

แผนจัดทำรายการประจำปี 2565

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

1. แนวคิดหลักของแผนจัดทำรายการประจำปี 2565

กรอบแนวคิดหลัก

คุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชน

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอส มีหลักคิดในการดำเนินภารกิจคือ การมุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพคุณธรรม แผนจัดทำรายการปี 2565 ดำเนินการภายใต้แนวคิดของแผนบริหารกิจการและแผนยุทธศาสตร์ขององค์การ ซึ่งมีจุดยืนสำคัญคือ “การสร้างคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชน” ที่มีองค์ประกอบของกลยุทธ์ 3 ด้านหลักตามทิศทางของแผนบริหารกิจการ ดังนี้

1. สร้างความแตกต่าง ด้วยการเสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ของสื่อสาธารณะ โดยคำนึงถึงพฤติกรรมและรสนิยมผู้รับสาร ครอบคลุมทุกช่องทาง มีกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พัฒนารายการให้แตกต่าง สัญลักษณ์และอัตลักษณ์ชัดเจนเป็นเอกภาพ

2. สร้างความคุ้มค่าจากการเป็น “โรงเรียนของสังคม” และสร้างพื้นที่เรียนรู้ในระดับต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงทัศนคติ พฤติกรรม ไปจนถึงระดับนโยบาย มีความคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรม นำเสนอเนื้อหาแบบ Transmedia ในการขับเคลื่อนประเด็น รณรงค์เชื่อมโยงเนื้อหาในทุกช่องทาง มีการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของคนในสังคม สร้างชุมชนการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หรือกลุ่มที่เข้าถึงระบบการเรียนรู้ปกติ

3. สร้างความยั่งยืนจากพลังเครือข่ายและคนไทยพีบีเอส เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลักดันให้เป็นองค์กรสื่อสาธารณะระดับภูมิภาคโดยการขยายความร่วมมือกับเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven Organization) เพื่อพัฒนาให้ทันกับสถานการณ์ความปั่นป่วนของสื่อ (Media disruption) และคนไทยพีบีเอสมีทักษะรอบด้าน พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง มีจิตสำนึกของสื่อสาธารณะ

ตบโจทย์การสร้างสังคมที่เป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ

บทบาทสำคัญของไทยพีบีเอสคือ การนำพาสังคมออกจากวิกฤติที่กำลังเผชิญกับสถานการณ์ท้าทายใหม่จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ปัญหาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ และปัญหาสังคมในทุกมิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพความเหลื่อมล้ำของสังคมอย่างชัดเจน หัวใจการทำงานของสื่อสาธารณะต้องตบโจทย์การสร้างสังคมเป็นธรรม ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ เพราะความเหลื่อมล้ำซ่อนอยู่ในทุกเรื่อง ไทยพีบีเอสจะต้องทำให้ประชาชนเข้าใจและตระหนักว่าความเหลื่อมล้ำเป็นเรื่องใกล้ตัวที่มีผลกระทบหลายมิติไม่ใช่เฉพาะปัญหาเชิงโครงสร้างเท่านั้น เพื่อให้ประชาชนเตรียมรับมือกับวิกฤติปัจจุบันและเตรียมความพร้อมสำหรับวิกฤติในอนาคต ขณะเดียวกันต้องสร้างโอกาสให้กลุ่มเปราะบาง กลุ่มคนเล็กคนน้อยในสังคมได้ประโยชน์จากบริการสาธารณะเพื่อสร้างสมดุลในสังคม

ขยายจุดแข็งความน่าเชื่อถือ

ปี 2565 ไทยพีบีเอสยังยึดมั่นในการเป็นสื่อต้นแบบด้วยเนื้อหาที่ถูกต้อง เทียบตรง เป็นธรรม และลงทุนกับสิ่งที่สื่ออื่นไม่ทำ เพื่อออกแบบให้ผลิตภัณฑ์และบริการของไทยพีบีเอส ช่วยลดความเหลื่อมล้ำนำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนใน 8 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 **ปัญหาเชิงโครงสร้าง** เนื้อหาของไทยพีบีเอสจะสะท้อนจากรากของปัญหา และขยายให้เห็นในระดับเชิงโครงสร้าง ทำให้เห็นถึงผลกระทบและร่วมหาทางแก้ไข

มิติที่ 2 **เนื้อหาเชิงสืบสวนสอบสวน** เจาะลึกและติดตามปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนและระบบสังคม

มิติที่ 3 **การศึกษาที่สอดคล้องกับเรื่อง Lifelong Learning** ไทยพีบีเอสต้องการเป็น “โรงเรียนของสังคม” ผ่านรูปแบบการสื่อสารให้คนทุกวัยในสังคมได้เรียนรู้โลกกว้างจากสื่อต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส เน้นเนื้อหาที่เพิ่มทักษะ ความรู้ให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ในโลกสมัยใหม่ที่ไม่หลงลืมรากเหง้าของความเป็นมา

มิติที่ 4 **กลุ่มเปราะบาง กลุ่มเด็ก** มีการผลิตเนื้อหาและการจัดกิจกรรมสำหรับการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ เพื่อสร้างทักษะการเรียนรู้ให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก สะท้อนให้เห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่ และการแก้ไขปัญหาของกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ

มิติที่ 5 **จริยธรรม ความเป็นกลาง ความถูกต้อง** ไทยพีบีเอสยึดหลักการนำเสนอเนื้อหาและการวางแนวทางการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้เป็นต้นแบบของสื่อที่ยึดมั่นในจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่ออย่างเคร่งครัด มีแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมสำหรับผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานอย่างชัดเจน

มิติที่ 6 **การเป็นสื่อในภาวะวิกฤติ** เป็นสื่อที่สร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้ให้กับประชาชนในภาวะวิกฤติด้วยการสื่อสารข้อมูลที่น่าเชื่อถือ รอบด้าน เตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถนำพาสังคมออกจากวิกฤติได้อย่างรู้เท่าทัน

มติที่ 7 กระบวนการเสริมศักยภาพของภาคพลเมืองในการผลิตเนื้อหาในนามนักข่าวพลเมือง นักสื่อสารสาธารณะ และผู้ผลิตรายการอิสระ เพื่อให้มีพื้นที่ในการสื่อสารประเด็นของสาธารณะแบบทางตรง และเป็นพื้นที่ในการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่ม Content Creator ต่าง ๆ ให้เกิดระบบนิเวศของสื่อที่หลากหลายจากมือสมัครเล่นสู่ความเป็นมืออาชีพ

มติที่ 8 ขยายบริการ เพิ่มการเข้าถึง ทำให้การบริการเข้าถึงคนทุกกลุ่มให้มากที่สุดด้วยการวางโครงการรับชมทางโทรทัศน์ครอบคลุมทั่วประเทศ มีบริการสื่อใหม่ที่หลากหลายทุกแพลตฟอร์มสำหรับพฤติกรรมการเสพสื่อทางออนไลน์ของผู้ชมในปัจจุบัน และเพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่มผู้พิการไทยพีบีเอสจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และอักษรบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางการได้ยินและทางสายตา รวมถึงนวัตกรรมการผลิตเนื้อหาในรูปแบบละคร Drama For All ที่ผู้ชมปกติ ผู้พิการทางการได้ยินและทางสายตาสามารถรับชมไปพร้อมกันได้ รวมถึงการเปิดบริการช่องทางเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ ช่อง ALTV สำหรับเนื้อหาของเด็ก เยาวชน ครอบครัว และครู ช่อง VIPA (OTT) สำหรับผู้ชมรุ่นใหม่ ช่อง Podcast สำหรับผู้สนใจรับข่าวสาร และเนื้อหาต่าง ๆ ในรูปแบบสื่อเสียง เว็บไซต์ Thai PBS World สำหรับชาวต่างชาติและชาวไทยที่ต้องการรับข่าวสารในรูปแบบภาษาอังกฤษ บริการทั้งหมดนี้ไทยพีบีเอสสรรคสร้างขึ้นมาด้วยเจตนารมณ์สำคัญคือ สื่อสาธารณะจะไม่ละเลยต่อผู้รับสารกลุ่มใด

กรอบแผนยุทธศาสตร์ 4 ปี พ.ศ. 2565 – 2568



หล่อหลอมคุณค่าทางสังคม บน 7 ฉากทัศน์อนาคตในปี 2564-2565

ทำให้เนื้อหาสื่อสาธารณะเป็นกลไกหล่อหลอมคุณค่าทางสังคม เน้นคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชนด้วยแนวคิด User Friendliness บทบาทของสื่อสาธารณะในฐานะเป็นโรงเรียนของสังคมบน 7 ฉากทัศน์อนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ท้าทายใหม่ ๆ คือ

- สถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 และผลกระทบ
- การเลือกตั้งท้องถิ่น การกระจายอำนาจ
- การแก้ไขรัฐธรรมนูญ
- ความเหลื่อมล้ำ
- สังคมสูงวัย
- ภัยพิบัติกับภาวะโลกร้อน
- คุ้มครองผู้บริโภคและรู้เท่าทันสื่อ

ทำให้เนื้อหาบอกอนาคตของสังคม ด้วยการรายงานสถานการณ์ปัจจุบันอย่างรอบด้าน ประวัติศาสตร์ การเกิดขึ้นของประเด็นทางสังคมให้เข้าใจง่าย สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง บอกทิศทางอนาคต เป็นเข็มทิศ นำทางสู่อนาคต และแนะนำเตรียมการปรับตัวในอนาคต

กลยุทธ์หลักของแผนจัดทำรายการ

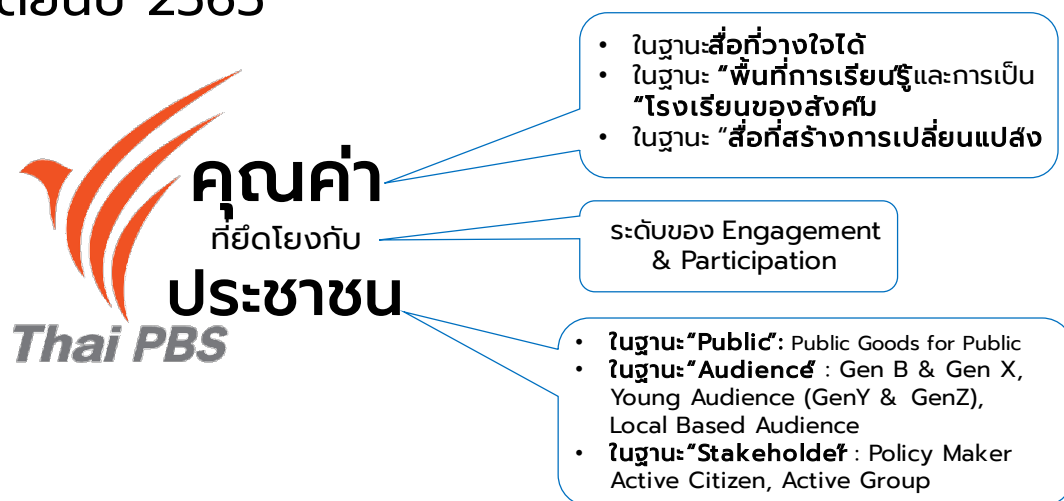
จำแนกกลุ่มผู้ชมและบูรณาการงานเนื้อหาและกลไกต่าง ๆ

ไทยพีบีเอสออกแบบกลไกการพัฒนาทิศทางเนื้อหาเพื่อสร้างคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชน โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

1. กำหนดแผนงานที่จะไปสร้างปฏิสัมพันธ์ (Engagement) ใน 3 กลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกกลุ่มเป้าหมายตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการใช้ประโยชน์จากสื่อ ดังนี้
 - ผู้ชมกลุ่มตามวัย (Generation) ได้แก่ กลุ่ม Baby Boomer (อายุ 55 ปี ขึ้นไป) กลุ่ม Generation X (อายุ 40-54 ปี) กลุ่ม Generation Y (อายุ 23-39 ปี) และกลุ่ม Generation Z (อายุ 10 – 22 ปี)
 - ผู้ชมกลุ่มฐานจากท้องถิ่น (Local-Base Audience)
 - กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสื่อสาธารณะ (Stakeholder) ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบาย (Policy Maker) กลุ่มพลเมืองผู้ตื่นรู้ (Active Group) กลุ่มเครือข่ายทางสังคม

2. บูรณาการงานเนื้อหาและจัดกลไกหลอมรวมการทำงานและการสื่อสาร (Media Convergence) จากกลุ่มงานผลิตเนื้อหาและวิจัย กลุ่มงานเทคโนโลยี กลุ่มงานการมีส่วนร่วม และกลุ่มงานสนับสนุนต่างๆ ในการพัฒนาเนื้อหาจะใช้ฐานข้อมูลด้านพฤติกรรมความสนใจของผู้ชม การวิเคราะห์สถานการณ์ มาเป็นเครื่องมือออกแบบเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายให้มากที่สุด
3. จัดกลไกสนับสนุนผู้ผลิตอิสระ การทำงานร่วมกับองค์กรเครือข่าย และให้ความสำคัญกับวาระจากท้องถิ่น (Local-Based Issues)

จุดยืนปี 2565



2. วาระพิเศษของสื่อสาธารณะ

ปี 2565 ไทยพีบีเอสก้าวสู่ปีที่ 15 ของการเป็นองค์กรสื่อสาธารณะแห่งแรกในประเทศไทย เช่นเดียวกับในเชิงประวัติศาสตร์ของประเทศ ยุครัตนโกสินทร์ก็จะครบรอบ 240 ปี ของการสถาปนา ในวาระพิเศษเช่นนี้ ไทยพีบีเอสจึงวางแผนจัดทำเนื้อหาและกิจกรรมวาระพิเศษ ใช้เป็นโอกาสของการทำหน้าที่กำหนดวาระสำคัญทางสังคม ควบคู่ไปกับการแสดงบทบาทและสื่อสารคุณค่าของสื่อสาธารณะให้สังคมได้ประจักษ์

จากสถานการณ์ของสังคมในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมา สังคมไทยต้องเผชิญกับปัญหาทั้งด้านโรคระบาด เศรษฐกิจ ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างรุ่น และการเข้าสู่สังคมสูงวัย อันนำไปสู่ปัญหาช่องว่างระหว่างวัย (Generation Gap) ภายในครอบครัว การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจวิถีชีวิตของคนแต่ละรุ่นจึงเป็นหน้าที่สำคัญของสื่ออย่างหนึ่ง เนื้อหารายการในวาระพิเศษนี้จึงมีแนวคิดสำคัญคือ สะท้อนการปรับตัวเข้าสู่สังคมวิถีใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจและเคารพคุณค่าระหว่างรุ่น

ไทยพีบีเอสจึงวางแผนการดำเนินงานเพื่อวาระพิเศษของสื่อสาธารณะ ประกอบด้วย

1. การผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาพิเศษตลอดทั้งปี ได้แก่

- **รายการส่งเสริมคุณค่าความเป็นไทย** เชื่อมโยงคุณค่าความเป็นไทย จากรากเหง้าประวัติศาสตร์ ทั้งทางวัฒนธรรม สังคม การเมือง ที่เติบโตมาจนถึงปีที่ 240 แห่งยุครัตนโกสินทร์ และการปรับตัวเข้าสู่สังคมวิถีใหม่เพื่อความเข้าใจ ความสามารถในการพลิกฟื้นและยืนหยัด ที่เคารพคุณค่าและรับฟังเสียงระหว่างรุ่น เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ โดยสร้างความร่วมมือกับหลายหน่วยงาน อาทิ กระทรวงการอุดมศึกษา (อว.) กระทรวงวัฒนธรรม ศูนย์พหุวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร แพทยสภาแห่งประเทศไทย ฯลฯ ผลิตละครโทรทัศน์ สารคดี และ ชุดสื่อสารต่างๆ เพื่อสืบสานมรดกวัฒนธรรม ถ่ายทอดภูมิปัญญา เช่น สารคดีชุดรากสุวรรณภูมิ สารคดีชุด Siam Reformation สารคดีชุดจากรากสู่เรา ฯลฯ
- **รายการส่งเสริมสังคมคุณภาพคุณธรรม** จัดทำสื่อนำเสนอสถานการณ์สำคัญของประเทศไทย ที่คนไทยและสื่อสาธารณะมีส่วนร่วม ผลิตรายการสารคดีและละครของคนกลุ่มเปราะบางที่สะท้อนผลพวงอันมาจากปัญหาความเหลื่อมล้ำ และการเพิ่มศักยภาพและโอกาสให้กับคนตัวเล็กตัวน้อยได้เติบโตเพื่อสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้น
- **รายการสะท้อนความหลากหลายในสังคม** ทั้งมิติศิลปวัฒนธรรม มิติชาติพันธุ์ มิติสิ่งแวดล้อม มิติการเรียนรู้ อาทิ สารคดีเรือยาวจ้าวสายน้ำ สารคดีเชิงคุณค่าทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น และการผสมผสานหลักการทางวิทยาศาสตร์ สารคดีชุด Homeland เพื่อความตระหนักในคุณค่าของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านมุมมองของคนรุ่นใหม่

2. การขับเคลื่อนประเด็นลดความเหลื่อมล้ำ สร้างสังคมเป็นธรรม

จากคุณค่าหลักของไทยพีบีเอส คือ สังคมที่เป็นธรรม (Social Justice) ในปีเข้าสู่การดำเนินงานสื่อสารสาธารณะปีที่ 15 นั้น ไทยพีบีเอสตั้งใจจะนำเอาคุณค่าสำคัญนี้มาสร้างสรรค์และออกแบบการขับเคลื่อนเป็นวาระกลางที่หลายหน่วยงานของไทยพีบีเอสจะร่วมกันผลิตและดำเนินการ โดยใช้ประเด็นหลักคือ “ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมทางสังคม”

ไทยพีบีเอสจะชี้ให้เห็นบริบท และสภาพปัญหาของความเหลื่อมล้ำ ด้วยการสื่อสารเนื้อหาเรื่องราวของคนกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางในสังคม รวมถึงเด็ก เยาวชน ผู้สูงวัยและคนพิการ ที่เข้าไม่ถึงสิทธิและโอกาสของทรัพยากรและบริการสาธารณะต่าง ๆ อันเนื่องมาจากสภาพความเหลื่อมล้ำเชิงโครงสร้าง พร้อมทั้งการวิเคราะห์ให้เห็นผลกระทบต่าง ๆ หากไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อลดช่องว่างทางสังคมเหล่านี้

นอกจากนี้ ไทยพีบีเอสจะมุ่งเป็นพื้นที่กลางระดมการหาทางออก การเพิ่มปัจจัยเชิงบวก และลดอุปสรรคปัญหา เพื่อร่วมผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบายที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการเพิ่มทักษะหรือสมรรถภาพ

ให้แก่กลุ่มคนต่าง ๆ และชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง เพื่อเพิ่มโอกาสในการดำรงชีวิต หรือสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นกว่าเดิม

ในด้านผลิต มีแผนนำเสนอ กลุ่ม**รายการส่งเสริมสังคมคุณภาพคุณธรรม** จัดทำสื่อนำเสนอสถานการณ์สำคัญของประเทศไทย ผลิตรายการสารคดีและละครที่สะท้อนผลพวงอันมาจากปัญหาความเหลื่อมล้ำ และการเพิ่มศักยภาพและโอกาสเพื่อสร้างความเท่าเทียม

- 3 การสื่อสารภาพลักษณ์ให้เกิดการจดจำ สร้างความเข้าใจในบทบาทและคุณค่าของสื่อสาธารณะ
- 4 การจัดกิจกรรมประชุม สัมมนา และเวทีสาธารณะต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับวาระ 15 ปีสื่อสาธารณะ
- 5 การพัฒนาหมุดหมายเพื่อไปสู่ความร่วมมือในอาเซียน (ASEAN Collaboration) ในเรื่องการผลิต และแลกเปลี่ยนเนื้อหา และองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อในอาเซียน

3. กลุ่มเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ

กลุ่มรายการข่าว

การผลิตข่าวจะพัฒนาจากจุดแข็งนั่นคือ ความถูกต้อง เชื่อถือได้ คัดประเด็นเนื้อหาที่แตกต่างจากสื่ออื่น โดยเน้นการใช้ข้อมูลเป็นปัจจัยหลัก มีเป้าประสงค์มุ่งชี้ทางออกให้กับปัญหาตามแนวทาง Solution Journalism และขยายให้เห็นตั้งแต่รากของปัญหาไปจนถึงระดับเชิงโครงสร้าง รูปแบบข่าวจะมีความหลากหลายในแบบข่าวสืบสวน การสนทนา สกู๊ปข่าว และเป็นรายการข่าว

กลุ่มรายการสารประโยชน์และสาระบันเทิง

ไทยพีบีเอสออกแบบเนื้อหารายการสารประโยชน์และสาระบันเทิงให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มวัยผู้ใหญ่ (อายุ 40 ปี ขึ้นไป) กลุ่มคนรุ่นใหม่ (อายุ 19 – 39 ปี) และกลุ่มผู้ชมจากพื้นที่ในภูมิภาค (Local – Base Audience) เน้นบริบทเนื้อหา 7 ฉากทัศน์อนาคต คือ สถานการณ์โควิด 19 การกระจายอำนาจ ความเหลื่อมล้ำ สังคมสูงวัย ภัยพิบัติกับภาวะโลกร้อน รัฐธรรมนูญ การคุ้มครองผู้บริโภคและการรู้เท่าทันสื่อ มาเป็นหลักคิดในการผลิตรายการ ทำให้เนื้อหาเป็นการหล่อหลอมคุณค่าทางสังคม เน้นคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชน ด้วยแนวคิด User Friendliness สามารถแบ่งเป็นกลุ่มเนื้อหารายการ ดังนี้

- **รายการเพื่อคุณภาพชีวิตและสังคมสูงวัย** นำเสนอเนื้อหาการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพในภาวะสูงวัย การเตรียมตัวก่อนเกษียณ การออม การจัดการรายได้ การเรียนรู้เสริมทักษะสุขภาพและกลุ่มสังคม รวมถึงเนื้อหาสำหรับผู้ที่ต้องดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว การจัดการสภาพแวดล้อมและระบบรองรับสูงวัย

- **รายการวัฒนธรรมและความหลากหลาย** เพื่อสะท้อนถึงความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ชาติพันธุ์ วิถีชีวิต เนื้อหารายการจะให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจ เคารพในความแตกต่าง และการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นธรรม
- **รายการเพื่อผู้บริโภค** ให้ความสำคัญกับเนื้อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเพื่อการซื้อสินค้าและบริการอย่างคุ้มค่า และได้รับความเป็นธรรม ตัวอย่างอุทธรณ์ของการถูกเอาเปรียบจากการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงข้อมูลสิทธิอันชอบธรรมของผู้บริโภค
- **รายการบันเทิงเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และสุนทรีย์** รายการบันทึกการแสดงดนตรีที่สะท้อนรากวัฒนธรรมของแต่ละถิ่นผ่านสุนทรีย์ของการบรรเลงดนตรี เป็นต้น



กลุ่มรายการสารคดี

เป็นผลผลิตงานสร้างสรรค์เนื้อหาคุณค่าความเป็นไทยที่สามารถเชื่อมโยงสากลได้ เนื้อหารายการสารคดีอยู่บนฐานของงานศึกษาวิชาการและความคิดสร้างสรรค์ สะท้อนสถานการณ์และบริบทของสังคม ที่มีผลกระทบต่อประชาชน มีเนื้อหาที่เป็นสากล โดยมีมิติของเนื้อหาที่ครอบคลุมทั้งเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความเหลื่อมล้ำ ดังนี้

- **สารคดีที่สะท้อนคุณค่าความเป็นไทย** เชื่อมโยงความสำคัญของประวัติศาสตร์ชาติกับวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม คุณค่าของวัฒนธรรมพื้นถิ่น การผสมผสานแนวทางสมัยใหม่และวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี
- **สารคดีที่ตระหนักในคุณค่าของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ผ่านการดำเนินเรื่องของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และเป็นมุมมองของคนรุ่นใหม่ สารคดีชีวิตและธรรมชาติของสัตว์ป่า (Wild Life Documentary) สะท้อนคุณค่าปรัชญาการดำรงอยู่ของชีวิต และการรักษาสมดุลของนิเวศทางธรรมชาติ สารคดีชุดความหลากหลายทางชีวภาพ (Bio Diversity)

กลุ่มรายการละครและซีรีส์

ไทยพีบีเอสวางแผนผลิตรายการละครทั้งหมด 74 ตอน ละครซิทคอมจำนวน 78 ตอน และซีรีส์โทรทัศน์ระดับ 4 K จำนวน 2 เรื่อง มีเนื้อหาหลัก 5 เรื่อง ประกอบด้วย (1) ประเด็นความเป็นอยู่ปากท้อง การปรับตัวในชีวิตวิถีใหม่ (2) สถานการณ์ชีวิตความเป็นอยู่ ที่มีผลจากความเหลื่อมล้ำ สะท้อนปัญหาของคนกลุ่มเปราะบางในสังคม (3) ความสัมพันธ์และปัญหาเชิงสุขภาพจิต เพื่อสร้างแนวคิดใหม่ของการอยู่ร่วมกันด้วยทัศนคติเชิงบวก การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (4) คุณค่าความเป็นไทย หรือสะท้อนประเด็นสำคัญในสังคมไทยเชื่อมโยงสู่สากล (5) Drama For All ละครเพื่อคนพิการและผู้ชมทั่วไปที่สามารถรับชมไปด้วยกัน

กลุ่มรายการเด็ก เยาวชน ครอบครัว และครู

● เด็กปฐมวัย – ประถมศึกษา

ให้ความสำคัญในการส่งเสริมทักษะชีวิต (life skills) ถ่ายทอดเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับการเรียนรู้ในการจัดการชีวิตของตนเอง เริ่มจากเรื่องง่าย ๆ มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัย ทำตามกฎเกณฑ์ รวมไปถึงการสร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีต่อบุคคลอื่น การเรียน การทำงานและการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นในสังคมอย่างมีความสุข สร้างเสริมคุณภาพชีวิต การเรียนรู้และพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัยและประถมศึกษาทั้งในรูปแบบรายการแอนิเมชัน ละครสำหรับเด็ก และสารคดี รวมทั้งมีการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับพ่อแม่ ผู้ปกครอง และผลิตเนื้อหาออนไลน์เพื่อให้เป็นพื้นที่เรียนรู้อีกรูปแบบหนึ่งผ่านเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก Thai PBS Kids

● เยาวชน

ให้ความสำคัญกับเนื้อหาทางการศึกษาที่สอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ประกอบด้วยเนื้อหาที่เป็นรายการโทรทัศน์ในรูปแบบของการถ่ายทอดการเรียนรู้นอกห้องเรียน การเสริมทักษะเพื่ออาชีพในอนาคต และการจัดการเรียนรู้แบบ E-Learning ในช่องทางสื่อดิจิทัลของ ALTV ดังนี้

- **เนื้อหาเพื่อพัฒนาทักษะใหม่ของผู้เรียน** เพื่อการประกอบอาชีพในอนาคต การแนะแนวการศึกษาต่อความรู้เรื่องบทบาทหน้าที่ของความเป็นพลเมือง (Civic Education) รวมถึงการเปิดพื้นที่สื่อให้ผู้เรียนได้แสดงออก และนำเสนอโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยพัฒนาการเรียนรู้จากห้องเรียน
- **เนื้อหาอิงหลักสูตรในโรงเรียน** จัดกลุ่มเนื้อหาตามหลักสูตรสาระวิชาหลักในโรงเรียนตามระดับชั้นเรียน เนื้อหารายการจะเป็นแหล่งข้อมูลให้ครูนำไปเป็นสื่อการสอนในชั้นเรียน เสริมเทคนิคการเรียนรู้ การทำแบบฝึกหัด การทดลองทำข้อสอบ

- **ครูผู้สอน**

เสริมทักษะใหม่ของผู้เรียนด้านการสื่อสารและการสอน การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและผู้สอน การจัดการเรียนรู้อย่างเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนทัศนะของครูต่อการเรียนการสอนหลักสูตรใหม่ในระบบการศึกษาดูแบบการหลักสูตรฐานสมรรถนะ Area-based Learning , Active Learning, Self-directed Learning

กลุ่มรายการกีฬาและนันทนาการ

เป็นรูปแบบรายการกีฬาที่สร้างความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ด้วยการส่งเสริมกีฬาไทยและอนุรักษ์ประเพณีการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นต่าง ๆ รวมถึงกีฬาสากลใหม่ ๆ ที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบัน และสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่ายในการจัดการแข่งขันเป็นรายการถ่ายทอดสดในช่วงเวลา Sunday Inspiration Sport ทางโทรทัศน์ และออกอากาศคู่ขนานทางออนไลน์ของไทยพีบีเอสทั้งหมด 40 ครั้งต่อปี และถ่ายทอดสดกีฬาเฉพาะทางออนไลน์ประมาณ 26 ครั้ง

กลุ่มรายการสร้างการรับรู้ในระดับสากล

ไทยพีบีเอสมีเป้าประสงค์ในการเป็นสื่อสาธารณะชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารความเป็นสื่อสาธารณะส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยสู่การรับรู้ของผู้ชมต่างประเทศในรูปแบบภาษาอังกฤษ และรูปแบบภาษาไทยที่มีเนื้อหาต่างประเทศ มีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ชมผู้ฟังกลุ่มชาวต่างชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศ กลุ่มเยาวชน นักเรียน นักศึกษา คนไทยที่สนใจข่าวและรายการภาษาอังกฤษ และกลุ่มผู้ชมที่สนใจข่าวสารต่างประเทศ แผนผลิตเนื้อหาในกลุ่มรายการนี้ประกอบด้วย รายการทันโลกกับที่นี้ไทยพีบีเอส เป็นการสรุปและวิเคราะห์ข่าวสถานการณ์ในประเทศและต่างประเทศ รายการคิเดย์กำลัง 2 เป็นการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญของสังคม รายการ ASEAN Connect วิเคราะห์ข่าวภาษาอังกฤษ และ รายการ News Beeps by Thai PBS World สำหรับเยาวชน นักเรียน นักศึกษา มีช่องทางออกอากาศทางโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ช่อง ALTV และช่องทางออนไลน์ ได้แก่ www.thaipbsworld.com , Facebook, Twitter, YouTube และ Instagram โดยทางเว็บไซต์จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเทศและต่างประเทศเป็นข่าวใหม่ทุกวัน และยังมีบทความ บทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สถานการณ์เฉพาะกิจต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ



กลุ่มรายการภาคพลเมือง

เป็นการร่วมผลิตเนื้อหาและพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการสื่อสารสาธารณะใน 3 รูปแบบ ดังนี้

1. เนื้อหา (Contents) จากกลุ่ม UGC (User Generated Content) นักสื่อสารสาธารณะ (นักข่าวพลเมือง)
2. เนื้อหากลุ่ม UGC จากผู้ผลิตเนื้อหาอิสระหน้าใหม่ (New Content Creators)
3. เนื้อหาที่พัฒนาจากผู้ผลิตเนื้อหาอิสระ (Content Creators) ทั้งจากที่เป็นบุคคล (ทีม) และเครือข่ายสื่อสารสาธารณะระดับชุมชน (ท้องถิ่น)

มีแผนผลิตรายการ ประกอบด้วย รายการสื่อพลเมือง รายการชีวิตนอกกรุง รายการฟังเสียงประเทศไทย และชุดรายการนักข่าวพลเมือง ซึ่งมีการจัดทำเนื้อหาให้เหมาะกับออกอากาศทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ

1. กลุ่มผู้ผลิตรายการอิสระ
2. กลุ่มผู้ชมอายุ 25 ปีขึ้นไปในกลุ่มรายการสารคดี รายการสื่อพลเมือง เช่น รายการ Backpack Journalist
3. กลุ่มผู้ชมอายุ 40 ปีขึ้นไปในกลุ่มรายการข่าวพลเมืองและสารคดีจากภูมิภาค
4. กลุ่มเป้าหมายทางออนไลน์ ได้แก่ผู้ชมอายุ 20 – 40 ปี
5. กลุ่มผู้ชมแยกประเภทตามพื้นที่และความสนใจเจาะคนรุ่นใหม่ที่ใช้สังคมในภาคเหนือ อีสาน ได้
6. กลุ่มเป้าหมายทาง On Ground ได้แก่ เครือข่ายเชิงประเด็นเฉพาะที่ต้องการทำงานร่วม

กลุ่มเนื้อหาวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

เป็นการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Transmedia เพื่อสร้างพื้นที่การเกาะติดสถานการณ์และนำเสนอข้อมูลในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างเครือข่ายในการร่วมแลกเปลี่ยนข่าวสารและผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะผ่านรูปแบบข่าว รายการข่าว สารคดี และเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ในรูปแบบภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ และ Data Storytelling ที่ทันสมัย เช่น Data visualization, Infographic เพื่อสื่อสารให้เหมาะกับความสนใจของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย มีเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลด้านวาระทางสังคมอย่างต่อเนื่องคือ www.Theactive.net

กลุ่มเนื้อหาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ

เป็นการพัฒนาเนื้อหาเพื่อรณรงค์สร้าง “วัฒนธรรมความปลอดภัย” ออกแบบและนำเสนอให้เป็นการรณรงค์สาธารณะ เน้นการลงพื้นที่สืบค้นในรูปแบบสารคดีสิ่งแวดล้อม สร้างการตระหนักรู้เพื่อลดการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สิน ออกแบบรายการให้เหมาะกับกลุ่มผู้ชมผู้ใหญ่ วัยเด็กและเยาวชน มีการพัฒนารายการในรูปแบบ

สถานีออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อทำเรื่องเตือนภัย เป็นสื่อกลางแบ่งปันองค์ความรู้ร่วมกับเครือข่ายด้านภัยพิบัติ พัฒนาให้เกิดนักสื่อสารด้านภัยพิบัติในระดับท้องถิ่นและเครือข่ายสื่อมวลชนด้านภัยพิบัติในภูมิภาคอาเซียนเพื่อสื่อสารเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกัน

กลุ่มเนื้อหาศิลปวัฒนธรรม

เป็นการขับเคลื่อนความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมบันเทิงต่อสังคม และสร้างอัตลักษณ์งานศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบรายการข่าวไทยบันเทิงตั้งแต่วันจันทร์ - วันอาทิตย์ ออกอากาศทั้งหมด 833 ตอนต่อปี รายการสารพันล้นทุ่ง จำนวน 53 ตอนต่อปี และสารคดีด้านศิลปวัฒนธรรม 2 ชุด รวมทั้งยังเปิดพื้นที่เรียนรู้ “บันเทิงเชิงสร้างสรรค์” กับกลุ่มผู้ชมไทยพีบีเอส ผ่านรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเสวนาสัญจร คอนเสิร์ต และเวิร์คชอป

ทิศทางแพลตฟอร์มและเนื้อหาสื่อดิจิทัลไทยพีบีเอส

ในปี 2565 การพัฒนาของสื่อดิจิทัลไทยพีบีเอสยังคงมีแพลตฟอร์มที่ให้บริการทั้ง Owned Media เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และ Social Media ที่เป็นเครือข่ายสังคมทุกผลิตภัณฑ์ที่คนไทยนิยมใช้ อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้ครอบคลุมการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารในทุกเพศ ทุกวัย ทุกความสนใจและไลฟ์สไตล์ของการรับสื่อ โดยไทยพีบีเอสวางแนวทางการพัฒนาทิศทางของแพลตฟอร์มและนวัตกรรมสื่อ รวมถึงการผลิตเนื้อหาไว้ดังนี้

● แพลตฟอร์ม / นวัตกรรมสื่อ :

- **Owned Media:** เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ยังคงเป็นช่องทางหลักและเป็นทางการ (Official Platform) ที่นำเสนอทุกเนื้อหาและบริการต่าง ๆ ขององค์กร โดยจะมีการพัฒนาฟีเจอร์หรือฟังก์ชันที่ตอบโจทย์เทรนด์ในปี 2565 อาทิ
 - Personalized Content การคัดกรอง เลือกเนื้อหาที่เฉพาะคน เฉพาะไลฟ์สไตล์ของผู้ชมผู้ฟังในแต่ละแพลตฟอร์ม
 - Accessibility and Availability ให้ความสำคัญกับกลุ่มเปราะบางที่หลากหลายและทำให้ผู้พิการเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์และแอปพลิเคชันได้ง่ายขึ้น แพลตฟอร์มในอนาคตจึงจำเป็นต้องเน้นที่ฟังก์ชันการเข้าถึงและความพร้อมใช้งาน ตลอดจนการออกแบบที่ครอบคลุม เหมาะสำหรับผู้ชมผู้ฟัง
 - Single Sign-on (SSO) เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ชมผู้ฟัง ด้วยการพัฒนาความสามารถของระบบการยืนยันตัวตนบุคคล (Authentication) เพื่อให้ผู้ใช้งานยืนยันตัวตนและรหัสผ่านเข้าสู่ระบบเพียงครั้งเดียว แต่สามารถเชื่อมต่อกับ

บริการต่าง ๆ บนเว็บไซต์และแอปพลิเคชันทั้งหมดของไทยพีบีเอส โดยไม่ต้องกรอกเข้าสู่ระบบ
อีก

- **Social Media:** สื่อสังคมออนไลน์จะยังคงเป็นช่องทางที่ใช้ในการปฏิสัมพันธ์ เนื่องด้วยเป็นช่องทางยอดนิยมของการใช้งานของผู้บริโภคสื่อ จึงทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาด้านการหลอมรวมแพลตฟอร์ม social media กับสื่อโทรทัศน์ให้มากขึ้น และด้วยการเติบโตของฐานสมาชิกบน social media ของไทยพีบีเอสที่มีจำนวนมากในแต่ละแพลตฟอร์ม สามารถใช้เป็นฐานการหลอมรวมกับเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การแสดงความคิดเห็น โหวต ตอบคำถาม หรือการมีข้อมูลเพิ่มเติมจากหน้าจอ

- **เนื้อหาสื่อดิจิทัล :** การผลิตเนื้อหาในออนไลน์ โดยสำนักสื่อดิจิทัลจะเน้นการให้ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร สำหรับกลุ่มผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัล การเท่าทันสื่อดิจิทัล และรูปแบบการเล่าเรื่องบนแพลตฟอร์มดิจิทัล อาทิ
 - **Extended Content** ต่อยอดประเด็นสำคัญจากเนื้อหาหลัก เล่าเรื่องใหม่ให้เหมาะกับกลุ่มผู้ชมผู้ฟังในดิจิทัล และเหมาะกับแต่ละแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะเน้นในรูปแบบ short form
 - **Live Streaming Plus** รายการสดออนไลน์ที่ต่อยอดจากรายการหน้าจอไทยพีบีเอสและ ALTV รวมถึงรายการข่าวออนไลน์และเสวนาตามประเด็นสำคัญ ๆ เพิ่มประสบการณ์การรับชมที่แตกต่างด้วยเนื้อหาที่มากขึ้น พร้อมการมีส่วนร่วมแบบ Realtime
 - **Innovation Content & Services:** การพัฒนาคอนเทนต์ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ตอบโจทย์ความสนใจของกลุ่มคนดิจิทัล ในประเด็นที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังใช้เทคโนโลยีผสมผสาน ต่อยอดกับเนื้อหาเพื่อให้ได้นวัตกรรมสื่อที่เป็นบริการใหม่ ๆ อาทิ
 - Text to Speech บริการอ่านข่าวอัตโนมัติบนเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ที่สามารถเลือกเสียงมาตรฐาน และเสียงอัตลักษณ์ของผู้ประกาศไทยพีบีเอส
 - Speech to Text บริการ Auto Caption ในงานเสียงและวิดีโอ
 - Voice Search บริการค้นหาด้วยเสียง
 - Data Journalism & Visualization การผลิตงานวารสารศาสตร์ข้อมูลในประเด็นสำคัญต่าง ๆ พร้อมนำเสนอแบบ Interactive
 - AR/VR พัฒนาประสบการณ์การรับชมเนื้อหาที่สร้างโลกเสมือนและการจำลองภาพเสมือนจริงให้เกิดความเข้าใจที่มากกว่า
 - Thai PBS Vertical เพิ่มประสบการณ์การรับชมเนื้อหาให้กับกลุ่ม Mobile-First ด้วยเทคโนโลยี Auto ReZone

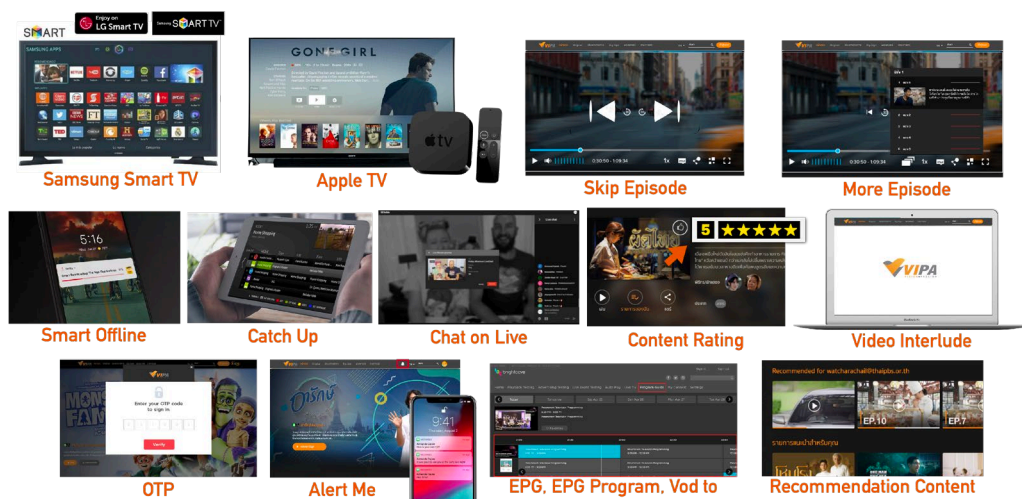


ทิศทางแพลตฟอร์มและเนื้อหา VIPA

- **แพลตฟอร์ม** : เติบโตศักยภาพของฟังก์ชันการรับชมเนื้อหาให้ตรงใจมากขึ้น สะดวก และเข้าใจประสบการณ์ของผู้ชมมากขึ้น อาทิ
 - 4K Content การให้บริการเนื้อหาความคมชัดสูงในคุณภาพ 4K หรือ Ultra High Definition (UHD) บน VIPA Platform เพื่อสร้างประสบการณ์การรับชมที่ตื่นตาด้วยความงดงามของภาพจากละครและรายการคุณภาพ
 - ขยายช่องทางการรับชมไปยังอุปกรณ์แสดงผลเพิ่มเติม ได้แก่ Apple TV, Smart TV
 - มีการ Interactive และการมีส่วนร่วมของสมาชิก เช่น ให้คะแนนเนื้อหา (Content Rating) พูดคุยแลกเปลี่ยนในรายการสด (Chat on Live)
 - แนะนำรายการเฉพาะคุณ (Personalized Program)

VIPA OTT

Feature List 2022



- เนื้อหา VIPA : เนื้อหา VIPA ในแพลตฟอร์มเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน มีการจัดแบ่งสัดส่วนการให้บริการแยกเป็น 3 กลุ่มเนื้อหา ดังนี้
 1. **VIPA Original** เนื้อหาที่มีการลงทุนผลิต เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตไทยได้สร้างสรรค์และนำเสนอผลงาน (ร้อยละ25)



2. **VIPA Exclusive** เนื้อหาที่คัดสรรมาจากทั่วทุกมุมโลก เพื่อรองรับผู้ชมคนไทยโดยเฉพาะ (ร้อยละ25)



3. **VIPA Selected Program** รายการคุณภาพที่ออกอากาศทางไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 (ร้อยละ 50)



กลุ่มเนื้อหาสื่อเสียงไทยพีบีเอส

แบ่งประเภทการจัดกลุ่มรายการ 4 กลุ่มหลัก ตามสัดส่วนรายการดังนี้

- กลุ่มรายการเด็กและครอบครัว ร้อยละ 30
- กลุ่มรายการสาระความรู้ ร้อยละ 25
- กลุ่มรายการสาระบันเทิง ร้อยละ 25
- กลุ่มรายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน ร้อยละ 20

เป้าหมายของงานสื่อเสียงปี 2565 มีดังนี้

1. **ขยายฐานกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายใหม่เพิ่มเติม** โดยมีรายการใหม่ที่ผู้จัดรายการเป็น influencer รวมถึงร่วมกับเครือข่ายเพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ฟังในกลุ่มคนตาบอด มีผู้จัดคนตาบอดร่วมจัดกับคนตาดี และเครือข่ายสถาบันการศึกษาในมหาวิทยาลัยทั่วประเทศให้นักศึกษาฝึกทำพอดคาสต์มาเผยแพร่ทางไทยพีบีเอสพอดคาสต์
2. **เผยแพร่รายการที่ใช้ “เสน่ห์” ของเสียงเล่าเรื่อง** ที่ได้จากการสรรหาผ่านกระบวนการ commissioning มีเสียงประกอบนอกเหนือจากรายการสนทนา ประกอบด้วย รายการเด็ก 1 รายการ เศรษฐกิจ 2 รายการ และสารคดีประกอบเสียง 7 รายการ
3. **ประชาสัมพันธ์รายการพอดคาสต์** ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อกระตุ้นยอดการเข้าถึง และการรับฟังของผู้ฟังหลากหลายกลุ่ม ขณะนี้งานสื่อเสียงมี 2 ช่องทางหลักคือ www.thapbspodcast.com และ App: Thaipbspodcast สำหรับช่องทางฟังพอดคาสต์อื่น ๆ คือ Spotify / Sound Cloud /Apple และ Google Podcast /You Tube และ Pod Bean

4. สัดส่วนเนื้อหารายการ

ไทยพีบีเอสเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทาง (Platform) และบริการ (Service) ที่หลากหลายทั้งประเภทสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล และสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ช่องทางหลัก คือ

1. ช่องสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3
2. ช่องสถานีโทรทัศน์ ALTV ที่มีเป้าหมายเป็นโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้
3. ช่องโทรทัศน์ระบบ Video Streaming ประเภทบอกรับสมาชิก (Sub-Subscriber) ที่ให้บริการผ่านเว็บไซต์ www.VIPA.me

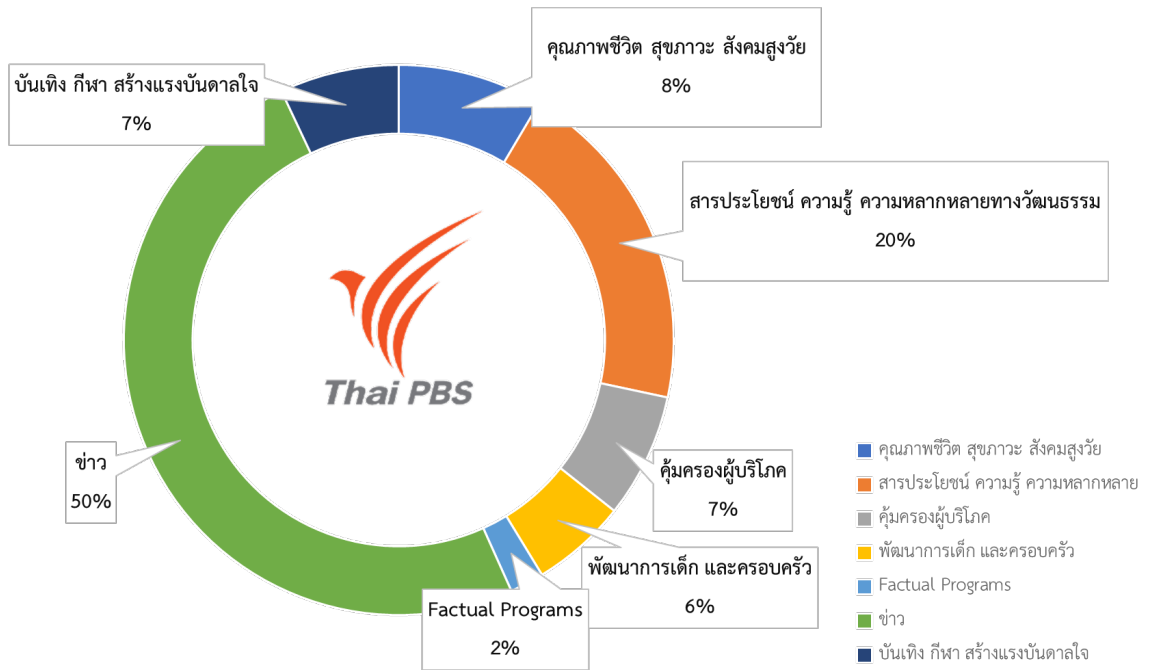
นอกจากนี้ ยังมีช่องทางเว็บไซต์เพื่อสื่อสารเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่นิยมรับชมผ่านทางออนไลน์ และสนใจเนื้อหาเฉพาะอย่างเช่น เว็บไซต์ไทยพีบีเอส www.thaipbs.or.th เว็บไซต์ www.thaipbsworld.com เว็บไซต์ www.ThaiPBSkids.com และช่อง Podcast www.thapbspodcast.com เป็นต้น

สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 7,410 ชั่วโมง ต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 04.30 – 01.00 น รวม 20.30 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

รายการสารประโยชน์ ความรู้ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม จำนวน 1469:00 ชั่วโมง
รายการคุณภาพชีวิต สุขภาวะ สังคมสูงวัย จำนวน 633:32 ชั่วโมง
รายการพัฒนาการเด็กและครอบครัว จำนวน 416:00 ชั่วโมง

รายการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 541:40 ชั่วโมง
รายการบันเทิง กีฬา สร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 520:00 ชั่วโมง
รายการข่าว จำนวน 3678:08 ชั่วโมง
รายการ Factual Programs จำนวน 151:40 ชั่วโมง



สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV

มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 4944:20 ชั่วโมง ต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 06.00 – 21.00 น รวม 15 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มสาระตามฐานสมรรถนะ จำนวน 1001:00 ชั่วโมง

กลุ่มรายการเด็กเล็ก จำนวน 1100:40 ชั่วโมง

ทักษะใหม่สำหรับครู จำนวน 260:00 ชั่วโมง

ทักษะอนาคต แนวทางการศึกษา พื้นที่แสดงออก จำนวน 1360:40 ชั่วโมง

ความรู้ทั่วไป รู้เท่าทัน จำนวน 749:40 ชั่วโมง

ครอบครัว สังคมสูงวัย การเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 472:20 ชั่วโมง

