บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเราสามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วและง่ายขึ้น เนื่องจากอุปกรณ์การสื่อสารและเทคโนโลยีได้พัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีช่องทางการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ ให้ประชาชนได้เข้าไปใช้ประโยชน์มากมาย โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านทางออนไลน์ ตลอดจนสื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media นอกจากเราจะรับรู้และเข้าถึงข่าวสารหรือเหตุการณ์ในแต่ละวันผ่านทางสื่อออนไลน์ได้แล้ว เรายังสามารถมีส่วนร่วมกับข่าวสารนั้นๆได้อีกด้วย เช่น การแสดงความคิดเห็น การแบ่งปันประสบการณ์ให้บุคคลอื่นรับรู้ร่วมกัน เป็นต้น หรือแม้กระทั่งนำสื่อออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจในอุตสาหกรรมต่างๆ อีกจำนวนมาก

ทั้งนี้ จากสถิติการเก็บข้อมูลประจำปี 2017 โดย We Are Social บริษัทดิจิทัลเอเจนซี่ในประเทศสิงคโปร์และ Hootsuite พบข้อมูลว่า คนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตร้อยละ 67 จากจำนวนประชากรทั้งหมด เติบโตร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับช่วงเดือนมกราคมของปี 2016 และค่าเฉลี่ยการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรทั่วโลก อยู่ที่ร้อยละ 50 ทั้งนี้ คนไทยใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) มากเป็นอันดับ 7 ของโลก ด้วยสัดส่วนร้อยละ 67 จากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ และคนไทยใช้เวลากับโซเชียลมีเดีย (Social Media) เฉลี่ยวันละ 2.48 ชั่วโมง อยู่ในลำดับที่ 12 ของโลก

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลจากงาน Thailand Zocial Awards 2017 โดยสรุปคนไทยใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) ตลอดปี 2016 ถึงเดือนพฤษภาคม 2017 พบว่า คนไทยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ถึง 47 ล้านคน เติบโตขึ้นร้อยละ 15 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ทำให้คนไทยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) มากเป็นอันดับ 9 ของโลก

จากข้อมูลจะเห็นว่าคนไทยนิยมใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ โซเชียลมีเดีย (Social Media)และการดูวิดีโอออนไลน์ ดังนั้น เนื้อหาในรูปแบบการให้บริการกระจายเสียงหรือบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over-the-top) หรือ OTT ได้รับความนิยมสูงมาก หนึ่งในนั้นคือเว็บไซต์โซเชียลชื่อดัง อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ปัจจุบันมีให้บริการวิดีโอออนไลน์ “ไลฟ์สด” หรือ ถ่ายทอดสด ผ่านทางเฟซบุ๊ก เป็นอีกหนึ่งฟีเจอร์ (Feature)

ของเฟซบุ๊กที่เรียกว่า “Facebook live” ซึ่งเป็นกระแสที่ประชาชนหรือแม้แต่เพจต่างๆ นิยมใช้อย่างมากเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมรายการสด การนำเสนอเนื้อหา (Content) หรือติดตามข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ ณ ขณะนั้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลนอกจากต้องแข่งขันกันเพื่อเพิ่มเรทติ้ง (Rating) หรือจำนวนคนดูผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์แล้ว ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลยังต้องแข่งขันทางสื่อออนไลน์อีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนอข่าวสารควบคู่ไปด้วย โดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) ถือว่าเป็นหนึ่งช่องทางการสื่อสารและเป็นเครื่องมือสำคัญที่เข้าถึงประชาชน ผู้ติดตาม กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ชม ของแต่ละสถานีโทรทัศน์ได้ง่ายขึ้น ซึ่งปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลได้นำเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) มาใช้นำเสนอข่าวสารทุกช่องสถานีเพื่อง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร โดยข้อดีของเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) นั้น คือ คนไทยนิยมใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวนมาก ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว ทำให้ประชาชนรับรู้ข่าสารทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งสามารถเปิดชมได้บนสมาร์ทโฟน (Smartphone) ได้อย่างง่ายดาย รวมถึงเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) เกิดการโต้ตอบ (Interactive) กันได้ทันที และยังสามารถวัดผลตอบรับจากการตอบสนองบนเฟซบุ๊กหรือ Engagement ได้ ว่าค่าเฉลี่ยคนเข้ามาดูเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ในเพจมีจำนวนเท่าไหร่ หรือแม้กระทั่งวัดเรทติ้งต่อสัปดาห์ โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์และพัฒนาต่อยอดกับองค์กรหรืออุตสาหกรรมนั้นๆได้ ซึ่งการเข้ามาของสื่อ Over-the-top หรือ OTT ส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจทีวีดิจิทัลอย่างมากเพราะผู้ชมปัจจุบันรับชมข่าวสารและรายการต่างๆ ผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือมากกว่ารับชมผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์ ดังนั้น เมื่อความนิยมลดลงเม็ดเงินโฆษณาที่จึงเปลี่ยนทิศทางไปลงสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) จะเป็นคุณลักษณะพิเศษหรือฟีเจอร์ (Feature) ที่ทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ปล่อยออกมาตั้งแต่ปี 2559 แต่รูปแบบการนำเสนอผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) นั้น เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ยังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อมวลชนที่นำมาใช้นำเสนอข่าวให้ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว โดยเฉพาะประเด็นสำคัญ ประเด็นใหญ่ๆ และเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม โดยทุกวันนี้คนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) จำนวนมาก ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงผู้บริโภคข่าวสาร ประกอบกับทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้ออกแบบให้มีการแจ้งเตือน (Notification) ในเวลาที่ถ่ายทอดสดด้วย ซึ่งจะส่งการแจ้งเตือนไปยังผู้ที่กดถูกใจและติดตามเพจนั้นๆ อีกทั้งยังสามารถพูดคุยโต้ตอบระหว่างผู้ถ่ายทอดสดกับผู้ชมได้ผ่านทางการแสดงความคิดเห็น (Comment) ใต้คลิปวิดีโอของการ

ถ่ายทอดสด ณ เวลานั้น ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) ทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกร่วมกับการถ่ายสดนั้นๆ ไปพร้อมกันแบบเสมือนอยู่ในเหตุการณ์หรือที่เรียกว่า เรียลไทม์ (Real time) ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคอยากดูการนำเสนอข่าวที่จริงมากขึ้น ไม่ต้องมีการตัดต่อมาก และผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกจากการแข่งขันกันด้านเนื้อหา (Content) มากขึ้น

สำหรับสิ่งที่ต้องคำนึงในการใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) ในการถ่ายทอดสด ในเชิงกฎหมาย การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ไม่ใช่เรื่องที่ผิดกฎหมาย แต่ถ้าใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย พระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ตามมาตรา 14 ผู้ใดกระทำความผิดที่เผยแพร่ ส่งต่อ หรือนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ เกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน ความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา และข้อมูลที่มีลักษณะอันลามก ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (RingRangRung, 2560. พฤติกรรม “ไลฟ์” ออนไลน์ไร้เซ็นเซอร์ ที่เด็กและเยาวชนต้องระวัง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.mxphone.net/070516-life-online-uncensor/. 7 พฤษภาคม 2560) ดังนั้นการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) จึงต้องคำนึงถึงเนื้อหาในการนำเสนอ เพื่อไม่ให้ขัดต่อจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน

ปัจจุบัน ทีวีดิจิทัล ประเภทช่องบริการธุรกิจ มีจำนวนทั้งหมด 22 ช่อง ซึ่งก่อนหน้านี้มีจำนวน 24 ช่อง หลังจากที่บริษัท ไทยทีวี จำกัด ยื่นเรื่องต่อคณะกรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ขอยกเลิกใบอนุญาตและการประกอบกิจการ 2 ช่องทีวีดิจิทัล

โดยช่องสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล ช่องบริการธุรกิจ ที่ใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) มีจำนวน 17 ช่อง ได้แก่

1. เวิร์คพ้อยท์ (Workpoint) ช่อง 23 ทางเพจเฟซบุ๊ก Workpoint News – ข่าวเวิร์คพ้อยท์
2. 3 HD ช่อง 13 ทางเพจเฟซบุ๊ก เรื่องเล่าเช้านี้
3. 7 HD ช่อง 35 ทางเพจเฟซบุ๊ก Ch7news
4. ช่อง 8 ทางเพจเฟซบุ๊ก ข่าวช่อง 8
5. True4U ช่อง 24 ทางเพจเฟซบุ๊ก True4UNews
6. Thairath TV ช่อง 32 ทางเพจเฟซบุ๊ก ThairathTv

7. One ช่อง 31 ทางเพจเฟซบุ๊ก ข่าวช่องวัน

8. TNN24 ช่อง 16 ทางเพจเฟซบุ๊ก TNN 24

9. Nation TV ช่อง 22 ทางเพจเฟซบุ๊ก NationTV 22

10. NOW26 ช่อง 26 ทางเพจเฟซบุ๊ก Now 26

11. PPTV HD ช่อง 36 ทางเพจเฟซบุ๊ก PPTVHD36

12. Amarin TV ช่อง 34 ทางเพจเฟซบุ๊ก Amarin TV

13. Bright TV ช่อง 20 ทางเพจเฟซบุ๊ก Bright TV : Digital TV ช่อง 20

14. MCOT HD ช่อง 30 ทางเพจเฟซบุ๊ก สำนักข่าวไทย

15. SPRING NEWS ช่อง 19 ทางเพจเฟซบุ๊ก SpringNews

16. Voice TV ช่อง 21 ทางเพจเฟซบุ๊ก Voice TV 21 และ Voice Tv – Wake Up News

17. News TV ช่อง 18 ทางเพจเฟซบุ๊ก ข่าวนิวทีวี

(รวบรวมข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2560)

ทั้งนี้ เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลส่วนใหญ่ มักใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ถ่ายทอดสดควบคู่ไปกับการออกอากาศสดผ่านทางรายการในสถานีโทรทัศน์ เช่น รายการข่าวเที่ยง ข่าวค่ำ หรือ ข่าวด่วน (Breaking News) แต่บางช่องสถานีมีการนำเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ไปใช้ถ่ายทอดสดขณะที่มีผู้สื่อข่าวภาคสนามลงพื้นที่ แล้วรายงานเหตุการณ์หรือสถานการณ์ ณ ขณะนั้น โดยเฉพาะคดีใหญ่ๆ เหตุการณ์ด่วน หรือ ประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้คน เช่น ประเด็นวัดพระธรรมกาย แถลงจับกุมผู้ต้องหามือวางระเบิดโรงพยาบาลพระมงกุฎ คดีเปรี้ยวฆ่าหั่นศพ คดีฆ่ายกครัวผู้ใหญ่บ้านที่จังหวัดกระบี่ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งเหตุการณ์ภัยพิบัติ เช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม เพื่อแจ้งเตือนภัยให้ประชาชนรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้

ภาพประกอบเลขที่ 1 การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook live ควบคู่กับการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์

ที่มา : เฟซบุ๊กแฟนเพจช่อง PPTV HD 36

ภาพประกอบเลขที่ 2 การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook live จากการลงพื้นที่จริงของผู้สื่อข่าวภาคสนาม

ที่มา : เฟซบุ๊กแฟนเพจช่อง PPTV HD 36

โดยช่องสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลที่ใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) กรณีสถานการณ์ด่วนและประเด็นที่สนใจของผู้คน มีจำนวนทั้งหมด 13 ช่อง ได้แก่

1. 3 HD ช่อง 13 ทางเพจเฟซบุ๊ก เรื่องเล่าเช้านี้
2. 7 HD ช่อง 35 ทางเพจเฟซบุ๊ก Ch7news
3. ช่อง 8 เลข ทางเพจเฟซบุ๊ก ข่าวช่อง 8
4. Thairath TV ช่อง 32 ทางเพจเฟซบุ๊ก ThairathTV
5. TNN24 ช่อง 16 ทางเพจเฟซบุ๊ก TNN24
6. Nation TV ช่อง 22 ทางเพจเฟซบุ๊ก NationTV 22
7. PPTV HD ช่อง 36 ทางเพจเฟซบุ๊ก PPTVHD 36
8. Amarin TV ช่อง 34 ทางเพจเฟซบุ๊ก Amarin TV
9. Bright TV ช่อง 20 ทางเพจเฟซบุ๊ก Bright TV : Digital TV ช่อง 20
10. MCOT HD ช่อง 30 ทางเพจเฟซบุ๊ก สำนักข่าวไทย
11. SPRING NEWS ช่อง 19 ทางเพจเฟซบุ๊ก SpringNews
12. Voice TV ช่อง 21 ทางเพจเฟซบุ๊ก Voice TV 21
13. News TV ช่อง 18 ทางเพจเฟซบุ๊ก ข่าวนิวทีวี

(รวบรวมข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2560)

สำหรับการรายการเหตุการณ์สด โดยใช้เครื่องมือที่ถ่ายทอดสดและรับชมได้ง่ายอย่างเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารอย่างทันท่วงที ในทุกที่ ทุกเวลา ไม่มีข้อจำกัด ผ่านอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างสมาร์ทโฟน (Smartphone) ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า การใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวด่วนผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) จะเป็นประโยชน์กับทางสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล รวมถึงตัวผู้บริโภคที่ติดตามข่าวสาร โดยนำแนวทางจากการศึกษาวิจัยไปพัฒนาศักยภาพขององค์กรสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลให้สื่อสารออกมาให้ตรงใจผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด ประกอบกับการพัฒนารูปแบบของเฟซบุ๊ก (Facebook) ของแต่ละสถานีเพื่อก่อให้เกิดการติดตามข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ต่อเนื่องด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

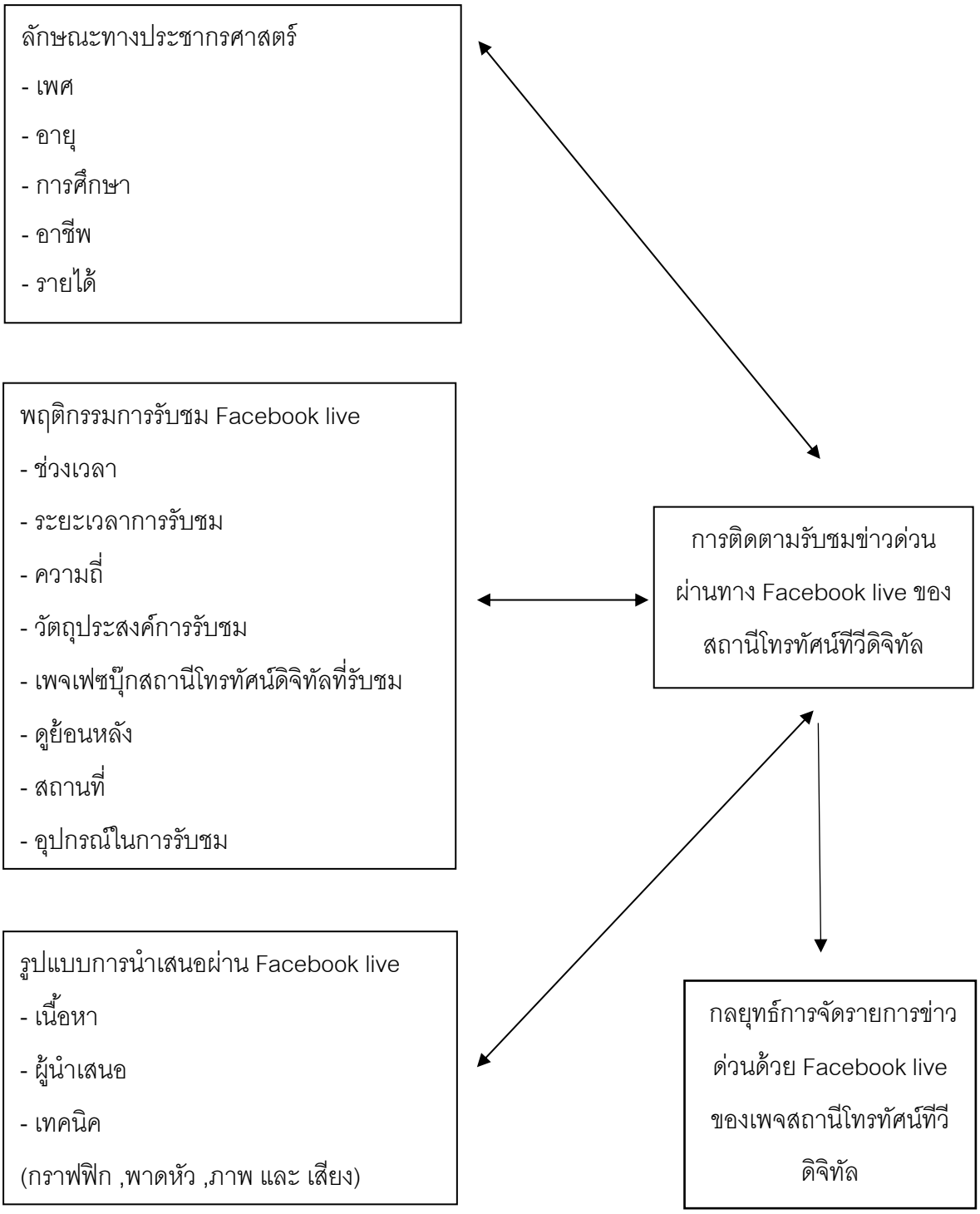
1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ชมที่มีผลต่อการติดตามรับชมข่าวด่วน ผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับที่มีผลต่อการติดตามรับชมข่าวด่วน ผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล

3. เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ที่มีผลต่อการติดตามรับชมข่าวด่วน ผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น **ตัวแปรตาม**



ภาพประกอบเลขที่ 3 กรอบแนวความคิด

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการการติดตามรับชมข่าวด่วนผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลที่แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการรับชมเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการติดตามรับชมข่าวด่วนผ่านทาง เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลที่แตกต่างกัน

3. รูปแบบการนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) มีความสัมพันธ์กับการติดตามรับชมข่าวด่วนผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล

4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับชมเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) และรูปแบบการนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) มีความสัมพันธ์กับการการติดตามรับชมข่าวด่วนผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล

ปัญหาในการวิจัย

1. ที่การติดตามรับชมข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล คืออะไร

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นแบบไหนที่ส่งผลต่อการติดตามรับชมรับชมข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล

3. รูปแบบการนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) มีผลต่อการติดตามรับชมข่าวมากที่สุดรูปแบบใด

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ด้านประชากร** การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่รับชมข่าวผ่านทางรูปแบบการนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล ทั้งเพศชายและหญิง อายุ 19-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. **ด้านเนื้อหา** การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคที่รับชมข่าวผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. **ด้านเวลา** การวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลาในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน 2560 – เดือนธันวาคม 2560

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทางสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์และปรับใช้เพื่อพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ให้มีศักยภาพมากขึ้นและนำไปสู่การติดตามอย่างต่อเนื่อง

2. เป็นประโยชน์ทางอ้อมกับสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล ซึ่งนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเช่นกัน เช่น เพจเฟซบุ๊ก ข่าวสด มติชน เพจอีจัน เป็นต้น

3. เป็นประโยชน์ต่อประชาชนที่ติดตามและรับชมข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) หากองค์กรนำแนวทางวิจัยไปพัฒนาต่อจะทำให้ได้การนำเสนอตรงใจผู้บริโภค

นิยามศัพท์

รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง การถ่ายทอดเนื้อหา (Content) หรือการแสดงข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการส่งสารถึงผู้รับสารในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น เนื้อหาในการถ่ายทอดสด การใช้กราฟฟิก ข้อความที่ระบุด้านบนโพสต์ รวมถึงผู้นำเสนอคือนักข่าวที่อยู่ในพื้นที่รายงานข่าว ด้วยการใช้เครื่องมือผ่านสื่อหรืออุปกรณ์ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งรวมถึงการนำเทคโนโลยีในปัจจุบันมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอ เพื่อให้สารหรือข้อมูลถูกส่งไปยังผู้รับสารและผู้ชม

แฟนเพจ (Facebook Fanpage) หมายถึง เพจเฟซบุ๊กของสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลองค์กรนั้นๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ติดตามรู้จักองค์กร รวมถึงติดตามเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอบนเพจเฟซบุ๊ก นำมาสู่การกดถูกใจและติดตามเพจ และเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างสถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลและลูกเพจหรือผู้ชม

เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) หมายถึง โปรแกรมถ่ายทอดสดผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นการถ่ายทอดวิดีโอและถ่ายทอดสด ณ เวลานั้นๆ ยังเป็นช่องทางในการพูดคุยระหว่างผู้ถ่ายทอดสดและผู้ชม โดยเข้ามาแสดงความคิดเห็นในช่วงเวลาถ่ายทอดสด ส่วนใหญ่มักนำมาใช้กับทางธุรกิจและสื่อมวลชน เน้นการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลของข่าวสาร เพื่อให้ผู้ชมรับชมได้ทันที

ข่าวด่วน หมายถึง เหตุการณ์ด่วนที่เกิดขึ้น ณ ตอนนั้น เช่น เหตุภัยพิบัติ ตลอดจนงานแถลงข่าวประเด็นใหญ่และเป็นประเด็นที่คนสนใจในห้วงเวลานั้นๆ เช่น ประเด็นวัดพระธรรมกาย แถลงจับกุมผู้ต้องหามือวางระเบิดโรงพยาบาลพระมงกุฎ คดีเปรี้ยวฆ่าหั่นศพ คดีฆ่ายกครัวผู้ใหญ่บ้านที่จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

สถานีโทรทัศน์ทีวีดิจิทัล หมายถึง โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital television) เป็นระบบการส่งผ่านสัญญาณภาพวีดีโอและเสียงโดยระบบดิจิทัล ซึ่งแต่เดิมระบบการรับสัญญาณโทรทัศน์ในบ้านเราใช้เป็นระบบอะนาล็อก โดยระบบดิจิทัลมีจุดเด่นกว่าระบบอนาล็อก ทั้งในด้านความคมชัดของภาพและเสียง และการส่งข้อมูลแบบดิจิตอลสามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบเดิม (Multicasting) ซึ่งในที่นี้หมายรวมเฉพาะช่องประเภทธุรกิจ 22 ช่อง