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ช่องที่สอง สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

ปี 2557 ไทยพีบีเอส แพร่ภาพออกอากาศ ตั้งแต่เวลา 05.00 น. ถึง 02.00 น. วันละ 21 ชั่วโมง รวมปีละ 7,644 ชั่วโมง สำนักรายการจัดหา,ผลิตรายการและนำออกอากาศ 3,822 ชั่วโมง ในจำนวนนี้เป็นรายการจัดหา และผลิตใหม่ (Fresh Programme) จำนวน 2,314 ชั่วโมง (ร้อยละ 60.54) และรายการออกอากาศซ้ำ (Re-Run Programme) จำนวน 1,508 ชั่วโมง (ร้อยละ 39.46) โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มรายการ ดังนี้

- 1) กลุ่มรายการครอบครัว 884 ชั่วโมง (ร้อยละ 38.2)
- 2) กลุ่มรายการเด็ก 572 ชั่วโมง (ร้อยละ 24.72)
- 3) กลุ่มรายการสารประโยชน์ 546 ชั่วโมง (ร้อยละ 23.6)
- 4) กลุ่มรายการสาระบันเทิง 312 ชั่วโมง (ร้อยละ 13.48)



แผนการจัดทำรายการปี 2557 ให้ความสำคัญกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย กลุ่มครอบครัว และเด็ก เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การจัดตั้งสถานีเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยผลิตและจัดหารายการสองกลุ่มรวมกันจำนวน 1,456 ชั่วโมง (ร้อยละ 62.9) กลุ่มรายการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับที่สาม ได้แก่ กลุ่มรายการสารประโยชน์ (ร้อยละ 23.6) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้สถานีไทยพีบีเอสในปัจจุบันเป็นสถานีเพื่อข่าว และสารประโยชน์ที่เด่นชัดมากขึ้น

## รายละเอียด แผนการจัดทำรายการปี 2557 มีดังนี้

### 2.1. รายการที่ สำนักรายการ รับผิดชอบผลิตและจัดหารายการ

#### (1) กลุ่มรายการครอบครัว

ปี 2557 กลุ่มรายการครอบครัว มีรูปแบบ เนื้อหา และผังเวลาออกอากาศสอดคล้อง กับพฤติกรรม การรับชม โดยออกอากาศตั้งแต่เวลา 17.00 น. ถึง 19.00 น. วันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน 520 ชั่วโมง วันเสาร์ และอาทิตย์ จำนวน 364 ชั่วโมง ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าว เป็นเวลาที่คนหลายวัยในครอบครัว มีโอกาสรับชมรายการพร้อมกัน โดยรายการส่วนมากเป็นรายการประเภทสาระบันเทิง ที่เหมาะสมกับผู้ชมทุกเพศและทุกช่วงอายุ ที่มีเนื้อหาและรูปแบบที่ดูได้ง่าย ให้ทั้งความรู้ และความบันเทิง รายการกลุ่มนี้ ได้แก่

- วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 17.00 น. ถึง 19.00 น. รายการสด และสารคดี “ท่องโลกกว้าง”
- วันเสาร์ และอาทิตย์ เวลา 11.00 ถึง 12.00 น. ซีรีส์ไทย/ต่างประเทศ,
- วันเสาร์ เวลา 15.00 ถึง 16.00 รายการกีฬาและสันทนาการ เวลา 16.00 ถึง 17.00 น. ซีรีส์สำหรับ เยาวชน และครอบครัว
- วันเสาร์ และอาทิตย์ เวลา 17.30 ถึง 19.00 น. รายการสาระบันเทิง เช่น รายการ “ครอบครัวเดียวกัน” ซีรีส์ที่เน้นเนื้อหาสำหรับครอบครัว, รายการความรู้สำหรับพ่อแม่, รายการด้านอาหาร เช่น รายการ “ฟู้ดเวิร์ก” (Food Work) รายการ “ภัตตาคารบ้านทุ่ง” รายการสารคดีความรู้ และศิลปวัฒนธรรม เช่น รายการ “เรื่องเล่าจากเทศกาล” รายการ “หลงกรุง” และรายการสารคดีความรู้เพื่อการพัฒนา ได้แก่ รายการ “ดูให้รู้” เป็นต้น

#### (2) กลุ่มรายการเด็ก

ปี 2557 มีกลุ่มเป้าหมายหลักสองกลุ่ม ได้แก่ เด็กก่อนวัยเรียน อายุ 4-6 ปี และเด็กปฐมวัย อายุ 7-12 ปี ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ 260 ชั่วโมง วันเสาร์และอาทิตย์ 312 ชั่วโมง รวม 572 ชั่วโมง

- รายการสำหรับเด็กปฐมวัยวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ เวลา 16.00 น. ถึง 17.00 น. รายการ "ไทยพีบีเอสคิดส์คลับ" และสร้างมูลค่าเพิ่มจากกิจกรรมไทยพีบีเอสคิดส์คลับ (Thai PBS Kids Club)
- รายการสำหรับเด็กเล็ก รูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ สอดคล้อง กับพฤติกรรม และพัฒนาการตามวัย เน้นเนื้อหาสาระบันเทิง สนุกสนานเพลิดเพลิน เรียนรู้ และสร้างเสริมจินตนาการ ด้วยรายการ "ขบวนการ Fun น้านม" ออกอากาศวัน เสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่ 06.00 น. ถึง 07.30 น. รายการขนาดสั้นรูปแบบต่างๆทั้งที่ผลิตในประเทศ และต่างประเทศ
- รายการสำหรับเด็กปฐมวัยวันเสาร์และอาทิตย์ ออกอากาศ ตั้งแต่เวลา 7.30 น. ถึง 9.00 น. ในรายการ "ไทยพีบีเอสคิดส์คลับวันหยุด"

นอกจากนั้น สำนักวิทยบริการ ยังดำเนินงานแผนงานการรณรงค์ "คู่มือกับลูก" ที่ดำเนินงานตั้งแต่ปี 2554 อย่างต่อเนื่องต่อไป เป็นปีที่ 4 เพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ของครอบครัวไทย ให้ผู้ใหญ่ดูโทรทัศน์พร้อมเด็ก โดยพ่อแม่จะทำหน้าที่ให้คำแนะนำการชมเลือกเนื้อหาและเพื่อเฝ้าระวังการรับสื่อของเด็ก โดยมุ่งหมายให้รายการเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ และสร้างพัฒนาการตามวัยของเด็ก

### (3) กลุ่มรายการสารประโยชน์

ปี 2557 ผลิตและจัดหารายการสารประโยชน์ 546 ชั่วโมง (ร้อยละ 23.6) โดยออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ 468 ชั่วโมง และวันเสาร์และอาทิตย์ 78 ชั่วโมง รายการกลุ่มสารประโยชน์มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ, วิธีการนำเสนอ, กลุ่มเป้าหมาย ทั้งรายการที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ สารคดีชุด หรือสารคดีที่ผลิตขึ้นในวาระพิเศษ รูปแบบรายการเรียลลิตีด้วยเนื้อหาสร้างสรรค์ใหม่ รวมทั้งสปอตตรณรงค์รูปแบบอินโฟกราฟิก

ด้านเนื้อหา รายการกลุ่มสารประโยชน์ เน้นเนื้อหาที่แตกต่าง โดดเด่น เป็นต้นแบบ (Originality) ด้านความคิด (Creativity) และคุณภาพ มีเนื้อหาที่ถูกต้องบนพื้นฐานที่มาจากการศึกษาวิจัย (Research Based) สะท้อนอัตลักษณ์สื่อสาธารณะ เป็นผู้นำด้านรายการที่มีส่วนสร้างสังคมไทย ให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญา

ปี 2557 ยังคงให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคม ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มาตั้งแต่ปี 2555 และ 2556 ได้แก่ การต่อต้านการคอร์รัปชัน ประเด็นสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ ประชาธิปไตย ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ และประชาคมเศรษฐกิจเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

รายการ ที่ผลิตและจัดหาในปี 2557 ได้แก่

- รายการสารประโยชน์เพื่อผู้สูงอายุ ออกอากาศวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ เวลา 05.30 ถึง 08.00 น. ได้แก่ รายการ "ลุยไม่รู้โรย" รายการ "คนสู้โรค"
- รายการออกอากาศวันพฤหัสบดีและศุกร์ เวลา 20.20 ถึง 21.10 น. ผลิตและจัดหารายการผลิตในประเทศ เช่น สารคดีเรื่องราวบุคคล, เหตุการณ์การณ์สำคัญ, ประวัติศาสตร์การเมือง, สังคม, เศรษฐกิจ, ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ศิลปวัฒนธรรม, ฐานทรัพยากร, แรงบันดาลใจ, ความรู้ด้านต่าง ๆ รวมถึงรายการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติและพฤติกรรมสังคม เช่น รายการ "องค์กรซ่อนอ้วน" และรายการ "เมืองใจดี" รายการที่มีรูปแบบสร้างสรรค์ที่โดดเด่น ความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่าง (Creativity and Difference) เป็นต้นแบบแนวคิด เช่น รายการ "ดวงอาทิตย์" (The Areana Thailand) เช่น รายการ "พื้นที่ชีวิต" รายการ "วัฒนธรรมชุมชนแบ่งทอด" รายการ "เมืองเรืองแสง" และรายการ "พินิจนคร" เป็นต้น
- รายการออกอากาศวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ เวลา 22.30 ถึง 23.30 น. รายการสารคดีชุด หรือรายการสารประโยชน์ผลิตในประเทศ รายการและสารคดีต่างประเทศ ฯลฯ
- ประเภทรายการสารประโยชน์ ออกอากาศวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ได้แก่ รายการ "กินอยู่คือ" รายการ "สปิริตออฟเอเชีย" (Spirit of Asia) เป็นต้น

#### (4) กลุ่มรายการสาระบันเทิง

ปี 2557 ผลิตรายการ 312 ชั่วโมง (ร้อยละ 15.19) ออกอากาศวันเสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 21.00 น. ถึง 24.00 น. รวม 312 ชั่วโมง ออกอากาศในวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 21.00 น. ถึง 24.00 น.

รายการสาระบันเทิงตามความหมายของไทยพีบีเอส ได้แก่ รายการที่มีคุณค่า รสนิยม และสุนทรีย์ที่มีความโดดเด่นด้วยแนวคิดเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ได้แก่ รายการดนตรี ได้แก่ รายการ "ดนตรีก็ศิลป์" รายการ "หนังพาไป" รายการละครซีรีส์ มินิซีรีส์ ทั้งซีรีส์ไทยและต่างประเทศ ละครซีรีส์ (จบในตอน) รวมทั้งรายการภาพยนตร์ "ไทยเจียเตอร์" ฯลฯ

## 2.2. รายการออกอากาศซ้ำ

(1) การนำรายการออกอากาศซ้ำเป็นไปตามแนวคิด และวัตถุประสงค์ ดังนี้

(1.1) หนึ่งรายการออกอากาศสองเวลา หมายถึง แต่ละรายการที่กำหนดให้ออกอากาศตอนเดียวกัน สองครั้ง (สองเวลาออกอากาศ) ในแต่ละสัปดาห์ เป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ชมสามารถเลือกชมรายการ

ในเวลาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชมแต่ละกลุ่ม ได้หลากหลายยิ่งขึ้น

(1.2) การจัดผังรายการออกอากาศซ้ำ (Re-Run) ในเวลาที่กำหนด สำหรับบางรายการที่ผู้ชมไม่สามารถ รับชมย้อนหลังทางเว็บไซต์ หรือช่องทางหรือสื่ออื่นของ ส.ส.ท. เนื่องจากมีข้อจำกัดในการใช้ลิขสิทธิ์ ตาม กฎหมาย เช่น รายการต่างประเทศ ที่ไม่ได้รับลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ซ้ำ ทางเว็บไซต์ หรือช่องทาง หรือ สื่ออื่นของ ส.ส.ท. ได้

(1.3) การนำรายการออกอากาศซ้ำ (Re-Run) เพื่อให้ผู้ชมได้ชมรายการย้อนหลังในเวลาที่กำหนด และเพื่อ ความคุ้มค่าในการลงทุน

(2) แผนจัดทำรายการในปี 2557 กำหนดช่วงเวลาในผังออกอากาศให้เป็นผังรายการออกอากาศสองเวลา และออกอากาศซ้ำ ดังนี้

- วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ เวลา 05.30 น. ถึง 06.30 น. (เว้นวันพฤหัสบดี และศุกร์)
- วันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 07.30 น. ถึง 09.00 น. และ 11.00 น. ถึง 12.00 น. (เว้นวันพุธ ถึงวันพฤหัสบดี เวลา 07.30 ถึง 08.00 น.)
- วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ เวลา 00.00 น. ถึง 05.00 น.

### 2.3. การผลิตและจัดหารายการเพื่อออกอากาศวันหยุดราชการและโอกาสพิเศษ

ปี 2557 สำนักรายการ ดำเนินการผลิตและจัดหารายการ เพื่อออกอากาศวันหยุดราชการ และโอกาสพิเศษ ได้แก่

(1) ผลิตและจัดหารายการเฉพาะสำหรับวันหยุดราชการ โดยเป็นการผลิตรายการใหม่ตามวาระ หรือนำมาออกอากาศซ้ำโดยเลือกเนื้อหาที่มีความเหมาะสม เช่น รายการสำหรับครอบครัว และรายการเด็ก รวมทั้งรายการสาระบันเทิง โดยพิจารณาจัดทำผังออกอากาศวันหยุดราชการดังกล่าวนี้ เป็นผังรายการเฉพาะซึ่งไม่ตรงกับวันหยุดประจำสัปดาห์ ช่วงเวลาสำหรับรายการพิเศษวันหยุดราชการ เวลา 6.00 น. ถึง 9.00 น. เป็นผังรายการสำหรับเด็ก รายการ "ไทยพีบีเอสคิดส์พิเศษ" ช่วงเวลาอื่น ๆ พิจารณาตามความสำคัญข่าว และรายการข่าว ใช้ผังปกติ

(2) รายการพิเศษสำหรับเด็กช่วงปิดเทอม ปรับรายการ "ไทยพีบีเอสคิดส์คลับ" วันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 16.00 น. ถึง 17.00 น. เป็นรายการพิเศษ เฉพาะช่วงปิดเทอมใหญ่ (เมษายน ถึง พฤษภาคม)

(3) รายการสำหรับวันหยุดพิเศษทางศาสนา หรือโอกาสสำคัญ เช่น เข้าพรรษา และเดือนแห่งการถือศีลออก (เดือนรอมฎอน) ให้พิจารณาผลิตและจัดหารายการเป็นกรณีเฉพาะ

## 2.4. การผลิตและจัดหารายการร่วมผลิต และรายการได้รับการสนับสนุนโดยหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ

การผลิตและจัดหารายการร่วมผลิต และรายการได้รับการสนับสนุน โดยหน่วยงานอื่น ๆ หมายถึง รายการผลิตสำเร็จหรือผลิตใหม่ทั้งหมด โดยใช้งบประมาณผลิตรายการของหน่วยงานนั้นบางส่วน หรือทั้งหมด และมีข้อตกลงการใช้ลิขสิทธิ์ออกอากาศทางไทยพีบีเอส

เพื่อเป็นการสนับสนุนและเปิดพื้นที่ให้หน่วยงานหรือองค์กรภายนอกอื่นใด มีส่วนในการใช้พื้นที่สื่อสาธารณะได้อย่างทั่วถึง ในปี 2557 ให้มีการผลิตและจัดหารายการร่วมผลิตไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 5 ชั่วโมง

### สรุป

1. ปี 2557 มุ่งผลิต และเสนอรายการสำหรับครอบครัว และเด็ก เป็นส่วนใหญ่ เพื่อสร้างฐานผู้ชมกลุ่มใหญ่ เตรียมการตามยุทธศาสตร์เปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ดิจิทัล
2. กลุ่มรายการครอบครัว ออกอากาศในวันและเวลาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชม ตั้งแต่เวลา 18.00 น. ถึง 19.00 น. ทุกวัน ตลอดสัปดาห์
3. กลุ่มรายการสำหรับเด็กเข้าวันเสาร์และอาทิตย์ ยังคงแบ่งเป็นรายการสำหรับเด็กเล็ก ตั้งแต่เวลา 6.00 น. ถึง 7.30 น. รายการ "ขบวนการ Fun น้านม" และรายการสำหรับเด็กปฐมวัยโต (ตั้งแต่เวลา 7.30 น. ถึง 9.00 น. (รายการ "ไทยพีบีเอสคิดส์วันหยุด") โดยให้ความสำคัญรายการสำหรับเด็กปฐมวัย ด้วยรายการใหม่ในวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 16.00 น. ถึง 17.00 น. (รายการ "ไทยพีบีเอสคิดส์คลับ") โดยสร้างกิจกรรมสมาชิกและต่อยอดเพื่อคุณค่าและมูลค่า
4. ให้ความสำคัญกับรายการในกลุ่มสารประโยชน์ และสารคดีเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ สร้างให้ไทยพีบีเอส เป็นสถานีข่าวและสารประโยชน์
5. รายการร่วมผลิต กับหน่วยงานอื่น ผลิตเพื่อออกอากาศสัปดาห์ละไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง

## 3. แผนจัดทำข่าวและรายการภาคพลเมือง

### ผู้รับผิดชอบ สำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง

ข่าวและรายการในมิติของงานพัฒนาด้านสื่อสาธารณะ ไม่ได้เป็นเพียงผลผลิตของการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง ในการสร้างความรู้และเข้าใจต่อสังคม หรือเพื่อตอบโจทย์การสื่อสารในระดับพื้นที่ อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างประชาธิปไตยทางการสื่อสารเท่านั้น แต่หากเป็น "สนาม" เพื่อสร้างการเรียนรู้ เข้าใจต่อบทบาทภารกิจของสื่อสาธารณะในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติถึงระดับชุมชน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ทำให้เกิดการขยายเครือข่ายสื่อสาธารณะในระดับภูมิภาค และชุมชน ซึ่งจะเป็นพันธมิตรในการขยายฐานการเติบโตของสื่อสาธารณะในภูมิภาคอาเซียน

ในปี 2557 สำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง ร่วมกับเครือข่ายสื่อพลเมือง สถาบันการศึกษาในเครือข่าย ร่วมกันพัฒนาสื่อสาธารณะระดับชุมชนของแต่ละภูมิภาค โดยมีเป้าหมายในการร่วมผลิตข่าวและรายการ ออกอากาศทุกพื้นที่สื่อของไทยพีบีเอส จำนวนไม่น้อยกว่า 250 ชั่วโมง โดยแยกเป็นทางสื่อโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า 190 ชั่วโมง ทั้งนี้เป็นข่าวและรายการข่าว 26 ชั่วโมง รายการกลุ่มสารประโยชน์ 156 ชั่วโมง และภาพยนตร์ สารคดีจำนวน 10 ชั่วโมง และอีก 60 ชั่วโมงเป็นรายการทางเว็บไซต์หรือวิทยุออนไลน์

### รายละเอียดรายการสื่อภาคพลเมือง

#### 1. ประเภทข่าวและรายการข่าว

สำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง ผลิตข่าวจำนวน 26 ชั่วโมงต่อปี ดังนี้

รายการ	รายละเอียด
<b>1.1 รายการนักข่าวพลเมือง</b> (รายการสั้นออกอากาศหลังข่าวค่ำและ ช่วงข่าว เช้า ความยาวครั้งละ 6 นาที สัปดาห์ละ 5 ครั้ง รวม 26 ชั่วโมง)	พื้นที่การสื่อสารของภาคพลเมืองผ่านประเด็นและ เรื่องราวหลากหลายจากชุมชน สะท้อนให้เห็นการร่วม รับผิดชอบต่อสังคมของภาคพลเมืองบนพื้นที่สาธารณะ

#### 2. ประเภทรายการสารประโยชน์

สำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง ผลิตรายการสารประโยชน์ 156 ชั่วโมงต่อปี ดังนี้

<b>2.1 กลางเมือง(ทีวีจอกกลาง)</b> (ความยาว 30 นาที ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 26 ชั่วโมง)	นำเสนอเรื่องราวผ่านวิถีของ "คน" ที่มารวมกันอยู่ในเมืองให้เห็นภาพรวมของภาคกลาง โดยเฉพาะเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ สะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างที่ชัดเจนมากกว่าภูมิภาคอื่น ๆ
<b>2.2 Hard Talk (รายการสนทนาสาธารณะ)</b> (ความยาว 60 นาที ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 52 ชั่วโมง/ปี)	รายการที่ส่งเสริม thematic programming เชื่อมโยงประเด็นสาธารณะจากภูมิภาคต่าง ๆ ในรูปแบบของการสนทนาผ่านประเด็นที่น่าสนใจสังคมจากรายการทีวีจอกกลาง(กลางเมือง)
<b>2.3 บ้านเธอกี่บ้านฉัน</b> (ความยาว 30 นาที ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 26 ชั่วโมง)	รายการที่เชื่อมร้อยให้เห็นความเหมือนที่เป็นจุดร่วมหรือความต่างที่เป็นสิ่งต้องเรียนรู้ระหว่างกัน โดยประเด็นที่นำเสนอมาจากการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง

<p><b>2.4 เด็กมีเรื่อง</b> (ความยาว 30 นาที ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 26 ชั่วโมง)</p>	<p>ความพยายามของเด็กที่เข้าใจเรื่องราวต่างๆ ในพื้นที่ แต่พวกเขาไม่ได้เป็นเพียงแค่การทำสื่อ แต่คือตัวแทนที่จะอธิบายเรื่องใหญ่ของคนตัวเล็กให้สาธารณะได้เข้าใจ</p>
<p><b>2.5 สองกำลังสื่อ</b> (ความยาว 30 นาที ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 26 ชั่วโมง)</p>	<p>"สองกำลังสื่อ" จะพาไปพบกับเยาวชน 22 กลุ่มจากทั่วทุกภูมิภาค ที่พยายามผลิตสื่อเพื่อนอกเล่าเรื่องราวสำคัญของชุมชนของพวกเขา ผ่านมุมมองที่น่าคิดจากเด็ก ๆ</p>
<p><b>2.6 สารคดีทางสังคม</b> (ความยาวและจำนวนตอนตามความเหมาะสม จำนวนทั้งสิ้น 2- 5 ชุด)</p>	<p>ผลงานสร้างสรรค์ที่เล่าเรื่องผ่านชีวิตของคนเล็กคนน้อย อาทิ เด็กเร่ร่อน แรงงานข้ามชาติ ชยะอุตสาหกรรม เพื่อสร้างการเรียนรู้และเข้าใจของสังคม</p>

สำนักเครือข่ายพลเมืองตระหนักถึงความสำคัญและพัฒนาการของเทคโนโลยีในการการสื่อสาร ในฐานะผู้ผลิตสื่อ จึงมีแนวคิดเบื้องหลังการผลิตสื่อเพื่อให้การดำเนินงานผลิตรายการเป็นไปอย่างคุ้มค่า และเข้าถึงผู้ชมผู้ฟังให้มากที่สุด ดังนั้น การผลิตรายการและข่าวของสำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง นอกจากจะคำนึงถึงมาตรฐานการออกอากาศทางโทรทัศน์แล้ว ยังได้คำนึงถึงการใช้สื่อที่หลากหลาย (Multi Platforms) เพื่อขยายฐานการเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืนขององค์กรสื่อสารสาธารณะ

#### 4. แผนจัดทำข่าวและรายการทางสื่อออนไลน์ วิชชยูออนไลน์ และเว็บไซต์

##### ผู้รับผิดชอบ โครงการสื่อดิจิทัล

เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ส่งผลให้ประเทศไทยกำลังก้าวสู่การพัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ ๆ จากการเติบโตของเคเบิล ทีวีดาวเทียม และการก้าวสู่ทีวีดิจิทัล รวมทั้งการขยายตัวของประชากรอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและขยายวงกว้าง ล้วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการรับคอนเทนต์ด้วยรูปแบบและเครื่องมือที่แตกต่างกันตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในแต่ละเพศและช่วงวัย รวมถึงความนิยมในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking) ที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนทั่วโลกรวมถึงคนไทย ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) , ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น

นอกจากนี้ปัจจัยเสริมอื่น ๆ อาทิ แนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นด้านอุปกรณ์ ทั้งด้านเทคโนโลยีและในด้านราคา รวมถึงอุปกรณ์พกพาที่มีการพัฒนาคุณสมบัติการใช้งานที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ รูปแบบการใช้งานของผู้บริโภคได้เข้าสู่ยุค Multi-screen ถือเป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ด้วยปัจจัยจากหลายองค์ประกอบเหล่านี้ ส่งผลให้พฤติกรรมผู้ชมโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ไม่ได้ติดตามคอนเทนต์ของสื่อทีวี จากหน้าจอทีวี แต่ปรับพฤติกรรมชมทีวี ได้จากทุกที่ ทุกเวลา ทุกอุปกรณ์

#### 4.1 เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์

ที่ผ่านมา การนำเสนอคอนเทนต์และมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ขององค์การฯ ถูกแบ่งประเภทเพื่อการเข้าถึงเนื้อหาเฉพาะอย่างชัดเจน สำหรับกลุ่มผู้ชมที่ต้องการรับสื่อในแต่ละประเภทคอนเทนต์ เนื่องจาก "คอนเทนต์" เป็นหัวใจสำคัญที่จะผลักดันการเติบโตของฐานผู้ชมในกลุ่มออนไลน์ ซึ่งต้องตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้ชมในแต่ละเพศ, ช่วงวัย และความสนใจ โดยในปี 2557 มีกลยุทธ์ในการจัดทำเนื้อหาบนช่องทางสื่อเว็บไซต์ที่เป็นคอนเทนต์หลักเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

ประเภทเว็บไซต์	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์
1. เว็บไซต์ข่าว ภาษาอังกฤษ www.thaipbs.or.th/ EnglishNews	นำเสนอเนื้อหาข่าว เหตุการณ์ ข้อมูลสำคัญในประเทศไทย และ ภูมิภาคอาเซียน เผยแพร่สำหรับ ชาวต่างประเทศ รวมถึงสื่อ ต่างประเทศเพื่อเป็นแหล่งอ้างอิง	เพิ่มคอนลัมน์เนื้อหาของข่าวให้มากขึ้น รวมถึงคอนลัมน์ วิเคราะห์ เน้นการสร้างกลุ่มผู้ชมใหม่และยกระดับ คอนเทนต์ข่าวออนไลน์สู่ระดับสากล
2. เว็บไซต์รายการ www.thaipbs.or.th/ Program	ประชาสัมพันธ์ข้อมูลรายการและ ให้บริการชมย้อนหลัง รวมถึงการ รับข้อคิดความเห็น	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มสัดส่วนรายการและคลิปบนเว็บไซต์ให้มากขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80</li> <li>- ปรับคุณภาพบริการชมย้อนหลัง (On Demand) ใน ด้านความเร็ว ให้รับชมได้หลังจบรายการไม่เกิน 3 ชั่วโมง และด้านคุณภาพความคมชัด</li> <li>- สามารถเข้าถึงข้อมูลโปรโมท ชมย้อนหลัง ผัง รายการ ที่รองรับแพลตฟอร์ม (Platform) หลักใน ตลาดสมาร์ทโฟนไม่น้อยกว่า 3 แพลตฟอร์ม อาทิ iOS, Android, Windows Phone เป็นต้น</li> <li>- ต่อยอดเนื้อหารายการให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้นด้วยคอน เทนต์ที่เกี่ยวข้อง (Related Content) ทั้งรูปแบบ เอกสาร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว</li> <li>- สร้างการมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์ (Real time) เพื่อ เป็นกิจกรรมส่งเสริมเนื้อหาการสนทนา และได้รับ คำถาม ข้อคิดความเห็นโดยตรง</li> </ul>



<p>3.เว็บไซต์เด็ก http://Kids.thaipbs.or.th</p>	<p>เชื่อมโยงเนื้อหารายการเด็กจากไทยพีบีเอสและเนื้อหาอื่น ๆ สำหรับเด็กและผู้ปกครองในกลุ่มวัย</p>	<p>ดำเนินการด้านเนื้อหาให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์รายการเด็ก ของสำนักรายการ</p>
---	---	--

สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยขยายการเข้าถึงผู้ชมได้จำนวนมากขึ้นและเร็วขึ้น ปัจจุบันไทยพีบีเอส มีให้บริการโซเชียลมีเดียในหลากหลายประเภท ได้แก่



[www.facebook.com/ThaiPBSFan](http://www.facebook.com/ThaiPBSFan)



[www.gplus.to/ThaiPBS](http://www.gplus.to/ThaiPBS)



[www.twitter.com/ThaiPBS](http://www.twitter.com/ThaiPBS)



[www.thaipbs.or.th/RSS](http://www.thaipbs.or.th/RSS)



[www.instagram.com/ThaiPBS](http://www.instagram.com/ThaiPBS)



[www.storify.com/ThaiPBS](http://www.storify.com/ThaiPBS)



[www.youtube.com/ThaiPBS](http://www.youtube.com/ThaiPBS)

ด้วยความแข็งแกร่งของโซเชียลมีเดียของไทยพีบีเอส โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประชากรในประเทศยังคงให้ความนิยมเพิ่มสูงขึ้น และนับวันจะยิ่งมีบทบาทในการเป็นช่องทางสื่อสาร การวางแผนพัฒนาและปรับเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ ในปี 2557 มีแนวทางดังนี้

- แบ่งสัดส่วนประเภทของคอนเทนต์ขององค์กรฯ อย่างเหมาะสม อาทิ ข่าว 40% รายการ 40% ไลฟ์สไตล์, ข้อมูลความรู้ 10% การปฏิสัมพันธ์และกิจกรรม 10%
- ปรับการนำเสนอคอนเทนต์ให้ดูน่าสนใจ แตกต่าง ชวนให้ติดตาม ทั้งในด้านภาษา, เทคนิค, ความสวยงาม และเสริมด้วยกิจกรรม ร่วมสนุก สามารถสร้างผู้ติดตามหรือแฟนกลุ่มใหม่ ๆ ได้
- ขับเคลื่อนการรวมกันของช่องทางสื่อ (Media Convergence) ด้วยรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม รวมถึงการผลิตชิ้นงานหรือรายการใหม่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวนำ
- สร้างคอนเทนต์แคมเปญ ที่สอดคล้องกับประเด็นของยุทธศาสตร์หลักขององค์กรฯ (Thematic Programming) ทั้งในเชิงองค์ความรู้ การมีส่วนร่วม การต่อยอดนำไปสู่ภาพใหญ่ของสื่อหลัก

## 4.2 วิทยุออนไลน์

เน้นการผลิตข่าวและรายการเพื่อเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ผ่านช่องทางการเข้าถึงที่หลากหลาย โดยรายการวิทยุของ ส.ส.ท.ยังคงผลิตสื่อวิทยุแบบรายการสดและบันทึกเทป ระหว่างเวลา 09.00 - 22.00 น. โดยในปี 2557 นอกจากนำเสนอเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของทางสถานีแล้ว จะมีความร่วมมือส่วนหนึ่งกับสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทยในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ

- การนำเสนอเนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์ของไทยพีบีเอส ที่เหมาะสมในการรับฟังเผยแพร่ไปยังผู้มีข้อจำกัดในการมองเห็น เช่น ผู้พิการทางสายตา ผู้สูงอายุ ผู้ที่ซับซ้อนยานพาหนะ เป็นต้น โดยเผยแพร่ในช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ สถานีวิทยุออนไลน์สำหรับคนตาบอด สายด่วนข่าวสารความรู้ 1414 (T.A.B. telephony)
- เพิ่มสัดส่วนการผลิตข่าว และรายการวิทยุที่มีเนื้อหา และการนำเสนอที่เหมาะสมกับการรับฟังอย่างเข้าใจ หรือคำบรรยายภาพ (Audio Description) สำหรับผู้มีข้อจำกัดในการมองเห็น เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจของสื่อสาธารณะ
- เปิดพื้นที่การผลิตรายการโดยผู้พิการทางสายตา หรือการเผยแพร่ข้อมูลรายการของสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการรับฟังให้มากขึ้น
- สร้างกิจกรรมสนับสนุนการผลิตเนื้อหา เพื่อผู้มีข้อจำกัดในการมองเห็น จากภาคประชาชน อาทิ อาสาสมัครหนังสือเสียง, ให้บริการห้องบันทึกเสียง เป็นต้น

## 4.3 รูปแบบการเผยแพร่รายการ – On Demand

นอกเหนือจากการเผยแพร่บนเว็บไซต์ เพื่อให้ประชาชนได้เลือกรับชมและรับฟังตามความสะดวกแล้ว งานสื่อดิจิทัล ร่วมกับสำนักพัฒนาทุนทางสังคม และงานสื่อสารองค์การ จัดการประสานงานกับเครือข่ายชุมชน สถานศึกษา และสถาบันทางสังคม รับสัญญาณเสียงจากเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ซ้ำ หรือเก็บไว้เป็นคลังข้อมูล โดยคำนึงถึงข้อจำกัดทางลิขสิทธิ์และกฎหมายของตัวรายการ โดยให้บริการฟังย้อนหลัง และสามารถดาวน์โหลดรายการ ได้ในหลากหลายช่องทางการเข้าถึงและประเภทอุปกรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักดังนี้

1. เพื่อเพิ่มจำนวนสถานีวิทยุที่จะเชื่อมโยงสัญญาณรายการต่าง ๆ ให้มากขึ้น
2. เพื่อแลกเปลี่ยนรายการวิทยุกับสถานีวิทยุชุมชนที่เชื่อมโยงสัญญาณ ให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย และมีรายการที่จะสามารถขยายฐานผู้ฟังในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และหลากหลายช่วงวัย

#### 4.4 เว็บทีวี (Web TV)

ส.ส.ท. ในฐานะสื่อสาธารณะที่ต้องเปิดพื้นที่สื่อให้กับทุกกลุ่มผู้ชม ทุกกลุ่มคอนเทนต์ และทุกช่องทางให้มากที่สุด ได้พัฒนาแนวทางการใช้เว็บทีวี ในฐานะช่องทางการเผยแพร่รายการ เพิ่มเติมจากสื่อโทรทัศน์ อีกช่องทางหนึ่ง โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานผลิตรายการ เช่น สำนักรายการ สำนักข่าว สำนักมัลติมีเดียและสารสนเทศ และสำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง รวมทั้งสำนักพัฒนาทุนทางสังคม

#### ยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหาเว็บทีวี

การเผยแพร่ข่าวและรายการบนช่องทางของเว็บไซต์นั้น จะมีลักษณะของการถ่ายทอดสดรายการที่น่าสนใจที่จะส่งผลทั้งวงกว้าง และเฉพาะกลุ่ม โดยการนำเสนอผ่านเว็บทีวี จะไม่จัดรายการเต็มผังรายการ หากแต่จะถ่ายทอดเฉพาะรายการที่สำคัญไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ลักษณะรายการที่เผยแพร่ทางเว็บทีวีนี้ได้แก่เหตุการณ์ที่สำคัญทางการเมือง ภัยพิบัติ ศิลปวัฒนธรรม ความรู้ด้านกฎหมาย คุณภาพชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการที่มีเนื้อหาตามประเด็นหลัก คือเรื่องคอร์รัปชัน ประชาธิปไตยและอาเซียน โดยสัดส่วนเนื้อหารายการบนเว็บทีวี สามารถแบ่งได้ ดังนี้

- |  |           |
|--|-----------|
| 1. รายการจากสื่อภาคพลเมือง                             | ร้อยละ 30 |
| 2. กิจกรรม งานอบรม เสวนา เวทีแลกเปลี่ยนภายในของ ส.ส.ท. | ร้อยละ 10 |
| 3. กิจกรรม หรือบริการสาธารณะของหน่วยงาน ภาคีเครือข่าย  | ร้อยละ 10 |
| 4. การถ่ายทอดสดเฉพาะกิจสำหรับเหตุการณ์สำคัญ            | ร้อยละ 10 |
| 5. รายการที่เคยออกอากาศทางหน้าจอ                       | ร้อยละ 40 |

#### เว็บทีวีกับเครือข่ายสื่อพลเมือง

ตั้งแต่ปี 2556 ที่ผ่านมา สำนักเครือข่ายสื่อพลเมือง ได้ประชุมระดมความคิดเห็นจากฝ่ายต่าง ๆ และได้ข้อสรุปว่า นักข่าวพลเมืองเป็นต้นทุนสำคัญของสื่อสาธารณะระดับชุมชน จำเป็นต้องมีกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อม ในขณะเดียวกันก็ต้องดึงเยาวชนคนรุ่นใหม่ และพลเมืองกลุ่มใหม่ ๆ ให้เข้ามาเรียนรู้และขยายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่สาธารณะในระดับชุมชน ทั้งนี้ โดยมีไทยพีบีเอสทำหน้าที่เป็นกลไกการขับเคลื่อนเครือข่ายฯ และส่งเสริมแนวคิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะ

ภายใต้แนวคิดและจังหวะก้าวดังกล่าว สำนักเครือข่ายสื่อพลเมืองไทยพีบีเอส จึงวางแผนการเปิดพื้นที่เนื้อหาภาคพลเมือง ในเว็บทีวี โดยมีเนื้อหาเป็นรายการสดจากภูมิภาคตามวาระต่าง ๆ และรายการที่ผลิตร่วมกับเครือข่ายพลเมือง เพื่อพัฒนาให้เกิดพื้นที่การสื่อสารที่หลากหลาย (Multi -Platforms Media) ที่รองรับและสะท้อนการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อภาคพลเมือง เครือข่ายสื่อเยาวชน และประชาสังคมที่ร่วมขับเคลื่อนแนวคิดสื่อสาธารณะในระดับต่าง ๆ และเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การจัดตั้งทีวีสาธารณะระดับชุมชน