

รู้จักสื่อสิทธิ



ข

ปีที่ 2 เล่มที่ 8 มีนาคม-เมษายน 2557

วารสารสำหรับผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ โดย สำนักงาน กสทช.

รายการดี ดูฟรี มีอะไรดี



คุยกับ กสทช. สุกัญญา กลางณรงค์

สิทธิผู้บริโภค

ในการชมรายการโทรทัศน์ฟรี



ทุกวันนี้ต้องยอมรับว่าผู้บริโภคมีทางเลือกในการชมรายการโทรทัศน์มากขึ้น ทั้งช่องรายการในโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โทรทัศน์ดาวเทียม เคเบิลทีวี

ในความหลากหลายนั้น ยังมีเนื้อหาบางประเภทที่มีประชาชนทั่วไปสนใจ แต่อาจถูกจำกัดที่จะได้ชมเฉพาะรายการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกเท่านั้น ดังนั้น กสทช. จึงออกประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป ที่เรียกชื่อเล่นว่า ‘Must Carry’ เป็นผลมาจากปัญหาการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2012 เกิดปัญหา ‘จอดำ’ ในช่องรายการของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีที่ออกอากาศผ่านช่องทรูวิชั่นส์ ตลอดจนรายการแข่งขัน ทำให้กลุ่มผู้บริโภคอย่างน้อย 2 ล้านคน ไม่สามารถรับชมฟุตบอลยูโรได้ จนนำมาสู่การถกเถียงถึงประเด็นเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ กับสิทธิของผู้บริโภคที่ควรมีโอกาสรับชมได้ตามสิทธิขั้นพื้นฐาน

ในช่วงนั้น กสทช. จึงร่วมกับผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ และฝ่ายเกี่ยวข้อง จัดเวทีเสวนาเพื่อสะท้อนปัญหาร่วมกันหลายครั้ง จนนำมาสู่การออกประกาศดังกล่าว และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2555 โดยมีผลบังคับใช้ในวันถัดมา

สาระสำคัญคือการกำหนดให้ ‘ฟรีทีวี’ ในปัจจุบันต้องแพร่ภาพได้ในทุกช่องทาง หรือแพลตฟอร์มการรับชมทีวีของครัวเรือนไทยในปัจจุบัน คือทีวีภาคพื้นดิน เคเบิลทีวี และจานรับสัญญาณดาวเทียม โดยห้ามฟรีทีวีอยู่ในสภาพ ‘จอดำ’ เนื่องจากเป็นสื่อสาธารณะที่ประชาชนทุกคนมีสิทธิได้รับชมตามสิทธิที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญ ดังนั้นประกาศฉบับนี้จึงเป็นการรับรองให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการที่เป็นฟรีทีวีได้

นอกจากนี้ยังมี ประกาศ หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 หรือ ‘Must Have’ เพื่อเป็นการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของประชาชนทุกคนรวมถึงคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้ได้อย่างทั่วถึงเป็นธรรม และไม่ต้องเสียเงินจากการชมรายการโทรทัศน์แบบถ่ายทอดสด 7 ประเภท คือการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ เอเชียนเกมส์ อาเซียนพาราเกมส์ เอเชียนพาราเกมส์ โอลิมปิกพาราลิมปิก และฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย

ประกาศที่ออกมานี้นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้วยตนเอง ทำให้รายการที่สำคัญไม่ผูกขาดอยู่ในมือของผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งอีกด้วย

สุกัญญา กลางณรงค์
(นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์)
กสทช.

Platform TV

ไทยมีแบบไหนกันบ้าง

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเทคโนโลยีการแพร่ภาพอยู่หลักๆ 4 ประเภทด้วยกัน ซึ่งก็เทียบชั้นกับหลายประเทศที่มีการแพร่สัญญาณภาพ และไทยเองก็จัดว่าเป็นประเทศที่มีการพัฒนาด้านการเผยแพร่ภาพไม่แพ้ชาติใดในโลกใบนี้ โดยการเผยแพร่ภาพนั้นจากอดีตจนถึงวันนี้เรามีการพัฒนาที่มากขึ้น จนแทบทุกครัวเรือนสามารถรับชมโทรทัศน์ได้เกือบทั่วประเทศ แต่ว่าพวกเขารับชมในประเภทไหน และประเทศไทยมีการเผยแพร่ภาพด้วยกันกี่แบบนั้น เรามีคำตอบ

โทรทัศน์ภาคพื้นดิน : ยุคเริ่มต้นของวงการทีวีไทย เราใช้วิธีการรับสัญญาณภาพด้วยเสาอากาศ ที่เราเรียกตรงกันทั่วประเทศว่า ‘เสาหนวดกุ้ง’ และ ‘เสาก้างปลา’ การออกอากาศในยุคก่อนยุคดิจิทัล จะเป็นการปล่อยสัญญาณภาพไปตามภาคพื้นดิน ผ่านเสาส่งสัญญาณ โดยความชัดของภาพในอดีตนั้นต้องอยู่ที่ว่าใครจะหมุนเสาไปรับเข้ากับคลื่นได้ตรงมากที่สุด ยิ่งบ้านใครอยู่ห่างไกลความเจริญ โอกาสจะได้ดูครบทุกช่องยิ่งยาก

โทรทัศน์ผ่านสายเคเบิล : หลังจากยุคเสาก้างปลา ก็เริ่มมีโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก ซึ่งลากสายเข้าบ้านและสามารถให้บริการช่องพิเศษที่เพิ่มเข้ามามากมายหลายช่อง โดยมีข้อแม้ว่าต้องเสียค่าสมาชิก แต่สิ่งที่ได้รับนอกเหนือจากช่องที่เพิ่มขึ้น คือภาพที่คมชัดขึ้น เพราะเป็นการส่งสัญญาณผ่านสายเคเบิลไปยังกล่องรับสัญญาณโดยตรง

โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม : เป็นการรับชมโทรทัศน์ที่รับส่งสัญญาณจากสถานีภาคพื้นดินไปยังดาวเทียม และถ่ายทอดสัญญาณต่อลงมายังจานรับสัญญาณและกล่องรับสัญญาณตามบ้าน ข้อดีของการรับชมด้วยวิธีนี้ คือในสภาพปกติ ชัดมากและดูได้หลากหลายช่อง

โทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต : โทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่เรารับชมกันอยู่ทุกวันนี้ เป็นการส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นลักษณะที่ให้บริการโทรทัศน์เป็นการเฉพาะ ที่เรียกว่า IPTV โดยเราสามารถรับชมโทรทัศน์โดยไม่ต้องพึ่งเสาหรือพึ่งสายเคเบิลแต่อย่างใด ขอแค่ต่ออินเทอร์เน็ตได้ก็รับชมได้ในทันที

นอกเหนือจากการแบ่งประเภทของการแพร่ภาพแล้ว อีกประเด็นหนึ่งก็คือการทำธุรกิจของกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศไทย มีกี่แบบกัน หากแบ่งกันอย่างเป็นรูปธรรมจะแบ่งย่อยออกมาได้ 2 แบบ ดังนี้

1) กิจการโทรทัศน์แบบไม่บอกรับสมาชิก ที่ดูฟรีๆ แบบไม่เสียอะไร

แบบที่ 1 ขอเรียกสั้นๆ ว่า ‘ฟรีทีวี’ โดยผู้รับชมรายการไม่ต้องสมัครสมาชิก และไม่ต้องเสียเงิน ลักษณะของรายการที่น่าเสนอจะมีคั่นรายการด้วยโฆษณา ส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่ผลิตขึ้นเองในประเทศ แต่ในข้อจำกัดในการแพร่ส่งคลื่นความถี่ในระบบอนาล็อก จะส่งได้แบบช่องเว้นช่องในพื้นที่เดียวกันเพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดสัญญาณรบกวน โดยเริ่มต้นที่ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และต่อมาเมื่อทีวีระบบดิจิทัลเข้ามา ช่องก็ขยายเพิ่มมากขึ้นอย่างที่เราเห็นในปัจจุบันนั่นเอง

2) กิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก ที่ดูไม่ฟรีแต่ก็มีสาระที่มากขึ้น

แบบที่ 2 เรียกว่าสั้น คือ ‘ทีวีบอกรับสมาชิก’ หมายถึงต้องจ่ายเงินเพื่อสมัครสมาชิกถึงจะดูได้ และต้องจ่ายตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงไม่มีโฆษณาใดๆ ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาโดยตรงหรือที่เป็นโฆษณาที่ติดมากับรายการ ส่วนรายการที่น่าเสนอจะประกอบไปด้วยรายการที่เป็นข่าวสารและบันเทิง ทั้งที่ผู้ให้บริการได้ผลิตขึ้นเอง และจากการซื้อลิขสิทธิ์รายการที่เป็นที่นิยมหลากหลายรูปแบบจากต่างประเทศ

เรื่องของการดูทีวีนั้น แม้เราจะคุ้นชินกับการดูรายการในรูปแบบต่าง ๆ มาตั้งนาน แต่ก็อยากจะให้รู้ว่ารายการที่เราดูนั้น เราได้รับเนื้อหาสาระอย่างเหมาะสมคุ้มค่าจริงไหม โดยเฉพาะการดูโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ยิ่งต้องทำความเข้าใจเป็นพิเศษเพื่อที่เราจะสามารถตรวจสอบได้ว่า เราได้รับความเป็นธรรมหรือกำลังโดนแอบเอาเปรียบ แต่เหนือสิ่งอื่นใดไม่ว่าจะดูฟรีทีวี หรือทีวีแบบบอกรับสมาชิก

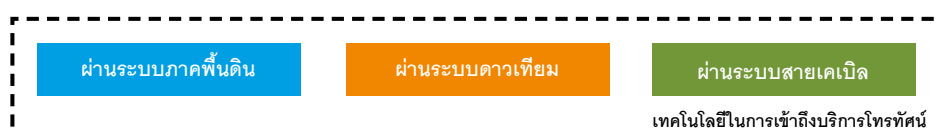
ลองถามตัวเองดูว่าเราได้ดูรายการที่เป็นประโยชน์กับตัวเองบ้างหรือไม่



Must Have และ Must Carry

สองสิ่งนี้คืออะไร

ด้วยความต้องการชมรายการที่หลากหลายของประชาชน ในช่วงเวลาที่ผ่านมาประชาชนจึงนิยมหันไปใช้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก เพื่อรับชมช่องรายการที่หลากหลายและตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคลเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลของประเทศไทย ทำให้เกิดความหลากหลายมากขึ้นในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปหรือฟรีทีวี โดยจากการออกหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป หรือ Must Carry ซึ่งเป็นหลักประกันได้ว่าประชาชนคนไทยจะสามารถรับชมบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปหรือฟรีทีวีได้ ไม่ว่าจะรับชมผ่านทางเทคโนโลยี อุปกรณ์ หรือช่องทางใดๆ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทำซ้ำ ดัดแปลง ผังรายการหรือเนื้อหารายการ อาทิ ระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial) ระบบดาวเทียม (Satellite) และระบบสายเคเบิล (Cable)





ในปัจจุบันช่องรายการที่ถือว่าเป็นช่องรายการบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปหรือฟรีทีวี มีอยู่ทั้งหมด 27 ช่องรายการ ดังนี้

- ช่องรายการบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการสาธารณะจำนวน 3 ช่องรายการ ได้แก่ ช่อง 5, NBT และ Thai PBS (เป็นช่องรายการที่ปัจจุบันกำหนดให้มีการออกอากาศคู่ขนานกับโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก) ซึ่งถูกจัดลำดับหมายเลขช่องอยู่ที่หมายเลข 1 - 3 ตามลำดับ
- ช่องรายการบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ 24 ช่องรายการ ได้แก่ ช่องหมายเลข 13 - 36

ทั้งนี้หากรับชมผ่านระบบทีวีดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีจะต้องทำการบวกเลขช่องเพิ่มไปอีก 10 เช่น ช่องหมายเลข 13 ในโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล เมื่อรับชมผ่านทีวีดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีจะอยู่ที่ช่องหมายเลข 23 เป็นต้น (ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์)

นอกจากนี้ด้วยประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 หรือ Must Have ยังทำให้ประชาชนสามารถรับชมรายการโทรทัศน์แบบถ่ายทอดสดจำนวน 7 รายการ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมผ่านทางบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปหรือช่องฟรีทีวี ได้แก่

1. การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกีฬาซีเกมส์ (South-East Asian Games หรือ SEA Games)
2. การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการอาเซียนพาราเกมส์ (ASEAN Para Games)
3. การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในทวีปเอเชีย หรือเอเชียนเกมส์ (Asian Games)
4. การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการเอเชียนพาราเกมส์ (Asian Para Games)
5. การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก (Olympic Games)
6. การแข่งขันกีฬาสำหรับคนพิการหลายประเภทจากทั่วโลก หรือกีฬาพาราลิมปิก (Paralympic Games)
7. การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final)

จากการออกประกาศหลักเกณฑ์ Must Have และ Must Carry นั้น ก็เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนได้รับบริการขั้นพื้นฐานที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เป็นการประกันสิทธิขั้นพื้นฐานแก่ประชาชนให้สามารถรับชมบริการโทรทัศน์ขั้นพื้นฐานที่เป็นประโยชน์แก่สังคม

ในด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับหลักการที่ว่าคลื่นความถี่ที่ใช้ในการประกอบกิจการโทรทัศน์ถือเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมีเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายในทุกช่องทาง และเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของบุคคลโดยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป

ทั้งนี้สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า เนื้อหารายการที่ประชาชนสามารถรับชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ไม่ว่าจะรับชมผ่านระบบภาคพื้นดิน ทีวีดาวเทียม หรือเคเบิลทีวีในปัจจุบันประกอบไปด้วย ช่องฟรีทีวี (ระบบดิจิทัล) 27 ช่องรายการ (จากหลักเกณฑ์ Must Carry) รวมถึงการถ่ายทอดสดรายการกีฬา 7 รายการ ผ่านทางช่องฟรีทีวี (จากหลักเกณฑ์ Must Have) ดังนั้นประชาชนย่อมสามารถรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาทั้ง 7 รายการ ได้ในทุกช่องทางการรับชมเนื่องจากเป็นเนื้อหาที่ต้องออกอากาศในฟรีทีวี และฟรีทีวีก็เป็นช่องที่ต้องถูกนำมาออกอากาศในทุกช่องทาง โดยหากประชาชนเป็นผู้ที่รับชมโทรทัศน์ผ่านทางเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมทางผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้บริการนั้น เป็นผู้ที่มีหน้าที่นำช่องรายการดังกล่าวมาออกอากาศเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับสิทธิในการชมช่องรายการและเนื้อหารายการต่าง ๆ ดังกล่าว และหากเป็นผู้ที่รับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลผ่านทางเสาอากาศหนวดกุ้งหรือก้างปลาอยู่แล้วนั้นก็สามารถรับชมได้โดยตามปกติ

อย่างไรก็ตามในอนาคตเมื่อมีการพิจารณาให้บริการของช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลเพิ่มเติมในส่วนช่องช่องรายการบริการสาธารณะครบทั้ง 12 ช่องรายการ ประชาชนก็จะสามารถรับชมช่องรายการที่หลากหลายและมีคุณภาพได้ฟรีในทุกช่องทางการรับชม เป็นจำนวนทั้งหมด 36 ช่องรายการ รวมถึงได้รับชมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ทั้ง 7 รายการ ตามฤดูกาลของการแข่งขันกีฬานั้นได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมด้วยเช่นกัน





สงครามสื่อยุคใหม่ (Modern Media Warfare)



วิศรุต ปิยกุลวัฒน์

Managing Director
Fourkingstudio Co., Ltd.
อุปนายกสมาคมสื่อดิจิทัลเพื่อผู้บริโภค
ประเทศไทย

‘เก่าไปใหม่มา’ คำคำนี้คงได้กับการเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของสิ่งต่างๆ รอบตัวเราในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวงการสื่อสารมวลชนทั้งในและต่างประเทศ ผลพวงจากการพัฒนาเทคโนโลยีและการหลอมรวมการสื่อสารที่พัฒนาไปเร็วกว่าการศึกษาเรียนรู้เรื่องสื่อของคนส่วนใหญ่บนโลกใบนี้ ‘แ่งมูม’ ‘ช่องว่าง’ และ ‘การเชื่อมโยง’ ที่เกิดขึ้น นำไปสู่การต่อสู้และแข่งขันของคนวงการสื่อสารทั่วโลกจนทำให้เกิด ‘Modern Media Warfare’ หรือ ‘สงครามสื่อยุคใหม่’

ในขณะที่ประเทศไทยในปัจจุบัน คนไทยต่างให้ความสนใจและสงสัยไปพร้อมๆ กันกับที่วิถีชีวิตอยู่อย่างนั้น สิ่งนี้ได้ไหมเลยในสังคมโลกเนื่องจากกระบวนการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวนั้นได้เริ่มต้นขึ้นมานาน 10 ปีแล้ว ประเทศมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกาเริ่มทดลองออกอากาศในปี ค.ศ. 1996 กลุ่มประเทศผู้มั่งคั่งอย่างยุโรปเริ่มในปี ค.ศ. 1997 เจ้าแห่งเทคโนโลยีอย่างญี่ปุ่นออกอากาศเป็นทางการปี ค.ศ. 2003 แต่สิ่งที่กำลังเป็นที่สนใจและสำคัญเป็นอย่างยิ่งของสังคมโลกและแน่นอนมันกำลังมาเคาะประตูบ้านคุณในเมืองไทย คือการหลอมรวมเอาช่องทางสื่อสารถึงผู้บริโภคในทุกช่องทางที่เทคโนโลยีสมัยใหม่จะทำได้ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โซเชียลเน็ตเวิร์คอย่างเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ฯลฯ การใช้สื่อที่เราเคยเรียกว่าสื่อหลักพลังสูงในการเข้าถึงผู้คนอย่างโทรทัศน์ หรือวิทยุ ถูกทิ้งให้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของวงการสื่อสารเพื่อให้แคมเปญต่างๆ นั้นประสบความสำเร็จ



มีข้อพิสูจน์ ‘แง่มุม’ หนึ่ง คือข่าวการควบรวมกิจการของบริษัทด้านการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ อย่าง คอมแคส คอมแคสได้ซื้อกิจการของไทม์วอร์เนอร์ พุดเฟินๆ ดูเหมือนปลาใหญ่กินปลาเล็กอะไรแบบนี้ แต่หากผมบอกว่า คอมแคสเป็นเจ้าของโครงข่ายอินเทอร์เน็ต โครงข่ายโทรศัพท์มือถือ ไทม์วอร์เนอร์เป็นเจ้าของสื่อและเคเบิลทีวีชั้นนำที่มีชื่อคุ้นหูอย่างเช่น CNN, HBO, ESPN, TIME Magazine เป็นต้น เมื่อโครงข่ายควบรวมกับผู้ผลิตรายการ จักรวรรดิตัวสำคัญก็ถูกต่อจนครบ ‘ช่องว่าง’ ดังกล่าวถูกเติมเต็มประสิทธิภาพเต็มร้อยในการเข้าถึงผู้บริโภค จึงบังเกิด ‘อ้อ ! คงเป็นสิ่งที่ตั้งอยู่ในใจของคุณ’

มิถุนายนที่ผ่านมา มีการประกาศรางวัลสำคัญในวงการโฆษณาของโลก คานส์ โลอนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล เฟสทิวัล ออฟ ครีเอทีวิตี ครั้งที่ 61 (61st Cannes Lions International Festival of Creativity) ณ เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ผลงานและแคมเปญโฆษณากว่าหมื่นชิ้นถูกส่งเข้าประกวดเพื่อพิจารณาว่าใครคือที่สุด แต่สิ่งที่น่าสนใจที่เราจะนำมาพูดคุยในคราวนี้ไม่ได้อยู่ที่ว่าเรื่องใดได้รางวัล ? ประเภทอะไร ? อย่างไร ? แต่เป็นเรื่องของ ‘ความยาว’ อะไรคือความยาว ? คำถามเกิด โฆษณาที่เข้ารอบสุดท้ายจำนวนมากเกิน 80% เลยทีเดียวที่ไม่ได้มี ‘ความยาว’ ของชิ้นงานมาเป็นตัวกำหนด คงต้องขอขยายความเพิ่มเพื่อความเข้าใจว่าการผลิตชิ้นงานโฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ถูกข้อจำกัดเรื่องความยาว จะ 15 วินาที, 30 วินาที หรืออย่างมาก 1 นาที เป็นตัวกำหนด เนื่องจากค่าเช่าเวลาโฆษณาทางทีวีมีราคาสูงมาก นักคิดชิ้นงานโฆษณาจึงต้องใช้ทุกวิถีความคิดเพื่อให้เวลาอันน้อยนิดนั้นเกิดประโยชน์สูงสุดในการโฆษณาสินค้าชิ้นนั้นๆ

เรากลับมาที่เรื่อง ‘ความยาว’ ความยาวไม่ได้เป็นกรอบของการทำงานอีกต่อไป แล้วเพราะอะไรล่ะ ? ก็เพราะช่องทางในการสื่อสารกับคนดูในโลกปัจจุบันเปลี่ยน อินเทอร์เน็ต, โซเชียลมีเดีย กลายเป็นลู่วิ่งใหม่ให้นักคิดสร้างสรรค์ชิ้นงานได้พาดพิงกันแบบไร้ข้อจำกัดเรื่องความยาวของชิ้นงาน นอกจากเรื่องความยาวแล้ว



• อีกสิ่งหนึ่งที่จับได้จากกระแสความสำเร็จในระดับโลก คือการผนวกใช้
• ช่องทางการสื่อสารหลายๆ ทางเข้าด้วยกัน เช่น การทำ Viral Video
• ผ่านทางโซเชียลมีเดีย ร่วมกับการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ ประสานกับ
• สิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

• สัจธรรมอย่างหนึ่ง คือการที่สื่อจะคงอยู่ได้และเจริญเติบโต
• ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเกื้อหนุน ‘การเชื่อมโยง’ จากการโฆษณาสินค้า
• ในรูปแบบต่างๆ ได้ สองสิ่งต้องเดินไปพร้อมๆ กัน ความสำเร็จจึงบังเกิด

• จากเรื่องราวที่ผมเล่าไปจะสังเกตว่ามีได้มีคำว่า ‘ทีวีดิจิตอล’
• อยู่ในตัวละครใดเลย หากแต่ทีวีดิจิตอลเป็นเพียงเทคโนโลยี ‘เก่าไป
• ใหม่มา’ เท่านั้น ในโลกแห่งความเป็นจริง จากการถอดบทเรียนที่ผ่านมา
• ประเทศไทยนั้นไม่เคยด้านทานกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
• และการสื่อสารของโลกได้เลย เราเป็นฝ่ายรับมาโดยตลอด มีแต่ว่า
• จะช้าหรือเร็วกว่าเท่านั้น



สิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคอาจจะยังไม่ทราบเกี่ยวกับสิทธิในการรับชมรายการที่มีประโยชน์ต่างๆ ที่ฟรีโดยไม่เสียค่าบริการใดๆ ทั้งสิ้นนั้นมียุ่อย่างจริง และ กสทช. ก็พยายามที่จะทำทุกวิถีทางเพื่อให้รักษาสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค ซึ่งก็คือ กฎ 'Must Have / Must Carry' แต่เนื่องจากกฎนี้เป็นเรื่องใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง อีกทั้งในบางแง่มุมผู้บริโภคก็มีมุมมองข้อเสนอบางอย่างที่น่าสนใจเกี่ยวกับกฎข้อนี้ และบทสัมภาษณ์นี้ก็ได้บุคคล 2 ท่านจาก 2 แวดวง มาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องราวเหล่านี้ และคำตอบที่ได้ก็น่าสนใจอย่างมาก



ดร.ศิรเศรษฐ์ คีราภานต์

นักวิชาการอิสระ

ในมุมมองของคุณคิดอย่างไรกับกฎ Must Have / Must Carry

กฎนี้เป็นกฎที่ใหม่สำหรับประเทศเรา แต่ในหลายประเทศเริ่มใช้มานานแล้ว ซึ่งแต่ละประเทศจะมีการใช้ การคิดกฎที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐาน 3 อย่าง คือ วัฒนธรรม อุตสาหกรรมทีวีและเทคโนโลยีของประเทศนั้น อย่างเรื่องฟุตบอล ขอยกตัวอย่าง สหราชอาณาจักรหรืออังกฤษฟุตบอลคือวัฒนธรรมของพวกเขา เขาจึงใช้กฎนี้กับเรื่องฟุตบอล เพราะประเทศเขาสันสนุนให้เยาวชนเล่นฟุตบอลเพื่อที่จะพัฒนางานนี้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยอมรับและเห็นตรงกันทั้งประเทศ ส่วนประเทศไทยเราไม่เคยคุยกันมาก่อนเลยว่ามันสำคัญอย่างไร ทำไมต้องฟุตบอล รวมทั้งรายการอื่นๆ

จากเรื่องบอลโลกที่ผ่านมาคิดว่าผู้บริโภคจะเข้าใจกฎนี้มากขึ้นไหม

ฟุตบอลโลกปีนี้เป็นกรณีศึกษาที่ดีที่จะส่งต่อไปถึงฟุตบอลยูโรในอีก 2 ปีข้างหน้า รวมถึงฟุตบอลโลกครั้งหน้าด้วย กสทช. ไม่ควรใช้เงินมายุ่งเกี่ยวกับเรื่องนี้อีก แต่ควรระดมสมองมาช่วยกันไขความกระจ่างให้กับกฎนี้ ว่าปัญหาของ Must Have / Must Carry ของประเทศไทยคืออะไรบ้าง ในบริบทต่างๆ เช่น ลิขสิทธิ์ การบังคับใช้กฎหมาย ความเหมาะสมของสังคมและประเทศ เป็นต้น เพื่อให้เอกชนที่จะไปซื้อลิขสิทธิ์รายการต่างๆ เหล่านี้ มีความมั่นใจและเข้าใจตรงกันกับทาง กสทช. ถ้าไม่เช่นนั้นแล้วคงไม่มีใครกล้าลงทุนซื้อลิขสิทธิ์มาอีก

ที่ผ่านมามีกระแสเรื่อง กสทช. ซื้อสิทธิบอลโลกเพื่อให้ประชาชนดูได้ฟรี ซึ่งก็มีหลายคนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย แล้วคุณมีมุมมองกับเรื่องนี้อย่างไร

ฟุตบอลมีทั้งกลุ่มคนที่สนใจและไม่สนใจ ต้องถามคนไทยก่อนว่าฟุตบอลเป็นวัฒนธรรมของเราใช่หรือไม่ ? เราจำเป็นต้องดูมันใช่ไหม ? ถ้ามันเป็นวัฒนธรรมของประเทศเราจริงก็สามารถใช้กฎนี้ได้เหมือนอย่างในหลายๆ ประเทศที่เขาทำกัน แต่ทางที่ดีควรทำผลสำรวจหรือประชาพิจารณ์ดีกว่าว่าที่ กสทช. กำหนดมาทั้ง 7 รายการนั้น ประชาชนต้องการรายการไหนบ้าง ต้องการรายการใดเพิ่มเติมหรือไม่ หรือต้องเอารายการใดออก อย่างฟุตบอลยูโรในอีก 2 ปีข้างหน้า ซึ่งไม่มีอยู่ใน Must Have จะเกิดเหตุการณ์จ้อดอีกไหม ซึ่งหลังจากได้ผลลัพธ์ของผลสำรวจออกมาแล้ว เชื่อว่าทุกคนจะไม่มีปัญหามาต่อว่าการใช้เงินของ กสทช. อีก เนื่องจากเป็นผลที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป

โตมร ศุขปรีชา

นักคิด นักเขียน และพิธีกร

การที่มีข้อกำหนดของ กสทช. ที่ระบุว่าประชาชนจะได้ดูรายการบางประเภทฟรี ในมุมมองของคุณคิดเห็นอย่างไร

🚫 เป็นนโยบายที่ดีครับ แต่คำถามต่อมาคือ...ใครเป็นคนคัดเลือกสิ่งเหล่านี้มาให้เรา ผมไม่รู้ว่ กสทช. มีหลักเกณฑ์อะไรที่จะคัดเลือก หรือมีการตั้งกรรมการในการคัดเลือกรายการหรือเปล่า ? เพราะกฎนี้จะเป็นตัวบอกว่าแต่ละช่องควรมีสัดส่วนรายการแบบไหน เท่าไหร่

คิดว่ารายการประเภทไหนที่น่าจะเหมาะสมกับคนหมู่มาก และควรจะได้ดูฟรี

🚫 ไม่น่าจะจะมี Content แบบนั้นอยู่หรือเปล่า บางคนอาจจะบอกว่า 'ก็รายการเด็กไง' แต่ถ้ามองให้ลึกลงไปมันก็จะมีการปลูกฝังเรื่องมายาคติ ความคิด ความเชื่อหลายอย่างอยู่ในนั้น สุดท้ายก็ต้องย้อนกลับไปที่ตัวคนเลือกว่ามีความคิด ความเชื่อ รสนิยมแบบไหน สิ่งที กสทช. ต้องทำ คือทำให้คนเข้าใจว่า แต่ละช่องไม่จำเป็นต้องคิดเหมือนกัน ขึ้นอยู่กับการอยากนำเสนอ ในมุมมองของคนคัดเลือแต่ละช่องในฐานะที่ตัวเองเป็นสื่อ

ถ้าถามในฐานะผู้บริโภค คุณอยากดูรายการแบบไหนที่ไม่ต้องจ่ายเงิน

🚫 ตอนนี้ไม่ค่อยได้ดูโทรทัศน์แล้ว แต่จะดูใน YouTube ซึ่งมีความหลากหลายมากและไม่ต้องจ่ายเงินอยู่แล้ว แต่สิ่งที่โทรทัศน์ต้องมี คือรายการที่มีความหลากหลายมากๆ เช่น ทำให้ต้องเอาเงิน 427 ล้าน ไปจ่ายเพื่อที่จะให้ดูฟุตบอลได้อย่างเดียว สมมุติว่ามีทีวีทั้งหมด 20 ช่อง ก็ได้ช่องละ 20 ล้าน เงิน 20 ล้าน สามารถผลิตสารคดีหรือรายการดี ๆ ได้หลายรายการเลย เพราะ กสทช. จะบอกว่าแต่ละช่องต้องมีรายการดี ๆ แต่ไม่มีเงินสนับสนุนให้ช่องก็ต้องดิ้นรนหาเอง แถมยังเป็นช่วงขาลงของธุรกิจโทรทัศน์ การหาสปอนเซอร์จะยากขึ้นเรื่อย ๆ ค่าโฆษณา ก็จะต่ำลง มันจึงไม่มีทางที่รายการทีวีในประเทศเล็ก ๆ จะสามารถลงทุนหรือผลิตรายการใหญ่ ๆ ได้ดี ๆ เยอะ ๆ เช่น รายการสารคดีที่ให้ช่างภาพไปเฝ้าพฤติกรรมนกขุนทองมา 1 ปี เพื่อทำสารคตินกขุนทอง แต่เราจะดูรายการที่เป็นแค่การนั่งสัมภาษณ์กัน หรือรายการที่ไม่ได้ใช้เวลาถ่ายนานมากเพราะงบประมาณน้อย ในเมื่อ กสทช. ยอมจ่าย 427 ล้าน เพื่อฟุตบอลรายการเดียวก็น่าจะเอาไปจ่ายให้กับรายการอื่นบ้าง เช่น การแสดงดนตรีของวงไทยแลนด์ฟิลฮาร์โมนิกที่ศาลาया ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับดนตรี จะทำให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น มันไม่ใช่เรื่องกีฬา ถึงได้เกิดคำถามว่าใครเป็นคนเลือกว่าจะฉายอะไร บางช่องอาจจะเลือกกีฬา บางช่องเลือกดนตรีคลาสสิก บางช่องเลือกลูกทุ่ง อย่างเดียวกันได้ แต่ไม่ใช่ว่าการขยับ



ให้คนทั้งประเทศดูแต่ฟุตบอลอย่างที่เป็นอย่างอยู่ ประเทศนี้มันมีอะไรบางอย่างที่มันบิดเบี้ยว คิดว่าคนทั้งประเทศมีฐานบางอย่างร่วมกัน เช่น ชอบฟุตบอลแน่ ๆ ทำแบบนี้คนในประเทศจะชอบ แสดงว่ามองข้ามความหลากหลายไป มันมีอย่างอื่นที่มากกว่าฟุตบอลที่คนดูแล้วชอบก็ได้

ในฐานะที่คุณเป็นพิธีกรอยู่ในแวดวงทีวี สิ่งที่คุณทำตอบใจยกยสิ่งทีสังคมต้องการหรือยัง

🚫 ไม่ทราบเหมือนกัน แต่ในการทำงานทั้งงานเขียนหรืองานทางทีวี ผมจะไม่เปลี่ยนตัวเอง และจะไม่คาดหวังว่าคนที่อ่านหรือคนที่ดูจะเป็นอย่างไร แล้วจะต้องไปเปลี่ยนตัวเองตามที่เขาต้องการ เพราะฉะนั้นสิ่งที่คิดว่าอยากทำก็จะทำ แต่จะตอบใจยกยต่อคนดู คนอ่านหรือไม่ ก็ต้องถามผู้บริโภคเหล่านั้นเองว่าเขารับได้ไหม ถ้ารับไม่ได้ผมก็จะไม่ทำ



สิทธิผู้บริโภคโลก 2014

คู่มือแม่ตซ์ กสทช. ปะทะ อาร์เอส

จากปรากฏการณ์ ‘จอต้า’ ในการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2012 ช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2555 จึงทำให้ กสทช. ประกาศหลักเกณฑ์ ‘Must Carry’ ในเดือนกรกฎาคม ซึ่งกำหนดให้รายการที่แพร่ภาพทาง ‘ฟรีทีวี’ คนไทยต้องรับชมได้ทุกช่องทาง (แพลตฟอร์ม) ในรายการที่มีลิขสิทธิ์ให้สัญญาณออกอากาศเฉพาะในประเทศไทย และร่างประกาศ อีกฉบับที่จะใช้คู่กัน คือ ‘Must Have’ ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป ซึ่งกำหนดให้มี 7 รายการกีฬา ที่คนไทยเข้าร่วมแข่งขัน ต้องถ่ายทอดสดทางช่องฟรีทีวี โดย 1 รายการกีฬาระดับโลก ที่ กสทช. กำหนดให้มีการถ่ายทอดสดคือการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ซึ่งบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลก 2014 ได้ออกมาแสดงความคิดเห็นคัดค้านและยื่นเรื่องต่อศาลปกครองเพื่อฟ้อง กสทช. ให้ยกเลิกกฎ ‘Must Have’ ที่กำหนดให้ ‘ฟุตบอลโลก’ เป็น 1 ใน 7 รายการ ที่ถือเป็นสิทธิพื้นฐานที่ประชาชนต้องได้ดูผ่าน ‘ฟรีทีวี’ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

วันที่ 11 มิถุนายน 2557 ศาลปกครองสูงสุดได้ตัดสินให้ อาร์เอสชนะคดี และไม่ต้องถ่ายทอดสดบอลโลกผ่านฟรีทีวีครบทั้ง 64 แมตซ์ เนื่องจากประกาศฉบับนี้เกิดขึ้นหลังจาก อาร์เอสซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2014 แต่ความพยายามของ กสทช. ที่ต้องการให้คนไทยทุกคนได้รับชมฟุตบอลโลก 2014 จึงยืนอุทธรณ์ต่อศาลปกครองสูงสุดเกี่ยวกับการบริหารรายได้จากสิทธิในการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลโลกที่ผู้บริโภคจะรับชมฟุตบอลโลกผ่านทางฟรีทีวีได้เพียง 22 แมตซ์ ส่วนแมตซ์ที่เหลือผู้บริโภคต้องจ่ายเงินเอง แต่ว่าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ขอความร่วมมือให้ กสทช. เจรจากับผู้บริหารอาร์เอสในการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2014 ทั้ง 64 แมตซ์ผ่านฟรีทีวี ตามเป้าหมาย ‘คืนความสุขให้คนไทย’ ทำให้ อาร์เอสได้เรียกร้องค่าชดเชยรายได้จากค่าลิขสิทธิ์และการขายกล่องบอลโลกกับทาง กสทช. ด้วยเหตุนี้จึงมีการประชุมบอร์ด กสทช. และมีมติเห็นชอบให้ใช้เงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) จ่ายให้อาร์เอสเพื่อให้มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2014 ทั้ง 64 แมตซ์ โดยประชาชนจะได้รับชมฟรีผ่านทางช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 8

เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้ซื้อกล่องบอลโลกและช่องรายการของอาร์เอสในการชมฟุตบอลโลก แต่สุดท้ายก็ได้ดูผ่านทางฟรีทีวี นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์ บอร์ด กสทช. และ กสท. ด้านคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้เชิญตัวแทน



อาร์เอสเข้ามาเจรจาเพื่อหามาตรการเยียวยาคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการซื้อกล่องบอลโลกและกล่อง Sunbox ที่มีแพ็คเกจรับชมช่องเว็ลด์คัพ ซึ่งอาร์เอสกล่าวว่าแผนการเยียวยาจะแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มที่ต้องการคืนกล่องบอลโลก มีเงื่อนไขเยียวยา คือส่งคืนอุปกรณ์ครบให้สมบูรณ์ใช้งานได้ทั้งหมด มาพร้อมสำเนาบัตรประชาชนและสำเนาหน้าบัญชีเงินฝาก 2. กลุ่มที่ซื้อแพ็คเกจรับชมช่องเว็ลด์คัพ มีเงื่อนไขเยียวยา คือขอคืนสิทธิรับชมโดยการส่งสำเนาบัตรประชาชน พร้อมทั้งเขียนระบุหมายเลขสมาร์ทการ์ดของกล่อง (S/N) และสำเนาหน้าบัญชีเงินฝาก โดยกำหนดการคืนกล่องในวันที่ 16 - 18 มิถุนายน 2557 แต่อาจจะมีผู้บริโภคบางส่วนไม่สามารถใช้สิทธิเยียวยาได้ทัน ด้วยเหตุนี้ทางคณะอนุกรรมการฯ จึงมีหนังสือถึงอาร์เอสให้ขยายเวลารับคืนกล่องและแพ็คเกจไปจนถึง วันศุกร์ที่ 20 มิถุนายน 2557 ซึ่งก็ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีจากทางอาร์เอส

บทสรุป

ด้วยความพยายามของ กสทช. ที่ต้องการให้คนไทยมีสิทธิได้รับชมบริการโทรทัศน์ที่สำคัญเป็นการทั่วไปและรายการสำคัญผ่านทุกช่องทาง (แพลตฟอร์ม) จึงได้ประกาศหลักเกณฑ์ Must Have และ Must Carry อันจะเป็นการรับประกันว่าประชาชนจะใช้เทคโนโลยีใดๆ ในการรับชมโทรทัศน์ ก็สามารถรับชมบริการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ซึ่งเป็นบริการที่ใช้ทรัพยากรของชาติได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง อีกทั้งแม้ว่าเรื่องนี้จะไม่มีผู้ร้องเรียนโดยตรง แต่ กสทช. ก็ได้ทำการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงรุก โดยเชิญอาร์เอสเข้ามาหารือถึงแนวทางการเยียวยาจึงทำให้ไม่เกิดประเด็นข้อร้องเรียนในครั้งนี้ แต่ทั้งนี้หากผู้บริโภคถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบการก็สามารถเรียกร้องไปยังผู้ประกอบการรายนั้นๆ ให้ดำเนินการแก้ไขโดยด่วน หากไม่ได้รับการแก้ไขหรือล่าช้าก็สามารถเรียกร้องมายัง **สำนักงาน กสทช. โทร. 1200 (ฟรี)**



กสทช. เรียกอาร์เอสแจง หลังถ่ายบอลโลกไม่ครบตามสัญญา

การถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกที่เหมือนจะจบลงด้วยดีมีปัญหาเสียแล้ว เมื่อเหตุการณ์นัดที่บราซิลพบชิลี มีการถ่ายทอดสดแค่ช่อง 8 ช่องเดียวเท่านั้น ทำให้ประชาชนหลายส่วนที่ไม่สามารถรับชมช่อง 8 ได้ พลาดชมแมตช์ดังกล่าว

ด้วยเหตุนี้ นายสุภากร ตันวุฒิสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช. จึงเตรียมเรียก บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มาชี้แจงเหตุการณ์ดังกล่าว เพราะเหตุการณ์นี้อาจถือได้ว่าทางอาร์เอสไม่ได้ทำตามข้อตกลงที่ให้ไว้กับทาง กสทช.

ส่วนทางด้านอาร์เอสเอง นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ได้โพสต์ชี้แจงผ่านทางทวิตเตอร์ว่า หลายท่านยังคงเข้าใจว่าฟรีทีวีมีแค่ 4 ช่อง แต่ทาง กสทช. เพิ่งประมวลทีวีดิจิตอลไปเป็นจำนวน 24 ช่อง

ตอนนี้ประเทศไทยจึงมีฟรีทีวีทั้งหมด 24 ช่อง รวมทั้งช่อง 8 ด้วย ไม่ว่าจะรับชมสัญญาณด้วยระบบไหนก็สามารถชมช่อง 8 ได้ทุกระบบ ยกเว้นแต่บ้านหลังนั้นจะไม่มีกล่องรับสัญญาณ

ข่าวจาก www.manager.co.th



อาร์เอสแถลง ทำดีที่สุดแล้ว อย่า บิดเบือนบิดพลิ้ว แต่อย่างใด

ข่าวจาก www.matichon.co.th

นายสุรัชย์ เซษฐิโชติศักดิ์ หรือ 'เฮียอ้อ' ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ออกมาชี้แจงเกี่ยวกับการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2014 ที่ อาร์เอสฮอลล์ ว่าหลังจากที่ศาลปกครองสูงสุดตัดสินให้อาร์เอสเป็นผู้ชนะคดี ก็ได้รับการประสานงานจาก กสทช. เพื่อหาหนทางในการนำฟุตบอลโลกมาถ่ายทอดสดผ่านฟรีทีวีครบทั้ง 64 แมตช์ อาร์เอสก็ยินดีให้ความร่วมมือและได้ประสานไปยังช่อง 5 และช่อง 7 เพื่อหาช่องทางในการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก

แต่เมื่อมาถึงรอบ 16 ทีมสุดท้าย อาร์เอสกลับยังไม่ได้รับเงิน 427 ล้านบาท ตามที่ได้ตกลงกับทาง กสทช. ไว้แต่อย่างใด อีกทั้งยังมีเหตุการณ์ที่ประชาชนไม่สามารถรับชมคู่บราซิล-ชิลี และเนเธอร์แลนด์-เม็กซิโกได้ ซึ่งในเรื่องนี้อาจมีการเข้าใจผิดเนื่องจากคำว่า ฟรีทีวี ของอาร์เอสนั้นหมายถึง 24 ช่องฟรีทีวีในปัจจุบัน ซึ่งมีช่อง 8 รวมอยู่ด้วย แต่ทาง กสทช. อาจหมายถึงฟรีทีวีในระบบอนาล็อกเดิม และทางอาร์เอสก็ได้แจ้งกับ กสทช. แล้วว่าช่อง 8 ถือเป็นหนึ่งในฟรีทีวีของไทย และทาง กสทช. ก็ได้โต้แย้งขึ้นมาแต่อย่างใด ด้วยเหตุนี้อาร์เอสขอยืนยันว่าตนได้ทำถูกต้องตามข้อตกลงที่มีให้กับทาง กสทช. แล้ว ไม่ได้มีเจตนาตามที่หลายคนกล่าวหาแต่อย่างใด และภายหลังอาร์เอสก็ได้ขอเช่าเวลาเพิ่มจากสถานี เอ็นบีที เพื่อให้ประชาชนได้รับชมแมตช์การแข่งขันอีก 2 คู่ ในรอบ 16 ทีมสุดท้ายอีกด้วย

และอาร์เอสขอยืนยันว่า เงินจำนวน 427 ล้านบาท เป็นค่าเสียหายทางธุรกิจเท่านั้น ไม่ได้เป็นการซื้อสิทธิฟุตบอลโลกจากอาร์เอสไปแต่อย่างใด และปัญหาทุกอย่างตั้งแต่ช่องทางในการถ่ายทอดสด ไปจนถึงการรับคืนกล่องบอลโลก อาร์เอสได้พยายามแก้ปัญหาอย่างเต็มที่แล้ว แต่ไม่อาจทำให้ถูกใจทุกคนได้



Must Have

ควบคุมดูแลสิทธิของผู้บริโภคและผู้ประกอบการเรื่องใดบ้าง

ช่วงก่อนฟุตบอลโลกเราคงได้ยินกฎเรื่อง Must Have กันบ่อยเป็นพิเศษ แต่นอกเหนือจากกฎข้อนี้จะบอกว่า เราสามารถดูกีฬาที่น่าสนใจได้แบบฟรีๆ 7 ชนิดกีฬาแล้ว กฎข้อนี้คุ้มครอง หรือกำกับดูแลสิทธิอะไรให้ใครกันบ้าง ?

01

ดูแลว่าเนื้อหาไหนมีความสำคัญและโดนใจคนหมู่มากที่สุด
ถ้าเห็นว่าเนื้อหา 'ต้องมา' เดียว กสทช. จัดให้



02

ดูแลให้เกิดการแข่งขันกัน
อย่างเป็นธรรมของเจ้าของธุรกิจ
เผยแพร่ Content โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์
หรือทรัพย์สินทางปัญญา และยังดูว่า
ผู้บริโภคได้ดูรายการดีๆ ฟรีๆ
ได้ทุกช่องที่สามารถทำได้
หรือเปล่า ไม่ใช่โดนผูกขาดว่า
ต้องมีจานนี้ กล่องนั้นเท่านั้น
แบบนั้นมันไม่เท่าเลย



03



ดูแลให้ผู้ประกอบการที่ได้ลิขสิทธิ์
รายการ ไม่ก็ให้ช่องตัวเองคนเดียว
แต่ยังสามารถให้ผู้ประกอบการรายอื่น
สามารถเจรจาขอแบ่งปันเพื่อนำรายการ
นั้นไปเผยแพร่ในช่องของตัวเองได้อย่าง
ยุติธรรม เหมือนกรณีฟุตบอลโลก 2014
ที่ผ่านมา

04



ดูว่าผู้ประกอบการ
รายไหนได้สิทธิรายการใดมา
แล้วรายการนั้นเป็นรายการ
ที่ผูกขาดแต่กับช่องตัวเอง และไม่
เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายอื่น
ได้แข่งขันด้วยหรือไม่ ถ้าผิดจากนี้
ต้องมีเรียกมาคุยกันหน่อย

05



ดูแลว่าราคาที่เรียกเก็บจากผู้บริโภคเพื่อให้ได้ดูรายการ
ที่ถือสิทธิอยู่นั้นเป็นธรรม ถูกต้องเหมาะสมแล้วจริงไหม
และยังต้องดูว่าราคาที่ตั้งนั้นถูกเกินไปจนผู้ประกอบการ
รายอื่นๆ สู้ไม่ได้ ยกธงขาวยอมถอยหรือเปล่า

<http://bcp.nbtc.go.th>