

## MAAT Media Forum



● พิชัย-พันธ์ ศรีวเวแตร

ที่ปรึกษามหาวิทยาลัยอโยธยา และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

# ทีวีไม่เปลี่ยน 'คนดู'ทีวีต่างหากที่เปลี่ยน

คงปฏิเสธไม่ได้ว่า ทีวี เป็นสื่อที่คงความสำคัญในบ้านเราตั้งแต่เราจำความได้ด้วยเป็นสื่อที่เข้าถึงเกือบ "ทุกครัวเรือน" หรือเกือบ 100% เลยทีเดียว

ล่าสุดก็เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของทีวีครั้งใหญ่ในประเทศไทย โดยการแนะนำ "ทีวีดิจิทัล" ให้กับพี่น้องชาวไทยเมื่อปี 2557 คงไม่ต้องทำการวิจัยก็คงจะบอกได้ว่า ทีวี จะยังคงความเป็นสื่อหลักที่สำคัญกับประเทศเรานาน อย่างไม่รู้วันหมดอายุอย่างแน่นอน ที่บ่งชี้ว่าจำนวนผู้ชมทีวีลดลงและแตกเป็นกลุ่มเล็กกลุ่มน้อยอย่างต่อเนื่อง

### เกิดอะไรขึ้นกับทีวีกันแน่!

ลองมาสังเกตรอบๆ ตัวเราดู เริ่มจากคนในบ้าน ดูว่ามีใครที่บ้าน (อาจจะยกเว้นคุณตาคุณยาย) ที่นั่งดูทีวีเฉยๆ โดยไม่มีการใช้ "จออื่นๆ" บ้างหรืออาจลองมาสังเกตดูเวลาอยู่นอกบ้าน เช่นเวลานั่งรถไฟฟ้าไปเดินซื้อของที่ห้างสรรพสินค้า หรือแม้แต่ตลาดสดก็ตาม อาจเห็นว่า มีคนที่นั่งโดยสารต่างๆ หรือคนขายบางคนดูละครย้อนหลัง หรือรายการโปรดในยูทูปผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว กลายเป็นเรื่องธรรมดาที่เห็นดาษดื่นและมากขึ้นทุกวันนี้

พฤติกรรมเหล่านี้ น่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะมีผลกระทบกับการดูจอหลักอย่างทีวี และความเปลี่ยนแปลงที่สังเกตได้อย่างชัดเจนคร่าวๆ คือ

### จากดูรายการทีวีทาง "ช่อง" ไหน เป็นดูรายการทีวี "ช่องทาง" ไหน

พฤติกรรมการดูทีวีของคนที่เปลี่ยนไปเป็นอย่างมากก็คงเนื่องมาจากอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ทำให้ผู้บริโภคอย่างเรา รับประทานอาหารพฤติกรรมในการรับชมทีวีใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

จะเห็นว่าในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีศัพท์แสงที่ใช้เกี่ยวกับการดูทีวีเกิดขึ้นมากมาย เช่น ดูทีวีย้อนหลัง (catch-up TV) ดูทีวีผ่านแอปพลิเคชัน (Over-the-top TV) หรือดูคอนเทนต์ที่ดาวน์โหลดมาแบบต่อเนื่องมาราธอน (binge-watching) เป็นต้น

ดังนั้นเวลาได้ยินคนพูดว่า "ไม่มีใครดูทีวีกันแล้ว" อาจจะเป็นจริง แต่คนก็ยังตามดูรายการหรือคอนเทนต์ที่มาจากทีวีกันอยู่ดี ดังที่มีคนชอบพูดว่า "คอนเทนต์คือราชา"

หากจะคุยกันเรื่องนี้ น่าจะคุยกันได้อีกนาน แต่ด้วยพื้นที่กับเวลาที่จำกัด ขออนุญาตฝากความคิดปิดท้ายสั้นๆ ที่ว่าอยากให้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทีวี ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต นักการตลาด นักโฆษณา ตลอดจนนักวางแผนและกลยุทธ์ด้านมีเดียลองตอบคำถามเหล่านี้

ดูว่าคนไทยดูทีวีรายการโปรดเช่นละคร ข่าว หรือวาไรตี้ที่ไหน ดูรายการเหล่านั้นเมื่อไหร่ และอาจเพิ่มไปอีกว่าจริงๆ คนไทยอยากดูอะไร หรือคนไทยตอนนี้ดูทีวีกันอย่างไร พวกเขา ดูแต่ทีวีหรือดูพร้อมกับจออื่นๆ ไปด้วย เมื่อได้คำตอบแล้วอาจจะนำมาเริ่มคิด เริ่มทำอะไรใหม่ๆ เพื่อตอบรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของคนดูให้ดียิ่งขึ้น

เพราะในวันนี้เราจะยึดติดกับวิธีการเดิมๆ คงไม่ได้แล้ว ในเมื่อ คนดูทีวีเปลี่ยนไปมาก ถ้าทีวีจะไม่เปลี่ยนตามเห็นจะไม่ได้แล้วละครับ

