

วิทยานิพนธ์นี้นำเสนอถึง กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้พื้นที่สื่อสารสาธารณะ กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมใน 3 ระดับ ผลการศึกษาพบว่า เรียงระดับการมีส่วนร่วมจากน้อยไปหามากได้ดังนี้ 1)ฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร โดยกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นการกำหนดโดยผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา วิธีการนำเสนอ การเลือกช่องทางในการเผยแพร่ ผู้รับสารเพียงรับสารอย่างเดียว 2)ฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง โดยเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดเรื่องราวและประเด็นที่จะนำเสนอ และ 3) ฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย โดยบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น อย่างไรก็ตามยิ่งระดับการมีส่วนร่วมมากขึ้นเท่าใด สัดส่วนของคนที่มีส่วนร่วมก็จะเล็กลง กล่าวคือ ในระดับผู้รับสาร คนทั่วไปทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่ขั้นการผลิต บางส่วนเท่านั้นที่มีส่วนร่วม ยิ่งในระดับการวางแผน นโยบายมีคนเพียงส่วนน้อยที่เป็นคณะกรรมการ ผลการศึกษาพบอีกว่า สถานีโทรทัศน์ทีวีไทยเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในทั้ง 3 ระดับ โดยมีกิจกรรมรองรับและมีการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมทั้ง 3 ระดับจริง

ผลการศึกษาที่น่าสนใจยังพบอีกว่า ความเข้มข้นของกิจกรรมการมีส่วนร่วมยังมีไม่มากเท่าที่ควร กล่าวคือ การแสดงความคิดเห็นของผู้ชมไปยังศูนย์เพื่อนทีวีไทยมีเพียง 3,399 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี และยังไม่มีการจัดกิจกรรมเครือข่ายศูนย์เพื่อนทีวีไทย รวมถึงประเด็นสำคัญคือ ผู้ชมทั่วไปไม่นิยมรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยเมื่อเปรียบเทียบกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจาก รู้สึกว่า รายการของทีวีไทยมีลักษณะ “มีสาระ ได้ประโยชน์ แต่เครียด” รวมทั้งมีประชาชนที่ไม่ทราบว่าทีวีไทยเป็นทีวีสาธารณะ ในส่วนของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตพบว่าประชาชนมีบทบาทเป็นผู้ผลิตผ่านกิจกรรมนักข่าวพลเมืองเป็นหลัก แต่สำหรับการผลิตรายการรูปแบบอื่นยังมีพื้นที่ในการนำเสนออยู่ ในส่วนของการเข้าร่วมกิจกรรมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการมีประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมที่ผ่านมา 9,242 คน ซึ่งครอบคลุมประชาชนในหลายกลุ่มทางสังคมซึ่งเป็นสิ่งที่ดีและควรพัฒนาต่อไปเพื่อขยายพื้นที่การมีส่วนร่วมของประชาชนให้มากยิ่งขึ้นไปอีก ทั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้าร่วมใช้พื้นที่สื่อของทีวีไทยดังนี้ 1) ทีวีไทยควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักทีวีไทยและแสดงเอกลักษณ์ของการเป็นทีวีสาธารณะมากยิ่งขึ้น 2) รูปแบบรายการของทีวีไทยควรมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มีหลากหลายกลุ่มในสังคม โดยมีทั้งรายการที่ให้สาระและให้ความบันเทิงที่มีประโยชน์ 3) ควรส่งเสริมความรู้ในการการผลิตสื่อให้ประชาชนที่สนใจ เพื่อให้ประชาชนมีความสามารถในการผลิตรายการที่มีความหลากหลายเพื่อเสนอต่อทีวีไทยให้พิจารณานำออกอากาศ

This thesis describes people's participation processes in public broadcasting, using the Thai Public Broadcasting Service (TPBS) as a case study by using a qualitative research design. The purpose of this study was to investigate participation at three levels; audiences or receivers/users, producers or senders, and policymakers. The findings showed that participation orders from the most level to the lowest level as followings; 1) The lowest level of participation was exhibited by audiences or users, who are mainly passive receivers of content. , 2) The next level of participation consisted of producers or senders, who not only determinate over primary content, presentation style, and mode of presentation, but also play a key role in specification of broadcasting topics, 3) The highest level of participation belonged to policymakers or planners, who have the role in formulating policy, budgets, materials, and staff. However, the greater level of participation they increase, the fewer participants they get. It means general people who are the audiences or receivers can participate in public broadcasting but some people can be producers, especially the level of policymaker, there is a few people who can be the committees. Moreover, the findings showed that TPBS gave opportunities for participants from all three levels by providing relevant activities and supporting participation indeed.

The interesting findings of this study found that there is scant degree of participation activities as it should be. It meant the audiences' opinions to the TPBS's forum center had only 3,399 times in a year, and had never organized activities of network of TPBS's forum center. In addition, the important issues is the general audiences' popularity of watching the television programs of TPBS television station is less in comparison with other television channels as a result of those programs are pithy and useful but those are also the stressful content. Thus, people did not know that TPBS channel is the public television channel. In terms of participation as a manufacturer found that people have a role as producers or senders through the activities of citizen journalism principally. However, the productions of other types of TV programs have still less area to broadcast. In terms of participation activities of the audiences' council, there were 9242 people who participated in the latest activities which covered people in various social groups. Therefore, this is the appropriate reaction and it should be developed in the future to extend more area of people's participation. As a result, researcher would like to present the suggestions for promoting of public participation in using media area of TPBS as followings; 1) TPBS should publicize the identity of public television to people increasingly, 2) The types of TPBS TV programs should be diverse to respond the target of various groups in society by broadcasting both the pithy content and useful entertainment, 3) TPBS channel should support the knowledge of media production and people's abilities who are interested in producing TV program for offering to TBPS's consideration in broadcasting various kinds of TV programs.