

# โทรทัศน์กองทัพบกกับผลกระทบของสื่อใหม่

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอกหญิงดวงกมล เทวพิทักษ์  
ประจำสำนักงานเลขานุการกองทัพบก

วิทยาลัยการทัพบก

กันยายน 2560

## บทคัดย่อ

**ผู้วิจัย** พันเอกหญิงดวงกมล เทวพิทักษ์  
**เรื่อง** โทรทัศน์กองทัพบกกับผลกระทบของสื่อใหม่  
**วันที่** กันยายน 2560 **จำนวนคำ :** 5973 **จำนวนหน้า :** 14 หน้า  
**คำสำคัญ** โทรทัศน์, กองทัพบก, ผลกระทบ, สื่อใหม่  
**ชั้นความลับ** ไม่มีชั้นความลับ

การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ เรื่อง โทรทัศน์กองทัพบกกับผลกระทบของสื่อใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าสื่อใหม่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทยอย่างไรและส่งผลต่อการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบกอย่างไร รวมทั้งกองทัพบกควรพัฒนากิจการโทรทัศน์ไปในทิศทางใด โดยใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยเอกสาร ผลการศึกษาพบว่าการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ส่งผลกระทบต่อด้านบวกและลบกับสังคมไทยรวมทั้งการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบกคือทำให้รายได้และจำนวนผู้ชมลดลง ส่งผลต่อการทำหน้าที่ในการสื่อสารสร้างความเข้าใจกับประชาชนในมิติด้านความมั่นคง สำหรับแนวทางในการพัฒนากิจการโทรทัศน์ของกองทัพบกให้สามารถอยู่รอดในภาวะที่ต้องแข่งขันกับการเติบโตของสื่อใหม่ ได้แก่ การปรับโครงสร้างองค์กรให้รองรับการเป็นสื่อดิจิทัลทุกรูปแบบโดยนอกจากคำนึงเรื่องวิศวกรรมการสื่อสารแล้วต้องคำนึงถึงการบริหารข้อมูลข่าวสาร การผลิตเนื้อหาควบคู่กันไปการเปิดพื้นที่บริการสาธารณะให้กับประชาชน สร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพสอดคล้องกับการเป็นโทรทัศน์บริการ สาธารณะเพื่อความมั่นคงของชาติอย่างแท้จริง ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพัฒนาทักษะขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้พร้อมทำงานในองค์กรสื่อดิจิทัล

## ABSTRACT

AUTHOR            Col. DUANGKMOL TEWAPITAK  
TITLE             Royal Thai Army television with the impact of new media  
DATE              September 2017    WORD COUNT : 5973    PAGES : 14  
KEY TERMS       : Television, Army, Impact, New Media  
CLASSIFICATION : Unclassified

Strategic research on Royal Thai Army television with the impact of new media. The purpose is to study that. How does the new media affect Thai society and affect the operation of the Royal Thai Army's television broadcasts, and how should the army develop the Royal Thai Army's television programs. This research uses Document research to find the answer. The results show that the emergence of new media has both positive and negative impacts on Thai society including the Royal Thai Army's television operation is to reduce revenue and viewership. Affect the communication function, make people understand the security dimension. The guidelines for developing the Royal Thai Army's television to survive in a competitive environment with the growth of new media are adjust organize to digital media both technical and content, Increase public space, Creates a public television program for security and Change the attitude and improve skills of employees to be ready to work in digital media organizations.

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ เรื่อง “โทรทัศน์กองทัพบกกับผลกระทบของสื่อใหม่” เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร รายงานและหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบก วิวัฒนาการและผลกระทบของสื่อใหม่ รวมทั้งแนวทางในการปรับเปลี่ยนองค์กรของสื่อโทรทัศน์ทั้งในและนอกประเทศที่เคยมีการตีพิมพ์ไว้แล้ว โดยนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้เป็นฐานข้อมูลความรู้เฉพาะทางทหาร การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ พันเอกธีระพงษ์ เย็นอุทก อาจารย์ที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาสละเวลา ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้ งานวิจัยมีความสมบูรณ์ มีคุณค่าทางวิชาการและเกิดประโยชน์ต่อกองทัพบกมากยิ่งขึ้น

## โทรทัศน์กองทัพพบกับผลกระทบของสื่อใหม่

กองทัพพบได้ก่อตั้งและดำเนินกิจการวิทยุโทรทัศน์โดยคำสั่งกองทัพบก (เฉพาะ) ที่ 107 ลงวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2500 และเริ่มออกอากาศในปี พ.ศ. 2501 เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการทางทหาร ซึ่งจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบกได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไว้ 3 ประการ คือ เพื่อประโยชน์ในการฝึกศึกษาของทหารให้มีความรู้ความชำนาญสามารถติดตามความก้าวหน้าของวิทยาการด้านวิทยุโทรทัศน์ได้ สามารถให้บริการความรู้และความบันเทิงแก่ทหารและประชาชนรวมทั้งเป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกิจการทหารของชาติกับประชาชน โดยช่วงแรกจะออกอากาศสารคดีที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ภาพยนตร์ต่างประเทศและถ่ายทอดการฝึกของทหารในยามปกติ พิธีถวายสัตย์ปฏิญาณตนต่อธงชัยเฉลิมพลและการสวนสนามของทหารรักษาพระองค์จากลานพระราชวังดุสิต<sup>1,2</sup> ด้วยคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งเสียงและภาพเคลื่อนไหว สามารถถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์หรือเหตุการณ์จากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังเครื่องรับได้ทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ของประชาชน (Social Shaping) ซึ่งทรัพยากรมนุษย์นั้นนับเป็นพลังอำนาจที่สำคัญของชาติ

Harold Adams Innis (1950) ได้วิเคราะห์ถึงสังคมของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีการสื่อสารว่าทุกครั้งของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจทางสังคมด้วย กรณีสังคมไทยเมื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ขยายตัว อำนาจทางเศรษฐกิจการเมืองก็เปลี่ยนมาอยู่ภายใต้อาณัติของรัฐบาลทหารและข้าราชการที่สามารถยึดช่องทางการสื่อสารสู่มวลชนได้จำนวนมาก<sup>3</sup>

แต่เมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร จาก WEB 1.0 ที่ผู้ส่งสารเป็นผู้กำหนดเนื้อหาผลิตและกระจายข้อมูลโดยที่ผู้รับสารไม่สามารถโต้ตอบได้ ไปสู่ WEB 2.0 ที่ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบแบบสองทาง มีการแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร เรื่องราวในชีวิตประจำวันทำให้เกิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) WEB 3.0 ที่ระบบพัฒนาให้เชื่อมโยงข้อมูลกับเครือข่ายทั่วโลกได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลจำนวนมาก ไปจนถึงยุค WEB 4.0 ที่คอมพิวเตอร์ฉลาดมากขึ้นในการอ่านเนื้อหาข้อความ รูปภาพ สามารถวิเคราะห์ ประมวลผลได้อย่างมีเหตุผล ประกอบกับคอมพิวเตอร์ที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพสูงขึ้น

กลายเป็นอุปกรณ์ดิจิทัลพกพา (Digital Mobile Device) ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง การเชื่อมโยงผู้รับสารในรูปแบบกลุ่มเครือข่ายสังคม ทำให้มีบทบาทและอำนาจในการสื่อสารอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน<sup>4-5</sup> ปรากฏการณ์การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (New Media) ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมและอุตสาหกรรมสื่ออย่างรุนแรง เนื่องจากราคาถูก ทำลายข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้เคเบิลทีวีรายใหญ่ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและนิตยสารที่เคยได้รับความนิยมในสังคมไทยต้องปิดตัวลงจำนวนมาก<sup>6</sup>

ผู้วิจัยสนใจอย่างยิ่งว่าการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารในลักษณะรูปแบบของสื่อใหม่นั้นจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนและโครงสร้างทางสังคมไทย โดยเฉพาะในแง่มุมที่จะเกิดขึ้นกับสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ของกองทัพบกอย่างไร บทบาทและอำนาจทางสังคมที่กองทัพบกเคยมีจากการดำเนินกิจการโทรทัศน์จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่ รวมทั้งแนวทางที่กองทัพบกควรปรับตัวเพื่อดำรงเป้าหมายในการส่งเสริมศักยภาพในพลังอำนาจของชาติเพื่อให้ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งมีกรอบยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 6 ด้าน โดยเฉพาะด้านความมั่นคง ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคมซึ่งได้ระบุไว้ว่าต้องพัฒนาการสื่อสารมวลชนให้เป็นกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจ อธิบายรายละเอียด รณรงค์สร้างความร่วมมือต่อโครงการต่างๆในการพัฒนาประเทศ<sup>7</sup> เป็นพลังที่จะผลักดันให้สังคมเป็นไปตามเป้าหมายของประเทศชาติที่วางไว้

## ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

จากการศึกษาประวัติศาสตร์ของการสื่อสาร ทุกครั้งของการเปลี่ยนเทคโนโลยี เช่น จากการบันทึกลงแผ่นหินมาเป็นการบันทึกด้วยกระดาษปาปิรุส มาถึงยุคที่หนังสือพิมพ์ปรากฏในสังคมอเมริกันเมื่อ 300 ปีก่อน การเกิดวิทยุเชิงพาณิชย์ในอีก 200 ปีถัดมา ตามมาด้วยการแพร่ภาพกระจายเสียงทางโทรทัศน์ การเปลี่ยนเป็นระบบโทรทัศน์สี ไปจนถึงการที่สำนักงานโครงการวิจัยชั้นสูง กระทรวงกลาโหม สหรัฐอเมริกาได้นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาสร้างเป็นเครือข่ายที่เรียกว่า "ARPANET" ซึ่งภายหลังได้ถูกพัฒนาเป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดย Apple และ IBM ได้พัฒนาคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล<sup>8</sup> ทำให้การสื่อสารสามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างทั่วถึง การพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลให้มีขนาดเล็ก มีประสิทธิภาพสูงมากกว่าการเป็นเครื่องคำนวณ

ในลักษณะอุปกรณ์ดิจิทัลแบบพกพาหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ปัจเจกบุคคลสามารถสร้างเนื้อหาของตนเองในรูปแบบดิจิทัลได้อย่างง่ายกับซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการวินโดวส์ที่ช่วยให้การทำงานลื่นไหลและเคเบิลใยแก้วที่ทำให้ทุกคนผลิต แก้ว ส่งผ่าน เผยแพร่และเข้าถึงเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลได้อย่างกว้างไกลในราคาที่ไม่แพง<sup>9</sup> เทคโนโลยีเหล่านี้ถูกเรียกว่า “สื่อใหม่” และมีการนำมาใช้งานอย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวัน นับเป็นก้าวสำคัญที่นำสังคมไปสู่คลื่นยุคที่ 3 ตามแนวคิดของอัลวิน ทอฟเลอร์ ที่กำหนดการเปลี่ยนแปลงสังคมไว้เป็น 4 ยุค คือ ยุคแห่งสังคมเกษตรกรรม ยุคแห่งสังคมอุตสาหกรรม ยุคสังคมข่าวสารโลกาภิวัตน์ที่โลกเชื่อมต่อกันและเมื่อคนส่วนใหญ่ในโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลมหาศาลและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ กระบวนการโลกาภิวัตน์จะเป็นผู้ขับเคลื่อนเทคโนโลยีสารสนเทศของมนุษย์อย่างรวดเร็ว พัฒนาการติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะการเข้ามาของนวัตกรรมการสื่อสารรูปแบบสื่อใหม่ ในโลกยุคที่ 4 สังคมแห่งความรู้จะส่งผลต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนในสังคมและโครงสร้างอำนาจทางสังคมในช่วงเวลานั้นอย่างมาก รูปแบบการสื่อสารของบุคคล การออกแบบสื่อ ระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมของโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง<sup>10</sup>

กาญจนา แก้วเทพ ให้ความหมายคำว่าสื่อใหม่ว่าเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลที่สามารถกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็ว กว้างไกล มีลักษณะลื่นไหลตลอดเวลา รวมทั้งตัวกับสื่อประเภทอื่นๆ กลายเป็นสื่อรูปแบบใหม่ ที่รวมทั้ง เสียง ข้อความ ภาพไว้ในสื่อเดียวกัน คุณสมบัติของสื่อใหม่จะมีปฏิสัมพันธ์ง่าย (Interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) สามารถเคลื่อนที่ได้ สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่างๆ ตัดแปลงรูปได้ เชื่อมต่อกันง่าย มีความรวดเร็ว มีลักษณะไร้พรมแดนและมีความเป็นดิจิทัล<sup>11</sup> กุลทิพย์ ศาสตร์ระจุ ให้นิยามสื่อใหม่ว่าเป็นสื่อการรวมตัวของสื่อมวลชนอันเดิม โดยมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำงาน ต้องใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการผลิต ตัดต่อและนำเสนอ เป็นผลมาจากการทำงานระหว่างสื่อกับเทคโนโลยี<sup>12</sup> ยุคของคอมพิวเตอร์และโลกดิจิทัลทำให้รับชมโทรทัศน์ผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือได้ทั่วโลกด้วยการเชื่อมโยงของระบบอินเทอร์เน็ต<sup>13</sup>

สรุปได้ว่า สื่อใหม่ คือสื่อบนพื้นฐานเทคโนโลยีดิจิทัล มีการรวมตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ วิชวลโทรทัศน์ โดยมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำงาน มีลักษณะสื่อสารสองทางสามารถโต้กลับไปมาได้ทันที มีระบบการจัดหรือแปลงข้อมูลด้วยวิธีการบีบอัดในรูปแบบของตัวเลขฐานสองทำให้ประหยัดพื้นที่ในการจัดส่งข้อมูล เป็นการ

หลอมรวมของระบบต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตเครื่องมือในการเชื่อมต่อ เวิลด์ ไวด์ เว็บ ที่ช่วยบรรจุและถ่ายโอนเนื้อหาดิจิทัล เว็บเบราว์เซอร์อันเป็นโปรแกรมที่ช่วยทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางสังคมและกระบวนทัศน์ทางวัฒนธรรมใหม่ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมไซเบอร์”<sup>14-15</sup> ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพลังอำนาจและบทบาทของภาคส่วนในสังคม การสื่อสารในโลกเสมือนจริงจากการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อหลายมิติ การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ข้อโต้แย้งในกระทู้หรือเว็บไซต์ มีการพูดคุยแบ่งปันความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน ทำให้ทุกคนสามารถควบคุมและคัดเลือกข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง นำไปสู่การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายทางสังคมออนไลน์มีการเคลื่อนไหวและมีส่วนร่วมต่อการแสดงความคิดเห็น ในประเด็นที่เกิดขึ้นกับสังคม ซึ่งบางครั้งได้มีการพัฒนากลายเป็นชุมชนทางสังคมจริงๆ ในมิติใหม่ เช่น สถานีวิทยุ จส.100 และสถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน<sup>16</sup> ทำให้องค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐ (NGOs) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคมประชาธิปไตยของโลกมากขึ้น ด้วยการเป็นตัวกลางระหว่างประชาชน รัฐบาล ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชนชาติอื่นที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมกับประเทศต่างๆ

### ผลกระทบของสื่อใหม่ต่อสังคมไทย

ผลกระทบด้านบวกของสื่อใหม่ต่อสังคมไทยมีหลายด้าน เช่น ทางด้านการศึกษา นวัตกรรมของเทคโนโลยีทำให้การสื่อสารถูกเติมเต็ม การติดต่อสื่อสารจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งห่างไกลมากมีความสะดวกและง่าย การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว มีพลังทำให้โลกกลายเป็นหมู่บ้านเดียวกัน เกิดการกระจายโอกาสในการเรียนรู้ ประชาชนสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลความรู้ต่างๆ ประวัติศาสตร์ ภาษา วิทยาศาสตร์หรือทางด้านการแพทย์ได้ง่ายขึ้น ทางด้านสังคมในระดับปัจเจกจะสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคนกับสังคม มีความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต ในระดับชุมชนสื่อใหม่สามารถรณรงค์ทางสังคม ช่วยดำรงรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม สร้างจิตสำนึก ปลูกกระแสเรื่องต่างๆ ผ่านเนื้อหาของสื่อได้ นับเป็นเครื่องมือเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เป็นกลไกในการช่วยกันระวังป้องกันปัญหาต่างๆ เช่น วิกฤตทางการจราจร ภัยธรรมชาติหรืออาชญากรรม โดยเป็นช่องทางให้ประชาชนได้สื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน อย่างทันท่วงที รับฟังความทุกข์ เห็นอกเห็นใจและร่วมกันหาทางออก กระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการช่วยเหลือเอื้ออาทรต่อเพื่อนร่วมสังคม สื่อใหม่จึงมีประโยชน์ในด้านการรณรงค์ทางสังคม สามารถเป็นแรงผลักดันให้สังคมตอบสนองต่อเรื่องราวที่ถูกนำเสนอ<sup>17</sup> ทางด้านการบริหารจัดการ สื่อใหม่ทำให้มี



ความคล่องตัวในการติดต่อทางธุรกิจ การจัดเก็บและกระจายข้อมูล การสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ ทำให้ระบบการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทางด้านการเมืองการปกครอง นวัตกรรมการสื่อสารเป็นช่องทางสำคัญในการพัฒนาทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ สื่อใหม่จะเพิ่มประสิทธิภาพทำให้โทรทัศน์มีความสามารถมากกว่าเดิมหลายเท่า นำไปสู่ระบบโทรทัศน์ที่ผู้รับสารมีโอกาสในการเลือกดูรายการต่างๆ ได้เอง<sup>18</sup> บทบาทของสื่อใหม่ในยุคศตวรรษที่ 21 นอกจากจะเป็นสังคมแห่งความรู้แล้วยังส่งเสริมสังคมเปิดและเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ในระดับการเมืองจะสร้างพื้นที่สาธารณะ สร้างเวทีให้กับประชาชนให้ได้มีโอกาสอภิปรายโต้เถียงปัญหาต่างๆ สามารถวิพากษ์วิจารณ์ต่อทุกเรื่องได้อย่างอิสระ โดยเฉพาะที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

ผลกระทบด้านลบของสื่อใหม่ที่มีต่อสังคมไทย ได้แก่ ทางด้านสังคม สื่อใหม่ทำให้ยากต่อการสกัดกั้นเทคโนโลยีหรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาในสื่อใหม่อาจพบเรื่องราวหรือข้อความที่ไม่เหมาะสม ไม่มีเหตุผล การสร้างคำพูดที่ทำให้คนในสังคมเกลียดชังกันจนนำไปสู่ความรุนแรงที่เรียกกันว่า **"Hate Speech"**<sup>19</sup> ความรุนแรงเรื่องเพศ เรื่องที่ไม่จริง การล้อลวง ข่าวลือ ด้วยลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่สามารถใช้งานร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับข้อมูล เช่น คลิปวิดีโอ ใครก็สามารถ **download** มาติดต่อแก้ไขเพิ่มเติมและทำซ้ำได้โดยง่าย นำไปสู่ความเข้าใจผิด ความไม่ปลอดภัยหรือการก่อเหตุอาชญากรรม การสื่อสารในสื่อใหม่มีลักษณะกระจายกลุ่มความสนใจทำให้ขาดการรับรู้ร่วมกัน อาจทำลายความรู้สึกนึกคิดอันเป็นหนึ่งเดียว ความสามัคคี บทบาทที่เคยดีงามในสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ค่านิยม การดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของสังคมไทยที่เคยมีร่วมกันอาจหายไป<sup>20</sup> ทางด้านการเมือง วิกฤติการเมืองในหลายประเทศ การปลุกกระแสต่อต้าน การชุมนุม การประท้วง การก่อความวุ่นวาย การก่อเหตุจลาจล การก่อการร้าย ปราบกฏการณ์ทฤษฎีโดมิโนทางการเมืองก็เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เครือข่ายของสื่อใหม่ที่มีการสื่อสารแบบใยแมงมุมเป็นช่องทางสำคัญ ทางด้านบุคคล สมาคมวิทยูและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนได้เผยแพร่ผลการศึกษาเรื่องการตอบสนองของผู้บริโภคยุคใหม่ที่สื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัลส่งผลกระทบต่อเด็กในเรื่องความเสี่ยงต่อการถูกล่อลวง เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับช่วงวัย การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจผิดรวมไปถึงการกระทำที่ผิดกฎหมาย ทั้งนี้วัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้สื่อใหม่ในการค้นหาวิดีโอ คลิป การ์ตูน ภาพยนตร์ เพลง ข้อมูลสำหรับทำบ้าน แชนกับเพื่อนและเล่นเกม รวมแล้วประมาณ 10 ชั่วโมงต่อวันทำให้เสี่ยงต่อปัญหาโรคอ้วน<sup>21</sup>

เห็นได้ว่าการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนและสังคมไทยทั้งด้านบวกคือสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ได้ง่าย การสื่อสารสองทางทำให้มีพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชนในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เชื่อมโยงผู้คนในสังคม ปลุกจิตสำนึกสาธารณะให้มีส่วนร่วมในการรณรงค์ทางสังคม แต่ก็มีผลกระทบด้านลบ เช่น เป็นช่องทางในการสร้างข่าวลือ ข่าวลวง ปลุกกระแสต่อต้าน ปลุกกระดมให้ก่อเหตุจลาจล เชื่อมโยงการก่อการร้าย อาชญากรรมต่างๆ ง่ายต่อการสร้างสังคมแห่งความแตกแยก เกลียดชัง นำไปสู่ความรุนแรง

### ผลกระทบของสื่อใหม่ต่อโทรทัศน์ของกองทัพบก

โทรทัศน์เคยมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเป็นชาติ แบ่งปันคุณค่าทางสังคมของประเทศ เป็นช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลไปสู่ประชาชนจำนวนมาก แต่วันนี้สังคมเปลี่ยนเข้าสู่ยุคหลังของการกระจายเสียง (Post-Broadcast) ซึ่งได้เปลี่ยนบทบาทและอิทธิพลของสื่อหลักอย่างสื่อมวลชนไปสู่ยุคของสื่อใหม่ที่มีการกระจายข่าวสารแบบไม่มีขอบเขตทางภูมิศาสตร์ เนื้อหารายการและข่าวจะมีหลายกรอบ หลายมุมมอง หลายความคิดเห็นจากสังคมและวัฒนธรรมอื่น มีความเสี่ยงและท้าทายต่อความเชื่อในการสื่อสารของชาติที่เคยมีเอกภาพจากการกระจายเสียงของรัฐไปสู่การเป็นสาขาของประเทศอื่นๆ ได้ทั้งรายการและข่าวสาร<sup>22</sup>

สมเกียรติ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มองว่าสื่อใหม่จะไม่กระทบกับสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์มากนัก แม้สื่อใหม่จะนำเสนอเสียงซึ่งแตกต่างจากสื่อหลักซึ่งถูกตีตราว่าเป็นกระบอกเสียงของรัฐบาลจะดูมีความน่าสนใจ แต่จะไม่สามารถดึงดูดผู้คนจำนวนมากได้อย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน เนื่องจากพื้นฐานคนยังต้องการรับรู้ข่าวจากสื่อหลักเพียงแต่อาจมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อใหม่ ขณะที่สื่อใหม่จะถูกบั่นทอนจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวสาร จะเห็นได้ว่ามีข่าวลือ ข่าวลวง ข่าวปล่อยในโซเชียลมีเดียจำนวนมาก<sup>23</sup> เช่นเดียวกับ ชัยนันต์ สันติวาสะ หัวหน้ากองบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ สำนักข่าวไทย ที่มองว่าสื่อใหม่เป็นสื่อเชิงรุกที่เข้าถึงผู้คนได้มากและกำลังเข้ามาแย่งพื้นที่ แย่งเวลาในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อหลัก อาจทำให้สื่อเก่าต้องปรับบทบาทอย่างหนักโดยเฉพาะเรื่องการตลาด การขายโฆษณา แต่จะไม่ถึงกับทำให้ล่มสลาย อย่างไรก็ตามน่าเป็นห่วงประชาชนผู้รับสารมากกว่า เนื่องจากสื่อใหม่อาจตอบสนองความรู้สึกของประชาชนได้ดี แต่สื่อใหม่ผลิตได้

ในคนคนเดียวแตกต่างจากการผลิตขององค์กรสื่อมวลชนที่มีหลายขั้นตอน หากผู้รับสารรู้ไม่เท่าทัน เชื่อแล้วตัดสินใจไปเลยคือสิ่งที่น่ากลัว<sup>24</sup>

พลเอกกิตติทัศน์ บำเหน็จพันธ์ุ อดีตผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกกล่าวถึงบทบาทของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกในฐานะสื่อมวลชนที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงในภาวะปกติ แต่เมื่อมีภาวะวิกฤติที่สังคมมีความอ่อนไหวสูง สื่อของกองทัพบกจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเข้มข้น ใช้วิจารณ์ญาติในการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสาร เพื่อจรรโลงรักษาสังคมมากกว่าการนำเสนอเหตุการณ์เฉพาะหน้า มีเป้าหมายเสนอข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นให้ประชาชนทราบ เน้นเรื่องการเผยแพร่กฎหมายหรือมาตรการที่รัฐนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาให้ประชาชนเข้าใจมากที่สุด ที่สำคัญคือไม่เสนอข่าวซ้ำเติมเหตุการณ์ สื่อใหม่อาจตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้รวดเร็วทันใจเพราะไม่ต้องกลั่นกรองมากแตกต่างกับสื่อมวลชน แต่สื่อใหม่จำนวนไม่น้อยทำให้เกิดข่าวลือที่รุนแรงทั้งภาษาและเนื้อหา เกิดวัฒนธรรมการสื่อสารที่ไร้รูปแบบและไม่มีการกวดขัน ทำให้สังคมอ่อนไหว ขาดเอกภาพในการสื่อสารเชิงนโยบายจากผู้มีอำนาจในการบริหารประเทศ อย่างไรก็ตามสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกทำหน้าที่สื่อมายาวนานในระดับมาตรฐานวิชาชีพจึงมีความน่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับอย่างมั่นคงในระยะยาว มีเครดิตที่ดีมากกว่าสื่อใหม่ ที่สำคัญคือสื่อมวลชนดั้งเดิมจะคำนึงถึงคุณธรรมมีมาตรฐานในการกลั่นกรอง เสนอแนะสิ่งที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ<sup>25</sup>

อดีตกิติ ลิ้มปรุ่งพัฒนกิจ กรรมการผู้อำนวยการสายธุรกิจด้านสื่อภาพและเสียง เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป มองว่าบางเวลาสื่อกระแสหลักอย่างโทรทัศน์จะขาดความน่าเชื่อถือเนื่องจากมีข้อจำกัดในการเสนอข่าวโดยอาจถูกควบคุมจากอำนาจรัฐทำให้ประชาชนบางส่วนเกิดความสงสัยในข้อเท็จจริงจึงเลือกเสพข่าวที่นำเสนอแบบดิบๆ ไม่ได้กลั่นกรองแสวงหาทางเลือกใหม่ที่มีสีสันและรสชาติความสดของนักข่าวภาคสนาม ที่ใช้ **Smart Phone Twitter Facebook** ส่วนตัว เสมือนเป็นสำนักข่าวของบุคคล ที่สำคัญคือสามารถสอบถามโต้ตอบได้โดยตรงกับผู้บริโภคที่มีความกระหายอยากรู้<sup>26</sup>

สื่อใหม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของคนในสังคม จึงส่งผลกระทบต่ออย่างหนักกับกิจการสื่อดั้งเดิม โดยปี **2559** เกิดปรากฏการณ์ปิดตัวของธุรกิจสื่อที่เคยได้รับความนิยมและอยู่คู่สังคมไทยมานาน เช่น นิตยสารสกุลไทย หนังสือพิมพ์บ้านเมือง นิตยสารภาพยนตร์บันเทิง นิตยสารพลอยแถมเพชร นิตยสาร **Image** นิตยสาร **Cosmopolitan** นิตยสารบางกอกรายสัปดาห์ วิทยุคลื่นซีดี **97.5 MHz**

ธุรกิจเคเบิลทีวี CTH โทรทัศน์ดาวเทียม MCOT WORLD และ ช่องนิวส์ทีวี สำหรับกิจการสื่อที่อยู่รอดต้องปรับตัวด้วยการขายหุ้น หาผู้ร่วมลงทุนเพิ่ม ลดต้นทุนการผลิตด้วยการปลดพนักงาน ทำธุรกิจด้านการจัดกิจกรรมหรือทำสื่อใหม่เพิ่มเติม ทำฟรีก็อปปีเพื่อหารายได้จากการโฆษณา<sup>27</sup>

การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัลซึ่งถูกจัดเป็นสื่อใหม่ จำนวน 24 ช่องธุรกิจ 3 ช่องทีวีสาธารณะที่ออกอากาศควบคู่กับโทรทัศน์ระบบอะนาล็อก ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการหลักระดับคุณภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกถอนรายการออกไปยังช่องโทรทัศน์ของตนเองทำให้เกิดปัญหาการแบกรับภาระการลงทุนในการผลิตเนื้อหา ซึ่งสถานีโทรทัศน์กองทัพบกได้เลือกที่จะร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ซื้อรายการจากต่างประเทศ เน้นรายการที่ส่งเสริมความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ เช่น คิมจุนวีระบุรุษ กู้แผ่นดิน มหาภารตะ แทนการผลิตเนื้อหาเองซึ่งต้องใช้เงินลงทุนมากและมีโอกาสไม่ประสบความสำเร็จ หากผลิตได้ไม่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนแบ่งทางการตลาด การโฆษณาที่ถูกแบ่งไปทำให้สถานีต้องปรับลดอัตราค่าเช่าเวลา<sup>28-31</sup> มีผลกระทบต่อรายได้ของสถานี อย่างไรก็ตามการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบกไม่ได้มุ่งเน้นผลกำไรเป็นวัตถุประสงค์หลัก เนื่องจากเป็นโทรทัศน์สาธารณะ<sup>32</sup>

เดือน มกราคม 2560 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกมีคะแนนความนิยมเป็นอันดับที่ 20 จากโทรทัศน์ดิจิทัล 25 ช่อง มีผู้รับชมประมาณ 50,000 คน<sup>33</sup> ซึ่งจำนวนผู้ชมที่ลดลงจะกระทบต่อการทำหน้าที่ในการเป็นเครื่องมือเผยแพร่กระจายข่าวสารของชาติ การสื่อสารสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกิจการทหารของชาติ การสร้างการรับรู้ของประชาชนเพื่อให้เกิดความมั่นคง ความเป็นเอกภาพในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์หรือการสื่อสารนโยบายแห่งรัฐ โอกาสที่ปริมาณข่าวสารจากสื่อใหม่ซึ่งไม่ได้ผ่านกระบวนการกลั่นกรองอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะเข้าถึงประชาชนได้ง่ายกว่าจึงเป็นการลดทอนอำนาจโครงสร้างการสื่อสารทางสังคมของกองทัพบก

สรุปได้ว่าการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบก โดยทำให้ต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรง รายได้จากการขายเวลาและโฆษณาลดลง ต้องแบกรับภาระในการผลิตรายการ สื่อใหม่มีความสะดวกและสามารถตอบสนองความต้องการของคนในสังคมได้มากกว่าทำให้จำนวนผู้รับชมข่าวสารทางโทรทัศน์น้อยลง ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างทหารกับประชาชนและสื่อสารนโยบายของรัฐ

## แนวทางการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบก

จากการศึกษาบทความทางวิชาการ งานวิจัยทั้งในและนอกประเทศ จำนวน 16 ฉบับ พบว่าสถานีโทรทัศน์ของหลายประเทศมีการปรับตัว ด้วยการเพิ่มโครงสร้างองค์กรให้มีการหลอมรวมกับสื่อใหม่เพื่อรักษาสถานภาพไว้ เลือกตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ด้วยการเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตให้สามารถสื่อสารโต้ตอบสองทาง เปิดโอกาสให้มีพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็น โดยยังคงมีบทบาทในการกำหนดกระแสสังคม<sup>34-37</sup> เช่น BBC เพิ่มนโยบายให้มีการสื่อสารสองทาง มีการหลอมรวมเนื้อหา โดยยอมรับเนื้อหาใหม่ๆ ที่มาจากผู้รับชมรายการในฐานะเป็นโทรทัศน์ที่บริการสาธารณะ ซึ่งสามารถดึงดูดผู้รับชมได้มากขึ้น การทำงานร่วมกันในรูปแบบของ TV-dot.com ทำให้สามารถแพร่กระจายเนื้อหาข่าวสารหลักที่มี BBC เป็นต้นฉบับและยังคงดำรงการขึ้นนำแนวทางการคิดประเด็นสาธารณะให้กับผู้คนในสังคม ABC (Australian Broadcasting Corporation) ขยายฐานผู้ชมด้วยการเพิ่มบริบทในการบริการสาธารณะ เน้นรายการสำหรับเด็ก การศึกษาและการพัฒนาสังคมโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น ทั้งในวิทยุ โทรทัศน์และสื่อใหม่

ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพัฒนาทักษะในการทำงานด้านสื่อใหม่ให้กับทรัพยากรบุคคลขององค์กรเพื่อนำองค์กรไปสู่การเป็นโทรทัศน์อัจฉริยะ (Interactive Television) ที่มีหลายระบบปฏิบัติการ (Multi-platform) โดย BBC เปลี่ยนนโยบายจากการกระจายเสียงสาธารณะ (Public service broadcaster) ไปสู่การเป็นผู้ผลิตเนื้อหาเพื่อบริการสาธารณะ (Public Content-Provider)<sup>39-42</sup>

ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีการบริหารจัดการใหม่รองรับระบบปฏิบัติการที่หลากหลาย มีความเชื่อมโยงสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยไม่อยู่ภายใต้ระบบงานวิศวกรรมแต่ต้องผลิตและดูแลเนื้อหาที่จะปรากฏบนระบบปฏิบัติการต่างๆ<sup>43-50</sup> BBC และ ABC มีการตั้งหน่วยงานสื่อใหม่พิจารณาเนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ใหม่ๆ Reuter CNN FOX News และ NBC ปรับโครงสร้างองค์กรด้วยการเพิ่มเติมส่วนที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการสื่อใหม่ มีการตั้งหน่วยงานผลิตข่าวทางอินเทอร์เน็ต สื่อดิจิทัล NHK ได้ใช้เทคโนโลยีของสื่อใหม่เชื่อมโยงทุกหน่วยงานตั้งแต่ศูนย์กระจายเสียง Studio Park Museum of Broadcasting และศูนย์ปฏิบัติการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้ประชาชนเลือกเข้าถึง เข้าชมรายการของสถานีได้ตลอดเวลา

สำหรับประเทศไทย สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้จัดตั้งบริษัทบีบีทีวี นิวมีเดีย จำกัด ตั้งแต่ปี 2550 เพื่อพัฒนาระบบปฏิบัติการหลายรูปแบบ ให้ตอบสนองผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมรับชมทีวีผ่านหน้าจออื่นโดยมี Application Bugadoo.tv เป็นอินเทอร์เน็ตทีวีที่สามารถชมทางโทรศัพท์มือถือได้ Application BBTv CH7 รูปแบบการดูรายการสด และ Application DO 7 HD เป็น Interactive TV มีลูกเล่นให้กดเช็คคืนรายการที่กำลังชมทาง ช่อง 7 ตอบคำถามขณะที่รายการกำลังออกอากาศเพื่อสะสมคะแนนรับของรางวัล ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้จัดตั้งบริษัท บีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านมัลติมีเดียและโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยตั้งเป้าหมายเป็นผู้นำด้านสื่อดิจิทัลในกลุ่มธุรกิจโทรทัศน์ เพิ่มจำนวนผู้ชมช่องทางออนไลน์ บริการดูรายการย้อนหลัง ถ่ายทอดสด ใช้ AR Code เชื่อมโยงผู้ชมให้กลับมาดูข้อมูลในเว็บไซต์ ด้วยกลยุทธ์ Content Engagement เช่น ใช้เนื้อหาแทรกเข้าไปในแบนเนอร์ระหว่างตอนของละครใน You tube ใช้ดาราชของสถานีเป็น Digital influencer เพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เน้นการทำข้อมูลในลักษณะ รูปภาพประกอบตัวอักษร (Infographic) ให้เกิดการแชร์หรือแพร่กระจายต่อ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้เพิ่มโครงสร้างฝ่ายข่าวสื่อดิจิทัล ฝ่ายรายการสื่อดิจิทัล ฝ่ายสร้างสรรค์ผลิตสื่อดิจิทัลและวิทยุออนไลน์ บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชนได้ตั้งสายงานดิจิทัลทีวี เพื่อนำเนื้อหาไปออกยังระบบปฏิบัติการต่างๆ รวมทั้งไลน์ทีวี เนื่องจากพฤติกรรมคนดูยังชอบดูโทรทัศน์เพียงแต่เปลี่ยนจากดูทีวีบนจอหลักสู่การดูทีวีผ่านจอเล็กๆ อย่าง สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โทรทัศน์ดิจิทัล สถานีวิทยุที่วิมีการแบ่งฝ่ายผลิตรายการข่าว วาไรตี้และคอนเทนต์แล้ว ยังมีฝ่าย Broadcast Management เพื่อเป็น Cross Platform Content Provider ทีวีที่สื่อสารครบทุกช่องทาง

การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ส่งผลให้กองทัพบกจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการโทรทัศน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยมีองค์กรอิสระซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ทำหน้าที่ในจัดสรรคลื่นและกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ได้แก่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติหรือ กสทช. ซึ่งได้กำหนดนโยบายการแพร่ภาพกระจายเสียงของประเทศไทยให้รองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเพื่อเป็นไปตามสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ<sup>51</sup> โดยมีแผนจะยุติการส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบอนาล็อกที่มีผู้ประกอบกิจการ 6 ราย และเปลี่ยนผ่านไปสู่การให้บริการวิทยุโทรทัศน์

ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจำนวน 48 ช่อง ภายในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งกองทัพพบก็ได้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทที่สองคือ การบริการสาธารณะเพื่อความมั่นคงของรัฐและความปลอดภัยสาธารณะเพื่อให้สามารถดำรงหน้าที่ในการ เป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกิจการทหารของชาติ ใช้ประโยชน์ในการเป็นช่องทางการสื่อสารทางยุทธศาสตร์หรือนโยบายแห่งรัฐเพื่อให้เกิดความมั่นคงของชาติได้อย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ต้องแข่งขันกันมากขึ้น ซึ่ง กสทช. ยอมรับว่าธุรกิจทีวีดิจิทัลในประเทศไทยจะไม่ประสบผลสำเร็จทั้งหมด โดยสุดท้ายระบบแข่งขันจะคัดกรองผู้ประกอบการที่ไม่สามารถแข่งขันได้ออกไป เช่น ประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส หรือ ไต้หวัน ที่มีทีวีดิจิทัลเหลือเพียง 7-8 ช่อง โดยเนื้อหาเป็นจุดสำคัญที่สุดในการดึงดูดผู้บริโภคควรมีจุดเด่นชัดเจน อาจเป็นการเจาะเฉพาะกลุ่ม<sup>52-53</sup>

การพัฒนาเนื้อหารายการทั้งข่าว สารคดี เกมโชว์ ละครหรือภาพยนตร์ของโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทบริการสาธารณะเพื่อความมั่นคงของรัฐนั้น ควรวางเป้าหมายให้เน้นการสื่อสารในมิติที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับ "ความมั่นคงของชาติ" ซึ่งหมายถึงภาวะที่ประเทศปลอดภัยจากภัยคุกคามต่อเอกราช อธิปไตย บุรณภาพแห่งอาณาเขต สถาบัน ศาสนา สถาบันพระมหากษัตริย์ ความปลอดภัยของประชาชน การดำรงชีวิตโดยปกติสุขของประชาชนหรือที่กระทบต่อผลประโยชน์แห่งชาติหรือการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมทั้งความพร้อมของประเทศที่จะเผชิญสถานการณ์ต่างๆ อันเกิดจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ ส่วนคำว่า ภัยคุกคาม นั้นหมายถึงภาวะหรือสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความไม่มั่นคงซึ่งเป็นปัญหาที่มีความรุนแรง สลับซับซ้อน หากไม่ดำเนินการแก้ไขจะเกิดผลกระทบในวงกว้างต่อความมั่นคงของชาติ<sup>54</sup> ควรมีรายการประเภทบริการสาธารณะและเปิดพื้นที่สื่อสารสาธารณะให้กับประชาชน ดังเช่นที่กองทัพเคยดำเนินการและประสบความสำเร็จอย่างมาก ในสมัย พลเอก สุจินดา คราประยูร ที่ได้มอบสถานีวิทยุคลื่นความถี่ระบบเอฟเอ็ม 100 MHz ให้กับบริษัทเอกชนรายหนึ่งผลิตรายการที่เป็นสื่อกลางในการช่วยบรรเทาปัญหาจราจรและช่วยเหลือประชาชนอย่างทันท่วงที<sup>55</sup> เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสถานีให้โดดเด่นและมีความชัดเจน แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยความสามารถในการสร้างสรรค์รายการทั้งรูปแบบเนื้อหา ผู้ดำเนินรายการให้ดึงดูดความสนใจและจดจำได้<sup>56</sup>

ในปี 2560 พฤติกรรมคนไทยเปลี่ยนไป การรับชมทีวีจากจอโทรทัศน์ลดลง ปัจจุบันผู้ผลิตในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลจึงเริ่มนำรายการของตนเองไปเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ ทั้ง You Tube Facebook Line TV เพื่อเพิ่มโอกาสการรับชมจากผู้บริโภคมากขึ้น มีทั้งเทปรายการย้อนหลัง รายการที่ถ่ายทอดสดแบบออกคู่ขนานกับรายการปกติ เช่น สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี ประกาศขยายงานที่ไม่ใช่การกระจายเสียงโดยร่วมมือกับไลน์ ประเทศไทยนำละครและรายการของสถานีขึ้นไลน์ทีวี วัตถุประสงค์เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ซึ่งสามารถเพิ่มยอดผู้ชมได้ถึง 2 ล้านวิว<sup>57</sup> สปริงนิวส์ มีแผนขยายงานให้ครอบคลุมสื่อทุกรูปแบบ<sup>58</sup>

ดิจิทัลไม่ใช่คู่แข่งแต่เป็นตัวส่งเสริมให้คนกลับมาดูเนื้อหาในโทรทัศน์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการให้เนื้อหาหรือสร้าง Application ไปอยู่กับบริการ Streaming สร้างสภาวะแวดล้อมทางสังคมให้กับเนื้อหาด้วยการสนทนาสองทางเพื่อพูดคุยกัน ให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นว่าควรจบอย่างไร นำเสนอเบื้องหลังการสร้างเนื้อหาลงในสื่อใหม่เพื่อเชิญชวนให้ติดตาม สร้างความอยากรู้อยากเห็นผ่านทางภาพยนตร์ตัวอย่างเพื่อให้คนรอคอยมาดู มีบทสรุปหรือวิจารณ์วิเคราะห์เนื้อเรื่อง วิธีการขายโฆษณา ก็จะเปลี่ยนไปจากการขายเวลาในการออกอากาศเป็นขาย Bidding แทนซึ่งทีวีจะต้องมี In house Agency ของตัวเอง เพื่อคิดงานที่ตอบโจทย์การตลาดของลูกค้าเพื่อให้สามารถรองรับการเข้าสู่ยุคสื่อใหม่ของประเทศไทยอย่างแท้จริง ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือ 44 ล้านราย หรือ 2 ใน 3 ของจำนวนประชากร มีการใช้งานบนสมาร์ตโฟน เฉลี่ย 234 นาที/วัน ดูทีวี และวิดีโอทางออนไลน์เฉลี่ย 133 นาที/วัน โดย ร้อยละ 72 ใช้งานเพื่อความบันเทิง<sup>59</sup> วันนี้โทรทัศน์ดิจิทัลควรปรับรูปแบบของช่องทางการออกอากาศใหม่ให้เป็น offline to online คือเป็นทีวีที่ฉลาดมีหลายระบบปฏิบัติการ สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้มากขึ้น เนื่องจากผู้ชมมีอิสระที่จะดูโทรทัศน์หรือไม่ก็ได้ ดังนั้นกิจการโทรทัศน์ของกองทัพบก จะต้องพัฒนาไม่ใช่เป็นแค่โทรทัศน์อีกต่อไป แต่ต้องสามารถส่งเนื้อหาไปทุกที่ ขยายบริการไปยังรูปแบบต่างๆ ให้ครอบคลุมจึงจะตอบโจทย์ความต้องการของคนในยุคนี้ที่สามารถเลือกเนื้อหาที่อยากดู ต้องการเนื้อหาที่มีรายละเอียดมากขึ้น เลือกดูได้ตามเวลาที่ต้องการ เช่นเดียวกับการปรับตัวของสถานีช่อง HBO ที่เพิ่มการให้บริการผ่าน Cable Box สามารถรับชมผ่าน Streaming TV ต่างๆ ทั้งทาง Android TV , Apple TV. หรือ Hulu<sup>60</sup>



## บทสรุป

ทุกครั้งของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทำให้สังคมเปลี่ยนไป การพัฒนาไปสู่การเป็นสื่อใหม่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมไทยทั้งด้านบวกและลบรวมทั้งโครงสร้างอำนาจในสังคมจากการที่รัฐเคยผูกขาดช่องทางในการสื่อสารไปสู่การกระจายอำนาจไปยังภาคส่วนต่างๆ ของสังคมทำให้กองทัพบกต้องยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบอนาล็อกและดำเนินกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลประเภทบริการสาธารณะเพื่อความมั่นคงแทน โดยได้รับผลกระทบทั้งในเรื่องของรายได้และจำนวนผู้ชมที่ลดลงส่งผลต่อการทำหน้าที่ในการสื่อสารสร้างความเข้าใจในมิติด้านความมั่นคงกับประชาชนลดลงตามไปด้วย

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเชื่อว่าโทรทัศน์ของกองทัพจะสามารถดำรงอยู่ได้ในภาวะที่ต้องแข่งขันกับการเติบโตของสื่อใหม่ในสังคมดิจิทัลที่ประชาชนดำเนินชีวิตประจำวันอยู่บนโลกออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลแบบพกพาหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนทางด้านนโยบายและโครงสร้างองค์กรใหม่เพื่อรองรับการเป็นสื่อดิจิทัลที่ขยายบริการไปในทุกรูปแบบของระบบปฏิบัติการ ทั้งการเป็น TV บน Streaming ต่างๆ มีหลาย Application ในการเข้าถึง ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ด้วยการเพิ่มการสื่อสารประชาสัมพันธ์รายการของสถานีทางสังคมออนไลน์ ออกอากาศในลักษณะการถ่ายทอดสดทางสื่อใหม่ ซึ่งไม่ใช่การพัฒนาเฉพาะทางด้านวิศวกรรม สิ่งสำคัญที่สุดคือการผลิตเนื้อหาในช่องทางต่างๆ อย่างเพียงพอ เปิดพื้นที่การสื่อสารสาธารณะแบบสองทางให้กับประชาชนได้มีส่วนร่วมและใช้ประโยชน์กับสื่อของกองทัพมากขึ้น สร้างชุมชนเครือข่ายทางออนไลน์เพื่อความมั่นคงที่เข้มแข็ง

ทางด้านทรัพยากรบุคคลขององค์กรซึ่งมีจำนวนมากจำเป็นต้องปรับความคิด ทักษะคติให้มีความรักองค์กร ทุ่มเทในการทำงาน ร่วมเป็นเครือข่ายของชุมชนสังคมออนไลน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกและส่งเสริมทักษะให้พร้อมทำงานในรูปแบบสื่อดิจิทัลสามารถบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่เกิดจากความคิดเห็นของประชาชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ มีศักยภาพในการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหารายการคุณภาพที่ให้ทั้งความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมและเน้นการสื่อสารเพื่อพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพของคนไทยให้มีความเข้มแข็งตามยุทธศาสตร์ชาติ อันเป็นรากฐานความมั่นคงของสังคมไทย ให้ประชาชนมีสติปัญญา มีเหตุผล มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต

มีภูมิคุ้มกันต่อความเปลี่ยนแปลง มีวินัย มีความรับผิดชอบ รู้หน้าที่ มีจิตสำนึก รู้คุณค่าความเป็นไทย มีความรักชาติ สถาบันพระมหากษัตริย์ รู้จักรักษาประโยชน์ของประเทศชาติ รักษาสิ่งแวดล้อม มีภูมิคุ้มกันต่อภัยคุกคามต่างๆ

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาโทรทัศน์ของกองทัพบกในยุคสื่อใหม่สังคมดิจิทัลนั้น โทรทัศน์กองทัพบกควรให้ความสำคัญกับเนื้อหารายการด้านความมั่นคงซึ่งเป็นอัตลักษณ์ขององค์กรและทำให้มีบทบาทในการกำหนดการรับรู้ของสังคม โดยอาศัยจุดแข็งของความเป็นราชการ มีความน่าเชื่อถือ ใช้ศักยภาพเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐ กองทัพบก กองทัพเรือและกองทัพอากาศนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจเป็นประโยชน์และประชาชนต้องการรู้อย่างครอบคลุม รวดเร็ว ไม่หลุดประเด็นสำคัญผ่านรูปแบบรายการที่หลากหลายซึ่งจะนำไปสู่ความสนใจและความต้องการติดตามสื่อของกองทัพ ควรมีบทบาทเป็นผู้นำในการรณรงค์ส่งเสริมจิตอาสา สร้างเครือข่ายชุมชนสังคมออนไลน์ ป้องกันภัยคุกคามต่างๆ ปลุกฝังวินัย ความรับผิดชอบให้กับคนไทยผ่านรายการของโทรทัศน์กองทัพบกและสื่อใหม่อย่างต่อเนื่อง หากไม่สามารถผลิตรายการสาระบันเทิงด้านความมั่นคงได้อย่างเพียงพอก็จำเป็นต้องคัดเลือกผู้ร่วมผลิตที่มีคุณภาพสามารถสร้างสรรค์รายการเพื่อสังคมได้อย่างน่าสนใจและมีการใช้สื่อใหม่ในทุกรูปแบบเชื่อมโยงประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับชมติดตามรายการ ต้องสร้างแรงบันดาลใจและพัฒนาทักษะให้กับบุคลากรของโทรทัศน์กองทัพบกให้เป็นคนยุคใหม่ มีความสนใจและสามารถผลิตเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ได้หลายช่องทาง มีความคิดสร้างสรรค์และเป็นผู้แบ่งปันให้กับสังคม กองทัพบกต้องไม่กลัวกับการเปิดพื้นที่สาธารณะให้กับประชาชนได้สื่อสารในช่องทางของสื่อกองทัพ โดยสามารถบริหารจัดการข้อมูลและนำความคิดเห็นของประชาชนมาใช้ประโยชน์และป้องกันผลกระทบที่อาจทำให้กองทัพบกเสียหายได้ เพียงแต่ต้องมีการกำหนดบุคลากรที่ทำหน้าที่บริหารจัดการข่าวสารให้เพียงพอ กองทัพบกดำเนินกิจการโทรทัศน์มายาวนานและมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง นำเสียดายหากไม่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เห็นความเป็นมืออาชีพทางด้านกิจการโทรทัศน์ การจัดทำศูนย์การเรียนรู้หรือพิพิธภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีโทรทัศน์ในรูปแบบที่ทันสมัยและเปิดให้นักศึกษา ประชาชนรับชมจะเกิดประโยชน์ในการถ่ายทอดความรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งนี้ควรต้องทำให้สังคมรู้สึกได้อย่างชัดเจนว่าโทรทัศน์บริการสาธารณะของกองทัพบก มีคุณค่าทางด้านความมั่นคงและเป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง

## เอกสารอ้างอิง

- <sup>1</sup> สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก.ประวัติสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก.หนังสือครบรอบ 56 ปี สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก.กรุงเทพฯ,อรุณการพิมพ์ ; 2555 ; หน้า 28-29
- <sup>2</sup> เกริกเกียรติ พันธุ์พิพัฒน์.โทรทัศน์ไทย: จากบางขุนพรหมถึงระบบดาวเทียม.วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ปีที่ 24 ฉบับที่ 4 (2549) ; หน้า116-13
- <sup>3</sup> กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ : ภาควิพิมพ์ ; 2551
- <sup>4</sup> เศรษฐกิจสื่อไทยทนพิษเศรษฐกิจไม่ไหวพาเหรดปิดตัวตลอดปี 2559. บทข่าวจากไทยรัฐออนไลน์ [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ.2559 [ปรับปรุงเมื่อ 2559 ธันวาคม 24 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 มกราคม 16]. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th.content>
- <sup>5</sup> จินตวีร์ เกษมสุข. การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ; 2554
- <sup>6</sup> Stanley J Baran & Dennis K. Davis. Mass Communication Theory Foundations, Ferment and Future. USA : Thomson Wadsworth; 2006
- <sup>7</sup> Thomas L Friedman. The World is Flat. New york : eLEARN.Ltd. ; 2006
- <sup>8</sup> Alvin Toffler. The Third Wave. New York ; Bantam ;1984
- <sup>9</sup> กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์; 2556
- <sup>10</sup> พิษณุรักษ์ ปิตาทะสังข์.อนาคตของ “แจ๊ค” สื่อใหม่มาแรง ใครบ้างต้องปรับตัวในหนังสือรายงานประจำปี สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. กรุงเทพฯ; 2549
- <sup>11</sup> เรื่องเดียวกัน
- <sup>12</sup> วิกีพีเดีย [อินเทอร์เน็ต]. [เข้าถึงเมื่อ 2560 มกราคม 18] เข้าถึงได้จาก <https://th.m.wikipedia.org/wiki/สื่อใหม่>
- <sup>13</sup> จินตวีร์ เกษมสุข.การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ ; สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ; 2554
- <sup>14</sup> เรื่องเดียวกัน
- <sup>15</sup> เรื่องเดียวกัน
- <sup>16</sup> กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ. เอกสารการเรียนการสอนวิชาการวิเคราะห์องค์การ

สื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ; 2549

<sup>17</sup> Stanley J Baran & Dennis K. Davis. Mass Communication Theory Foundations, Ferment and Future. USA : Thomson Wadsworth; 2006

<sup>18</sup> วิภา อุตมฉันท. ปฏิรูปสื่อสังคม : หลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ. ครั้งที่ 1 . กรุงเทพฯ : ไอคอน พรีเมียม ; 2544

<sup>19</sup> พลวิชัย เต็กไทยติดสื่อใหม่หนีรายการเด็กในสื่อทั้งน้อยและด้อยคุณภาพ. บทความจากสมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน [อินเทอร์เน็ต] .กรุงเทพฯ ; 2558 [ปรับปรุงเมื่อ 2558 มกราคม 30 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 กุมภาพันธ์ 25]. เข้าถึงได้จาก [https:// Kidsradioclub.or.th/Content](https://Kidsradioclub.or.th/Content)

<sup>20</sup> Broadcast vs Post-broadcast Exploring Audiences in Different Media Environment. บทความจาก Media factory [Internet] ; 2015 [เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18 ] เข้าถึงได้จาก <https://www.mediafactory.org.au/2015-media1-projects-broadcast-vs-post-broadcast/the-post-broadcast-era>

<sup>21</sup> นิรมล ประสารสุข.มุมมองนโยบายผู้บริหารสื่อในภาวะวิกฤติและความขัดแย้ง.สื่อในวิกฤติหรือวิกฤติในสื่อ.กรุงเทพฯ . ยูแอนด์ไอ อินเตอร์มีเดีย; 2553 หน้า 23-26

<sup>22</sup> เรื่องเดียวกัน ; หน้า 27-32

<sup>23</sup> เรื่องเดียวกัน ; หน้า 18-22

<sup>24</sup> เรื่องเดียวกัน ; หน้า 39-44

<sup>25</sup> เศรษฐกิจวิทยุสื่อไทยทบทวนพิษเศรษฐกิจไม่ไหวพาเหรดปิดตัวตลอดปี 2559. บทความจากไทยรัฐออนไลน์ [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ.2559 [ปรับปรุงเมื่อ 2559 ธันวาคม 24 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 มกราคม 16]. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th.content>

<sup>26</sup> ช่อง 5 หั่นค่าเช่าช่วงไพรม์ไทม์หวังดึงขาใหญ่หลังเอ็กแซกท์ ถอนตัว.บทความจาก ผู้จัดการออนไลน์.[อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ; 2557 [ปรับปรุงเมื่อ 2557 ธันวาคม 10 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 มกราคม 18 ] เข้าถึงได้จาก [https:// WWW. Mediamonitor.in.th/archives /16534](https://WWW.Mediamonitor.in.th/archives /16534)

<sup>27</sup> วิกฤตกรรมอะนาล็อก (1) ช่อง 5 ยังไม่ออกจากภวังค์. บทความจากกรุงเทพธุรกิจ.[อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ ; 2557 [ปรับปรุงเมื่อ 2557 พฤษภาคม; เข้าถึงเมื่อ 2560 มกราคม 18]. เข้าถึงได้จาก [https:// WWW. Mediamonitor.in.th/archives /10787](https://WWW.Mediamonitor.in.th/archives /10787)

<sup>28</sup> ช่อง 5 ตื่น จับมือเจเคเอ็น หาคอนเทนต์เข้าสถานี.บทความจาก Positioning

Magazine.[อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ ; 2558 [ปรับปรุงเมื่อ 2558 พฤษภาคม27; เข้าถึงเมื่อ 2560 มกราคม 18]. เข้าถึงได้จาก <https://WWW.Mediamonitor.in.th/archives/tag/ช่อง-5>

<sup>29</sup> นิรมล ประสารสุข.มุมมองนโยบายผู้บริหารสื่อในภาวะวิกฤติและความขัดแย้ง. สื่อในวิกฤติหรือวิกฤติในสื่อ.กรุงเทพฯ ฯ ยูแอนด์ไอ อินเทอร์เน็ตมีเดีย ; 2553 หน้า 18-22

<sup>30</sup> ช่อง 5 เพิ่มข่าวรุกชิงแซง ลดค่าเช่า 35% ดึงผู้ผลิตสื่อ. บทข่าวจากผู้จัดการออนไลน์ [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ; 2558 [ปรับปรุงเมื่อ 2558 มกราคม 9; เข้าถึงเมื่อ 18 มกราคม 2560] เข้าถึงได้จาก <https://WWW.Mediamonitor.in.th/archives/17245>

<sup>31</sup> เรตติ้งทีวีดิจิทัล ผลการจัดอันดับช่องในแต่ละเดือน. บทข่าวจาก Saving in Trend.[อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ : Manager online ; 2560 [ปรับปรุงเมื่อ 2560 กุมภาพันธ์ 2 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18] . เข้าถึงได้จาก <https://WWW.Savingintrend.com/เรตติ้งทีวีดิจิทัล>

<sup>32</sup> Helen Wood. Television is Happening Methodological Considerations for Capturing digital Television Reception. บทความวิชาการจาก SAGE Journals. [Internet].2016. [ปรับปรุงเมื่อ 2016 กรกฎาคม 24 เข้าถึงเมื่อวันที่ 2560 เมษายน 14] เข้าถึงได้จาก <http://Sagepub.com/doi/pdf/10.1177/136754940781956>

<sup>33</sup> สื่อหลัก VS สื่อโซเชียล ใครขับเคลื่อนสังคม. บทข่าวจากสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ ; 2560 [ปรับปรุงเมื่อ 2560 มีนาคม 2 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18 ] เข้าถึงได้จาก <https://m.facebook.com>Thaibja>posts>

<sup>34</sup> James Bennett & Niki Strange.The BBC's Second-Shift Aesthetics : Interactive Television, Multi-Platform Projects and Public Service Content for a Digital Era. บทความวิชาการจาก SAGE Journals. [Internet]. 2008 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 2560 เมษายน 14 ] เข้าถึงได้จาก <http://Sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1329878X0812600112>

<sup>35</sup> ศรัณญา ไชยวรรณ. สื่อใหม่ในสังคมการเมืองไทย กรณีศึกษา เฟซบุ๊กควอยส์ทีวี. [ วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน ]. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ; 2554

<sup>36</sup> Leonie Rutherford & Adam Brown. The Australian Broadcasting Corporation's Multiplatform Projects Industrial logics of Children's Content Provision in The Digital Television Era.บทความวิชาการจาก SAGE.journals. [Internet]. 2012 [เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 14]. เข้าถึงได้จาก <http://Sagepub.com/>

doi/abs/10.1177/135485 6512457749

<sup>37</sup> เรื่องเดียวกัน

<sup>38</sup> Barbara Alysén. Reporting Australian Television News : Professional Practice in the Analogue-to-Digital Transition. บทความวิชาการจาก SAGE Journals. [Internet].2016 [ปรับปรุงเมื่อ 2016 Dec 1 เข้าถึงเมื่อวันที่ 2560 เมษายน 14]เข้าถึงได้จาก <http://Sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1329878X0612100117>

<sup>39</sup> James Bennett & Niki Strange.The BBC's Second-Shift Aesthetics : Interactive Television, Multi-Platform Projects and Public Service Content for a Digital Era. บทความวิชาการจาก SAGE Journals. [Internet]. 2008 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 2560 เมษายน 14]เข้าถึงได้จาก<http://Sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1329878XO812600112>

<sup>40</sup> กนิษฐา ไชยแสง.การใช้ทวิตเตอร์ของผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร. [วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต].กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ; 2556

<sup>41</sup> วีระยุทธ วิริยะสังจะจิตร.การบริหารงานข่าววิทยุไทยพีบีเอสออนไลน์ที่มีผลต่อการทำหน้าที่สื่อสารสาธารณะ.[วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต].กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ; 2555

<sup>42</sup> กิตติมา ชาญวิชัย.ความสำเร็จของรายการสารคดีของสถานีโทรทัศน์ NHK ประเทศญี่ปุ่น. [วิทยานิพนธ์ ดุษฎีบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน]. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ; 2548

<sup>43</sup> ศรีสุดา วินิจสุวรรณ.การพัฒนาสื่อใหม่ (new media) ของโมเดิร์นไนน์. [วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน].กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2548

<sup>44</sup> กลยุทธ์ บีบีทีวี นิวมิเดีย บูมดิจิทัล แพลตฟอร์ม ช่อง 7. บทความจาก Bangkokbiznews [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ; [ปรับปรุงเมื่อ2559 มิถุนายน 20 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18]เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/703198>

<sup>45</sup> Stanley J Baran & Dennis K. Davis. Mass Communication Theory Foundations, Ferment and Future. USA : Thomson Wadsworth; 2006

<sup>46</sup> ช่อง 3 ยกเครื่องสื่อดิจิทัล ดึงเจเนอเรชั่นใหม่ขยายแพลตฟอร์มดิจิทัล. บทข่าวจากฐานเศรษฐกิจ [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ. ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 36 ฉบับที่ 3,164 [ปรับปรุงเมื่อ 2559 มิถุนายน 11 เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18] เข้าถึงได้จาก [M.Thansettakij.com/ content/60074](http://M.Thansettakij.com/content/60074)

<sup>47</sup> ระเบิดสงครามข้ามแพลตฟอร์ม ไลน์-AIS-เวิร์คพอยท์ เปิดศึกคอนเทนต์ต่อ ยอดธุรกิจ. บทข่าวจากประชาชาติธุรกิจ [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ.[ปรับปรุงเมื่อ 2560 เมษายน 4 เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18 ]. เข้าถึงได้จาก [m.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=149\\_119649](http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=149_119649)

<sup>48</sup> ขวัญชนก ใจเสงี่ยม. การบริหารงานสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวอยท์ ทีวี.[วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ].กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ; 2559

<sup>49</sup> แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) <https://broadcast.nbtc.go.th/data/Document/law/doc/th/580300000002.pdf>

<sup>50</sup> นทีรับทีวีดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จทั้งหมด. บทข่าวจากไทยรัฐออนไลน์. [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ; 2559 [ปรับปรุงเมื่อ 2559 กุมภาพันธ์ 4 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 กุมภาพันธ์ 25]. เข้าถึงได้จาก [http:// WWW.Thairath.co.th.content](http://WWW.Thairath.co.th.content)

<sup>51</sup> คนทำทีวีดิจิทัลต้องรู้ คำตอบสุดท้ายถ้าอยาก Go Online คือต้องมีแพลตฟอร์มเป็นของตัวเอง. บทความจาก Brand Inside [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ. [ปรับปรุงเมื่อ 2560 กุมภาพันธ์ 13; เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 18]. เข้าถึงได้จาก <https://brandinside.asia/digital-tv-must-build-own-platform>

<sup>52</sup> พระราชบัญญัติสภาความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2559. สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี

<sup>53</sup> สถานีวิทยุข่าวสารและการจราจร จส.100.[อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ ; 2534 [ปรับปรุงเมื่อ2558 กันยายน 8; เข้าถึงเมื่อ 2560 มีนาคม 5] เข้าถึงได้จาก [www.js100.com](http://www.js100.com) >image>js100\_Profile.

<sup>54</sup> ประธาน กสท. แนวทางรอดทีวีดิจิทัลช่องใหม่คนดูน้อย ปรับตัวหาจุดเด่น ดึงเม็ดเงิน. บทข่าวจาก [adsthailand.com](http://adsthailand.com) [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ. [ปรับปรุงเมื่อ 2559 กุมภาพันธ์ 5; เข้าถึงเมื่อ 2560 มีนาคม 2 ] เข้าถึงได้จาก [https:// WWW.adsthailand .com.content](https://WWW.adsthailand.com.content)

<sup>55</sup> หนีตายกระซอกเรตติ้ง ทีวีดิจิทัลปรับโครงสร้างเร่งหาจุดขายใหม่. บทข่าวจากฐานเศรษฐกิจ [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ [ปรับปรุงเมื่อ 2559 กุมภาพันธ์ 25; เข้าถึงเมื่อ 2560 มีนาคม 2] เข้าถึงได้จาก [M.Thansettakij.com/content/33082](http://M.Thansettakij.com/content/33082)

<sup>56</sup> สปริงนิวส์ลั่นก๊วขึ้นผู้นำสื่อขยายคลุมทุกแพลตฟอร์ม. บทข่าวจากฐานเศรษฐกิจ [อินเทอร์เน็ต].2559. [ เข้าถึงเมื่อ 2560 เมษายน 8] ; ปีที่ 36 (ฉบับที่ 3) : หน้า 208 เข้าถึงได้จาก [M.Thansettakij.com/content/112406](http://M.Thansettakij.com/content/112406)

<sup>57</sup> เมื่อทีวีไม่ได้ตาย แต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่ออนาคต. บทข่าวจาก Marketing Oops. [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ. [ปรับปรุงเมื่อ 2560 มีนาคม 3 ; เข้าถึงเมื่อ 2560 มีนาคม 5] เข้าถึงได้จาก [http// marketingoops.com.content](http://marketingoops.com.content)

<sup>58</sup> เรื่องเดียวกัน



## ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ พันเอกหญิง ดวงกมล เทวพิทักษ์

วัน เดือน ปี เกิด 4 สิงหาคม 2512

### ประวัติสำเร็จการศึกษา

พ.ศ. 2534 พยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล (วพบ.รุ่น 24)

พ.ศ. 2537 หลักสูตรนายทหารประชาสัมพันธ์ รร.กรมกิจการพลเรือน ทบ.

พ.ศ. 2542 นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2556 นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

### ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2534-2537 หัวหน้าแผนกผู้ป่วยในและหัวหน้าแผนกเวชกรรมป้องกัน  
โรงพยาบาลค่ายสมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก

พ.ศ. 2537-2538 นายทหารประชาสัมพันธ์ ศูนย์อาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง  
กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 2

พ.ศ. 2538-2550 ผู้สื่อข่าว/ผู้ประกาศข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก

พ.ศ. 2550-2556 หัวหน้าแผนกแถลงข่าว สำนักงานเลขาธิการกองทัพบก /  
หัวหน้าแผนกสื่อสารมวลชน ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก

พ.ศ. 2556-2559 หัวหน้าแผนกเลขาธิการผู้บริหาร สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก

### ตำแหน่งปัจจุบัน

พ.ศ. 2559-ปัจจุบัน ประจำสำนักงานเลขาธิการกองทัพบก