



การบริหารจัดการข้ามสื่อ: จากสื่อมวลชนไปสู่สื่อออนไลน์¹

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร²

Abstract

The digital age has given rise to many disruptive innovations. To survive the media has to develop amid such crises. This Research is conducted via stratified sampling from multiple districts across Bangkok. The statistical model used are comparative mean, basic descriptive statistics, and multiple linear regression with the stepwise method. The findings found that each module, from a total of 4, is fully feature-based only if the audience is in specific independent variables. It also represents a transcendence of media with ever-increasing index values of individual modules to enter the third wave of the new/online media era. This was done by constructing a multiple linear regression with dependent variables, the Media Management Module. There are only 5 primary variables left, namely: age, exposure to newspapers, traditional media exposure frequency, hours per day of exposure to traditional media, and frequency of viewing news/programs on new media.

Keywords: traditional media, new media/online media, disruptive innovation, media management modules

บทนำ

สภาพการณ์ในการบริหารจัดการสื่อมวลชนของไทยกำลังตกอยู่ในภาวะชะงักงันอันเนื่องจากกระแสการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการผลิตและการบริการอย่างรุนแรงและก้าวกระโดด ผลการศึกษาวิจัยในวงวิชาการสื่อสารมวลชน และการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย รวมทั้งสมรรถนะของผู้ประกอบการและผู้บริหารในวงการสื่อสารมวลชนต่างพากันตื่นตระหนกจากความสามารถถดถอยของวิกฤตการณ์การณ์ในยุคดิจิทัลสมบูรณ์แบบเพื่อหาทางออกและความอยู่รอดให้แก่ทั้งวงการศึกษ วงการวิชาการ และวงการวิชาชีพ อันมีผลกระทบที่ทำให้สื่อมวลชนของไทยต่างล้มระเนระนาดไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับวิทยาการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แม้ว่าปรากฏการณ์นี้จะพองการณืมาก่อนหน้าได้ก็ตาม แต่เนื่องจากสถาบันสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญทั้งต่อระบอบการเมืองการปกครองในการผลักดันและสนับสนุนข้อเรียกร้องทาง

¹ เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องการบริหารจัดการข้ามสื่อ: จากสื่อมวลชนไปสู่สื่อออนไลน์

² ศาสตราจารย์ทางด้านสื่อสารมวลชน surapongse@gmail.com



การเมืองในระบอบประชาธิปไตย ความเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจที่ต้องพลอยชะงักงันอันเนื่องมาจากต้องพึ่งพาการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชน และระบบสังคมที่ทำให้สื่อต้องกระเสือกกระสนโดยการนำเสนอสิ่งลวง ขยายฝัน ขยายของ และแข่งขันกันขยายข่าวเพื่อให้สถาบันสื่อของตนอยู่รอดได้แม้กระทั่งการไม่คำนึงถึงจรรยาบรรณในบางขณะอันเป็นการบ่อนทำลายวัฒนธรรมและแบบแผนความเชื่อในสังคมโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ การหาคำตอบต่อแนวทางการบริหารจัดการสื่อเพื่อให้หลุดออกจากวงจรดังกล่าว จะมีความเป็นไปได้ต้องอาศัยความเป็นสหวิชาเพื่อแก้ปัญหาที่รุ่มร่าในการบริหารจัดการสื่อซึ่งคาดว่าจะยังคงมีผลกระทบต่อไปในกึ่งศตวรรษแรกของศตวรรษที่ 21 และส่งผลไปยังความเป็นอยู่ของคนไทยในศตวรรษที่ 21 นี้ รวมถึงสุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคมที่ได้รับแรงกระเพื่อมจากความผันแปรนวัตกรรมที่เข้ามากระทบอย่างแรงต่อวงการสื่อมวลชนไทย จนสื่อต้องปิดตัวลงและอย่างดีที่สุดต้องเปิดช่องทางการนำเสนอ (platform) ในสื่อออนไลน์หรือในโลกแห่งสมอองกล (cyberspace) หากยังคงไม่สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่ยังคงรุ่มร่าในปัจจุบันนี้ได้ โดยที่โครงการวิจัยทั้งหลายในด้านสื่อสารมวลชนยังประสบปัญหาของความไม่เข้าใจและความไม่เท่าทันต่อปัญหาอันละเอียดอ่อนที่สามารถส่งผลกระทบในวงกว้างดังที่ปรากฏเป็นข่าวที่เกิดขึ้นไปทั่วโลกถึงความล้มละลายของสื่อ ซึ่งต่างพากันเชื่อว่าการโอนย้ายข้ามจากสื่อมวลชนไปยังสื่อออนไลน์หรือในโลกไซเบอร์จะสามารถเอาตัวรอดได้ อีกทั้งสถาบันการศึกษาในสังคมไทยยังไม่ได้ศึกษาวิจัยสถานการณ์นี้อย่างจริงจังเมื่อเทียบกับแรงกระทบมหาศาลที่มาจากนวัตกรรมในยุคดิจิทัล ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องเร่งศึกษาและบูรณาการองค์ความรู้ในแนวทางการบริหารจัดการสื่อในยุคปัจจุบันซึ่งส่งผลต่อเนื่องให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในทางวิชาการ และก่อประโยชน์ในเชิงปฏิบัติต่อวงการวิชาชีพที่ถึงจุดติดตันอันส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ไม่ว่าทางด้านการเมือง นโยบายสาธารณะ การค้าขาย การบริหารการสื่อสารและประชาคม โครงการวิจัยนี้หากสำเร็จลงย่อมก่อให้เกิดความเข้มแข็งต่อการวิจัยในด้านการบริหารจัดการสื่อให้แก่สถาบันศึกษาด้านการสื่อสารและประเทศชาติที่มีสถาบันสื่อมวลชนเป็นเสาหลักหนึ่งที่ส่วนหนึ่งกำลังจะล้มหายตายจากไป อีกทั้งยังสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่จากการวิจัยนี้และ/หรือนำไปเป็นหลักสูตรในการผลิตนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่มีคุณภาพ รวมทั้งยังสร้างกลุ่มวิจัยที่เข้มแข็งอันเนื่องจากสภาพการณ์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากผลกระทบของนวัตกรรมในยุคดิจิทัล

การทำวิจัยในโครงการดังกล่าวเป็นการศึกษาวิจัยพื้นฐาน (basic research) ที่จะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่มีผลกระทบทางวิชาการทั้งนี้เนื่องจากระบบคิดในด้านสื่อสารมวลชนในทุกวันนี้กำลังเปลี่ยนแปลงตัวเองอยู่ และผลงานวิจัยนี้ยังสามารถนำไปปรัปรองดใช้เพื่อต่อยอดงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์ของสถาบันสื่อมวลชนทั้งหลายที่ก้าวข้ามไปสู่ช่องทางการนำเสนอแบบใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการปฏิรูปสื่อและแผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร ซึ่งยังมีแนวทางไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลที่สมบูรณ์แบบในการตอบโจทยปัญหาการบริหารจัดการสื่อของประเทศซึ่งอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อบุคคล สังคม และประเทศ ถ้ายังมีการแก้ไขปัญหามิตรงจุดและไม่ทันเหตุการณ์



ปัญหาที่เกิดขึ้นของสื่อดั้งเดิมมีที่มาจากการจัดหาเนื้อหาของบริษัทผู้ผลิต มีระบบการเผยแพร่ที่ตายตัว และการทำงานบนโลกกายภาพซึ่งมีความล่าช้า เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อใหม่ที่ผู้รับสารสามารถจัดสร้างเนื้อหาได้ ทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นผู้ผลิตเนื้อหา การเผยแพร่สั้นลงไปตามการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร และการทำงานทั้งหมดแทบจะอยู่ในโลกสมองกล อาจกล่าวได้ว่า สื่อดั้งเดิมเริ่มก่อตัวอย่างยิ่งใหญ่พร้อมกับความเสื่อมสลายในคราวเดียวกันเมื่อราวสามทศวรรษที่ผ่านมา (ประมาณทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา) และในทศวรรษเดียวกันนี้ สื่อใหม่ก็ก้าวขึ้นแข่งหน้าอย่างรวดเร็วนั้นเป็นการกระตุ้นให้สื่อดั้งเดิมตั้งตัวไม่ติด หาทางออกไม่เจอ และเกิดภาวะชะงักงันตามมา เมื่อขึ้นทศวรรษที่ 2010 สื่อดั้งเดิมจำเป็นต้องไปหลอมรวมกับสื่อใหม่ไม่ในทางใดก็ทางหนึ่งเพื่อให้ตัวเองรอดพ้นจากแรงกระเพื่อมของการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมที่ก้าวกระโดดอย่างรุนแรง เป็นที่ยอมรับว่าการผลิตเนื้อหาไม่สามารถอยู่ภายใต้การควบคุมของทีมงานของสื่ออย่างเด็ดขาดได้อีกต่อไป เนื่องจากเครือข่ายสังคมอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างเนื้อหาจากผู้รับสารที่อยู่ในทุกหนทุกแห่งทั่วโลกและสามารถติดต่อกันทางเครือข่ายได้อย่างไร้พรมแดน สามารถสร้างยอดผู้ติดตามที่วัดได้อย่างชัดเจนแม้จะมียอดผู้รับสาร/ผู้ติดตามนับหลายล้านคน ในขณะที่การประเมินความนิยมในรายการของบริษัทเนชั่นมาจากข้อมูลของการสุ่มตัวอย่างไม่ใช่มาจากผู้ใช้จริงที่เป็นกลุ่มก้อนทั้งหมด ทำให้ยอดโฆษณาในสื่อของโลกสมองกลสามารถคำนวณเม็ดเงินโฆษณาและยอดผู้ชมได้อย่างถูกต้องน่าเชื่อถือ ดังเช่น ช่องทางการนำเสนอของเฟซบุ๊กและกูเกิลซึ่งครอบครองรายได้จากโฆษณาเกินกว่าครึ่งหนึ่งของรายได้จากโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตทั่วโลก แม้ว่าผู้รับสารจะเป็นผู้บริโภคที่ผลิตเนื้อหาได้เองอันทำให้ช่องทางการนำเสนอที่เป็นของเจ้าของสื่อไม่ต้องลงทุนทางด้านเนื้อหา แต่ทั้งนี้ก็ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของช่องทางการนำเสนอที่สื่อเหล่านั้นกำหนด ทั้งที่อาจดูเหมือนผู้รับสารมีเสรีภาพอย่างสมบูรณ์ แต่ช่องทางการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นก็ยังคงต้องอยู่ภายใต้จรรยาบรรณและความรับผิดชอบ ดังเนื้อหาที่สามารถค้นได้จำนวนมากมาจากตัวสื่อบริ (browser) ในการเข้าถึงเว็บไซต์ต่างๆ ดังตัวอย่าง ยูทูบสามารถผลิตเนื้อหาโดยผู้รับสารได้มากกว่า 400 ชั่วโมงต่อนาที และเฟซบุ๊กมีผู้ใช้มากกว่าสองพันล้านคนในแต่ละเดือน ทั้งนี้ไม่รวมถึงมูลค่าของโครงข่ายของบริษัทมือถือซึ่งเป็นทางออกของช่องทางการนำเสนอที่สำคัญของสื่อใหม่ตามที่ปรากฏในโลกสมองกล กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า โทรศัพท์อัจฉริยะมีความเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจระดับโลกไม่ว่าจะเป็นธนาคาร บริษัทสตาร์ทอัพ และช่องทางการนำเสนอของอุตสาหกรรมสื่อใหม่

คำถามในการวิจัย

คำถามในการวิจัยจากวัตถุประสงค์และสภาพปัญหาในการศึกษาซึ่งเป็นปัญหาเร่งด่วนในการหาทางออกของการบริหารจัดการสื่อของผู้ประกอบการและผู้ที่มีอาชีพสื่อในประเทศไทยจากปัจจุบันไปสู่อนาคต โดยยึดหลักในเกณฑ์การบริหารจัดการด้านเนื้อหาและวิธีการ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นโมดูลของพัฒนาการของสื่อสารมวลชน ได้ดังนี้ (โปรดดูตารางที่ 1 ประกอบ)



1. การบริหารจัดการของสื่อดั้งเดิมมีสภาพเป็นอย่างไร โดยสามารถทนต่อการดำรงรักษาความเป็นสื่อดั้งเดิมให้อยู่รอดได้นานเพียงใด และจะมีแนวทางการบริหารจัดการในการปรับตัวยืดหยุ่นอย่างไรต่อนวัตกรรมที่ถาโถมเข้ามา

2. การบริหารจัดการของสื่อดั้งเดิมที่พยายามเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่จะมีแนวทางการบริหารจัดการอย่างไรที่คงความเป็นสื่อดั้งเดิมแต่พยายามเอาตัวรอดด้วยการเอาเนื้อหาที่น่าสนใจในช่องทางของสื่อใหม่มาเผยแพร่หรือเลียนแบบในสื่อดั้งเดิมของตน การปรับเปลี่ยนเนื้อหาที่เลียนแบบสื่อใหม่แต่คงมีช่องทางการนำเสนอในแบบสื่อดั้งเดิมจะอยู่รอดได้หรือไม่ โดยมีแนวทางการบริหารที่ปรับเปลี่ยนจากสื่อดั้งเดิมอย่างไร

3. การบริหารจัดการที่เอาเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมเข้าไปไว้ในสื่อใหม่ได้อย่างไร แนวทางการบริหารจัดการดังกล่าวจะมีความเป็นไปได้เพียงใด และการบริหารจัดการแบบนี้ปรับเปลี่ยนจากการพัฒนาซึ่งเคยเป็นสื่อดั้งเดิมได้หรือไม่

4. การบริหารจัดการสื่อใหม่มีแนวทางในการพัฒนามาสู่ขั้นตอนนี้ได้อย่างไร จะดำรงรักษาการบริหารจัดการแบบนี้ได้นานเพียงใด และมีวิธีการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการจากสื่อดั้งเดิมมาสู่ระยะเปลี่ยนผ่านและก้าวมาเป็นสื่อใหม่ได้อย่างไร

อย่างไรก็ตาม สมมติคติของโมดูลทั้งหมดข้างต้น อยู่ที่ว่า ไม่ว่าสื่อจะอยู่ในโมดูลไหนต้องมีแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดช่องว่างทางวิชาการ/นวัตกรรมเพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงสารได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อไปสู่สมมติฐานในการวางรูปแบบของโมดูลของการบริหารจัดการสื่อดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงถึงโมดูลของการบริหารจัดการสื่อ

โมดูล	ช่องทางการนำเสนอของสื่อดั้งเดิม	ช่องทางการนำเสนอของสื่อใหม่
เนื้อหาสื่อดั้งเดิม	I การบริหารจัดการสื่อดั้งเดิม	III การเอาเนื้อหาบางส่วนหรือทั้งหมดของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่
เนื้อหาสื่อใหม่	II สื่อดั้งเดิมพยายามเลียนแบบเนื้อหา ของสื่อใหม่	IV การบริหารจัดการสื่อใหม่

5. การก้าวข้ามสื่อจากสื่อในคลื่นลูกหนึ่งไปสู่คลื่นอีกลูกหนึ่งจากโมดูลข้างต้นดำเนินไปในลักษณะใด และสังคมไทยกำลังอยู่ในการบริหารจัดการของสื่อยุคใด



6. จากโมดูลข้างต้น สามารถที่จะสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นตรงได้หรือไม่ และถ้าได้จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขใดที่จะนำไปอธิบายปรากฏการณ์การบริหารจัดการสื่อในสังคมไทย

กรอบความคิดทฤษฎี

การมีทรัพยากรอันหายากและจำกัดเช่น คลื่นวิทยุทำให้โฆษณาและผู้รับสารมีรูปแบบเฉพาะที่ทำให้อุตสาหกรรมสื่อต้องปรับตัวเองจากคู่แข่งจากสื่อใหม่ที่เปิดกว้างกับทุกคนที่เข้าถึงได้ภายใต้ทรัพยากรอันไม่จำกัด ในห้วงสามทศวรรษที่ผ่านมา มีขบวนการเคลื่อนไหวของบริษัทสื่อเข้าไปสู่ตลาดโลกอันส่งผลต่อแรงกระตุ้นทางเศรษฐกิจและต้องอาศัยวิธีการการบริหารจัดการของสื่อข้ามชาติ ประเด็นที่น่าสนใจมีหลายเหตุผล แต่มันยังคงเป็นคำถามที่ไม่มีคำตอบว่า จะทำอย่างไรในการผนึกกำลังและกระจายอำนาจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ ประการแรก การขยายตัวของโลกในทุกทิศทางได้ส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของสื่อประการที่สอง โลกาภิวัตน์เช่น ICT ส่งผลกระทบต่อเนื้อหาและคุณภาพของข่าวสาร ภาพยนตร์ และสินค้า ที่สื่อโฆษณามักผลิตเพื่อใช้กับตลาดภายในประเทศ ประการที่สาม เนื้อหาข่าวสารจากประเทศยักษ์ใหญ่ถูกผลิตขึ้นเพื่อไปสู่ตลาดโลกด้วย ประการที่สี่ ผลที่ตามมาชี้ให้เห็นถึงวิธีการนำเสนอเนื้อหาของสื่อข้ามชาติซึ่งส่งผลกระทบต่อการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และผลประโยชน์สาธารณะ ในประเทศทั้งหลายที่รับเนื้อหาของสื่อจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศที่ยังต้องพึ่งพาหาอำนาจ ในอดีตเมื่อทศวรรษที่ 1960 เกิดคำว่าหมู่บ้านโลกที่มีการแพร่ภาพและคลื่นวิทยุเป็นเครื่องมือในการรับส่งสารข้ามพรมแดน จนกระทั่งในทศวรรษที่ 1980 เริ่มมีการควมรวมกิจการสื่อแทบทุกประเภทจัดตั้งเป็นบริษัทสื่อข้ามชาติ แต่การขยายตัวทางกายภาพในการข้ามชาติเริ่มถดถอยลง เมื่อโลกเปิดเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ด้วยโลกาภิวัตน์ที่อาศัยอินเทอร์เน็ต สื่อของไทยก็เช่นเดียวกันได้มีการเผยแพร่เนื้อหาโดยเฉพาะละคร และภาพยนตร์ ไปยังต่างประเทศโดยยังคงอาศัยการบริหารจัดการแบบสื่อดั้งเดิมและความพยายามในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การบริหารงานสื่อแบบข้ามชาติกับประเทศเพื่อนบ้าน แต่ในปัจจุบันได้เริ่มหันไปใช้การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเข้ามาแทนที่มากขึ้นเรื่อย ๆ

การบริหารจัดการและการดำเนินงานสื่อที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้และเป็นแรงผลักดันในอุตสาหกรรมสื่อทั้งในแง่ปริมาณและความเร็วที่ทำลายในภาคส่วนของสื่อมวลชน เนื่องจากวิทยาการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการผลิตอย่างรุนแรงและรวดเร็วทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตสินค้า บริการ เนื้อหา และการบริหารจัดการของอุตสาหกรรมสื่ออย่างก้าวหน้าและรุนแรงโดยเฉพาะต่อการตลาดที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป อย่างไรก็ตาม ผลของนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในวงการสื่อใหม่ ทำให้ช่องทางการนำเสนอใหม่ของสื่อต้องอาศัยทฤษฎีการแพร่ข่าวสารเพื่อให้ผู้บริโภคที่เป็นผู้รับสารยอมรับกับนวัตกรรมสื่อใหม่ที่ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อช่องทางการนำเสนอนี้ โดยได้รับการยอมรับจากองค์กรและพนักงาน ตลอดจนผู้บริโภค จนผู้ประกอบการสื่อต้องปรับตัวตาม น่าสังเกตว่า ทฤษฎีการแพร่ข่าวสารมักควบคู่ไปกับทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ (uses and gratifications) กรอบความคิดนี้ถูกนำมาใช้เพื่อดูว่า



พฤติกรรมผู้บริโภคจะคำนึงถึงสินค้า บริการ และเนื้อหาของสื่อใหม่มากน้อยเพียงใด กล่าวคือ ผู้รับสารมีการเปิดรับสารจากสื่อใหม่และมีความพึงพอใจจากการที่พวกเขาเปิดรับสื่อใหม่มากน้อยเพียงใดด้วย ทั้งนี้ทั้งผู้รับสารในการเลือกรับสื่อและผู้ประกอบการสื่อที่ต่างเป็นกระจุกสะท้อนตัวตนของแต่ละฝ่าย จนอาจกล่าวในด้านหนึ่งได้ว่า พฤติกรรมของผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคสื่อเป็นตัวกำหนดการบริหารจัดการสื่อของผู้ประกอบการได้ด้วย

กรอบความคิดทฤษฎีเหล่านี้ (โปรดดูแผนภาพที่ 1) ถูกนำมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการวิจัยนี้ (Mierzejewski, 2010: 13-30 และ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร 2560) โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามแผนภาพของกรอบความคิดทฤษฎีในการวิจัย

แผนภาพที่ 1 กรอบความคิดทฤษฎีในการวิจัย



การสำรวจเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสำรวจเอกสารและงานวิจัยอาจแบ่งการสำรวจได้ตามโมดูลที่เป็นสมมติฐานทั้งสิ้น 4 โมดูล กล่าวคือ ในโมดูลที่ 1 คือ การบริหารจัดการสื่อดั้งเดิมเป็นความตื่นตัวของสื่อดั้งเดิมจากการที่สื่อของตนมีการจัดหาเนื้อหาและวิธีการการนำเสนอแบบเก่า ดังที่ โอลิเวอร์ (Oliver 2003) กล่าวถึง ภูมิทัศน์ของสื่อกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในแง่ขนาดและโครงสร้างของมันซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้และไกลจนยังเป็นที่คลุมเครือและไม่เป็นที่กระจ่างชัด ธุรกิจอุตสาหกรรมสื่อกำลังเดินไปสู่สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา แม้แต่ตัวอย่างภูมิทัศน์ของสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงในสหราชอาณาจักร



อาณาจักรก็ยังเป็นแนวทางการบริหารจัดการสื่อแบบดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ (สุรพงษ์ 2016) ซึ่งยังจำเป็นต้องทำความเข้าใจในบริบทของสื่อที่ต้องดิ้นรนกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การคงอยู่ของการบริหารจัดการสื่อแบบดั้งเดิมนานๆ ไปอาจกลายเป็นมายาคติของการบริหารจัดการได้ ดอว์น (Dawn 2018) กล่าวถึง แปรสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมซึ่งอาจสะท้อนได้จากการที่นักศึกษาอยากจะเป็นนักเรียนการสื่อสาร โดยสื่อมวลชนในความคิดของพวกนักศึกษาเป็นวิชาที่สนุกสนาน โดยเฉพาะการได้พบปะเหล่าบรรดาคนดัง (celebrities) ที่ปรากฏเป็นข่าวทางสื่อสิ่งพิมพ์ การแพร่ภาพ กระจายเสียง ภาพยนตร์ หรือกระทั่งการเป็นผู้ประกาศข่าว ซึ่งทั้งหมดล้วนสร้างมายาคติให้นักศึกษาทางด้านสื่อสารมวลชน ทำให้ลักษณะการเรียนรู้ที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้มักเป็นการเรียนรู้และความเด่นดังของผู้คนในรูปแบบของสื่อดั้งเดิม

ส่วนโมดูลที่ 2 คือ การที่สื่อดั้งเดิมพยายามเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่เป็นโมดูลที่ใช้วิธีการนำเสนอในช่องทางการนำเสนอแบบดั้งเดิมแต่พยายามเลียนแบบเนื้อหาที่ปรากฏในช่องทางการนำเสนอของสื่อใหม่ โดยงานวิจัยนี้ตรวจสอบลักษณะเชิงเศรษฐศาสตร์จากการหลอมรวมของสื่อดิจิทัลและการขยายช่องทางในภาคการสื่อสารมวลชน ซึ่งดอยล์ (Doyle 2010) กล่าวว่า การแพร่สัญญาณโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักรได้เปลี่ยนรูปแบบจากสื่อดั้งเดิมไปหิบบีมัลติแพลตฟอร์มหลายช่องทาง (Multi-Platform) รวมทั้งระบบดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงของสื่อโทรทัศน์ดังกล่าวจำเป็นต้องลงทุนทางด้านพนักงานและต้องปรับเนื้อหารายการในช่วงเวลาของสื่อดั้งเดิม ซึ่งต้องคัดเลือกเนื้อหามากขึ้นควบคู่ไปกับการสร้างความหลากหลายเพื่อนำไปไว้ในสื่อใหม่เคียงขนานกันไป อันเป็นการดึงดูดผู้ชมที่มียอดตกลงในสื่อดั้งเดิมหันไปรับชมเนื้อหาหรือรายการของตนในช่องทางของสื่อออนไลน์/สื่อใหม่ทดแทน และได้รับการตอบสนองของผู้ชมในสื่อออนไลน์สะท้อนกลับไปยังผู้ผลิตรายการของสื่อดั้งเดิมอีกด้วย องค์การสื่อวัฒนธรรมได้เคลื่อนตัวจากสื่อที่มีการตลาดแบบดั้งเดิมซึ่งต้องใช้แนวทางการศึกษาแบบองค์รวมในการรักษาความเติบโตของกลุ่มผู้ใช้สื่อดั้งเดิม (<http://bit.ly/1APBoi9>, 2014) กล่าวคือ การที่สื่อดั้งเดิมอาศัยแบบจำลองที่สืบทอดกันมา (legacy model) ซึ่งเน้นการคำนึงเนื้อหาที่นำมาซึ่งรายได้ และอาศัยแบบจำลองใหม่ (new model) ควบคู่ไปด้วยในการประสานงาน (traffic) จากหนทางไปสู่เป้าหมาย ด้วยการติดตามการนำเนื้อหาไปไว้ในช่องทางการนำเสนอแบบใหม่ให้ได้เท่าที่ทำได้ ไม่ใช่เป็นเพียงการประสานงานเพื่อความเติบโตเท่านั้นแต่ยังพัฒนาโอกาสทั้งหลายสำหรับการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนอีกด้วย การบริหารจัดการในโมดูลที่สองเป็นแนวโน้มที่จำเป็นต้องทำเพื่อความอยู่รอด

สำหรับโมดูลที่ 3 คือ การเอาเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ ในโมดูลนี้จะเป็นสื่อที่กำลังเปลี่ยนถ่ายโดยการนำเนื้อหาเก่าที่มีอยู่แล้วในคลื่นลูกที่สองไปเป็นการนำเสนอด้วยช่องทางการนำเสนอของสื่อใหม่ ดังนั้น จึงเป็นต้องนำเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมเข้าไปไว้ในโครงข่ายเสมือนจริงเพื่อสนับสนุนสื่อดั้งเดิมโดยการถ่ายทอดเนื้อหาหรือรายการไปยังสื่อใหม่เป็นบางส่วนหรือทั้งหมดโดยยังคงเนื้อหาของความเป็นสื่อดั้งเดิมอยู่ (Cavis 2015) สื่อดั้งเดิมจึงจะไปรอดได้หากสื่อดั้งเดิมให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อใหม่ที่มีต่อผู้รับสารโดยอาศัยหลักนวัตกรรมการนำเสนอต่อเรื่องราวที่ร่วมสมัยไปไว้ในสื่อใหม่ดังเช่น การสลับสับเปลี่ยน



เผยแพร่เรื่องอาหารและการครัวโดยเฉพาะการสาธิตแบบมีอันตรกิริยาของเหล่าพ่อครัวในช่องทางการนำเสนอของสื่อใหม่ที่ดูเสมือนจริง หรือการแทนที่เหตุการณ์ของสื่อแบบดั้งเดิมไปสู่การพบปะของวงสนทนาอย่างเป็นโครงข่ายในโลกเสมือนจริง และการอาศัยบล็อกเกอร์ที่มีการนำเสนอในรูปแบบที่สวຍงามจากงานกราฟฟิกส์เพื่อนำมาสนับสนุนงานเขียนของสื่อแบบดั้งเดิม เนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารและโฆษณาได้ในรูปของสื่อผสม (multimedia) ในโลกสมองกล เช่น การรายงานข่าวและโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์กระดาษต้องมีความใหม่สดเสมอสำหรับสื่อดั้งเดิม ในขณะเดียวกันก็มีการลงข่าวและโฆษณาเสริมในรูปแบบพิเศษไว้ในสื่อออนไลน์ เนื่องจากสื่อสังคมและสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้นับล้านคนในรูปแบบที่ให้ความรู้สึกแปลกใหม่ จึงกลายเป็นว่าการมีหนังสือพิมพ์สำหรับวัยผู้ใหญ่และสื่อสังคมสำหรับวัยเยาวชน ([http://www .acculista.com/innovative-media-tactics-offer-ideas-for-growing-2017-circulation/](http://www.acculista.com/innovative-media-tactics-offer-ideas-for-growing-2017-circulation/)) อย่างไรก็ตาม การที่สื่อดั้งเดิมเกาะอาศัยไปกับสื่อใหม่อาจเป็นบางส่วนหรือทั้งหมดได้ต้องผ่านการเรียนรู้ในการนำเนื้อหาจากสื่อเก่าไปไว้ในสื่อใหม่

และโมดูลที่ 4 การบริหารจัดการสื่อใหม่ เป็นแนวทางการบริหารจัดการด้วยเนื้อหาแบบใหม่ที่น่าสนใจในช่องทางการนำเสนอสื่อใหม่โดยละทิ้งสื่อดั้งเดิมทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมด กล่าวคือ สื่อมีการปฏิรูปตัวเองจากการยกเลิกสื่อดั้งเดิมหันไปเปิดสื่อใหม่อย่างเต็มรูปแบบโดยแทบไม่ให้ความสนใจหรือปิดทำการของสื่อดั้งเดิมลง จนกล่าวได้ว่า ในอนาคตอันใกล้สื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อสังคมจะกลายเป็นประเทศขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และโลกทั้งใบจะหันมาใช้สื่อใหม่อย่างเต็มที่ จากงานวิจัย (Guzman: 2016) พบว่า สื่อสังคมมีคนใช้มากกว่า สบู่ แม้แต่เฟซบุ๊กก็จะเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก คนรุ่นสูงวัยจะเป็นกลุ่มคนที่ใช้ทีวีเตอร์มากที่สุด ภาพสามมิติจะเป็น info-graphics ที่ถูกใช้มากกว่ารูปแบบของเนื้อหาประเภทอื่นๆ และเมื่อถึงสิ้นปี 2018 จะสามารถควบคุมอุปกรณ์ต่างๆ โดยการบังคับผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การเปลี่ยนแปลงของสื่อสังคมหรือโลกสมองกลจะเป็นไปอย่างรุนแรงต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยการยอมรับว่า สื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อสังคมกำลังทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงโลก

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวางแผนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratum sampling) โดยสนามวิจัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่กระจายการสุ่มตัวอย่างทั้งหมดใน 50 เขต ซึ่งรวมเป็น 6 โซนหรือหย่านที่พักอาศัย โดยคำนวณไปตามสูตรการคัดเลือกตัวอย่างดังนี้

$$n = N \div (1 + Ne^2)$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง, N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด และ e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน



เมื่อประชากรในแต่ละโมดูลเป็นจำนวนอนันต์ (∞) กำหนดให้มีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มร้อยละ ± 4 หรือ ± 0.04 จะได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 625 คน แต่ในที่นี้เก็บตัวอย่างมาทั้งสิ้น 700 คน เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครในการตอบคำถามถึงผลพวงของการบริหารจัดการจากการใช้และความพึงพอใจในแต่ละสื่อ และการก้าวข้ามจากสื่อดั้งเดิมมาสู่สื่อใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องมีคุณสมบัติซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในระดับหนึ่งของคำถามในการวิจัย การวางรูปแบบในการลงนามวิจัย ใช้แนวทางการสำรวจแบบภาคตัดขวาง (cross-sectional survey) โดยอาศัยการทอดแบบสอบถามให้ครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวกับความเห็น/พฤติกรรมของผู้รับสารในการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในผลพวงของการบริหารจัดการสื่อตามนวัตกรรมที่ปรากฏในตารางที่ 1 ทั้งนี้จากการประเมินผู้รับสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก็จะทำให้เห็นว่า ผู้รับสารมีทัศนคติและพฤติกรรมเป็นอย่างไรต่อการบริหารจัดการในการก้าวข้ามของสื่อ โดยเครื่องมือวัดในส่วนนี้จะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้สื่อ และรายละเอียดของโมดูลทั้งสี่ที่บ่งบอกถึงการเคลื่อนไหวที่ได้รับจากผู้รับสาร (โดยใช้ค่านัยสำคัญที่ 0.05) ข้อมูลประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และเขตพื้นที่ที่พักอาศัย ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อ ได้แก่ การเปิดรับสื่อดั้งเดิม ประเภทของสื่อดั้งเดิมที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใหม่ ความถี่ในการเปิดรับสื่อใหม่ และจำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับชมข่าวสารรายการต่าง ๆ ทางสื่อใหม่

ข้อมูลคุณลักษณะหรือตัวชี้วัดของโมดูลต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้ ในโมดูล 1 การบริหารจัดการสื่อดั้งเดิม ได้แก่ สื่อดั้งเดิมยังคงมีความจำเป็นต้องมียุติในปัจจุบัน สื่อดั้งเดิมยังมีความสำคัญต่อการรับข้อมูลข่าวสาร ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมสามารถปรับเปลี่ยนการบริหารธุรกิจด้านสื่อของตนให้ตอบโต้การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้ ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม และแนวทางในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ของสื่อดั้งเดิมเพื่อรักษาธุรกิจสื่อให้อยู่รอดได้ สำหรับตัวชี้วัดในโมดูล 2 สื่อดั้งเดิมพยายามเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่ ได้แก่ เนื้อหารายการของสื่อดั้งเดิมเริ่มขาดเอกลักษณ์ของคนที่เคยมีมาแต่เดิม สื่อดั้งเดิมมีการปรับรูปแบบเนื้อหาให้แปลกใหม่มากขึ้นเพื่อให้ทันต่อกระแสเหตุการณ์ การนำเสนอเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้นทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัล การนำเสนอเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันมีการเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่ และเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมมีเนื้อหาที่นำเสนอแบบเดียวกันกับสื่อใหม่หรือลอกเนื้อหาจากสื่อใหม่ ส่วนตัวชี้วัดในโมดูล 3 การเอาเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ ประกอบด้วยการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปร่วมเผยแพร่ในสื่อใหม่เป็นการเพิ่มช่องทางการนำเสนอให้กับผู้รับสารมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อนำเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางการดำเนินธุรกิจให้สื่ออยู่รอดได้ การนำเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปเผยแพร่ในสื่อใหม่เป็นการเตรียมพร้อมในการนำเสนอด้วยช่องทางการนำเสนอใหม่ ๆ การนำเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปเผยแพร่ในสื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสะดวกในการเปิดรับสื่อได้ทุกที่ การนำเนื้อหาที่ออกอากาศจากสื่อดั้งเดิมไปแพร่ภาพผ่านสื่อ



ใหม่ทำให้ผู้รับชมสามารถเลือกเวลาในการรับชมตามความต้องการของผู้รับสาร และการนำเสนอเนื้อหาที่ออกอากาศจากสื่อดั้งเดิมไปเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ไม่ได้ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนกันในการนำเสนอเนื้อหา ตลอดจนตัวชี้วัดในโมดูล 4 การบริหารจัดการสื่อใหม่ ได้แก่ การนำเสนอสื่อดั้งเดิมหมดความนิยมลงไป การทำธุรกิจสื่อใหม่ให้ผลกำไรกับผู้ประกอบการสื่อได้จำนวนมาก ธุรกิจสื่อใหม่มีการแข่งขันกันในการใช้นวัตกรรมสูงขึ้น ธุรกิจสื่อใหม่มีแนวโน้มเติบโตได้มากขึ้น เนื้อหาที่เสนอในสื่อใหม่เน้นนำเสนอเนื้อหาตามกระแสสังคมทำให้มีความหลากหลาย เนื้อหาต่าง ๆ ในสื่อใหม่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากกว่าสื่อมวลชนความสามารถรับข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อมั่นได้จากสื่อใหม่ สื่อใหม่ช่วยให้แสดงความคิดเห็นย้อนกลับได้อย่างทันท่วงที และการติดตามข่าวสารผ่านสื่อใหม่ทำให้เป็นบุคคลที่ทันสมัยอยู่เสมอ

ส่วนในการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในการวิจัยแบบสำรวจ ก็จะทำแบบสำรวจออกไปทดสอบก่อน (pretest) เป็นจำนวน 30 ชุด เพื่อนำกลับมาคำนวณหาค่า α ของครอนบาช ตามสูตรต่อไปนี้

$$\alpha = \frac{N \cdot \bar{c}}{\bar{v} + (N-1) \cdot \bar{c}}$$

N = the number of items, $\bar{c}$ = average covariance between item-pairs, $\bar{v}$ = average variance

ได้ค่าของ α ของครอนบาชเป็น 0.81 ซึ่งเป็นตัวเลขที่ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเพียงพอในการทำวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รวบรวมได้จะนำมาอธิบายเพื่อหาคำตอบของคำถามในการวิจัยโดยจะอาศัยแบบจำลองทางสถิติ comparative mean (multiple classification analysis) ในการตอบคำถามการวิจัยข้อ 1-4 และใช้สถิติพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ยของโมดูลทั้งสี่เพื่อตอบคำถามในข้อที่ 5 โดยหาค่าเฉลี่ยรวมของทั้ง 4 โมดูลของการพัฒนาสื่อ และค่าเฉลี่ยรวม (grand mean) ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่า ค่าดัชนีของสังคมไทยอยู่ในโมดูลใด และแต่ละโมดูลมีค่าดัชนีที่เท่าไร ทั้งนี้เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า สังคมไทยประกอบด้วย 4 โมดูลหรือไม่ โดยทำให้เห็นเป็นรูปธรรมในการก้าวออกจากสื่อดั้งเดิม มาอยู่ในขั้นของระยะเปลี่ยนผ่าน เพื่อไปสู่โมดูลของการบริหารจัดการของสื่อยุคใหม่ได้จริงหรือไม่ นอกจากนี้จะใช้สถิติ multiple linear regression โดย stepwise method เพื่อคำนวณสมการถดถอยเชิงเส้นที่ประกอบด้วยตัวแปรต้นพหุที่ยอมรับถึงผลได้ในโลกเชิงประจักษ์ว่า ในแต่ละโมดูลมาจากตัวแปรต้นหรือภูมิหลังข้างต้นอะไรบ้าง โดยจะพัฒนาสมการขึ้นเพียงสมการเดียวในการอธิบายและตอบคำถามในข้อ 6 และในการอภิปรายผลวิจัยจะวิเคราะห์องค์ประกอบของข้อมูลเพื่อสะท้อนให้เห็นว่าแท้จริงสังคมไทยประกอบด้วยกี่โมดูล แต่ละโมดูลมีชื่ออย่างไร โดยโมดูลที่ค้นพบจากสนามวิจัยหรือ



สังคมสอดคล้องหรือขัดแย้งกับโมเดลที่ได้จากสมมติฐานจากการตอบคำถามในตารางที่ 1 ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการอภิปรายผลการวิจัย

บทสรุป

ในบทสรุปจะแบ่งออกเป็นสองส่วนได้แก่ สิ่งที่ค้นพบ และการอภิปรายผล

สิ่งที่ค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบต่อคำถามในการวิจัย มีดังนี้

1. การบริหารจัดการสื่อดั้งเดิม โมเดล 1 ที่มีคุณลักษณะตามตัวชี้วัดอย่างครบถ้วน คือ ความเป็นสื่อดั้งเดิมยังคงเป็นสิ่งจำเป็นที่ยังคงดำรงอยู่ในปัจจุบัน สื่อดั้งเดิมยังคงมีความสำคัญต่อการรับข้อมูลข่าวสาร ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมสามารถปรับเปลี่ยนการบริหารธุรกิจด้านสื่อ ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม และผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมอาจหาแนวทางในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ การมีคุณสมบัติครบถ้วนเหล่านี้ได้ ก็ต่อเมื่อโมเดลนี้ถูกกำหนดโดยระดับรายได้ และเป็นผู้เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ของผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคไม่ว่ามากหรือน้อย
2. สื่อดั้งเดิมจะเป็นโมเดลที่อยู่รอดได้นั้นต้องพยายามเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่ ในกรณีนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะครบถ้วนคือ เนื้อหารายการของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันต้องเริ่มละทิ้งเอกลักษณ์ของตนที่เคยมีมาแต่เดิม สื่อดั้งเดิมในปัจจุบันต้องมีการปรับรูปแบบเนื้อหาให้แปลกใหม่ออกไป การนำเสนอเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันจำเป็นต้องมีความหลากหลาย การนำเสนอเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันจำเป็นต้องเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่ และเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมต้องมีเนื้อหาที่นำเสนอในแบบเดียวกันกับบนสื่อใหม่ การมีคุณลักษณะที่ครบถ้วนดังกล่าว ก็ต่อเมื่อผู้รับสารต้องเป็นผู้มีนิสัยในการฟังวิทยุกระจายเสียง เป็นผู้มีความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม และใช้จำนวนชั่วโมงต่อวันในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม ไม่ว่ามากหรือน้อย
3. การบริหารจัดการที่นำเนื้อหาบางส่วนหรือทั้งหมดของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ด้วย โดยเป็นโมเดลที่มีตัวชี้วัด/คุณลักษณะครบสมบูรณ์ในทุกลักษณะคือ การนำเสนอเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปร่วมเผยแพร่ในสื่อใหม่ ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อมีการนำเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ การนำเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปเผยแพร่ในสื่อใหม่อย่างเต็มที่ การนำเนื้อหาเข้าไปเผยแพร่สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสะดวกในการเปิดรับสื่อได้ทุกที่ การทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกเวลาในการรับสารได้ตามความต้องการของผู้รับสาร และการนำเนื้อหาไปเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ไม่ได้ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนกันในการนำเสนอเนื้อหาแต่เป็นการนำสื่อใหม่มาสนับสนุนสื่อ



ดั้งเดิม คุณลักษณะที่ครบถ้วนในโมดูลดังกล่าว ก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีนิสัยในการเปิดรับนิเทศสาร/วารสารเป็นเล่ม กระดาษ ผู้ที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียง และเป็นผู้ใช้ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม ไม่ว่าจะมากหรือน้อย

4. การบริหารจัดการสื่อใหม่ เป็นโมดูลที่อาศัยระบบดิจิทัลอย่างเต็มที่ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะที่ครบถ้วนดังนี้ การนำเสนอสื่อดั้งเดิมเริ่มหมดความนิยมลงไปเรื่อย ๆ การทำธุรกิจสื่อใหม่กลับให้ผลกำไรกับผู้ประกอบการสื่อได้จำนวนมากกว่า ธุรกิจสื่อใหม่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันด้านการใช้นวัตกรรมที่สูงขึ้น ธุรกิจสื่อใหม่นับวันมีแนวโน้มเติบโตได้มากขึ้น เนื้อหาที่เสนอในสื่อใหม่เป็นการนำเสนอเนื้อหาตามกระแสสังคมทำให้มีความหลากหลาย เนื้อหาต่าง ๆ ในสื่อใหม่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากกว่าสื่อมวลชน ความสามารถรับข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อมั่นกว่าจากสื่อใหม่ สื่อใหม่ช่วยให้สามารถแสดงความคิดเห็นตอบกลับได้อย่างทันท่วงที และการติดตามข่าวสารผ่านสื่อใหม่ย่อมทำให้เป็นบุคคลที่ทันสมัยอยู่เสมอ ด้วยคุณลักษณะที่ครบถ้วนดังกล่าวไม่อาจกำหนดได้จากคุณสมบัติของผู้รับสารได้อย่างถ่องแท้ เนื่องจากสังคมไทยยังไม่ได้ก้าวไปสู่สังคมที่มีโมดูลของการบริหารจัดการสื่อใหม่อย่างเต็มตัว จึงมีเพียงคุณสมบัติบางประการของผู้รับสารเท่านั้นที่อาจเปิดรับสื่อใหม่ได้บางคุณลักษณะ

5. อย่างไรก็ตาม เมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยของของ คุณลักษณะหรือตัวชี้วัดของโมดูลทั้งสี่ จะได้ตัวเลขในตารางที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการก้าวข้ามสื่อโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยหรือดัชนีที่แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคสื่อจะมีค่าดัชนีหรือค่าเฉลี่ยของแต่ละโมดูลที่เพิ่มสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อบ่งบอกว่า การบริโภคของผู้รับสารสะท้อนให้เห็นถึงการก้าวจากโมดูลที่ 1 การบริหารจัดการสื่อดั้งเดิมซึ่งเป็นโมดูลที่ยังคงดำรงอยู่จริงแต่กำลังจะก้าวผ่านไปสู่วัฒนธรรมแห่งการเปลี่ยนผ่านที่มีสองระยะกล่าวคือ จากสื่อดั้งเดิมอย่างบริสุทธิ์ในโมดูลที่ 1 ได้พยายามเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่ในโมดูล 2 และโดยนำเนื้อหาบางส่วนหรือทั้งหมดของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ในโมดูลที่ 3 รวมด้วย ทั้งนี้เพื่อพยายามก้าวมาสู่คลื่นลูกที่สามหรือยุคดิจิทัลซึ่งเป็นโมดูลที่ 4 ที่ได้รับแรงผลักดันจากการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมที่ก้าวกระโดดอย่างรุนแรงซึ่งกำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบัน แต่สำหรับสังคมไทยแล้ว โมดูลที่สี่หรือโมดูลสุดท้ายที่เราากำลังพยายามก้าวไปสู่ มีใช้สังคมที่ก้าวหน้าอย่างล้ำยุคอย่างที่ควรเป็นในโมดูลสุดท้ายนี้เนื่องจากมีค่าดัชนีหรือค่าเฉลี่ยเพียง 3.2 ซึ่งแสดงถึงความพยายามในการก้าวออกจากโมดูลสาม แต่ก็ยังก้าวไม่พ้นโมดูลที่ 3 ได้ เมื่อเทียบกับประเทศที่เจริญก้าวหน้ากว่าสังคมไทย ซึ่งตะวันตกหลายประเทศเข้าไปสู่ยุคแห่งดิจิทัลเต็มตัวหรือ 5G ในชุดของคำถามทั้งหมดประกอบด้วยตัวชี้วัดของโมดูลทั้งสี่ สามารถใช้ค่าสถิติพื้นฐานแสดงค่าเฉลี่ยรวมของโมดูลทั้งสี่ซึ่งมีค่าดัชนีอยู่ที่ 3.11 จากคะแนนเต็ม 4 ซึ่งถือว่าเป็นสังคมที่มีการบริหารจัดการสื่อใหม่ได้ในระดับดี และหากพิจารณาค่าเฉลี่ยดัชนีของแต่ละโมดูลก็จะพบว่า ดัชนีค่อย ๆ มีค่าเพิ่มขึ้นจากโมดูลที่ต่ำกว่าไปสู่โมดูลที่สูงกว่า เช่น จากโมดูลที่ 1 ก้าวไปสู่โมดูลที่ 2 ก้าว



ต่อไปสู่โมดูลที่ 3 และในที่สุดไปสู่โมดูลที่ 4 ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้าย ดังตารางที่ 2 ที่แสดงดัชนีถ่วงเฉลี่ยของทั้งโมดูลทั้งสิ้น ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าถ่วงเฉลี่ยของแต่ละโมดูล

โมดูล	Min	Max	Mean	Std . Deviation
I การบริหารจัดการสื่อดั้งเดิม	1.00	4.00	2.9721	.69662
II สื่อดั้งเดิมพยายามเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่	1.00	4.00	2.9957	.53398
III การนำเนื้อหาบางส่วนหรือทั้งหมดของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ด้วย	1.33	4.00	3.1893	.48405
IV การบริหารจัดการสื่อใหม่	1.22	4.00	3.2065	.41801
ค่าเฉลี่ยของโมดูลการบริหารจัดการข้ามสื่อ *	1.16	4.00	3.1141	.39490

หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ยิ่งค่าดัชนีสูงก็จะมีเปลี่ยนแปลงจากโมดูลที่มีการบริหารจัดการแบบสื่อดั้งเดิมก้าวสู่ระยะเปลี่ยนผ่านไปสู่โมดูลที่เป็นการบริหารจัดการสื่อใหม่อย่างเต็มตัว อันสะท้อนให้เห็นจริงตามสมมติฐานที่มีความพยายามในการก้าวข้ามจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อใหม่ซึ่งแทบทั้งหมดเป็นสื่อออนไลน์

6. หากพิจารณาโมดูลของการบริหารจัดการสื่อทั้ง 4 โมดูล โดยพิจารณาจากคุณลักษณะหรือตัวชี้วัดกับตัวแปรต้นที่เป็นภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ และภูมิหลังของการใช้สื่อทั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่ ซึ่งกล่าวได้ว่าตัวแปรต้นดังกล่าวเป็นคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ได้อธิบายไว้แต่ต้น โดยอาศัยสถิติของแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงของพหุตัวแปรด้วยวิธีของ stepwise ได้มีการนำตัวแปรเข้าและออกจนถึงรอบที่ 5 ที่ยังคงเป็นสมการถดถอยเชิงเส้นตรงเนื่องจากมีนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 และได้จำนวนตัวแปรต้นที่เหลือเพียง

$$M = 3.161 C + 0.041 \text{ Age} - 0.158 \text{ NP} + 0.046 \text{ HrD} - 0.029 \text{ TrFr} + 0.037 \text{ NFr}$$

โมดูล = 3.161 ค่าคงที่ + 0.041 อายุของผู้รับสาร - 0.158 การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ + 0.046 จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม - 0.029 ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม + 0.037 ความถี่ในวันที่เปิดรับชมข่าวสารรายการต่าง ๆ ทางสื่อใหม่



5 ตัว จากทั้งหมด 18 ตัวแปร โดยมีค่าคงที่ในสมการเส้นตรงด้วย ดังสมการข้างล่างนี้

เมื่อ

M: โมดูล, C: ค่าคงที่, Age: อายุ/วัย, NP: การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์, HrD: จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับสื่อ
ดั้งเดิม, TrFr: ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม, NFr: ความถี่ในรอบวันที่เปิดรับชมข่าวสารรายการต่างๆ
ทางสื่อใหม่

จากสมการการข้างต้น แสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนหรือสังคมจะก้าวหน้าหรือล้าหลังอันเนื่องจากส่วนหนึ่งที่กลุ่มคนและสังคมอยู่ในโมดูลใดใน 4 โมดูลของการบริหารจัดการสื่อด้วย โดยขึ้นอยู่กับอายุของผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคอยู่ในวัยใด ผู้รับสารนั้นเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากน้อยเท่าใด ผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคผู้นั้นใช้ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิมบ่อยเพียงใด การใช้จำนวนชั่วโมงต่อวันในการเปิดรับสื่อดั้งเดิมนานเพียงใด และผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคผู้นั้นใช้ความถี่ในการเปิดรับชมข่าวสารรายการต่าง ๆ ทางสื่อใหม่มากน้อยอย่างไร ตัวแปรต้นที่บรรจุอยู่ในสมการข้างต้นล้วนเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญสามารถใช้คาดทำนายได้ว่า กลุ่มผู้รับสารหรือสังคมกำลังตกอยู่ในโมดูลใดใน 4 โมดูล (โปรดดูในตาราง ที่ 3 และ 4) ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 3 ANOVA (stepwise method)

Model รอบที่ 5	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total	109.005	699			
Regression	9.407	5	1.881	13.110	.000
Residual	99.598	694	.144		
Total	109.005	699			



ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ของการบริหารจัดการข้ามสื่อ

รอบที่ 5 Model (สมการถดถอยเชิงเส้นตรง)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	3.161	.079		40.257	.000
2. สื่อดั้งเดิมที่เปิดรับ หนังสือพิมพ์ :	-.158	.030	-.198	-5.246	.000
3. อายุ	.041	.012	.123	3.290	.001
4. จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับสื่อ ดั้งเดิม	.046	.023	.074	2.006	.045
5. ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม	-.029	.011	-.098	-2.609	.009
6. ความถี่ในวันที่เปิดรับชมข่าวสาร รายการต่าง ๆ ทางสื่อใหม่	.037	.018	.078	2.054	.040

เพื่อเป็นการตรวจสอบการก้าวข้ามสื่อจากโมดูลหนึ่งไปสู่อีกโมดูลหนึ่งในสนามวิจัย ซึ่งจะพบว่าจำนวนตัวแปรมีจำนวนมากทั้งตัวแปรต้นซึ่งเป็นภูมิหลังทางประชากรศาสตร์และภูมิหลังในการใช้สื่อ ตลอดจนตัวชี้วัดหรือคุณลักษณะต่าง ๆ ของโมดูลทั้งสิ้น ซึ่งตัวแปรและตัวชี้วัดทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 1-4 แต่จากสมการถดถอยที่คำนวณได้ ตัวชี้วัดทั้งหมดถูกนำไปเฉลี่ยไว้เป็นค่าดัชนีของโมดูล และตัวแปรต้นซึ่งมีจำนวนมากถูกนำไปและออกจากสมการที่เป็นไปตามค่านัยสำคัญ จนได้ตัวแปรต้นที่ใช้คาดทำนายได้เพียง 5 ตัวจากจำนวนทั้งสิ้น 17 ตัว ดังกรณีการเลือกตัวอย่างมาสองรายเพื่อแทนค่าของคำตอบลงในสมการถดถอยเชิงเส้นข้างต้น ดังรายละเอียดของตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการใช้โมดูล (คะแนนของคำตอบ)

โมดูล	คนที่ 1	คนที่ 2
Age: อายุ/วัย	3	4
NP: การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	2	3
HrD: จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม	2	3
TrFr: ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม	4	1
NFr: ความถี่ในวันที่เปิดรับชมข่าวสารรายการต่าง ๆ ทางสื่อใหม่	1	4



$$M = 3.161 C + 0.041 \text{ Age} - 0.158 \text{ NP} + 0.046 \text{ HrD} - 0.029 \text{ TrFr} + 0.037 \text{ NFr}$$

$$M_1 = 3.16 * C + 0.41 * 3 - 0.158 * 2 + 0.046 * 2 - 0.029 * 4 + 0.037 * 1$$

$$M_1 = 3.16 * C + 1.043$$

$$M_2 = 3.16 * C + 0.41 * 4 - 0.158 * 3 + 0.046 * 3 - 0.029 * 1 + 0.037 * 4$$

$$M_2 = 3.16 * C + 1.423$$

$$M_2 = 0.38 + M_1$$

จากสมการข้างต้น หากกำหนดให้ตัวอย่างคนที่หนึ่งในโมดูล 1 ตามค่าเฉลี่ยของตารางที่ 1 ซึ่งมีค่าดัชนีของโมดูลอยู่ที่ 2.97 คนที่สองซึ่งอยู่ในโมดูลที่ 4 เพราะมีดัชนีแตกต่างจากผู้ที่อยู่ในโมดูล 1 อยู่ 0.38 หรือมีค่าเป็น 3.35 อันแสดงให้เห็นว่าคนทั้งสองซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยโดยมีคนหนึ่งยังอยู่ในโมดูลที่ 1 แต่อีกคนอยู่ในโมดูลที่ 4 ซึ่งได้ค่าดัชนี เป็น 3.35 ดังตารางที่ 1 ซึ่งอันที่จริงแม้จะอยู่ในโมดูลที่ 4 แต่ควรมีค่าเต็มสุดของโมดูลที่ 4 คือ จำนวนเต็ม 4 อันหมายถึง มีการบริหารจัดการสื่อใหม่อย่างเต็มตัว อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ได้จากการคำนวณนี้ย่อมแสดงให้เห็นได้ว่า ผู้คนสังคมไทยเป็นสังคมแห่งการสื่อสารที่ผสมปนเปตามโมดูลต่าง ๆ ดังตัวอย่างของคนทั้งสอง

การอภิปรายผล

โมดูลของการบริหารจัดการสื่อตามกรอบความคิดทฤษฎีโดยที่มีคุณลักษณะหรือตัวชี้วัดที่กำหนดได้จากสมมติฐานมีคุณสมบัติไม่ตรงกับโมดูลที่ได้จากการคำนวณหรือประจักษ์นิยม ซึ่งจะประกอบด้วย 5 โมดูลใหม่ ไม่ใช่ 4 โมดูลตามสมมติฐาน โมดูลทั้งห้าดังกล่าวปรากฏอยู่ในตารางที่ 6 ซึ่งได้จากการคำนวณด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) โดยเริ่มจากสื่อระยะต้นซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิมพัฒนาไปสู่ขั้นที่สูงขึ้นตามลำดับจนไปสู่ขั้นสุดท้ายคือการเข้าไปสู่สื่อใหม่ โดยมีโมดูลเรียงตามลำดับพัฒนาการดังนี้ โมดูลที่ 1 ความพยายามคงอยู่ของสื่อดั้งเดิม โมดูลที่ 2 ความพยายามเอาตัวรอดของสื่อดั้งเดิม โมดูล 3 แนวทางการบริหารจัดการใหม่ของสื่อดั้งเดิม โมดูล 4 แนวทางการบริหารจัดการจากการปรับตัวในการรุกคืบเข้ามาของสื่อใหม่ และโมดูล 5 ผลกระทบจากการบริหารจัดการของสื่อใหม่อย่างเต็มตัว เนื่องจากโมดูลที่เรียงลำดับขั้นใหม่นี้ได้มาจากโลกในเชิงประจักษ์จึงเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและสิ้นไหลมากกว่าโมดูลแบบเก่าที่มาจากสมมติฐานหรือการคาดการณ์

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์องค์ประกอบของโมดูลจากสนามวิจัย (Rotated Component Matrix^a)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของโมดูลการพัฒนาโมดูลที่ก้าวหน้ามากขึ้น (factor loading)				
I ความพยายามคงอยู่ของสื่อดั้งเดิม	II ความพยายามเอาตัวรอดของสื่อดั้งเดิม	III แนวทางการบริหารจัดการใหม่ของสื่อดั้งเดิม	IV แนวทางการบริหารจัดการจากการปรับตัวในการรุกคืบเข้ามาของสื่อใหม่	V ผลกระทบจากการบริหารจัดการของสื่อใหม่อย่างเต็มตัว
สื่อดั้งเดิมยังมีความจำเป็นต้องมีอยู่ในปัจจุบัน (.871)	ปัจจุบันเนื้อหารายการของสื่อดั้งเดิมเริ่มขาดเอกลักษณ์ของตอนที่เคยมีมาแต่เดิม (.661)	ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม (.616)	การนำเนื้อหาไปเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ไม่ได้ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนกันในการนำเสนอเนื้อหา (.410)	สื่อใหม่ช่วยให้ท่านแสดงความคิดเห็นตอบกลับได้อย่างทันท่วงที (.710)
สื่อดั้งเดิมยังมีความสำคัญต่อการรับข้อมูลข่าวสาร (.858)	การนำเสนอเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันมีการเลียนแบบเนื้อหาของสื่อใหม่ (.776)	ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมอาจหาแนวทางในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ (.633)	การนำเสนอสื่อดั้งเดิมหมดความนิยมลงไป (.668)	การติดตามข่าวสารผ่านสื่อใหม่ทำให้ท่านเป็นบุคคลที่ทันสมัยอยู่เสมอ (.715)
ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมสามารถปรับเปลี่ยนการบริหารธุรกิจด้านสื่อ (.505)	เนื้อหาของสื่อดั้งเดิมมีเนื้อหาที่น่าสนใจแบบเดียวกันกับสื่อใหม่ (.738)	การนำเสนอเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปร่วมเผยแพร่ในสื่อใหม่ (.624)	การทำธุรกิจสื่อใหม่ให้ผลกำไรกับผู้ประกอบการสื่อได้จำนวนมาก (.592)	
	ปัจจุบันสื่อดั้งเดิมมีการปรับรูปแบบเนื้อหาให้แปลกใหม่ (.456)	ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อ นำเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ (.719)	เนื้อหาที่เสนอในสื่อใหม่เน้นนำเสนอเนื้อหาตามกระแสสังคมทำให้มีความหลากหลาย (.711)	
	การนำเสนอเนื้อหาของสื่อดั้งเดิมในปัจจุบันมีความหลากหลาย (.504)	การนำเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมไปเผยแพร่ในสื่อใหม่ (.632)	เนื้อหาต่าง ๆ ในสื่อใหม่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากกว่าสื่อมวลชน (.591)	



การวิเคราะห์ องค์ประกอบของ โมดูลการพัฒนา โมดูลที่ก้าวหน้า มากขึ้น (factor loading)	การวิเคราะห์ องค์ประกอบของ โมดูลการพัฒนา โมดูลที่ก้าวหน้า มากขึ้น (factor loading)	การวิเคราะห์ องค์ประกอบของ โมดูลการพัฒนา โมดูลที่ก้าวหน้า มากขึ้น (factor loading)	การวิเคราะห์ องค์ประกอบของ โมดูลการพัฒนา โมดูลที่ก้าวหน้า มากขึ้น (factor loading)	การวิเคราะห์ องค์ประกอบของ โมดูลการพัฒนา โมดูลที่ก้าวหน้า มากขึ้น (factor loading)
I ความพยายาม คงอยู่ของสื่อ ดั้งเดิม	I ความพยายาม คงอยู่ของสื่อ ดั้งเดิม	I ความพยายาม คงอยู่ของสื่อ ดั้งเดิม	I ความพยายามคง อยู่ของสื่อดั้งเดิม	I ความพยายาม คงอยู่ของสื่อ ดั้งเดิม
		การนำเสนอหา เผยแพร่สื่อใหม่ทำ ให้ผู้รับสารสะดวก ในการเปิดรับสื่อได้ ทุกที่ (.689)	ความสามารถรับ ข้อมูลที่ต้องการ เชื่อมั่นได้จากสื่อใหม่ (.759)	
		ทำให้ผู้รับสาร สามารถเลือกเวลา ในการรับสารได้ ตามความต้องการ ของผู้รับสาร (.491)		
		ปัจจุบันธุรกิจสื่อ ใหม่มีการแข่งขัน กันด้านการใช้ นวัตกรรมสูงขึ้น (.564)		
		ธุรกิจสื่อใหม่มี แนวโน้มเติบโต ได้มากขึ้น (.551)		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 23 iterations.



น่าสังเกตว่า ในการก้าวข้ามโมดูลของสื่อ จะเห็นว่า ค่าเฉลี่ยรวม (grand mean) ของโมดูลทั้งหมดมีค่าเป็น 3.11 จากคะแนนเต็ม 4 แสดงให้เห็นว่า สังคมไทยยังอยู่ในขั้นเปลี่ยนผ่านในระยະที่สอง คือ ขั้นตอนการนำเนื้อหาบางส่วนหรือทั้งหมดของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ด้วย ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยในโมดูล 3 อันเป็นขั้นเปลี่ยนผ่านในระยະที่สอง ซึ่งสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยที่สื่ออันสะท้อนได้จากผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคที่เปิดรับทั้งสื่อดั้งเดิมและเปิดรับสื่อใหม่ที่บรรจุเนื้อหารายการจากสื่อดั้งเดิมเช่น ข่าวละคร ภาพยนตร์ แม้กระทั่งสารคดีเรื่องเล่า และ ฯลฯ ประกอบด้วยเสมอ จึงเป็นการใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ด้วยแต่เป็นเพียงเพื่อให้ผู้รับสารอาจติดตามการนำเสนอเนื้อหาหรือรายการของสื่อดั้งเดิมที่อาศัยช่องทางการนำเสนอจากสื่อใหม่เป็นทางเลือกประกอบด้วย ส่วนในโมดูล 4 ที่ว่าด้วยการบริหารจัดการสื่อใหม่มีค่าเฉลี่ยของโมดูลอยู่ที่ 3.21 ซึ่งควรจะมีค่าเต็ม 4 ตามค่าของโมดูลนี้ ด้วยเหตุนี้แม้สังคมไทยจะก้าวเข้าสู่ยุคการบริหารจัดการสื่อใหม่ในบางส่วน แต่ก็ยังเป็นเพียงระยะการเริ่มเข้าที่ต่ำกว่าโมดูลที่ 4 นี้ด้วยค่าเฉลี่ยเพียง 3.21 เท่านั้น ฉะนั้นสังคมไทยยังต้องก้าวต่อไปอีกมากกว่าจะเข้าถึงนวัตกรรมสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์นี้โดยสมบูรณ์ อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปสังคมหนึ่ง ๆ ยังคงต้องประกอบด้วยโมดูลทั้งสี่เสมอแต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะมีส่วนแต่ละโมดูลมากน้อยเท่าไรในสังคม สังคมไทยยังมีส่วนประกอบด้วยโมดูลทั้ง 4 โมดูลผสมปนเปกัน แม้ว่าส่วนใหญ่ของสังคมไทยประกอบไปด้วยผู้รับสารที่มีคุณสมบัติสูงสุดเพียงแค่โมดูล 3 จากการคำนวณที่ว่าด้วยยุคสมัยที่ยังคงมีการนำเนื้อหาบางส่วนหรือทั้งหมดของสื่อดั้งเดิมเข้าไปอยู่ในสื่อใหม่ด้วย

นอกจากนี้ สมการถดถอยเชิงเส้นของพหุตัวแปรได้จัดตัวแปรจำนวนมากโดยทอนออกมาในจำนวนที่เหมาะสมที่สามารถพรรณาสังคมแห่งการสื่อสารได้ง่าย ทำให้เข้าใจปรากฏการณ์ของการบริหารจัดการสื่อแบบเข้าถึงได้ไม่ซับซ้อน สามารถคาดทำนายสถานะของบุคคลหรือสังคมว่าอยู่ในโมดูลใดได้อย่างชัดเจนและเห็นถึงการเลื่อนไหลจากโมดูลหนึ่งไปยังอีกโมดูลหนึ่งที่ก้าวหน้า นอกจากนี้ยังสามารถนำไปอนุมานเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ว่าควรใช้ตัวแปรใดในสัดส่วนเท่าไรตามน้ำหนักของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรเพียง 5 ตัวจากผู้รับสาร ได้แก่ อายุ/วัย การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เปิดรับสื่อดั้งเดิม ความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิม และความถี่ในวันที่เปิดรับชมข่าวสารรายการต่าง ๆ ทางสื่อใหม่ เป็นที่น่าสังเกตว่า พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ และความถี่ในการเปิดรับสื่อดั้งเดิมมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งหมายถึงตัวแปรต้นทั้งสองลดทอนความเป็นทันสมัยหรือยุคแห่งความก้าวหน้าของสื่อสมัยใหม่ลง ส่วนตัวแปรต้นที่เหลืออีก 3 ตัวสนับสนุนการก้าวต่อไปตามขั้นตอนแห่งยุคการบริหารจัดการสื่อ



บรรณานุกรม

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร .การบริหารงานสื่อสารมวลชนทางหุ้นส่วนจำกัดประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พรีนติ้ง :.กทม ., 2559.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร .ทฤษฎีการสื่อสาร. กทมโรงพิมพ์ระยองทอง :., 2560
- Mierzejewski, Bozena Izabela: Media Management Theory and Practice. In Deuze, Mark (ed.): Managing Media Work. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2010, S. 13-30.
- Oliver, J.J. 2003. Media Management tools: UK Broadcast Media Executives' Perspective." *International Journal on Media Management*. Vol. 15 issue 4: 245-57.
- Dawn, Chan. 2018. "Mass communication: 8 Things to know about it." *Digital Media*. Friday, April 20, 2018.
- Doyle, Gillian. 2010. "From Television to Multi-Platform: Less from More or More for Less?" *The International Journal of Research into New Media Technologies*. <http://con.sagepub.com>.
- Chartbeat Quarterly. 2014. Vol 1. (Fall) <http://bit.ly/1APBoi9>.
- Cavis, Angela. 4 Ideas for Innovative Media Relationship Building. Thursday, December 03 2015.
- Innovative Media Tactics Offer Ideas for Growing. 2017 Circulation. <http://www.acculistusa.com/innovative-media-tactics-offer-ideas-for-growing-2017-circulation/>.
- Guzman, Alejandra. 2016. "6 ways social media is changing the world." *World Economic Forum*. 07 Apr 2016.