

## สื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21

### THAI PARLIAMENT MEDIA IN THE CONTEXT OF MEDIA LANDSCAPE IN 3<sup>rd</sup> DECADE OF 21<sup>st</sup> CENTURY

วิมลสิน หิรัญบุรณะ<sup>1\*</sup> และ ลักษณา คล้ายแก้ว<sup>2</sup>  
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Vimalin Hirunburana<sup>1\*</sup> and Lucksana Klaikao<sup>2</sup>  
College of Communication Arts, Rangsit University

\*E-mail: vimalin.hir@gmail.com

Received: 30-06-2025

Revised: 18-08-2025

Accepted: 28-11-2025

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 และศึกษาบทบาทของสื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ผู้วิจัยได้เลือกมานั้น ทำการเลือกแบบเจาะจง และการสนทนากลุ่มจากผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร ใช้แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา ได้แก่ ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง ทฤษฎีปทัสสถาน แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แนวคิดการหลอมรวมสื่อ แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า สื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงปี ค.ศ. 2021 - 2025 มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก ฯลฯ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูป เป็นต้น ตลอดจนมีแอปพลิเคชัน TPchannel รวมไปถึงการให้บริการในรูปแบบโอทีที ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารและกิจกรรมของรัฐสภาได้ ส่วนในช่วงปี ค.ศ. 2026 - 2030 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังคงต้องดำเนินต่อไปตามบริบทของโลก และให้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ด้วยการนำข้อมูลขนาดใหญ่มาวิเคราะห์และผลิตเนื้อหาที่มีความเสมือนจริงให้มากขึ้น เช่น การจำลองการประชุมสภา การเยี่ยมชมรัฐสภาเสมือนจริง หรือการสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ สำหรับบทบาทของ

สื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ ต้องยึดมั่นในอุดมการณ์ ภารกิจ พันธกิจหลัก คือ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงเป็นเครื่องมือตรวจสอบอำนาจ ตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และสมาชิกวุฒิสภา แต่ทั้งนี้ ภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อต้องมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการรองรับการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา เพื่อให้กระบวนการทางนิติบัญญัติมีความโปร่งใสและเป็นประชาธิปไตย แต่รูปแบบการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นยังคงมีลักษณะเป็นเพียงการตอบสนอง ไม่ใช่การมีส่วนร่วมเชิงรุกที่ประชาชนสามารถมีบทบาทในกระบวนการผลิตเนื้อหาอย่างแท้จริง จึงยังเป็นประเด็นท้าทายที่ต้องได้รับการพิจารณาอย่างจริงจัง

**คำสำคัญ:** สื่อรัฐสภาไทย ภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21

## ABSTRACT

The research titled “Thai Parliamentary Media in the Context of the Media Landscape in the 3<sup>rd</sup> Decade of the 21<sup>st</sup> Century” is a qualitative research. The objectives are to examine Thai parliamentary media within the evolving media landscape of the 3<sup>rd</sup> decade of the 21<sup>st</sup> century and to explore the role of Thai parliamentary media under the convergence of media platforms. The study employs In - depth Interviews using a semi - structured interview format, with key informants selected through purposive sampling. In addition, focus group discussions were conducted with stakeholders involved with the organization. The study applies various theoretical frameworks, including Political Communication Theory, Normative Media Theory, Technological Determinism, Media Convergence, Social Media, and the concept of the Media Landscape in the 3<sup>rd</sup> Decade of the 21<sup>st</sup> Century. The findings indicate that Thai parliamentary media in this context can be divided into two distinct phases: Phase 1 (2021 - 2025): During this period, Thai parliamentary media began presenting content in diverse formats, such as videos and infographics, while also promoting public participation in political discussions through various social media platforms, including Facebook, YouTube, Instagram, etc. Furthermore, the launch of the TPchannel mobile application and Over - The - Top services enabled the public to access parliamentary news and activities more conveniently and in real time. Phase 2 (2026 - 2030): It is anticipated that the use of social media will continue in alignment with global digital trends, with the integration of artificial intelligence playing a crucial role in enhancing content production. Big data analytics will be employed to create more immersive and interactive content experiences, such as simulated parliamentary

sessions, virtual parliamentary tours, and other forms of participatory digital media. Regarding the role of Thai parliamentary media within the context of a converged media environment, it is essential that it continues to adhere to its fundamental principles, including promoting public political engagement, serving as a neutral platform for opinion exchange, and functioning as a mechanism for checks and balances, particularly in monitoring the actions of the executive branch, members of the House of Representatives, and members of the Senate. However, within the framework of media convergence, it is also imperative to utilize social media and adopt modern technological systems to support content creation and dissemination. This integration aims to increase transparency and foster democratic values in the legislative process. Nevertheless, current public participation remains largely reactive rather than proactive. That is, while audiences are encouraged to consume and respond to content, they have not yet assumed a substantive role in content co-creation. This remains a significant challenge that warrants further attention and strategic development.

**Keywords:** Thai Parliament, Media Landscape in 3<sup>rd</sup> Decade of 21<sup>st</sup> Century

## บทนำ

ประเทศไทยในปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ จากพัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้วิถีชีวิตของประชาชนทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เคยผ่านสื่อแบบดั้งเดิม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ได้ถูกแทนที่ด้วยสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม ฯลฯ ซึ่งมีอิทธิพลและการเข้าถึงอย่างกว้างขวางในบริบทนี้ สถานีวิทยุ กระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ได้ทำหน้าที่สื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านนิติบัญญัติระหว่างรัฐสภา กับประชาชน ทั้งในรูปแบบการถ่ายทอดการประชุม

การสัมมนา และการผลิตรายการร่วมกับองค์กรเครือข่าย ย่อมต้องปรับตัวเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวิสัยทัศน์ “สื่อนิติบัญญัติ เสริมสร้างคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ เพื่อประโยชน์และการมีส่วนร่วมของประชาชน” จากเดิมนำเสนอผ่านทางวิทยุคลื่น FM 87.50 MHz พร้อมเครือข่ายในส่วนภูมิภาค และ AM 1071 KHz รวมถึงสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ช่อง 10 สู่อการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อใหม่

จากรายงานรัฐสภาอิเล็กทรอนิกส์โลก เมื่อปี พ.ศ. 2561 ของสหภาพรัฐสภา ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในรัฐสภาทั่วโลก 6 ประการสำคัญ คือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมความโปร่งใส การใช้งานภาษาคอมพิวเตอร์ Extensible Markup Language (XML) การเพิ่มขึ้น

ของการสื่อสารผ่านระบบข้อความทันทีและสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนผ่านสู่การถ่ายทอดผ่านช่องทางดิจิทัล การเผชิญอุปสรรคจากการขาดแคลนทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีของบุคลากรรัฐสภา และความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ซึ่งนอกจากนี้รัฐสภาหลายประเทศก็ได้พัฒนาเครื่องมือและช่องทางดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น เช่น Portal E-Democracia ของรัฐสภาบราซิล ที่เปิดให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นในกระบวนการร่างกฎหมายแบบเรียลไทม์ หรือรัฐสภาเยอรมนีและฮังการีที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการจัดการภายในและการสื่อสารสาธารณะผ่านโซเชียลมีเดียอย่างครอบคลุม (The Secretariat of The House of Representatives, 2020) อีกทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 ยิ่งเร่งให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน และแนวทางการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ รวมถึงรัฐสภา ให้เข้าสู่รูปแบบวิถีชีวิตใหม่ที่เทคโนโลยีและการสื่อสารออนไลน์มีบทบาทสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานจากระยะไกล การประชุมผ่าน Video conference การเรียนรู้ และการรับข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้บริหารของรัฐสภาไทยให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีรูปแบบใหม่มาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปจึงศึกษาเรื่องสื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 ตลอดจนศึกษาบทบาทของสื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ

แล้วนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นองค์ความรู้ในการพัฒนาองค์กรสื่ออื่น ๆ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสื่อรัฐสภาไทยต่อไป

### ปัญหาคำวิจัย

1. สื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 เป็นอย่างไร
2. บทบาทของสื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ ควรเป็นเช่นไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21
2. เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ

### ทบทวนแนวคิด

#### 1. ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง

McQuail (1994) ได้ประมวลหน้าที่ที่พึงประสงค์ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีโครงสร้างบทบาทหน้าที่ (Structural Functional Theory) ไว้ 5 ประการ คือ 1) การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นการให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคมและในโลก 2) การประสานสัมพันธ์ (Correlation) เชื่อมโยงกลุ่มคนและกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ให้ การสนับสนุนแก่สถาบันหลักของสังคมและบรรทัดฐานต่าง ๆ 3) การสร้างความต่อเนื่องทางสังคม (Continuity) เสริมสร้างและธำรงไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของสังคม ถ่ายทอดวัฒนธรรมหลักและยอมรับวัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมทางเลือก และวัฒนธรรมใหม่ 4) การให้ความเพลิดเพลิน

แก่สมาชิกสังคม (Entertainment) เป็นการให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินและวิธีการพักผ่อนหย่อนใจ ลดระดับความเครียดต่าง ๆ ในสังคม และ 5) การรณรงค์ทางสังคม การเมืองและเศรษฐกิจ (Mobilization) รณรงค์ด้านการเมือง สงคราม การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการทำงาน เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนรวม ส่วน Schramm (1964) ได้เสนอว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศ โดยทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบและรายงานข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน สร้างประสบการณ์และขยายมุมมองของประชาชนให้กว้างไกล รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ผ่านการชี้ประเด็นที่ควรนำมาพิจารณา สื่อยังมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนเกิดความทะเยอทะยานที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือในการพัฒนา และช่วยเปลี่ยนแปลงเจตคติหรือค่านิยมที่ไม่เหมาะสมให้ดีขึ้นผ่านกระบวนการสื่อสารทางอ้อม นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในสังคม และส่งเสริมบทบาทของบุคคลหรือผู้นำในการพัฒนา สื่อมวลชนยังช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของรัฐ กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมของสังคมด้วยการเปิดเผยการกระทำที่ไม่เหมาะสม เพื่อให้สังคมร่วมกันกำกับดูแล อีกทั้ง ยังมีบทบาทในการส่งเสริมระบอบนิยม และวัฒนธรรมที่ตึงตัง ทำให้เจตคติที่ดีที่มีอยู่เดิมฝังแน่นยิ่งขึ้น และสุดท้ายคือ การทำหน้าที่เป็นครู ถ่ายทอดความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อการพัฒนาตนเองและสังคมโดยรวม สำหรับการสื่อสารทางการเมือง McNair (1995) ได้อธิบายถึงความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

ไว้ 3 ประการ คือ 1) การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและตัวแสดงทางการเมืองอื่น ๆ โดยมีเป้าหมายวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ บางประการ 2) การสื่อสารที่มีต่อบรรดาตัวแสดงทางการเมืองทั้งหลาย โดยบุคคลที่ไม่ใช่นักการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง คอลัมนิสต์ 3) การสื่อสารเรื่องราวของนักการเมืองและตัวแสดงทางการเมือง รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคลเหล่านี้ที่ปรากฏอยู่ในรูปแบบของข่าว บทความ และรูปแบบต่าง ๆ ของการนำเสนอข่าวสารในด้านการเมือง นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงบทบาทที่พึงประสงค์หรือความคาดหวังของสังคมที่มีต่อการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน ในกระบวนการทางการเมืองการปกครองรูปแบบประชาธิปไตยว่ามี 5 ประการ คือ 1) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนได้รับรู้ว่าสังคมกำลังเกิดอะไรขึ้น 2) การให้การศึกษแก่ประชาชนในเรื่องของความหมายและความสำคัญของข้อเท็จจริง 3) การนำเสนอเพื่อให้ประชาชนได้เห็นถึงนโยบายในอันที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสาธารณะ เพื่อที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โดยเฉพาะการเปิดโอกาสต่อความคิดเห็นที่หลากหลายและแตกต่าง ซึ่งถือว่ามีสำคัญต่อวิถีประชาธิปไตย 4) การตรวจสอบรัฐบาลและสถาบันทางการเมืองทั้งหลายให้ดำเนินการภารกิจตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และ 5) การเป็นช่องทางเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นทางการเมือง

## 2. ทฤษฎีปัทธสถาน

Likhit (2009) ซึ่งให้เห็นว่าระบบประชาธิปไตย จะไม่อาจพัฒนาได้อย่างสมบูรณ์ หากปราศจากสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล ตรวจสอบ ถ่วงดุลอำนาจรัฐ

และเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะ นอกจากนี้ สื่อยังมีอิทธิพลในการสร้างหรือทำลายความน่าเชื่อถือของบุคคลในสังคมได้อีกด้วย ในบริบทนี้แนวคิด “ทฤษฎีสื่อมวลชนประชาธิปไตยที่ประชาชนมีส่วนร่วม” (Democratic - Participant Media Theory) เพื่อวิพากษ์ และท้าทายระบบสื่อแบบรวมศูนย์ที่ถูกควบคุมโดยรัฐหรือบริษัทขนาดใหญ่ โดยเสนอว่าสื่อควรเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ที่ประชาชนสามารถเข้าถึง มีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหาและโต้ตอบกับสื่อได้อย่างเสรี สื่อจึงไม่ควรดำเนินงานในลักษณะสื่อสารทางเดียวหรือมีความเป็นวิชาชีพสูง จนละเลยเสียงของประชาชนระดับฐานราก ทั้งนี้ McKenzie (2006) อธิบายว่า หากปราศจากการมีส่วนร่วมของพลเมือง สื่อก็จะตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของชนชั้นนำหรือกลุ่มทุน และสะท้อนเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของสาธารณะ McQuail (2005) เน้นว่า การสื่อสารยุคใหม่ควรเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถโต้ตอบ และแสดงความคิดเห็นได้ เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

### 3. แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

แนวคิดของกลุ่มนักทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) เน้นย้ำว่าเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นพลังขับเคลื่อนหลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง ในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ McQuail (1994) ได้เสนอคุณลักษณะสำคัญของแนวคิดนี้ไว้ว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม และแต่ละเทคโนโลยีจะเหมาะสมกับโครงสร้างทางสังคมที่แตกต่างกัน McLuhan (1987) ผู้เน้นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารมีผลกระทบต่อประสบการณ์ของมนุษย์ในมิติเวลา (Time)

และสถานที่ (Space) โดยเสนอแนวคิดที่ว่า “สื่อคือการขยายประสบการณ์ของมนุษย์” (Extension of Experience) ไม่ว่าจะ เป็นจดหมาย โทรศัพท โทรทัศน์ หรือคอมพิวเตอร์ ล้วนแต่ทำให้มนุษย์สามารถเข้าถึงเหตุการณ์ที่ไกลออกไปทั้งในเชิงเวลา และพื้นที่ ด้าน Rogers (as cited in Kaewthep, 2000) กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อใหม่ ได้แก่ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตว่ามีผลต่อเนื่องไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม 3 ประการ คือ 1) Interactive จากเดิมที่การสื่อสารต้องเผชิญหน้า ปัจจุบันเทคโนโลยีทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ได้แบบเรียลไทม์ เปลี่ยนมิติของเวลาและสถานที่ ในการสื่อสารไปอย่างสิ้นเชิง 2) Individual / Demassified สื่อดั้งเดิมมุ่งสื่อสารกับมวลชนแบบเดียวกัน แต่เทคโนโลยีใหม่เปิดทางให้ผู้รับสารเลือกเสพเนื้อหาได้ตามความต้องการ ทั้งเวลาและสถานที่ และ 3) Asynchronous สื่อใหม่สามารถจัดเก็บและส่งข้อมูลเป็นส่วน ๆ ได้อย่างยืดหยุ่น ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ รักษาคุณภาพข้อมูลได้ครบถ้วน

### 4. แนวคิดการหลอมรวมสื่อ

การหลอมรวมสื่อ (Media convergence) เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคม ที่มีการผสมผสานกลืนระหว่างสื่อต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ จนกลายเป็นสื่อใหม่ (New Media) Ankana (2015) ได้อธิบายแนวคิดการหลอมรวมสื่อผ่าน 3 รูปแบบ คือ 1) Media convergent ที่เป็นการปรับตัวของสื่อดั้งเดิมร่วมกับสื่อใหม่บนช่องทางที่หลากหลาย 2) Transmedia storytelling ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องเดียวกัน

ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยใช้จุดแข็งของแต่ละช่องทาง และ 3) Cross media ที่เน้นการเลือกใช้ช่องทางตามพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึง

สำหรับแนวทางการปรับตัวขององค์กรสื่อในยุคดิจิทัล McQuail (2010) อธิบายว่า จำเป็นต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับระบบดิจิทัล ทั้งในด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และสร้างความแตกต่างในเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการนำเสนอให้ตอบโจทย์ผู้รับสารใน “การหลอมรวมสื่อ” ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย อีกทั้ง McQuail (2005, as cited in Sudarat & Chakkrit, 2014) ได้ชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคหลอมรวมสื่อเป็นผลจากพัฒนาการของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว นำไปสู่การหลอมรวมใน 3 มิติ ได้แก่ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้สื่อมวลชนเกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างองค์กรที่เปลี่ยนจากการรวมศูนย์เป็นการกระจายตัว รูปแบบสื่อเก่าถูกปรับให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ เชื่อมโยงกันได้ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล และวิถีการใช้สื่อของผู้คนเปลี่ยนเป็นแบบที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับเนื้อหามากขึ้น ผู้รับสารกลายเป็น “Producer” ผสมระหว่าง Producer กับ User คือผู้บริโภคและผู้ผลิตในคนเดียวกัน การทำงานของสื่อเน้นการทำงานแบบแบบ Multi-tasking และข้ามแพลตฟอร์ม ในขณะที่ค่านิยมร่วมสมัยเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และสามารถตรวจสอบได้

## 5. แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ Natthavee & Apiwat (2017) ได้แบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็น 6 ประเภทหลัก ดังนี้ 1) Weblog หรือ Blog พื้นที่เผยแพร่บทความหรือความรู้ เฉพาะด้านอย่างอิสระโดยเรียงลำดับจากเนื้อหาล่าสุดไปเก่าสุด 2) Twitter และ Microblog บล็อกแบบสั้นที่จำกัดจำนวนตัวอักษร ใช้สื่อสารอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทด้านการตลาด เช่น การสร้างแบรนด์หรือบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 3) เครือข่ายสังคม (Social Network) แพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้คน ผ่านโปรไฟล์ส่วนตัว รูปภาพ วิดีโอ และสามารถรวมกลุ่ม พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น Facebook, Twitter (หรือ X) 4) Social News and Bookmarking เว็บไซต์ที่ผู้ใช้ส่งและให้คะแนนเนื้อหาได้ เช่น การแชร์ลิงก์ข่าวหรือบทความ พร้อมระบบบันทึกและแบ่งปันเนื้อหาที่สนใจ 5) Media sharing แพลตฟอร์มสำหรับแบ่งปันสื่อ เช่น รูปภาพหรือวิดีโอแก่สาธารณชน และ 6) Online forum พื้นที่สนทนาแบบกลุ่มตามความสนใจร่วมกัน เป็นสื่อสังคมออนไลน์ยุคแรกๆ ที่เน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น นอกจากนี้ สื่อบางแพลตฟอร์มอาจมีฟังก์ชันหลากหลาย ที่เป็นทั้งเครือข่ายสังคมและช่องทางแบ่งปันสื่อภาพนิ่งและวิดีโอด้วย

## 6. แนวคิดภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 (ค.ศ. 2021-2030)

ในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 (ค.ศ. 2021 - 2030) Sikharet (2021) ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้ม 10 ประการ ของภูมิทัศน์สื่อ ซึ่งสะท้อน

ความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างจากอิทธิพลของนวัตกรรมเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และพลวัตทางเศรษฐกิจ โดยมีนวัตกรรมสื่อสารเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อน ไม่ว่าจะ 5G, AI และระบบ Internet of Things ที่เชื่อมโยงเข้าสู่ชีวิตประจำวันและทุกมิติของการสื่อสาร การแพร่ระบาดของโควิด - 19 ส่งผลให้เกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมสื่อและเป็นแรงเร่งให้เกิดวิถีใหม่ทั้งในด้านธุรกิจและการกำกับดูแลนโยบายสื่อ ภาครัฐจึงต้องเร่งวางกติกาใหม่เพื่อจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลและภาษีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันสื่อเองก็เปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบที่หลากหลายพร้อมทั้งใช้นวัตกรรม และ Big Data เพื่อผลิตข่าวสารและสารบันเทิงที่ตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น องค์กรสื่อและนักวิชาชีพจึงจำเป็นต้องปรับตัวเข้าสู่ยุคของ “สื่อสร้างสรรค์” ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและเชื่อมโยงกับโลกของธุรกิจมัลติมีเดียผ่านเทคโนโลยีขั้นสูง นอกจากนี้ แพลตฟอร์มดิจิทัลยังกลายเป็นพื้นที่สำคัญในการสื่อสารทางการเมืองและการแสดงออกของพลเมือง ตลอดจนเป็นแกนกลางของ “วัฒนธรรมดิจิทัล” ที่หลอมรวมความหลากหลายทางวัฒนธรรมเข้าสู่พื้นที่สื่อใหม่ ในขณะที่ระบบนิเวศของนวัตกรรมสื่อสารได้บูรณาการอย่างลึกซึ้งกับชีวิตมนุษย์ทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน ท้ายที่สุดภาควิชาการด้านสื่อสารมวลชนก็ต้องปรับตัวเข้าสู่วารสารศาสตร์ดิจิทัลโดยเน้นการเรียนรู้เชิงข้อมูลและการบูรณาการองค์ความรู้ข้ามศาสตร์ เพื่อทำหน้าที่เป็นหลักทางจริยธรรมท่ามกลางความท้าทายจากข่าวปลอม

และการแข่งขันทางธุรกิจ นอกจากนี้ Sikharet (2024) ยังได้เสนอแนวโน้มการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในอุตสาหกรรมสื่อว่าจะเข้ามามีบทบาทในทุกกระบวนการ ซึ่งทั้งหมดนี้ตอกย้ำว่า AI จะเป็นหัวใจสำคัญของสื่อยุคใหม่ในทุกมิติ

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อรัฐสภาไทยในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21” เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยศึกษาเฉพาะสื่อรัฐสภาไทยโดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงจำนวน 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหารในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายหรือแผนปฏิบัติการ โดยมิใช่ประสบการณ์ด้านการบริหารองค์กรไม่ต่ำกว่า 5 ปี 2) กลุ่มผู้บริหารในสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ที่นานนโยบาย แผนปฏิบัติการหรือยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรไปสู่ภาคปฏิบัติ โดยมีประสบการณ์การทำงานกับสื่อรัฐสภาไทยไม่ต่ำกว่า 5 ปี และ 3) กลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศและมีประสบการณ์ด้านสื่อมากกว่า 10 ปี

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา 2) กลุ่มผู้ชมผู้ฟัง ที่ติดตามทั้งสื่อหลัก คือ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์



ของสถานีฯ และ 3) กลุ่มนักรการเมือง ตลอดจนผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ จากแผนปฏิบัติการราชการ เอกสารทางราชการ รายงาน บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์

### ผลการวิจัย

การดำเนินงานของสื่อรัฐสภาไทยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุค ประกอบด้วย

ยุคที่ 1 ยุคก่อตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา (พ.ศ. 2537 - 2548) ได้เริ่มทดลองออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2537 ในระบบ

FM 87.50 MHz และออกอากาศอย่างถาวรเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2537 สำหรับบริบทสื่อในต่างประเทศ ประเทศไทย และ สื่อรัฐสภา ในช่วงปีดังกล่าว มีความต่างกันทั้งในเชิงโครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยี และเป้าหมายของการสื่อสาร ขณะที่สื่อในต่างประเทศโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาสู่การเป็น “สื่อใหม่” อย่างเต็มรูปแบบ ประเทศไทยยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ขณะที่สื่อรัฐสภาไทยยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการสื่อสารในระบบแอนะล็อก โดยเน้นภารกิจในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารรัฐสภาในรูปแบบดั้งเดิม

### 1994/2537

บริบทสื่อในต่างประเทศ : เริ่มใช้ World Wide Web (WWW), “Yahoo Search” เป็นหนึ่งในเครื่องมือค้นหาที่ประสบความสำเร็จ, เว็บไซต์อย่างเป็นทางการของทำเนียบขาวเปิดตัวครั้งแรก

บริบทสื่อในประเทศไทย : ช่วงปลายปี ประเทศไทยได้ส่งดาวเทียมไทยคม (Thaicom) โดยบริษัท ชินวัตรคอมพิวเตอร์ แอนด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด เพื่อใช้ในกิจการสื่อสารโทรคมนาคม

สื่อรัฐสภาไทย : จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ระบบ FM เป็นสถานีวิทยุของฝ่ายนิติบัญญัติ

### 1995/2538

บริบทสื่อในต่างประเทศ : เป็นปีของอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์เติบโต

บริบทสื่อในประเทศไทย : รัฐบาลไทยได้กำหนดให้บีเนทเทคโนโลยีสารสนเทศ อีทีที มีบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตดำเนินการใน ประเทศไทย

### 1996/2539

บริบทสื่อในต่างประเทศ : เริ่มมีการใช้ E - mail Marketing

บริบทสื่อในประเทศไทย : เปิดตัว “สถานีโทรทัศน์ไอทีวี” หรือ ITV สถานีโทรทัศน์เสรีที่เป็นการนำเสนอรายการและข่าวสารด้วยความเป็นกลาง

### 1997/2540

บริบทสื่อในต่างประเทศ : จุดเริ่มต้นของ WiFi ถือถูกพัฒนาขึ้นที่อเมริกา, Social Media มีขึ้นครั้งแรกบนโลก ชื่อว่า “Sixdegrees.com” ถูกปิดตัวลงในปี 1999 เนื่องจากถูกซื้อกิจการโดย Youth Stream Media Networks

บริบทสื่อในประเทศไทย : ยุคเศรษฐกิจฟองสบู่แตก นักข่าวต้องประสบกับภาวะวิกฤต โดยในวันที่ 4 กรกฎาคม 2540 ตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติสำเร็จ

### 1998/2541

บริบทสื่อในต่างประเทศ : กำเนิดเครื่องเล่น MP3 เป็นครั้งแรก

บริบทสื่อในประเทศไทย : ในปี พ.ศ. 2541 ททบ.5 จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมไทยทีวีสีช่อง 5 ออกอากาศ 177 ประเทศทั่วโลก, หลังพองสบู่แตกภาพยนตร์ไทยตกเป็นเมืองขึ้นของภาพยนตร์ฮอลลีวูด

สื่อรัฐสภาไทย : สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ส่งสัญญาณครบคลุม 14 เครือข่ายในส่วนภูมิภาค

### 1999/2542

บริบทสื่อในต่างประเทศ : LiveJournal ก่อตั้งขึ้นในปี 1999 โดย Brad Fitzpatrick

บริบทสื่อในประเทศไทย : สื่อไทยเผชิญวิกฤตครั้งร้ายแรงที่สุด วัฏจักรสื่อสิ่งพิมพ์ที่เติบโตอย่างมาก แต่เป็นรายแรกถูกเพิกถอนจากตลาดหลักทรัพย์

ภาพที่ 1 บริบทสื่อในต่างประเทศ บริบทสื่อในประเทศไทย และสื่อรัฐสภาไทย  
ในช่วงปี พ.ศ. 2537 - 2548

**2000/2543**

บริบทสื่อในต่างประเทศ : ยุคทองของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพราะเริ่มมีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL

บริบทสื่อในประเทศไทย : มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2543

**2001/2544**

บริบทสื่อในต่างประเทศ : การเริ่มต้นของวิกิพีเดีย, Messenger

บริบทสื่อในประเทศไทย : พระราชบัญญัติประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544, ภาพยนตร์ไทยมีบทบาทอีกครั้งจากเรื่อง “บางระจัน” และช่วงปลายปีถือกำเนิดวิทยุชุมชน

**2002/2545**

บริบทสื่อในต่างประเทศ : จุดเริ่มต้นของ Firefox Web Browser ที่เร็วกว่าและมีลูกเล่นเยอะกว่า Internet Explorer

บริบทสื่อในประเทศไทย : ช่อง 9 อสมท. ปรับเปลี่ยนเป็น โมเดิร์นไนน์

**2003/2546**

บริบทสื่อในต่างประเทศ : จุดเริ่มต้นของ Social Media เกิดแพลตฟอร์ม Hi5 LinkedIn สำหรับติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

บริบทสื่อในประเทศไทย : ITV ใช้เฮลิคอปเตอร์รายงานข่าวนอกสถานที่

**2004/2547**

บริบทสื่อในต่างประเทศ : ช่วงต้นปี Facebook ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกโดย Mark Zuckerberg

บริบทสื่อในประเทศไทย : กรมประชาสัมพันธ์มีการเปิดรับสมัครวิทยุชุมชนเข้าร่วมโครงการ

สื่อรัฐสภาไทย : สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเพิ่มเวลาการกระจายเสียงอีก 2 ชั่วโมง เป็นเวลา 05.00 - 22.00 น.

**2005/2548**

บริบทสื่อในต่างประเทศ : ช่วงต้นปี YouTube เปิดตัวครั้งแรกโดย Steve Chen , Chad Hurley และ Jawed Karim

บริบทสื่อในประเทศไทย : ไทยคม 4 ดาวเทียมดวงแรกที่ออกแบบมาให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

**ภาพที่ 1 บริบทสื่อในต่างประเทศ บริบทสื่อในประเทศไทย และสื่อรัฐสภาไทย  
ในช่วงปี พ.ศ. 2537 - 2548 (ต่อ)**

ยุคที่ 2 ยุคก่อตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (พ.ศ. 2549 - 2557) มีพิธีเปิดสถานีวิทยุ โทรทัศน์รัฐสภาผ่านดาวเทียม ในวันที่ 12 สิงหาคม พ.ศ. 2549 โดยส่งสัญญาณออกอากาศในระบบ KU - BAND จากนั้นจึงเริ่มทำการทดลองออกอากาศในระบบ C - BAND และ ส่งสัญญาณออกอากาศเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา” แม้ประเทศไทยและสื่อรัฐสภา

จะรับเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้เช่นเดียวกับต่างประเทศ แต่กระบวนการและความเร็วในการเปลี่ยนแปลง ยังคงถูกกำหนดโดยบริบททางการเมืองภายในประเทศ โดยเฉพาะความไม่ต่อเนื่องของโครงสร้างประชาธิปไตย การริเริ่มใช้ระบบถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียมก็ถือเป็นพัฒนาการที่สำคัญในการขยายพื้นที่สาธารณะสำหรับการสื่อสารทางการเมืองให้กับประชาชน

**2006/2549**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Google เข้าซื้อกิจการ Youtube อย่างเป็นทางการ, ช่วงกลางปี Twitter เปิดตัวครั้งแรกโดย Jack Dorsey พื้นที่สำหรับแบ่งปันข้อความขนาดสั้นแบบเรียลไทม์, เข้าสู่ยุค UGC

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : บัณฑิตรัฐประหารทำให้อิทธิพลของสื่อท้องถิ่นที่สังกัดทางการเมือง ทำให้เกิดโฆษณาชวนเชื่อ

**สื่อรัฐสภาไทย** : ช่วงเดือนสิงหาคม เปิดสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาผ่านดาวเทียม (PTV : Parliament Television)

**2007/2550**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Netflix เริ่มเปิดให้บริการ Video Streaming และเปิดตัว iPhone รุ่นแรก

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : ITV ยุติการออกอากาศ

**2008/2551**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Spotify เริ่มเปิดให้บริการสตรีมมิ่งเพลง มีวีสควิดีโอ และพอดคาสต์

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : ช่วงต้นปี สื่อกำเนิด ThaiPBS รวมถึงมีพระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

**สื่อรัฐสภาไทย** : ช่วงปลายปี 2551 สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ระบบ AM เริ่มออกอากาศการกระจายเสียงครั้งแรก

**2009/2552**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : WhatsApp เปิดให้บริการ

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยชี้แจงว่าเป็นปีที่ใช้สื่อสร้างสงครามทางการเมือง

**2010/2553**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Pinterest เปิดตัวครั้งแรกในฐานะแพลตฟอร์มสำหรับแบ่งปันไอเดียงานอาร์ต, Instagram เปิดตัวครั้งแรกโดย Kevin Systrom และ Mike Krieger (รองรับ iOS)

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

**2011/2554**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Snapchat เปิดตัวครั้งแรก โดยให้บริการเฉพาะบนมือถือ และในช่วงปีนั้นวัฒนธรรมสื่อมีส่วนสร้างความเคลื่อนไหวทางการเมืองในแถบตะวันออกกลาง

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : ไลน์ (Line) เปิดให้บริการในประเทศไทย

**2012/2555**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Instagram สามารถรองรับระบบ Android และถูก Facebook เข้าซื้อกิจการ

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : เปิดประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่ 3G

**สื่อรัฐสภาไทย** : สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาออกอากาศในระบบ C - BAND

**2013/2556**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Netflix สร้าง Original Series

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : เปิดประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล 24 ช่อง

**2014/2557**

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : WhatsApp ถูก Facebook เข้าซื้อกิจการ

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : คสช. เข้ายึดอำนาจการปกครอง, โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล 24 ช่อง เริ่มออกอากาศ, เปิดตัว Line TV

ภาพที่ 2 บริบทสื่อในต่างประเทศ บริบทสื่อในประเทศไทย และสื่อรัฐสภาไทย  
ในช่วงปี พ.ศ. 2549 - 2557

ยุคที่ 3 ยุคเปลี่ยนผ่านของโทรทัศน์รัฐสภาจากระบบแอนะล็อกสู่ระบบดิจิทัล (พ.ศ. 2558 - 2561) ซึ่งเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2558 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ลงมติออกใบอนุญาตแก่สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ใช้คลื่นความถี่โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทที่ 3 บริการสาธารณะ (ช่อง 10) และได้มีการแพร่ภาพอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวไม่เพียงเป็นการปรับปรุง

ด้านเทคนิคและคุณภาพสัญญาณเท่านั้น แต่ยังเป็น การยกระดับบทบาทของสื่อรัฐสภาในฐานะ “สื่อ บริการสาธารณะ” ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ด้านนิติบัญญัติ การเมืองและการปกครอง รวมถึง การเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างรัฐสภากับประชาชน อันเป็นการสนับสนุนหลักการประชาธิปไตยอย่างมีส่วนร่วมในบริบทของยุคดิจิทัล ภาพรวมของ ช่วงเวลาดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นว่า บริบทสื่อทั้งใน ระดับโลก ประเทศไทย และสื่อรัฐสภาต่างก็ เคลื่อนตัวไปสู่ภูมิทัศน์ใหม่

## 2015/2558

บริบทสื่อต่างประเทศ : JOOX เปิดให้บริการสตรีมมิ่งเพลง

บริบทสื่อในประเทศไทย : เปิดประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่ 4G

สื่อรัฐสภาไทย : กสทช. ลงมติให้พิจารณาออกใบอนุญาตแก่สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรใช้คลื่นความถี่โทรทัศน์ภาคพื้นดิน ระบบดิจิทัล ประเภทที่ 3 บริการสาธารณะ ลำดับหมายเลขการให้บริการ (10) เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2558

## 2016/2559

บริบทสื่อต่างประเทศ : TikTok เปิดตัวครั้งแรกในประเทศจีน และด้าน Facebook เริ่มเปิดให้บริการใช้ Facebook Live

บริบทสื่อในประเทศไทย : JOOX เปิดให้บริการสตรีมมิ่งเพลงในประเทศไทย, สื่อสิ่งพิมพ์เริ่มเปิดตัวบน ThaiCom 8 ถูกส่งขึ้นไปเมื่อเดือนพฤษภาคม โดยมี ช่องสัญญาณระบบ KU - BAND จำนวน 24 ช่อง

## 2017/2560

บริบทสื่อต่างประเทศ : สกุลเงินดิจิทัลได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

บริบทสื่อในประเทศไทย : บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์เริ่มขาดทุน, Spotify เปิดให้บริการในประเทศไทย, พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับ กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2560, บริษัท เดอะแอสแตร์ จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้น

## 2018/2561

บริบทสื่อต่างประเทศ : สำนักข่าว Xinhua ใช้ผู้ประกาศข่าว AI

บริบทสื่อในประเทศไทย : กรุงเทพฯ ติดอันดับ 1 ของโลกใช้ Facebook สูงสุด

สื่อรัฐสภาไทย : เริ่มพัฒนาช่องทางและเนื้อหาที่เผยแพร่บนสื่อใหม่

ภาพที่ 3 บริบทสื่อในต่างประเทศ บริบทสื่อในประเทศไทย และสื่อรัฐสภาไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2561

ยุคที่ 4 ยุคสื่อสังคมออนไลน์ของรัฐสภา (พ.ศ. 2562-2568) ได้เริ่มเปิดแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันของสถานีฯ ภายใต้ชื่อ TPchannel โดยสามารถรองรับได้ทั้งระบบ ปฏิบัติการ iOS และ Android ตลอดจนการให้บริการในรูปแบบ Over - The - Top (OTT) จากข้อมูลแสดงให้เห็นได้ว่า สื่อรัฐสภาไทยได้มีการนำแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านนิติบัญญัติและการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเพิ่มความสะดวก

ในการเข้าถึงข้อมูลและขยายฐานผู้รับชมไปสู่กลุ่มประชาชนในวงกว้าง กล่าวโดยสรุปคือ สื่อรัฐสภาไทยมีวิวัฒนาการแรกเริ่มมาจากวิทยุกระจายเสียงมาสู่วิทยุโทรทัศน์ และปัจจุบันก็ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ในการสื่อสารไปยังประชาชน ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อทั้งสังคม เศรษฐกิจ หรือการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น องค์กรสื่อก็ต้องปรับตัวให้เท่าทันกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะป็นองค์กรสื่อภาคเอกชน หรือองค์กรสื่อภาครัฐอย่าง “สื่อรัฐสภา” ก็ตาม

## 2019/2562

**บริบทสื่อในต่างประเทศ :** BBC เริ่มทดสอบเทคโนโลยี 5G, Disney+ เปิดให้บริการในระบบ OTT

**บริบทสื่อในประเทศไทย :** 3 SD (ช่อง 28) และ 3 Family (ช่อง 13) ยุติให้บริการเนื่องจากขาดทุน, พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการจัดสรรคลื่นวิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2562

**สื่อรัฐสภาไทย :** โทรทัศน์รัฐสภา ต่ออายุใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ ครั้งที่ 1 วันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2562 และได้เข้าร่วมการประชุม Asia Pacific Broadcasting Union : ABU และบริษัทกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งชาติญี่ปุ่น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านวิทยุ / โทรทัศน์ รวมถึงวางแผนในอนาคตเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยี

## 2020/2563

**บริบทสื่อในต่างประเทศ :** เกิดวิกฤต Covid - 19 ทั่วโลก อุตสาหกรรมสื่อเข้าสู่ครอสสอยใหม่

**บริบทสื่อในประเทศไทย :** เปิดประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่ 5G, ไลน์ ประเทศไทย ขยายธุรกิจสู่แพลตฟอร์มธุรกิจใหม่ เช่น Line Today, Line Man ฯลฯ

**สื่อรัฐสภาไทย :** ช่วง Covid - 19 ใช้การสัมภาษณ์ในรูปแบบ Phone in หรือ ZOOM

## 2021/2564

**บริบทสื่อในต่างประเทศ :** การให้บริการเกมผ่านระบบคลาวด์ (Cloud - Based Gaming Platforms)

**บริบทสื่อในประเทศไทย :** คนไทยใช้ Facebook Messenger มากเป็นอันดับ 6 ของโลก และมีสถิติการซื้อปิงออนไลน์สูงเป็นอันดับ 4 ของโลก

**สื่อรัฐสภาไทย :** เพิ่มช่องทางติดตาม ได้แก่ อินสตาแกรม (Instagram), ไลน์เพื่อธุรกิจ (Line Official Account) ตี๊กต็อก (TikTok) และระบบแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือ Over - The - Top (OTT)

## 2022/2565

**บริบทสื่อในต่างประเทศ :** Netflix, Spotify เริ่มเปิดตัวเกมและมีการเปิดตัว ChatGPT ตอนช่วงปลายปี

**บริบทสื่อในประเทศไทย :** Social Commerce การซื้อปิงออนไลน์ผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ กลายเป็นกระแสหลัก, คลิปวิดีโอสั้น หรือ Short - Form Video ได้รับความนิยม นอกจากนี้ ตลอดปี 2565 สื่อมวลชนถูกตั้งคำถามในประเด็น “จริยธรรม” ทั้งจากสาธารณชนและจากคนในวงการสื่อด้วยกันเอง

## 2023/2566

**บริบทสื่อในต่างประเทศ :** Data ยังเป็นสิ่งสำคัญในการหา Right audience หรือกลุ่มผู้เกิดลูกค้า และแบรนด์จำเป็นต้องมีการวัดผล, สายาโรเบิร์ตซอมและได้มีการประกาศใช้ร่างกฎหมาย AI ในเดือนพฤศจิกายน 2566

**บริบทสื่อในประเทศไทย :** ช่วงเดือนสิงหาคม 2566 แพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ Facebook, X, Instagram, Youtube และ TikTok พบว่าประเด็นทางการเมืองยังคงมี Engagement สูงถึง 53%

ภาพที่ 4 บริบทสื่อในต่างประเทศ บริบทสื่อในประเทศไทย และสื่อรัฐสภาไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2562 - 2568

## 2024/2567

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : Facebook และ Snapchat เริ่มลงทุนกับการพัฒนาเทคโนโลยี AR

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : Influencer / Content Creator หน้าใหม่บนโลกออนไลน์มีตัวตนที่แตกต่าง, ละคร Live - Commerce ใน TikTok ได้รับความนิยม

**สื่อรัฐสภาไทย** : นำนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ เช่น ระบบ Fiber Optic การใช้ Robot ในการควบคุมห้อง เป็นต้น รวมถึงเริ่มการใช้ ChatGPT มาสนับสนุนการดำเนินงาน

## 2025/2568

**บริบทสื่อในต่างประเทศ** : การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The Fourth Industrial Revolution) คาดว่าจะสร้าง มูลค่าสูงถึง 3.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ คอนเทนต์สั้นๆ จะเข้ามามีบทบาท ในฟีด Social Media เน้นไปที่ความคิดสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วม เป็นเป็นแห่งการผสมรวมของปัญญาประดิษฐ์ ความจริงเสริม และการค้นหาด้วยเสียง, Google Chrome จะลดการใช้คุกกี้ เพราะโลกเข้าสู่การโฟกัสกับ Privacy หรือความเป็นส่วนตัว, เริ่มใช้กฎหมายควบคุม AI ฉบับแรกของโลก

**บริบทสื่อในประเทศไทย** : คนไทยหันมาทำ Creator และ Influencer มากขึ้น, ตลาดอีคอมเมิร์ซขยายตัวต่อเนื่อง

**สื่อรัฐสภาไทย** : ใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างสรรค์นวัตกรรม

### ภาพที่ 4 บริบทสื่อในต่างประเทศ บริบทสื่อในประเทศไทย และสื่อรัฐสภาไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2562 - 2568 (ต่อ)

จากข้อค้นพบข้างต้น สื่อรัฐสภาไทย ในบริบทภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในช่วงปี ค.ศ. 2021 - 2025 หรือตรงกับปี พ.ศ. 2564 - 2568 จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้บริหารในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และผู้บริหารในสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ตลอดจนจากการสนทนากลุ่มผู้ซึ่งมีส่วนได้เสียกับองค์กร พบว่าให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านนิติบัญญัติ การเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยไปยังประชาชน ด้วยการเพิ่มช่องทางติดตามผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูป อินสตาแกรม ฯลฯ รวมถึง แอปพลิเคชัน TPchannel เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ง่ายต่อการเปิดรับ และแลกเปลี่ยนข้อมูล อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานผู้ชมให้เพิ่มขึ้น สำหรับแนวโน้มของสื่อรัฐสภาไทยในช่วงปี ค.ศ. 2026 - 2030 (พ.ศ. 2569 - 2573) นั้น ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้บริหารในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กลุ่มผู้บริหารในสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ

โทรทัศน์รัฐสภา และจากการสนทนากลุ่มผู้ซึ่งมีส่วนได้เสียกับองค์กรถึงแนวโน้มของสื่อรัฐสภาไทยในอนาคต พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ยังคงต้องดำเนินต่อไปตามบริบทของโลก และให้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงานด้วยการนำข้อมูลขนาดใหญ่มาวิเคราะห์และผลิตเนื้อหาที่มีความเสมือนจริงมากขึ้น ซึ่งจะพัฒนาไปสู่การเป็น “รัฐสภาดิจิทัล” อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารผ่านเครือข่ายความเร็วสูง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารรัฐสภาได้ทุกที่ ทุกเวลาอย่างราบรื่นต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบถ่ายทอดสดและเนื้อหาตามความต้องการ (On - Demand) ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงทิศทางใหม่ของสื่อรัฐสภาไทยที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในยุคดิจิทัล

ในส่วนของบทบาทสื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ ตั้งแต่ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาได้เริ่มนำสื่อใหม่เข้ามาใช้ในดำเนินงานควบคู่ไปกับสื่อหลัก และได้พัฒนามาจนถึงปัจจุบันนั้น เป็นการหลอมรวม

ระหว่างสื่อดั้งเดิมกับเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล ทำให้ช่องทางการสื่อสารของสื่อรัฐสภาไทย ขยายออกไปสู่แพลตฟอร์มที่หลากหลาย โดยมุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารของประชาชนยุคใหม่ที่เน้นความรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้แบบสองทางทั้งในรูปแบบการแสดงความคิดเห็น การแชร์ข้อมูล หรือ การตั้งคำถามต่อประเด็นทางการเมือง ข้อค้นพบจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ พบว่า ในอดีตสื่อรัฐสภาไทยได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากรัฐสภาไปสู่ประชาชนผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ โดยเน้นการรายงานกระบวนการนิติบัญญัติ การประชุม และกิจกรรมของสมาชิกรัฐสภา ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติภารกิจพื้นฐานในการส่งเสริมความเข้าใจทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย อย่างไรก็ตาม ภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อนี้ บทบาทของสื่อรัฐสภาไทยยังคงไว้ซึ่งภารกิจเดิม คือ 1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยผ่านการถ่ายทอดสดการประชุม การเผยแพร่คลิปสรุปเนื้อหา รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในการกระตุ้นให้เกิดความสนใจต่อประเด็นสาธารณะ ซึ่งช่วยให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมและสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการประชาธิปไตยในรูปแบบที่ทันสมัย 2) เป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเปิดพื้นที่สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการอภิปรายในรัฐสภา ความคิดเห็นจากคณะกรรมการธิการ หรือการเสวนาสาธารณะในรูปแบบ

ที่เข้าถึงได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในสังคมประชาธิปไตยอย่างเปิดเผย และ 3) เป็นเครื่องมือตรวจสอบอำนาจ ในฐานะกลไกของการเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ ให้มีความชัดเจน ประชาชนสามารถติดตามตรวจสอบ และประเมินการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม เพียงแค่ในภูมิทัศน์ใหม่นี้ สื่อรัฐสภาไทยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาเพื่อกระตุ้นความสนใจและขยายการรับรู้ของประชาชนในวงกว้างเท่านั้น หากแต่รูปแบบการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นยังคงมีลักษณะเป็นเพียงการตอบสนองต่อความต้องการในการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อใหม่ ไม่ใช่การมีส่วนร่วมเชิงรุกที่ประชาชนสามารถมีบทบาทในการร่วมออกแบบเนื้อหา หรือมีส่วนร่วมในเชิงนโยบาย จึงสะท้อนให้เห็นว่า สื่อรัฐสภาไทยแม้จะสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับพลวัตของเทคโนโลยีสื่อใหม่ แต่ก็ยังไม่สามารถพัฒนาไปสู่การเป็น “สื่อสาธารณะ” ได้อย่างแท้จริงตามหลักสากล และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ผู้ซึ่งมีบทบาทในการวิเคราะห์และกำหนดทิศทางการทำงานด้านสื่อในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่สะท้อนภาพอนาคตของสื่อรัฐสภาไทยที่สังคมคาดหวังไว้ว่า สื่อรัฐสภาควรรักษาเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน เป็นกลาง ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของรัฐหรือกลุ่มอำนาจใด ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ทันสมัย ใส่ใจประชาชนในฐานะผู้รับสาร มากกว่าการเป็นเพียงกระบอกเสียงของรัฐ ขณะเดียวกัน บุคลากรสื่อควรพัฒนาทักษะดิจิทัล และเข้าใจบทบาทของสื่อสาธารณะในการสะท้อนความคิดที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเปิดพื้นที่ให้กลุ่มเปราะบางในสังคม ได้มีเสียง การเผยแพร่เนื้อหาควรใช้แพลตฟอร์ม

หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อการเข้าถึงที่เท่าเทียม ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัล และเปิดช่องสื่อสารสองทางระหว่างรัฐสภากับประชาชน นอกจากนี้ ควรใช้ AI เพื่อเสริมความโปร่งใส และตรวจสอบข้อมูลอย่างมีระบบ พร้อมทั้งเปิดให้ภาคประชาชนร่วมกำหนดเนื้อหา ผ่านกลไกที่ชัดเจน เช่น คณะกรรมการรับฟังความคิดเห็น การออกแบบรายการร่วมกัน และการจัดเวทีสาธารณะ ซึ่งสะท้อนอุดมการณ์ของสื่อสารสาธารณะที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม และประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

### อภิปรายผลการวิจัย

ในช่วงต้นของทศวรรษ (ค.ศ. 2021 - 2025) สื่อรัฐสภาไทยได้เริ่มให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านนิติบัญญัติ การเมือง การปกครอง และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน การเปลี่ยนแปลงนี้ได้รับแรงผลักดันจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การสื่อสารผ่านระบบออนไลน์กลายเป็นความจำเป็น โดยพฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนไปสู่การบริโภคข่าวสารผ่านสมาร์ทโฟนและแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้สื่อรัฐสภาเริ่มปรับทิศทางการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (1994) ที่ชี้ว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการเปลี่ยนแปลงสังคมและสามารถกำหนดโครงสร้างของระบบสื่อได้ เทคโนโลยีจึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือ แต่เป็นพลังในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาสื่อ ส่วนในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ (ค.ศ. 2026 - 2030) สื่อรัฐสภาไทยยังคงเร่งพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ในการผลิตเนื้อหา วิเคราะห์ความสนใจของผู้รับสาร และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร จากข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (as cited in Kaewthep, 2000) ที่มองว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์มนุษย์ โดยเฉพาะในมิติของการสื่อสารที่มีลักษณะแตกต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ McLuhan (1987) มองว่าสื่อคือการขยายประสบการณ์ของมนุษย์ และยังช่วยอธิบายบทบาทของเทคโนโลยีสื่อใหม่ในฐานะเครื่องมือขยายขอบเขตของการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเฉพาะในกรณีของการนำเสนอเนื้อหาของสื่อรัฐสภาในรูปแบบที่ผู้ชมสามารถ มีปฏิสัมพันธ์ได้ทันที เช่น การรับชมผ่าน การถ่ายทอดสด การแสดงความคิดเห็น หรือการโต้ตอบกับเนื้อหาผ่านระบบปัญญาประดิษฐ์

การเปลี่ยนแปลงของสื่อรัฐสภานี้ยังแสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ตามแนวคิดของนักวิชาการไทย เช่น Natthavee & Apiwat (2017) ที่อธิบายถึง การเปลี่ยนผ่านของสื่อ สู่รูปแบบของเครือข่ายสังคม ซึ่งเปิดโอกาสให้เกิดการสร้างตัวตน การมีปฏิสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบอิสระมากขึ้น ดังนั้น จากการวิเคราะห์เชิงประจักษ์และ เชิงแนวคิดพบว่า แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสื่อรัฐสภาไทยในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21 กำลังเคลื่อนตัวไปสู่การเป็น “สื่อเพื่อประชาชน” อย่างแท้จริง ผ่านการพัฒนาด้วยการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อเพิ่มความโปร่งใสในอันที่จะเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ และบูรณาการระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานที่เน้นอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นหลัก (Mobile First)



เมื่ออภิปรายผลการวิจัยภายใต้กรอบ “ภูมิทัศน์สื่อในทศวรรษที่ 3 แห่งศตวรรษที่ 21” พบว่า สื่อรัฐสภาไทยได้ปรับตัวต่อแรงกระแทกจากปัจจัยเหล่านี้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในด้านการปรับแพลตฟอร์มการสื่อสารให้ตอบรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล การเปิดพื้นที่ให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนารูปแบบนำเสนอที่สั้น กระชับ และเข้าถึงง่าย ซึ่งทั้งหมดนี้แสดงถึงการเปลี่ยนผ่านจากระบบสื่อราชการแบบเดิมไปสู่สื่อสาธารณะในระบบนิเวศใหม่ของการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sikharet (2021) ที่ชี้ให้เห็นถึงการพลิกผันของภูมิทัศน์สื่อจากปัจจัยสำคัญ 6 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม เทคโนโลยี การสื่อสาร และวิกฤตโควิด-19 ขณะเดียวกัน สื่อรัฐสภาไทยได้เริ่มพัฒนาทิศทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวโน้มของภูมิทัศน์สื่อยุคใหม่ แม้ยังอยู่ในระดับเริ่มต้น โดยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบสตรีมมิ่ง การจัดการเนื้อหาแบบอัตโนมัติ และการปรับรูปแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับอัลกอริทึมของแต่ละแพลตฟอร์ม ซึ่งล้วนเป็นสัญญาณของการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาในเชิงระบบ ดังนั้น จึงสอดคล้องกับแนวคิดของ Sikharet (2024) ที่ชี้ว่า ภูมิทัศน์สื่อระหว่างปี พ.ศ. 2566 - 2573 จะเป็นยุคของสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ผสมผสานปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างบูรณาการ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันของ เทคโนโลยี (Communication Technology Disruption)

สำหรับบทบาทของสื่อรัฐสภาไทยภายใต้ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ ในช่วงปี พ.ศ. 2562

เป็นต้นมา บทบาทของสื่อรัฐสภาไทยได้พัฒนาไปสู่ทิศทางใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทของ “ภูมิทัศน์การหลอมรวมสื่อ” อย่างเป็นรูปธรรม โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สื่อรัฐสภาได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อพลวัตของยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านจากสื่อกระแสหลักแบบดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัล และแพลตฟอร์มออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งล้วนแต่เป็นพื้นที่การสื่อสารที่เปิดกว้างและมีปฏิสัมพันธ์สูง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อที่ Ankana (2015) อธิบายไว้ว่า เป็นการบรรจบกันของเนื้อหา เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มเดียวกัน สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของสื่อรัฐสภาในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารให้ทันสมัยและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยคงไว้ซึ่งสาระและคุณค่าทางเนื้อหา ทั้งนี้ เพื่อยกระดับการเข้าถึงและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายใหม่อย่างเยาวชนและผู้ใช้งานโซเซียลมีเดียทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบ และช่องทางการนำเสนอ ขณะเดียวกันก็ยังคงยึดมั่นในภารกิจหลักในการเป็นแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และเชื่อถือได้เกี่ยวกับกระบวนการนิติบัญญัติ ตามที่ McQuail (1994) ได้ประมวลหน้าที่ที่พึงประสงค์ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีโครงสร้างบทบาทหน้าที่ คือ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคม การประสานสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกลุ่มคน และกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมให้การสนับสนุนแก่สถาบันหลักของสังคม และบรรทัดฐานต่าง ๆ ตลอดจนการณรงค์ทางสังคม การเมืองและเศรษฐกิจ เพื่อวัตถุประสงค์

ของส่วนรวม เป็นต้น ส่วน Schramm (1964) ก็ยังได้เสนอว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศ โดยทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบและรายงานข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน สร้างประสบการณ์และขยายมุมมองของประชาชนให้กว้างไกล อีกทั้ง ภายใต้กรอบของการสื่อสารทางการเมือง McNair (1995) ได้เสนอว่า การสื่อสารทางการเมืองไม่จำกัดอยู่เพียงการถ่ายทอดข้อความของนักการเมืองเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการนำเสนอข่าวสาร บทความ และสารสนเทศทางการเมืองที่ช่วยสร้างความเข้าใจแก่ประชาชน บทบาทของสื่อรัฐสภาไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ดำเนินไปตามแนวทางนี้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสดการประชุมสภา การจัดทำรายการอภิปราย การให้ข้อมูลเกี่ยวกับร่างกฎหมาย ไปจนถึงการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีสื่อมวลชนประชาธิปไตยที่ประชาชนมีส่วนร่วมเข้าร่วมว่า ผู้รับสารในสังคมการเมืองสมัยใหม่ไม่ควรเป็นเพียงผู้รับอย่างเฉยเมย แต่ต้องมีสิทธิในการรับข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง สื่อควรทำหน้าที่เป็น “พื้นที่สาธารณะ” (Public Sphere) ที่เปิดให้ทุกคนเข้าถึงและมี ส่วนร่วมในการสื่อสาร

ในส่วนบทบาทของสื่อรัฐสภาไทยที่สังคมคาดหวัง คือ การเป็นสื่อสาธารณะที่นำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน เป็นกลาง และยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร ไม่ใช่เป็นเพียงเครื่องมือของรัฐเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลในบริบทของภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ โดย McQuail (2010) ชี้ว่า องค์กรสื่อยุคใหม่ต้องปรับตัวให้อยู่รอดด้วยการพัฒนาไปในทิศทาง

เดียวกับระบบดิจิทัล ตลอดจน McQuail (2005, as cited in Sudarat & Chakkrit, 2014) ยังชี้ให้เห็นว่า องค์กรสื่อต้องเรียนรู้ที่จะสร้างความแตกต่างในรูปแบบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอเพื่อดึงดูดผู้รับสารที่มีความหลากหลายทั้งในด้านวัย ความสนใจ และพฤติกรรมการบริโภคสื่อ ขณะเดียวกัน บุคลากรด้านสื่อเองก็ต้องมีทักษะที่สอดคล้องกับการสื่อสารแบบดิจิทัล เข้าใจบริบทของสื่อสาธารณะ และสามารถผลิตเนื้อหาที่สะท้อนความหลากหลายทางความคิด อีกด้านหนึ่งของแนวคิดดังกล่าวยังสะท้อนถึงความจำเป็นของการเชื่อมโยงเทคโนโลยีเข้ากับการสื่อสารเพื่อเข้าสู่กระบวนการหลอมรวมสื่อ ซึ่งสื่อรัฐสภาไทยต้องประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ ในการตรวจสอบข้อมูล และสร้างความน่าเชื่อถืออย่างเป็นระบบ อีกทั้ง ยังควรมีกลไกที่เปิดให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดเนื้อหา เพราะทั้งหมดนี้คือทิศทางที่จะทำให้สื่อรัฐสภาก้าวข้ามบทบาทดั้งเดิมกลายเป็นสื่อสาธารณะที่แท้จริงภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ของยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลง

แม้ สื่อรัฐสภาไทยจะมีพัฒนาการด้านเทคโนโลยีและช่องทางสื่อสารอย่างก้าวหน้า โดยเฉพาะการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและแสดงความคิดเห็นได้มากขึ้น แต่ลักษณะการมีส่วนร่วมยังคงเป็นเชิงรับ กล่าวคือ ประชาชนส่วนใหญ่ยังทำหน้าที่เพียงรับสารจากรัฐสภาเท่านั้น ขาดกลไกหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมเชิงรุกที่ประชาชนจะสามารถร่วมกำหนดเนื้อหา ตั้งคำถาม หรือมีอิทธิพลต่อการจัดการสื่อสาร เช่นเดียวกับที่ BBC ของสหราชอาณาจักรในฐานะสื่อสาธารณะ เปิดพื้นที่ให้ประชาชนเสนอหัวข้อข่าว

หรือมีส่วนร่วมในการวางแผนรายการผ่าน Public Editor และ Audience Council หรือกรณีของสื่อภาคประชาชนในไทยอย่าง The Isaan Record ที่เปิดรับบทความจากคนท้องถิ่นและจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปสื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยขยายบทบาทของผู้รับสารให้กลายเป็นผู้สร้างหรือผู้ร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ได้อย่างแท้จริง หากสื่อรัฐสภาไทยต้องการก้าวข้ามข้อจำกัดนี้ จำเป็นต้องสร้างวงจรการมีส่วนร่วมแบบเปิด เช่น การจัดฟอรัมแบบมีปฏิสัมพันธ์ หรือเปิดเวทีแสดงความคิดเห็นแบบมีเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่ใช่แค่การรับฟังเพียงผิวเผิน ซึ่งทั้งหมดนี้คือการเปลี่ยนบทบาทจากสื่อที่ถ่ายทอดจากบนลงล่าง ไปสู่สื่อสาธารณะเชิงรุกที่ขับเคลื่อนโดยประชาชน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารทางการเมือง โดยเน้นบทบาทของสื่อใหม่ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมืองในกระบวนการนิติบัญญัติ อันจะเป็นฐานสำหรับการจัดทำหลักสูตรทางวิชาการ เช่น การสื่อสารภาครัฐ หรือสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งสนับสนุนการวิจัยเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลรัฐสภาและการประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อรัฐสภา ตลอดจน ใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ของสื่อต่างประเทศในบริบทของ

การศึกษาสื่อเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Media Studies) เพื่อขยายองค์ความรู้ในระดับสากล

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพ

ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารของบุคลากรสื่อรัฐสภาให้สอดคล้องกับบริบทของสื่อดิจิทัล โดยครอบคลุมทั้งด้านการเขียนข่าว การนำเสนอเนื้อหา และการจัดการข้อมูลในภาวะวิกฤต ควบคู่กับการกำหนดมาตรฐานจริยธรรมในการรายงานข่าวรัฐสภาเพื่อเสริมสร้างความเป็นกลาง ลดอคติ และสร้างความน่าเชื่อถือในสายตาสาธารณชน พร้อมทั้งส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อยกระดับสื่อรัฐสภาสู่ความเป็นสื่ออัจฉริยะที่เปิดกว้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรส่งเสริมการวิจัยที่มุ่งศึกษาอิทธิพลของสื่อรัฐสภากับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่มีต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนหรือการวิเคราะห์เนื้อหาภายใต้กรอบจริยธรรมและความเป็นกลางเชิงเปรียบเทียบกับสื่อภายนอก ทั้งนี้ อาจรวมถึง การทดลองนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการถ่ายทอดกระบวนการรัฐสภา พร้อมกับการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาประสิทธิภาพและศักยภาพของเทคโนโลยีดังกล่าว ในการเสริมสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมทางการเมือง

**เอกสารอ้างอิง**

- Ankana, J. (2015). **Acceptance of media convergence and advertising response** (Master's thesis). National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand. (In Thai)
- Bureau of Inter-Parliamentary Organizations, The Secretariat of The House of Representatives. (2020). **Academic paper on the use of e-Parliament for organizational development toward becoming a SMART Parliament**. Bangkok: Author. (In Thai)
- Kaewthep, K. (2000). **Mass communication: Theories and approaches to study**. Bangkok: Edison Press Products. (In Thai)
- Likit, T. (2009). **Thai politics and democracy**. Bangkok: Mr. Copy. (In Thai)
- McKenzie, R. M. (2006). **Comparing media from around the world: Communication systems in transition**. Boston, MA: Pearson Education.
- McLuhan, M. (1987). **Understanding media: The extensions of man**. London: Ark.
- McNair, B. (1995). **An introduction to political communication**. London: Routledge.
- McQuail, D. (1994). **McQuail's mass communication theory** (3rd ed.). London: Sage Publications.
- McQuail, D. (2010). **McQuail's mass communication theory** (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Natthavee, W., & Apiwat, S. (2017). **Animation: The dark side of social media** (Master's thesis). Siam University, Bangkok, Thailand. Retrieved from <https://repository.siam.edu/> (In Thai)
- Schramm, W. (1964). **Mass media and national development: The role of information in the developing countries**. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Sikharet, S. (2021). **Media landscape: Two decades (2000 – 2020)**. Bangkok: Thai Public Broad casting Service. (In Thai)
- Sikharet, S. (2024). **Adaptation of Thai media in the age of AI**. Bangkok: Thai Journalists Association. (In Thai)
- Sudarat, D., & Chakkrit, P. (2014). **Principles and concepts of convergence journalism**. Bangkok: Double Click. (In Thai)
- .....