



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ...สำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ สงต. โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๗๑๐ - ๑๑.....

ที่ นร.๐๒๐๙.๐๓/ ๑๗๖.....วันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒.....

เรื่อง...สรุปรายงานการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย และการประชุมเชิงปฏิบัติการ.....

ก่อนการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชน ครั้งที่ ๑๖ ณ ราชมณเฑียรแก้ว

เรียน...อปส.

๑. ข้อเท็จจริง

อปส. มอบหมายให้ รปส. (๑) เป็นหัวหน้าคณะผู้แทน กปส. เดินทางเข้าร่วมการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit: AMS 2019) ระหว่างวันที่ ๑๒ - ๑๔ มิถุนายน ๒๕๖๒ และการประชุมเชิงปฏิบัติการก่อนการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชน (Pre-Summit Workshops) ระหว่างวันที่ ๑๐ - ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๒ ณ เมืองเสียมราฐ ราชอาณาจักรกัมพูชา โดยในปีนี้ สถาบันพัฒนาการวิทยุโทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development: AIBD) ร่วมกับกระทรวงข่าวสารกัมพูชาเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม

๒. ข้อพิจารณา

การประชุมดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างกันเพื่อพัฒนาการด้านสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชีย ผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรสื่อมวลชนในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก นักวิชาการ นักสื่อสารมวลชนกว่า ๖๐๐ คน กิจกรรมประกอบด้วย การประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมใหญ่โดยวิทยากรจากนานาชาติ และการประชุมพิเศษร่วมกับสมาชิกแบบสามัญบางประเทศในหัวข้อต่าง ๆ โดยแนวคิดหลักของการประชุมปีนี้เป็น การปรับเปลี่ยนสื่อไปสู่ระบบดิจิทัล: มุ่งเป้าไปที่ตลาดในประเทศกำลังพัฒนา (Media Digitisation: Focusing on Developing Market) ซึ่งประเด็นสำคัญจากการประชุมที่เกี่ยวข้องกับ กปส. มีดังนี้

๒.๑ ที่ประชุมอภิปรายและแลกเปลี่ยนถึงแนวทางการปรับตัวขององค์การสื่อในการปฏิวัติอุตสาหกรรมระยะที่ ๔ ประกอบด้วย ๓ ด้านหลัก ได้แก่

๒.๑.๑ ด้านภูมิทัศน์สื่อ - การปฏิวัติอุตสาหกรรมระยะที่ ๔ มีอิทธิพลต่ออนาคตของวิวัฒนาการและการใช้กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีเกี่ยวกับสื่อที่กำลังปฏิวัติอุตสาหกรรมวิทยุ - โทรทัศน์ โดยแนวโน้มของการหลอมรวมช่องทางสื่อดิจิทัลต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก อาจทำได้โดยการสร้างแพลตฟอร์มสื่อให้เป็นห้องสมุดแห่งเนื้อหาสาระและความบันเทิงแบบไร้รอยต่อ โดยการจัดเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่ ออกแบบการนำเสนอเนื้อหาตามความต้องการของผู้ใช้แบบเฉพาะราย เน้นการออกแบบสื่อให้เป็นท้องถิ่น (Localization) เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและความคุ้นเคยในการเสพสื่อของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเทศ ทั้งนี้ วัฒนธรรมสื่อดิจิทัล คือการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาระหว่างผู้ผลิตสื่อและกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องเริ่มต้นการผลิตสื่อจากความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

๒.๑.๒ ด้านเทคโนโลยี - การนำเทคนิคเทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกแห่งความจริง AR (Augmented Reality) และเทคโนโลยีเสมือนจริง VR (Virtual Reality) มาผสมผสานกันในรูปแบบของเทคโนโลยีความเป็นจริงขยาย XR (Extended Reality) คือ เทคโนโลยีที่เชื่อมต่อจากโลกเสมือนจริงไปยังโลกแห่งความจริง ด้วยการสวมใส่อุปกรณ์ชุด VR Headset และ Hand Controller เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับระบบเครือข่าย โดยผสมผสานเทคโนโลยี VR และ AR เข้าด้วยกัน สามารถนำไปใช้ในงานสื่อรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการผลิตรายการข่าว การผลิตรายการสารคดี ตลอดจนการนำไปสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อเพื่อใช้ในแผนการณรงคืที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เช่น การส่งเสริมให้เกิดวินัยการใช้ถนน ตลอดจนการนำ AR และ VR ไปใช้ในการณรงคืเพื่อส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของผลงานสร้างสรรค์โฆษณาเชิงพาณิชย์

๒.๑.๓ ด้านเนื้อหา - ผู้บริหารองค์กรสื่อชั้นนำจากหลายประเทศร่วมกันนำเสนอแนวทาง เรื่อง การรับมือกับการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารและข่าวลวง โดยได้แลกเปลี่ยนทัศนะและประสบการณ์ในประเด็นนี้ อย่างกว้างขวาง เช่น กัมพูชาที่มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน โดยกระทรวงข้อมูลข่าวสารเพื่อเป็นเครื่องมือกลั่นกรอง ข่าวลวงในเบื้องต้นแก่ประชาชนได้ ในขณะที่ฝรั่งเศสมีการบังคับใช้กฎหมายต่อต้านข่าวลวงมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และมีการปรับแก้กฎหมาย ตลอดจนข้อบังคับที่เกี่ยวข้องให้ทันต่อเหตุการณ์และทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ ส่วนออสเตรเลีย ได้นำเสนอเว็บไซต์ CrossCheck Australia ที่เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบข่าวลวง ทั้งนี้ ที่ประชุมเห็นว่า การให้ความรู้แก่ประชาชน และการสร้างการมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการบังคับใช้กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ถือว่าเป็นมาตรการเบื้องต้นที่ทรงประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในการประชุมพิเศษเกี่ยวกับการรับมือกับการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารและข่าวลวง (Special meeting on combating disinformation/ fake news) ผู้แทนประเทศสมาชิกสามัญ ซึ่งรวมถึงผู้แทน กปส. ได้ร่วมกันให้ความเห็นเพื่อสร้าง Angkor Initiative ที่ถือเป็นความตกลงร่วมกันเพื่อต่อต้านข่าวลวงในภูมิภาคอีกด้วย

๒.๒ ข้อเสนอแนะจากการเข้าร่วมประชุมที่สำคัญโดยรายละเอียดปรากฏดังเอกสารแนบ ได้แก่

๒.๒.๑ การนำเสนอสื่อผ่านช่องทางที่หลากหลายควรปรับเนื้อหาสื่อให้เข้ากับแต่ละช่องทาง และมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้สามารถผลิตเนื้อหาที่ตรงกับรูปแบบการนำเสนอของแต่ละช่องทาง ตลอดจน พิจารณาการผลิตเนื้อหาแบบข้ามสื่อ (Cross media) เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของกลุ่มเป้าหมาย ในยุคดิจิทัล

๒.๒.๒ การวางแผนยุทธศาสตร์ ๕ ปี ของกรมประชาสัมพันธ์ ระหว่าง ๒๕๖๒ – ๒๕๖๕ ควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ “ดิจิทัล” เพื่อปรับเปลี่ยนระบบ คน โครงสร้าง ระบบปฏิบัติการ/ผลิตสื่อ และ เทคโนโลยีการใช้ AI หรือ Artificial Intelligence ช่วยการบริหารงาน และผลิตสื่อ ในยุคที่จำนวนข้าราชการมี จำกัดหรือปรับเปลี่ยนวิธีทำงานให้สอดคล้องกับทิศทางที่เปลี่ยนไป พัฒนาระบบฐานข้อมูล Big Data เพื่อใช้ในการ ปฏิบัติราชการและเป็นคลัง/ห้องสมุด/Media Lab (ห้องปฏิบัติการสื่อ) รวบรวมและให้บริการข่าว/สื่อ ประชาสัมพันธ์ ได้เป็นระบบ สามารถค้นหาย้อนหลังอ้างอิงได้จากสื่อ กปส. เชื่อมโยงข้อมูลรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

๒.๒.๓ การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเนื้อหาไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ควรเริ่มต้น จากการวิเคราะห์ความสนใจและพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ การออกแบบ เนื้อหาที่ตรงกับความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Customization) และการสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของอุตสาหกรรมสื่อที่มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น

๒.๒.๔ องค์กรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนควรให้ความสำคัญกับความรู้ และทักษะของบุคลากรในการรับมือกับข่าวลวงให้มากขึ้น จากการประสานกับสถาบันประชาสัมพันธ์พบว่า ขณะนี้ได้บรรจุเนื้อหา เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในหลักสูตรการฝึกอบรมแล้ว จึงเห็นควรเพิ่มเนื้อหาการจัดการ กับข่าวลวงและการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารในหลักสูตรด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจที่ถูกต้องและนำไป ปฏิบัติได้จริง

๒.๒.๕ ผู้บริหารหน่วยงานสื่อ กปส. อาจพิจารณาให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี การผลิตรายการที่ล้ำยุค เช่น AR และ VR มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความน่าสนใจ และน่าติดตามมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการสร้างรายได้ในอนาคตโดยวางแผนจัดสรรงบประมาณรองรับ

๓. ข้อเสนอ

๓.๑ มอบ กกจ. สปช. และ สปต. ร่วมกันพิจารณาจัดทำเนื้อหาการรับมือข่าวลวงและการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารในหลักสูตรการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้บุคลากร กปส. ที่รับผิดชอบทั้งด้านการวางแผนและด้านสื่อ มีความเข้าใจและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติ ผลผลิตที่ทรงคุณค่าและมีส่วนในการชี้นำสังคมในประเด็นดังกล่าวต่อไป

๓.๒ มอบ สนผ. นำข้อเสนอแนะตามข้อ ๒.๒ กำหนดเป็นกรอบการดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชน และการประชาสัมพันธ์ของ กปส. ให้แก่หน่วยปฏิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักรู้การรู้เท่าทันสื่อและการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งข่าวลวงที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบให้แก่สังคมไทยและอาเซียน ในฐานะองค์การด้านสื่อของรัฐในยุคดิจิทัลที่เป็นที่พึ่งของประชาชนได้อย่างแท้จริง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

วิมลพร อัคร

(นางวันเพ็ญ อัครตัน)

ผอ.สปต.

รณนพ.ร.

นิตยสารมวลชน

ร. 3.1 112: 3.2



(นางจรรณ ไรศรี)

รปส.

๒๕ ก.ค. ๒๕๖๒

- เห็นชอบ

- ดำเนินการตามเสนอ

พลโท

(สรเสรีญ แก้วกำเนิด)

อปส.

๒๕ ก.ค. ๒๕๖๒

สรุปสาระสำคัญ
การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit: AMS)

แนวคิดหลัก	การปรับเปลี่ยนสื่อไปสู่ระบบดิจิทัล: มุ่งเป้าไปที่ตลาดในประเทศกำลังพัฒนา “Media Digitisation: Focusing on Developing Market”	
ระยะเวลา/สถานที่	๑๒ - ๑๔ มิถุนายน ๒๕๖๒ ณ เมืองเสียมราฐ ราชอาณาจักรกัมพูชา	
เจ้าภาพการประชุม	สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development: AIBD) ร่วมกับกระทรวงข่าวสารแห่งกัมพูชา	
ผู้แทน กปส.	๑. นายจรูญ ไชยศรี	รปส. (๑)
	๒. นางประไพศรี เกิดสะวา	ผอ.สงต. สปต.
	๓. นางยุพินทร์ สุทธิโสภณ	ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี
	๔. นายศรายุทธ เจริญนาม	นายช่างไฟฟ้าชำนาญงาน สทท. จันทบุรี สปข. ๗
	๕. นายอิทธิพัทธ์ น้อยจันทร์	นักสื่อสารมวลชน สทท.พิษณุโลก สปข. ๔
	๖. นายภูผา วัฒนปรีดากุล	นักสื่อสารมวลชน สทท.พิษณุโลก สปข. ๔
	๗. นายสุรศักดิ์ หารราชสิทธิ์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ สปต.
	๘. นางสาวศิริลักษณ์ รัตนวโรภาส	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ สปต.
วัตถุประสงค์	การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit: AMS) มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีให้สมาชิกรับทราบความคืบหน้าและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในวงการสื่อสารมวลชนในแต่ละปี รวมทั้งแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อพัฒนากิจการด้านสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชียให้ก้าวไกล	
รูปแบบการประชุม	การประชุมแบ่งเป็น ๒ ช่วง ได้แก่ ช่วงการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre-Summit Workshops) ประกอบด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “Master Class on Leadership in the 4 th Industrial Revolution” และการประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “Impact of AR VR on Media” ตามด้วยช่วงการประชุมใหญ่ (Plenary Sessions) โดยในการประชุมใหญ่จะประกอบด้วยการอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงานด้านสื่อสารมวลชน โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากนานาชาติจำนวน ๘ หัวข้อและการประชุมพิเศษ จำนวน ๒ หัวข้อ	

สาระหลักจากการประชุม

๑. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre-Summit Workshops)

๑.๑ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “Master Class on Leadership in the 4th Industrial Revolution”

สถาบันฝึกอบรมแห่งสหภาพการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งยุโรป (European Broadcasting Union: EBU) ร่วมกับมหาวิทยาลัย LUT แห่งฟินแลนด์จัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ “ภาวะผู้นำในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ระยะที่ ๔” ระหว่างวันที่ ๑๐ - ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๒ โดยเน้นให้ผู้นำจากองค์กรสื่อยกระดับศักยภาพในการบริหารจัดการของตนเองด้วยการรู้เท่าทันเทคโนโลยี รู้จักการปรับใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับบุคลากรเพื่อเสริมประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรทั้งระบบ ตลอดจนฝึกฝนการใช้ทักษะการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ด้วยความเข้าใจรูปแบบการเป็นผู้นำของตนเอง เพื่อปรับการสื่อสาร การมอบหมายงาน การติดตามงาน และการประเมินผลงาน ให้สอดคล้องกับธรรมชาติและทักษะของผู้ใต้บังคับบัญชาแต่ละประเภทที่มีความต้องการและจุดมุ่งหมายในการทำงานแตกต่างกัน โดยผู้เข้าร่วม

/การประชุม...

การประชุมเชิงปฏิบัติการได้ร่วมอภิปรายและทดลองแก้ปัญหาผ่านโมเดลการบริหารที่หลากหลาย ทั้งนี้ วิทยากรเน้นย้ำการให้ความสำคัญกับผู้บริหารระดับกลาง เนื่องจากเป็นผู้สื่อสารถ่ายทอดนโยบายของระดับบริหารไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา และสะท้อนความต้องการของบุคลากรกลับมายังระดับบริหารได้อย่างใกล้ชิด นับว่าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ระยะที่ ๔ ได้อย่างดีที่สุด

๑.๒ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “Impact of AR VR on Media”

สถาบันพัฒนาการวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (AIBD) ร่วมกับ Whiteways Systems Pte. Ltd. แห่งประเทศสิงคโปร์ได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง ผลกระทบของเทคโนโลยีโลกเสมือน ผสานโลกแห่งความจริง AR (Augmented Reality) และเทคโนโลยีเสมือนจริง VR (Virtual Reality) ที่มีต่อสื่อ เมื่อวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงสื่อได้เข้าใจศักยภาพของ AR และ VR ในการนำไปประยุกต์กับการสร้างสรรค์เนื้อหาและเพิ่มประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจมากขึ้น ในการประชุมดังกล่าว นายแอล ราชา ผู้แทนของ Whiteways Systems Pte. Ltd. ได้เล่าถึงประวัติความเป็นมาของ AR และ VR ว่ามีพัฒนาการมาจากการทำกราฟิกหน้าจอโทรทัศน์แบบง่ายในอดีตจนกลายเป็นเทคโนโลยี ๓ มิติในปัจจุบัน และมีพัฒนาการที่น่าสนใจอย่างไร มีการแนะนำซอฟต์แวร์ที่มีชื่อว่า UNREAL ENGINE ที่มีศักยภาพในการช่วยสร้างผลงาน ๓ มิติได้อย่างสมจริงแม้จะอยู่ในโลกเสมือนจริงก็ตาม นอกจากนี้ ยังมีการสาธิตให้เห็นว่าจะสามารถนำซอฟต์แวร์ตัวนี้มาบูรณาการกับระบบกราฟิกทางโทรทัศน์ให้เกิดประสิทธิภาพได้อย่างไร ทั้งยังมีการแนะนำเทคนิคในการใช้ AR และ VR มาผสมผสานกันในรูปของ XR (Extended Reality) หรือเทคโนโลยีความเป็นจริงขยาย ซึ่งก็คือ เทคโนโลยีที่เชื่อมต่อกับโลกเสมือนจริงไปยังโลกแห่งความจริง ด้วยการสวมใส่อุปกรณ์ชุด VR Headset และ Hand Controller เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับระบบเครือข่าย โดยผสมผสานเทคโนโลยี VR และ AR เข้าด้วยกัน ในช่วงท้ายมีการอภิปรายถึงการนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ในงานสื่อรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการผลิตรายการข่าว การผลิตรายการสารคดี ตลอดจนการนำไปสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อเพื่อใช้ในแผนการรณรงค์ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เช่น การส่งเสริมให้เกิดวินัยการใช้ถนน ตลอดจนการนำ AR และ VR ไปใช้ในการรณรงค์เพื่อส่งเสริมการตลาด ในรูปของผลงานสร้างสรรค์โฆษณาเชิงพาณิชย์ เนื่องจากเทคโนโลยีนี้สามารถทำให้เกิดภาพเสมือนจริงบนพื้นฐานของความจริงได้น่าติดตามและชวนหลงใหลในบางกรณีจนสามารถสร้างประสบการณ์และอารมณ์สในการชมรายการได้อย่างไม่เบื่อหน่าย โดยผู้ผลิตสื่อสามารถประหยัดงบประมาณในการถ่ายทำในสถานที่จริงได้อย่างมหาศาลในหลายกรณีด้วย

๒. การประชุมใหญ่ (Plenary Sessions)

หัวข้อที่ ๑ เราจะปรับตัวเข้ากับการปฏิวัติสื่อในระบบดิจิทัลอย่างไร

(How we can adapt to Digital Revolution)

ผู้นำระดับสูงจากองค์กรสื่อภาครัฐ ได้ร่วมอภิปรายเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐ ที่นำไปสู่ความก้าวหน้าในการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ทั้งในประเทศพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาทั่วภูมิภาค นอกจากนี้ ผู้แทนแต่ละประเทศยังได้วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน เกี่ยวกับวิธีการอยู่รอด การเติบโต และการสร้างความมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายโดยการประยุกต์เทคโนโลยี ในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดย Dr. U Pe Myint ผู้แทนจากเมียนมาร์กล่าวว่า อัตราการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กในเมียนมานั้นสูงถึงร้อยละ ๔๐ ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ ซึ่งตัวเลขดังกล่าวสะท้อนทั้งโอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาประเทศ กล่าวคือ แม้อันดับของสื่อสังคมออนไลน์จะมีอยู่มาก เช่น เป็นช่องทางหลักในการแพร่กระจายข่าวลวง แต่ข้อดีของสื่อใหม่ก็ไม่ควรถูกมองข้าม ได้แก่ จำนวนของนักอ่าน และนักเขียนในโลกออนไลน์ที่นำเสนอความคิดเห็นของตนเองในประเด็นต่าง ๆ มีเพิ่มมากขึ้น การขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การเติบโตของการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ และการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อน

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ก็เกิดขึ้นรวดเร็วสอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนมากขึ้นด้วย ที่ประชุมจึงเห็นว่าการปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงโดยเลือกมองหาโอกาสจากเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเรื่องสำคัญ

หัวข้อที่ ๒ การคาดการณ์สถานการณ์สื่อในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ระยะที่ ๔

(Envisioning the media in the 4th Industrial Revolution)

การปฏิวัติอุตสาหกรรมในระยะที่ ๔ มีอิทธิพลต่ออนาคตของวิวัฒนาการและการใช้กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีเกี่ยวกับสื่อที่กำลังปฏิวัติอุตสาหกรรมวิทยุ-โทรทัศน์ โดยแนวโน้มของการหลอมรวมช่องทางสื่อดิจิทัลต้องคำนึงถึงการทำให้กลุ่มเป้าหมายเป็นศูนย์กลาง จึงต้องพิจารณาโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึงและเหมาะสมกับบริบทแวดล้อม ผ่านการแลกเปลี่ยนกรณีศึกษาเพื่อตามติดเทคโนโลยีให้ทัน รวมทั้งยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมสื่ออีกด้วย

นาย Darren Ong ผู้แทนจาก Netflix สิงคโปร์ ได้เสนอแนวคิดการสร้างแพลตฟอร์มสื่อให้เป็นห้องสมุดแห่งเนื้อหาสาระและความบันเทิงแบบไร้รอยต่อ โดยการจัดเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่ ออกแบบการนำเสนอเนื้อหาตามความต้องการของผู้ใช้แบบเฉพาะราย เน้นการออกแบบสื่อให้เป็นท้องถิ่น (Localization) เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและความคุ้นเคยในการเสพสื่อของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเทศ สอดคล้องกับ Dr. Lim Kok Yoong จากมาเลเซีย ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมสื่อดิจิทัล คือการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาระหว่างผู้ผลิตสื่อและกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องเริ่มต้นการผลิตสื่อจากความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

หัวข้อที่ ๓ บูรณาการเทคโนโลยีล่าสุดในการสร้างสรรค์เนื้อหา

(Integration of Latest technologies in content creation)

ผู้เข้าร่วมประชุมได้อภิปรายถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ยังคงเปลี่ยนโฉมอุตสาหกรรมสื่อวิทยุ - โทรทัศน์และเทคนิคการสร้างสรรค์เนื้อหาต่อไป โดยการถ่ายทอดสดรายการกีฬาสำคัญ ๆ มีการใช้ทั้งเทคโนโลยี UHD-๑ (Ultra-high Definition-๑) HFR (High Frame Rate) และ High Dynamic Range (HDR) ปัจจุบันองค์กรผลิตสื่อกำลังใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดจากอุปกรณ์ในการผลิตรายการ นอกจากการอภิปรายถึงโอกาสและความท้าทายที่เกิดจากการนำเทคโนโลยี AR, VR, UHD, HDR, HFR, WCG และ IP ในการผลิตรายการแล้ว Dr. Andrew Yew จากมาเลเซียยังได้นำเสนอแนวคิด XR (Extended Reality) หรือเทคโนโลยีความเป็นจริงขยาย คือ เทคโนโลยีที่เชื่อมต่อจากโลกเสมือนจริงไปยังโลกจริง ด้วยการสวมใส่อุปกรณ์ชุด VR Headset และ Hand Controller เชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับระบบเครือข่าย โดยผสมผสานเทคโนโลยี VR AR และ MR เข้าด้วยกัน ซึ่งอนาคตในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ มีการคาดการณ์ว่า จะมีการเติบโตของธุรกิจที่ถูกสนับสนุนด้วย XR สูงถึง ๑๑๐ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และ ๔๐% ของผู้จับจ่ายออนไลน์ จะใช้ประสบการณ์เสมือนจริงในการช่วยเลือกสินค้าที่ต้องการได้มากขึ้น ดังนั้น การสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับผู้เสพสื่อจึงเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสื่อในยุคนี้

หัวข้อที่ ๔ การบิดเบือนข้อมูลข่าวสารกับสื่อใหม่

(Disinformation & New Media)

วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิเรื่องการรับมือกับการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารและข่าวลวงของแต่ละประเทศได้แลกเปลี่ยนทัศนะและประสบการณ์ในประเด็นนี้อย่างกว้างขวาง นางสาว Chhorn Navy ผู้แทนจากกัมพูชากล่าวว่า รัฐบาลกัมพูชามีการพัฒนาแอปพลิเคชันโดยกระทรวงข้อมูลข่าวสารเพื่อเป็นเครื่องมือกลั่นกรองข่าวลวงในเบื้องต้นแก่ประชาชนได้ ในขณะที่นาย Roland Husson ผู้แทนจากฝรั่งเศส ได้แลกเปลี่ยนนโยบายของยุโรปว่า ฝรั่งเศสมีการบังคับใช้กฎหมายต่อต้านข่าวลวงมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และมีการปรับแก้กฎหมาย ตลอดจนข้อบังคับที่เกี่ยวข้องให้ทันต่อเหตุการณ์และทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ เช่น ในการเลือกตั้งประธานาธิบดีฝรั่งเศสครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. ๒๕๖๐ เป็นต้น ทั้งนี้ นางสาว Anne Kruger ผู้แทนจากออสเตรเลีย

/ได้นำเสนอ...

ได้นำเสนอเว็บไซต์ CrossCheck Australia ที่เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบข่าวลวง แต่ก็ย้ำว่า การให้ความรู้แก่ประชาชน และการสร้างการมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ถือว่าเป็นมาตรการเบื้องต้นที่ทรงประสิทธิภาพ

หัวข้อที่ ๕ แนวทางการสร้างรายได้ระหว่างสื่อแบบดั้งเดิมกับสื่อใหม่: แข่งขัน หรือเสริมกันและกัน

(Monetisation in traditional media/new media: competing or complementing?)

ในการอภิปรายหัวข้อนี้ ผู้บริหารองค์การสื่อระดับโลก ได้แก่ นาย Leang Delux จากกัมพูชา นางสาว Parvathi Menon จากภูเก็ล สิงคโปร์ นาย Seelan Paul จากมาเลเซีย นาง Wei Xing จาก CCTV ประเทศจีน และนาย Christophe Horchart จาก OONA TV ฮองกง ร่วมกันเสนอ ๕ ยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อนความสำเร็จจากการสร้างรายได้ (Key drivers for the successful monetization) คือ เวลา (Time) ความเป็นหุ้นส่วน (Partnerships) วิสัยทัศน์ที่ชัดเจน (Vision) เนื้อหาและการสื่อสาร (Content & Communication) และ นวัตกรรม (Innovation)

หัวข้อที่ ๖ เทคโนโลยีในการเผยแพร่เนื้อหาสื่อ

(Technologies for distribution of media contents)

ในยุคแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการแพร่กระจายเนื้อหาผ่านความกว้างของคลื่นความถี่ (Bandwidth) ที่มีประสิทธิภาพสูง ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ มีแนวโน้มว่าการถ่ายทอดสดกีฬาโอลิมปิก ณ กรุงโตเกียวจะส่งสัญญาณผ่านระบบ UHD-2 (8K หรือ Hi-Vision) การแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีความก้าวหน้าอย่างยิ่ง เกาหลีใต้และประเทศในอเมริกาเหนือได้ใช้ระบบ ATSC 3.0 ในการแพร่ภาพ ขณะที่จีนก็กำลังคิดค้นระบบ DTMB ระบบ DVB และระบบ DVB-I ที่พัฒนาไปอีกขั้นเพื่อนำมาใช้ในการส่งเนื้อหาออนไลน์ ส่วนต่อประสานระหว่างผู้ใช้งานกับระบบ (User Interface หรือ UI) ก็มีความสำคัญสำหรับผู้ชมผู้ฟัง ในการมีปฏิสัมพันธ์หรือเพิ่มรรถรสในการเสพเนื้อหาเพิ่มขึ้น ในการประชุมหัวข้อนี้ยังเน้นไปที่บริการเผยแพร่เนื้อหาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Streaming) จากผู้ให้บริการหลายราย เช่น Netflix iflix iQiyi Dimsun Hulu เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถชมรายการโทรทัศน์ได้หลากหลายเนื้อหาผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต

ที่ประชุมได้นำเสนอเทคโนโลยีล่าสุดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแสดงผลเนื้อหาของรายการ ได้แก่

๖.๑ VR (Virtual Reality) คือ การจำลองสภาพแวดล้อมให้เสมือนจริงผ่านการรับรู้ของเรา และทำให้เราสามารถตอบสนองกับสิ่งที่จำลองนั้นได้

๖.๒ AR (Augmented Reality) คือ การรวมสภาพแวดล้อมจริงกับวัตถุเสมือนเข้าด้วยกันในเวลาเดียวกัน โดยวัตถุเสมือนอาจจะเป็น ภาพวิดีโอเสียงและข้อมูลต่างๆที่ประมวลผลมาจากคอมพิวเตอร์โทรศัพท์มือถือแท็บเล็ตหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ และทำให้เราสามารถตอบสนองกับวัตถุเสมือนได้

๖.๓ OTT (Over to the Top) คือ บริการสื่อสารและแพร่ภาพเนื้อหาผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มเติม และผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนโครงสร้างเองยกตัวอย่าง เช่น Netflix และ Hulu

๖.๔ Hybrid Broadcasting คือ มาตรฐานการแพร่ภาพรูปแบบใหม่ โดยเชื่อมต่อรายการโทรทัศน์ที่กำลังออกอากาศเข้ากับระบบออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์ได้

๖.๕ Cloud Computing คือ การให้บริการหน่วยประมวลผล จัดเก็บข้อมูล และทรัพยากรต่าง ๆ ของคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อลดความยุ่งยากในการติดตั้งและดูแลระบบของผู้รับบริการ

/หัวข้อ...

หัวข้อที่ ๗ การเก็บรักษามูลงานผ่านกาลเวลาด้วยระบบคลังข้อมูล

(Preserving our time through archives)

เนื่องจากการผลิตเนื้อหาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในสื่อแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่ จึงจำเป็นที่จะต้องเก็บรักษาเนื้อหาเหล่านี้ไว้สำหรับใช้ในอนาคต รวมทั้งการฟื้นฟูผลงานเก่า ๆ เพื่อการอนุรักษ์ด้วย โดยระบบดิจิทัลสามารถช่วยเก็บรักษาเนื้อหารายการต่าง ๆ ให้มีอายุยาวนานขึ้น ขณะเดียวกันยังช่วยให้ผู้ผลิตรายการผ่านสื่อแบบดั้งเดิมสามารถเปิดช่องทางใหม่เพื่อสร้างรายได้เพิ่มอีกด้วย ทั้งนี้ ผู้แทนจาก NHK เสนอให้บริการแปลงไฟล์วีดิทัศน์เก่าให้เป็นไฟล์สื่คมชัดให้แก่ประเทศสมาชิกโดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยสมาชิกที่สนใจต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดส่งไฟล์ด้วยตัวเอง

หัวข้อที่ ๘ การประชุมโต๊ะกลมระหว่างผู้บริหารในหัวข้อ: การปรับเปลี่ยนสู่ระบบดิจิทัลกับความน่าเชื่อถือของสื่อ

(CEO Roundtable – Digitisation, Media Credibility)

ผู้บริหารด้านสื่อสารมวลชนจากหลายประเทศได้ร่วมกันแสดงวิสัยทัศน์และชี้แจงนโยบายเกี่ยวกับบทบาทสื่อในการพัฒนาสังคมว่า สื่อทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยไม่มองแต่ผลประโยชน์ทางธุรกิจ และไม่สร้างความแตกแยกในสังคม

ความเชื่อถือนในเนื้อหาสื่อเกิดขึ้นจากการที่สามารถอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลได้ ด้วยการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมระยะที่ ๔ นอกจากจะทำให้เครื่องมือและเทคนิคบางอย่างสามารถยกระดับความน่าเชื่อถือแล้ว เมื่อนำมาใช้ร่วมกับลักษณะเด่นทางเทคโนโลยีบางอย่างของตัวสื่อเอง ยังมีส่วนช่วยในการพิจารณาตัดสินความน่าเชื่อถือของเนื้อหานั้น ๆ ด้วย ดังนั้น ผู้นำองค์กรสื่อชั้นนำโดยนาย Fayyaz Shehryar อธิบดี All India Radio และผู้อำนวยการ AIBD ระบุว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีระบบดิจิทัลที่ก้าวล้ำ ควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพของเนื้อหากับความน่าเชื่อถือ จะช่วยให้องค์กรต่าง ๆ อยู่รอดในอุตสาหกรรมสื่อยุคดิจิทัลต่อไป

๓. การประชุมพิเศษ (Special Meetings)

หัวข้อที่ ๑ การประชุมร่วมระหว่าง AIBD และ ASBU

(AIBD/ASBU Meeting)

เป็นการหารือด้านความร่วมมือระหว่าง สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก หรือ AIBD กับสหภาพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศอาหรับ (Arab States Broadcasting Union) โดย AIBD เชิญผู้แทน กปส. เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นในฐานะสมาชิกสามัญ ทั้งนี้ ASBU ขอคำปรึกษาในการร่วมมือกันพัฒนาศักยภาพด้านเทคนิคและด้านเนื้อหา

หัวข้อที่ ๒ การประชุมพิเศษเกี่ยวกับการรับมือกับการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารและข่าวลวง

(Special meeting on combating disinformation/fake news)

AIBD และกระทรวงข่าวสารกัมพูชา เชิญผู้บริหารองค์กรสื่อบางประเทศและผู้แทน กปส. ในฐานะที่เคยดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารเข้าร่วมประชุมนัดพิเศษ เพื่อริเริ่ม Angkor Initiative ที่มีเป้าหมายหลักในการต่อต้านข่าวลวงและรับมือการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ โดยจะจัดรูปแบบสอบถามในประเด็นดังกล่าวมาให้ กปส. ร่วมแสดงความคิดเห็นต่อไป

๔. ข้อเสนอแนะสำหรับกรมประชาสัมพันธ์

๔.๑ การนำเสนอสื่อผ่านช่องทางที่หลากหลายควรปรับเนื้อหาสื่อให้เข้ากับแต่ละช่องทาง และมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้สามารถผลิตเนื้อหาที่ตรงกับรูปแบบการนำเสนอของแต่ละช่องทาง ตลอดจนพิจารณาการผลิตเนื้อหาแบบข้ามสื่อ (Cross media) เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล

๔.๒ การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเนื้อหาไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ควรเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความสนใจและพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ การออกแบบเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Customization) และการสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของอุตสาหกรรมสื่อที่มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น

๔.๓ ควรให้ความสำคัญมากขึ้นในประเด็นการรับมือข่าวลวงและการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมกับบุคลากร กปส. พิจารณาเพิ่มหลักสูตรในการฝึกอบรม สอดแทรกเนื้อหาทั้งในการผลิตรายการผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เพื่อเสริมประสิทธิภาพการรับมือข่าวลวงและการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร และส่งเสริมให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อมากยิ่งขึ้น

๔.๔ ผู้บริหารหน่วยงานสื่อ กปส. อาจพิจารณาให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีการผลิตรายการที่ล้ำยุค เช่น AR และ VR มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความน่าตื่นตาตื่นใจและน่าติดตามมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการสร้างรายได้ในอนาคต

๕. ผลผลิตจากการประชุม

๕.๑ ผลิตรายงานพิเศษเรื่อง การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย ครั้งที่ ๑๖ ออกอากาศช่วง “เดิหน้าอาเซียน” ๓ ครั้ง ในรายการข่าวเช้า ข่าวเที่ยง และข่าวค่ำ NBT วันที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๒

๕.๒ ผลิตคลิปประชาสัมพันธ์เรื่อง การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย ครั้งที่ ๑๖ เผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก Inter-coop จำนวน ๒ ผลงาน วันที่ ๑๒ - ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๒

ส่วนส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
สำนักงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

