

การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ

Transmedia Journalism to Drive

The Issue of Poverty and Inequality

วันที่ได้รับความ 29 เมษายน 2565 วันที่แก้ไขเสร็จ 12 มิถุนายน 2565

วันที่ตอบรับเผยแพร่ 16 มิถุนายน 2565

เนริสา ชัยศุภมมงคลลาภ*

Nerisa Chaisupamongkollarp*

ชลธิศ แก้วประเสริฐสม*

Chonlatis Kaewprasertsom*

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร เพื่อศึกษาารูปแบบ ช่องทาง และวิธีการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในการรายงานข่าวประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย โดยใช้แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียของเฮนรี เจนกินส์เป็นกรอบในการศึกษา

* อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ช่องทางการติดต่อ 0-2665-3777 อีเมล nerisa.c@rmutp.ac.th

*Lecturer, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, 399 Samsen Rd., Vachira Phayaban, Dusit, Bangkok. Telephone 0-2665-3777, E-mail: nerisa.c@rmutp.ac.th

*ผู้อำนวยการอาวุโส องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ช่องทางการติดต่อ 0-2790-2000 อีเมล chonlatisk@thaipbs.or.th

*Senior Specialist, Thai Public Broadcasting Service, Lak Si, Bangkok. Telephone 0-2790-2000, E-mail: chonlatisk@thaipbs.or.th

ผลการวิจัยพบการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ 11 รูปแบบ เช่น สารคดีชุด “คน จน เมือง” ข่าวกลิปข่าว บทความ การจัดเวทีสาธารณะ เป็นต้น ทั้งนี้ การสื่อสารประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ มีการนำ 6 ลักษณะสำคัญ และ 7 พื้นฐานการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียมาประยุกต์ใช้ โดยพบการสร้างเรื่องราวจากประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความจนที่หลากหลาย ซึ่งได้มาจากการทบทวนสถานการณ์เกี่ยวกับคนจนและความจน รวมถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับคนจน ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารหลัก 3 ช่องทาง ได้แก่ การออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ช่องทางออนไลน์ทางการของศูนย์ฯ และการจัดกิจกรรม โดยมีการบูรณาการทุกช่องทางสื่อเข้าด้วยกัน ผลของการสื่อสารทำให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ และมีการแสดงความเห็นเกี่ยวกับปัญหาความจน เช่น การแสดงข้อความความคิดเห็นผ่านเพจเฟซบุ๊กของศูนย์ฯ การติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือ หรือร่วมทำกิจกรรมในเวทีสาธารณะ อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบการสร้างประสบการณ์ร่วมภายหลังจากการรับชม ทำให้ผลของการสร้าง ความรู้สึกร่วมเพื่อผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมเพื่อการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะยังไม่ปรากฏเด่นชัด ทั้งนี้ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคม และนโยบายสาธารณะได้มีการทบทวนเพื่อขยายเรื่องราวและพัฒนากระบวนการทำงานการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ในระยะต่อไป

คำสำคัญ: การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ / การเล่าเรื่อง / ความจนและความเหลื่อมล้ำ

Abstract

Transmedia Journalism to drive the issue of poverty and inequality is qualitative research by documentary research method. The objectives of this research were to study the formats, channels, and methods of Transmedia Storytelling in coverage of poverty and inequality issues of the Center for Communication of Social Agenda and Public Policy, Thai Public Broadcasting Service. Henry Jenkins' concept of Transmedia Storytelling was used as a framework for this research.

The results showed that 11 presentation formats were used in Transmedia Storytelling, such as documentaries “Kon Jon Meung”, news, news clips, articles, public forums, etc. Communication on poverty and inequality it has applied the concept of Transmedia Storytelling, which consists of 6 key features and 7 fundamentals. The results of this research had found to created stories from various issues related to poverty, it is a review from the situation about the poor and the policies related to the poor. Three communication channels were used, On Air through Thai PBS television stations, Online via official channel and On Ground activities all being integrated. As a result of the Transmedia Plan, viewers were encouraged to learn and express their opinions on poverty issues such as commenting on the official pages, contact for help and participating in public forum activities. However, a shared experience has not yet been found after watching the documentary series. The building of

a sense of unity to drive participation in public policy movements is not evident. The Center for Communication of Social Agenda and Public Policy as reviewed to expand the story and develop the Transmedia Journalism workflow in the next phase.

Keywords: Transmedia Journalism / Storytelling / Poverty and Inequality

บทนำ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมามีปัจจัยหลายอย่างเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลง กระบวนทัศน์เชิงลึกในอุตสาหกรรมสื่ออย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้กลยุทธ์การเล่าเรื่องทั้งแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ครอสมีเดีย (Crossmedia) และทรานส์มีเดีย (Transmedia) กลายเป็นแนวทางที่สร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมและเป็นการท้าทายที่สำคัญสำหรับองค์กรสื่อ ทั้งการสร้างเนื้อหาให้ลึกและหลากหลาย รวมทั้งต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับสารซึ่งเปิดรับสารในช่องทางที่หลากหลาย (Serrano-Tellería, 2021)

แนวคิดของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย เสนอขึ้นโดย เฮนรี เจนกินส์ (Jenkins, 2006) ในภาษาไทยใช้คำว่า การเล่าเรื่องในสื่อที่หลากหลาย (กองธรรมศาสตร์และการเมือง, 2563) หรือการเล่าเรื่องข้ามพื่นสื่อ (มรยาท อัครจันทโชติ, 2557) ซึ่งในหนังสือ Convergence Culture (Jenkins, 2006) ได้มีการอธิบายถึง ลักษณะของการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบบทรานส์มีเดีย คือ การให้ความสำคัญกับการนำเสนอเรื่องเล่า (Story) ที่หลากหลายผ่านสื่อหลากหลาย

ช่องทาง โดยมีการวางแผนและออกแบบเรื่องเล่ามาล่วงหน้า เป็นการเล่า ‘เรื่องเอก’ (Main Story) ผ่าน ‘เรื่องเล่าย่อย ๆ’ (Sub Story) ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ในตัวเองหลาย ๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกัน โดยแต่ละเรื่องเผยแพร่ในแต่ละช่องทางเป็นอิสระต่อกัน ใช้วิธีการเล่าที่แตกต่างกัน แต่สามารถไหลเวียนไปมา เชื่อมโยงกัน ขั้วทางซึ่งกันและกันในระหว่างสื่อได้อย่างไม่มีข้อจำกัด ภายใต้โลกของเรื่องเล่า (Storyworld) เดียวกัน นำจุดแข็ง ข้อได้เปรียบที่ดีที่สุดของแต่ละสื่อมาใช้ให้สอดคล้องกับเนื้อหา รูปแบบและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับสารและช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้เรื่องเล่าทุกเรื่องสามารถนำมาประกอบเป็นภาพใหญ่หรือโลกของเรื่องเล่า คล้ายกับการต่อจิ๊กซอว์ ผู้รับสารสามารถเลือกเข้าถึงเรื่องเล่าผ่านช่องทางใดก็ได้ โดยยิ่งเข้ามาก็ยิ่งทำให้พึงพอใจมากขึ้นเท่านั้น และประการท้ายสุด เป้าหมายของการสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย ซึ่งมีความแตกต่างจากมัลติมีเดียและครอสมีเดีย คือ การทำให้ผู้รับสารเกิดความผูกพัน (Engagement) และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่าเหล่านั้นและมุ่งขยายเรื่องราวไปให้ไกลกว่าเรื่องเล่าเดิม จนกลายเป็นผู้รับสารที่เรียกว่า Prosumer มาจาก Producer + Consumer (Jenkins, 2006; ธารมเชื้อสถาปนศิริ, 2558; มรรยาท อัครจันทโชติ, 2557)

ดังนั้น หากต้องการขับเคลื่อนประเด็นใดเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมโดยใช้การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย ผู้ผลิตจำเป็นต้องเข้าใจพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์เรื่องเล่า ซึ่งประกอบไปด้วย 1) การกระจายไปในวงกว้าง (Spreadability) กับ การเจาะลึก (Drillability) คือ การสร้างเนื้อหาเพื่อให้สามารถกระจายออกไป มีช่องทางในการค้นหาต่อ ทำให้ผู้ชมเกิดความต้องการเจาะลึกลงไปรายละเอียดให้เกิดความเข้าใจที่มากขึ้นและเชื่อมโยงเรื่องราวได้ 2) การเชื่อมประสบการณ์จริง (Immersion) กับ การเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต (Extraction) หมายถึง การเชื่อมโยงประสบการณ์ให้ผู้ชมได้สัมผัสเรื่องราว รู้สึกเสมือนเป็นผู้ที่

เจอเรื่องนั้นโดยตรง มีความรู้สึกร่วม จนทำให้หิบบกเรื่องราวบางอย่างจากโลกของเนื้อหาออกไปสู่ชีวิตจริง 3) เรื่องเล่า ที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) กับ เรื่องเล่าที่แตกต่างหลายมุม (Multiplicity) การสร้างเรื่องเล่าต้องมีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันเพื่อให้รับรู้ต่อไปได้ไม่มีวันจบ โดยใช้การเล่าที่มีความหลากหลาย มีมุมมองที่แตกต่าง ปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป 4) สร้างโลกของเรื่องเล่า (Worldbuilding) และประตูเข้าสู่โลก (Entry Point) คือ การสร้างเรื่องราว เนื้อหา ตัวละคร หลากหลายมุมมองให้ทับซ้อนกลายเป็นเรื่องเดียว และมีจุด หรือประตูเปิดสู่เรื่องราวที่แตกต่าง โดยมีการสร้างแผนที่ทางภูมิศาสตร์ หรือทำให้ผู้รับสารเห็นภาพของโลกแห่งเรื่องเล่า 5) การเล่าเรื่องไม่รู้จักจบ (Seriality) มีความพยายามกระจายเรื่องเล่าออกไปสู่ช่องทางที่เหมาะสมกับผู้ชมที่มีความแตกต่างกัน เพื่อให้เรื่องดำเนินไปในระยะยาวไม่มีวันจบ 6) การสร้างเรื่องต่างมุมมอง (Subjectivity) ใช้วิธีการเล่าเรื่องเดิมผ่านสายตาและมุมมองของตัวละครอื่น ๆ เบื้องหลังของเรื่องที่เกิดขึ้นแล้ว ให้ความสำคัญกับการนำเสนอในทุกมิติเพื่อขยายโลกของเรื่องเล่า และ 7) การเล่าเรื่องโดยเหล่าแฟนเพื่อขยายและต่อยอดโลก (Performance) การทำให้ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันมารวมตัวเป็นชุมชน กระตุ้นให้ผู้ชมสร้างเรื่องเล่าได้ใหม่ในแบบฉบับของตนเอง ซึ่งผู้ผลิตสามารถนำเอาเรื่องเล่านั้นไปสร้างเรื่องใหม่ในช่องทางแบบเป็นทางการ (Official Channel) เพื่อต่อยอดโลกของเรื่องเล่าให้ขยายต่อไปได้ (Jenkins, 2006; วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, 2564)

แม้ว่าจุดมุ่งหมายเดิมของเจนกินส์ (Jenkins) ได้ศึกษาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียภายใต้การทำงานของผลงานในขนบแบบเรื่องแต่ง (Fiction) หรือนิยาย โดยเรื่องเล่าหลักและเรื่องเล่าย่อยได้เผยแพร่กระจายไปตามช่องทางต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างประสบการณ์ความบันเทิงแบบครบวงจรที่สอดประสานกันให้แก่ผู้ชม ดังนั้น ในการอธิบายแนวคิดการเล่าเรื่องของทรานส์มีเดีย

ในงานวารสารศาสตร์ (Transmedia Journalism) หรือการสื่อสารที่ไม่ใช่เรื่องสมมติ (Non-Fiction) คือ การขยายขอบเขตไปสู่สถานการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงและข้อมูล เป็นความพยายามในการนำความเป็นจริงเผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไป อย่างไรก็ตาม การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียทางวารสารศาสตร์ ได้แสดงให้เห็นถึงพื้นฐานสำคัญของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียอย่างครบถ้วน ประการแรก คือ การใช้หลายช่องทาง ประการที่สอง เป็นการขยายเนื้อหา และทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมเป็นประการสุดท้าย (Moloney, 2020; Gambarato 2018; Lam & Tegelberg, 2019) ดังนั้น นักวารสารศาสตร์จึงควรทำความเข้าใจและนำข้อได้เปรียบของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียมาใช้กับภูมิทัศน์สื่อปัจจุบัน (Moloney, 2020)

ทั้งนี้ ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา สำนักข่าวระดับโลกได้นำการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียมาใช้ เช่น โครงการอนาคตของอาหารโดยเนชั่นแนล จีโอกราฟิก Fish Fight ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 ประเทศอังกฤษ The Sochi Project จากนักข่าว Rob Hornstra รวมทั้ง The 1619 Project จาก The New York Times และการระบาดใหญ่ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นต้น ไม่เว้นกระทั่งมหาอำนาจอย่างจีนที่ได้้นำการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียมาใช้ในการนำเสนอแนวคิด Amazing China แม้ว่าระบบสื่อของประเทศเป็นแบบรวมศูนย์ (Gu & Zhao, 2021) มีนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์หลายท่าน อาทิ Moloney (2015) Gambarato & Medvedev (2015) Gambarato, R. R., & Tarcia, L. P. T. (2016) Godulla & Wolf (2018) Hannah-Jones (2019a) และ Rosenthal (2019) เป็นต้น ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับโครงการสร้างการเล่าเรื่อง ความซับซ้อนในการนำเสนอประเด็นย่อยภายใต้โลกของเรื่องเล่าหลัก และการสร้างพลังจากการเข้าไปมีส่วนร่วมของเรื่องเล่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในบริบทของงานวารสารศาสตร์พัฒนาอย่างรวดเร็ว

ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ องค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มีความตั้งใจที่ต้องการก้าวพ้นความเป็นสื่อดั้งเดิม (Main Stream) จึงมีการนำศักยภาพที่โดดเด่นขององค์กรในทุกด้านมาพัฒนาเป็นการสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย ทั้งการใช้บุคลากร (Source) ที่มีความรู้ความสามารถหลายด้านและการมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง ความพร้อมด้านข้อมูลเนื้อหา (Message) ที่สามารถพัฒนาขึ้นเป็นประเด็นเพื่อนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ที่หลากหลาย เช่น ช่องทาง On Air ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่มุ่งเจาะกลุ่มคนวัยทำงานหรือช่องทาง Online ทางเฟซบุ๊ก The Active ที่มีคนรุ่นใหม่เป็นเป้าหมายหลัก (นภนาท อนุพงศ์พัฒน์ และสรยุทธชนพุทธิสิริ, 2564)

ทั้งนี้ ทางศูนย์ฯ ได้นำประเด็น “จักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ” ซึ่งเป็นปัญหาที่มีความกว้างและมีความซับซ้อนสูงมาใช้เป็นโจทย์ในการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย เพื่อค้นหากระบวนการทำงานพร้อมไปกับการมุ่งหาทางขับเคลื่อนเพื่อคลี่คลายปัญหาสังคมดังกล่าว ตั้งแต่ระดับการรับรู้ของคนทั่วไป ความจนเกิดจากความขี้เกียจ จนเพราะมีกรรม จนเพราะไม่มีการศึกษา หรือไม่มีการวางแผนเรื่องการเงิน ไปจนถึงปัญหาระดับโครงสร้างว่า “คนจนเมือง” เป็นผลมาจากการพัฒนาประเทศโดยเน้นอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมขึ้นจากรุ่นสู่รุ่น จนเป็นที่มาของวาทกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับความจน ทางศูนย์ฯ จึงได้มีการจัดทำโครงการข้อมูลสนับสนุนการผลิตสารคดีและการสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย ชุดจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำขึ้น โดยรวบรวมข้อมูลจากภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน โดยมีจุดมุ่งหมายในการเป็นพื้นที่รวบรวม นำเสนอข้อมูลที่สร้างความเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) เกิดวาระทางสังคม (Social Agenda) เพื่อเป็นหนทางสู่การเปลี่ยนแปลงในทางปฏิบัติทั้งในระดับพื้นฐานและเชิงนโยบาย (เพ็ญอ้าง, 2564)

การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ ของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะจึงเกิดขึ้นภายใต้การออกแบบการสื่อสารและแผนการสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย ตามแนวคิดการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ ซึ่งเป็นแนวทางการทำงานที่ทำให้สื่อมวลชนในยุคหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการทำงาน การนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้แตกต่างไปจากเดิม เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบโจทย์ โดนใจและเข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ (สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ, 2564)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบและช่องทางการนำเสนอประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ
2. เพื่อศึกษาวิธีการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในการขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ เนื้อหาจากเพจเฟซบุ๊ก The Active ได้แก่ คลิปข่าว คลิปสั้น บทความ โพสต์เตอร์ การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ จำนวน 65 ชิ้น รายการพลิปมข่าว จำนวน 2 ครั้ง รายการบ่ายโมงตรงประเด็น 8 ครั้ง เอกสารสรุปการจัดเวทีสาธารณะ หัวข้อ “คน จน เมือง” สารคดีชุด “คน จน เมือง” จำนวน 6 ตอน รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำข้อมูลสนับสนุนการผลิตสารคดีและการสื่อสารแบบ Transmedia ชุด จักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ และเค้าโครงการสอนรายวิชาการสื่อสารสาธารณะ

เพื่อหาทางออกของสังคม ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 - ธันวาคม พ.ศ. 2564 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้ตารางลงรหัส (Coding Sheet) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ (Format) ช่องทางการเผยแพร่ (Channel / Media) ลักษณะและพื้นฐานสำคัญของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จัดหมวดหมู่และเรียบเรียงตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา โดยหาความเชื่อมโยงและวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล รวมทั้งอ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 รูปแบบและช่องทางการนำเสนอประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเป็นเรื่องเล่าหลักในการทำงานแบบทรานส์มีเดียของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ได้ถูกเล่าผ่านเรื่องเล่าย่อยต่าง ๆ ผ่านการผลิตเป็นผลงานสื่อหลากหลายรูปแบบและช่องทาง โดยมุ่งหมายให้สามารถใช้ศักยภาพของแต่ละช่องทางตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลาย ดังนี้

1.1 รูปแบบการนำเสนอประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ

1.1.1 สารคดีชุด (Documentary Series) ประกอบด้วยสารคดี “คนจน เมือง” จำนวน 6 ตอน เป็นประตูเปิดเข้าสู่โลกของจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ ได้แก่

- ซอกหลืบเยาวราช: คนใช้แรงงานในย่านเยาวราชที่ไม่มีหลักประกันในชีวิต

- ถนนเสี่ยงจน: ชีวิตคนทำงาน Rider บน Platform Online ที่มีความเสี่ยงและความไม่มั่นคงในอาชีพ

- แม่ค้าเถื่อน: แม่ค้าอาหารบนทางเท้าที่ถูกกล่าวหาว่าผิดกฎหมาย
- ชีวิตบนเส้นด้าย: แรงงานเหมืองช่วงที่ไม่ได้รับสวัสดิการที่เหมาะสม
- บ้านหลังสุดท้าย: การไล่รื้อที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหากินของชาวประมง และ
- คนหลงดอย: การทิ้งศักยภาพตามวิถีดั้งเดิมเพราะนโยบายเบียดขับ

ของภาครัฐ

1.1.2 ข่าว (News) และคลิปข่าว (News Clip) รายงานเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำในแง่มุมที่ต่างกัน ซึ่งเป็นเรื่องเล่าย่อยของประเด็นที่ได้นำเสนอในสารคดีชุด ผลิตขึ้นโดยต่อยอดจากข้อมูล แหล่งข่าว หรือการตามประเด็นต่อเนื่องที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ เช่น ข่าวคนจนในมุมใหม่ คนจนเมืองที่เปลี่ยนไปในสังคมเมืองที่กำลังเปลี่ยนแปลง เสียงสะท้อนจากกลุ่มคนจนเมือง การพัฒนาเมือง ปัญหาคนไร้บ้าน คนร่อยเมืองคนร่อยพวงมาลัย หาบเร่แผงลอย และหาบเร่เส้นไหมเมือง เป็นต้น รวมถึงคลิปข่าว คนอยู่กับป่า ใคร ๆ ก็อยากมีบ้าน ริมทางรถไฟ สำนวณขาดหลุมในโรงเรียน และผลกระทบหาบเร่แผงลอย เป็นต้น

1.1.3 คลิปสั้น (Short Clip) ใช้การย่อเนื้อหาให้มีความยาวที่ลดลง และเลือกนำเสนอในเนื้อหาที่เป็นจุดเด่นของประเด็นที่นำเสนอหลัก ไม่ว่าจะเป็นตัวอย่าง (Trailer) ของสารคดีชุดบทสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง และการนำเสนอเรื่องเล่าย่อยในมุมมองที่แตกต่างต่อยอดจากเรื่องเล่าหลัก เช่น คนไร้บ้าน คนจนเมือง เศรษฐกิจเติบโตแรงงานไม่เติบโต คนร่อยมาลัยอาชีพเล็กในเมืองใหญ่ และบ้านมั่นคง

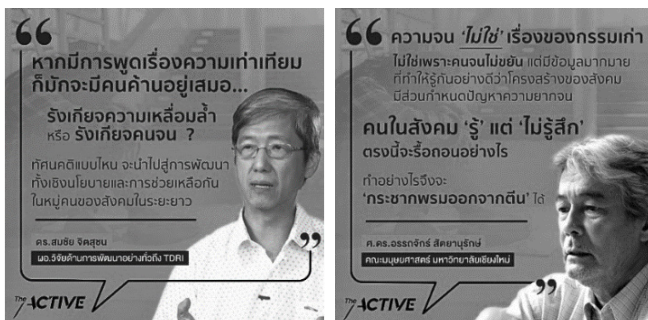
1.1.4 การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ (Data Visualization) การนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิ กราฟ หรือวิดีโอที่

แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย เช่น เมืองกับคนจน ความจริงของคนจน: นโยบายแก้จน 5 ทศวรรษ และ “บ้าน” ของคนจนเมือง เป็นต้น

1.1.5 การจัดเวทีสาธารณะ (Public Forum) หัวข้อ คนจนเมืองที่กำลังเปลี่ยนไป คนจนใหม่: จากสถานการณ์การระบาด COVID-19 เจ้าพระยาเดลต้า Hand to Hand for Social Movement และสวนผักคนเมืองเชียงใหม่ เป็นต้น เพื่อรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายจากกลุ่มคนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.1.6 บทความ (Article) การเรียบเรียงข้อมูล หรือบทสัมภาษณ์ทั้งจากกลุ่มนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้าน เพื่อเสนอให้เห็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความจนและความเหลื่อมล้ำในมุมมองที่แตกต่าง เช่น คนจนเมืองในภาวะวิกฤติโควิด เมื่อไม่มีสิทธิที่จะเลือกชีวิตดี ๆ จึงเป็นแค่จินตนาการเปิดข้อมูล “คนจนเมืองที่เปลี่ยนไปในสังคมเมืองที่กำลังเปลี่ยนแปลง” และจบใหม่โรงงาน วันที่อยู่อาศัยโลก คนจนยังไม่มีที่อยู่ เป็นต้น

1.1.7 โพสต์เตอร์บทความ การนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสรุปเป็นข้อความสั้นเพื่อนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจ เช่น “รังเกียจความเหลื่อมล้ำ หรือ รังเกียจคนจน ?” “คนในสังคม ‘รู้’ แต่ ‘ไม่รู้ลึก’ ตรงนี้เรื่องอะไร” โดย ดร.สมชัย จิตสุชน “ความจน ไม่ใช่เรื่องของกรรมเก่า” โดย ศาสตราจารย์ ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์



ภาพที่ 1 โพสต์เตอร์บทความในจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ
ที่มา: <https://www.facebook.com/theactive.net>

1.1.8 เพลง (Song) มีการแต่งเพลงเพื่อใช้ประกอบสารคดีชุด “คน จน เมือง” ชื่อเพลง “โอกาส” เนื้อหาของเพลงเล่าเรื่องราวชีวิตของ “คนจนเมือง” ที่แตกต่างกันเชิงบริบท และได้มีการผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอ เนื้อร้องโดย ศิริวรรณ เทพอาพร และณาดยา แวววีร์คุปต์ ทำนองโดย ธนากร กาญจนสุกข์ บงกคพ วรอุไร ทำหน้าที่โปรดิวเซอร์ และศิริวรรณ เทพอาพร เป็นผู้ขับร้อง

1.1.9 การติดแฮชแท็ก (Hashtag หรือ #) ในประเด็นต่าง ๆ เพื่อจัดกลุ่มข้อมูลให้สามารถติดตามเรื่องเนื้อหาในประเด็นย่อยต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน เช่น คนจนเมือง คนจนเมือง 2020 ความเหลื่อมล้ำ ใครคือคนจน คนไร้บ้าน คลองเตยรอรัฐ คนจนเมืองในภาวะวิกฤติโควิด19 การเติบโตทางเศรษฐกิจ ไล่รื้อ ชุมชน อาชีพเล็กในเมืองใหญ่ ความจนหน้าตาประมาณไหน ความมั่นคงทางอาหาร สวนผักคนเมือง สังคมเมืองที่กำลังเปลี่ยนแปลง ที่ดินการรถไฟ ปฏิรูป การศึกษา เป็นต้น

1.1.10 เกม (Game) ออกแบบเกมออนไลน์ “เกมแก้จน” ที่นำตัวละครบางส่วนในสารคดี “คน จน เมือง” ไปเป็นตัวละครในเกมดังกล่าว โดยมีสถานการณ์ให้ผู้เล่นทดลองแก้ไขปัญหาเพื่อให้หลุดพ้นจากความยากจนและความเหลื่อมล้ำ

1.1.11 หลักสูตรการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (MOOC) มีการจัดรายวิชางานสื่อสารสาธารณะเพื่อหาทางออกของสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความหมายของ Solutions & Civic Journalism กระบวนการพัฒนาข่าวจาก Human Interest สู่ Public Interest ข่าวและเนื้อหาการศึกษาในมุมมองของ Solutions & Civic Journalism และการนำเสนอข่าวและเนื้อหาเชิงนโยบาย นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปสามารถลงทะเบียนเข้าเรียนได้ทาง thaimooc.org

1.2 ช่องทางการนำเสนอประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ มีการ

ออกอากาศและการเผยแพร่แบบคู่ขนาน ใน 3 ลักษณะ ได้แก่

1.2.1 การออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส หรือ On Air ประกอบด้วย สารคดีชุด “คน จน เมือง” จำนวน 6 ตอน ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 21.10 – 22.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส รายการบ่ายโม่งตรงประเด็น ออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 13.00 น. รายการพลิกปมข่าว ออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 19.45 - 19.50 น. และการรายงานข่าวเกาะติดสถานการณ์ต่าง ๆ ผ่านข่าวรายการข่าวเช้า เทียง และค่า

1.2.2 การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล หรือ Online ได้แก่ การเผยแพร่ทางเว็บไซต์ www.theactive.net และสื่อสังคมออนไลน์ชื่อบัญชี The Active ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และทวิตเตอร์ เพจเฟซบุ๊ก บ่ายโม่งตรงประเด็น และการเผยแพร่ด้วยการออกอากาศสด (Live) ในวาระต่าง ๆ เช่น การจัดเวทีสาธารณะ รวมถึงการออกอากาศคู่ขนานทั้งทาง Online ทาง On Air และ The Active Podcast

1.2.3 การจัดกิจกรรม หรือ On Ground ได้แก่ การจัดเวทีร่วมกับเครือข่าย การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับภาคีเครือข่าย การจัดงานเปิดตัวและฉายสารคดี และจัดพื้นที่สาธารณะเชิงประเด็น เป็นต้น

ทั้งนี้ ในรูปแบบการนำเสนอแต่ละแบบมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน โดยสารคดีชุด ข่าว คลิปข่าว และการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ ทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลเพื่อสะท้อนปรากฏการณ์และกำหนดวาระทางสังคม ส่วนการจัดเวทีสาธารณะและกิจกรรมจัดขึ้นเพื่อ สร้างบทสนทนาสาธารณะ สร้างการมีส่วนร่วมและเปิดพื้นที่ให้แก่การแสดงความคิดเห็นในวงกว้าง สำหรับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย พบว่า ช่องทางการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นกลุ่มผู้ชมอายุ 50 ปีขึ้นไป ช่องทางสื่อออนไลน์ คือกลุ่มผู้ชมอายุต่ำกว่า 50 ปี ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี ขณะที่ช่องทางการจัดกิจกรรมใช้ในการ

สร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้ชม

การนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างกัน 11 รูปแบบ ในช่องทางการสื่อสารที่แบ่งออกเป็น 3 ช่องทาง สามารถออกอากาศ หรือเผยแพร่แบบคู่ขนานเพื่อสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ผู้ชมเลือกเปิดรับได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับ 6 ลักษณะ และ 7 พื้นฐานกับการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิธีการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในการขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

2.1 ลักษณะสำคัญของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย

การขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำผ่านรูปแบบและช่องทางการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ปรากฏลักษณะสำคัญของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียทั้ง 6 ลักษณะ ดังนี้

2.1.1 การนำเสนอประเด็น (Story) ผ่านสื่อหลากหลาย โดยมีการวางแผนจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำสารคดีชุด “คนจน เมือง” เป็นการทำงานที่มีการวางแผน โดยเกิดขึ้นจากการนำงานวิจัย โครงการคนจนเมืองที่เปลี่ยนไปในสังคมเมืองที่กำลังเปลี่ยนแปลง เป็นข้อมูลตั้งต้นในการผลิตงานสารคดีชุด ทั้งหมด 6 ตอน จากนั้นมีการโปรโมทก่อนออกอากาศสารคดีเป็นเวลาประมาณ 1 เดือน ทั้งการเผยแพร่บทสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องใน “จักรวาลคนจนและความเหลื่อมล้ำทางสังคม” และโพสต์เตอร์บทความที่นำเสนอข้อความสั้นที่น่าสนใจ (Quotes) ผ่านช่องทาง Online เพื่อเป็นการนำเข้าสู่เรื่อง ช่วยดึงดูดให้ผู้ชมมีความสนใจ และในระหว่างที่ออกอากาศได้มีการเผยแพร่บทความเชิงลึกได้อ่านเรื่องราวเสริมจากสารคดี

2.1.2 การเล่า ‘เรื่องเอก’ ผ่านเรื่องเล่าย่อย ๆ ที่สมบูรณ์ในตัวเองหลาย ๆ เรื่อง การสร้างจักรวาลของความจนและความเหลื่อมล้ำ มีประเด็นหลักที่ต้องการสื่อสารหลายประเด็น เช่น คนจนเมือง ความเหลื่อมล้ำ เศรษฐกิจ การศึกษา ความมั่นคงทางอาหาร คนไร้บ้าน ฯลฯ โดยมีสารคดีชุดจำนวน 6 ตอนเป็นผลงานสำหรับเปิดเข้าสู่จักรวาล โดยภายในจักรวาลยังประกอบด้วยเรื่องเล่าย่อย ๆ หลายเรื่อง ซึ่งผู้ชมสามารถรับชมและเข้าใจเรื่องราวได้ ไม่ว่าจะเป็นข่าว คลิปข่าว คลิปสั้น และบทความ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความกว้างและซับซ้อนของจักรวาล ทำให้มีหลายประเด็นย่อยที่การนำเสนอไม่ต่อเนื่องและผู้ชมอาจไม่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหากับเรื่องราวอื่น ๆ ในจักรวาลหลักได้อย่างประเด็นเรื่องความมั่นคงทางอาหาร

2.1.3 การเลือกใช้สื่อตามคุณลักษณะเด่นได้เหมาะสม

การสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย เพื่อการขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับคนจนและความเหลื่อมล้ำ มีรูปแบบการนำเสนอผ่านรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย โดยมีการวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อและวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร ได้แก่ ข่าว สารคดีชุด และการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ ใช้เพื่อสะท้อนปรากฏการณ์ให้ข้อมูลและกำหนดวาระทางสังคม ส่วนการสร้างบทสนทนาสาธารณะ สร้างการมีส่วนร่วมและเปิดพื้นที่ให้เสียงหลากหลาย ใช้การจัดเวทีสาธารณะและกิจกรรมนอกสถานที่ ขณะเดียวกันการสร้างแรงบันดาลใจให้สัมผัสความรู้สึก เป็นหน้าที่ของสารคดี ซึ่งเป็นการเลือกใช้สื่อตามคุณลักษณะเฉพาะได้อย่างหลากหลายและเหมาะสม

2.1.4 เรื่องเล่าทุกเรื่องสามารถนำมาประกอบเป็นโลกของเรื่องเล่าเรื่องเล่าเอกและเรื่องเล่าย่อยที่มีหลากหลายประเด็น มีการนำเสนอในหลายรูปแบบ ซึ่งทุกประเด็นที่มีจุดเริ่มต้นมาจากการทำวิจัยเพื่อค้นหาและหาทางออกของปัญหาความจนและความเหลื่อมล้ำ นำเสนอผ่านบทสารคดีทั้ง 6 ตอน เมื่อรับ

ชมแต่ละตอน สามารถเดินทางต่อไปยังประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพรวมของปัญหาในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ประเด็นเกี่ยวกับการไล่อื้อที่อยู่อาศัย คนไร้บ้าน บ้านมั่นคง เป็นต้น

2.1.5 ผู้รับสารสามารถเลือกเข้าถึงเรื่องเล่าผ่านช่องทางใดก็ได้ สิ่งที่สำคัญ คือการเริ่มต้นเรื่องราว โดยจำเป็นต้องมีบทนำในการเข้าถึงเรื่องเล่าที่ดีเยี่ยมจึงจะทำให้ผู้รับสารอยากเดินทางต่อไปยังเรื่องราวอื่นในจักรวาล ทั้งนี้ ผู้ผลิตได้มีการวางแผนการโปรโมทผลงานผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมทั้งมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นช่องทางใดย่อมสามารถเป็นประตูบานแรกในการต้อนรับผู้ชมเข้าสู่จักรวาลได้ เช่น บทสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง โปสเตอร์ การใช้คำพูดที่น่าสนใจ (Quotes) ตัวอย่างสารคดีแต่ละตอน (Trailer) และมิวสิกวิดีโอเพลง “โอกาส” เป็นต้น

2.1.6 ผู้รับสารเกิดความผูกพันและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่า เนื้อหาที่น่าสนใจมีผู้ชมมากถูกใจ กดแชร์ และมีการแสดงความคิดเห็นต่อผลงานมียอดการชมเพิ่มมากขึ้นในเวลาที่ผ่านไป อย่างไรก็ตาม พบว่า เนื้อหามีลักษณะเป็นการแสดงการมีส่วนร่วมในระดับหนึ่ง สำหรับสารคดีชุด “คน จน เมือง” ความคิดเห็นภายหลังการเข้าชม สามารถแบ่งออกได้เป็น การสะท้อนปัญหาส่วนตัว การสะท้อนปัญหาในเชิงโครงสร้าง การสะท้อนความเห็นเชิงอุดมคติ ความเห็นในเชิงการหาทางออก การเสนอความเห็นต่างจากที่นำเสนอในเนื้อหาของสารคดี การแสดงความไม่พอใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ความเห็นเชิงการให้กำลังใจและการแสดงความคิดเห็นต่อรายการ ทั้งนี้ยังไม่พบกลุ่มแฟนที่มีการสร้างเนื้อหาด้วยตนเองเพื่อขยายเรื่องราวและส่งต่อเรื่องราวนั้น ๆ แบบปากต่อปากออนไลน์ (E-word of Mouth) ในลักษณะที่ชวนผู้อื่นให้มาชมสารคดี

2.2 พื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบบทรานส์มีเดีย

แนวความคิดการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย มีพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์เรื่อง

เล่าอยู่ 7 ประการ ซึ่งในการสร้างจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์
สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ผลการวิจัยพบว่า มีพื้นฐานสำคัญ
อย่างน้อย 6 ประการ ปรากฏในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวดังนี้

2.2.1 มีการกระจายในวงกว้าง (Spreadability) กับ การเจาะลึก
(Drillability)

ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะได้มีการออกแบบ
เนื้อหาและวางแผนการสื่อสารให้สามารถกระจายประเด็นออกไปได้อย่างกว้าง
ขวาง โดยเริ่มต้นจากสารคดีชุด 6 ตอน พร้อมกับมีช่องทางในการค้นหาต่อใน
เชิงลึก ทั้งในรูปแบบของบทสัมภาษณ์ โพสต์ตอบบทความ การจัดเวทีสาธารณะ
และประเด็นข่าวต่อเนื่อง ทำให้ผู้ชมที่มีความสนใจต้องการทราบเนื้อหาแบบลง
รายละเอียดสามารถเข้าไปติดตามเรื่องราวได้ต่อในส่วนที่สนใจ ซึ่งจะทำให้เกิด
ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ ส่งผลให้เชื่อมโยงเรื่อง
ราวทั้งภาพกว้างและลึกของปัญหาได้ เช่น ประเด็นของสารคดี ตอน ชอกหลิบ
เยวราช: คนใช้แรงงานในย่านเยวราชที่ไม่มีหลักประกันในชีวิต หรือบ้านหลัง
สุดท้าย: การไล่รื้อที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหากินของชาวประมงจะนำไปสู่เรื่องเล่า
ย่อยเกี่ยวกับคนไร้บ้าน คนเร่ร่อน บ้านของคนจนเมือง และใคร ๆ ก็อยากมีบ้าน
เป็นต้น

2.2.2 เชื่อมประสบการณ์จริง (Immersion) กับ เป็นส่วนในชีวิตจริง
(Extraction)

เมื่อกลุ่มผู้ชมได้รับชมผลงาน บางส่วนจะแสดงออกถึงการมีส่วนร่วม
(Engagement) กับเนื้อหา โดยเฉพาะกับเนื้อหาที่ปรากฏทางสื่อ Online เช่น
การกดถูกใจและการแสดงความคิดเห็น ซึ่งสะท้อนว่ามีการเชื่อมโยงประสบการณ์
ของตนเองกับเรื่องราว มีการกล่าวถึงปัญหาส่วนตัวที่เผชิญเช่นเดียวกับในเนื้อหา
ของสารคดี ในอีกด้านหนึ่งได้แสดงความไม่พอใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นเสมือนเป็นผู้ที่เจอ

เรื่องนั้นโดยตรง รวมทั้งมีการส่งกำลังใจกับเจ้าของเรื่องราว และแสดงถึงความรู้สึกมีส่วนร่วมกับประเด็น นอกจากนี้ในการออกอากาศสดแบบคู่ขนานระหว่างสื่อ On Air สื่อ Online ผู้ผลิตยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์และเห็นยอดจำนวนผู้ชมได้แบบเวลาจริง (Realtime)

2.2.3 มีความต่อเนื่อง (Continuity) กับ แตกต่างหลายมุม (Multiplicity) การสร้างเรื่องเล่าของประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำมีการออกอากาศและเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดระยะเวลาประมาณ 12 เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 - กรกฎาคม พ.ศ. 2564 จุดร้อยของเนื้อหาแต่ละเรื่องราวย่อยมีลักษณะของ “การทำให้เรียนรู้ไป” โดยผู้สื่อข่าวที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละประเด็นจะเป็นผู้นำเสนอเรื่องที่น่าสนใจสืบเนื่องจากการลงพื้นที่ รวมทั้งตัวบุคคลที่มีเรื่องราวที่น่าสนใจ ทำให้มีการขยายต่อทั้งประเด็น ตัวละครออกไปจากสารคดี “คน จน เมือง” รวมไปถึงรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งส่วนใหญ่จะขยายสู่การรายงานข่าว แต่ยังคงไว้ซึ่งแก่นเดียวกัน คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความจนและเรื่องของคนจน เช่น มุมมองแรกเป็นการเล่าเรื่องราวปัญหา ความต้องการ วิธีการแก้ไขปัญหาของตัวละครเอกในสารคดี มุมมองต่อมาเป็นความคิดเห็นของนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ผ่านบทสรุปจากทีมกองบรรณาธิการและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ประเด็นของความจนและความเหลื่อมล้ำในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีประเด็นย่อยให้นำเสนอในระยะเวลาของการแพร่ระบาด ซึ่งมีผลกระทบและให้เห็นภาพของความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างชัดเจน

2.2.4 สร้างโลกของเรื่องเล่า (Worldbuilding) และประตูเข้าสู่โลก (Entry Point) การสร้างโลกมีหลักการสำคัญ คือ การทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมโดยตรงกับโลกที่ปรากฏในเรื่องเล่า ซึ่งสารคดีชุด “คน จน เมือง” จำนวน 6 ตอน ถูกใช้เป็นประตูเปิดเข้าสู่เรื่องราว โดยการเล่าเรื่องจากชีวิตจริงของคนเล็ก ๆ ในสังคม

มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและอยากติดตามเรื่องราวต่อมา ความคืบหน้าของประเด็นข่าว ความก้าวหน้าของการผลักดันนโยบายที่เป็นรูปธรรมซึ่งในการเข้าสู่โลกของเรื่องเล่ามีประตูลายบานผ่านช่องทางทั้งแบบ On Air ช่องทาง Online ช่องทาง On Ground และใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้าสู่เนื้อหาส่วนต่าง ๆ ได้ในลำดับต่อไป นอกจากนี้ยังได้มีการสร้างแผนที่ภูมิศาสตร์ของเรื่องเล่า เพื่อเชื่อมโยงเรื่องเล่าย่อยประเด็นต่าง ๆ ให้เข้าถึงกัน เช่น ตัวอย่าง (Trailer) ของสารคดีชุด โปสเตอร์สรุปบทสัมภาษณ์ที่น่าสนใจของผู้เชี่ยวชาญ จะนำผู้ชมเดินทางตามแผนที่ไปสู่เรื่องเล่าหลักของจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ

2.2.5 การเล่าเรื่องไม่รู้จักจบ (Seriality) นอกจากการนำเสนอความจนและความเหลื่อมล้ำผ่านทางสื่อ ทางศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะยังได้นำความรู้จากการทำงานในเรื่องของวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะมาสังเคราะห์เป็นบทเรียนหัวข้อต่าง ๆ ผ่านหลักสูตรการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (MOOC) วิชางานสื่อสารสาธารณะเพื่อหาทางออกของสังคม เพื่อให้ความรู้แก่ภาคประชาชนสามารถเข้าศึกษาได้ตลอด ซึ่งเป็นช่องทางให้เกิดการขยายต่อเรื่องราวโดยผู้ชม เมื่อผู้ชม หรือประชาชนได้ลงเรียน เกิดความเข้าใจและตระหนักว่าการนำเสนอข่าวและเนื้อหาเชิงนโยบายสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้จริง ก็จะทำให้ความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในการสร้างเนื้อหาและการขับเคลื่อนนโยบาย นอกจากนี้ได้มีการต่อยอดการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสู่ “คน จน เมือง ชีชีน 2” ซึ่งเป็นประเด็นที่ขยายเรื่องเล่ามาจากปัญหาของคนจนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้คนจนต้องพบกับปัญหาที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้เกิดการเล่าเรื่องผ่านเรื่องเล่าย่อยในประเด็น การหลุดออกจากระบบการศึกษาระบบสาธารณสุขของชุมชนแออัด ที่สะท้อนปัญหาความไม่เท่าเทียมในด้านต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความจนและโรคระบาด

2.2.6 การสร้างเรื่องต่างมุมมอง (Subjectivity) การสร้างเรื่องราวผ่านมุมมองของคนที่หลากหลาย ผ่านสายตาของนักวิชาการ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยในแต่ละเรื่องจะมีตัวละครหลักที่แตกต่างกัน เช่น ในสารคดีชุดใช้คนในสังคมที่ประสบปัญหาความยากจนเป็นตัวเดินเรื่อง โดยใช้ข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนให้เกิดความชัดเจนของปัญหา ส่วนในบทความเน้นนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการสะท้อนข้อมูล โดยมีเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงเป็นตัวอย่างประกอบให้เกิดความสมบูรณ์ หรือการนำตัวละครที่มีอยู่จริงในสารคดีชุด มาต่อยอดเป็นตัวละครในเกมออนไลน์ เพื่อให้ผู้ชมได้มีโอกาสทดลองสวมบทบาทแก้ไขปัญหาความยากจนตามแนวทางของตนเอง ซึ่งอาจแตกต่างกับที่เสนอไว้ในชิ้นงานต่าง ๆ ที่ได้เผยแพร่ไป

2.2.7 การเล่าเรื่องโดยเหล่าแฟนเพื่อขยายและต่อยอดโลก (Performance) พื้นฐานสำคัญประการสุดท้าย คือ การเล่าเรื่องโดยเหล่าแฟนเพื่อขยายและต่อยอดโลก ผลจากการวิจัยพบว่า ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะพยายามให้มีการวางแผนเพื่อการสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้ชมในทุกระยะ ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ร่วมก่อนรับชม ประสบการณ์ร่วมระหว่างรับชม และประสบการณ์ร่วมหลังรับชม โดยผู้ชมมีส่วนร่วมในระดับการกดถูกใจและการแสดงความคิดเห็น ซึ่งยังคงขาดมิติการมีส่วนร่วมผ่านการแสดงความคิดเห็นได้แบบเวลาจริง (Realtime) การเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของกลุ่มแฟน ไปจนถึงการสร้างเนื้อหาโดยผู้ชม (User-Generated Content หรือ UGC) เพื่อร่วมผลักดันประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำให้เกิดขึ้นในทางปฏิบัติ

ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะให้ความสำคัญกับการออกแบบและวางแผนการสื่อสาร โดยเรื่องเล่าหลัก คือ ประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ ซึ่งแวดล้อมด้วยเรื่องเล่าย่อย ๆ ผ่านรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย เช่น คนไร้งาน คนไร้บ้าน คนขาดการศึกษา คนขาดความมั่นคง

ทางอาหาร และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงการทำงานภายใต้วิธีการตามพื้นฐานของการสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย ด้วยการเล่าเรื่องที่ปราศจากข้อจำกัด เพื่อให้เกิดกลุ่มแฟนที่มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นปัญหาและเป็นพลังขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำให้อยู่ในความสนใจของสังคม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำ พบว่า ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะมีการใช้ 11 รูปแบบ และ 3 ช่องทาง เพื่อนำเสนอประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและความเหมาะสมกับผู้ชมแต่ละกลุ่ม โดยมีการนำแนวคิดการสื่อสารแบบทรานส์มีเดียมาประยุกต์ใช้ทั้งการสร้างโลกของเรื่องเล่า ผ่านเรื่องเล่าย่อย ๆ หลายเรื่อง ซึ่งถูกนำเสนอผ่านรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย โดยสามารถวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและช่องทางการนำเสนอประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

การพัฒนาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ : การให้ความสำคัญกับรูปแบบการนำเสนอและช่องทางการเผยแพร่ที่หลากหลาย

การนำเสนอเรื่องราวในจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ ทางศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะได้มีความพยายามในการออกแบบประเด็นให้มีเรื่องราวที่หลากหลาย (Multiple Stories) ภายใต้จักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า เรื่องเล่าหลัก คือ ความจนและ

ความเหลื่อมล้ำ ได้ถูกนำเสนอผ่านประเด็นย่อย ๆ ล้วนเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงทุกคนในสังคมล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาแต่ละปัญหาไม่ว่าทางใดทางหนึ่ง เช่น ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปัญหาเรื่องการประกอบอาชีพ ปัญหาด้านที่อยู่อาศัยและความไม่เท่าเทียมทางการศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้รูปแบบการนำเสนอถึง 11 รูปแบบ ผ่านช่องทางการสื่อสารทุกรูปแบบของทางศูนย์ฯ แบบบูรณาการทุกสื่อไว้ด้วยกัน ทั้งการออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส หรือ On Air การเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัล หรือ Online และการจัดกิจกรรม หรือ On Ground รวมทั้งยังมีการออกแบบช่องทางและกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วม สอดคล้องกับการศึกษาของ Moloney (2020) เกี่ยวกับการทำให้ประเด็นหนึ่งเกิดเป็นกระแสข่าวอย่างไม่หยุดยั้งและการศึกษาช่องทางต่าง ๆ ของ New York Times พบว่า การสร้างโลกของเรื่องเล่า (Storyworld) ต้องมีการประสานการทำงานกันในทุกรูปแบบและช่องทาง ทั้งในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ เพื่อหาวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการผลิต (Produce) การพิมพ์ (Print) พอดคาสต์ (Podcast) ซึ่งเน้นการใช้เสียง ผ่านการเผยแพร่ (Publish) และการผลักดัน (Push) โดยปรัชญาการพัฒนาของสำนักข่าว New York Times นั้น สอดคล้องกับเป้าหมายของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย คือ การบอกเล่าเรื่องราวที่ซับซ้อนในรูปแบบสื่อต่าง ๆ และในหลายช่องทางสื่อในทางที่กว้างขวางมากกว่าที่จะซ้ำซากจำเจ จนทำให้เกิดโลกแห่งเรื่องราวขนาดมหึมาของข่าวทั้งหมด

นอกจากนี้ Lam & Tegelberg (2019) ได้เสนอไว้ว่า การเชิญชวนผู้ชมให้มีส่วนร่วมกับวิทยาศาสตร์ภูมิอากาศประเด็นเรื่องการละลายของธารน้ำแข็ง ต้องดำเนินการผ่านการหมุนเวียนสื่อ หรือช่องทางที่หลากหลาย โดยใช้ศักยภาพของแต่ละช่องทางอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม ตัวอย่าง

ของช่องทางที่เลือกใช้ในการสื่อสารกับผู้ชม ได้แก่ นิทรรศการศิลปะ การจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ การสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์สารคดี วิดีโอบนยูทูป หรือการปกคลุมเครื่องหมายบอกตำแหน่งในกูเกิล เอิร์ธ เป็นต้น ซึ่งนับเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงช่องทางได้ตามความสนใจ หรือสอดแทรกอยู่ในพฤติกรรมการใช้ชีวิต

การพัฒนาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์: การให้ความสำคัญกับผู้ชม

ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ได้มีการเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ชมภายหลังการรับชมสารคดีชุด “คน จน เมือง” และได้ทำการจัดกลุ่มการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมผ่านช่องทางยูทูป ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มความเห็นที่แตกต่างกันได้ถึง 8 กลุ่ม ได้แก่ 1) สะท้อนความเห็นเชิงปัญหาในระดับปัจเจก 2) สะท้อนความคิดเห็นปัญหาในเชิงโครงสร้าง 3) สะท้อนความเห็นในเชิงอุดมคติ 4) สะท้อนความเห็นในเชิงการหาทางออก 5) เสนอความเห็นที่ต่างออกไปจากสารคดีนำเสนอ 6) แสดงความไม่พอใจกับสิ่งที่เกิดขึ้น 7) แสดงความเห็นในเชิงการให้กำลังใจ / สงสาร / อยากให้ความช่วยเหลือ 8) แสดงความคิดเห็นต่อรายการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาของสารคดีชุดทั้งในระดับปัจเจก ไปจนถึงระดับนโยบาย และความแตกต่าง แยกออกเป็นกลุ่มย่อยของผู้รับสารในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ได้มีผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะถึงการจัดพื้นที่ตั้งคำถามให้คนถกเถียงกัน การเชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหามาคุยเพื่อขับเคลื่อนเชิงนโยบาย เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา พร้อมไปกับการช่วยการขยายเนื้อหาแบบต่างมุมมอง รวมไปถึงการขยายเรื่องราวผ่านสารคดีชุดใหม่ อย่างไรก็ตามภายใต้การทำงานแม้จะมีการวางแผนงานเพื่อจะเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียไว้ แต่ด้วยจักรวาลของเรื่องเล่าเกี่ยวกับความจนมีความกว้างใหญ่จึงยังไม่ปรากฏแผนที่

การเดินทางสำหรับผู้ชมในการเข้าถึงเรื่องราว ผู้ชมยังไม่สามารถเข้าถึงเรื่องเล่าทั้งหมดได้ และยังไม่พบแนวทางการสร้างประสบการณ์ร่วมภายหลังการรับชม หรือการเล่าเรื่องโดยเหล่าแฟนเพื่อขยายและต่อยอดเรื่องราวโดยผู้ชมที่เด่นชัด จนทำให้เรื่องราวของจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำถูกเล่าออกมาอย่างไม่มีความจบได้

ในประเด็นนี้ มีนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาถึงความสำคัญของ “ผู้ชม” ในการทำงานด้านการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ พบว่า ผู้ชมมีความกระตือรือร้น (Active Audience) สามารถเลือกสนใจและมุ่งมั่นในการเปิดรับสารด้วยตัวเอง (Moloney, 2015; Lam & Tegelberg, 2019) ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลจำเป็นต้องมีการออกแบบข้อความให้ตรงกับผู้ชมกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งในการศึกษาของ Ferreira, Nunes & Nisi (2021) เกี่ยวกับการสื่อสารเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ พบว่า การออกแบบข้อความมีความสำคัญกับผู้ชมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น นำเสนอในเรื่องที่ผู้ชมยังไม่รับทราบ ปรับข้อความให้เข้ากับผู้ชม นำเสนอขั้นตอนให้ผู้ชมสามารถเดินทางไปยังข้อมูลส่วนต่าง ๆ และหาแนวทางที่จะทำให้ผู้ชมเกิดปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวัน ซึ่ง Jenkins (2009) ระบุไว้อย่างชัดเจนว่า หลักสำคัญของการสร้างโลกแบบทรานส์มีเดีย คือ หาวิธีการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมโดยตรงกับโลกของเรื่องเล่า

ด้าน Gambarato & Alzamora (2018) จึงเสนอไว้ว่า การออกแบบเนื้อหาของข่าวในศตวรรษที่ 21 ต้องทำให้ผู้ชมแต่ละคนสามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งหมดได้แบบเฉพาะตัว โดยแต่ละประเด็นต้องมีข้อมูลที่เป็นจุดเริ่มต้นเข้าสู่เรื่องราว และต้องมีลิงก์เพื่อเชื่อมต่อไปยังเรื่องเล่าย่อยต่าง ๆ ที่เป็นอิสระต่อกันแต่สามารถเชื่อมโยงไปมาระหว่างกันได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ชมสามารถเลือกเส้นทางการรับรู้เรื่องราวได้หลากหลายเส้นทาง และยืนยันด้วยว่าอนาคตของการทำข่าวควรจะมีมุ่งสู่กระบวนการทรานส์มีเดีย

การให้ความสำคัญกับผู้ชม ทั้งในแง่ของการออกแบบเนื้อหา การเลือกรูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ชม ทำให้ Aguado & Güere (2013) ได้กล่าวไว้ว่า จากนี้ไปยุค “เนื้อหา คือ พระราชา” ได้เปลี่ยนผ่านสู่ยุค “สาธารณรัฐของผู้ใช้” (From the monarchy of content to the republic of users) ซึ่งนักวารสารศาสตร์ต้องมุ่งให้ความสนใจมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิธีการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในการขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

**การพัฒนาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ :
วางแผนการเล่าเรื่องไว้ให้ผู้ชมช่วยขยายและต่อยอดเรื่องเล่า**

ผลจากการวิจัย พบว่า การทำงานเพื่อสร้างประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำด้วยการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ได้มีการวางแผนการสื่อสารไว้ล่วงหน้า เริ่มจากการทำวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงจากส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การออกแบบลำดับการเผยแพร่สารคดีชุด และประเด็นย่อยอื่นในจักรวาล อย่างไรก็ตาม ในระหว่างการทำงานสามารถมีประเด็นเกี่ยวเนื่อง หรือความคืบหน้าใหม่ที่เกิดขึ้น โดยอาจมาจากกลุ่มผู้ชม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งทางผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญและพร้อมนำมาขยายเรื่องราวเพื่อนำเสนอต่อไป

เนื่องจากการทำงานในการขับเคลื่อนวาระประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำด้วยการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียเป็นงานใหม่ เสมือนเป็นโครงการนำร่อง ทำให้การทำงานเป็นไปในลักษณะทำงานควบคู่ไปกับการเรียนรู้ ยังไม่มีการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมอย่างลึกซึ้ง รวมถึงการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอช่องทางที่เหมาะสมกับผู้รับสาร และการสร้างกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อสร้างประสบการณ์การมีส่วนร่วมในระยะต่าง ๆ ให้แก่ผู้ชม

ทั้งนี้ มีแนวทางการทำงานภายใต้การออกแบบและวางแผนในหนังสือ Journalism and Ethics: Breakthroughs in Research and Practice Journalism in the Twenty-First Century: To be or not to be transmedia? (Canavilhas, 2019) ในบทที่กล่าวถึง Transmedia Journalism ได้อธิบายถึงการออกแบบโครงการวารสารศาสตร์ทรานส์มีเดีย ทั้งการสำรวจลักษณะของสื่อ การเลือกใช้รูปแบบและภาษาให้เหมาะสมกับเรื่องราว เพราะต้องการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการตีความ สร้างการเปลี่ยนแปลงและร่วมเผยแพร่เนื้อหา ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้ผู้ชมและผู้ผลิตเนื้อหามีความสัมพันธ์ต่อกันมากขึ้น ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางพัฒนาการวางแผนได้

นอกจากในการศึกษาการทำงานของ New York Times โดย Moloney (2020) พบว่า จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำนักข่าวแห่งนี้ได้อุทิศส่วนหนึ่งของเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์ให้นำเสนอความเคลื่อนไหวล่าสุดของสถานการณ์ โดยนำเสนอเนื้อหาที่มาจากทีมผู้ผลิตส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งมาจากประชาชนในฐานะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดในครั้งนี้ เช่นเดียวกับประเด็นการตรวจสอบเหรียญของแท็กซีมิเตอร์ แม้ว่าการเปิดประตูเข้าสู่โลกของประเด็นเริ่มต้นจากที่ฝ่ายผู้ผลิต ส่วนการขยายประเด็นย่อยส่วนหนึ่งมาจากความตั้งใจ หรือแผนของผู้ผลิต แต่อีกส่วนมาจากความต้องการของผู้ชมซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำงานแบบทรานส์มีเดีย

ทั้งนี้ Moloney (เพ็งอ้าง, 2020) ได้เสนอ 5 หน้าที่ของผู้ผลิตในการวางแผนการทำงานแบบทรานส์มีเดีย ประกอบด้วย การเข้าใจความต้องการของผู้ชมและตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ผู้ผลิตต้องคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ชมสำหรับงานแต่ละชิ้นเพื่อให้สามารถออกแบบกรอบของประเด็น การพาตัวและระยะเวลาในการเผยแพร่ได้อย่างเหมาะสม เรียนรู้ความแตกต่างระหว่างแบบแผนที่เป็นประเพณีนิยมกับพฤติกรรมของผู้ชม โดยไม่จำเป็นต้องยึดติดกับ

สิ่งที่เคยทำมา เช่น จำนวนความยาวของบทความ หรือการเขียนข่าวแบบปริมาตรหัวกลับ เป็นต้น ผู้ผลิตควรตั้งคำถามด้วยแนวคิดใหม่ ๆ ว่า วิธีที่ดีที่สุดในการเล่าเรื่องนั้นคืออะไร และเน้นการทดลอง (Experiment) การทดสอบ (Test) รวมทั้งทำซ้ำ (Repeat) ให้ค่านึงเสมอว่าทุกสิ่งที่เคยเผยแพร่ต้องมีความโดดเด่น และที่สำคัญอีกประการ คือ ผู้ผลิตต้องไม่ละเลยการวัดผลจากกลุ่มผู้ชม

การพัฒนาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียในงานวารสารศาสตร์ :

การสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและขับเคลื่อนวาระทางสังคม

เป้าหมายสำคัญของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะในการนำเสนอเรื่องราวของจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ ตามผลจากการวิจัย คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจในปัญหา เพื่อให้เกิดความตระหนักและสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนวาระทางสังคม ผ่านการผลักดันนโยบายที่มาจากความเห็นที่หลากหลายของภาคประชาสังคม ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ชมเกิดความผูกพันและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่า ดังนั้น Lam & Tegelberg (2019) ซึ่งเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน โดยเฉพาะประเด็นการละลายของธารน้ำแข็งจากทั่วโลก จึงเสนอให้มีการสร้างเนื้อหาซึ่งผู้ชมประจักษ์กับตาว่าน้ำแข็งกำลังละลายและสิ่งนี้เกิดขึ้นจริง ผ่านการนำเสนอด้วยเทคนิคการบันทึกภาพโดยใช้การเร่งความเร็ว (Time lapse) ผลของหลักฐานเชิงประจักษ์ทำให้เกิดการตระหนักรู้ถึงภาวะที่เกิดขึ้น และผู้ชมบางส่วนพยายามหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการละลายของธารน้ำแข็งและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นระดับการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้น ขณะที่ Ferreira, et al. (2021) ซึ่งศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเช่นเดียวกัน พบว่า การเล่าเรื่องให้ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา (Interactive) ได้มากเท่าใดจะยิ่งทำให้ผู้ชมมีความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นเมื่อผู้ชมประจักษ์ต่อข้อมูลที่ได้รับรู้ ได้ตระหนักถึงปัญหาและได้ให้ความเชื่อถือ

ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น (Seeing is Believing) ผู้ชมจะเกิดการเชื่อมโยงข้อมูลไปใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้

ผลของความผูกพันและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่า มีผลการวิจัยในฝั่งอุตสาหกรรมดนตรีของ Zuhadmono (2021) ซึ่งศึกษาการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียของวงบีทีเอส พบว่า การใช้พื้นฐานทั้ง 7 ของการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเข้าถึงผู้ชม จนสามารถทำให้เกิดความรู้สึกสนิทสนมระหว่างสมาชิกวงบีทีเอสกับกลุ่มแฟนคลับ ที่มีชื่อเรียกว่า อาร์มี (ARMY) การมีส่วนร่วมระดับสูงของกลุ่มแฟนนำไปสู่การขับเคลื่อนใน 3 ประเด็น ได้แก่ เศรษฐกิจของแฟน (Fan Economy) คือ เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ผ่านการซื้อสินค้าและใช้บริการที่มีผลสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อตัวศิลปิน การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล (Individual Change) กลุ่มแฟนเกิดการเปลี่ยนแปลงตนเอง เนื่องจากความรักที่มีต่อศิลปิน และการเคลื่อนไหวของกลุ่มแฟน (Fan Activism) ในประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change)

อย่างไรก็ตาม การสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อการเปลี่ยนตนเองและขับเคลื่อนวาระความจนและความเหลื่อมล้ำ ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้ชมก่อนรับชม ระหว่างรับชมและหลังรับชมยังไม่มีแผนงานในการดำเนินงานต่อ รวมถึงการลงไปสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจหรือความคิดเห็นจากผู้ชม ทั้งกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มมวลชนยังไม่เกิดขึ้นมากนัก สอดคล้องกับ Moloney (2020) ที่พบว่า ในกระบวนการทำงานของผู้ผลิต มีการอภิปรายและการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ชมเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างอิสระกับแหล่งข้อมูลหลากหลาย จึงอาจ

ทำให้กระบวนการทำงานเพื่อการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียที่เน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ชมยังไม่สมบูรณ์ ส่งผลต่อการกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความต้องการสร้างเนื้อหาด้วยตนเอง (User Generated Content) เพื่อสร้างเรื่องราวต่อยอด สร้างเรื่องเล่าที่ไม่มีวันจบด้วยกลุ่มแฟน หรือผู้ที่สนใจที่ยังไม่ปรากฏให้เห็นชัดเจน

ดังนั้น หากต้องการขับเคลื่อนประเด็นความจนและความเหลื่อมล้ำให้เกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งต้องหาแนวทางและแผนการทำงานเพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึง เข้าใจ รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราว ต้องการมีส่วนร่วมผลักดันให้ปัญหาดังกล่าวลดน้อยลง ทั้งด้วยตนเองและสนับสนุนให้นโยบายที่เป็นรูปธรรมเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษามุมมองของผู้ชมมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับงานสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน เนื่องจากผู้ชมมีช่องทางในการเลือกเปิดรับและสนใจประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นนอกจากการศึกษาการทำงานการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียของผู้ผลิต การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของผู้ชมจะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจสิ่งที่ผู้ชมต้องการและสามารถนำไปเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน จนทำให้เกิดกลุ่มแฟนที่แท้จริงเพื่อเป็นกำลังขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะต่อไป

2. การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) มุ่งศึกษาผลงานที่ดำเนินการสำเร็จแล้วของศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจต้นทางของผลงานจึงควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการทำงานของผู้ผลิต ทั้งการออกแบบและการวางแผนการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย เพื่อทบทวนก่อนนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการทำงานของศูนย์ฯ รวมทั้งสำนักข่าวแห่งอื่นและภาควิชาการต่อไป

3. โครงการจักรวาลความจนและความเหลื่อมล้ำ การเล่าเรื่องโดยเหล่าแฟนเพื่อขยายและต่อยอดโลกของเรื่องเล่า (Performance) ยังคงเป็นสิ่งที่ทางศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะในฐานะผู้ผลิตคาดหวังและพร้อมผลักดันให้เกิดขึ้น จนเป็นที่มาของเนื้อหา “คน จน เมือง ซีซั่น 2” ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นกรอบในการทำงานได้ ทั้งผลการวิจัยของ Moloney (2015) เกี่ยวกับการเล่าเรื่องข้ามสื่อในประเด็นอนาคตของอาหาร และ Ball & Glick (2020) เกี่ยวกับวิธีสร้างเรื่องเล่าที่ไม่มีวันจบ ซึ่งได้เสนอวิธีการสร้างส่วนขยายของเรื่องราวเพื่อพัฒนาการสื่อสารแบบทรานส์มีเดีย 4 ข้อ ดังนี้ 1) สร้างความดื่มด่ำ (Immersiveness) พร้อมไปกับเพิ่มความน่าเชื่อถือ (Believability) 2) สร้างเรื่องเล่าให้มีปรากฏอยู่เสมอ (Persistence) และมีความถี่ (Frequency) 3) สร้างเรื่องราวที่มีความต่อเนื่องผ่านช่องทางที่หลากหลายแตกต่างกัน (Continuity across different media and mediums) และ 4) สร้างรูปแบบและช่องทางที่หลากหลายเพียงพอ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกเปิดรับสารในประเด็นที่ตนเองสนใจ ในระยะเวลาและช่องทางตามที่ต้องการ (Audience control/influence)

บรรณานุกรม

- กองธรรมศาสตร์และการเมือง. (2563). *พจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์*.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). เล่า เรื่อง ข้าม สื่อ (Transmedia: story-telling).
Journal of communication and innovation NIDA, 2(1), 59-88.
- นภนาท อนุพงศ์พัฒน์ และสรุยา ธนพุทธิศิริ. (2564). รายงานฉบับ
สมบูรณ์ โครงการจัดทำข้อมูลสนับสนุนการ
ผลิตสารคดีและการสื่อสารแบบ Transmedia ชุด “จักรวาลความจน
และความเหลื่อมล้ำ”. กรุงเทพมหานคร: องค์การกระจายเสียงและแพร่
ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย.
- มรรยาท อัครจันทโชติ. (2557). การข้ามผ่านสื่อ (Transmedia): การข้ามผ่าน
เทคโนโลยีไปสู่ปรัชญาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม. *วารสารนิเทศศาสตร์*.
32(1), 1-18.
- วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (บ.ก.). (2564). *คู่มือทักษะนักข่าวในยุคดิจิทัล*.
กรุงเทพมหานคร: สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย.
- สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ. (2564). *Media Disruption The series เพราะ
โลก “สื่อ” เปลี่ยน*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์
พับลิช ชิง จำกัด (มหาชน).
- Aguado, J. M. & Navarro Güere, H. (2013). Comunicación móvil, eco
sistema digital e industrias culturales. En J. M. Aguado, C.
Feijóo, & I. Martínez (Coords.), *La comunicación móvil*.
Hacia un Nuevo sistema digital (pp. 57-76). Barcelona: Gedisa.

- Ball, Matthew & Jonathan Glick (2020). *The Next Frontier in Storytelling Universes and the Never Ending Desire for More* [online]. Retrieved from <https://www.matthewball.vc/all/universephases>
- Canavilhas, J. (2019). Journalism in the twenty-first century: To be or not to be transmedia?. In *Journalism and Ethics: Break throughs in Research and Practice* (pp. 842-855). IGI Global.
- Ferreira, M., Nunes, N., & Nisi, V. (2021, December). Interacting with Climate Change: A Survey of HCI and Design Projects and Their Use of Transmedia Storytelling. In *International Conference on Interactive Digital Storytelling* (pp. 338-348). Springer, Cham.
- Gambarato, R. R. (2018). Transmedia journalism: The potentialities of transmedia dynamics in the news coverage of planned events. *The Routledge companion to transmedia studies*, pp. 90-98. Oxfordshire: Routledge.
- Gambarato, R. R., & Alzamora, G. C. (Eds.). (2018). *Exploring transmedia journalism in the digital age*. Hershey PA.: IGI Global.
- Gambarato, R. R., & Medvedev, S. A. (2015). Fish Fight: Transmedia storytelling strategies for food policy change. *International Journal of E-Politics (IJEP)*, 6(3), 43-59.
- Gambarato, R. R., & Tárca, L. P. T. (2016). Transmedia strategies in journalism. *Journalism Studies*, 18(1), 1-19.

- Godulla, A., & Wolf, C. (2018). Future of Food: Transmedic strategies of national geographic. In R. R.Gambarato & G. C. Alzamora (Eds.), *Exploring transmedia journalism in the digital age* (pp.162-182). Hershey, PA: IGI Global.
- Gu, J., & Zhao, X. (2021). From Telling a Story to Telling an Idea: A Transmedia Narrative of Amazing China Under New Propaganda initiatives in China. In *Transmedia in Asia and the Pacific* (pp. 13-33). Palgrave Macmillan, Singapore.
- Hannah-Jones, N. (2019a, August 14). The 1619 Project. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/interactive/2019/08/14/magazine/1619-america-slavery.html>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture In Convergence Culture*. New York: New York university press.
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling 101*. Blog Confessions of an Aca-Fan. Retrieved from http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html.
- Jenkins, H. (2009). The revenge of the origami unicorn: *Seven principles of transmedia storytelling*. Blog Confessions of an aca-fan. Retrived from http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Lam, A., & Tegelberg, M. (2019). Witnessing glaciers melt: Climate change and transmedia storytelling. *Journal of Science Communication*, 18(2), A05.

- Linton, I. (2021). Neverending Story: How Transmedia Narratives Generate Cults?. In *Investigating Stranger Things* (pp. 207-222). Palgrave Macmillan, Cham.
- Moloney, K. (2015). Future of story: *Transmedia journalism and National Geographic's Future of Food project* (Doctoral dissertation) Boulder: University of Colorado at Boulder.
- Moloney, K. (2020). All the news that's fit to push: The New York times company and transmedia daily news. *International Journal of Communication*, 14, 20.
- Rosenthal, B. M. (2019, May 19). "They were conned": How reckless loans devastated a generation of taxi drivers. The New York Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2019/05/19/nyregion/nyc-taxis-medallions-suicides.html>
- Sciarretta, E. (2019, July). The use of social media as part of a trans media storytelling strategy in WWE's professional wrestling. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 556-570). Springer, Cham.
- Serrano-Tellería, A. (2021). *News life cycle, platform logics and Cross-/Multi-/Transmedia: the liquid media ecology*. Barcelona: DigiDoc Research Group.
- Zuhadmono, A. (2021). *Transmedia storytelling in the music industry The case of BTS* (MasterThesis). Jönköping, Sweden: Jönköping University.