



# บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ... สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ สงต. โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๗๑๐, ๑๗๑๑

ที่ นร.๐๒๐๙.๐๓/ ๕๐๘ วันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง... สรุปผลการประชุมการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย ครั้งที่ ๑๗

เรียน รปส. (๓)

๑. สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development: AIBD) เอเชีย กปส. ส่งผู้แทนเข้าร่วมการประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชน ครั้งที่ ๑๗ (Asia Media Summit 2022: AMS 2022) และการประชุมเชิงปฏิบัติการก่อนการประชุมดังกล่าว (Pre-Summit Workshops) เมื่อวันที่ ๒๓ - ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ผ่านระบบออนไลน์ พร้อมทั้งเชิญ รมต.นร. (นายอนุชา นาคาศัย) ร่วมกล่าวถ้อยแถลงโดยการบันทึกเทป โดยมี รปส. (๓) ผอ.สปต. นางสีกการะ รัชวัตร ร.ผอ.สงต. นางสาวเพลงพรหม พลมณี นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ และนางสาวณัฐนรี สงธาดานักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สงต. สปต. เข้าร่วมประชุม สปต. จึงขอสรุปผลการประชุมฯ มาเพื่อทราบ

## ๒. ข้อเท็จจริง

๒.๑ การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชน ครั้งที่ ๑๗ (Asia Media Summit 2022: AMS 2022) ประกอบด้วยการประชุม ๒ ช่วง ได้แก่

๒.๑.๑ การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre-Summit Workshops) เมื่อวันที่ ๒๓ - ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕ จำนวน ๓ หัวข้อ ประกอบด้วย ๑) โครงสร้างพื้นฐานภาคพื้นดินในยุค 5G (Terrestrial Infrastructure in the Age of 5G) ๒) ทศวรรษแห่งการจัดทำแผนระดับโลกเพื่อสร้างความปลอดภัยทางถนน: การรายงานสำหรับสื่อ (A Decade of Road Safety Global Plan: Reporting for Media) และ ๓) ความมั่นคง ความปลอดภัยไซเบอร์สำหรับผู้สื่อข่าว (Cybersecurity for Journalists)

๒.๑.๒ การประชุมใหญ่ (Plenary Sessions) เมื่อวันที่ ๒๕ - ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ประกอบด้วย การประชุมระดับรัฐมนตรี (Ministerial Session: Strengthening Media in a changing world) และการอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชน โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิระดับนานาชาติ จำนวน ๕ หัวข้อ ได้แก่ ๑) พฤติกรรมการบริโภคสื่อ: ความต้องการของผู้ชมและข้อมูลกำลังบอกอะไรเรา (Content Consumption: What Audience Wants and What Data is Telling Us) ๒) รูปแบบเว็บไซต์ของสื่อในอนาคต: ภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล (The Media of Web 3.0: A Shifting Landscape in The Digital Age) ๓) การนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับมนุษยธรรมให้สอดคล้องกับวาระการพัฒนา ๒๐๓๐ ของสหประชาชาติ (Broadcasting Humane Stories in line with Agenda 2030) ๔) การจำกัดช่องว่างทางเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการออกอากาศแห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Narrowing the Technological Gap in the Asia-Pacific Broadcasting industry) และ ๕) กลยุทธ์ในการกระจายรายได้ (Strategies for Diversifying Revenue Streams) และการประชุมโต๊ะกลมของผู้บริหารจากหน่วยงานด้านสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก (CEO Roundtable: Reimagining Media)

โดยการประชุมทั้ง ๒ ช่วง ผู้เข้าร่วมประชุมได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากวิทยากร รวมทั้งเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างกันเพื่อพัฒนางานด้านสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก และภูมิภาคใกล้เคียง รายละเอียดสรุปผลการประชุมฯ ตามเอกสารแนบ

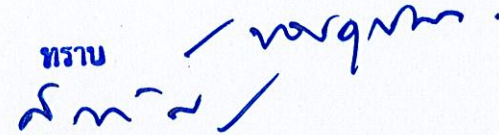
๒.๒ ในช่วงการประชุมระดับรัฐมนตรี รมต.นร. (นายอนุชา นาคาศัย) ได้ร่วมกล่าวถ้อยแถลง โดยการบันทึกเทป เพื่อแสดงวิสัยทัศน์ด้านสื่อสารมวลชนของไทยในเวทีระดับนานาชาติ รวมถึงสร้างการรับรู้ถึงบทบาทนำของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเอเปคในปี พ.ศ. ๒๕๖๕

๒.๓ ในภาพรวมที่ประชุมได้เน้นย้ำให้ทุกหน่วยงานเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรด้านสื่อให้สามารถก้าวทันเทคโนโลยี 5G ที่จะช่วยเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายด้วยความเร็วที่สูงขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น รวมถึงควรให้ความสำคัญกับการติดตามและประเมินผลการรับชมสื่อ โดยนำข้อมูลมาใช้เพื่อปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ครบถ้วนในทุกระดับ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ ทั้งนี้ สปต. จะนำสรุปผลการประชุมดังกล่าวแจ้งเวียนทางอินทราเน็ตให้หน่วยงาน กปส. รับทราบ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบุคลากร กปส. ในการนำไปพัฒนาทักษะและการดำเนินงานต่อไป



(นางปรีห์กมล ถนนมศักดิ์ชัย)  
ผอ.สปต.

ทราบ  
  
(นางสุดฤทัย เลิศเกษม)  
รปส.

๒๘ มิ.ย. ๒๕๖๕

**สรุปสาระสำคัญ**  
**การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit: AMS)**

\*\*\*\*\*

<b>แนวคิดหลัก</b>	มองอนาคต ข้างหน้า - นวัตกรรมใหม่ของสื่อ “Future Forward - Reimagining Media”
<b>ระยะเวลา/สถานที่</b>	๒๓ - ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ผ่านระบบการประชุมทางไกล
<b>เจ้าภาพการประชุม</b>	สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development: AIBD) ร่วมกับสาธารณรัฐฟิลิปปินส์
<b>ผู้แทน กปส.</b>	รปส. (๓) ผอ.สปต. นางสาวกักระ รัชวัตร์ ร.ผอ.สงต. นางสาวเพลงพรหม พลมณี และ นางสาวณัฐนรี สงธาดา
<b>วัตถุประสงค์</b>	การประชุมสุดยอดด้านสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit: AMS) มีวัตถุประสงค์ เพื่อแลกเปลี่ยน และเรียนรู้ประสบการณ์ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อพัฒนางานด้านสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก และภูมิภาคใกล้เคียง
<b>รูปแบบการประชุม</b>	การประชุมแบ่งเป็น ๒ ช่วง ได้แก่ ๑) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre-Summit Workshops) ประกอบด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “Terrestrial Infrastructure in the Age of 5G” การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “A Decade of Road Safety Global Plan: Reporting for Media” และการประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “Cybersecurity for Journalists” ๒) การประชุมใหญ่ (Plenary Sessions) โดยในการประชุมใหญ่ ประกอบด้วยการประชุมระดับรัฐมนตรี (Ministerial Session) และการอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชน โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากนานาชาติ จำนวน ๕ หัวข้อ รวมถึงการประชุมโต๊ะกลมของผู้บริหารจากหน่วยงานด้านสื่อสารมวลชนในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก (CEO Roundtable: Reimagining Media)

**สาระหลักจากการประชุม**

**๑. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Pre-Summit Workshops)**

**๑.๑ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ โครงสร้างพื้นฐานภาคพื้นดินในยุค 5G (Terrestrial Infrastructure in the Age of 5G)**

วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี 5G ได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและอภิปรายถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบออกอากาศในยุคดิจิทัล โดยนาย Razman Othman ผู้แทนจาก Caton Technology Asia กล่าวถึงเทคโนโลยี 5G ที่นอกจากจะเป็นนวัตกรรมที่ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจและภาคการศึกษาแล้ว ยังครอบคลุมถึงด้านการออกอากาศ โดยระบบคลื่นความถี่ดังกล่าว ทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ทำให้ประชาชนสามารถรับชมโทรทัศน์ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีขึ้น และสามารถพัฒนาให้แพร่ภาพได้ในระบบความคมชัดสูง HD โดยปราศจากสัญญาณรบกวน และ นาย Matt Ashe ผู้แทนจาก Benchmark System(s) กล่าวสนับสนุนว่า เทคโนโลยี 5G ช่วยประหยัดพลังงานของประเทศ เนื่องจากเครื่องส่งและเครื่องรับระบบดิจิทัลมีความเสถียรและยืดหยุ่น และใช้พลังงานไฟฟ้าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการส่งในระบบเดิม สามารถเพิ่มความปลอดภัยด้านข้อมูล อีกทั้ง ยังช่วยเสริมสร้าง

การแข่งขัน...

การแข่งขันในการสร้างรายการให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เนื่องจากประชาชนจะรับข้อมูลผ่านอุปกรณ์ส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ นาย Nils Ahren ผู้แทนจาก Rohde & Schwarz กล่าวเสริมว่าการออกอากาศผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ตมีข้อเสียด้านค่าใช้จ่ายและความล่าช้าในการรับสัญญาณ ในขณะที่เทคโนโลยี 5G มีความเร็วสูงและไม่มีค่าใช้จ่าย ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น เกิดประโยชน์ต่อผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการออกอากาศและด้านสื่อสารมวลชนที่จะได้รับความสะดวกจากบริการใหม่ ๆ อาทิ บริการแจ้งเตือนฉุกเฉิน (Emergency warnings) โดยสามารถสื่อสารข้อมูลการแจ้งเตือนไปยังโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์มือถือพร้อมกันได้ และการให้บริการเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม ตลอดจนการทำโฆษณากับผู้ชมเฉพาะกลุ่ม

## ๑.๒ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ ทศวรรษแห่งการจัดทำแผนระดับโลกเพื่อสร้างความปลอดภัยทางถนน: การรายงานสำหรับสื่อ (A Decade of Road Safety Global Plan: Reporting for Media)

วิทยากรจาก AIBD และ World Health Organization (WHO) ได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้เรื่องความปลอดภัยบนท้องถนน ตลอดจนวิธีการรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้แก่ประชาชนในทวีปเอเชีย ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย บรูไนดารุสซาลาม บังกลาเทศ และอินเดีย ซึ่งการสร้างความตระหนักรู้ด้านอุบัติเหตุ ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างสื่อมวลชนและประชาชน โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านความปลอดภัยบนท้องถนนควรมีข้อมูลที่สำคัญและจำเป็น เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปให้ถึงประชาชนในการรณรงค์เรื่องความปลอดภัย

วิทยากรได้แนะนำการแก้ไขปัญหาเรื่องความปลอดภัยทางถนน ด้วยการออกแบบระบบการรักษาความปลอดภัยที่รับผิดชอบต่อชีวิตของผู้ใช้รถใช้ถนนที่ต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและทุกภาคส่วน รวมถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความปลอดภัยของผู้ใช้รถใช้ถนนอย่างสม่ำเสมอ โดยสาเหตุหลักของอุบัติเหตุบนท้องถนนเกิดขึ้นจากการขับรถด้วยความเร็ว เมาแล้วขับ การใช้โทรศัพท์ขณะขับรถ การใชยานพาหนะและถนนที่ไม่ปลอดภัย การคาดเข็มขัดนิรภัย การไม่สวมใส่หมวกกันน็อค และปัญหาสภาพอากาศที่เลวร้าย นอกจากนี้ยังรวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานไม่เอื้ออำนวย การบังคับใช้นโยบายและกฎหมายด้านการจราจรไม่เคร่งครัด ซึ่งอุบัติเหตุส่วนใหญ่เกิดขึ้นในช่วงวันหยุดเทศกาลของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุบัติเหตุกับผู้ขับขี่มอเตอร์ไซด์

การจัดทำแผนระดับโลกเพื่อสร้างความปลอดภัยทางถนน จึงประกอบด้วย ๓ เรื่องหลัก ได้แก่ ๑) สิ่งที่ต้องดำเนินการ ได้แก่ การวางแผนระบบขนส่งและการใช้รถใช้ถนน การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ปลอดภัย การใช้รถยนต์ที่ได้มาตรฐาน การให้ความรู้เรื่องการใช้รถใช้ถนน และรวมถึงการให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุอย่างทันท่วงที ๒) วิธีดำเนินการ ประกอบด้วย การมีงบประมาณบำรุงรักษา การมีกฎระเบียบที่บังคับใช้อย่างจริงจัง การควบคุมความเร็วในการใช้รถ การให้ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ร่วมกับระบบจราจร และการให้ความสำคัญกับประเทศที่มีรายได้น้อยและปานกลาง และ ๓) ผู้ดำเนินการ ประกอบด้วย รัฐบาล ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน กลุ่มทุน และหน่วยงานภายใต้สหประชาชาติ โดยแผนระดับโลกฉบับนี้ มุ่งหวังที่จะนำไปปรับใช้เป็นแนวปฏิบัติสำหรับประเทศ และเมืองต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของประเทศนั้น ๆ

อีกทั้ง วิทยากรได้ยกตัวอย่างกรณีรัฐบาลอินเดียที่ให้การสนับสนุนด้านการรักษาความปลอดภัยบนท้องถนน โดยใช้หลัก 4Es ได้แก่ ๑) Education: การให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องความปลอดภัย ผ่านการรณรงค์และใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ๒) Engineering: การสร้างเครื่องหมายเพื่อเตือนให้เกิดความระมัดระวังเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยของยานพาหนะ รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ถนน ๓) Enforcement: การบังคับใช้กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงการติดตั้งกล้องตรวจจับความเร็ว และ ๔) Emergency Care: การส่งเสริมให้มีช่องทางด่วนในเวลาเร่งด่วน และการเปิดสายด่วนโทรฟรีเพื่อรายงานสภาพจราจรและอุบัติเหตุ

### ๑.๓ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ ความมั่นคงความปลอดภัยไซเบอร์สำหรับผู้สื่อข่าว (Cybersecurity for Journalists)

วิทยากรได้ร่วมกันอภิปรายถึงภัยคุกคามทางไซเบอร์ในระดับสากลและระดับภูมิภาคที่เพิ่มสูงขึ้นหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ในอดีตภัยคุกคามทางไซเบอร์จะเน้นระดับหน่วยงานและองค์กรเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันพบว่า เน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายระดับบุคคลมากขึ้น และมีจุดประสงค์ในการคุกคามข้อมูลทางการเงิน ไม่เว้นแม้แต่แอดวานซ์ผู้สื่อข่าวเอง จากการสำรวจพบว่าผู้สื่อข่าวหญิงจะได้รับผลกระทบจากภัยคุกคามทางไซเบอร์มากกว่าผู้สื่อข่าวชาย เพื่อลดความน่าเชื่อถือหรือขัดขวางการนำเสนอข่าวบางประเด็น ด้วยเหตุนี้สื่อมวลชนจึงต้องมีความตระหนักรู้ในการปกป้องตัวเองจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันให้ประชาชนระวังภัยจากการคุกคามทางไซเบอร์

ดังนั้น การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีความเสี่ยงต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแอดวานซ์สื่อสารมวลชน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ผู้สื่อข่าวควรตรวจสอบข้อมูลรอบด้านเพื่อป้องกันการเผยแพร่ fake news รวมถึงบริหารจัดการกับความเสี่ยง โดยเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ตั้งรหัสที่คาดเดาได้ยาก ใช้ระบบการยืนยันตัวตน ๒ ชั้น (Two-Factor Authentication) และไม่แบ่งปันข้อมูลหรือรหัสกับผู้อื่น สำหรับประเทศไทย สำนักข่าวต่าง ๆ ในประเทศไทยได้มีการสื่อสารและรายงานข่าว รวมไปถึงสร้างการตระหนักรู้เรื่องภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลา ๕ - ๑๐ ปี ส่งผลให้คนไทยในปัจจุบัน สามารถป้องกันข้อมูลส่วนตัวได้มากขึ้น และรับมือกับการขโมยข้อมูลด้วยข้อความหลอกลวงหรืออีเมลปลอมได้ดีมากขึ้น

### ๒. การประชุมใหญ่ (Plenary Sessions)

#### หัวข้อที่ ๑ การประชุมระดับรัฐมนตรี: เสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านสื่อในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง (Ministerial Session: Strengthening Media in a changing world)

ในช่วงของการประชุมระดับรัฐมนตรี ได้รับเกียรติจากรัฐมนตรีระดับสูงจาก ๕ ประเทศ มาร่วมให้แนวทางและแสดงวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนและกำกับดูแลงานด้านสื่อสารมวลชนท่ามกลางสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย ๑) H.E. Aiyaz Sayed-Khaiyum รัฐมนตรีกระทรวงการสื่อสาร (Minister of Communications) สาธารณรัฐฟีจี ๒) H.E. Anurag Singh Thakur รัฐมนตรีกระทรวงข้อมูลข่าวสารและการกระจายเสียง (Minister of Information & Broadcasting) ประเทศอินเดีย ๓) H.E. Dr Khieu Kanharith รัฐมนตรีกระทรวงข้อมูลข่าวสาร (Minister of Information) ประเทศกัมพูชา ๔) H.E. Ounethouang Khaophanh รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว (Deputy Minister of Information, Culture & Tourism) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ ๕) นายอนุชา นาคาศัย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ประเทศไทย

H.E. Aiyaz Sayed-Khaiyum จากสาธารณรัฐฟีจี ได้เล่าถึงความท้าทายในการสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนในเรื่องของการเข้าถึงสื่ออย่างเพียงพอในประเทศที่ประกอบด้วยเกาะ ๓๐๐ แห่ง ของสาธารณรัฐฟีจี จึงมุ่งเน้นการพัฒนาเครือข่ายและเพิ่มช่องทางให้ประชาชนทุกพื้นที่สามารถเข้าถึงสื่อได้ รัฐบาลฟีจีได้รับผิดชอบการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ให้สามารถเข้าถึงชาวฟีจีทั้งหมดโดยไม่มีค่าใช้จ่าย รวมถึงการจัดตั้งศูนย์สื่อสาร “Tele-centers” ในโรงเรียน เพื่อให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับนักเรียนและประชาชนในชุมชนใกล้เคียง

H.E. Anurag...

H.E Anurag Singh Thakur จากประเทศอินเดีย ได้แบ่งปันประสบการณ์การต่อสู้กับข้อมูลที่ผิด (misinformation) ในอินเดีย ในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ชาวปลอมได้เพิ่มขึ้นอย่างน่าตกใจ ดังนั้น สำนักข้อมูลข่าวสารของอินเดีย (Press Information Bureau) ได้จัดตั้งหน่วยตรวจสอบข้อเท็จจริงโดย Doordarshan และ All India Radio เพื่อจัดการกับชาวปลอมประจำวัน รวมถึงการส่งข้อความจากภาครัฐเพื่อให้ข้อมูลทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้อง สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง สะท้อนความร่วมมืออันดีของบุคลากรทางการแพทย์ องค์กร NGOs และภาคประชาชน รวมถึงการใช้อำนาจอ่อน (soft power) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องพร้อมนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วย และสะท้อนการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดียที่สามารถสร้างการรับรู้ให้กับสาธารณชนได้เป็นอย่างดี

H.E Dr. Khieu Kanharith จากประเทศกัมพูชา ได้ให้แนวทางในการปรับตัวให้เข้ากับภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบันที่เป็นยุคของสื่อใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา เช่น กัมพูชา และลาว ที่ยังใช้สื่อแบบดั้งเดิมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง และยังคงไม่สามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัล หรือ สื่อใหม่ได้อย่างไรก็ตาม ประชาชนในประเทศดังกล่าว ยังคงได้รับผลกระทบจากข้อมูลที่ผิด (misinformation) จากสื่อออนไลน์ ดังนั้น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศของกัมพูชา จึงส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชน รวมถึงการปรับแก้ไขกฎหมายด้านสื่อที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการต่อต้านข่าวปลอม (Anti-Fake News Committee) ที่มีภารกิจสำคัญในการลดการเผยแพร่ข่าวปลอมด้วยวิธีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวและข้อมูลดังกล่าวด้วยความร่วมมือกันของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้สื่อข่าว ผู้แทนจาก องค์กร NGOs กลุ่มเยาวชน และภาคประชาชน

H.E Ounethouang Khaophanh จากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กล่าวว่า รัฐบาลลาวได้แจ้งให้หน่วยงานสื่อมวลชนทั้งภาครัฐและเอกชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้เข้าถึงประชาชนทั้งในเขตเมืองและชนบทอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

รมต.นร. (นายอนุชา นาคาศัย) จากประเทศไทย กล่าวว่า ประเทศไทยได้กำหนดแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปี ๒๕๖๕ ซึ่งเป็นการกำหนดทิศทางในการทำงานของสื่อรัฐ ซึ่งถือเป็นเสาหลักสำคัญของการสื่อสารจากภาคนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน การส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคนทุกกลุ่ม ภายใต้การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและในวาระการเป็นเจ้าภาพการประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปคปี ๒๕๖๕ นี้ ท่านนายกรัฐมนตรีได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสร้างการรับรู้ให้ประชาชนทุกกลุ่ม ทุกระดับ ทั้งในและต่างประเทศภายใต้แนวคิดหลัก “ตระหนัก - เข้าใจ - ใช้ประโยชน์ - และมีส่วนร่วม” ทั้งนี้ ยังได้เชิญชวนประชาสัมพันธ์ให้ประเทศสมาชิก AIBD ในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก มาเยือนประเทศไทยในวาระโอกาสสำคัญนี้ด้วย

## หัวข้อที่ ๒ พฤติกรรมการบริโภคสื่อ: ความต้องการของผู้ชมและข้อมูลกำลังบอกอะไรเรา (Content Consumption: What Audience Wants and What Data is Telling Us)

พฤติกรรมการบริโภคสื่อในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้น การติดตามผลและรวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคสื่อมีความสำคัญยิ่ง เพื่อให้ผู้ผลิตสื่อสามารถประเมินผล การเผยแพร่สื่อ ให้เป็นไปตามที่ผู้ผลิตได้คาดหวังไว้และตอบสนองความต้องการของผู้ชมในทุกๆระดับ อันจะนำไปสู่ การผลิตและเผยแพร่สื่อที่ประสบความสำเร็จ นาย Gus Seebeck ผู้แทนจาก Clutch TV ประเทศออสเตรเลีย กล่าวถึงธุรกิจสตรีมมิ่งการแข่งขันกีฬา ที่ได้นำระบบ A.I. มาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้เข้าถึงผู้ชม และขยายฐานผู้ชม รวมถึงตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ได้มากที่สุด เช่น การวิเคราะห์ประเด็น การรับชมการถ่ายทอดสดของผู้ชมตั้งแต่ต้นจนจบ หรือ การพิจารณารับชมเฉพาะช่วง Highlight ของกีฬา รวมถึงการผลิตสารคดีบอกเล่าเรื่องราวเบื้องหลังชีวิตส่วนตัวของนักกีฬา เป็นต้น นางสาว Marta Diez ผู้แทนจาก Jump ประเทศสเปน กล่าวถึงความสำคัญของการแยกย่อยและจัดระเบียบข้อมูลจำนวนมากให้กลายเป็นข้อมูลของผู้บริโภครายบุคคล ประกอบด้วย พฤติกรรม รสนิยม ความถี่ และพื้นที่ที่ผู้ชมอาศัยอยู่ เป็นต้น โดยยกตัวอย่างกรณีการใช้ระบบ A.I. ในการวิเคราะห์รสนิยมของผู้ชมแต่ละคน เพื่อแนะนำสื่อที่เหมาะสมให้กับผู้บริโภค เป็นรายบุคคล ซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้ชม

นาย Raviratan...

นาย Raviratan Arora ผู้แทนจาก Decision craft สหรัฐอเมริกา ได้ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์การสร้างระบบเก็บข้อมูลและประเมินผลผู้ชม เนื่องจากการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ชม ต้องมีความโปร่งใสและควรมีการบูรณาการกับผู้เชี่ยวชาญหลายฝ่าย เพื่อสร้างความร่วมมือ ซึ่งจะส่งผลให้ผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เกิดประโยชน์และเที่ยงตรงอยู่เสมอ เพื่อป้องกันการบิดเบือนตัดแต่งข้อมูล และข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลที่มีความถูกต้องแต่นำไปใช้วิเคราะห์อย่างผิดวิธี นาย Shamsul Izhah Abdul Majid ผู้แทนจาก MCMC (Communications and Multimedia Commission) ประเทศมาเลเซีย ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคกว่า ๓๐ ล้านคน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและการออกกฎควบคุมที่เกี่ยวข้องที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคโควิด (Pandemic) มาเป็นยุคหลังโควิด (Endemic) เป็นต้น รวมถึงความท้าทายในการบริหารจัดการข้อมูลจำนวนมาก ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลควรคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคด้วย

ในส่วนของระบบ OTT (Over to the Top) หรือบริการสื่อสารและแพร่ภาพ เนื้อหาผ่านแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ผลิตสื่อหลายแห่งมีความกังวลว่า จะเข้ามาแทนที่สื่อวิทยุโทรทัศน์แบบดั้งเดิม นาย Bharath Kumar Mohan ผู้แทนจาก Sensara.tv ประเทศอินเดีย กล่าวว่า ระบบ OTT สามารถทำงานควบคู่กับสื่อวิทยุโทรทัศน์แบบดั้งเดิมได้ บริษัทของเขาและบริษัทคู่ภาคีได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคจากหลายพื้นที่ และปรับเปลี่ยนจำนวนตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับจำนวนผู้ชมในปริมาณมาก ประเภทของผู้ชม และพฤติกรรมของผู้ชมที่มีความหลากหลาย ด้วยวิธีการดังกล่าว ข้อมูลที่ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ชมในอินเดียนิยมรับชมสื่อจากทั้ง ๒ ระบบ ดังนั้น การให้บริการแบบผสม ทั้งระบบ OTT เคเบิล สัญญาณดาวเทียม ฯลฯ จะสามารถสร้างกำไรได้มากขึ้น

### หัวข้อที่ ๓ รูปแบบเว็บไซต์ของสื่อในอนาคต: ภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล (The Media of Web 3.0: A Shifting Landscape in The Digital Age)

วิทยากรได้ร่วมกันหารือเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในโลกของสื่อด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต web 3.0 นาย Amal Punchihewa ผู้แทนจาก Broadcast Engineering Consultant ประเทศนิวซีแลนด์ กล่าวว่า เทคโนโลยีดังกล่าวสามารถเชื่อมต่อข้อมูลเข้าด้วยกันได้แบบไร้ขอบเขต ซึ่งมาพร้อมกับความปลอดภัยของข้อมูล อีกทั้ง สามารถเพิ่มการเข้าถึงให้กับผู้ชมทุกกลุ่มได้ นาย Arnaud Simon ผู้แทนจาก In & Out Stories ประเทศฝรั่งเศส กล่าวว่า เทคโนโลยีดังกล่าว คือ อิสรระของผู้บริโภคในการเลือกรับบริการต่าง ๆ ด้วย Digital Ecosystem หรือ การสร้างระบบนิเวศที่มาจากเชื่อมต่อหลายระบบและบริการเข้าด้วยกัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการใช้งานผ่านช่องทางเดียว ทั้งนี้ การดำเนินงานจะต้องควบคู่ไปกับการเล่าเรื่องด้วยประเด็นเนื้อหาที่ถูกต้อง เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุด เป็นประโยชน์ และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมให้ได้มากยิ่งขึ้น

นาย Andy Quested ผู้แทนจาก the Independent Consultant ประเทศอังกฤษ ได้กล่าวถึงกุญแจสำคัญที่สามารถเปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อของโลกที่กำลังก้าวไปข้างหน้า คือ ความไว้วางใจ (Trust) เนื่องจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต web 3.0 เปิดโอกาสให้กับผู้ผลิตสื่อและผู้บริโภคสื่อสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดีด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ระบบบล็อกเชน NFT (Non-Fungible Token), Cryptocurrency และ AI (Artificial intelligence) เป็นต้น ที่จะมีส่วนสำคัญในการช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารแหล่งที่มา ประเด็นเนื้อหาให้มีความถูกต้อง และเชื่อถือได้ ลดจำนวนข่าวปลอม พร้อมทั้งเปิดมิติใหม่ของการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่จะช่วยเปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อให้ก้าวทันยุคดิจิทัล นาย Ajay Mishra ผู้แทนจาก the Global Technology Leader ประเทศอินเดีย กล่าวเสริมว่า ในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ประชาชนในอินเดียได้รับผลกระทบจากข่าวปลอมเป็นอย่างมาก จึงเชื่อว่าเทคโนโลยี AI (Artificial intelligence) จะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ และเกิดประโยชน์ต่อวงการสื่อสารมวลชนอย่างแน่นอน โดยนาย Amal Punchihewa กล่าวเสริมว่า การใช้เทคโนโลยีดังกล่าว ควรอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองสื่อที่รัดกุมและเหมาะสม

ในบริบท...

ในบริบทของจริยธรรมสื่อของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต web 3.0 นาย Arnaud Simon เชื่อในความรับผิดชอบส่วนบุคคล และเชื่อในความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะสามารถปฏิบัติตามแนวทางจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง นาย Ajay Mishra เชื่อว่าเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถช่วยส่งเสริมจริยธรรมสื่อได้ และนาย Andy Quested เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสนับสนุนการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต web 3.0 ที่จะช่วยส่งเสริมให้เยาวชนคนรุ่นใหม่สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างถูกวิธีและมีจริยธรรม

#### **หัวข้อที่ ๔ การนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับมนุษยธรรมให้สอดคล้องกับวาระการพัฒนา ๒๐๓๐ ของสหประชาชาติ (Broadcasting Humane Stories in line with Agenda 2030)**

นาย Tawfik Jelassi ผู้แทนจาก UNESCO ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของสื่อมวลชนที่มีหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้ผู้ที่ถูกกดขี่และคนชายขอบที่ไม่มีโอกาสพูดในสังคม ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-๑๙ ที่ผ่านมาสื่อมวลชนหลายสำนักต้องปิดตัวลงเพราะขาดเงินทุน ดังนั้นสื่อมวลชนในยุคหลังโรคระบาดต้องพึ่งพาเงินลงทุนและเงินบริจาคจำนวนมากจึงจะอยู่รอดได้ รัฐบาลควรสนับสนุนเงินทุนให้แก่สื่อมวลชน โดยไม่เข้าไปแทรกแซงการทำงานของสื่อ นางสาว Atsuko Okuda ผู้แทนจาก International Telecommunication Union กล่าวถึงการสนับสนุนและส่งเสริมให้เด็กผู้หญิงและครูในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เข้ามาอยู่ในงานด้านสื่อสารมวลชนมากขึ้น เพื่อเผยแพร่ประเด็นด้านสิทธิสตรีและความเท่าเทียมทางเพศ และควรสร้างเสริมประสบการณ์ด้านสื่อสารมวลชนแก่เด็กผู้หญิงและครู เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ

นาย Romeo Arca ผู้แทนจากสำนักเลขาธิการอาเซียน ได้เล่าถึงประสบการณ์การถ่ายทอดเรื่องราว ปัญหา และความสำเร็จของประชาชนในอาเซียนเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้คนในสังคมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชน นอกจากนี้ นาย Aaron Kearney กล่าวว่า เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับมนุษยธรรมมีอยู่นับไม่ถ้วน ในฐานะสื่อ ต้องทำหน้าที่เป็นคนกลางในการถ่ายทอดเรื่องราวจากเจ้าของประสบการณ์ไปสู่ผู้ฟัง ความท้าทายของการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับมนุษยธรรม คือ คนส่วนใหญ่ไม่มีทักษะในการบอกเล่าเรื่องราวให้น่าสนใจ จึงทำให้มีแต่ผู้พูดแต่ขาดผู้ฟัง ดังนั้น หน้าที่สำคัญของสื่อ คือ สร้างแรงกระตุ้นในสังคมด้วยการนำเสนอที่ดี เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกผูกพันกับเรื่องราว สามารถเข้าใจผู้ชมและนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ดีขึ้น

#### **หัวข้อที่ ๕ การจำกัดช่องว่างทางเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการออกอากาศแห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Narrowing the Technological Gap in the Asia-Pacific Broadcasting industry)**

นาย Brandon Seir ผู้แทนจาก Kacific Broadband Satellites Group ได้เล่าถึงการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนภาครัฐบาล ภาคเอกชน และชุมชนให้สามารถเข้าถึงระบบดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่สามารถรับส่งข้อมูลจำนวนมากผ่านสายไฟและไร้สาย หรือ บรอดแบนด์ (Broadband) ผ่านดาวเทียมคุณภาพสูงและราคาย่อมเยา เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ที่ด้อยโอกาส รวมถึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับธุรกิจที่ต้องการเพิ่มปริมาณของข้อมูล วิดีโอ หรือ เสียง ให้เข้าถึงในหลายพื้นที่

นาย Chetan Sharma ผู้แทนจาก Chetan Sharma Consultancy สหรัฐอเมริกา ได้กล่าวถึงเทคโนโลยี 5G ที่จะมาช่วยขยายขนาดของช่องทางในการส่งต่อข้อมูล เพิ่มความยืดหยุ่นด้วยความเร็วที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้ง ปรับรูปแบบโครงสร้างในการนำเอาข้อมูลมาใช้ เกิดเป็นข้อมูลในรูปแบบใหม่ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น ดังนั้น ผู้บริโภคสื่อสามารถตอบโต้ข้อมูลได้มากขึ้น โดยคาดว่าเทคโนโลยี 5G จะพร้อมให้บริการในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๖๗ ทั้งนี้ ผู้ผลิตสื่อควรเตรียมตัวให้ก้าวทันเทคโนโลยี 5G ที่มาพร้อมกับช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย เพื่อให้วงการสื่อสารมวลชนได้รับประโยชน์สูงสุดจากเทคโนโลยีดังกล่าว

หัวข้อ...

## หัวข้อที่ ๖ กลยุทธ์ในการกระจายรายได้ (Strategies for Diversifying Revenue Streams)

นาย Bala Murali Subramaney ผู้แทนจาก Astro ประเทศมาเลเซีย ได้เล่าถึงกลยุทธ์ในการกระจายรายได้ด้วยการซื้อโฆษณาผ่านโปรแกรมการจัดการอัตโนมัติ หรือ Programmatic buying ที่ผู้ซื้อสามารถซื้อสื่อโฆษณาได้อย่างหลากหลาย ในเวลา real-time ทำให้ช่วยประหยัดเวลา พร้อมด้วยกลไกในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น เครือข่ายสำหรับลงโฆษณา หรือ Ad network มีบทบาทเสมือนเป็นตัวแทนของผู้ผลิตในการเพิ่มยอดขาย โดยผู้ผลิตยังคงใช้บริการการลงโฆษณาเพื่อกระตุ้นยอดขาย ส่งผลให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลงและกำไรที่สูงขึ้น

นาย Alan James ผู้แทนจาก James and Wilkinson Media ได้แบ่งปันประสบการณ์การปรับปรุงพื้นที่ของสื่อโทรทัศน์และการสตรีมมิงออนไลน์เพื่อเพิ่มกำไรที่สูงขึ้นจากผู้ชม โดยมุ่งเน้นการดึงดูดและเพิ่มจำนวนผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการรักษาช่องทาง (Platform) ในการเผยแพร่ด้วยประเด็นเนื้อหาที่มีความเหมาะสมต่อกลยุทธ์ทางการตลาด

## หัวข้อที่ ๗ การประชุมโต๊ะกลมของผู้บริหารสูงสุด: นิยามใหม่ของสื่อ (CEO Roundtable: Reimagining Media)

ผู้บริหารด้านสื่อสารมวลชนจากหลายประเทศได้ร่วมกันแสดงวิสัยทัศน์เกี่ยวกับนิยามใหม่ของสื่อ (CEO Roundtable: Reimagining Media) โดยนาย Riyaz Sayed Khaiyum ผู้แทนจาก FBC สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ กล่าวว่า ผู้ผลิตต้องเน้นการสร้างรายได้และผลกำไรด้วยกลยุทธ์ใหม่ ๆ เช่น การพัฒนา In-House Application หรือ การเขียนซอฟต์แวร์ (Software) ให้รองรับความต้องการในการใช้งานขององค์กรนั้น ๆ โดยเฉพาะ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้บริโภค รวมถึงพื้นที่โฆษณาดิจิทัล ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อควรติดตามเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคสื่อ และต้องให้ความสำคัญกับการผลิตประเด็นเนื้อหาด้วยตนเองที่เป็นเอกลักษณ์ นาย Shashi Shekar Vempati ผู้แทนจาก Prasar Bharati ประเทศอินเดีย ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการออกอากาศ ด้วยเทคโนโลยี 5G ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนสื่อในอนาคต นางสาว Shahin Islam ผู้แทนจาก NIMC ประเทศบังกลาเทศ กล่าวว่า ควรให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงโครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรมให้กับสื่อมวลชน การให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี AI และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

นาย Raja Singham ผู้แทนจาก BAC Education ประเทศมาเลเซีย ได้แนะนำให้ผู้ผลิตสื่อเตรียมรับมือกับเทคโนโลยี 5G ที่จะมีส่วนช่วยในการบริหารจัดการข้อมูลที่อาจล้นในอนาคต รวมถึงพัฒนาการออกอากาศ ด้วยประเด็นเนื้อหาที่มีความทันสมัย และก้าวทันโลกแห่งเทคโนโลยี ที่ยังคงคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระหว่างประเทศ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร นาย Rizal Aportedera ผู้แทนจาก Philippines Broadcasting Service. ประเทศฟิลิปปินส์ กล่าวเสริมว่า ควรมุ่งเน้นปรับปรุงการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Youtube เพื่อขยายช่องทางการเผยแพร่และสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย นางสาว Philomena Gnanapragasam ผู้แทนจาก AIBD กล่าวว่า เราควรจับตาความเป็นโลกาภิวัตน์ของประเด็นเนื้อหาในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าผู้บริโภคสื่อจะเริ่มให้ความสนใจในการบริโภคสื่อที่มีประเด็นเนื้อหาใกล้เคียงและใกล้ชิดกันตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่ ดังนั้น ความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม (Cultural Proximity) จึงเป็นประเด็นที่ผู้ผลิตสื่อต้องพิจารณาให้ความสำคัญ ในการผลิตเนื้อหาที่มีความใกล้ชิด คล้ายคลึง กับภูมิภาคที่ตนเองอาศัยอยู่

### ๔. ข้อเสนอแนะสำหรับกรมประชาสัมพันธ์

๔.๑ ควรให้ความสำคัญกับการติดตามและประเมินผลการรับชมสื่อของ กปส. มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้ครบถ้วนในทุกระดับ โดยอาจพิจารณาพัฒนารายการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายด้วย เป็นต้น

๔.๒ ควร...

๔.๒ ควรเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรด้านสื่อให้สามารถก้าวทันเทคโนโลยี 5G ที่จะมาพร้อมกับช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายด้วยความเร็วที่สูงขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น โดยอาจพิจารณาเพิ่มหลักสูตรฝึกอบรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G ให้กับบุคลากร กปส.

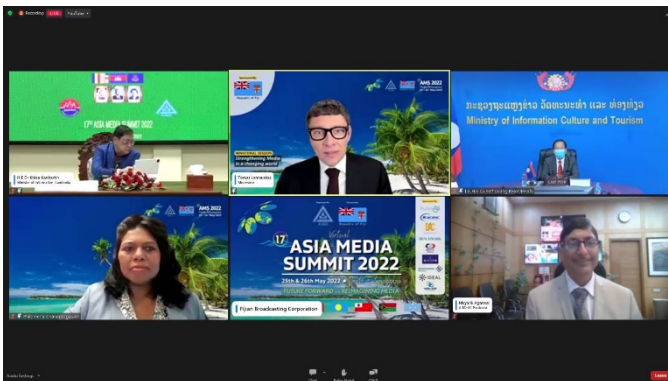
๔.๓ ควรให้ความสำคัญกับการผลิตเนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และอาจพิจารณาประเด็นความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม (Cultural Proximity) ในการผลิตสื่อเพื่อส่งเข้าประกวดในเวทีระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงประสบการณ์ร่วมและองค์ประกอบความใกล้ชิดกันตามภูมิภาคที่อาศัยอยู่เป็นฐานคิด

### ๕. ผลผลิตจากการประชุม

๕.๑ การผลิตและเผยแพร่คลิปถ้อยแถลงของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายอนุชา นาคาศัย) ที่ได้แสดงวิสัยทัศน์ด้านสื่อสารมวลชนของไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในเวทีระดับนานาชาติ รวมถึงสร้างการรับรู้ถึงบทบาทของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเอเปค ในปี พ.ศ. ๒๕๖๕

๕.๒ การเผยแพร่วีดิทัศน์การรับมอบตำแหน่งเจ้าภาพเอเปคของไทยในปี ๒๕๖๕ ประชาสัมพันธ์การเป็นเจ้าภาพเอเปคของไทย (APEC Handover Video) ผ่านช่องทางสื่อ Social Media ของ AIBD

ส่วนส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ  
สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ





 Asia-Pacific Institute for Broadcastin... 4 วัน

AMS2022, Mr Anucha Nakasai

คำอธิบาย  
Video message from Mr Anucha Nakasai who is the Minister attached to the Prime Minister office Thailand.

The 17th Asia Media Summit 2022, is just 5 days away, sign up now!  
<https://www.aibd.org.my/ams-2022>

#AMS2022 #asiamediasummit2022



which is "APEC Host Economy 2022".