

แนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในประเทศ
ของสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

นาวาเอก สูงศักดิ์ อัครปรีดี
ผู้อำนวยการกอง สำนักงานเลขานุการ
สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

วิทยาลัยการทัพบก

กันยายน 2566

เอกสารวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในประเทศ
ของสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

โดย นาวาเอก สูงศักดิ์ อัครปรีดี

อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอก ชนะชัย พลเตชา

วิทยาลัยการทัพบก อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ปีการศึกษา 2566 และเห็นชอบให้เป็นเอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ระดับ **ดีมาก**

พลตรี

(นภาพงษ์ ชันดี)

ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก

คณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล

พันเอก

(ชนะชัย พลเตชา)

ประธานกรรมการ

พลโท

(ทวี สุตจิตร)

ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา

พันเอก

(ชยตรา ใฝ่ล้อม)

กรรมการ

พันเอกหญิง

(ธนิตา วงษ์จินดา)

กรรมการ

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย	นาวาเอก สูงศักดิ์ อัครปรีดี
เรื่อง	แนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในประเทศ ของสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
วันที่	6 กันยายน 2566 จำนวนคำ : 9555 จำนวนหน้า : 31
คำสำคัญ	การผลิตสื่อ, ความมั่นคงในประเทศ, สำนักงานปลัดกระทรวง กลาโหม
ชั้นความลับ	ไม่มีชั้นความลับ

สถานการณ์ความขัดแย้งทางแนวคิดของประชาชนในประเทศ จากการเริ่ม
ชุมนุมทางการเมือง การใช้ข้อความในเชิงต่อต้านการปฏิบัติงานของสถาบันด้านความ
มั่นคงตามสื่อ Social Network นับเป็นความท้าทายในการพัฒนาการผลิตสื่อ เพื่อปรับ
แนวคิดในการสร้างความสามัคคี และการรับรู้ให้กับประชาชนที่เป็นรูปธรรมชัดเจน
ส่งผลต่อการรักษาความมั่นคงของประเทศในระยะยาว การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์
เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ตลอดจนกำหนดแนวทางพัฒนาการผลิตสื่อ
ด้วยเนื้อหาที่เหมาะสม รวมถึงการบูรณาการการใช้สื่อให้เต็มประสิทธิภาพ สอดรับกับ
ช่องทางการเผยแพร่ในยุคปัจจุบัน สร้างการรับรู้ของประชาชนให้เป็นไปในทิศทาง
เดียวกัน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยที่นำไปสู่การพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความ
มั่นคง คือ การสร้างองค์ความรู้เพื่อผลิตเนื้อหาสื่อที่น่าสนใจตามสถานการณ์ความขัดแย้ง
ในรูปแบบต่าง ๆ การสร้างนวัตกรรมให้เกิดระบบบริการสื่อที่สอดคล้องกับสถานการณ์การ
ใช้สื่อสมัยใหม่ การบูรณาการงานสื่อของหน่วยงานด้านความมั่นคงเพื่อความหลากหลาย
สามารถนำเสนอข้อเท็จจริงและป้องกันข้อบกพร่องจากการถูกตอบโต้ รวมถึงการสร้าง
การรับรู้ให้กับประชาชนผ่านการใช้สื่อเป็นตัวกลาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผน
แม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคงในอนาคต

ABSTRACT

AUTHOR: SPECIAL CAPTAIN SOONGSAK AKKARAPREDEE

TITLE: Guidelines for Developing Media Production to Build Confidence for All Personnel of Office of The Permanent Secretary for Defence

DATE: 6 September 2023 **WORD COUNT :** 9555 **PAGES :** 31

KEY TERMS: Media Production, National Security, Office of The Permanent Secretary for Defence

CLASSIFICATION: Unclassified

The conflicting ideas of the people in our country had been causing by political rallies that used messages against the operation of security institutions on various social networks. It is a challenge in media production development to adjust the concept. For building unity and building awareness among the people in a concrete way by showing clarity and affecting the security of our country, especially over a long period of time. This research was developed to support the objectives of studying problems, obstacles, and guidelines to develop media production with appropriate content. Including the integration of media dissemination with maximum efficiency by using current dissemination channels to create public awareness in the same direction. The research found that the factors leading to the development of media production were designed to strengthen stability, meaning building knowledge to produce interesting media content according to conflict situations in various forms. It is a good innovation to create a media service system that is in line with the modern media usage situation. There is an integration of the media work of security agencies to create diversity in presenting facts and preventing conflicts. In this regard, the media will be used as a passageway between the communicator and the people who receive the message to create awareness among the public to achieve the objectives of the master plan under the national strategy on future security issues.

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากวิทยาลัยการทัพบก ที่คณาจารย์ทุกท่านได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย และยังได้รับเกียรติจาก พลโท ทวี สุดจิตร์ ผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม มาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจาก พลตรี ฌกาจ ชันตี ผู้บัญชาการ วิทยาลัยการทัพบก และคณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคลทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พันเอก ชนะชัย พลเดชา อาจารย์ที่ปรึกษาเอกสารวิจัยส่วนบุคคล รวมถึง พันเอก ชยุตรา ฝั่ล้อม และพันเอกหญิง ธนิตา วงษ์จินดา ที่ได้ช่วยให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และช่วยปรับเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ครอบคลุมในประเด็นที่ศึกษา ทำให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ในเนื้อหา เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของทางราชการ

ความสำเร็จของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ที่ให้โอกาสเข้ารับการศึกษา ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษา ข้าราชการ และครอบครัว ที่ช่วยสนับสนุนในการศึกษา หลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ชุดที่ 68 หวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสื่อเพื่อสนับสนุนงานด้านความมั่นคงให้กับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต่อไป

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
วิธีการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
บทที่ 2 บทวิเคราะห์	6
การจำแนกชนิดของสื่อในการใช้ประโยชน์ด้านความมั่นคง	6
ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อความมั่นคง	8
แนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคง	14
บทที่ 3 บทอภิปรายผล	26
ข้อมูลสนับสนุนการวิจัย	26
บทที่ 4 บทสรุป	30
สรุปผลการวิจัย	30
ข้อเสนอแนะการวิจัย	30
เอกสารอ้างอิง	
ภาคผนวก	
ประวัติผู้วิจัย	

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) อันเป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทย เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง”¹ คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติได้จัดทำแผนแม่บทด้านต่าง ๆ โดยใน “แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคง” เป็น 1 ใน 6 ยุทธศาสตร์ชาติ ที่จะต้องดำเนินงาน² ซึ่งหน่วยงานหนึ่งของรัฐบาลที่มีบทบาทหน้าที่ในการรักษาความมั่นคงของประเทศคือกระทรวงกลาโหม (กห.) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม (รมว.กห.) จึงได้กำหนดนโยบายเร่งด่วน ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติตามแผนระดับที่ 3 ด้านความมั่นคง (พ.ศ. 2566 - 2570) รวมถึงสนับสนุนให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานของกองทัพ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของทหาร ด้วยการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม³ และด้วยแนวทางดังกล่าว สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (สป.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีพันธกิจในด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงของ กห.⁴ ที่มีปลัดกระทรวงกลาโหม (ปล.กห.) เป็นหัวหน้าส่วนราชการ จึงได้วางกรอบแนวทางในการจัดทำแผนนโยบายให้สอดคล้องกับแผนแม่บทประเด็นความมั่นคงฯ ตามระยะเวลาที่กำหนด⁵ และมีกองทัพไทย (ทท.) โดยเฉพาะกองทัพบก (ทบ.) ซึ่งเป็นกำลังหลักของ ทท. ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2565 โดยมุ่งหวังให้ประชาชนมีจิตสำนึกหวงแหน การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข⁶ ทำให้สถานการณ์ด้านความสงบภายในประเทศเป็นไปด้วยความเรียบร้อยมาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ความสงบเรียบร้อยนี้ กลับมีสถานการณ์ความขัดแย้งทางแนวคิดของประชาชนในประเทศ ที่เริ่มก่อตัวขึ้นนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จากการเริ่มชุมนุมทางการเมืองตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ โดยเฉพาะเหตุการณ์การเข้าใกล้ ขบวนเสด็จบริเวณนางเลิ้งของกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองในปี พ.ศ. 2563 การโพสต์

ข้อความไปในทางเสื่อมเสียเหน็บแนม ทับถมในความผิดพลาดกับการปฏิบัติงานของทหารและจิตอาสาตามสื่อ Social Network ลามไปถึงการดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ จน Website หน่วยงานราชการต้องปิดกั้นไม่ให้บุคคลทั่วไปเข้าแสดงความคิดเห็นในโรกาสำคัญได้ นอกจากนี้ยังมีการแสดงออกในเชิงสัญลักษณ์อีกมากมาย อาทิ การแต่งกายล้อเลียน การเผาพระบรมฉายาลักษณ์ในการชุมนุม การเผาธนบัตร ซึ่งการกระทำดังกล่าวแม้จะเป็นเรื่องเล็กน้อย แต่ก็ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ลดความน่าเชื่อถือของสถาบันทหาร และสถาบันหลักที่สำคัญของประเทศมาโดยลำดับ ซึ่งสถานการณ์ความเห็นต่างด้านแนวคิดเหล่านี้กำลังขยายตัว กระจายออกไปในวงกว้าง ทุกขณะจากกลุ่มแกนนำและเยาวชน และยังไม่สามารถแก้ไข หรือปรับแนวคิดในการเสริมสร้างความสามัคคีของกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลต่อการรักษาความมั่นคงในประเทศต่อไปในระยะยาว

ด้วยปัญหาดังกล่าวมีความละเอียดอ่อนในมิติเชิงจิตวิทยา เป็นความขัดแย้งของกลุ่มบุคคลภายในประเทศ ซึ่งลักษณะของความไม่ลงรอยกันหรือไม่สอดคล้องกันนี้จะเกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ หลายประเด็น เช่น เป้าหมาย ความคิดทัศนคติ ความรู้สึก ค่านิยม ความสนใจ ความสัมพันธ์⁷ ไม่สามารถใช้กำลังทางทหารในการแก้ไขปัญหาในภาพรวมได้ จึงต้องใช้วิธีการด้านจิตวิทยาและการประชาสัมพันธ์ มาเป็นส่วนสนับสนุนให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างความมั่นคง

ในวิธีการด้านจิตวิทยาและการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง สป. ได้กำหนดให้สำนักงานเลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (สลก.สป.) ที่มีพันธกิจในด้านการเลขานุการ การประชาสัมพันธ์และการผลิตสื่อ เป็นหน่วยรับผิดชอบผ่านการผลิตสื่อ โดย “สื่อ” (Media) เป็นต้นทางของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผลิตเป็นข้อมูลเนื้อหาสาระ เป็นตัวนำหรือตัวกลาง ช่วยพัฒนาความรู้ ทักษะ เจตคติ ช่วยประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์ สื่อประเภทต่าง ๆ อาทิ ภาพถ่าย สิ่งพิมพ์ และสื่อผสม (สื่อประสม หรือ Multimedia) ล้วนมีอิทธิพลต่อค่านิยม ความเชื่อถือ และการชี้นำของคนในสังคมเป็นส่วนใหญ่ หากใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างเหมาะสม โดยเฉพาะสื่อผสมที่กำลังได้รับความนิยม เนื่องจากรวบรวมเอาคุณสมบัติเด่นของสื่อแต่ละอย่างมาไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหา ด้วยสีสัน ความกระชับของเรื่องราว มีภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบที่สร้างบรรยากาศให้ดูตื่นตาตื่นใจ

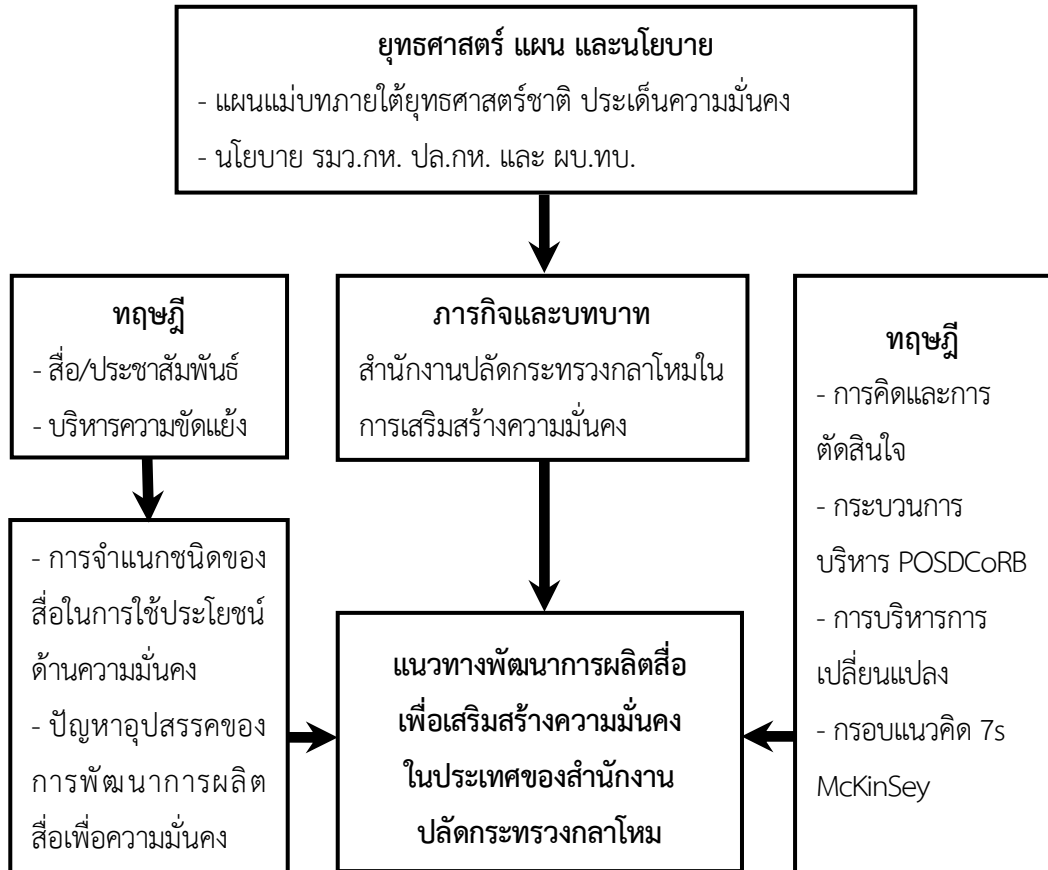
ในรูปลักษณะ สามารถแต่งเติมสีสันให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดี^๘ อันจะเป็นอีกส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเสริมสร้างความมั่นคงในประเทศได้

ทั้งนี้ การผลิตสื่อในปัจจุบัน ต้องใช้ระบบดิจิทัลจากหน่วยงานทางทหารที่ยังดำเนินการแบบเฉพาะหน่วย ไม่เป็นแบบแผนไปในแนวทางเดียวกันแบบองค์รวม จนถูกหยิบยกไปเป็นประเด็นในการถูกตอบโต้จากผู้เห็นต่างมากขึ้น ซึ่งเป็นการถูกลดทอนความน่าเชื่อถือของสถาบันหลักด้านความมั่นคง อีกทั้งระดับความพร้อมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของ สป. ยังไม่สูงมาก จากการประเมินของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (สปร.หรือ DGA)^๙ จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางพัฒนาสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคง สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ด้านความมั่นคงของประเทศในปัจจุบัน สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วมของประชาชน ลดข้อขัดแย้งทางความคิด นำไปสู่เจตคติที่ดี สร้างความสามัคคีในการอยู่ร่วมกันภายในประเทศอย่างสงบสุขต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจำแนกสื่อแต่ละประเภท ที่ใช้ในสถานการณ์ปัจจุบันตามขอบเขตคุณลักษณะ และการใช้ประโยชน์ตามเหตุการณ์ต่าง ๆ
2. เพื่อให้รับทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ข้อขัดข้อง ของกระบวนการพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อความมั่นคง และพิจารณาแนวทางแก้ไข เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของการทำงานในปัจจุบันและอนาคต
3. เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคง ด้วยเนื้อหาที่เหมาะสม ตามสื่อแต่ละประเภท รวมถึงการบูรณาการการใช้สื่อให้เต็มประสิทธิภาพสอดคล้องกับช่องทางการเผยแพร่ต่าง ๆ ในยุคปัจจุบัน ส่งผลถึงการรับรู้ของประชาชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการศึกษา

1. รูปแบบการวิจัย แนวทางที่ใช้ในการศึกษา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์
2. ขอบเขตการศึกษา ใช้แนวทางจากประเภทของสื่อ สื่อผสม ที่ใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และช่องทางการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบทางการและแบบสมัยใหม่ Platform Social Media
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากช่องทางการผลิตสื่อ และการบูรณาการงานสื่อและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบทางการและสมัยใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 – 2566 รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้กรอบการคิดเชิงยุทธศาสตร์ วิเคราะห์ทางเลือกยุทธศาสตร์ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาสื่อเพื่อความมั่นคง

ตารางที่ 1 กรอบระยะเวลาการดำเนินการ

กิจกรรม	ธ.ค.65	ม.ค.66	ก.พ.66	มี.ค.66	เม.ย.66	พ.ค.66
เสนอโครงการวิจัย	←→					
เก็บรวบรวมข้อมูล		←→				
วิเคราะห์ข้อมูล			←→			
การสรุป/อภิปรายผล				←→		
จัดทำรูปเล่มการวิจัย						←→

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทบ. สามารถวิเคราะห์การใช้สื่อตามคุณลักษณะให้สอดคล้องกับสถานการณ์ความมั่นคง ด้วยการใช้สื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ในระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ

2. สป. มีแนวทางพัฒนาการผลิตสื่อในเชิงนโยบายอย่างเป็นรูปธรรมตอบสนองนโยบายของ กท. ด้วยการนำเสนอข้อเท็จจริงให้กับประชาชน สามารถตอบโต้ข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ ต่อด้านข่าวลวงและโฆษณาชวนเชื่อจากกลุ่มบุคคลที่บ่อนทำลายสถาบันหลักของชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงแก้ไขข้อบกพร่องที่จะเป็นช่องทางถูกโจมตีทางข้อมูลข่าวสารจากฝ่ายตรงข้ามได้

3. สป. และ ทบ. มีความเข้าใจตรงกันในแนวทางพัฒนาการผลิตเนื้อหาของสื่อ รวมถึงบูรณาการการใช้สื่อร่วมกันอย่างเต็มประสิทธิภาพส่งผลถึงการรับรู้ของประชาชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในภาพรวมให้กับประเทศในอนาคต

บทที่ 2

บทวิเคราะห์

จากการปลูกฝังแนวความคิดของเยาวชนให้เกิดกระแสต่อต้านสถาบันหลักด้านความมั่นคงในประเทศ โดยใช้สื่อสมัยใหม่เป็นเครื่องมือในการเป็นปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลที่เริ่มก่อตัวขึ้นชัดเจนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 นั้น ในงานด้านความมั่นคง โดยเฉพาะ สป. และ ทบ. รวมถึงหน่วยงานระดับย่อยลงไปของกองทัพ จึงควรมีความเข้าใจในสื่อก่อนจะมีการผลิตและนำไปใช้กับสถานการณ์ โดยวิวัฒนาการของสื่อจากอดีตถึงปัจจุบัน มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และวิธีการรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี นวัตกรรม ส่งผลให้เกิดการสร้างกระแสทางแนวคิดอย่างรวดเร็วแบบคาดไม่ถึง เป็นสิ่งท้าทายสำหรับ สป. ที่ริเริ่มพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ด้วยการผลิตสื่อขึ้น เป็นอีกหนึ่งพันธกิจของ สลก.สป. นับเป็นการเพิ่มศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมสมัยใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมตอบสนองต่อผู้บังคับบัญชาตามที่รับมอบหมายได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์

การจำแนกชนิดของสื่อในการใช้ประโยชน์ด้านความมั่นคง

ในทางการศึกษา การนำสื่อการเรียนการสอนชนิดต่าง ๆ มารวมกันว่าเทคโนโลยีทางการศึกษา (Educational Technology) ซึ่งคำว่า ‘สื่อ’ หากเป็นคำกริยา หมายถึงการทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน ในกรณีที่เป็นคำนาม หมายถึงบุคคลหรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อไปถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน สำหรับในทางทหาร สื่อมีการจำแนกตามลักษณะกรรมวิธีการผลิต ตามประเภท และตามหน่วยงานที่รับผิดชอบ สามารถวิเคราะห์ได้เป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

1. **สื่อประเภทภาพถ่าย** คือ ภาพซึ่งได้มาจากกรรมวิธีการถ่ายภาพ คือ การใช้กล้องถ่ายภาพ วัสดุไวแสงสำหรับบันทึกภาพ และมีกระบวนการในการขยายภาพหรือการพิมพ์ภาพออกมา โดยภาพถ่ายที่ดีจะต้องสะท้อนความจริงที่เกิดขึ้น สามารถสื่อเรื่องราวได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง การใช้ภาพถ่ายในงานวารสารศาสตร์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ภาพข่าว ภาพสารคดี และภาพโฆษณา ที่ได้จากการถ่ายภาพ (การบันทึกเหตุการณ์ ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยการเก็บสภาพแสง ณ เวลานั้นไว้บน

วัตถุไวแสง ผ่านอุปกรณ์รับแสงที่เรียกว่ากล้องถ่ายภาพ) หลังจากนั้นจะสามารถเปลี่ยนสภาพแสงเหล่านั้นกลับมาเป็นภาพได้อีกครั้ง ผ่านกระบวนการล้างอัดภาพ¹⁰

2. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่ใช้การพิมพ์เป็นหลักเพื่อติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกันด้วยภาษาเขียน โดยใช้วัสดุกระดาษ หรือวัสดุอื่นใดที่พิมพ์ได้หลายสำเนาเช่น ผ้า แผ่นพลาสติก ที่ได้จากการพิมพ์ (การจำลองต้นฉบับอันหนึ่งซึ่งจะเป็นภาพหรือตัวหนังสือเป็นจำนวนมากลงบนวัตถุที่เป็นพื้นแบน หรือใกล้เคียงกับพื้นแบน ด้วยเครื่องมือกล) แบ่งลักษณะได้ 4 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ (newspaper) นิตยสารและวารสาร (magazine/journal) หนังสือเล่ม (book) และสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ¹¹

3. สื่อผสม มัลติมีเดีย (วีดิทัศน์ อินโฟกราฟิก) คือ ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิด โดยผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ฐานข้อมูล ตัวเลข กราฟิก (Graphic) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวีดิทัศน์ (Video) ที่ได้จากการผลิตสื่อผสมหรือสื่อประสม (การใช้คอมพิวเตอร์ร่วมกับโปรแกรมซอฟต์แวร์ผสมผสานสื่อหลายชนิด และถ้าผู้ใช้สามารถที่จะควบคุมสื่อให้นำเสนอออกมาตามต้องการได้จะเรียกว่า สื่อมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) ผ่านทางคีย์บอร์ด (Keyboard) เมาส์ (Mouse) หรือตัวชี้ (Pointer) ในลักษณะปฏิสัมพันธ์) เพื่อช่วยให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้หรือทำกิจกรรมรวมถึงดูสื่อต่าง ๆ ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความน่าสนใจ และสร้างความสนใจในการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น¹²

4. สื่อประเภทเสียง คือ สื่อที่ใช้หูในการสัมผัสโดยการรับฟัง เพื่อความเข้าใจ สัมผัสถึงอารมณ์หรือรับรู้ถึงจุดมุ่งหมายของการผลิตสื่อ ที่ได้จากการบันทึกเสียง (การใช้เทคโนโลยีการบันทึกแบบอนาล็อก (Analog) ได้แก่ เทปคาสเซต (Compact Cassette) วิทยุและเครื่องเสียง และแบบดิจิทัล (Digital) ได้แก่ แผ่นซีดี แผ่นดีวีดี เสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ต) เป็นสื่อประเภทที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวางในอดีต¹³

สื่อทั้ง 4 ประเภทหลักนี้ ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยใน 3 ประเภทแรกจำเป็นต้องมีองค์ความรู้ และอุปกรณ์ในการผลิต มากกว่าสื่อประเภทเสียง จึงมีความจำเป็นในการกำหนดโครงสร้างหน่วยที่มีกระบวนการในการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม

และมีแผนการปฏิบัติอย่างชัดเจน โดยหากพิจารณาสื่อที่ใช้ใน สป. และเหล่าทัพ จะพบว่าสื่อทั้ง 3 ประเภท เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลในด้านการประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ

ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อความมั่นคง

เมื่อวิเคราะห์พัฒนาการความขัดแย้งและการแพร่ขยายทางแนวคิดในประเทศไทยจะพบว่า ความความขัดแย้งหรือเห็นต่างทางความคิดของประชาชนเกิดขึ้นจากการแบ่งขั้วแยกข้างทางการเมือง เป็นปัญหาสำคัญของประเทศตลอด 10 ปี ที่ผ่านมา จนอาจเรียกได้ว่าเป็น ‘ทศวรรษแห่งความขัดแย้งทางการเมือง’ และส่งผลกระทบต่อวงกว้างต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยความขัดแย้งทางการเมืองในไทยมีหลายระดับ ส่งผลถึงความไร้เสถียรภาพทางการเมือง จากรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนทางการเมืองใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ข่าวความขัดแย้งจากการชุมนุมของกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง 2) ข่าวการใช้มาตรการของรัฐในการดูแลหรือยับยั้งปัญหาความขัดแย้งที่อาจทวีความรุนแรงขึ้น เช่น การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน การออกกฎอัยการศึก 3) ข่าวการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองตามวิถีประชาธิปไตย เช่น การยุบสภา การเลือกตั้ง 4) ข่าวการรัฐประหาร และ 5) ข่าวการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมือง เช่น การแก้ไขรัฐธรรมนูญหรือการปฏิรูปการเมือง

ความขัดแย้งนี้ เริ่มจากชุมชนลูกหลานสู่การเมืองในระดับชาติ ทำให้เกิดสถานการณ์ความรุนแรงขึ้น ถือว่าเป็นผลพวงหนึ่งของสงครามสื่อ ที่ไม่ต้องใช้อาวุธ แต่เป็นการต่อสู้ด้วยการใส่ร้ายป้ายสี จากข้อมูลที่บิดเบือน เพื่ออ้างความชอบธรรมให้กับกลุ่มของตนเอง สำหรับการเคลื่อนไหวทางการเมือง ในอดีตมักมีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ต่างจากยุคปัจจุบัน ที่แม้ว่าจะมีผู้เสียชีวิตไม่มากเท่าในอดีต แต่กลับสร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจและสังคมสูงกว่าหลายเท่า ความรุนแรงจาก ความเกลียดชังของมือที่มองไม่เห็นนี้ อาจถึงขั้นนำไปสู่การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์อย่างในกรณีของ ราวันดา ที่ได้ทำลายความน่าเชื่อถือของสถาบันหลักของชาติ จากคนกลุ่มเดียวที่มุ่งหวังชัยชนะของฝ่ายตน แต่ได้ทำลายสถาบันหลักไปโดยปริยาย ทั้งนี้ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้น กลับปรากฏในรูปแบบที่เรียกว่า ‘สันติวิธี’ โดยนักวิชาการหลายสาขาพยายามเสนอแนวทางทางแก้ไข แต่กลับได้รับคำตอบเดิม คือการยึดจุดยืนของฝ่ายตน จึงอาจวิเคราะห์

ประเด็นสำคัญของต้นตอได้ว่า ปัญหาความรุนแรงในสังคมไทยนี้เกิดในกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล แต่เกี่ยวข้องกับประชาชนจากทุกภาคของประเทศ

กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้ในปัจจุบันทุกคนสามารถผลิตสื่อบางประเภท จากอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ กล้อง DSLR กล้องจากโทรศัพท์มือถือ หากสื่อที่ผลิตนั้นถูกเผยแพร่ออกไปด้วยช่องทางอินเทอร์เน็ตใน Platform ช่องทางเผยแพร่ที่เป็นที่นิยม อาทิ Facebook (FB) Line (Li) Twitter (Tw) Instagram (IG) Youtube (Yu) Tiktok (Tk) และด้วยความความน่าสนใจในเนื้อหาของสื่อ (Content) หรือตัวผู้ผลิต (Influencer) จะมีอิทธิพลในการส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารนั้นกระจายไปในวงกว้าง (การประชาสัมพันธ์) จนเกิดการสร้างกระแสแนวคิดด้านต่าง ๆ กับคนส่วนใหญ่อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ด้วยการที่สามารถเข้าถึงช่องทางการรับรู้ข่าวสารง่ายและรวดเร็ว การสร้างกระแสแนวคิดด้านใหม่ที่นำมาลบล้างแนวคิดเดิมก็กระทำได้เช่นกัน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อความมั่นคงได้ ดังนี้

1. ปัญหาด้านสิ่งอุปกรณ์ในการผลิตสื่อ เป็นที่ทราบกันดีว่า ในปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการผลิตสื่อไม่การพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว สิ่งอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีประสิทธิภาพสูง ตอบสนองการผลิตสื่อด้วยความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ ย่อมมีราคาที่สูงขึ้นตาม ด้วยสิ่งอุปกรณ์ในการผลิตสื่อ อาทิ กล้องถ่ายภาพ กล้องบันทึกวีดีโอ หรือ อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ซึ่งแม้ว่าในระบบราชการมีการวางแผนในการจำหน่ายและจัดหาสิ่งอุปกรณ์ต่าง ๆ ตามวงรอบการใช้งานตามอายุการใช้งาน แต่อาจมีผลกระทบเกิดขึ้นในบางช่วงปีงบประมาณที่ไม่สามารถจัดหาของใหม่มาทดแทนของเดิมได้จากงบประมาณที่จำกัด โดยที่ยังมีการใช้ราชการอย่างสมบุกสมบัน ทำให้เกิดการชำรุดเสียหายก่อนอายุการใช้งาน บางครั้งเกิดปัญหาระหว่างการปฏิบัติงาน ฉะนั้นการใช้สิ่งอุปกรณ์ตามภารกิจต่าง ๆ หน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์ (ช่างภาพนิ่ง ช่างบันทึกวีดีโอ คอมพิวเตอร์ตัดต่อ โปรแกรมตัดต่อ งานพิมพ์) จึงต้องศึกษาคุณสมบัติของอุปกรณ์ที่ใช้อย่างละเอียด ใช้โปรแกรมที่ถูกลิขสิทธิ์ เพื่อให้รับทราบถึงขีดความสามารถ ข้อจำกัดบางประการ และวิธีควบคุมการใช้ นำไปประยุกต์ทำงานกับภารกิจที่ได้รับมอบหมาย

2. ปัญหาด้านองค์ความรู้ในเนื้อหาของสื่อ ความสำคัญของการวางแผนการผลิตสื่อเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่า การวางแผนเป็นศิลปะที่ต้องอาศัยความพิถีพิถันเป็นอย่างสูง ทั้งเนื้อหา การคัดเลือก การกำหนดรูปแบบ วิธีนำเสนอ และการเตรียมการผลิตทุกขั้นตอน จนถึงการเผยแพร่ ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ในการวางแผนของผู้รับผิดชอบการผลิตสื่อ ซึ่งสื่อบางประเภทผลิตได้ง่าย ใช้เวลารวดเร็ว เช่น ภาพถ่าย หรือคลิปวิดีโอสั้น เป็นสิ่งที่ต้องพึงระมัดระวังเป็นพิเศษก่อนเผยแพร่ เพราะมีความละเอียดอ่อน หากไม่มีความตระหนักรู้ในเนื้อหา หรือรีบแชร์ออกไปในช่องทางประชาสัมพันธ์ โดยไม่มีการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้ ก็อาจส่งผลในมุมนกกลับ ด้วยการถูกตีความไปในทิศทางตรงข้ามจากกลุ่มผู้เห็นต่างที่ต้องการทำลายสถาบันด้านความมั่นคง

ตัวอย่าง : การตีความในทิศทางตรงข้าม กรณี 'จิตอาสา' ช่วยดับเพลิงที่ชุมชนบ่อนไก่ เมื่อ มิ.ย.65 ถูกโจมตีว่าทหารไม่มีองค์ความรู้ในการดับเพลิง ตั้งใจมาเพียงถ่ายภาพเพื่อเป็นผลงาน พาดพิงถึงการไม่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมกอง ในเวลาราชการ แต่ใส่ชุดจิตอาสาปฏิบัติงานอื่น ทั้งที่ควรเป็นงานของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย



ภาพที่ 2 การตีความจากสื่อ โดยผู้เห็นต่างในทิศทางตรงข้ามเมื่อ มิ.ย.65¹⁴

ตัวอย่าง : การเบี่ยงเบนประเด็นเพื่อพาดพิงสถาบัน กรณีเหตุการณ์ยิงที่ศูนย์เด็กเล็ก จังหวัดหนองบัวลำภู เมื่อ ต.ค.65 มีการบูรณมแดนหน้าสถานที่เกิดเหตุเพื่อรับพวงหรีดพระราชทาน ซึ่งทำให้เกิดการตำหนิจากประชาชนถึงความไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นหน้าที่ของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องที่จะต้องพิจารณาให้รอบคอบ



ภาพที่ 3 การเบี่ยงเบนประเด็นเพื่อพาดพิงสถาบันเมื่อ ต.ค.65¹⁴

ตัวอย่าง : การสร้างความขัดแย้งระหว่างประเทศ กรณีวันกองทัพไทย เป็นภาพการทำยุทธหัตถีระหว่างไทยและพม่า ซึ่งหากถูกเผยแพร่ออกไปจนถึงประเทศ

เพื่อนบ้าน อาจส่งผลให้เกิดความไม่สบายใจ นำไปสู่ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในอนาคต



ภาพที่ 4 การสร้างความขัดแย้งระหว่างประเทศ

3. ปัญหาด้านการบริการสื่อ เนื่องด้วยในปัจจุบันกระบวนการผลิตไปจนถึงการส่งมอบสื่อมีการเปลี่ยนรูปแบบไปอย่างชัดเจน อาทิ สื่อประเภทภาพถ่ายที่เปลี่ยนจากการอัดภาพไปเป็นการส่งไฟล์ภาพด้วยระบบออนไลน์ สิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารและวารสาร ก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปเป็นแบบออนไลน์บ้าง ส่วนสื่อผสมและเสียงปรับเปลี่ยนเป็นระบบออนไลน์ทั้งหมด ด้วยระบบออนไลน์ที่สามารถส่งปริมาณข้อมูลในลักษณะไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นจำนวนมหาศาลนี้ ทำให้ปริมาณการขอรับบริการสื่อมีจำนวนสูงขึ้น และใช้เวลามากในการให้บริการ จึงจำเป็นต้องมีระบบการให้บริการสื่อ ที่ตอบสนองความต้องการจำนวนมาก โดยการปรับปรุงกระบวนการให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถสืบค้นงานเก่าและส่งผ่านข้อมูลจำนวนมากได้โดยใช้เวลาน้อยลง

ตารางที่ 2 ความแตกต่างของรูปแบบการให้บริการสื่อในอดีตและปัจจุบัน

สื่อและการบริการ	อดีต	ปัจจุบัน
ภาพถ่าย	แผ่นภาพ	แผ่นภาพและไฟล์ภาพดิจิทัล
สิ่งพิมพ์	เล่มวารสาร	เล่มและวารสารออนไลน์
สื่อผสม	เทปวีดีโอ ซีดี ดีวีดี	ไฟล์วีดีโอ
เสียง	เทปคาสเซ็ท ซีดี	ไฟล์เสียง

4. ปัญหาด้านการบูรณาการงานสื่อ ในระดับ กท. เป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ในระดับต้น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับกระทรวงอื่น มีหน่วยหลายระดับกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ บางหน่วยมีศักยภาพในการผลิตสื่อหลายประเภทได้ด้วยตัวเอง บางหน่วยใช้การขอสนับสนุนสื่อจากหน่วยอื่น ผลจากการถูกกลุ่มที่เห็นต่างทางแนวคิด ตอบโต้ หรือโจมตี ทำให้วิเคราะห์ได้ว่า แม้หน่วยงานทุกระดับจะรับทราบนโยบายหรือแนวทางในด้านการประชาสัมพันธ์มาในทิศทางเดียวกัน แต่การเลือกสื่อที่นำไปใช้กลับไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หน่วยระดับสูงอาจมีการวิเคราะห์สื่ออย่างละเอียดก่อนนำไปใช้งาน หน่วยระดับรองลงมาที่มีขนาดเล็กอาจไม่มีความชำนาญในการวิเคราะห์เนื้อหา ครั้นเมื่อได้รับสั่งการให้เร่งประชาสัมพันธ์ เลยใช้วิธีผลิตสื่อด้วยความรวดเร็วและรีบเผยแพร่โดยขาดความรอบคอบ จึงจำเป็นต้องมีการบูรณาการสื่อ เพื่อให้เกิดฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการรวบรวมสื่อแต่ละประเภท ที่ผ่านการวิเคราะห์จากผู้ชำนาญการแล้ว มารวบรวมไว้ ณ พื้นที่ส่วนกลาง โดยหน่วยงานต้นแบบควรเริ่มต้นการบูรณาการในระดับเหล่าทัพ (สป. บก.ทท. ทบ. ตร. และ ทอ.) นำสื่อที่ผ่านการวิเคราะห์จนสามารถใช้งานได้ ส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเลือกไปใช้ประโยชน์ โดยไม่มีผลเสียหรือผลกระทบตามมา อีกทั้งยังเป็นการตรวจสอบกันเอง เพื่อลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นก่อนนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

5. ปัญหาด้านงบประมาณในการเสริมสร้างความมั่นคง สป. และ ทท. ต่างก็มีพันธกิจตามประเด็นความมั่นคงที่สอดคล้องตามนโยบายของแต่ละส่วนราชการ ด้วยปัญหาความเห็นต่างทางแนวคิด ทำให้ต้องเร่งสร้างการรับรู้ สนับสนุนให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินงานของกองทัพ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของทหารที่ทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

อาทิ การเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การอบรม และการประกวดสื่อ แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562 - 2565) ทำให้รัฐบาลนำรายได้ของประเทศไปสนับสนุนการป้องกันและแก้ไขสถานการณ์ ส่งผลให้งบประมาณด้านการผลิตสื่อลดลง กระทั่งไปถึงแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์ในการผลิตสื่อและการบริการสื่อ ประกอบการพิจารณาควบคู่กันไปด้วย

แนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคง

จากการศึกษาปัญหา รวมถึงนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์อย่างละเอียด สามารถกำหนดแนวทางพัฒนาสื่อของ สป. เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง ได้เป็น 6 แนวทาง ดังนี้

1. แนวทางพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตสื่อ จากการวิเคราะห์จำแนกชนิดของสื่อ ตามลักษณะการเรียนรู้การสอน และการใช้งานตามลักษณะรูปแบบขององค์กร พบว่ามี 3 ประเภท ได้แก่ ภาพถ่าย สิ่งพิมพ์ และสื่อผสม โดยจะต้องรวบรวมองค์ความรู้จากทฤษฎี แนวคิด และประสบการณ์การปฏิบัติงานเพื่อถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องในห้องเรียน (Unit School)¹⁵ โดยมีความมุ่งหมายให้กับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มที่สำคัญ ได้แก่

1.1 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานภายใน สลก.สป. (กลุ่มผู้ผลิต) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคนิค เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตเนื้อหาสื่อให้กับ สป. อันประกอบด้วย

1.1.1 ด้านการภาพ จะต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ในการควบคุมค่าการถ่ายภาพ ได้แก่การใช้ทางยาวโฟกัส (Focal Length) ความเร็วชัตเตอร์ (Shutter Speed) รูรับแสง (Aperture) ค่าความไวแสง (ISO) และค่าสมดุลแสงสีขาว (White Balance) สามารถถ่ายภาพทั้งตามแบบทางการ และแบบจับความเคลื่อนไหวตามธรรมชาติ ให้ได้ครบองค์ประกอบทางศิลปะได้อย่างชำนาญ มีความกล้าในการแนะนำมุมถ่ายภาพให้กับผู้บังคับบัญชาได้อย่างกระชับ นุ่มนวล ใช้เวลาน้อย สามารถใช้เทคนิคการปรับแต่งภาพก่อนนำไปใช้งานด้วยโปรแกรมพื้นฐาน การจับเก็บภาพด้วยหลักการดิจิทัลเพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้น การบริการส่งข้อมูลภาพด้วยความรวดเร็ว และที่สำคัญ

คือการอ่านคำวิเคราะห์ภาพถ่ายที่ถูกแต่งเติมโดยมุ่งหวังให้เป็นประเด็นถูกโจมตี รวมถึงการใช้เทคนิคแก้ไขภาพเพื่อไม่ให้ประเด็นถูกตอบโต้ได้เช่นกัน

1.1.2 ด้านสิ่งพิมพ์และวารสาร จะต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ในด้านการเขียนหรืออ่านวิเคราะห์บทความเชิงบรรยาย (Narrative Article) บทความเชิงวิชาการ (Academic Article) บทความเชิงวิเคราะห์ (Analytical Article) บทความเรียงความ (Essay Article) และบทความเชิงสาธิตวิธีการ (How-to-do-it Article) ซึ่งใช้ในการพิมพ์วารสารรายเดือนของหน่วย (หลักเมือง) การจัดวางคอลัมน์ รูปแบบ อักษรศิลป์ การตรวจพิสูจน์อักษร ตลอดจนกระบวนการจัดพิมพ์และแจกจ่ายเผยแพร่

1.1.3 ด้านสื่อผสม จะต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การลำดับข้อมูล การสร้างเรื่องราวด้วยการการติดต่อเรียงลำดับภาพ (Assembly) การตัดต่อแบบหยาบ (Rough cut) การตัดต่อขั้นตอนสุดท้าย (Fine cut) การสร้างภาพ Animation การใช้โปรแกรมด้านการตัดต่อภาพ วิดีทัศน์ เสียง ลักษณะลูกเล่น ตามรูปแบบของวีดิทัศน์ในสายงานการประชาสัมพันธ์ด้านความมั่นคงได้แก่รูปแบบการอ่านรายงาน (Announcing) รูปแบบการสนทนา (Dialogue) รูปแบบสารคดี (Documentary) และรูปแบบละคร (Drama) รวมถึงคุณสมบัติสำคัญของการทำสื่อผสม คือการผสมผสานสื่อทุกชนิดเข้าด้วยกันอย่างมีศิลปะเพื่อสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ใน สป. และเหล่าทัพ (กลุ่มผู้ใช้งาน) จะต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ในเรื่องการใช้ระบบฐานข้อมูลออนไลน์ (Big Data) การใช้ภาษาดิจิทัล การสืบค้นข้อมูล การนำไปใช้ การสนับสนุนข้อมูล รวมไปถึงการวิเคราะห์ข้อมูล และทิศทางของ Platform ที่น่าสนใจสำหรับการเผยแพร่สื่อในอนาคต นอกเหนือจากนี้ยังต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ในการคัดสรรบุคคลในเหล่าทัพเข้ามาเป็นผู้ผลิตสื่อและผู้เผยแพร่ ที่มีบทบาทเป็นที่นิยมในสังคม มีผู้ติดตามข่าวสารของกลุ่มคน หรือบุคคลนี้เป็นจำนวนมาก (Influencer) ซึ่งจะอยู่ในสายงานด้านการประชาสัมพันธ์

2. แนวทางการกำหนดเนื้อหาของสื่อเพื่อลดความขัดแย้ง จากกรณีการแพร่ขยายทางแนวคิดที่นำไปสู่ความขัดแย้งที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง และจากประสบการณ์การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า เนื้อหา (Content) ที่ได้รับความ

นิยมสูง การเข้าถึงมากคือ ประเด็นข่าวด้านลบของทหารเมื่อกระทำผิดวินัยหรือกระทำ ความเดือดร้อนให้กับประชาชน ซึ่งควรมีการแนะนำการปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยอยู่ เสมอ เพื่อไม่ให้ตกเป็นข่าวในเชิงลบ ลดความน่าเชื่อถือของสถาบันหลักด้านความมั่นคง และในทางตรงข้าม อีกหนึ่งประเด็นข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างสูง คือการรับสมัครบุคคล เข้ารับราชการ จึงควรใช้ประเด็นดังกล่าวในการแนบการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการลงไป เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนไปในตัว ทั้งนี้ สามารถกำหนดสถานการณ์ตามแนวทางที่ ควรดำเนินการที่สำคัญได้ 2 ลักษณะ ได้แก่

2.1 กรณีที่สถานการณ์ทางการเมืองเป็นไปตามระบอบประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นสถานการณ์ที่ความขัดแย้งด้านความมั่นคงมีน้อย สถาบันทหารไม่ถูกยึด โยงกับการเมือง ไม่มีกระแสต่อต้าน หรือมีน้อย สามารถเผยแพร่กิจกรรม ผลงาน ได้อย่างเต็มที่ โดยควรดำเนินการในลักษณะ ดังนี้

2.1.1 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งด้านการรักษาความมั่นคง (ภารกิจหลัก) และการช่วยเหลือประชาชน (ภารกิจสนับสนุนและจิตอาสา)

2.1.2 การใช้สื่อในภารกิจด้านการช่วยเหลือประชาชน สามารถ ประชาสัมพันธ์ได้ ทั้งในบทบาทที่ทหารเป็นหน่วยนำ และบทบาทผู้ช่วยเจ้าหน้าที่รัฐ

2.1.3 ลักษณะสื่อที่ปรากฏในหนึ่งเหตุการณ์ สามารถใช้ได้ทั้ง ลักษณะทางการ (มีลักษณะทหาร องค์ประกอบภาพงานสมบูรณ์) และไม่ทางการ (ไม่อยู่ใน ลักษณะท่าทางทหาร พุดคุยเป็นธรรมชาติ เห็นรอยยิ้มของประชาชน)

2.2 กรณีที่สถานการณ์ทางการเมืองไม่เป็นไปตามระบอบ ประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นสถานการณ์ที่ความขัดแย้งด้านความมั่นคงสูง ผู้นำทาง การเมืองส่วนใหญ่เป็นทหารหรือมาจากสถาบันด้านความมั่นคง การบริหารประเทศจะ ถูกยึดโยงกับสถาบันทหารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และมักถูกต่อต้านจากประชาชนที่ เห็นต่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน การใช้สังคมออนไลน์ในการแสดงความเห็น จำนวนมากจะมีน้ำหนักจากการเผยแพร่ต่อ ๆ กันไป แต่อาจไม่ใช่ความเห็นหลักจากคน ทั่วประเทศ แต่เพื่อเป็นการระงับการเห็นต่างจากกลุ่มคนเหล่านี้ตั้งแต่ต้นทาง ไม่ให้เป็น จุดสนใจขยายตัวออกไป ซึ่งมีความละเอียดอ่อนในการสร้างเงื่อนไขอย่างมาก จึงควร ดำเนินการในลักษณะ ดังนี้

2.2.1 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ควรนำเสนอเฉพาะด้านการรักษาความมั่นคง (ภารกิจหลัก) หรือนำเสนอให้มากกว่าการช่วยเหลือประชาชน เพราะภาพการช่วยเหลือประชาชน ผู้เห็นต่างซึ่งมีทัศนคติในแง่ไม่ดีเป็นทุนเดิมอยู่แล้วจะมองว่า ‘ไม่ใช่หน้าที่หลักของทหาร’

2.2.2 การใช้สื่อในภารกิจด้านการช่วยเหลือประชาชน สามารถเผยแพร่ได้ในกรณีช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยเฉพาะหน้า อุบัติภัยที่จำเป็นต้องช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน หากจำเป็นต้องใช้เผยแพร่กรณีช่วยเหลือประชาชนลักษณะอื่น เช่น ทำความสะอาดพื้นที่ ลอกคูคลอง มอบของ ให้เน้นเฉพาะบทบาทที่ทหารเป็น ‘ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ของรัฐ’ เท่านั้น และสำหรับกรณีงานจิตอาสาสามารถเผยแพร่ตามวันที่ทำกิจกรรมได้ แต่ไม่ควรใส่เวลา เพราะจะมีประเด็นเกี่ยวข้องกับเวลาราชการ ยกเว้นวันหยุดราชการ

2.2.3 ลักษณะสื่อที่ปรากฏในหนึ่งเหตุการณ์ ควรเน้นภาพในลักษณะธรรมชาติ ไม่เป็นทางการ การถ่ายภาพลักษณะทางการมากเกินไป (ยืนตรง มองกล้อง มอบของ มีป้ายงานเบื้องหลัง) ผู้เห็นต่างจะมองว่าทหารพยายามสร้างภาพมากกว่าการช่วยเหลือประชาชน สำหรับภาพลักษณะทางการนี้ ให้ใช้สำหรับรายงานในระบบราชการเท่านั้น พึงระลึกว่า ‘ไม่มีประชาชนที่เดือดร้อนคนไหนอยากถูกบังคับให้ถ่ายภาพในลักษณะพิธีการ’

2.2.4 ไม่ตอบโต้ด้วยคำพูดรุนแรงเมื่อพบเห็นข้อความข่มขู่ในทุกกรณี หากจะแสดงความคิดเห็นในโพส ควรใช้ข้อมูลที่เป็นเหตุผลข้อเท็จจริงด้วยประโยคสุภาพ และไม่ต่อคำพูดในลักษณะยึดเยื้อ หยาบคาย

3. แนวทางพัฒนาหน่วยงานด้านการผลิตสื่อ การวิเคราะห์ห้องค์กรในเอกสารการวิจัยฉบับนี้ใช้แนวคิดกระบวนการบริหาร มุ่งเน้นไปหน่วยงานหลักด้านการผลิตสื่อของ สป. คือ สลก.สป. ด้วยหลักการ “POSDCoRB” 7 ประการ¹⁶ สามารถกำหนดลักษณะการดำเนินการได้ ดังนี้

3.1 Planning หรือการวางแผน หมายถึง การจัดทำแผนงานประจำปี ได้แก่ แผนงานภารกิจตามคำสั่ง แผนงานภารกิจพิเศษที่เกี่ยวข้องกับพระบรมวงศานุวงศ์ และแผนงานอื่นตามคุณลักษณะชนิดของสื่อ เพื่อเป็นการเตรียมวงค์

โครงการก่อนลงมือปฏิบัติ ทั้งนี้ หากมีรายละเอียดของงานจำนวนมาก ให้จัดทำในลักษณะรายเดือน ตามชนิดของสื่อที่ผลิต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพ สำหรับสื่อประเภทเสียงไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานบันทึกเสียงโดยตรง ให้แบ่งมอบความรับผิดชอบรวมกับงานด้านมัลติมีเดียหรือสื่อผสม

3.2 Organizing หรือการจัดองค์การ โดยกำหนดโครงสร้างขององค์การ ให้เหมาะสมกับชนิดของงาน (Division of Work) ในปัจจุบันแบ่งการปฏิบัติงานเป็น 3 แผนก ได้แก่ แผนกการภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ และมัลติมีเดีย โดยอาศัยปริมาณงาน คุณภาพงาน และลักษณะเฉพาะของงาน (Specialization)

สำหรับในอนาคต หากมีการขยายหน่วยในระดับสำนักงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งแยกพันธกิจชัดเจนจากงานด้านการเลขานุการ หน่วยงานด้านการผลิตสื่อจำเป็นที่จะต้องไปอยู่ในหน่วยนี้ เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนหลักให้กับการประชาสัมพันธ์

3.3 Staffing หรือการจัดบุคลากรปฏิบัติงาน เป็นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ซึ่ง สลก.สป. ตลอดจนผู้บังคับบัญชาได้พิจารณาคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถตามลักษณะงานมาบรรจุตามตำแหน่ง ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการจัดแบ่งหน่วยงานที่กำหนดไว้

3.4 Directing หรือการอำนวยการ เป็นภารกิจในการใช้ศิลปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ (Leadership) มนุษย์สัมพันธ์ (Human Relations) การจูงใจ (Motivation) และการตัดสินใจ (Decision making) โดยมี ผู้อำนวยการกองผลิตสื่อ (ผอ.กผส.สลก.สป.) รับผิดชอบ และควรแบ่งส่วนงานออกเป็น 2 ส่วนอำนวยการให้รองผู้อำนวยการรับผิดชอบ ได้แก่

3.4.1 การกำลั้งพล การงบประมาณ และสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกันในเรื่องการเบิกจ่าย งบ. และแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน

3.4.2 การประเมินผลตามตัวชี้วัด การภาพ และมัลติมีเดีย ซึ่งต้องมีความอ่อนตัว ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอยู่เสมอ

3.5 Coordinating หรือการประสานงาน สลก.สป. กำหนดให้ กผส.สลก.สป. มีแผนการภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ และมัลติมีเดีย ที่สามารถประสานงานใน พันธกิจประชาสัมพันธ์คือ กองประชาสัมพันธ์ (กปส.) และพันธกิจการเลขานุการคือ กองเลขานุการ (กลก.) หน่วยขึ้นตรงของ สป. (นขต.สป.) ที่ขอรับการสนับสนุนสื่อไปใช้ ประโยชน์ รวมถึงการบูรณาการตามระดับต่าง ๆ ซึ่งควรกำหนดอย่างชัดเจน

3.6 Reporting หรือการรายงาน เป็นกระบวนการและเทคนิคของ การแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตามชั้นได้ทราบถึงผลการปฏิบัติงาน ที่มีความสัมพันธ์กับการ ติดต่อสื่อสาร (Communication) ในองค์กรอยู่ด้วย โดยมีการประชุมสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ประชุมประจำเดือนและรายงานผลการดำเนินงานเดือนละครั้ง เพื่อให้ระหว่างหน่วย ประสานงานกันอย่างใกล้ชิด สามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังต้องมีการรายงานตามการจัดทำคำรับรองการปฏิบัติราชการในภาพรวมของหน่วย เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจ และงบประมาณการใช้จ่ายประจำปี ตามแต่ละไตรมาส

3.7 Budgeting หรือการงบประมาณ เป็นภารกิจที่เกี่ยวกับการ วางแผนการทำบัญชีการควบคุมเกี่ยวกับการเงินและการคลัง ซึ่งในแต่ละปีงบประมาณ มีการวางแผนจัดหาหรือทดแทนครุภัณฑ์ตามที่ได้รับบรรจุ รวมถึงการจัดทำโครงการ ตามแผนงานในพันธกิจที่รับมอบหมาย เพื่อให้สามารถดำเนินโครงการและสรุปผลได้ ในเวลาที่กำหนด เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์กับราชการและประชาชนให้มากที่สุด โดยกำหนดการใช้จ่ายงบประมาณ ดังนี้

3.7.1 งบประมาณโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการ จาก สป. ซึ่งส่วนใหญ่เป็นด้านสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก

3.7.2 งบประมาณด้านสิ่งพิมพ์ ได้แก่การจัดทำวารสารหลักเมือง ผังโทรศัพท์ สมุดโทรศัพท์ ไปสเตอร์นโยบาย หนังสือผลการปฏิบัติงาน กท. และ สป. ซึ่งเป็นงบประมาณตามแผนงาน

3.7.3 งบประมาณด้านพัสดุ ครุภัณฑ์ ได้แก่งานทางธุรการ การ ภาพ และมัลติมีเดีย ซึ่งต้องมีการจัดทำแผน เพื่อจัดหาตามวงรอบทดแทนของเดิม ซึ่งเสื่อมสภาพและชำรุดตามระยะเวลา

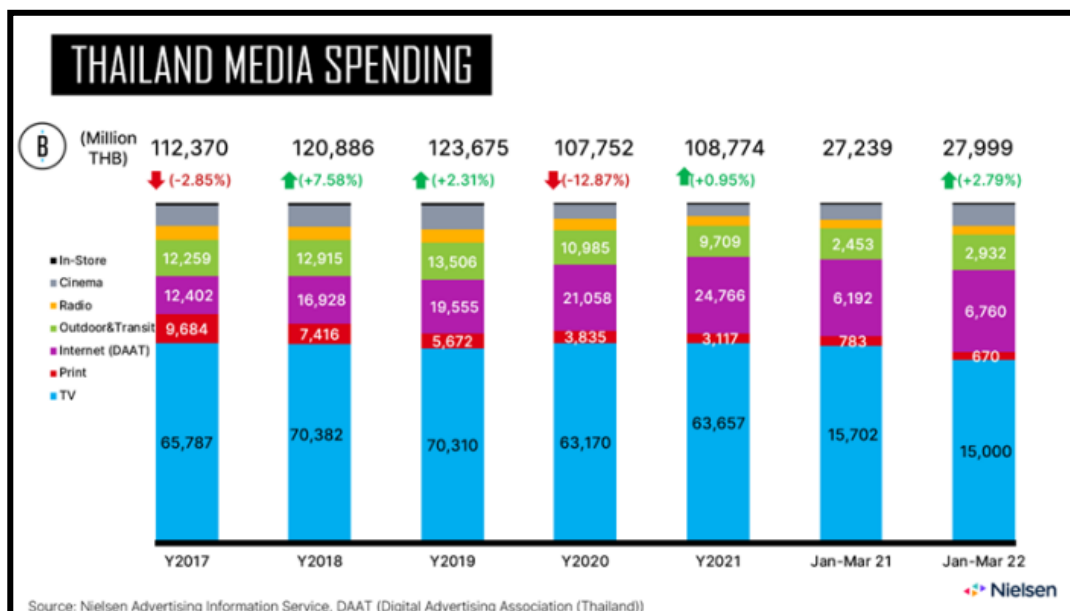
3.7.4 ค่าตอบแทนนอกเวลาราชการ ซึ่งงานผลิตสื่อมีคุณลักษณะ เฉพาะที่มักจะใช้เวลาปฏิบัติงานต่อเนื่องและไม่ตรงกับเวลาราชการ จึงกำหนดไว้เป็น กรณีพิเศษสำหรับเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน

4. แนวทางการจัดระบบให้บริการสื่อสมัยใหม่ เมื่อวิเคราะห์การ เปลี่ยนแปลงด้านการผลิตสื่อ จะพบว่าเริ่มจากการใช้เว็บ (World Wide Web-WWW) ในปี ค.ศ. 1994 ทำให้เปลี่ยนแปลงจากสื่อกระดาษ มาเป็นรูปแบบที่แสดงผลด้วย คอมพิวเตอร์ ทำให้การสื่อสารข้อมูลดิจิทัลมีผลต่อวิถีชีวิต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นสังคมไซเบอร์ เมื่อรวมกันผ่านโลกออนไลน์จึงเกิดเครือข่าย Social network

ในช่วงปี ค.ศ. 2007 เริ่มมีการพัฒนาการสื่อสารโต้ตอบกันบนเว็บไซต์ ระบบสื่อสารแบบออนไลน์ บวกกับแนวคิดใหม่ ใช้การออกแบบเชิงนวัตกรรมและสังคม รวมกันเป็นสื่อสังคม เปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อเดิม จนมีความสำคัญมากในยุค ปัจจุบัน และมีผลต่อชีวิตวิถีใหม่ แตกต่างกับสื่อแบบดั้งเดิมที่เป็นการส่งข่าวสาร สุ่มวลชน ใช้วิธีการกระจายข่าว เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โดยผู้รับข่าวสารจะเป็น ผู้รับข่าวสารทางเดียว บางข่าวสารจะผ่านไปอย่างรวดเร็ว หากไม่ได้รับรู้ในเวลานั้น จะเรียกกลับคืนได้ยาก ซึ่งสำหรับในด้านการปฏิบัติการทางทหารที่ต้องมีการใช้สื่อเป็น เครื่องมือ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงระบบ หรือรูปแบบไปตามสังคมปัจจุบัน ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายใน¹⁷ ควบคู่กันไป

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ซึ่งหมายถึง ภาคประชาชนที่เข้าถึงสื่อสมัยใหม่ โดยสำนักสถิติแห่งชาติ รายงานผลการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลในปี พ.ศ. 2565 พบว่าไทยติดอันดับ 34 ของโลก โดยใช้อินเทอร์เน็ตมากถึง 77.8% หรือประมาณ 51 ล้านคน สำหรับแนวโน้มการใช้เงินโฆษณาสื่อของไทย พ.ศ. 2565 โดยสื่อที่เกี่ยวข้องกับงานด้านความมั่นคงพบว่า 1) โทรทัศน์ (TV) ยังคงครอง เม็ดเงินโฆษณาสูงสุด ซึ่งอนาคตจะลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงรักษาการเป็นสื่อหลัก ได้อยู่ 2) สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดติดตั้งบริเวณอาคารหรือเส้นทางจราจรที่เห็นได้ชัด (Outdoor & Transit) เป็นช่องทางสำคัญซึ่งยังคงต้องใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่อไป 3) สิ่งพิมพ์ (Print) และวิทยุ (Radio) มีแนวโน้มลดลงอย่างมาก ดังนั้นจึงควรปรับปรุงรูปแบบเป็น ออนไลน์อย่างเร่งด่วน และ 4) ภาพยนตร์ (Cinema) และสื่อโฆษณาในห้างร้าน

(In-store) เป็นช่องทางที่น่าสนใจสำหรับภาคเอกชน แต่ศักยภาพของกองทัพยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มรูปแบบ



ภาพที่ 5 แนวโน้มการซื้อโฆษณาสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ของประเทศไทย พ.ศ. 2565¹⁸

จากแนวโน้มการใช้สื่อที่กำลังเปลี่ยนแปลง พบว่าในแต่ละวันมีการผลิตสื่อด้วยจำนวนข้อมูลมหาศาล ทำให้การสืบค้นลำบาก เกิดความล่าช้าในการส่งข้อมูลให้กับหน่วยรับบริการ จากจำนวนและขนาดข้อมูลが多เกินความจำเป็น จึงต้องมีการคัดเลือก รวบรวมสื่อในหน่วยความจำหลัก และกำหนดแนวทางการแจกจ่ายอย่างมีขั้นตอนเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน รวมเรียกว่า ‘ระบบการให้บริการทางสื่อ’ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงพัฒนาระบบการบริการที่มีอยู่เดิม ซึ่งไม่มีแบบแผนชัดเจน การจัดเก็บกระจายอยู่ตามคอมพิวเตอร์ของเจ้าหน้าที่ รวมถึงวิธีแจกจ่ายเผยแพร่แบบเดิมซึ่งมีค่าใช้จ่ายมาก ล่าช้าและสิ้นเปลืองงบประมาณ โดยควรวางระบบรูปแบบใหม่ด้วยระบบอินเทอร์เน็ตหรือคลังสื่อ Online มาใช้ประกอบระบบ ตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 ขั้นตอน ‘รวบรวม’ สื่อ เป็นการรวบรวมผลงานจากช่างภาพและเจ้าหน้าที่แต่ละนายเข้าร่วมในฐานข้อมูลส่วนกลางของหน่วย ในที่นี้กำหนดให้ใช้ Harddisk หรือ External Harddisk ที่มีความจุ 20 TB ขึ้นไป และควรใช้คอมพิวเตอร์ที่สามารถอ่านค่าประมวลผลได้รวดเร็ว (RAM ขนาด 8 GB ขึ้นไป)

4.2 ขั้นตอน ‘เรียบเรียง’ สื่อ เป็นการคัดเลือกงานที่เสียออกจากระบบ คัดเลือกชิ้นงานซึ่งมีองค์ประกอบสมบูรณ์ ถูกต้อง ครบถ้วน มีมุมมองสวยงามในเชิงศิลปะ เก็บไว้ ที่สำคัญคือจะต้อง ‘ไม่มีชั้นความลับ’ จากนั้นให้สร้างแฟ้มอิเล็กทรอนิกส์ (Folder) สำหรับเก็บรวบรวมงาน ดำเนินการตั้งชื่อ Folder เป็นแนวทางเดียวกัน (ขั้นตอนนี้กำหนดให้ใช้ตัวเลขตามปี/เดือน/วัน/เวลา และชื่องาน ตามหลักการใช้ภาษาดิจิทัล เช่น ‘650214 1500 พล.กท.ประชุมสภา กท.’ หมายถึง พล.กท.ประชุมสภา กท. เมื่อวันที่ 14 ก.พ.65 เวลา 1500) เพื่อให้สืบค้นได้รวดเร็ว จากคำสั่งจัดเรียงไฟล์ (Name) จนถึงการตั้งชื่อภาพใน Folder โดยไม่ต้องใช้คำยืดยาว และเรียง ตามเวลาในงานที่ถ่ายภาพหรือตามความเหมาะสม เพื่อนำไปจัดเก็บในคลังสื่อทั้งแบบ Harddisk และคลังสื่ออินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย

4.3 ขั้นตอน ‘จัดเก็บ’ สื่อ เป็นการเก็บหมวดหมู่ภาพตามปีเดือนวัน อย่างเหมาะสม หลังจากดำเนินการเรียบเรียงเสร็จสิ้น โดยใส่ไว้ในคลังภาพภายนอก (External Harddisk) หรืออุปกรณ์เก็บข้อมูลภายในคอมพิวเตอร์หรือ Harddisk ซึ่งทำหน้าที่เก็บข้อมูลตั้งแต่ระบบปฏิบัติการ โปรแกรม ซอฟต์แวร์ และไฟล์ข้อมูลย่อย ซึ่งจะถูกรวบรวม เปรียบเสมือนคลังเก็บข้อมูลขนาดใหญ่ของคอมพิวเตอร์ และเตรียมคัดเลือกไฟล์งานอีกครั้ง โดยเลือกงานที่ดีที่สุดที่จะส่งเผยแพร่ (คัดกรองก่อนประชาสัมพันธ์) บันทึกลงในคลังสื่อออนไลน์ (Online Media Library) สำหรับแจกจ่ายด้วยอินเทอร์เน็ต (Internet) สำหรับการเข้าพื้นที่ Online Media Library จะเกิดประโยชน์ในการเก็บและส่งข้อมูลปริมาณมาก และสามารถย้อนไปสืบค้นงานได้มากกว่า 1 - 2 ปี

4.4 ขั้นตอน ‘แจกจ่าย’ สื่อ เป็นขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งจะแจกจ่ายสื่อจากระบบคลังสื่อออนไลน์เป็นหลัก ด้วยการสร้าง QR Code ให้ผู้รับบริการใช้ Smart Phone หรืออุปกรณ์อื่น เพื่อ Scan เข้าถึงคลังสื่อเพื่อการดาวน์โหลด (Download) อีกทั้งยังสามารถใช้ประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้อีก 1 ช่องทาง

5. แนวทางบูรณาการการผลิตและการใช้สื่อ เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ขององค์กรด้วยการใช้แบบจำลอง 7S's Model¹⁹ พบว่า Strength (จุดแข็ง) ของ สลก.สป. เป็นหน่วยงานที่เป็นหลักในด้านการผลิตสื่อทุกประเภทของ สป. มีเกียรติประวัติ Story (ตำนานและเรื่องราว) ในพันธกิจด้านการประชาสัมพันธ์ ด้วย Style (เอกลักษณ์เฉพาะตัว) ที่มีการรวมงานด้านการผลิตสื่อทุก

ประเภทไว้ในหน่วยเดียวกัน การตัดสินใจผลการปฏิบัติงานใช้แนวคิดทางศิลปะผสมกับหลักการแนวทางราชการ กำลังพลมีความสามารถในเทคนิคเฉพาะด้าน มีระบบการให้บริการ Service (การบริการ) เพื่อสนับสนุนงานเลขานุการ (สร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้บังคับบัญชาของ สป.) และงานประชาสัมพันธ์ (สนับสนุนการรักษาความมั่นคงภายในประเทศ ในด้านการรักษาอธิปไตย ช่วยเหลือประชาชนในภาวะวิกฤติ และสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน) และกำลังพลมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน Sincerity (ความจริงใจ)

แต่ด้วยการที่เป็นหน่วยงานราชการ การเปลี่ยนแปลงระบบการปฏิบัติงานจึงเป็นไปได้ช้า โดยเฉพาะการผลิตสื่อสมัยใหม่ ที่ยังต้องปรับปรุงในเรื่อง Sensitivity (ว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง) จึงต้องมีการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสมเท่าทันสถานการณ์ อันเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งในการวางระบบประสานงานอย่างรวดเร็วในอนาคต รวมไปถึง Sustainability (ความยั่งยืนในการตอบสนองความต้องการของสังคม) ที่การช่วยเหลือประชาชนเป็นหนึ่งในภารกิจที่ต้องดำเนินการ จากการสนับสนุนสื่ออันเป็นประโยชน์ให้กับประชาชนตามสถานการณ์สำคัญของประเทศอย่างสม่ำเสมอ อาทิ แนวทางการเข้ารับวัคซีนและการรักษาผู้ติดเชื้อ covid-19 การป้องกันอุบัติเหตุจราจรในช่วงเทศกาลสำคัญ โดยในอนาคตจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทของ สป. ในด้านความมั่นคง ควบคู่ไปกับการบูรณาการสื่อระหว่างองค์กรที่มีศักยภาพในการผลิตสื่อ ตามที่ สป. กำหนดไว้ ดังนี้

5.1 กองผลิตสื่อ สำนักงานเลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (กผส.สลก.สป.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนงานด้านการเลขานุการและการประชาสัมพันธ์ของ สป.

5.2 กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (กปส.สลก.สป.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผนและการประชาสัมพันธ์ให้กับ สป.

5.3 กองเทคโนโลยีดิจิทัล สำนักนโยบายและแผนกลาโหม (กทต.สนผ.กท.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับวางระบบดิจิทัลในด้านนโยบายและแผนให้กับ สนผ.กท.

5.4 ศูนย์ไซเบอร์ กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม (ศชบ.ทสอ.กท.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการเชื่อมโยงเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ (Network) และ Internet รวมทั้งป้องกันเฝ้าระวังการถูกโจมตีทางเครือข่าย (Hack)

5.5 ศูนย์ดิจิทัล กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม (ศตท.ทสอ.กท.) สนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานและบริหารราชการทั่วไป ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนด้านดิจิทัลระดับปฏิบัติ

6. การใช้สื่อสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมกับประชาชน เป็นวิธีที่การสร้างการรับรู้และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างทหารกับประชาชนอย่างได้ผล โดยการใช้สื่อเป็นแกนกลางในการประกวดผลงานสื่อเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในรางวัล ทำให้เกิดการค้นคว้าข้อมูลด้วยตนเองนำไปสู่การสร้างการรับรู้ในด้านความมั่นคงตามที่ต้องการ โดยมีรายละเอียด ได้แก่

6.1 วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติ สำนึกในพระมหากรุณาธิคุณและถวายความจงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์ สร้างความรู้ความเข้าใจในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข โดยกลุ่มเป้าหมายจะได้ศึกษาค้นคว้าในพระราชกรณียกิจ และโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โดยการค้นหาข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมเกิดความปรองดองสมานฉันท์ มีความเข้าใจร่วมกันและเกิดความรักความสมัครสมานสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเป็นภาพจำของประชาชนได้ประจักษ์ว่า สป. เป็นหนึ่งในสถาบันสำคัญที่มีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ และเป็นที่พักของประชาชน ให้ความช่วยเหลือในยามที่ประสบความเดือดร้อน รวมทั้งได้เห็นมุมมองด้านต่าง ๆ จากกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์และการรักษาความมั่นคง

6.2 การดำเนินการ เมื่อพิจารณาจากการจำแนกสื่อด้านความมั่นคงแล้ว สามารถแบ่งการดำเนินการออกเป็น 3 รูปแบบตามประเภทของสื่อ ได้แก่

6.2.1 การประกวดภาพถ่ายหรือการออกแบบอินโฟกราฟิก (แผ่นพับ) ในหัวข้อความมั่นคงด้านต่าง ๆ โดยการใช้เครื่องมือถ่ายภาพ โปรแกรมตัดต่อภาพ ตามขนาดและตามหัวข้อที่กำหนด อาทิ สถาบันพระมหากษัตริย์กับประชาชน การรณรงค์ป้องกันยาเสพติด ปืนใหญ่โบราณ กลาโหมจากมุมมองของฉันท ทหารกับการป้องกันประเทศ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ การประกวดภาพถ่าย ได้แก่ เด็ก เยาวชน และประชาชน และการประกวดออกแบบอินโฟกราฟิก ได้แก่ เยาวชน และประชาชน

6.2.2 การประกวดเรียงความ (เผยแพร่ในวารสาร) ในหัวข้อ ความมั่นคงด้านต่าง ๆ โดยการกำหนดจำนวนคำและหัวข้อเรื่องตามระดับอายุต่าง ๆ อาทิ ในหลวงของเรา การรณรงค์ป้องกันยาเสพติดครอบครัว/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/ชุมชน เศรษฐกิจพอเพียงในครอบครัว สืบสานพระราชปณิธาน ทหารกับการป้องกันประเทศ ทหารกับการช่วยเหลือประชาชน โดยมีกลุ่มเป้าหมายได้แก่ เด็ก เยาวชน และประชาชน

6.2.3 การประกวดไวรัลคลิป (เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์) ในหัวข้อความมั่นคงด้านต่าง ๆ โดยการกำหนดความยาวนาที่และหัวข้อเรื่อง อาทิ สถาบันพระมหากษัตริย์กับประเทศไทย การรณรงค์ป้องกันยาเสพติด โควิดโรคร้ายทำลายประเทศ ทหารกับการป้องกันประเทศ โดยมีกลุ่มเป้าหมายได้แก่ เยาวชน และประชาชน

ทั้งนี้ หากเชื่อมโยงโยงความสำเร็จในทั้ง 6 แนวทาง จะทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงได้ในอนาคต ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในมุมมองภาพรวมจากการปฏิบัติการจิตวิทยาของยุค IT ในภาพรวม ส่วนที่เป็นองค์ประกอบและมีบทบาทมากที่สุดจะแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ เนื้อหา (Content) และการใช้สื่อ (Media) ซึ่งมาจากการผลิตสื่อ ผู้ผลิตสื่อหรือผู้เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ (Influencer) และการเลือกช่องทางในการเผยแพร่ (Platform) ซึ่งมาจากการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทั้ง 4 ส่วน หากมีการดำเนินการอย่างเหมาะสมจะมีประสิทธิภาพสูงสุดกับงานด้านจิตวิทยาให้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ 3

บทอภิปรายผล

เมื่อพิจารณาแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคงในด้านการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจของ สป. มี 2 หัวข้อ ได้แก่ หัวข้อที่ 3 กองทัพ หน่วยงานด้านความมั่นคง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีความพร้อมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคง และหัวข้อที่ 5 การบริหารจัดการความมั่นคงมีผลสำเร็จที่เป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ และจากการที่ประเทศไทยผ่านการบังคับใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมสื่อและวิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) จึงต้องกำหนดแนวทางพัฒนาการผลิตสื่อสำหรับเสริมสร้างความมั่นคงเพื่อลดปัญหาและผลกระทบต่อความมั่นคง จากสถิติของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (DES) ที่รวบรวมเนื้อหาเข้าข่ายผิดกฎหมายในช่วง 1 สัปดาห์ของสถานการณ์ชุมนุม (วันที่ 13 – 18 ตุลาคม พ.ศ. 2563) จำนวน 324,990 เรื่อง สรุปเนื้อหาที่เข้าข่ายผิดกฎหมายตาม พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และแก้ไขเพิ่มเติมปี 2560 และ พ.ร.ก.การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 โดยสัดส่วนหลักจะเกิดขึ้นใน Facebook (FB) ถึง 245,678 เรื่อง Twitter (Tw) 75,076 เรื่อง และเว็บบอร์ด 4,236 เรื่อง²⁰

ข้อมูลสนับสนุนการวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบในเชิงโครงสร้าง ภารกิจและบทบาท ของหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสื่อด้านความมั่นคงของประเทศมหาอำนาจจำนวน 2 ประเทศ คือสหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า

1. สหรัฐอเมริกา (ฝั่งเสรีประชาธิปไตย) มีหน่วยงานเทียบเท่าระดับกองหรือสำนักงานที่ขึ้นตรงกับ กท.สหรัฐฯ โดยในหน่วยงานมีการผสมผสานระหว่างพลเรือนและทหารที่ปฏิบัติงานด้านการผลิตสื่อของ กท. เรียกว่า สำนักงานกิจการสื่อกลาโหม (Defense Media Activity : DMA) มีที่ปรึกษา 3 ส่วน ได้แก่

1.1 สำนักงานที่ปรึกษาทั่วไป ให้คำแนะนำและช่วยเหลือแก่ผู้อำนวยการเจ้าหน้าที่อาวุโส และผู้ปฏิบัติงาน ในเรื่องกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อ

1.2 สำนักงานจเรทหารทั่วไป กำกับดูแลการดำเนินงาน DMA ให้เป็นไปอย่างเป็นอิสระตามวัตถุประสงค์ และทันเหตุการณ์ ผ่านการสืบสวน ตรวจสอบ และประเมินผล เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของประชาชนในระดับสูงสุด

1.3 สำนักงานบริหารจัดการความหลากหลายและความเท่าเทียมทางโอกาส กำกับดูแลด้านบุคลากร ให้ปฏิบัติงานได้ ในสภาพแวดล้อมที่ปราศจากการเลือกปฏิบัติ ป้องกันการถูกคุกคามหรือถูกตอบโต้อย่างผิดกฎหมาย

โดยมีวิสัยทัศน์ เป็นพลังขับเคลื่อนที่ให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจในการปกป้องมาตุภูมิ ผ่านเนื้อหาและการสื่อสารที่เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ และมีพันธกิจในการฝึกอบรมและพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต จัดการ และเผยแพร่สื่อของ กห. เพื่อให้ทั่วโลกทราบ ทั้งนี้ DMA เกิดจากการรวมหน่วยงานด้านสื่อของทุกกองทัพ ได้แก่ 1) Army's Soldier Magazine, Fort Belvoir, Virginia 2) Naval Media Center, Anacostia Annex, District of Columbia 3) Army Broadcasting-Soldier Radio/TV, Alexandria, Virginia และ 4) Air Force News Agency-Army/Air Force Hometown News Service, San Antonio, Texas

ซึ่งมีแนวคิดจัดตั้งในปี พ.ศ. 2551 จนเริ่มดำเนินงานในปี พ.ศ. 2554 และมีโรงเรียนอบรมการผลิตสื่อกลาโหม (Defense Information School : DINFOS) ในรัฐแมริแลนด์²¹ ที่ผลิตบุคลากรไปปฏิบัติงานทั่วโลก ด้วยเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ อาทิ ข่าวสารในประเทศ สื่อในทางทหารทุกประเภท และเครือข่ายเพื่อความบันเทิง สำหรับหน่วยงานในระดับกองทัพของสหรัฐฯ ผู้สำเร็จการศึกษาจาก DINFOS จะเข้าทำงานในสายงานด้านกิจการพลเรือน (Public Affairs) ในกองทัพ หรือในฝ่ายอำนวยการพิเศษ (Special Staff) ในกองกำลัง อาทิ กองบัญชาการภาคพื้นอินโดแปซิฟิก (U.S. Indo-Pacific Command)²² เป็นต้น

2. สาธารณรัฐประชาชนจีน (ฝั่งคอมมิวนิสต์) มีงานวิจัยเรื่อง Media Relations in China's Military ของ Matthew Boswell ที่ได้กล่าวถึงการก่อตั้งสำนักงานสารสนเทศของกระทรวงกลาโหมแห่งชาติจีน (China's Ministry of National

Defense Information Office : MNDIO) ในปี พ.ศ. 2551 เพื่อเป็นองค์กรสื่อสัมพันธ์ ที่ให้บริการกองทัพปลดปล่อยประชาชน (People's Liberation Army : PLA) และ พัฒนางานด้านโฆษณาและสำนักงานข่าวของ PLA อันสะท้อนถึงการตระหนักของ กท.จีน ว่าในสภาพแวดล้อมที่มีการใช้สื่อมากขึ้นในปัจจุบัน การนิ่งเงียบในเรื่องที่เป็น ผลประโยชน์ ไม่ใช่กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลอีกต่อไป โดย MNDIO เป็นกลไกที่ ทำให้ PLA สามารถติดต่อกับโลกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพในสังคมที่ปิดกั้นของ ระบบคอมมิวนิสต์ และเป็นวิธีการเพิ่มความนิยมสำหรับ PLA ในการลดความกังวล ทางการเมือง ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกองทัพ โดยการนำ MNDIO เข้ามีส่วนร่วมกับ ประชาคมระหว่างประเทศและปรับปรุงความโปร่งใสทางทหาร ด้วยการเข้าถึงข้อมูลที่ นำเชื่อถือ ทันเวลา และเชื่อถือได้เกี่ยวกับกิจกรรมของ PLA รวมถึงทัศนคติของ PLA ที่ มีต่อจุดยืนทางนโยบายของสหรัฐฯ²³

จากมุมมองยุทธศาสตร์ด้านสื่อกับความมั่นคงของชาติมหาอำนาจที่ กล่าวมา หากเปรียบเทียบกับประเทศไทยจะเห็นได้ว่า การริเริ่มพัฒนาระบบงานสื่อ อย่างเป็นรูปธรรมของสหรัฐฯ และจีน มีความใกล้เคียงกันในห้วง พ.ศ. 2551 โดยมี จุดประสงค์ต่างกันเล็กน้อยตามข้อระบอบการปกครอง สำหรับประเทศไทยเมื่อ เปรียบเทียบกับทั้ง 2 ชาติ จะเห็นว่า ในระดับ กท. ยังไม่มีการบูรณาการด้านสื่อความ มั่นคงอย่างเป็นรูปธรรม มีเฉพาะกองผลิตสื่อในระดับ สป. เพียงหน่วยงานเดียว และใน เหล่าทัพยังไม่มีแผนบูรณาการงานด้านสื่อที่ชัดเจน ส่งผลให้ไม่สัมพันธ์กับแนวทาง ประชาสัมพันธ์และจิตวิทยา นอกจากนี้ ยังไม่มีโรงเรียนหรือหลักสูตรพัฒนาบุคลากร ด้านการผลิตสื่อใน กท. (มีเฉพาะหลักสูตรด้านกิจการพลเรือนและการประชาสัมพันธ์) จึงควรให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าว เพื่อเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของสายงาน กิจการพลเรือนให้มีความเป็นมาตรฐานในระดับกองทัพหรือกระทรวง ให้สามารถรับมือ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่ใช้นวัตกรรมสื่อเป็นเครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

อนึ่ง ตามที่ สป. ได้ก่อตั้งหน่วยงานด้านการผลิตสื่อเมื่อปี พ.ศ. 2562 จึงควรมีการวางนโยบายพัฒนาแนวทางในระยะยาว ซึ่งต้องอาศัยวิสัยทัศน์ในการพัฒนา นวัตกรรมสื่ออย่างต่อเนื่อง จากผู้เชี่ยวชาญ ปรับปรุงระบบให้มีความทันสมัย รวดเร็ว มี ประสิทธิภาพ วิเคราะห์ทำนายแนวโน้มการใช้เทคโนโลยี Platform Online ในอนาคต วางแนวทางการบูรณาการในทุกระดับ พร้อมกับกำหนดแนวทางแสวงหาความร่วมมือ

กับภาคประชาชนในการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อที่กำหนด ด้วยการพิจารณากิจกรรม
โครงการให้เหมาะสมกับงบประมาณในแต่ละปี สอดคล้องกับพันธกิจและเจตนารมณ์
ผู้บังคับบัญชา ให้เกิดความคุ้มค่า และดำรงรักษาแนวคิดทัศนคติอันดีระหว่างสถาบัน
หลักด้านความมั่นคงกับประชาชนต่อไป

บทที่ 4

บทสรุป

แม้ว่าในปัจจุบันจะมีผู้ใช้งานเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก แต่ในความเป็นจริงกระแสแนวคิดของสื่อสังคมออนไลน์อาจไม่ใช่ตรรกะที่ชีวิตที่ได้มาตรฐาน เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นสังคมในจินตนาการ บุคคลหนึ่งอาจสร้างอีกหนึ่งตัวตนที่ต่างออกไปจากความเป็นจริง หรืออาจสร้างตัวตนหลายตัวตน เพื่อใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้น จึงอนุมานได้ว่าความเห็นจากสื่อโซเชียลอาจ ‘เสียงดัง’ เพราะเข้าถึงง่าย แต่อาจไม่ใช่ ‘เสียงจริง’ ของสังคม เพราะยังมีผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์อีกมากที่เป็นผู้สังเกตการณ์เฝ้าดู โดยที่ยังไม่ได้แสดงความคิดเห็นใด ๆ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในประเทศของ สป. โดยการวิเคราะห์ตามทฤษฎีและการทำงานในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการเรียงลำดับขั้นตอนตั้งแต่การทำความเข้าใจพื้นฐานคุณลักษณะสื่อ การวิเคราะห์ความขัดแย้งทางแนวคิดทำให้รับทราบถึงปัญหาอุปสรรค และการนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ กำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมในการลดระดับความขัดแย้ง นำไปสู่แนวทางการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาองค์กรและระบบการผลิตสื่อสมัยใหม่เป็นการปรับกระบวนการทัศน์การดำเนินนโยบายของหน่วยให้สอดคล้องกับมิติการทำงานด้านสื่อในยุคโลกาภิวัตน์ รวมถึงการแสวงประโยชน์จากนวัตกรรมสื่อ มาขยายผลบูรณาการระบบงานสื่อของ สป. เพื่อวางแนวทางที่ชัดเจน พร้อมกับนำเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับความสนใจนำไปต่อยอดประชาสัมพันธ์ และสุดท้ายคือสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนตามช่องทาง Platform Online ให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม อันจะส่งผลต่อการเสริมสร้างความมั่นคงให้กับประเทศในอนาคต

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลและทิศทางด้านสื่อในปัจจุบัน พบว่าการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการด้านสื่อเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจนตามไม่ทัน พฤติกรรมผู้รับบริการก็จะเปลี่ยนแปลงตาม นอกจากนี้เทคโนโลยีด้านการผลิตสื่อบางประเภทอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสร้างสื่อให้แตกต่างออกไป หน่วยงานด้านสื่อควรมีการปรับสภาพ พัฒนาระบบและภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ ซึ่งการวิจัยในอนาคตอาจไม่สามารถใช้การต่อยอดจากเอกสารวิจัยฉบับนี้ได้ในบางหัวข้อ

1.2 สถานการณ์ด้านความมั่นคงของประเทศ ในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะทางการเมือง ซึ่งอาจส่งผลกับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างและระบบการปฏิบัติงาน รวมไปถึงรูปแบบความขัดแย้งที่ไม่เหมือนในอดีต เป็นผลให้การสืบค้นหลักฐานอ้างอิง อาจได้ข้อมูลที่ไม่ทันสมัย จึงเสนอให้พิจารณาในเอกสารหลักฐานด้านการพัฒนาสื่อย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคมอาจเร็วขึ้นปีต่อปี และสำหรับประเด็นรูปแบบความขัดแย้งที่มาจากภูมิศาสตร์ทางอารมณ์ ควรมีการวิจัยแยกประเด็นไป เป็นกลุ่มศึกษาด้านจิตวิทยามวลชน หรือด้านพฤติกรรมศาสตร์ของการเข้าถึงสื่อตามบริบทของสังคมในห้วงเวลาต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในประเด็นพฤติกรรมศาสตร์ ควรวิจัยสาเหตุและระดับความขัดแย้งที่ส่งผลกระทบต่อระดับความมั่นคง และในประเด็นด้านสื่อ ควรวิจัยแนวทางพัฒนาระบบหรือการต่อยอดบูรณาการเชิงโครงสร้างของหน่วยงานในระดับ กท. และเหล่าทัพ หรือมีการกำหนดทิศทางของสถาบันหรือหลักสูตรด้านการผลิตและการใช้สื่อเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงอย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF
2. คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (1) ประเด็น ความมั่นคง (พ.ศ. 2561 – 2580) [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/A/051/T_0001.PDF
3. กระทรวงกลาโหม. นโยบายเร่งด่วนของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ต.ค.65 - 30 ก.ย.66) [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.mod.go.th/File/PolicyMOD66.aspx>
4. สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม OFFICE OF THE PERMANENT SECRETARY FOR DEFENCE. วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / ค่านิยมองค์กร [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://opsd.mod.go.th/recommend/vision.aspx>
5. รัฐบาลไทย. เจตนารมณ์และแนวทางการปฏิบัติงานของปลัดกระทรวงกลาโหม พลเอก สนิธชนก สังขจันทร์ [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/60364>
6. กองทัพบก. แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของกองทัพบก [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://rta.mi.th/wp-content/uploads/2022/04/2110110876173304761733-.2565-.pdf>
7. ศุภณัฐ เพิ่มพูนวิวัฒน์. การบริหารความขัดแย้ง [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: rta.awc.ac.th/sites/default/files/สรุปรายวิชา%20บ.1301.pdf
8. กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. องค์ความรู้ เรื่องหลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึง

เมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: [https://km.labour.go.th/ attachments/article/170/001.pdf](https://km.labour.go.th/attachments/article/170/001.pdf)

9. Digital Government Standard. สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: [https:// standard.dga.or.th/department/สำนักงานปลัดกระทรวงกลา/](https://standard.dga.or.th/department/สำนักงานปลัดกระทรวงกลา/)

10. เพ็ญญา โชติธรรมโม. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมในรูปแบบภาพสัญลักษณ์ เรื่อง สุขภาพในช่องปากสำหรับเด็ก [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3684/1/RMUTT-167600.pdf>

11. ประสิทธิ์ อนันตวิรุฬห์. องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=59017&filename=gennews_documents

12. ปิยะดนัย วิเคียน. กระบวนการผลิตวีดิทัศน์และภาพยนตร์ [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/กระบวนการผลิตวีดิทัศน์/>

13. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. การผลิตสื่อและการใช้สื่อ [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: http://oservice.skru.ac.th/ebookft/761/chapter_2.pdf

14. การตอบโต้ทางแนวคิดที่ขัดแย้ง. [อินเทอร์เน็ต]. 2565 เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com>

15. mediathailand. แนวทางการผลิตและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ [อินเทอร์เน็ต]. 2555 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.mediathailand.org/2012/06/blog-post_05.html

16. เทวัญ ต้นกุล. พลตรี. เทคนิคการคิดและตัดสินใจ [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: rta.awc.ac.th/sites/default/files/สรุปรายวิชา%20บ.1304.pdf
17. สุรพงษ์ มาลี. การบริหารการเปลี่ยนแปลง [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: rta.awc.ac.th/sites/default/files/สรุปรายวิชา%20บ.1302.pdf
18. แนวโน้มการใช้เงินโฆษณาสื่อในรูปของประเทศไทย พ.ศ. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 4 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.marketingoops.com/reports/media-stat/thailand-media-spending-in-mar-2022/>
19. ส่วนการวิจัยและพัฒนาและวิชาการบริหาร วิทยาลัยการทัพบก. กระบวนการคิดเชิงยุทธศาสตร์ [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: http://rta.awc.ac.th/sites/default/files/tamraakrabwnkaarkhidechinyuththsaast_r_prabprungl.pdf
20. Post Today. Social Platform เครื่องมือปลูก "มือบ" ยุคดิจิทัล [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 29 มกราคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.posttoday.com/economy/news/636031>
21. Defense Media Activity U.S. Department of Defense. [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 14 มีนาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dma.mil/>
22. U.S. Indo-Pacific Command. [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.pacom.mil/Organization/Organization-Chart/>
23. Matthew Boswell. Media Relations in China's Military [อินเทอร์เน็ต]. 2552 [เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.jstor.org/stable/24904949>
24. กองผลิตสื่อ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 29 มีนาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://sopsd.mod.go.th/การจดการความรของ-สลก-สป/กองผลตสอ.aspx>

ภาคผนวก

ผนวก ก ตารางแผนงานประจำปีของ กผส.สกก.สป. (แยกตามเดือน)

ตารางที่ 3 แผนงานประจำเดือนตุลาคม

เดือนตุลาคม (ต้นปีงบประมาณ)	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ใน กท. ศาลหลักเมือง วัดพระแก้ว				
- พิธีแสดงความยินดีนายพลใหม่				
- การแนะนำ ทน.นขต.สป. และแถลงเจตนารมณ์ ปล.กท.				
- จัดทำโปสเตอร์ผัง ผบ.ชา ของ สร. และ สป.				
- จัดทำสมุดโทรศัพท์ของ สป.				
- การแถลงนโยบายของ ปล.กท.				
- จัดทำวีดิทัศน์การดำเนินงานของ สกก.สป. (รับตรวจ)				
- ถ่ายภาพ ผบ.ชา ใหม่ และนายพลใหม่				
- วันประสูติ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าสิริภาฯ 8 ต.ค.				
- วันพ่อแห่งชาติ 13 ต.ค.				
- วันตำรวจ 17 ต.ค.				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ต.ค.				

ตารางที่ 4 แผนงานประจำเดือนพฤศจิกายน

เดือนพฤศจิกายน	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- จัดทำโปสเตอร์นโยบาย รมว.กท. และ ปล.กท.				
- สนับสนุนงานกฐินหลวง ของ สม.				
- สนับสนุนงานกฐินพระราชทาน กท.				
- วันกองทัพเรือ 20 พ.ย.				
- จัดทำไดอารี่ สป.				
- จัดทำนามบัตร ผบ.ชา ชั้นสูง				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน พ.ย.				

ตารางที่ 5 แผนงานประจำเดือนธันวาคม

เดือนธันวาคม	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันพ่อแห่งชาติ 5 ธ.ค.				
- วันประสูติ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภาฯ 7 ธ.ค.				
- จัดทำสารอวยพรปีใหม่ รว.กท. และ ปล.กท.				
- อวยพรและจัดงานเลี้ยงปีใหม่ของ สป. (ถ้ามี)				
- จัดทำนโยบายปีใหม่ของรัฐบาล				
- วันสมเด็จพระเจ้าตากสิน 28 ธ.ค.				
- วันสถาปนา ศอพท.				
- จัดทำหนังสือผลงาน กท. และ สป.				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ธ.ค.				

ตารางที่ 6 แผนงานประจำเดือนมกราคม

เดือนมกราคม	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- การร่วมพิธีวันขึ้นปีใหม่ สนามหลวง				
- การลงนามถวายพระพรในวันขึ้นปีใหม่				
- การอวยพรปีใหม่อดีต ปล.กท.				
- วันคล้ายวันสวรรคตสมเด็จพระปิ่นเกล้า				
- วันประสูติ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ 8 ม.ค.				
- วันเด็กแห่งชาติ เสาร์สัปดาห์ที่ 2				
- วันสถาปนา สม.				
- วันพ่อขุนรามคำแหงมหาราช				
- วันกองทัพไทยและกองทัพบก 18 ม.ค. อนุสรณ์สถาน				
- วันสถาปนา รร.ตท.สปท. 27 ม.ค.				
- เตรียมจัดทำวีดิทัศน์วันสถาปนา สลก.สป.				
- เตรียมจัดทำวีดิทัศน์วันสถาปนา กท. และตราสัญลักษณ์				
- เตรียมจัดทำหนังสือสถาปนา กท.				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ม.ค.				

ตารางที่ 7 แผนงานประจำเดือนกุมภาพันธ์

เดือนกุมภาพันธ์	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันท้าวผ่านศึก 3 ก.พ. อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ				
- พระราชพิธีบำเพ็ญพระราชกุศลมาฆบูชา				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ก.พ.				

ตารางที่ 8 แผนงานประจำเดือนมีนาคม

เดือนมีนาคม	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันสถาปนา สลก.สป. (ฉายวีดิทัศน์)				
- ประชุมพิจารณาบำเหน็จ-ปรับย้ายครึ่งปีแรก				
- วันพระบรมราชสมภพ ร.3 ลานวัดราชนันทดา				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน มี.ค.				

ตารางที่ 9 แผนงานประจำเดือนเมษายน

เดือนเมษายน	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันสถาปนากระทรวงมหาดไทย				
- พิธีแสดงความยินดีนายพลใหม่				
- วันพระราชสมภพ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้าฯ 2 เม.ย.				
- การตรวจเลือดทหารกองเกินเข้ารับราชการ				
- วันจักรี 6 เม.ย. สะพานพระพุทธยอดฟ้า				
- วันสถาปนา กท. 8 เม.ย. (วีดิทัศน์ หนังสือที่ระลึก)				
- เยี่ยมทหารบาดเจ็บ รพ.อพศ.				
- วันกองทัพอากาศ 9 เม.ย.				
- พิธีวันสงกรานต์ สป. และทำเนียบรัฐบาล				
- วันสถาปนาองค์พระคัมภีร์เมือง 21 เม.ย.				
- วันสวรรคต สมเด็จพระนเรศวร 25 เม.ย.				
- วันประสูติสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าทีปังกรฯ 29 เม.ย.				
- จัดทำวารสารหลักเมืองฉบับพิเศษ				

ตารางที่ 10 แผนงานประจำเดือนพฤษภาคม

เดือนพฤษภาคม	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- ลงนามถวายพระพร ก่อนวันฉัตรมงคล				
- วันฉัตรมงคล พระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย				
- วันประสูติ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าอทิตยาทรฯ 5 พ.ค.				
- วันอากาศกร 19 พ.ค.				
- วันสถาปนา สนพ.สสน.สป.				
- พิธีแรกนาขวัญ ท้องสนามหลวง				
- พระราชพิธีบำเพ็ญกุศล วิสาขบูชา วัดพระแก้ว				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน พ.ค.				

ตารางที่ 11 แผนงานประจำเดือนมิถุนายน

เดือนมิถุนายน	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันเฉลิม สมเด็จพระนางเจ้าสุทิดาฯ 3 มิ.ย.				
- พระราชพิธีบำเพ็ญกุศล วันวิสาขบูชา วัดพระแก้ว				
- วันกิตติยากร กระทรวงพาณิชย์ (นนทบุรี)				
- วันสวรรคต ร.8 สะพานพระรามแปด 9 มิ.ย.				
- วันสถาปนาสำนักนายกฯ ทำเนียบรัฐบาล				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน มิ.ย.				

ตารางที่ 12 แผนงานประจำเดือนกรกฎาคม

เดือนกรกฎาคม	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันสถาปนา สสน.สป. และ สยธ.สสน.สป.				
- สมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ กรมพระศรีสวางควัฒนาฯ 4 ก.ค.				
- วันประสูติ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลีฯ 13 ก.ค.				
- วันเฉลิม พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว 28 ก.ค.				
- พิธีถวายสัตย์ เป็นข้าราชการที่ดีของแผ่นดิน สนามหลวง				
- งานสโมสรสันนิบาต ทำเนียบรัฐบาล				
- พระราชพิธีบำเพ็ญกุศล อาสาฬหบูชา วัดพระแก้ว				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ก.ค.				

ตารางที่ 13 แผนงานประจำเดือนสิงหาคม

เดือนสิงหาคม	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันแม่แห่งชาติ 12 ส.ค.				
- จัดทำวีดิทัศน์งานเกษียณ ผบ.ชา ชั้นสูง สป.				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ส.ค.				

ตารางที่ 14 แผนงานประจำเดือนกันยายน

เดือนกันยายน (ปลายปีงบประมาณ)	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- วันมหิดล 24 ก.ย.				
- วันพระราชทานธงชาติไทย 28 ก.ย.				
- ปล.กท. อำนวยการ สป. และเหล่าทัพ (ปีที่จะเกษียณ)				
- การรายงานตัว ผชท. ไปปฏิบัติหน้าที่ต่างประเทศ				
- การประชุมพิจารณาบำเหน็จครั้งปีหลัง				
- การรับ-ส่งหน้าที่ ปล.กท.				
- จัดทำวารสารหลักเมืองประจำเดือน ก.ย.				

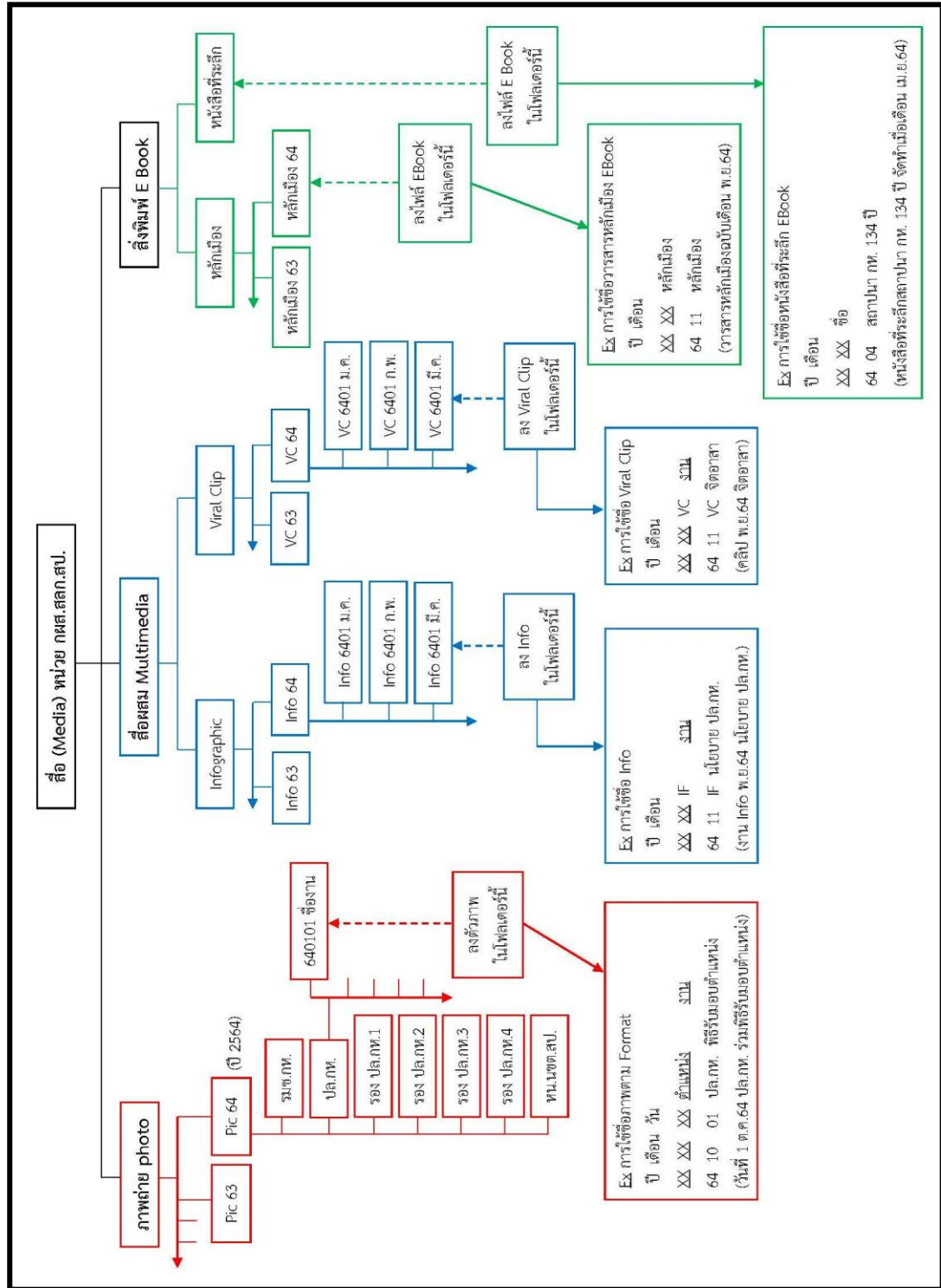
ตารางที่ 15 แผนงานภารกิจพิเศษที่เกี่ยวข้องกับพระบรมวงศานุวงศ์

แผนงานภารกิจพิเศษ	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
- กิจกรรมจิตอาสา				
- การรับของพระราชทาน ณ ศาลาว่าการ กท.				
- การบันทึกเทป/บริจาคโลหิตในวโอกาสสำคัญ				
- การรับพระราชทานเครื่องราช ชั้นสายสะพาย				
- การถวายสัตย์ตุลาการศาลทหาร กท.				
- งาน To Be No.1				
- การเข้าเฝ้าพระบรมวงศานุวงศ์	- ขอสนับสนุนสื่อจาก สนว. -			

ตารางที่ 16 แผนงานตามคำสั่งอื่น ๆ

แผนงานตามคำสั่ง	ภาพ	สิ่งพิมพ์	วีดิทัศน์	เสียง
การประชุม				
- การประชุมสภาสภาไกล่ไกล้ม				
- การประชุม ทน.นขต.สป.				
- การประชุม กทท.				
- การประชุม ทน.ส่วนราชการ ระดับกระทรวง				
- สนับสนุนงานกาชาด				
- การตรวจเยี่ยมงานในสายงาน ปล.กท. และ รอง ปล.กท.				
- การอวยพรวันคล้ายวันเกิดอดีต ปล.กท.				
- การอวยพรวันคล้ายวันเกิด ผบ.ชา ชั้นสูง ของ กท.				
- การอวยพรนายกสมาคมจักรยานสมัครเล่นแห่งประเทศไทย				
- การรับมอบเครื่องแบบ จากเหล่าทัพ				
- การรับเยี่ยมค่านับแขกในและต่างประเทศ-ลงนาม MOU				
- การสอบคัดเลือกข้าราชการ พนักงานราชการ สป.				
- พิธีประดับยศ				
- กิจกรรม 5 ส. และการช่วยเหลือ ปชช.				
- การมอบทุนการศึกษาข้าราชการ สป.				
- การฝึกการระดมสรรพกำลัง				
- งาน สลก.สัมพันธ์				
- การร่วมงานศพ				
- การแก้ไขภาพถ่าย				
- ป้ายประชาสัมพันธ์แผ่นฟิล์ม ช่องทางเดิน ศาลาว่าการ กท.				

ผนวก ข ระบบเรียงเรียงจัดเก็บข้อมูลสื่อแบบดิจิทัลของ กผส.สลก.สป.



ภาพที่ 6 ระบบเรียงเรียงจัดเก็บข้อมูลสื่อแบบดิจิทัลของ กผส.สลก.สป.²⁴

ผนวก ค รายชื่อกลุ่มที่มีอิทธิพลทางแนวคิดในด้านความมั่นคงและด้าน
การเมืองของไทย ณ เดือนมีนาคม 2566

ตารางที่ 17 เพจ กลุ่ม บุคคล ที่มีอิทธิพลชั้นนำในแนวทางการเมืองของไทย ใช้จำนวน
ผู้ติดตามแต่ละเพจตั้งแต่ 1 แสนคนขึ้นไป

ชื่อเพจ	Platform	ลักษณะ	ผู้ติดตาม
บีบีซีไทย	ทุกช่องทาง	เพจ - เปิด	2.8 ล้าน
รอยัลลิสต์มาร์เก็ตเพลส	FB Tw	กลุ่ม - ปิด	2.3 ล้าน
เนชั่นสุดสัปดาห์	ทุกช่องทาง	เพจ - เปิด	2 ล้าน
Voice TV	ทุกช่องทาง	เพจ - เปิด	1.6 ล้าน
The MATTER	ทุกช่องทาง	เพจ - เปิด	1.6 ล้าน
การเมืองไทย ในกะลา	FB Tw	เพจ - เปิด	1.1 ล้าน
ประชาไท	FB Tw	เพจ - เปิด	1 ล้าน
Somsak Jeamteerasakul	FB Tw Yu	บุคคล - เปิด	9 แสน
Pavin Chachavalpongpun	FB Tw Yu	บุคคล - เปิด	8.3 แสน
ไข่แมวx	FB Tw	เพจ - เปิด	6.9 แสน
Royal World Thailand	FB	เพจ - เปิด	4.6 แสน
KTUK - คนไทยยูเค	FB Tw	เพจ - เปิด	4.3 แสน
Andrew MacGregor Marshall	FB Tw	บุคคล - เปิด	3.8 แสน
อานนท์ นำภา	FB Tw	บุคคล - เปิด	3.1 แสน
สถาบันทิศทางไทย	FB	เพจ - เปิด	2.6 แสน
The METTAD	FB	เพจ - เปิด	2.1 แสน
แฟนข่าว TOP NEWS	FB Yu	เพจ - เปิด	1.7 แสน
เหรียญทอง แน่นหนา	FB	บุคคล - เปิด	1.6 แสน

ผนวก ง รายชื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือที่มีศักยภาพในการผลิตสื่อของ กระทรวงกลาโหม ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566

1. สำนักงานรัฐมนตรี (สร.)

1.1 สำนักงานโฆษกกระทรวงกลาโหม (โฆษก กท.) เป็นหน่วยรับการสนับสนุนสื่อประกอบการประชาสัมพันธ์จาก สป. และเหล่าทัพ

1.2 ศูนย์บัญชาการทหาร ทหารกระทรวงกลาโหม (ศบช.กท.) ซึ่งเป็นส่วนควบคุมบังคับบัญชาในการติดตามสถานการณ์ภาพรวมในความรับผิดชอบของ กท. มีส่วนงานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับ นขต.กท.

2. สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (สป.)

2.1 กองผลิตสื่อ สำนักงานเลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (กผส.สลก.สป.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนงานด้านการเลขานุการและการประชาสัมพันธ์ของ สป.

2.2 กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (กปส.สลก.สป.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผนและการประชาสัมพันธ์ให้กับ สป.

2.3 กองเทคโนโลยีดิจิทัล สำนักนโยบายและแผนกลาโหม (กทต.สนผ.กท.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับวางระบบและผลิตสื่อดิจิทัลในด้านนโยบายและแผนให้กับ สนผ.กท.

2.4 ศูนย์ไซเบอร์ กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม (ศชบ.ทสอ.กท.) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการเชื่อมโยงเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ (Network) และ Internet รวมทั้งป้องกันเฝ้าระวังการถูกโจมตีทางเครือข่าย (Hack)

2.5 ศูนย์ดิจิทัล กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม (ศตท.ทสอ.กท.) สนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานและบริหารราชการทั่วไป ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนด้านดิจิทัลระดับปฏิบัติ

3. กองบัญชาการกองทัพไทย (บก.ทท.)

3.1 สำนักงานเลขานุการกองบัญชาการกองทัพไทย (สลก.บก.ทท.)
ประสานงานด้านภาพผู้บังคับบัญชากับช่างภาพ สลก.บก.ทท.

3.2 กรมกิจการพลเรือนทหาร (กร.ทหาร) ประสานงานด้านสิ่งพิมพ์
'วารสารกองทัพไทย' (เสนาสนเทศ) และมัลติมีเดีย

3.3 กองผลิตสื่อโสตทัศน์ สำนักประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือน
ทหาร (กผส.สปส.กร.ทหาร) ประสานงานด้านภาพกิจกรรม บก.ทท.

3.4 ศูนย์บัญชาการทางทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย (ศบท.บก.
ทท.) ส่วนงานด้านกิจการพลเรือน ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับ ทท.

4. กองทัพบก (ทบ.)

4.1 กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก (กปส.สลก.
ทบ.) ประสานงานด้านภาพผู้บังคับบัญชา และสิ่งพิมพ์ 'ข่าววารสารทหารบก'

4.2 กองประชาสัมพันธ์ สำนักจิตวิทยา กรมกิจการพลเรือนทหารบก
(กปส.สจว.กร.ทบ.) ประสานงานด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์

4.4 ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพบก (ศปก.ทบ.) ส่วนงานด้านกิจการ
พลเรือน ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับ ทบ.

5. กองทัพเรือ (ทร.)

5.1 กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพเรือ (กปส.
สลก.ทร.) ประสานงานด้านภาพผู้บังคับบัญชา

5.2 กองประชาสัมพันธ์ สำนักจิตวิทยา กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ
(กปส.สจว.กพร.ทร.) ประสานงานด้านภาพกิจกรรมและวีดิทัศน์กองทัพ

5.3 สำนักงานราชนาวิกสภา กรมยุทธศึกษาทหารเรือ (สน.รณภ.
ยศ.ทร.) ประสานงานด้านสิ่งพิมพ์ 'นาวิกศาสตร์'

5.4 ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพเรือ (ศปก.ทร.) ส่วนงานด้านกิจการ
พลเรือน ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับ ทร.

6. กองทัพอากาศ (ทอ.)

6.1 สำนักงานเลขานุการกองทัพอากาศ (สลก.ทอ.) ประสานงานด้านภาพผู้บังคับบัญชากับช่างภาพ สลก.ทอ.

6.2 กองการภาพและผลิตสื่อ สำนักกิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ (ภส.สกป.กร.ทอ.) ประสานงานด้านภาพกิจกรรมกองทัพ

6.3 กองวารสารและสื่อสิ่งพิมพ์ (เพื่อพลาง) สำนักกิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ (สกป.กร.ทอ.) ประสานงานด้านสิ่งพิมพ์ ‘หนังสือข่าวทหารอากาศ’

6.4 ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพอากาศ (ศปก.ทอ.) ส่วนงานด้านกิจการพลเรือน ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์กับ ทอ.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ

นาวาเอก สูงศักดิ์ อัครปรีดี

วัน เดือน ปีเกิด

14 กุมภาพันธ์ 2518

ประวัติสำเร็จการศึกษา

พ.ศ. 2537	โรงเรียนเตรียมทหาร
พ.ศ. 2543	โรงเรียนนายเรือ วิทยาศาสตร์บัณฑิต
พ.ศ. 2551	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) เกียรตินิยม
พ.ศ. 2556	โรงเรียนเสนาธิการทหารเรือ รุ่นที่ 74

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2545 – 2548	ผู้บังคับกองร้อย กองพันทหารราบที่ 9 รักษาพระองค์ กรมทหารราบที่ 3 กองพลนาวิกโยธิน
พ.ศ. 2549 – 2551	นายทหารยุทธการ กองบังคับการกรมสนับสนุน กองพล นาวิกโยธิน
พ.ศ. 2557 – 2558	นายทหารฝ่ายเสนาธิการประจำกรมข่าวทหารเรือ
พ.ศ. 2559 – 2560	นายทหารคนสนิทประจำรองผู้บัญชาการทหารสูงสุด
พ.ศ. 2560 – 2561	นายทหารคนสนิทประจำรองปลัดกระทรวงกลาโหม
พ.ศ. 2561 – 2562	รองผู้อำนวยการกองความร่วมมืออาเซียน สำนักงาน อาเซียน สำนักนโยบายและแผนกลาโหม
พ.ศ. 2562 – 2564	รองผู้อำนวยการกองผลิตสื่อ สำนักงานเลขานุการ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

ตำแหน่งปัจจุบัน

พ.ศ. 2564 – ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการกองผลิตสื่อ สำนักงานเลขานุการสำนักงาน ปลัดกระทรวงกลาโหม
----------------------	---