

แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนะในยุคลือสังคมออนไลน์

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอก ภิศเดช รักการดี

รองผู้บังคับการกรมทหารช่างที่ 2

วิทยาลัยการทัพบก


กันยายน 2564


เอกสารวิจัยเรื่อง แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนะเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์
โดย พันเอก ภิศเดช รักการดี
อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอก พิชชญาณ พวงทอง

วิทยาลัยการทัพบก อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ปีการศึกษา 2564 และเห็นชอบให้เป็น
เอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ระดับ

พลตรี  ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก
(มหศักดิ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา)

คณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล

พันเอก  ประธานกรรมการ
(ชนะชัย พลเดชา)

พันเอก  ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา
(สุรยุทธ รัตนจารุ)

พันเอก  กรรมการ
(พิชชญาณ พวงทอง)

พันเอก  กรรมการ
(สุเทพ ยั่งยืน)

พันเอกหญิง  กรรมการ
(กัญญ์ณัฐ แสงภัทรเนตร)

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย	พันเอก ภิศเดช รักการดี
เรื่อง	แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์
วันที่	กันยายน 2564 จำนวนคำ : 7,818 จำนวนหน้า : 21
คำสำคัญ	การปฏิบัติการเสนาสนเทศ, ยุคสื่อสังคมออนไลน์
ชั้นความลับ	ไม่มีชั้นความลับ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ/แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด โดยอาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ซึ่งเริ่มต้นการศึกษาด้วยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล (Content Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยตามที่กำหนดไว้

สำหรับผลการศึกษาวิจัยพบว่า การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นการปฏิบัติของหน่วยที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร หรือการปลูกฝังอุดมการณ์ทางทหารไปยังกำลังพลทุกระดับชั้น เพื่อให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐบาลและผู้บังคับบัญชาที่มุ่งหวังให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน โดยอาศัยสื่อรูปแบบ (Platform) ต่าง ๆ มาสนับสนุนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงขั้นตอนต่าง ๆ ของการปฏิบัติการเสนาสนเทศ ผู้วิจัยได้ถอดรหัส (decoding) ที่แฝงฝังอยู่ภายในกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) อันประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) สื่อหรือช่องทาง (media or channel) และผู้รับสาร (Receiver) แล้ววิเคราะห์ปัญหา/อุปสรรค เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องโดยอาศัยแนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนองค์ความรู้ที่กองทัพบกกำหนดไว้ อีกทั้งผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรจัดทำคู่มือหรือข้อแนะนำเกี่ยวกับ “แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก” เพื่อให้หน่วยต่าง ๆ ภายในกองทัพบกใช้เป็นกรอบการปฏิบัติต่อไป

ABSTRACT

AUTHOR: Colonel Peesadach Rakkarndee
TITLE: Guidelines for public relations within the Army operation in the social media era.
DATE: September, 2021 **WORD COUNT :** 7,818 **PAGES :** 21
KEY TERMS: Public relations within the Army operation, Social media era
CLASSIFICATION: Unclassified

The research study of “Guidelines for public relations within the Army operation in the social media era” has aimed to study the format/guidelines of the public relations within the Army operation. Including the problems and obstacles which affect covering recommendations for the Army’s information agency operations in the social media era according to the current situation. The researcher used a specified strategic research model by the Royal Thai Army War College based on qualitative research methods. Begins from study-related documents and analyze content to answer research objectives.

The results were found that the Army’s communications operations in the social media era are the practical unit that leads to the purpose of strengthening knowledge and understanding along with transmitting information or the cultivation of military ideals to all manpower for developing attitudes and understanding in one direction. Also support in the Government’s operation and supervisors which aim to the correct understanding of the situation changing in many areas through various forms of media (platform) to support for maximum efficiency. This is to reflect the different stages of information the Army’s communications operations. The researcher has decoded (decoding) that embedded within the communication process, which consists of a messenger (sender), message, media or channel, and receiver and analyze problems/obstacles lead to correcting in problem based on relevant concepts/theories. Along with knowledge set by the Army. Besides, the researcher suggested that a manual or recommendation should be made on “Guidelines for operations of information session in the Army social media era” for the Army’s units can serve as the framework for further action.

กิตติกรรมประกาศ

การประกอบสร้างการวิจัยส่วนบุคคลเรื่อง “แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก พลตรี มหศักดิ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก ที่กรุณาอนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ปีการศึกษา 2564 และผู้วิจัยขอขอบคุณ พันเอก พิชชญาน พวงทอง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ/คำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงในข้อบกพร่องจนกระทั่งทำให้งานวิจัยฉบับนี้เป็นรูปเป็นร่าง ซึ่งในทุกคำแนะนำผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญและนำไปปรับปรุงเพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยและงานวิจัยขึ้นดังกล่าว

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ พันเอก สุรยุทธ รัตนจารุ รองผู้บัญชาการกองพลพัฒนาที่ 2 ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา ที่กรุณาสนับสนุนข้อมูลในการวิจัย ตลอดจนให้กำลังใจและคอยถามไถ่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด อีกทั้งขอขอบคุณ พันเอก ชนะชัย พลเดชา ประธานกรรมการ พันเอก สุเทพ ยั่งยืน และ พันเอกหญิง กัญญ์ณัฐ แสงภัทรเนตร กรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์และนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดทั้งในส่วนของเนื้อหาการวิจัยและข้อเสนอแนะที่สำคัญอันเป็นคุณูปการแก่กองทัพ

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบคุณกำลังใจที่ดีจากครอบครัวที่คอยเป็นแรงบันดาลใจในการทำหน้าที่ ทั้งการปฏิบัติงานและการศึกษา/วิจัย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่กองทัพ และประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยหวังไว้เป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารวิจัยฉบับนี้จะมีส่วนให้เกิดการพัฒนาในด้านการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพที่แม้จะเป็นฟันเฟืองเล็ก ๆ ในการปฏิบัติการ หากแต่ฟันเฟืองเหล่านี้หมุนไปในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกับภาพรวมใหญ่ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบปฏิบัติการที่ควรจะเป็นได้ กระนั้นเองผู้วิจัยก็หวังเช่นกันว่า เอกสารวิจัยฉบับนี้จะเป็นเสมือนประแจที่จะขึ้นและคลายฟันเฟืองเล็ก ๆ ให้เกิดความสมดุล มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ทั้งนี้ หากมีข้อผิดพลาดอันใด ผู้วิจัยต้องขออภัย ขอคำชี้แนะเพื่อเป็นวิทยาทาน และน้อมรับความผิดพลาดไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	2
วิธีการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
บทที่ 2 บทวิเคราะห์	5
รูปแบบ/แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก	5
ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก ในยุคสื่อสังคมออนไลน์	7
วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา	7
วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์	8
แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ให้ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	11
วิเคราะห์ทางเลือกทางยุทธศาสตร์	11
วิเคราะห์แนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา	14
บทที่ 3 บทอภิปรายผล	16
บทที่ 4 บทสรุป	19
ข้อเสนอแนะ	20
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	20
เอกสารอ้างอิง	22
ประวัติผู้วิจัย	24

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กล่าวโดยทั่วไปแล้ว มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน ซึ่งหากย้อนไปในอดีตนั้น มนุษย์มีวิธีการสื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร เป็นต้น กระทั่งต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ และวิทยุ จากนั้นเมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์ได้ยกระดับปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Web board) จวบจนถึงปัจจุบันมนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554, น. 99) เนื่องจากมีการใช้งานง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนสอดคล้องกับพัฒนาการที่ก้าวกระโดดของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทการสื่อสารที่กล่าวมาข้างต้นนั้น หนึ่งใน การสื่อสารที่กองทัพบกได้ดำเนินการเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการปลูกฝังอุดมการณ์ทางทหารไปยังกำลังพลทุกระดับชั้น อันส่งผลให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน หรือที่เรียกกันว่า “การปฏิบัติการเสนาสนเทศ” (กองสารสนเทศการวิจัย สำนักงานวิจัยและพัฒนากองทหารกองทัพบก, 2557, ออนไลน์) โดยการปฏิบัติการเสนาสนเทศดังกล่าวนั้นในทางพลเรือนมีความใกล้เคียงกับการประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทว่าในทางทหารจะมีความจำเพาะเจาะจง ทั้งข้อมูลข่าวสารและกลุ่มเป้าหมายการสื่อสารเป็นการภายใน จึงได้มีการประดิษฐ์คำที่ไม่ได้ใช้แพร่หลายนักใช้เพียงในการปฏิบัติทางทหารเพียงอย่างเดียว ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว นั้น เป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580), ยุทธศาสตร์ทหาร 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2578) และยุทธศาสตร์กองทัพบก 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) โดยประเทศไทยได้กำหนดวิสัยทัศน์ภายใต้คติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อสนองตอบต่อผลประโยชน์แห่งชาติ อันได้แก่ การมีเอกราชอธิปไตย การดำรงอยู่อย่างมั่นคงและยั่งยืนของสถาบันหลักของชาติและประชาชนจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ การอยู่ร่วมกันในชาติ

อย่างสันติสุขเป็นปีกแผ่น มีความมั่นคงทางสังคมท่ามกลางพหุสังคม การมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

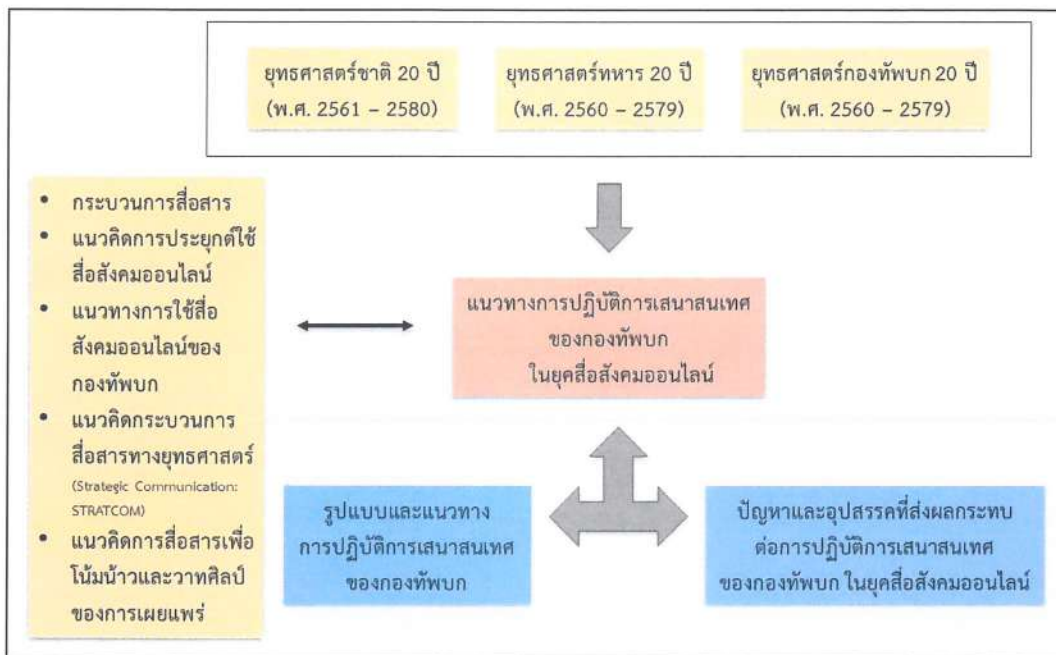
อย่างไรก็ตาม ด้วยพลวัตการสื่อสารที่เปลี่ยนไปนั้น ส่งผลให้การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการก้าวสู่การพัฒนาในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิบัติการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเข้าใจในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และสามารถรับส่งข้อมูลข่าวสารภายใต้บริบทต่าง ๆ โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคใด ๆ อีกทั้ง เนื้อหาสาระในการสื่อสารสอดคล้องและเชื่อมโยงกับความมุ่งหมายของผู้บังคับบัญชา จึงนำไปสู่ความสนใจใคร่รู้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ตั้งโจทย์วิจัยเพื่อนำไปสู่การศึกษาว่า 1) การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในปัจจุบันมีรูปแบบและแนวทางการปฏิบัติอย่างไร 2) แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์มีปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบหรือไม่ อย่างไร และ 3) การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ/แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งโจทย์วิจัยไว้ว่า 1) การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในปัจจุบันมีรูปแบบและแนวทางการปฏิบัติอย่างไร 2) แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์มีปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบหรือไม่ อย่างไร และ 3) การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ควรเป็นอย่างไร ซึ่งในการตอบโจทย์วิจัยข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) สรุปรูปตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. รูปแบบการวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด โดยอาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology)

2. ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา จะครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ 1) รูปแบบและแนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในปัจจุบัน 2) ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อแนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกที่มีความเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบัน ตลอดจนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์ทหาร และยุทธศาสตร์กองทัพบก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ซึ่งเป็นเอกสารประเภทตำรา คู่มือ งานวิจัย และบทความวิชาการ ทั้งในไทยและต่างประเทศ เพื่อประกอบสร้างองค์ความรู้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล (Content Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย ตามที่กำหนดไว้ ตลอดจนทำการสังเคราะห์/อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ จากองค์ความรู้ที่ได้รับดังกล่าว

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

กิจกรรม \ เวลา	ม.ค. 64	ก.พ. 64	มี.ค. 64	เม.ย. 64	พ.ค. 64
1. การเสนอโครงร่างการวิจัย	←→				
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล		←→	←→	←→	
3. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล			←→	←→	
4. การสรุปผลการวิจัย				←→	
5. การเขียนรายงานการวิจัย				←→	←→
6. การนำเสนอผลการวิจัย					←→

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบ/แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์
3. ทำให้ได้แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

บทที่ 2

บทวิเคราะห์

ปัจจุบันท่ามกลางการเผชิญกับความท้าทายของพลวัตการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการเข้าถึง “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Media) ในยุคที่สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากมีราคาที่สามารถหามาครอบครองจับต้องได้ และด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวกระโดดจึงนำไปสู่การสร้างสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ ส่งผลกระทบต่อการปรับเปลี่ยนแนวทางในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และการปลูกฝังอุดมการณ์ทางทหารไปยังกำลังพลทุกระดับชั้นให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้เรียกได้ว่าเป็นหนึ่งในแนวทางของ “การปฏิบัติการเสนาสนเทศ” ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยปัจจุบัน ทั้งนี้ ด้วยบริบทแนวทางและการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจต่อการทำความเข้าใจ ถอดรหัสการสื่อสาร ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ อันนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก ซึ่งในบทนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ทำความเข้าใจ ดังนี้

รูปแบบ/แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก

การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกถือเป็นหนึ่งในการสื่อสารที่กองทัพบกได้ดำเนินการเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนปลูกฝังอุดมการณ์ทางทหารไปยังกำลังพลทุกระดับชั้น อันส่งผลให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน หรือที่เรียกกันว่า “การปฏิบัติการเสนาสนเทศ” (กองสารเสนาสนเทศการวิจัย สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพบก, 2557, ออนไลน์) ซึ่งมีแนวทางและรูปแบบในการดำเนินการในลักษณะของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ผู้บังคับบัญชามีต่อกำลังพลตามเนื้อหาสาระที่ได้ถูกกำหนดไว้ โดยมีกระบวนการปฏิบัติในลักษณะของการสื่อสาร (Communication) อันหมายถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนความหมายหรือสร้างความหมายร่วมกันของบุคคลโดยอาศัยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เข้าใจในระดับพื้นฐานเป็นสื่อกลาง ซึ่งการสร้างควมหมายร่วมกันเหล่านั้นก็เพื่อเป็นการแสดงถึงความรู้สึก ความคิด ข้อเท็จจริง และทัศนคติ (Lamb Hair และ McDaniel, 1992) ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสาร

(Communication process) จะมีองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ส่วน ดังนี้ (จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และบาหยัน อิมสำราญ, 2550, น. 3 - 4)

ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความประสงค์จะส่งข่าวสารในรูปแบบของอารมณ์ ความคิดเห็น ทักษะคติ การให้ข้อมูล และการชักชวนไปยังผู้รับสาร โดยจะทำหน้าที่ในการคัดเลือกข้อมูลข่าวสาร เลือกวิธีการถ่ายทอดข่าวสารและช่องทางสื่อสาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

สาร (Message) หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ โดยสารนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิด และต้องการจะส่งหรือถ่ายทอดความคิดเห็นไปสู่การรับรู้ของผู้อื่น (ผู้รับสาร)

สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสาร อันหมายถึงสิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร

ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ถอดรหัส (decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (receiver/destination) หรือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร (Communication process) ที่มา : จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และบาหยัน อิมสำราญ (2550, น. 4)

ทั้งนี้จากการหยาบยความหมายของการสื่อสาร (Communication) และองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร (Communication process) ในข้างต้นนั้น ก็เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจต่อองค์ความรู้ในขั้นต้นของลักษณะการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยทั่วไป อันเป็นแนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก โดยที่การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกนั้นเป็นหนึ่งในสื่อสาร ที่มีผู้บังคับบัญชาหรือผู้เกี่ยวข้อง

ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (Sender) หรือมีความประสงค์จะส่งข้อมูล ข่าวสาร และเนื้อหาสาระ (Message) ในรูปของข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทศนคติ และการชักชวน ไปยังกำลังพลทุกระดับชั้นที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร (Receiver) อาจจะผ่านสื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) ตามที่ผู้ส่งสารสามารถกระทำได้ แต่ทว่าการปฏิบัติการเสนาสนเทศแบบเดิมนั้น จะไม่นิยมผ่านสื่อหรือช่องทางใด ๆ มีเพียงแต่การสื่อสารโดยตรงต่อกำลังพล ซึ่งแน่นอนว่า จะแตกต่างจากการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ที่จะมุ่งเน้น/ให้ความสำคัญต่อสื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร เพื่ออาศัยประโยชน์จากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์

วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

วิเคราะห์สภาพปัญหาของผู้ส่งสาร (Sender) กล่าวคือ การปฏิบัติการเสนาสนเทศแบบเดิมกับการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ส่งสาร (Sender) ยังคงทำหน้าที่ในการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารไม่ต่างกันมากนัก แต่หากจะส่งข่าวสารในรูปของอารมณ์ ความคิดเห็น ทศนคติ การให้ข้อมูล และการชักชวน ไปยังผู้รับสาร (Receiver) อาจจะทำให้ประสิทธิภาพดังกล่าวลดลง เนื่องจากในยุคสื่อสังคมออนไลน์การสื่อสารผ่านข้อความเพียงอย่างเดียวจะไม่สามารถตอบโต้หรือสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้รับสารได้มากพอ

วิเคราะห์สภาพปัญหาของสาร (Message) หรือเรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้นั้น ในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยข้อจำกัดของขนาดพื้นที่การนำเสนอในแต่ละรูปแบบ (Platform) ในแต่ละสื่อ จึงทำให้ไม่สามารถที่จะนำเสนอเนื้อหาของสาร (Message Content) อันหมายถึงบรรดาความรู้ ความคิด และประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกัน หรือแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันเป็นไปได้อย่างไม่ครบถ้วน และที่สำคัญหากข้อมูลดังกล่าวไม่เป็นที่น่าสนใจก็จะทำให้การนำเสนอเหล่านั้นสูญเปล่าได้ในที่สุด

วิเคราะห์สภาพปัญหาของสื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยที่ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร ในการนี้กองทัพบกเต็มไปด้วยสื่อหรือช่องทางจำนวนมาก ในแง่นี้ถือเป็นการรับข้อมูลข่าวสารของกำลังพล แต่ขณะเดียวกันในโลกสังคมออนไลน์ไม่ได้มีแค่สื่อของกองทัพบกเพียงอย่างเดียว ยังเต็มไปด้วยสื่อจากกลุ่ม

บุคคลที่ไม่หวังดีต่อกองทัพบก มุ่งทำลายภาพลักษณ์และสร้างความแตกแยกในสังคม และบ่อยครั้งที่สื่อของกลุ่มคนดังกล่าวมักจะโจมตี/ตอบโต้การปฏิบัติงานของกองทัพบก ซึ่งกองทัพบกเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ได้มีเป้าประสงค์หลักในการตอบโต้อย่างเป็นทางการจะลักษณะได้ จึงทำให้เกิดข้อจำกัดต่อการทำความเข้าใจแก่กำลังพล

วิเคราะห์สภาพปัญหาของผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำหน้าที่สำคัญในการรับสารจากผู้ส่งสาร ซึ่งเมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกริยาตอบสนอง (feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารคนอื่น ๆ ซึ่งเรียกว่าเป็นผู้ถอดรหัส (decoder/decoding) เพื่อการวิเคราะห์ว่าผู้รับสารเข้าใจตรงกันกับผู้ส่งสารหรือไม่ อย่างไร ซึ่งเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของความสำเร็จในการปฏิบัติการเสนาสนเทศ ทั้งนี้ การเลือกใช้การปฏิบัติการเสนาสนเทศผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นค่อนข้างวิเคราะห์ได้ยากต่อความเข้าใจของกำลังพลในฐานะผู้รับสาร ซึ่งปฏิกริยาตอบสนองของสื่อสังคมออนไลน์จะแสดงผ่านการคอมเมนต์ (Comment) หรือการแสดงความรู้สึกผ่านอีโมติคอน (Emoticon) ที่มีอยู่ตามแต่ละรูปแบบ (Platform) ทั้งนี้หากจุดประสงค์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง อาจจะได้ผลลัพธ์แต่การสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ หรือการปลูกฝังอุดมการณ์ทางทหาร ไปยังกำลังพล หรือเพื่อผลลัพธ์ให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกันตามความหมายของการปฏิบัติการเสนาสนเทศนั้นผู้วิจัยเห็นว่าประสิทธิภาพค่อนข้างน้อย

วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์

ด้วยปัจจัยภายนอกของสถานการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคงภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในทุกมิติ และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก ที่ต้องปรับแนวทางให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับกำลังพลในทุกระดับชั้นได้มีการรับรู้ มีความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีอันนำไปสู่การให้ความร่วมมือและมีความพร้อมต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านความมั่นคง ทั้งนี้ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้ PMESII Model (Politics, Military, Economic, Social, Information and Infrastructure : PMESII) หรือทางการเมือง ทหาร เศรษฐกิจ สังคม ข่าวสาร และโครงสร้างพื้นฐาน ในการทำความเข้าใจต่อการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ โดยผู้วิจัยจะขอหยิบยกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิเคราะห์ ดังนี้

ด้านการเมือง (Politics) กล่าวคือ ปัจจุบันการเมืองในระดับโลก ภูมิภาค และระดับประเทศ เต็มไปด้วยความขัดแย้งทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ของ กองทัพบก ซึ่งภายในกองทัพบกหรือหน่วยทหารเองยังมีกำลังพลที่ถูกบิดเบือนข้อมูล ข่าวสารทางการเมือง สร้างความเกลียดชังแก่หมู่คณะ ดังนั้น หากมองถึงโอกาสในการแก้ไข วิกฤตการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น อาจมองได้ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการปฏิบัติการ เสนาสนเทศนั้นเป็นการสร้างความสมัครสมานสามัคคีของคนในชาติผ่านการปลูกฝัง อุดมการณ์ทหารแก่กำลังพลของกองทัพบกในฐานะเป็นฟันเฟืองเล็ก ๆ ในการแก้ไขปัญหา หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

ด้านการทหาร (Military) กล่าวคือ ท่ามกลางการเสริมศักยภาพของมหาอำนาจและมิตร ประเทศด้านการทหาร กองทัพบกเองได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “กองทัพบกภายในปี 2579 จะเป็นกองทัพที่มีศักยภาพ ทันสมัย เป็นที่เชื่อมั่นของประชาชน และเป็นหนึ่งใน กองทัพบกชั้นนำของภูมิภาค” ขณะเดียวกันกองทัพบกไทยและกองทัพบกก็ได้จัดทำ ยุทธศาสตร์ทหาร 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2578) และยุทธศาสตร์กองทัพบก 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่ง ครอบคลุมในส่วนประเด็นยุทธศาสตร์การพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ การเสริมสร้างศักยภาพและความพร้อมของกองทัพเพื่อการป้องกัน การสนับสนุนการ ปฏิบัติภารกิจรักษาความมั่นคงภายใน การสนับสนุนการพัฒนาประเทศและช่วยเหลือ ประชาชน การเสริมสร้างความร่วมมือด้านการทหารกับต่างประเทศ และการพัฒนาการ บริหารจัดการทรัพยากรในการป้องกันประเทศ (วิทยาลัยการทัพบก, 2559) จึงเป็นโอกาส สำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อปฏิบัติการเสนาสนเทศต่อภารกิจ เป้าหมายหรือ วิสัยทัศน์ที่กองทัพบกกำหนดไว้

ด้านเศรษฐกิจ (Economic) กล่าวคือ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในห้วง ที่ผ่านมามีได้สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก โดยหลายภูมิภาคของโลกประสบ ปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีปัจจัยเชิงโครงสร้างที่เป็นปัญหาเรื้อรัง มานาน ซึ่งในส่วนของกำลังพลของกองทัพบกก็เผชิญกับปัญหาหนี้ครัวเรือน โดยเฉพาะ ข้าราชการชั้นผู้น้อย ทั้งนี้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการปฏิบัติการเสนาสนเทศจะมีส่วน สำคัญในการสร้างความเข้าใจต่อการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ อย่างน้อยภายในครัวเรือนของ กำลังพลในสถานการณ์ปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจและการแพร่ระบาดของ COVID-19

ด้านสังคม (Social) กล่าวคือ สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีโครงสร้างแบบหลวม ๆ เป็นสังคมที่มีลักษณะเฉพาะ รักอิสระ ยึดมั่นในสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงาม มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและใช้ชีวิต

อย่างเรียบง่าย ทว่าในปัจจุบันด้วยอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงในโลกโลกาภิวัตน์ที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การคมนาคมสะดวกสบาย และมีการเปลี่ยนค่านิยมในการบริโภค ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำเนินชีวิตบางประการทั้งในเมืองและชนบท ไม่เว้นแม้แต่หน่วยทหารเองที่รับเอาความเปลี่ยนแปลงทางสังคม กระทั่งสร้างผลกระทบต่อกำลังพลในหลาย ๆ ด้าน ดังนั้นจึงเป็นโอกาสสำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการปฏิบัติการเสนาสนเทศเพื่อสะท้อนถึงสังคม/วัฒนธรรมอันดีงามของไทย

ด้านข่าวสาร (Information) กล่าวคือ ปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารถือเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่รัฐจะต้องอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และนโยบายต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงาน รวมทั้งกองทัพเองก็มักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเป็นสื่อการเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ แต่ทว่าท่ามกลางข่าวสารที่สามารถส่งต่ออย่างง่ายดาย รวดเร็ว กลับปรากฏข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง ไม่ผ่านการตรวจสอบ/กลั่นกรอง ดังนั้นการปฏิบัติการเสนาสนเทศด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภายในกองทัพบก จะเป็นการตอบโจทยในการตรวจสอบ/กลั่นกรองว่าข่าวสารที่รับนั้นถูกต้องหรือไม่ อย่างไร โดยเฉพาะการดำเนินงานของกองทัพบกตามแนวนโยบายของรัฐบาล

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) กล่าวคือ ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งรัฐบาลมุ่งเน้นพัฒนาและการลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพสูงเพื่อเอื้อต่อการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน โดยเฉพาะเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ปัจจุบันเป็นไปอย่างก้าวกระโดด ทำให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และในหลายครั้งก็มีการเสนอข่าวลวง (fake news) ที่สร้างความเสื่อมเสียแก่ประเทศชาติ รัฐบาล และกองทัพบก ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการปฏิบัติการเสนาสนเทศในด้านโครงสร้างพื้นฐานจะมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้รับรู้เป็นที่ประจักษ์

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก เพื่อเป้าหมายสูงสุดในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ หรือแม้กระทั่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง เพื่อให้กำลังพลทุกระดับชั้นเป็นกระบอกเสียงแก่องค์กรในการทำความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนการปลูกฝังอุดมการณ์ทหาร ส่งผลให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน

แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ปัจจุบันในยุคสื่อสังคมออนไลน์ การเข้าถึงข้อมูลสื่อออนไลน์หรือสื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อต่าง ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ได้สะท้อนถึงความท้าทายของการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของการปฏิบัติการเสนาสนเทศทั้งในลักษณะของกระบวนการสื่อสาร (Communication process) ทางเลือกทางยุทธศาสตร์ที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินการ ดังนี้

วิเคราะห์ทางเลือกทางยุทธศาสตร์

แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์

ที่ผ่านมาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานราชการอาจมีข้อจำกัด เพราะหน่วยงานราชการจะต้องกำหนดบทบาทของตนว่าหน่วยงานของตนอยู่ในตำแหน่งใดของสังคมออนไลน์ โดยหากกำหนดระดับความเป็นทางการในการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ไว้สูง โอกาสที่จะมีการเข้าถึงของผู้ใช้จะน้อยลงด้วย แต่หากกำหนดระดับความเป็นทางการในการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ไว้ในระดับที่ต่ำ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานก็จะลดลงตามไปด้วย ในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในหน่วยงานรัฐ จะต้องรักษาระดับระหว่างการใช้ประโยชน์ การให้ข้อมูล และความเป็นกลาง (ทางการเมือง) ในกรณีที่ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นประเด็นร้อน บางครั้งจะต้องอธิบาย หรือแก้ไขความถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง (แสงเดือน ผ่องพุด, 2556) อย่างไรก็ตาม ในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการสื่อสารของหน่วยงานราชการ จำเป็นจะต้องมีการดำเนินการเพื่อให้การสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาใช้นั้น เป็นการสื่อสารสองทางที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายและได้รับข่าวสารที่ถูกต้อง ทันสมัย มีความเป็นกลาง และตรวจสอบได้อย่างแท้จริง

แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก

ปัจจุบันกองทัพบก (กรมยุทธการทหารบก, 2562) ได้จัดทำแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบกขึ้นเพื่อให้คำแนะนำในการเผยแพร่ข้อมูลทั้งที่เป็นของหน่วยราชการภายในกองทัพบกและของกำลังพล ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในทุกช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อห้ามในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ

กองทัพบก และมาตรการรักษาความปลอดภัยมิให้ข้อมูลข่าวสารทางราชการรั่วไหล ทั้งนี้ กำลังพลจำเป็นต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างระมัดระวัง เช่น ห้ามเผยแพร่ข้อมูลที่มีเนื้อหา พาดพิงหรือส่งผลกระทบต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ หรือข้อมูลที่กระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวจะต้องอยู่ในกรอบของระเบียบ/กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่ละเมิดหรือวิจารณ์ในทางที่ไม่เหมาะสม ด้วยลักษณะเช่นนี้เอง ผู้วิจัยมองว่า หากนำแนวทางดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ต่อการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบก ก็จะสามารถลดปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกำลังพลได้

การนำกระบวนการในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: STRATCOM) มาประยุกต์ใช้

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ วิธีการกระจายของสื่อ ทำให้การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในสภาวะแวดล้อมของการสื่อสารมีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้อิทธิพลที่เป็นผลมาจากกิจกรรมของรัฐบาลส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของประชาชนได้อย่างเข้าถึงและรวดเร็วมากขึ้นด้วย ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างดำรงความน่าเชื่อถือและอิทธิพลของชาติ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงจำเป็นต้องวางยุทธศาสตร์การสื่อสาร (Communication Strategy) เพื่อช่วงชิงการเสนอข่าวสารอย่างเป็นลำดับขั้นตอน และสอดคล้องในทุกกิจกรรมที่สามารถสื่อไปยังเป้าหมายผู้รับข่าวสารที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจำเป็นต้องอาศัยทั้งขีดความสามารถ การสนองตอบ และกระบวนการในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: STRATCOM) ที่รวดเร็วทันต่อสถานการณ์ รวมถึงการปฏิบัติงานในมิติด้านการป้องกันประเทศ หรือการปฏิบัติการทางทหารนั้นได้ให้ความสำคัญกับพลังอำนาจในการสื่อสารต่อสาธารณะและการสื่อสารในเวทีต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะเรื่องที่มีผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติและการรับรู้ของตัวแสดงที่มีผลต่อความขัดแย้งในผลประโยชน์ รวมถึงสังคมนานาชาติ เพื่อให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเพื่อให้ชาติเกิดความมั่นคงปลอดภัยท่ามกลางมรสุมแห่งความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในโลกปัจจุบัน (ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 2559, น. 9)

อย่างไรก็ตาม หลักการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Principle of STRATCOM) นั้นประกอบไปด้วย 11 ประการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของปรัชญาการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ที่ได้จากการศึกษาอย่างมีระบบ ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแนวทางการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ของกองทัพไทย (Development of Strategic Communication (STRATCOM) Guidelines for Royal Thai Armed Forces)” โดยศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ (2559, น. 26 - 33) ได้แก่

1) การขับเคลื่อนด้วยผู้นำหรือภาวะผู้นำ (Leadership-Driven) 2) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 3) ความเข้าใจ (Understanding) 4) การสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Dialogue) 5) ความแพร่หลาย (Pervasiveness) 6) ความมีเอกภาพในความพยายาม (Unity of Effort) 7) การมุ่งติดตามผลลัพธ์ (Results Base) 8) การตอบสนอง (Responsiveness) 9) ความต่อเนื่อง (Continuity) 10) ความไว้วางใจ (Trust) และ 11) การเตรียมความพร้อม (Readiness)

ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการนำกระบวนการในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: STRATCOM) มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้การดำเนินการเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Effectiveness) โดยเป้าหมาย แนวความคิด และวิธีการดำเนินการเกี่ยวกับการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: STRATCOM) จะให้ความสำคัญกับเป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมาย และจะถูกอธิบายไว้ในยุทธศาสตร์เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยอาจมีการปรับเปลี่ยนแนวความคิด และเป้าหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในห้วงเวลานั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือสิ่งนี้เป็นธรรมชาติทางพลวัตของยุทธศาสตร์ ส่วนปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ จำเป็นต้องอาศัยการผสมผสานกันระหว่างยุทธศาสตร์ที่มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ การมีส่วนร่วม การใช้ช่องทางในการสื่อสาร การเลือกข้อมูล การสร้างข้อความอย่างมีทักษะ และความชำนาญของการดำเนินการสื่อสารตามจังหวะเวลาที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้สามารถส่งข้อความไปถึงผู้รับสาร และทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจ จนกระทั่งส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมนำไปสู่การรักษามูลประโยชน์แห่งชาติได้ (ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 2559, น. 53)

การดำเนินการภายใต้แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและวาทศิลป์ของการเผยแพร่ อย่างไรก็ตามในส่วนของแนวคิดการสื่อสารที่ส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้น จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและวาทศิลป์ของการเผยแพร่ ซึ่ง อรรถพรณ ปลันธโนวาท (2542, น. 1 - 3) ได้อธิบายถึงลักษณะสำคัญของการโน้มน้าวใจ ว่าหมายถึงการที่ผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งทางเลือก และผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงใจให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจยอมรับทางเลือกที่ตนเองเสนอ ทั้งนี้ก็เพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้าง หรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่น ได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น ทั้งนี้ การจะให้การโน้มน้าวใจสำเร็จได้ต้องอาศัยองค์ประกอบทั้งสองส่วน คือจากผู้รับสารและผู้ส่งสารซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้ายขององค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสารตามภาพข้างต้น อย่างไรก็ตาม สอดคล้องกับ

ที่ Littlejohn (2002) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม โดยเชื่อว่าความจริงถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่ม ชุมชน และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมองว่า การสื่อสารเป็นสิ่งที่ทำให้กระบวนการที่ความจริงทั้งหมดถูกสร้างขึ้นมา ซึ่งเมื่อมองในมิติของการสื่อสารเปรียบเสมือนเป็นการตั้งคำถามว่ามีการสร้างความจริงขึ้นมาอย่างไรจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้คนมากมาย ดังนั้น สิ่งที่จะถูกวิเคราะห์ในกระบวนการสร้างความเป็นจริงทางสังคมมาจากการปฏิสัมพันธ์กันในสังคม จึงได้แก่ ความคิด ค่านิยม เรื่องเล่า สัญลักษณ์ความหมาย สถาบัน ฯลฯ ที่ใช้ในการสร้างความเป็นจริงในสังคม

สำหรับประเด็นวาทศิลป์ของการเผยแพร่ นั้น Sandy Edward Green Jr (2004) ได้อธิบายถึงวาทศิลป์ หมายถึงศิลปะในการใช้ถ้อยคำสำนวนโวหารให้ผู้ฟังประทับใจ ซึ่งในขณะที่เกิดการเผยแพร่จากการปฏิบัติของผู้กระทำและการใช้วาทศิลป์ในการโน้มน้าวนั้น การโน้มน้าวที่มีประสิทธิผลจะต้องมีการหาเหตุผลแบบความสมเหตุสมผล โดยที่ประเภทของการหาเหตุผลต้องประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) Pathos (ความเห็นอกเห็นใจ) หรือการสร้างความรู้สึกร่วมกันให้ผู้รับสารในระหว่างการสื่อสารนั้น ๆ หรืออารมณ์ร่วมที่ผู้โน้มน้าวต้องมีร่วมกับผู้ที่ถูกโน้มน้าว นัยว่าเขาเป็นใคร เขาคาดหวังอะไร เขาต้องการอะไร และเขาจะมีความรู้สึกต่อเรื่องนี้อย่างไร 2) Logos (ความเป็นเหตุเป็นผล) หรือการที่ข้อมูลและสิ่งที่ผู้โน้มน้าวกำลังนำเสนอเป็นเหตุเป็นผล น่าเชื่อถือ และแสดงความคิดเชิงตรรกะ หรือความสามารถในการคำนวณวิธีการและผลลัพธ์ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และ 3) Ethos (ความน่าเชื่อถือของผู้พูด) หรือการหาเหตุผลที่กระทบต่อความรู้สึกเชิงจริยธรรมและอุดมการณ์ คุณลักษณะหรือความน่าเชื่อถือของผู้พูด เพื่อดูว่าผู้สื่อสารนั้นเป็นคนที่เหมาะสมในการที่พูดหรือนำเสนอเรื่องราวนี้ ๆ หรือไม่

วิเคราะห์แนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา

จากการนำเสนอข้อมูลที่กล่าวมานั้น สิ่งที่สำคัญขึ้นต้นในการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จำเป็นต้องคำนึงถึงการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มาแทนที่การสื่อสารแบบเดิม หรือในลักษณะของการสื่อสารด้านเดียว (One-way Communication) แก่กำลังพล ทั้งนี้ในเมื่อโลกยุคใหม่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้รับสาร (Receiver) มีการตอบสนอง และมีปฏิกริยาป้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร (Sender) สามารถโต้ตอบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้นั้น แนวทางใหม่ที่จะสามารถแก้ปัญหาหรือเสริมศักยภาพ/ขีดความสามารถในการปฏิบัติการ คือ การจะต้องมีชุดข้อมูลที่ตรงกันในการสื่อสาร และชุดข้อมูลเหล่านั้นจะต้องเป็นทางการ ผ่านการคัดกรองจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามลำดับชั้น เพื่อให้สิ่งที่ต้องการสื่อออกไป ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร ข้อมูล และเนื้อหาสาระ (Message) ในรูปของข้อเท็จจริง

ความคิดเห็น ทักษะคน และ การชักชวน จะต้องไม่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการโจมตี กองทัพบกและรัฐบาล ซึ่งแน่นอนว่าแม้การหลีกเลี่ยงประเด็นดังกล่าวนี้จะเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก หากแต่จะต้องหวนกลับไปวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์มาประกอบอย่างรอบด้านตามที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วในประเด็น PMESII Model ทั้งนี้ หากเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวข้องกับ การเสริมสร้างทักษะคน การปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติ หรือ ประเด็นอื่น ๆ อาจจะต้องใช้สื่อในลักษณะคลิปวิดีโอขนาดสั้นที่เน้นการโน้มน้าวโดยอาศัยแนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและวาทศิลป์ของการเผยแพร่มาประกอบการดำเนินการ

บทที่ 3

บทอภิปรายผล

จากบทวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอทั้งในส่วนของรูปแบบ/แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนะของกองทัพบก ที่ผู้วิจัยใช้แนวคิด/ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication) ในด้านองค์ประกอบพื้นฐานการสื่อสาร (Communication Process) มาทำความเข้าใจ พบว่าในองค์ประกอบดังกล่าวนั้น ผู้บังคับบัญชาหรือผู้เกี่ยวข้องทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (Sender) มีความประสงค์จะส่งข่าวสาร ข้อมูล และเนื้อหาสาระ (Message) ในรูปของข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทศนคติ และการชักชวนไปยังกำลังพลทุกระดับชั้นที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งการปฏิบัติการเสนาสนะแบบเดิมไม่ได้มุ่งเน้นผ่านสื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) แต่ทว่าการปฏิบัติการเสนาสนะของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ แน่นนอนว่าสื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) เป็นสิ่งสำคัญในฐานะเครื่องมือการสื่อสารในยุคสื่อสังคมออนไลน์

กระนั้นเอง กองทัพบกเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมแนวความคิดและขยายวิธีการสื่อสารที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้ผู้อื่นในฐานะผู้รับสาร (Receiver) ได้รับความรู้ เข้าใจ และติดตามสิ่งที่ผู้ส่งสาร (Sender) ต้องการนำเสนอ จึงทำให้การนำสื่อสังคมออนไลน์ในหลายรูปแบบ (Platform) กลายเป็นหนึ่งในทางเลือกใหม่ของการปฏิบัติการเสนาสนะในยุคปัจจุบันก็ว่าได้ ซึ่งในขณะที่การปฏิบัติการเสนาสนะเปลี่ยนแปลงไปตามที่กล่าวข้างต้นนั้น ส่งผลให้เกิดปัญหาและอุปสรรคบางประการต่อการดำเนินการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากการสื่อสารด้านเดียว (One-way Communication) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้รับสาร (Receiver) สามารถโต้ตอบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือที่เรียกว่าปฏิกริยาป้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การมีชุดข้อมูลที่เป็นทางการในการสื่อสาร ผ่านการคัดกรองจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามลำดับชั้น จะช่วยเสริมศักยภาพ/ขีดความสามารถในการปฏิบัติการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการป้องกันมิให้การนำสิ่งที่สื่อออกไป ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร ข้อมูล และเนื้อหาสาระ (Message) ในรูปของข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทศนคติ และการชักชวน ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการโจมตีกองทัพบกและรัฐบาลจากกลุ่มผู้ไม่หวังดี

อย่างไรก็ตาม แนวทางที่ผู้วิจัยได้กล่าวมานั้น หน่วยงานด้านกิจการสาธารณะของกองทัพสหรัฐอเมริกา (U.S. Army, Office of the Chief of Public Affairs : OCPA) ได้จัดทำ “คู่มือสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพสหรัฐอเมริกา” (U.S. Army Social Media Handbook) (2011) ซึ่งนอกเหนือจากการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานภายในกองทัพสหรัฐและกำลังพลแล้ว สิ่งสำคัญที่คู่มือดังกล่าวนี้ระบุถึง นั่นก็คือ มาตรฐานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Standards) ที่กล่าวถึงการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บังคับบัญชาในฐานะผู้ส่งสาร (Sender) ที่อาจจะนำไปสู่การโต้ตอบ การแสดงความคิดเห็น หรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้รับสาร (Receiver) โดยเฉพาะการเข้าถึงดุลยพินิจ ทศนคติ หรือการแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีอาชีพ โดยสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้การใช้งานของผู้บังคับบัญชาควรได้รับการจำแนกอย่างชัดเจน และเป็นทางการ หรือแม้กระทั่งการจัดตั้งรูปแบบ (Platform) เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกองทัพจะต้องปฏิบัติอย่างระมัดระวัง เนื่องจากสิ่งที่สื่อสาร (Message Content) นั้นจะถูกบันทึกในโลกออนไลน์และแพร่ขยายในวงกว้าง ซึ่งแน่นอนว่าหากเป็นประเด็นที่สุ่มเสี่ยงต่อการทำลายภาพลักษณ์ของกองทัพก็ จะถูกนำไปใช้ประโยชน์จากกลุ่มผู้ไม่หวังดีได้

ทั้งนี้ สารัตถะที่ระบุใน “คู่มือสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพสหรัฐอเมริกา” (U.S. Army Social Media Handbook) นอกจากจะสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยได้พยายามเชื่อมโยงถึง ข้อควรระมัดระวังเกี่ยวกับการรับมือในการสื่อสารลักษณะแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้รับสาร (Receiver) มีปฏิกริยากลับไปยังผู้ส่งสาร (Sender) แล้ว ผู้วิจัยยังเห็นว่า การลดทอนช่องว่างของปัญหาที่จะเกิดขึ้นในแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร (Communication process) ถือเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาทั้ง ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ กล่าวคือ ต้นน้ำ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) หรือผู้บังคับบัญชา/ผู้ทำหน้าที่คัดเลือกข้อมูลข่าวสาร (Message Content) สื่อสารไปยังกำลังพลจะต้องคำนึงถึงแนวทางการนำมาประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์และแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก ซึ่งตรงนี้จะครอบคลุมถึงสาร (Message) และสื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) ทั้งนี้สำหรับเทคนิคและกระบวนการนั้น ควรนำกระบวนการในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: STRATCOM) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้การดำเนินการเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Effectiveness) โดยที่เป้าหมายแนวความคิด และวิธีการ จะให้ความสำคัญกับเป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมายในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยอาจมีการปรับเปลี่ยนแนวความคิด และเป้าหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในห้วงเวลานั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสื่อสารนั้นจำเป็นต้องอาศัยการผสมผสานกันระหว่างยุทธศาสตร์ที่มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ การมีส่วนร่วม การใช้ช่องทางในการสื่อสาร การเลือกข้อมูลหรือประเด็นอย่างมีทักษะ และความชำนาญของการดำเนินการสื่อสารตามจังหวะเวลาที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ผนวกกับการดำเนินการภายใต้แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและวาทศิลป์ของการเผยแพร่ ที่ค้ำประกันว่าการโน้มน้าวจะมีประสิทธิผลได้นั้นต้องมีการหาเหตุผลแบบความสมเหตุสมผล โดยที่ประเภทของการหาเหตุผลต้องประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) Pathos (ความเห็นอกเห็นใจ) 2) Logos (ความเป็นเหตุเป็นผล) และ 3) Ethos (ความน่าเชื่อถือของผู้พูด) ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้สามารถนำย้อนกลับวิเคราะห์ปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) ของผู้รับสาร (Receiver) เพื่อประโยชน์ในการประมวลผลการวิเคราะห์อีกครั้ง ซึ่งในส่วนนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับประเด็นที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างทัศนคติ การปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติ หรือประเด็นอื่น ๆ ภายใต้การนำเสนอผ่านสื่อในลักษณะคลิปวิดีโอขนาดสั้นที่เน้นการโน้มน้าว

ขณะเดียวกันในส่วนการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ ตามที่ผู้วิจัยได้หยิบยก PMESII Model (Politics, Military, Economic, Social, Information and Infrastructure : PMESII) หรือทางการเมือง ทหาร เศรษฐกิจ สังคม ข่าวสาร และโครงสร้างพื้นฐาน มาประกอบสร้างองค์ความรู้ สิ่งสำคัญประการหนึ่งก็เพื่อให้เกิดกระบวนการกลั่นกรองของสาร (Message) ที่ผู้ส่งสาร (Sender) จำเป็นต้องหยิบยกมาดำเนินการปฏิบัติการเสนาสนะตามระดับความสำคัญ สอดคล้องกับสถานการณ์/บริบททางสังคมที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีอันนำไปสู่การให้ความร่วมมือและมีความพร้อมต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในฐานะที่กำลังพลทุกคนเป็นเสมือนฟันเฟืองเล็ก ๆ ของกองทัพ

บทที่ 4

บทสรุป

การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ถือเป็นประเด็นสำคัญในการปฏิบัติของหน่วย อันนำไปสู่จุดมุ่งหมายในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร หรือการปลูกฝังอุดมการณ์ทางทหารไปยังกำลังพลทุกระดับชั้น เพื่อให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐบาลและผู้บังคับบัญชาที่มุ่งหวังให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ดังนั้น ด้วยสถานะของการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีการใช้สื่อรูปแบบ (Platform) ต่าง ๆ มาสนับสนุนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงนำไปสู่การทำ ความเข้าใจต่อการศึกษาแนวทางที่เหมาะสมและคำนึงถึงปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น ซึ่งการทำความเข้าใจแรกสุด คือการหวนกลับไปทบทวนกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) เพื่อให้เห็นถึงขั้นตอนต่าง ๆ ของการปฏิบัติการเสนาสนเทศ เสมือนเป็นการถอดรหัส (decoding) ที่แฝงฝังอยู่ภายในกระบวนการ แล้ววิเคราะห์ปัญหา/อุปสรรค เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง อีกทั้งในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความผันผวน/เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงเป็นประเด็นที่ท้าทายต่อการปฏิบัติการดังกล่าวให้สัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์อย่างถูกต้องเหมาะสม หรือแม้กระทั่งการคำนึงถึงการใช้งานของสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่กองทัพบกกำหนดไว้ จะเป็นตัวช่วยสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด

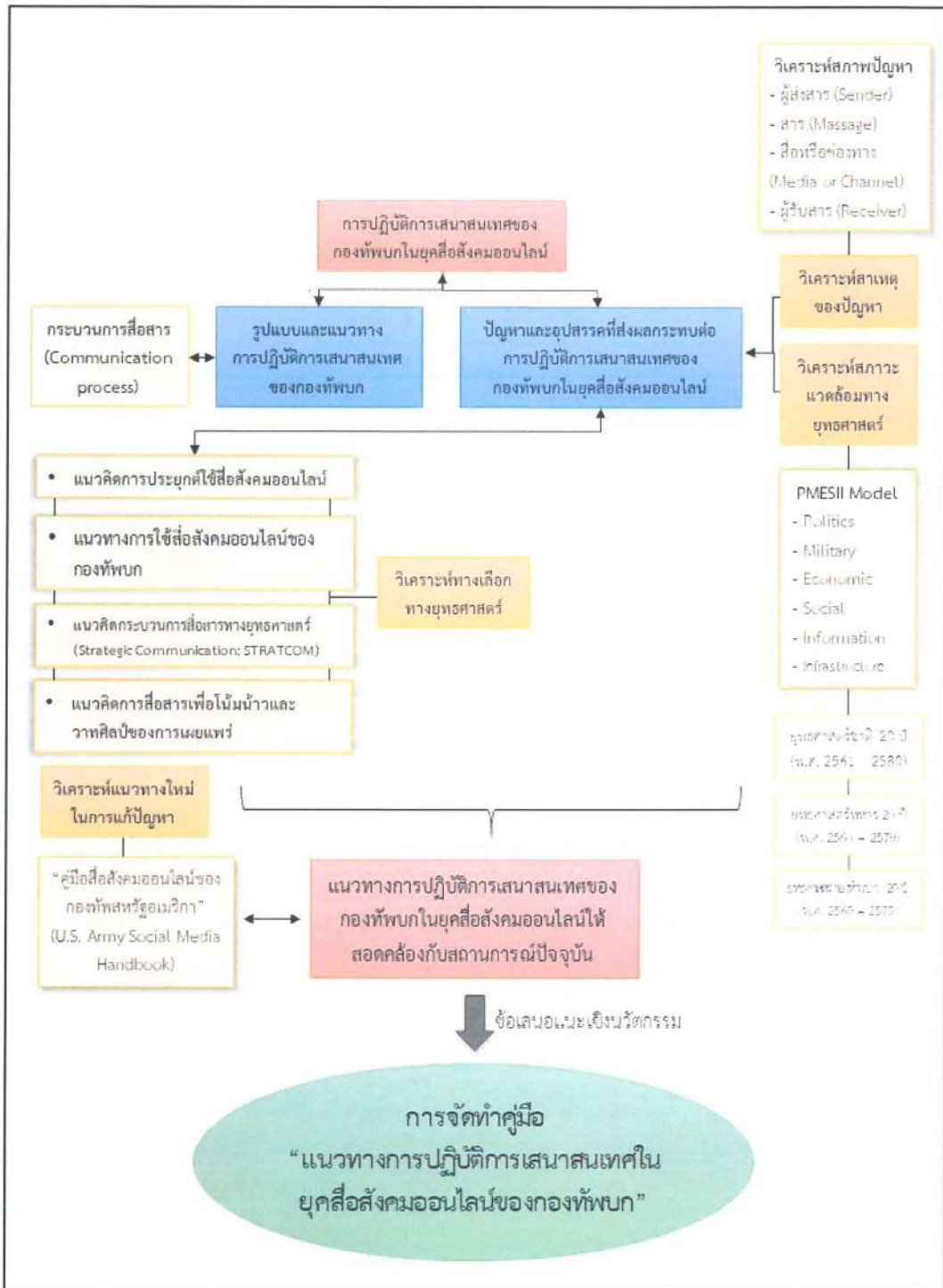
ทว่า ในส่วนการมุ่งเน้นการทำความเข้าใจแก่กำลังพลภายในกองทัพบก สามารถนำกระบวนการในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์และการดำเนินการภายใต้แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าว/วาทศิลป์ของการเผยแพร่มาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีความน่าเชื่อถือ และช่วยให้การสื่อสารภายใต้ความท้าทายของสถานการณ์/บริบทสังคมปัจจุบัน ประสบผลสำเร็จ เพื่อเป้าหมายสูงสุดในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในประเด็นที่สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ หรือแม้กระทั่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง เพื่อให้กำลังพลทุกระดับชั้นเป็นกระบอกเสียงแก่องค์กรในการทำ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนการปลูกฝังอุดมการณ์ทหาร ส่งผลให้เกิดทัศนคติและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์” ผู้วิจัยเห็นว่า สิ่งสำคัญที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติการเสนาสนเทศของกองทัพบกในยุคสื่อสังคมออนไลน์นั้น เห็นสมควรให้มีการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับ “แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก” เพื่อให้หน่วยต่าง ๆ ภายในกองทัพบกใช้เป็นกรอบการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้ง กองทัพบกควรมีสื่อหรือช่องทางเฉพาะที่ใช้ในการสื่อสารโดยตรงกับกำลังพล มีการลงทะเบียนยืนยันตัวตนผ่านคำแนะนำการสมัครเข้าใช้งานหรือจากคู่มือการใช้งานข้างต้น และมีช่องทางให้กำลังพลสามารถสอบถาม/ให้ข้อเสนอแนะได้กรณีศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกำลังพล ขณะเดียวกันในส่วนผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ในการส่งสารควรมีสารที่เป็นชุดข้อมูลของข้อความที่ตรงกัน กรณีที่ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ส่งข้อความเองจะต้องรับผิดชอบต่อข้อความนั้น ทั้งนี้ ในคู่มือการใช้งานอาจจะมีคำแนะนำในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้บังคับบัญชาเพื่อเป็นการแก้ปัญหาทั้งสองส่วน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการศึกษาค้นคว้าที่นำไปสู่การจัดทำคู่มือหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ “แนวทางการปฏิบัติการเสนาสนเทศในยุคสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก” อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบก กำหนด ผนวกกับการใช้รูปแบบการวิจัยในลักษณะการสนทนากลุ่ม (Focus group) ของหน่วยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การเปิดรับความคิดเห็นจากหน่วยปฏิบัติสามารถสะท้อนปัญหาข้อขัดข้องได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 4.1 แผนผังสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

เอกสารอ้างอิง

- กรมยุทธการทหารบก. (2562). *แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก.* (ม.ป.ท.).
- กองสารสนเทศการวิจัย สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพบก. (2557). *ฐานข้อมูลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ทางทหาร.* สืบค้นจาก http://www.arδοthailand.com/ardodb2011/ccontentsview.php?Ccont_ID=350.
- จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และบาทยัน อิ่มสำราญ. (2550). *ภาษากับการสื่อสาร.* นครปฐม: ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชาย โปธิสิตา. (2562). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นักศึกษาวิทยาลัยเสนาธิการทหาร รุ่นที่ 57 และคณะ. (ม.ป.พ.). *ยุทธศาสตร์ทหาร 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2578.* (ม.ป.ท.).
- นักศึกษาหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ชุดที่ 64. (2563). *ยุทธศาสตร์กองทัพบก พ.ศ. 2563.* (ม.ป.ท.).
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร,* 31(4), 99-104.
- ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580. (13 ตุลาคม 2561). *ราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศ ราชกิจจานุเบกษา.* 135(82 ก).
- ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. (2559). *คู่มือการสื่อสารทาง ยุทธศาสตร์ของกองทัพไทย.* กรุงเทพฯ: กองศึกษาวิจัยทางยุทธศาสตร์และความมั่นคงศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2541). *การสื่อสารกับการเมือง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ประสิทธิ์ภัณฑ์ แอนด์ พริ้นติ้ง.
- แสงเดือน ผ่องพุ่ม. (2556). สื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้. *วารสาร สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา,* 3 (20), 1-19.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Lamb, H. a. M. (1992). *Principle of Marketing*. Cincinnati, Ohio: South- Western Publishing.

Sandy Edward Green Jr. (2004). A Rhetorical Theory of Diffusion. *Academy of Management*, 29 (4), 650-699.

U.S. Army, Office of the Chief of Public Affairs. (2011). *U.S. Army Social Media Handbook*. USA: Office of the Chief of Public Affairs.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ	พันเอก ภิศเดช รักการดี
วัน เดือน ปีเกิด	17 กุมภาพันธ์ 2519
ประวัติสำเร็จการศึกษา	
พ.ศ. 2537	โรงเรียนเตรียมทหาร รุ่นที่ 35
พ.ศ. 2542	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
พ.ศ. 2550	วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA, USA
พ.ศ. 2551	หลักสูตรหลักประจำ โรงเรียนเสนาธิการทหารบก ชุดที่ 88

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2545 - 2549	ผู้บังคับกองร้อยทหารช่างสนาม กองพันทหารช่างที่ 201
พ.ศ. 2549 - 2550	ผู้บังคับกองร้อยทหารช่างก่อสร้าง กองพันทหารช่างที่ 202
พ.ศ. 2554 - 2555	หัวหน้าฝ่ายแผนและโครงการ กองพลพัฒนาที่ 2
พ.ศ. 2555 - 2558	หัวหน้าฝ่ายส่งกำลังบำรุง กองพลพัฒนาที่ 2
พ.ศ. 2558 - 2560	ผู้บังคับกองพันทหารช่างที่ 201
พ.ศ. 2560 - 2561	เสนาธิการกรมทหารช่างที่ 2
พ.ศ. 2561 - 2562	รองเสนาธิการกองพลพัฒนาที่ 2

ตำแหน่งปัจจุบัน

พ.ศ. 2562 - 2564	รองผู้บังคับการกรมทหารช่างที่ 2
------------------	---------------------------------

