สาขาวิชานิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

การสอนเสริมครั้งที่ 1
หน่วยที่ 1 - 7

เอกสารการสอนชุดวิชา

15231

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน

สงวนลิขสิทธิ์

เอกสารประกอบการสอนเสริมชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน การสอนเสริมครั้งที่ 1
จัดทำขึ้นเพื่อเป็นบริการแก่นักศึกษาในการสอนเสริม

จัดทำต้นฉบับ : คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชา

บรรณาธิการ/ออกแบบ : หน่วยผลิตสื่อสอนเสริม ศูนย์โสตทัศนศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ภาคการศึกษา 2/2564 จัดทำใหม่

แผนการสอนเสริม
ครั้งที่ 1

การสอนเสริมชุดวิชา 15231 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน

การสอนเสริมครั้งที่ 1 หน่วยที่ 1 - 7

รายชื่อหน่วยที่สอนเสริม

หน่วยที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

หน่วยที่ 2 ระบบ หน้าที่ และบทบาทสื่อมวลชน

หน่วยที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์

หน่วยที่ 4 ภาพถ่าย

หน่วยที่ 5 ภาพยนตร์

หน่วยที่ 6 วิทยุกระจายเสียง

หน่วยที่ 7 โทรทัศน์

วัตถุประสงค์

หลังจากนักศึกษาเข้ารับการสอนเสริมแล้ว นักศึกษาสามารถอธิบายสาระสำคัญประเด็นประเด็นต่อไปนี้ได้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
2. ระบบ หน้าที่ และบทบาทสื่อมวลชน
3. สื่อสิ่งพิมพ์
4. ภาพถ่าย
5. ภาพยนตร์
6. วิทยุกระจายเสียง
7. โทรทัศน์

กิจกรรมการสอนเสริม

1. ประเมินผลก่อนการสอนเสริม
2. สรุปสาระสังเขปของประเด็นที่ 1 - 7
3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่เข้ารับการสอนเสริมซักถามปัญหา
4. ประเมินผลหลังการสอนเสริม

<u>แบบประเมินผลตนเองก่อนรับการสอนเสริม</u>
<u>ครั้งที่ 1</u>
<u>ชุดวิชา</u> 15231 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน

<u>คำสั่ง</u> ขอให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนวงกลมล้อมรอบตัวอักษรหน้าข้อคำตอบที่ถูกที่สุด

1. ลักษณะเฉพาะของสาร (message) ในกระบวนการสื่อสารมวลชนที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่นคือข้อใด
   ก. มีจำนวนมาก และมีความไม่ยั่งยืน
   ข. มีลักษณะเป็นสาธารณะ และมีจำนวนมาก
   ค. มีความไม่ยั่งยืน และมีลักษณะเป็นสาธารณะ
   ง. มีความรวดเร็ว และมีลักษณะเป็นองค์กร
   จ. มีลักษณะกระจัดกระจาย และมีความรวเร็ว

2. สื่อข้อใด**<u>ไม่</u>**ถือเป็นสื่อมวลชน
   ก. นิตยสาร
   ข. ภาพยนตร์
   ค. วิทยุชุมชน
   ง. อินเทอร์เน็ต
   จ. ไม่มีข้อถูก

3. การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อในเรื่องใด
   ก. การใช้เวลาในการบริโภคสื่อ
   ข. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
   ค. การเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร
   ง. การเป็นผู้เลือกสื่อและจัดการ
   จ. ถูกทุกข้อ

4. ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางเศรษฐกิจข้อใดที่มีการใช้กลไกราคาและระบบการตลาดในการทำงาน และการดำเนินงานของสื่อมวลชนมีทั้งที่รัฐและเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ
   ก. ระบบเศรษฐกิจแบบคอมมิวนิสต์ (Communism)
   ข. ระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม (Socialism)
   ค. ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) หรือเสรีนิยม (Free Enterprice)
   ง. ระบบเศรษฐกิจแบบผสม (Mixed Economy)

5. รูปแบบระบบสื่อมวลชนของประเทศไทยเป็นรูปแบบใด

ก. รูปแบบที่รัฐเป็นเจ้าของ

ข. รูปแบบที่เอกชนเป็นเจ้าของ

ค. รูปแบบองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

ง. รูปแบบผสมผสาน

จ. ถูกทุกข้อ

6. หน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนในฐานะสื่อหรือเครื่องมือในการสื่อสารของสมาชิกในสังคมคือข้อใด

ก. การให้ข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็น

ข. การแสดงความคิดเห็น และการให้ความบันเทิง

ค. การให้การศึกษา การแสดงความคิดเห็น และการให้ความบันเทิง

ง. การให้ข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น และการให้ความบันเทิง

จ. การให้ข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การให้การศึกษา และการให้ความบันเทิง

7. ข้อใด**ไม่**ถือเป็นประเภทของหนังสือพิมพ์

ก. หนังสือพิมพ์แจก

ข. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ค. หนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช่รายวัน

ง. หนังสือพิมพ์ขนาดเล็กหรือแทบลอยด์ (tabloid)

จ. ไม่มีข้อถูก

8. โครงสร้างองค์กรการดำเนินธุรกิจของนิตยสาร ประกอบด้วยส่วนงานข้อใด

ก. กองบรรณาธิการ กองการผลิต และกองเผยแพร่

ข. กองบรรณาธิการ กองการจัดการ และกองจัดจำหน่าย

ค. กองบรรณาธิการ กองการผลิต และกองการจัดการ

ง. กองบรรณาธิการ กองบริหาร และกองจัดจำหน่าย

จ. กองบรรณาธิการ กองการพิมพ์ และกองการจัดการ

9. หมอบรัดเลย์ ได้จัดพิมพ์หนังสือเล่มขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย ชื่อว่าอะไร

ก. ดรุโณวาท

ข. เดอะเกรท สยาม

ค. บัญญัติสิบประการ

ง. สยามประเทศ

จ. หนังสือราชกิจจานุเบกษา

10. กล้องถ่ายภาพที่ประดิษฐ์ขึ้นเป็นครั้งแรกในคริสต์ศตวรรษที่16 ที่ถือว่าเป็นต้นแบบของกล้องถ่ายภาพมาจนถึงปัจจุบันคือข้อใด

ก. กล้องดาวินชี

ข. กล้องแองเจลโล

ค. กล้องออบสคูร่า

ง. กล้องเอดิสัน

จ. กล้องทัลบอท

11. อุปกรณ์ที่ใช้บันทึกภาพดิจิทัลและเก็บภาพไว้ในรูปแบบของไฟล์ดิจิทัลในกล้องดิจิทัลคือข้อใด

ก. RAW

ข. เซ็นเซอร์

ค. CVD

ง. ออบสคูร่า

จ. ลูมิค

12. ข้อใดเป็นคุณลักษณะของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร

ก. สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้

ข. ช่วยสร้างความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว

ค. ช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจ

ง. เป็นสื่อสากลที่สามารถสื่อสารเรื่องราวและเหตุการณ์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน

จ. ถูกทุกข้อ

13. ผู้ให้กำเนิดศิลปะภาพยนตร์คือใคร

ก. เดวิด วาร์ค กริฟฟิทซ์

ข. เอดิสัน

ค. จอร์จ เมลิแอส์

ง. เอ็ดวิน พอร์เตอร์

จ. สองพี่น้องลูมิแยร์

14. ภาพยนตร์บุกเบิกตะวันตก นิยมเรียกกันทั่วไปว่าเป็นภาพยนตร์ใด

ก. ภาพยนตร์แก็งสเตอร์

ข. ภาพยนตร์ฟิล์มนัวร์

ค. ภาพยนตร์จินตนาการ

ง. ภาพยนตร์แอนิเมชั่น

จ. ภาพยนตร์คาวบอย

15. ข้อใดเป็นขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์

ก. ขั้นการเตรียมการผลิต

ข. ขั้นการผลิต

ค. ขั้นหลังการผลิต

ง. ขั้นจัดจำหน่ายและเผยแพร่

จ. ถูกเฉพาะข้อ ก. ข. และข้อ ค.

16. บุคคลใดที่ทำการทดลองแล้วพบว่าคลื่นวิทยุมีอยู่จริง

ก. เจมส์ แม็กซ์เวลล์

ข. เฮนริช เฮิรตซ์

ค. มาร์โคนี

ง. เฟสเสนเดน

จ. ลี เดอ ฟอเรสต์

17. ข้อใดกล่าวถูกต้องเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างวิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็มกับระบบเอฟเอ็ม

ก. ระบบเอฟเอ็มจะมีคุณภาพเสียงดีกว่าระบบเอเอ็ม

ข. ระบบเอเอ็มสามารถแพร่คลื่นได้ไกลกว่าระบบเอฟเอ็ม

ค. ระบบเอฟเอ็มมีคุณภาพแลการแพร่คลื่นได้ไกลพอ ๆ กับระบบเอเอ็ม

ง. ข้อ ก. และข้อ ข. ถูก

จ. ข้อ ก. ข. และข้อ ค. ถูก

18. ข้อใดเป็นตารางการกระจายเสียงในรูปแบบที่นิยมจัดกัน

ก. รูปแบบวงกลม

ข. รูปแบบแบบนาฬิกา

ค. รูปแบบผังรายการประจำวัน

ง. ข้อ ข. และข้อ ค. ถูก

จ. ข้อ ก. ข. และข้อ ค. ถูก

19. ปัญหาสำคัญที่สุดของกล้องโทรทัศน์ยุคแรกๆ คือปัญหาใด

ก. การไม่มีเสียง

ข. การกระตุกไหวของภาพ

ค. ความคมชัดของภาพ

ง. ความแพงของอุปกรณ์

จ. ถูกทุกข้อ

20. กิจการโทรทัศน์ไทยเกิดขึ้นในสมัยที่บุคคลใดเป็นนายกรัฐมนตรี

ก. จอมพลสฤษฎิ์ ธนะรัชต์

ข. จอมพลถนอม กิตติขจร

ค. จอมพล ป. พิบูลสงคราม

ง. มรว.คึกฤทธิ์ ปราโทย์

จ. นายสัญญา ธรรมศักดิ์

21.ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แล้วคือประเทศใด

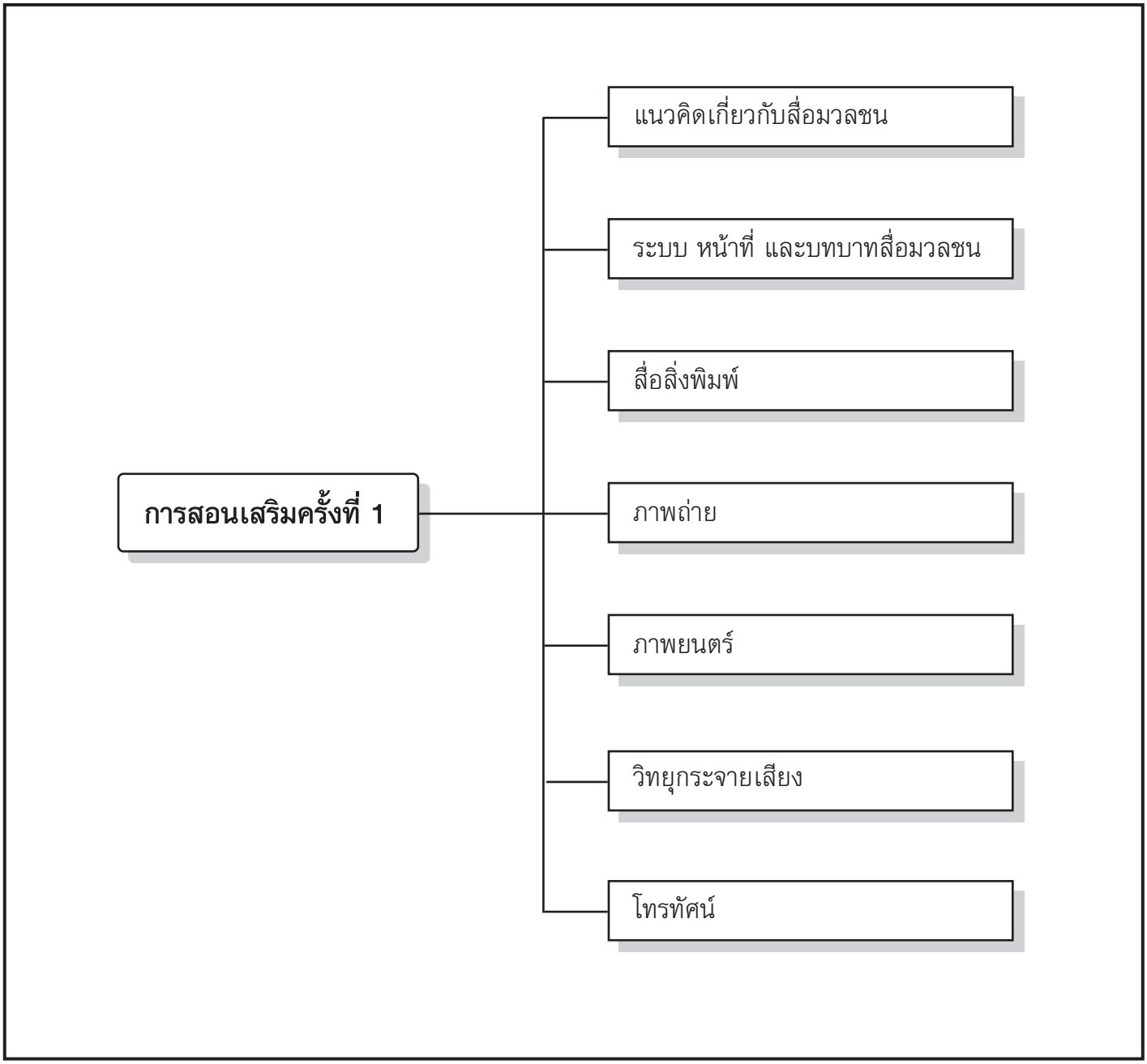
ก. ญี่ปุ่น

ข. เกาหลีใต้

ค. ไต้หวัน

ง. สิงคโปร์

จ. จีน


การสอนเสริมครั้งที่ 1
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
ระบบ หน้าที่ และบทบาทสื่อมวลชน
สื่อสิ่งพิมพ์
ภาพถ่าย
ภาพยนตร์
วิทยุกระจายเสียง
โทรทัศน์

<u>หน่วยที่ 1</u>

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

ตอนที่ 1.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อมวลชน

1.1.1 การสื่อสาร การสื่อสารมวลชน และสื่อมวลชน

1.1.2 ประเภทของสื่อมวลชน

1.1.3 บทบาทหน้าที่และภารกิจของสื่อมวลชน

ตอนที่ 1.2 ลักษณะและคุณสมบัติของสื่อมวลชน

1.2.1 ลักษณะและคุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

1.2.2 ลักษณะและคุณสมบัติของนิตยสาร

1.2.3 ลักษณะและคุณสมบัติของภาพยนตร์

1.2.4 ลักษณะและคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

1.2.5 ลักษณะและคุณสมบัติของโทรทัศน์

1.2.6 ลักษณะและคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 1.3 จุดเปลี่ยนผ่านของสื่อมวลชน

1.3.1 เทคโนโลยีดิจิทัลในงานสื่อสารมวลชน

1.3.2 การรวมตัวกันทางเทคโนโลยีของสื่อมวลชน

เอกสารการสอน # 1.2 การสื่อสาร การสื่อสารมวลชน และสื่อมวลชน

ตอนที่ 1.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อมวลชน

เรื่องที่ 1.1.1 การสื่อสาร การสื่อสารมวลชน และสื่อมวลชน

ความหมายของการสื่อสาร (communication)

การสื่อสาร หมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและความรู้สึก (message) จากฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (source) ไปยังอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆ (channel) เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ เมื่อผู้รับสารได้รับสารแล้วจะมีปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) มายังผู้ส่งสาร

ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารนอกจากจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการดังกล่าวมาแล้วยังมีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร ได้แก่

1. สิ่งแวดล้อม (environment)
2. บริบท (context)
3. สิ่งรบกวน (interference or noise)

ความหมายของการสื่อสารมวลชน (mass communication)

การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกระบวนการและมีองค์ประกอบพื้นฐานเช่นเดียวกับการสื่อสารประเภทอื่น ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับ แต่จะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่นดังนี้

1. **ผู้ส่งสาร** มีลักษณะเป็นองค์กร มีการดำเนินกิจการอย่างเป็นระบบ มีการแบ่งงานกันทำ เป็นกิจการที่ต้องมีการลงทุน
2. **สาร** มีลักษณะดังนี้
   - 2.1. มีลักษณะเป็นสาธารณะ
   - 2.2. มีความรวดเร็ว
   - 2.3. มีความไม่ยั่งยืน
3. **ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ** เป็นช่องทางที่สามารถนำสารไปยังผู้รับที่มีจำนวนมากและอยู่ไกลกันได้อย่างรวดรวดเร็วภายในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน
4. **ผู้รับสาร** ผู้รับสารมีเป็นจำนวนมากจนไม่สามารถนับจำนวนที่แน่นอนได้ อยู่กระจัดกระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศและทั่วโลก และมีลักษณะแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ฯลฯ ผู้ส่งสารไม่รู้ว่าใครคือผู้รับสารบ้าง
5. **ปฏิกิริยาตอบกลับ** ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับโดยตรงจากผู้รับสาร สาเหตุหลักมาจากความห่างไกลกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร การสื่อสารมวลชนจึงเป็นการสื่อสารทางเดียว

เอกสารการสอน # 1.2 การสื่อสาร การสื่อสารมวลชน และสื่อมวลชน (ต่อ)

ความหมายของสื่อมวลชน (mass media)

สื่อมวลชน เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารมวลชน ทำหน้าที่เป็นช่องทางนำสารไปสู่ผู้รับสารที่เป็นมวลชน สื่อมวลชนมีหลายประเภทและมีเกณฑ์ในการแบ่งต่างๆ กัน แต่ที่รู้จักกันโดยทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

เอกสารการสอน # 1.3 ประเภทของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 1.1.2 ประเภทของสื่อมวลชน

ประเภทของสื่อมวลชนสามารถจำแนกได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับแนวคิดในการกำหนดหมวดหมู่ ซึ่งมีแนวคิดในการแบ่ง 4 แนวคิด คือ

1. จำแนกตามลักษณะการรับรู้ของมนุษย์ แบ่งเป็น

1. สื่อเสียง (audio media)
2. สื่อภาพ (visual media) และนิตยสาร (magazine)
3. สื่อเสียงและภาพ (audiovisual media)

2. จำแนกตามธรรมชาติของสื่อ แบ่งเป็น

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (print media)
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media)

3. จำแนกตามพัฒนาการของสื่อ แบ่งเป็น

1. สื่อดั้งเดิม (traditional media หรือ conventional media)
2. สื่อใหม่ (new media หรือ internet mass media)

4. จำแนกตามลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร แบ่งเป็น

1. สื่อร้อน (hot medium)
2. สื่อเย็น (cool medium)

เอกสารการสอน # 1.4 บทบาทหน้าที่และภารกิจของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 1.1.3 บทบาทหน้าที่และภารกิจของสื่อมวลชน

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตามแนวคิดของ โรเบิร์ต เค.เมอร์ตัน แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. หน้าที่ที่ชัดแจ้ง (manifest function)
2. หน้าที่แฝงเร้น (latent function)
3. หน้าที่ที่ล้มเหลว (dysfunction

ภารกิจหลักของสื่อมวลชน มีดังนี้

1. การผลิต (production)
2. การเผยแพร่ (distribution)
3. การจัดการผลประโยชน์ตอบแทน (benefits management)
4. การวิจัยผู้บริโภค (consumer research)

เอกสารการสอน # 1.5 ลักษณะและคุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 1.2 ลักษณะและคุณสมบัติของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 1.2.1 ลักษณะและคุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

ลักษณะของหนังสือพิมพ์ (newspapers) จัดพิมพ์โดยเครื่องจักร เผยแพร่สู่มวลชนสม่ำเสมอ มีเนื้อหาหลากหลาย ดำเนินการต่อเนื่องในลักษณะองค์กร นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์ยังมีรูปแบบที่ชัดเจน คือ เป็นสิ่งตีพิมพ์ไม่เย็บเล่ม ไม่มีปกหุ้ม แบ่งตามขนาดของหนังสือพิมพ์ได้ 2 ขนาด ได้แก่ (1) ขนาดมาตรฐาน (standard) ที่เรียกว่า “บรอดชีท” (broadsheet) กว้างยาวประมาณ 14 นิ้ว x 23 นิ้ว และ (2) ขนาดเล็กที่เรียกว่า “แทบลอยด์” (tabloid) กว้างยาวประมาณ 11 1/2 นิ้ว x 14 1/2 นิ้ว

คุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

จุดเด่นของหนังสือพิมพ์ มีดังนี้

1. ความสามารถในการแสดงให้ผู้อ่านได้มองเห็นภาพรวมของข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
2. ความสามารถในการเจาะลึก (investigate) ให้รายละเอียด
3. ความน่าเชื่อถือ (credibility) ได้รับความเชื่อถือสูง
4. ความคงทน (permanency) ในการถ่ายทอดและเก็บรักษา
5. ความสามารถในการพกพา (portability) ผู้อ่านสามารถพกหนังสือพิมพ์ติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่งด้วยรูปเล่มน้ำหนักที่เบา
6. ความสามารถในการทบทวน (review ability) หยิบขึ้นอ่านได้ทุกเวลาทุกสถานที่ที่ต้องการ

เอกสารการสอน # 1.5 ลักษณะและคุณสมบัติของหนังสือพิมพ์ (ต่อ)

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ มีดังนี้

1. **ความเร็วในการส่งสาร** ต้องอาศัยกระบวนการผลิต การจัดพิมพ์ การขนส่ง และจัดจำหน่าย จึงมีความเร็วในระดับหนึ่ง แต่ถ้าจะเปรียบกับสื่อสมัยใหม่ย่อมช้ากว่ามาก
2. **ความสามารถในการเข้าถึงผู้รับ** การเข้าถึงผู้รับนั้นยังมีอุปสรรคในเรื่องความสามารถในการอ่าน
3. **อายุสั้น** เมื่อผลิตแล้วต้องส่งไปยังผู้อ่านทันที หากทิ้งไว้จะไม่ทันต่อเหตุการณ์
4. **การเปิดรับสาร** เป็นการรับรู้ทางตาแต่เพียงอย่างเดียว และรับรู้ผ่านสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษร ภาพ และภาพประกอบ ซึ่งล้วนเป็นภาพนิ่งไม่เร้าใจมากนัก
5. **การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร** ค่อนข้างเป็นไปได้ยาก ถ้าเปรียบเทียบกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เอกสารการสอน # 1.6 ลักษณะและคุณสมบัติของนิตยสาร

เรื่องที่ 1.2.2 ลักษณะและคุณสมบัติของนิตยสาร

คุณลักษณะของนิตยสาร (magazines) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

- มีขนาดและรูปทรงหลากหลาย
- มีการพิมพ์เป็นประจำสม่ำเสมอ เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ (15 วัน) รายเดือน เป็นต้น
- มีปก ส่วนใหญ่ปกที่ใช้มักเป็นปกอ่อน มีการออกแบบปกและเย็บเป็นรูปเล่มเรียบร้อยประณีตสวยงาม
- นำเสนอเนื้อหาหลายเรื่อง เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น แฟชั่น วิธีทำอาหาร สรุปข่าวในรอบสัปดาห์ ทำนายโชคชะตา ตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาชีวิต เป็นต้น

คุณสมบัติของนิตยสาร

จุดเด่นของนิตยสาร มีดังนี้

1. ผู้บริโภคสามารถเลือกอ่านเลือกได้ตามความสนใจ
2. มีความยืดหยุ่นสูงเพราะมีรูปแบบ ขนาด และความคิดสร้างสรรค์หลากหลาย
3. นำเสนอเนื้อหาได้เข้มข้น
4. สามารถออกแบบเพื่อตอบสนองลูกค้าได้
5. มีอายุยืนยาว

ข้อจำกัดของนิตยสาร มีดังนี้

1. เข้าถึงผู้รับสารได้น้อย เพราะมีอุปสรรคเรื่องความสามารถในการอ่าน
2. มีราคาแพง
3. ขาดความสดใหม่ เพราะต้องใช้เวลาในการเตรียมต้นฉบับนานกว่าหนังสือพิมพ์

เอกสารการสอน # 1.7 ลักษณะและคุณสมบัติของภาพยนตร์

เรื่องที่ 1.2.3 ลักษณะและคุณสมบัติของภาพยนตร์

คุณลักษณะของภาพยนตร์ (motion pictures) เป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมสูงมาเป็นเวลานานหลายทศวรรษ จนกระทั่งในปัจจุบัน ภาพยนตร์มีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

- เป็นสื่อที่บันทึกภาพเคลื่อนไหวและเสียง
- การนำเสนอภาพและเสียงที่บันทึกบนจอภาพยนตร์
- ภาพยนตร์นำเสนอเนื้อหาหลายประเภท
- มีกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างเฉพาะ

คุณสมบัติของภาพยนตร์

จุดเด่นของภาพยนตร์

1. สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์หรือบทบาทการแสดง ได้ตรงตามความเป็นจริง
2. สามารถควบคุมการถ่ายภาพเพื่อให้เกิดผลตามต้องการ
3. สามารถใช้เทคนิคพิเศษเพื่อให้เกิดผลตามต้องการ
4. มีความคมชัดในการนำเสนอสูงทั้งด้านภาพและเสียง
5. มีความยิ่งใหญ่อลังการในการชมและมีความยิ่งใหญ่ในการลงทุนสร้าง
6. เนื้อหาภาพยนตร์มีเนื้อหาหลากหลายให้ผู้ชมเลือกชมตามรสนิยมที่แตกต่างไปในแต่ละเพศแต่ละวัยและบุคคล
7. มีอิสระในการนำเสนอและการสร้างจิตนาการ

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

1. ไม่สามารถชมภาพยนตร์ได้ทันทีต้องเข้าชมตามโรงภาพยนตร์
2. เสียค่าใช้จ่ายในการชม
3. ขาดความเป็นอิสระในการชม ไม่สามารถพูดคุย วิพากษ์วิจารณ์ได้ ต้องรักษามารยาทในการชมในโรงภาพยนตร์

เอกสารการสอน # 1.8 ลักษณะและคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

เรื่องที่ 1.2.4 ลักษณะและคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

ลักษณะของวิทยุกระจายเสียง (radio) เป็นสื่อที่ใกล้ชิดเปรียบเสมือนเพื่อนของผู้ฟัง เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมแพร่หลายต่อเนื่องมาโดยตลอด แต่ปัจจุบันความนิยมฟังรายการวิทยุอาจลดน้อยลงตามความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียุคดิจิทัลซึ่งทำให้คนหันไปสนใจสื่อใหม่แทน วิทยุกระจายเสียงมีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อที่ใช้เสียงในการสื่อสารกับผู้ฟังเพียงอย่างเดียว
- เสียงที่ใช้ในการสื่อสารได้แก่ เสียงพูด เสียงเพลงหรือดนตรีและเสียงประกอบ
- เนื้อหาที่นำเสนอมีหลายประเภท ได้แก่ ข่าว ความรู้ ความบันเทิง โฆษณาและประชาสัมพันธ์
- มีวิธีการนำเสนอเนื้อหารายการหลายรูปแบบ เช่น เพลง บทความ สารคดี ละคร นิตยสารทางอากาศ เป็นต้น
- สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะและกลุ่มเป้าหมายทั่วไป

คุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

จุดเด่นของวิทยุกระจายเสียง มีดังนี้

1. มีความฉับไว
2. เป็นสื่อแห่งจินตนาการ
3. สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้อย่างกว้างขวาง
4. เป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนตัว
5. ผู้ฟังสามารถเลือกฟังรายการได้หลากหลาย
6. เป็นสื่อเสริม สามารถฟังวิทยุพร้อมทำกิจกรรมอื่นไปด้วย

ข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียง

1. การรับรู้ของผู้ฟังอาจไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพราะใช้หูฟังอย่างเดียว
2. เมื่อฟังผ่านไปแล้วไม่สามารถทบทวนหรือย้อนกลับได้

เอกสารการสอน # 1.9 ลักษณะและคุณสมบัติของโทรทัศน์

เรื่องที่ 1.2.5 ลักษณะและคุณสมบัติของโทรทัศน์

ลักษณะของโทรทัศน์ (television) เป็นสื่อมวลชนที่มีพัฒนาการโดยอาศัยพื้นฐานและแนวคิดจากวิทยุกระจายเสียง ได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โทรทัศน์มีลักษณะ ดังนี้

- สื่อสารผ่านเสียงและภาพเคลื่อนไหว โดยอาศัยแสง สี มุมกล้อง ขนาดภาพ ทำหน้าที่ถ่ายทอดเนื้อหา อารมณ์ ความรู้สึกไปสู่ผู้ชม
- รายการโทรทัศน์มีความยาวตั้งแต่ต่ำกว่า 1 นาที (สปอต) ไปจนถึงครึ่งชั่วโมง หรือมากกว่าชั่วโมง
- รายการต่างๆ ได้รับการออกแบบ วางแผนให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ
- นำเสนอเนื้อหาได้หลายประเภทเช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง

คุณสมบัติของโทรทัศน์

จุดเด่นของโทรทัศน์ มีดังนี้

1. การให้ทั้งภาพและเสียงแก่ผู้รับสาร สามารถถ่ายทอดความเป็นจริง สร้างความน่าเชื่อถือ และมีความสามารถโน้มน้าวใจสูง
2. การเป็นสื่อที่มีอิทธิพล ได้แก่ สามารถสื่อสารได้เร็ว ไปได้ไกล เข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก

ข้อจำกัดของโทรทัศน์ มีดังนี้

1. การเป็นสื่อที่มีความซับซ้อน
2. การเป็นสื่อราคาแพงในการผลิตและดำเนินการ
3. การเป็นสื่อที่มีการแข่งขันสูง

เอกสารการสอน # 1.10 ลักษณะและคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ต

เรื่องที่ 1.2.6 ลักษณะและคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ต

ลักษณะอินเทอร์เน็ต (internet) เป็นสื่อได้รับความนิยมสูงและแพร่หลาย เป็นที่รู้จักกันดีในโลกการสื่อสารปัจจุบัน ลักษณะของอินเทอร์เน็ต มีดังนี้

1. **ผู้ส่งสาร** ขยายศักยภาพของคนๆ เดียวให้กลายเป็นผู้ส่งสารสู่มวลชนได้ มีการลงทุนต่ำ บุคคลสามารถมีเว็บไซต์ของตนเองได้ และข่าวสารที่เผยแพร่สามารถไปถึงมวลชนซึ่งเป็นผู้ใช้นับล้านคนทั่วโลก
2. **สาร** ข่าวสารส่วนใหญ่มักเผยแพร่ไปสู่มวลชนโดยปราศจากองค์กรทำหน้าที่กรองข่าวสาร
3. **สื่อ** มีลักษณะหลากหลายผสมผสานอยู่ด้วยกันเป็นมัลติมีเดีย (multi media) เช่น ผู้รับสารสามารถดูหนัง ฟังเพลง อ่านหนังสือพิมพ์ได้บนจอคอมพิวเตอร์ที่ใช้เป็นจอแสดงผลร่วมกัน
4. **ผู้รับสาร** ผู้รับสารสื่อสมัยใหม่มีลักษณะแยกย่อยเป็นกลุ่มเฉพาะมากขึ้น
5. **ปฏิกิริยาตอบสนอง** ปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้รับสารสามารถเกิดขึ้นได้ทันที จนเกือบจะเป็นทำนองเดียวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

คุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ต

จุดเด่นของอินเทอร์เน็ต มีดังนี้

1. สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร (receive as well as transmit)
2. เสรีภาพในการแสดงออก (freedom of expression)
3. ผู้ใช้สื่อสามารถเลือกเวลาและวิธีการในการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อได้

ข้อจำกัดของอินเทอร์เน็ต มีดังนี้

1. ฐานะทางเศรษฐกิจ ต้องใช้เงินการลงทุนเพื่อการเข้าถึง
2. ระดับการศึกษา การเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตจะมีอุปสรรคในด้านภาษาที่สื่อสาร โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ
3. ความไม่คุ้นเคย อาจจะต้องอาศัยเวลาอีกระยะหนึ่ง
4. การขาดโครงสร้างพื้นฐานรองรับระบบอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต
5. การเปิดเสรีทางข้อมูลอาจส่งผลเสียต่อผู้รับสาร

เอกสารการสอน # 1.11 เทคโนโลยีดิจิทัลในงานสื่อสารมวลชน

ตอนที่ 1.3 จุดเปลี่ยนผ่านของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 1.3.1 เทคโนโลยีดิจิทัลในงานสื่อสารมวลชน

การส่งสาร (message) ด้วยสัญญาณดิจิทัล (digita) เป็นการรับ-ส่งข้อมูลโดยใช้ตัวเลข ด้วยการนำสารมาเข้ารหัสสัญญาณดิจิทัล โดยแปลงให้อยู่ในรูปของรหัสตัวเลขฐาน 2 (binary code) ทั้งสิ้น นั่นคือ ตัวเลข 0 และ 1 เรียกว่าเป็น “digitized material” พร้อมที่จะถูกเรียกไปใช้งานผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทที่สื่อสารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้ข้อมูลที่เตรียมเพื่อการผลิตสื่อนอกจากจะใช้กับสื่อต่างๆ หลายประเภทแล้ว ยังสามารถใช้งานได้หลากหลายวัตถุประสงค์อีกด้วย โดยสารทุกประเภททั้งที่เสียง ภาพ (ทั้งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว) ตัวอักษร งานกราฟิก สามารถนำมาเข้ารหัสได้ทั้งหมด

เมื่อสื่อมวลชนนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตสื่อ ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “การใช้ข้อมูลข้ามสื่อ” (cross platform data) จากสื่อหนึ่งไปสู่สื่ออื่นๆ

เอกสารการสอน # 1.12 การรวมตัวกันทางเทคโนโลยีของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 1.3.2 การรวมตัวกันทางเทคโนโลยีของสื่อมวลชน

เมื่อสื่อมวลชนนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างเด่นชัดในแวดวงสื่อมวลชน คือ เกิดการรวมตัวกันทางเทคโนโลยีของสื่อมวลชน ที่เรียกว่า “convergence” (คอนเวอร์เจนซ์) หรือ “media convergence”

การรวมตัวกันของสื่อมวลชนนี้มีให้เห็นชัดเจน ตัวอย่างเช่น การรวมกันของหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ การรวมตัวกันทางเทคโนโลยีของสื่อมวลชนนี้ ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านบริษัทผลิตสื่อและด้านผู้รับสาร กล่าวคือ บริษัทที่ผลิตสื่อต้องปรับตัวในการวางแผนการผลิต กระบวนการผลิต ตลอดจนการนำเสนอสื่อ ขณะเดียวกันผู้รับสารก็สามารถเลือกเปิดรับสารได้มากขึ้น ทั้งช่องทางและเวลาในการเปิดรับสาร

จากพัฒนาการทางเทคโนโลยีดิจิทัล และเครือข่ายสื่อสารอินเทอร์เน็ต ส่งผลทำให้ภูมิทัศน์ของสื่อสารมวลชนและสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงไป

เอกสารการสอน # 1.13 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านธุรกิจสื่อสารมวลชน

ตอนที่ 1.4 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในศตวรรษที่ 21

เรื่องที่ 1.4.1 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านธุรกิจสื่อสารมวลชน

พัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 (ช่วงระหว่าง ค.ศ. 2001ถึง ค.ศ. 2100) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ (media landscape) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงสภาพผู้ส่งสาร ลักษณะเนื้อหาของสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร เวลา พื้นที่ของการสื่อสาร การเผยแพร่ รูปแบบของการสื่อสาร และความเป็นเจ้าของสื่อ รวมทั้งผู้มีอำนาจในการควบคุมสื่อ

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านธุรกิจสื่อ
2. ด้านผู้บริโภคสื่อ
3. ด้านเป้าหมายและตลาดของสื่อ

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านธุรกิจสื่อสารมวลชน

1. การรวมตัวกันทางธุรกิจขององค์การสื่อมวลชน
2. เหตุผลที่องค์การสื่อมวลชนรวมตัวกันทางธุรกิจและขยายขนาดธุรกิจ
   - ความประหยัดต่อขนาด (economies of scale)
   - ความประหยัดต่อขนาด (economies of scale)
   - ความสามารถในการแข่งขันระดับสากล (global competition)
3. ลักษณะการรวมตัวกันทางธุรกิจ
   1. การรวมกลุ่มกิจการในแนวตั้ง (vertical integration)
   2. การรวมกลุ่มกิจการในแนวนอน (horizontal integration)
   3. การรวมกลุ่มแบบผสม (conglomerate)

เอกสารการสอน # 1.14 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านผู้บริโภคสื่อ

เรื่องที่ 1.4.2 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านผู้บริโภคสื่อ

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านผู้บริโภคเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อทั้งในด้านการเปิดรับและการใช้สื่อ ดังนี้

1. **การเปิดรับสื่อของผู้บริโภค** เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับสาร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการใช้เวลาในการบริโภคสื่อ
2. **การเป็นผู้เลือกสื่อและจัดการ**
3. **การเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร** ได้แก่ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และการผลิตสื่อของผู้บริโภคหรือผู้ใช้สื่อ

เอกสารการสอน # 1.15 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านกลุ่มเป้าหมายและตลาดของสื่อ

เรื่องที่ 1.4.3 การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านกลุ่มเป้าหมายและตลาดของสื่อ

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ด้านกลุ่มเป้าหมาย (target audiences) และด้านตลาดของสื่อ (marketplace)

1. ด้านกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยเหตุที่ช่องทางสื่อมีหลากหลายและจำนวนสื่อมีเพิ่มขึ้นมาก ผู้บริโภคสื่อมวลชนแต่ละประเภทแต่ละชนิดจึงมีจำนวนค่อยๆ ลดลง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของสื่อมวลชนจึงต้องเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือการมุ่งสื่อสารกับกลุ่ม เป้าหมายที่ใหญ่ (huge) และมีความหลากหลาย (diverse) จึงไม่น่าจะเหมาะสมอีกต่อไป การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของสื่ออาจใช้แนวทางกำหนดส่วนแบ่งผู้บริโภค หรือผู้รับสาร (audience segmentation) โดยการพิจารณาหาวิธีการเข้าถึงและพยายามที่จะเข้าถึงผู้บริโภคส่วนใดส่วนหนึ่งของสังคมซึ่งอาจเป็นส่วนเล็ก ๆ และออกแบบสื่อให้เฉพาะเจาะจง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้สูงสุด

2. ด้านตลาดของสื่อ

"ตลาด" ของสื่อจำเป็นต้องมองให้กว้างไกลไปในระดับโลก เพื่อสร้างรายได้ให้กับองค์กร

เป้าหมายตลาดสื่อระดับโลก แม้เรื่องของภาษาอาจจะเป็นอุปสรรค เพราะภาษาไทยไม่ใช่ภาษาสากล แต่สื่อบางชนิดสามารถสื่อสารด้วยภาพหรืออาจสามารถใช้ระบบการสื่อสารอื่นๆ เพื่อสร้างความเข้าใจได้ เช่น การมีซับไตเติ้ลหรือข้อความแปลในภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้เพลง ซึ่งเป็น "ภาษาสากล" อาจเป็นสื่อที่บุกเบิกสู่ตลาดโลกได้ โดยผ่านสถานีวิทยุออนไลน์ซึ่งผู้ฟังทั่วโลก

อาจกล่าวได้ว่า องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องพัฒนาทั้งด้านการผลิตเพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล และการแสวงหาตลาดใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นในระดับภูมิภาคหรือกว้างไกลไปในระดับโลกเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

เอกสารการสอน # 1.16 ระบบ หน้าที่ และบทบาทสื่อมวลชน

<u>หน่วยที่ 2</u>

ระบบ หน้าที่ และบทบาทสื่อมวลชน

ตอนที่ 2.1 แนวคิดในการจัดแบ่งระบบสื่อมวลชน

2.1.1 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางการเมือง

2.1.2 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางเศรษฐกิจ

2.1.3 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม

ตอนที่ 2.2 ระบบสื่อมวลชนไทย

2.2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบสื่อมวลชนไทย

2.2.2 รูปแบบระบบสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 2.3 หน้าที่ของสื่อมวลชน

2.3.1 หน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน

2.3.2 หน้าที่ของสื่อมวลชนตามบริบททางสังคม

ตอนที่ 2.4 บทบาทของสื่อมวลชน

2.4.1 บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ

2.4.2 บทบาทของสื่อมวลชนในการขัดเกลาทางสังคม

2.4.3 บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างประชามติ

เอกสารการสอน # 1.17 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางการเมือง

ตอนที่ 2.1 แนวคิดในการจัดแบ่งระบบสื่อมวลชน

เรื่องที่ 2.1.1 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางการเมือง

การเมืองเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดแบ่งระบบสื่อมวลชน ทั้งในด้านกรรมสิทธิ์ในสื่อมวลชน การดำเนินการ หน้าที่ของสื่อมวลชน เนื้อหาของสื่อมวลชน การควบคุมสื่อมวลชน รวมทั้งการส่งเสริมสื่อมวลชน

การจัดแบ่งระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางการเมืองได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีสื่อสารมวลชน 4 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีเบ็ดเสร็จนิยมหรือทฤษฎีโซเวียตคอมมิวนิสต์ (Totalitarianism)
2. ทฤษฎีอำนาจนิยม (Authoritarianism)
3. ทฤษฎีอิสรภาพนิยมหรือเสรีนิยม (Libertarianism)
4. ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคม (Social Responsibility Theory)

นอกจากแนวคิดของ Four Theories of the Press แล้ว ยังมีทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชนที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นแนวคิดทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยและนำมาเป็นแนวทางในการจัดแบ่งระบบสื่อมวลชนกันอย่างแพร่หลายคือ ทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชน (Democratic Participant Media Theory)

เรื่องที่ 2.1.2 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางเศรษฐกิจ

ระบบเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดโครงสร้างระบบพื้นฐานของสื่อมวลชน ทั้งนี้ ระบบเศรษฐกิจจะมีความสัมพันธ์กับระบบการเมือง ระบบสื่อมวลชนในแต่ละประเทศจึงมีผลจากระบบการเมืองและระบบเศรษฐกิจ ผู้บริหารประเทศที่ยึดปรัชญาการเมืองแบบใดย่อมเลือกระบบเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับการเมืองแบบนั้น

ระบบเศรษฐกิจของโลกสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระบบ คือ

1. ระบบเศรษฐกิจแบบคอมมิวนิสต์ (Communism)
2. ระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม (Socialism)
3. ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) หรือเสรีนิยม (Free Enterprice)
4. ระบบเศรษฐกิจแบบผสม (Mixed Economy)

<u>ตารางที่ 2.1</u> การเปรียบเทียบระบบเศรษฐกิจทั้ง 4 ประเภท ที่มีผลต่อระบบสื่อมวลชน

ระบบเศรษฐกิจ	กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน	กลไกการทำงานของระบบ	ระบบการแข่งขัน	ระบบสื่อมวลชน
แบบคอมมิวนิสต์	รัฐโดยพรรคคอมมิวนิสต์	พรรคเป็นผู้กำหนด	ไม่มีการแข่งขัน	พรรคดำเนินการ
แบบสังคมนิยม	รัฐเป็นเจ้าของ	รัฐเป็นผู้กำหนดไม่มีกลไกราคา ไม่มีระบบการตลาด	รัฐไม่มีการแข่งขัน รัฐสั่งให้ดำเนินการ	รัฐดำเนินการส่วนใหญ่
แบบทุนนิยม	เอกชนมีกรรมสิทธิ์ใน	ใช้กลไกราคาและระบบการตลาด	มีการแข่งขันโดยเสรี ใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์	เอกชนดำเนินการส่วนใหญ่
แบบผสม	รัฐและเอกชน	ใช้กลไกราคาและระบบการตลาด	มีการแข่งขันโดยเสรี มีการใช้กลยุทธ์การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ มีการกำกับโดยรัฐบ้าง	รัฐและเอกชนดำเนินการ

เอกสารการสอน # 1.19 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม

เรื่องที่ 2.1.3 ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม

การจัดแบ่งระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม (ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ในสังคมเสรีประชาธิปไตย) ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเกิดจาก

1. การประดิษฐ์คิดค้น
2. การแพร่กระจายของวัฒนธรรม
3. การรับเอาวัฒนธรรมใหม่

เอกสารการสอน # 1.20 ปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 2.2 ระบบสื่อมวลชนไทย

เรื่องที่ 2.2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบสื่อมวลชนไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบสื่อมวลชนไทย ได้แก่

1. **แนวคิดด้านการเมืองในระบอบประชาธิปไตย** เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. **แนวคิดด้านเศรษฐกิจในระบบแบบผสม** เป็นเศรษฐกิจในระบบทุนนิยม
3. **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม** มีการเปิดรับเทคโนโลยี เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การแพร่กระจายความรู้และวัฒนธรรม

จึงทำให้ระบบสื่อมวลชนไทยเป็นแบบผสมนั่นคือ มีทั้งรัฐเป็นเจ้าของ เอกชนเป็นเจ้าของ องค์กรไม่แสวงหากำไรและ/หรือชุมชนเป็นเจ้าของรวมทั้งรูปแบบผสมผสาน

เอกสารการสอน # 1.21 รูปแบบระบบสื่อมวลชนไทย

เรื่องที่ 2.2.2 รูปแบบระบบสื่อมวลชนไทย

รูปแบบระบบสื่อมวลชนไทยแบ่งตามเกณฑ์ความเป็นเจ้าของ ได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

1. **รูปแบบที่รัฐเป็นเจ้าของ**
2. **รูปแบบที่เอกชนเป็นเจ้าของ** เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ มีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งจัดตั้งตามระเบียบของ กสทช.
3. **รูปแบบองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร** มีทั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ดำเนินการในลักษณะให้บริการสาธารณะในท้องถิ่น ไม่มีการแสวงหากำไร หากเป็นองค์กรเอกชนจะนำเสนอข่าวสารโดยมุ่งให้บริการสาธารณะ และประโยชน์ของท้องถิ่น และ
4. **รูปแบบผสมผสาน** คือ สื่อมวลชนที่รัฐเป็นเจ้าของแต่ดำเนินการโดยเอกชนภายใต้สัญญาสัมปทานหรือดำเนินงานในรูปแบบมหาชน

เอกสารการสอน # 1.22 หน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน

ตอนที่ 2.3 หน้าที่ของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 2.3.1 หน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนในฐานะสื่อหรือเครื่องมือในการสื่อสารของสมาชิกในสังคมจึงมีหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. **หน้าที่ในการให้ข่าวสาร**
2. **หน้าที่ในการแสดงความคิดเห็น**
3. **หน้าที่ในการให้การศึกษา และ**
4. **หน้าที่ในการให้ความบันเทิง**

เอกสารการสอน # 1.23 หน้าที่ของสื่อมวลชนตามบริบททางสังคม

เรื่องที่ 2.3.2 หน้าที่ของสื่อมวลชนตามบริบททางสังคม

หน้าที่ของสื่อมวลชนตามบริบททางสังคมแบ่งเป็นระดับปัจเจกชนและระดับสังคม

1. **หน้าที่ในระดับปัจเจกชน** ได้แก่ การเป็นแหล่งสารสนเทศ การยกระดับความคาดหวังของบุคคล การเสริมสร้างสถานภาพของบุคคล การสนองความต้องการทางด้านอารมณ์ และการโน้มน้าวชักจูงใจมวลชน
2. **หน้าที่ในระดับสังคม** หน้าที่ของสื่อมวลชนตามบริบททางสังคมในระดับสังคม คือ หน้าที่ในการเสริมสร้างสังคม ระบบการเมือง ระบบเศรษฐกิจ การศึกษา ยกระดับวัฒนธรรมมวลชน และการให้บริการสาธารณะ

ตอนที่ 2.4 บทบาทของสื่อมวลชน

เรื่องที่ 2.4.1 บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ

สื่อมวลชนเป็นสถาบันสังคมที่มีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การศึกษา วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม การเกษตรและสาธารณสุข ด้วยการให้ข่าวสาร การโน้มน้าว ชักจูงใจ และการถ่ายทอดความรู้และทักษะเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงต่อไป

1. บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศด้านการเมือง ดังนี้

1.1 การสร้างทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมือง

1.2 การกระตุ้นเร้าสร้างความสนใจการเมืองในระบบที่ถูกต้อง

1.3 ให้ความรู้ ข่าวสาร ทางการเมืองเพื่อให้ผู้รับสารนำไปอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

1.4 ช่วยควบคุมพฤติกรรมของนักการเมืองให้ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

1.5 จุดความสนใจของประชาชนไปสู่ประเด็นปัญหาทางการเมืองที่สำคัญ จนกระทั่งปัญหานั้นได้รับการแก้ไข

1.6 สร้างความใกล้ชิดระหว่างรัฐบาลกับประชาชน

1.7 ช่วยระดมพลังมวลชนในการสนับสนุนในสิ่งที่รัฐบาลได้ปฏิบัติอย่างถูกต้อง

1.8 สร้างบทบาททางการเมืองของประชาชนในการเป็นผู้มีสิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง หรือการเรียกร้องในประเด็นปัญหาที่ไม่ชอบมาพากล

1.9 สร้างความเป็นสากลในการเมือง

2. บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

2.1 กระตุ้นให้เศรษฐกิจเติบโต

2.2 คุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค

2.3 สร้างกลไกทางด้านการตลาดที่เหมาะสม

2.4 เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.5 เผยแพร่นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

3. บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม มีบทบาทช่วยปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคมด้วยการปลูกฝังค่านิยม ความคิด ทัศนคติ ความเชื่อ การยกระดับความคาดหวังของประชาชนไปในแนวทางที่ถูกต้อง เหมาะสม รวมถึงช่วยแพร่กระจายและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

เอกสารการสอน # 1.24 บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ (ต่อ)

4. **บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศด้านการศึกษา** ประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถ นั่นคือการให้ความรู้และการศึกษา สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการให้การศึกษา สื่อมวลชนเปรียบเสมือนตัวคูณทางการศึกษา และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางในพื้นที่อันห่างไกล

5. **บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศด้านวิทยาศาสตร์** เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมสื่อมวลชนมีบทบาทช่วยให้ข่าวสาร ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้เผยแพร่ไปอย่างกว้างขวาง และยังช่วยปลูกฝังความเข้าใจ ความสนใจในวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

6. **บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศด้านการเกษตรและสาธารณสุข** สื่อมวลชนมีบทบาทในการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ แก่ประชาชน ทำให้ประชาชนได้ซึมซับ รับรู้ เข้าใจการเปลี่ยนแปลง การยอมรับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ช่วยสร้างจิตสำนึกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเผยแพร่ความรู้ ข่าวสาร กระตุ้นเร่งเร้าให้คนในสังคมได้ตระหนักและหันมาเอาใจใส่สิ่งแวดล้อม

เอกสารการสอน # 1.25 บทบาทของสื่อมวลชนในการขัดเกลาทางสังคม

เรื่องที่ 2.4.2 บทบาทของสื่อมวลชนในการขัดเกลาทางสังคม

วัตถุประสงค์หลักของการขัดเกลาทางสังคม (socialization) ได้แก่

- เพื่อปลูกฝังระเบียบวินัย
- เพื่อปลูกฝังความมุ่งหวังหรือสร้างแรงบันดาลใจ
- เพื่อให้สมาชิกของสังคมรู้จักบทบาทและทัศนคติของตนเองที่เหมาะสม
- เพื่อสอนให้มีความชำนาญและมีทักษะ เป็นการเตรียมสมาชิกของสังคมให้มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน

บทบาทของสื่อมวลชนในการขัดเกลาทางสังคม มีดังนี้

1. สื่อมวลชนสอนบทบาทให้กับสมาชิกในสังคม
2. สื่อมวลชนสร้างค่านิยมและทัศนคติให้กับสมาชิกของสังคม
3. สื่อมวลชนช่วยกำหนดบรรทัดฐานของสมาชิกในสังคม
4. สื่อมวลชนสอนวิธีการใช้ชีวิตให้กับสมาชิกของสังคม

สถาบันสื่อมวลชนจึงเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (socialization) เพื่อช่วยหล่อหลอมบุคลิกภาพของสมาชิกในสังคมให้ดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม ส่งผลให้สังคมมีความสงบสุข

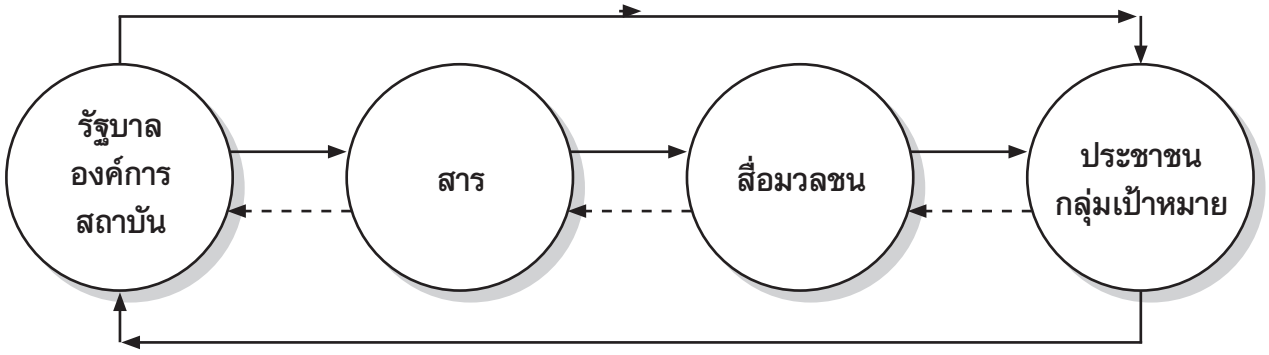
เอกสารการสอน # 1.26 บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างประชามติ

เรื่องที่ 2.4.3 บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างประชามติ

สื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างประชามติ ดังนี้

1. บทบาทในการเสนอเรื่องราว ข่าวสาร ที่รัฐบาล องค์การ สถาบัน ต้องการเผยแพร่ให้ประชาชน
2. บทบาทในการจัดเนื้อหาสาระ
3. บทบาทในการเป็นเวทีกลางแสดงความคิดเห็น
4. บทบาทในการนำความคิดเห็นจากประชาชนมาสู่รัฐบาล สถาบัน องค์การ และสังคม

สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างประชามติ ดังแผนภูมิ



แผนภูมิแสดงสื่อมวลชนกับประชามติ

เอกสารการสอน # 1.27 สื่อสิ่งพิมพ์

<u>หน่วยที่ 3</u>

สื่อสิ่งพิมพ์

ตอนที่ 3.1 หนังสือพิมพ์

3.1.1 พัฒนาการของหนังสือพิมพ์

3.1.2 บทบาทหน้าที่และประเภทของหนังสือพิมพ์

3.1.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 3.2 นิตยสาร

3.2.1 พัฒนาการของนิตยสาร

3.2.2 บทบาทหน้าที่และประเภทของนิตยสาร

3.2.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจนิตยสาร

ตอนที่ 3.3 หนังสือเล่ม

3.3.1 พัฒนาการของหนังสือเล่ม

3.3.2 บทบาทหน้าที่และประเภทของหนังสือเล่ม

3.3.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือเล่ม

เอกสารการสอน # 1.28 พัฒนาการของหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 3.1 หนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 3.1.1 พัฒนาการของหนังสือพิมพ์

1. ความเป็นมาของสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ถือเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่มีพัฒนาการมานานนับพันปี โดยยอมรับกันว่าสิ่งพิมพ์เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศจีนสมัยราชวงศ์ฮั่นเมื่อประมาณ 225 ปีก่อนคริสต์ศักราช โดยเป็นเอกสารประทับตราด้วยเซรามิกส์บนแผ่นดินเหนียว จนกระทั่ง ค.ศ. 105 มีการผลิตกระดาษขึ้น จึงประทับตราด้วยหมึกลงบนกระดาษ (ซึ่งผลิตขึ้นจากเปลือกไม้และเศษผ้า) การผลิตกระดาษนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพิมพ์

จุดเปลี่ยนสำคัญของการพิมพ์เกิดขึ้นช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 15 เมื่อโยฮานน์ กูเทนเบิร์ก (Johannes Gutenberg) ประดิษฐ์แท่นพิมพ์ที่ใช้ระบบการเรียงพิมพ์ด้วยตัวพิมพ์โลหะแบบแยกตัว

การเกิดขึ้นของสื่อสิ่งพิมพ์ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคม คือ

1. เกิดการปฏิรูปศาสนา
2. อัตราการรู้หนังสือเพิ่มขึ้น
3. มีการศึกษาเรื่องราวทางวิทยาศาสตร์
4. เกิดการแสวงหาดินแดนใหม่
5. เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม และ
6. เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครอง

2. ความเป็นมาของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทแรก มีพัฒนาการยาวนานนับแต่เมื่อ 225 ปีก่อนคริสต์ศักราชถึงช่วงกลางศตวรรษที่ 15 เมื่อโยฮานน์ กูเทนเบิร์ก ประดิษฐ์แท่นพิมพ์ที่ใช้ตัวพิมพ์โลหะแบบแยกตัว นับเป็นจุดเริ่มต้นประวัติศาสตร์การพิมพ์ ทำให้สิ่งพิมพ์แพร่หลายและเกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงการปกครองที่ใช้สื่อหนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือก่อแนวคิดอุดมการณ์ประชาธิปไตย และเป็นสื่อในการเรียกร้องอิสรภาพ

แนวคิดหลักของหนังสือพิมพ์จึงเน้นการทำหน้าที่ติดตามตรวจสอบการบริหารประเทศของรัฐบาล เป็นผู้เฝ้าระวังเหตุและคอยเตือนภัยให้คนในสังคม

3. ความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

- พ.ศ. 2387 หมอบรัดเลย์ได้ออกหนังสือพิมพ์ฉบับแรกในเมืองไทยชื่อ บางกอกรีคอร์ดเดอร์ (Bangkok Recorder) ซึ่งขณะนั้นเรียกว่า หนังสือจดหมายเหตุฯ หมอบรัดเลย์ถือเป็นผู้บุกเบิกการพิมพ์ในประเทศไทยและได้รับยกย่องว่าเป็น “บิดาแห่งการพิมพ์ไทย”
- กิจการการพิมพ์ของคนไทยเริ่มต้นครั้งแรกโดยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4
- พ.ศ. 2401 ได้จัดพิมพ์ “หนังสือราชกิจจานุเบกษา” อันเป็นหนังสือพิมพ์ของราชการฉบับแรก สำหรับบอกข่าวคราวในราชสำนักและเก็บความจากประกาศของราชการต่างๆ พิมพ์ออกเผยแพร่
- พ.ศ. 2418 ในรัชกาลที่ 5 เกิดหนังสือพิมพ์รายวันฉบับแรกของไทยคือ หนังสือพิมพ์ คอร์ต (Court) ต่อมาในปี 2419 เปลี่ยนชื่อเป็น “ข่าวราชการ”

เอกสารการสอน # 1.29 บทบาทหน้าที่และประเภทของหนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 3.1.2 บทบาทหน้าที่และประเภทของหนังสือพิมพ์

1. บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ ดังนี้

1.1 บทบาทหน้าที่ทางการเมือง

1.2 บทบาทหน้าที่ในการพิทักษ์ประโยชน์สาธารณะ

1.3 บทบาทหน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะหรือชี้แนวทางแก่สังคม

1.4 บทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นแหล่งผลิตความจริงในสังคม

2. ประเภทของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์แบ่งได้หลายประเภทตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

2.1 แบ่งตามการเสนอเนื้อหา มี 2 ประเภท คือ

1) หนังสือพิมพ์ทั่วไป (general newspaper)

2) หนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องหรือเฉพาะกลุ่ม (specialized newspaper)

2.2 แบ่งตามลักษณะการเสนอข่าว 2 ประเภท คือ

1) หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ (quantity newspaper)

2) หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ (quality newspaper)

2.3 แบ่งตามขนาดรูปเล่ม หนังสือพิมพ์ที่วางจำหน่ายทั่วไปนั้น แบ่งได้ 2 ขนาด คือ

1) หนังสือพิมพ์ขนาดมาตรฐาน (standard sheet หรือ broadsheet)

2) หนังสือพิมพ์ขนาดเล็กหรือแทบลอยด์ (tabloid)

2.4 แบ่งตามขอบเขตทางภูมิศาสตร์ คือดูตามพื้นที่การจำหน่ายเผยแพร่ของหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็น

1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (local newspaper)

2) หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (national newspaper)

3) หนังสือพิมพ์ระดับนานาชาติ (international newspaper)

2.5 แบ่งตามระยะเวลาการเผยแพร่ คือ การดูระยะเวลาของการออกจำหน่ายเผยแพร่ แบ่งได้เป็น

1) หนังสือพิมพ์รายวัน (daily newspaper)

2) หนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช่รายวัน (non-daily newspaper)

2.6 แบ่งตามวัตถุประสงค์ขององค์กรผู้ผลิต คือ หนังสือพิมพ์ที่ไม่หวังผลจากการจำหน่ายหรือ อาจไม่ต้องการเผยแพร่ในวงกว้าง รวมทั้งอาจมีจุดมุ่งหมายเฉพาะในการผลิต ได้แก่

1) หนังสือพิมพ์สถานศึกษา (school newspaper)

2) หนังสือพิมพ์แจก (free newspaper)

3) หนังสือพิมพ์ฉบับแทรก (supplement)

4) หนังสือพิมพ์กำแพง (wall newspaper)

5) หนังสือพิมพ์ใต้ดิน (underground newspaper)

6) หนังสือพิมพ์การเมือง (political newspaper)

เอกสารการสอน # 1.30 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 3.1.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์

1. การจัดองค์กรและการบริหารหนังสือพิมพ์ องค์กรหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการจัดองค์กรและวางระบบการบริหารงานภายในองค์กรที่คล้ายกัน คือมักจะแบ่งส่วนงานหลักออกเป็น 3 หน่วย ได้แก่

1) กองบรรณาธิการ ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาทั้งข่าว บทความ สารคดีและข้อเขียนทุกประเภทยกเว้นโฆษณา
2) กองการผลิต ทำหน้าที่ผลิตหรือจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ให้ออกมาเป็นรูปเล่มตามที่กำหนด
3) กองการจัดการ ทำหน้าที่จัดการงานทุกด้านเพื่อให้ทุกส่วนทำงานได้ราบรื่น เช่นการสรรหาบุคลากร งานบัญชีการเงิน งานขนส่ง งานพัสดุ ยานยนต์ แม่บ้านและงานอื่นๆ โดยงานที่สำคัญที่สุดในส่วนนี้คืองานหาโฆษณาและงานจัดจำหน่าย

เอกสารการสอน # 1.31 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์

เรื่องที่ 3.1.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์

2. การดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์

2.1 รูปแบบการดำเนินการ ธุรกิจหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ดำเนินการในรูปบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด ซึ่งรูปแบบหรือสถานะการเป็นเจ้าของตามข้อบังคับทางกฎหมายในเรื่องการดำเนินกิจการมีดังนี้

1) รูปแบบบริษัทจำกัด ตัวอย่างเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์
2) รูปแบบบริษัทมหาชนจำกัด ตัวอย่างเช่น บริษัทโพสต์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

2.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ มี 3 ลักษณะดังนี้

1) เป็นธุรกิจที่มีสินค้าตัวเดียวหรือมีหนังสือพิมพ์หัวเดียว ได้แก่
   - บริษัทสารสู่อนาคต จำกัด ดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ “ไทยโพสต์”
   - บริษัทหนังสือพิมพ์แนวหน้า จำกัด ดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ “แนวหน้า”
   - บริษัทสยามรัฐ จำกัด ดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ “สยามรัฐ”
2) เป็นธุรกิจแบบเครือข่ายหรือแบบกลุ่ม ตัวอย่างเช่น บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) หรือเครือมติชน บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “เครือเนชั่น” บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) หรือเครือสยามสปอร์ต
3) เป็นธุรกิจแบบข้ามสื่อ ตัวอย่างเช่น เครือสยามสปอร์ต

เอกสารการสอน # 1.32 พัฒนาการของนิตยสาร

ตอนที่ 3.2 นิตยสาร

เรื่องที่ 3.2.1 พัฒนาการของนิตยสาร

นิตยสาร (magazine) เป็นสิ่งพิมพ์เย็บเล่มที่จัดเป็นหนังสือรายคาบ นำเสนอเนื้อหาหลายรสหลายเรื่อง เน้นเรื่องราวความรู้และสร้างความเพลิดเพลินใจเป็นสำคัญ

ค.ศ. 1731 เอ็ดเวิร์ด เคฟ (Edward Cave) ได้ออกนิตยสาร “The Gentleman Magazine” ซึ่งได้ใช้คำว่า magazine เป็นครั้งแรก

ประเทศสหรัฐอเมริกา นิตยสารฉบับแรกเกิดขึ้นที่ฟิลาเดลเฟียใน ค.ศ. 1741 ชื่อ อเมริกัน แมกกาซีน (American Magazine) ก่อตั้งโดยแอนดรูว์ แบรดฟอร์ด (Andrew Bradford)

พ.ศ. 2417 ประเทศไทยออกนิตยสารฉบับแรกคือ ดรุโณวาท ตีพิมพ์เผยแพร่เป็นรายสัปดาห์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารราชการ

เมื่อสังคมไทยก้าวสู่ยุคดิจิทัล คนส่วนใหญ่หันไปใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ทำให้ธุรกิจนิตยสารประสบภาวะวิกฤติ นับแต่ปี 2558-2560 มีนิตยสารปิดตัวไปจำนวนมาก บางฉบับขยับขยายมานำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ควบคู่ไปกับนิตยสารเล่ม

เอกสารการสอน # 1.33 บทบาทหน้าที่และประเภทของนิตยสาร

เรื่องที่ 3.2.2 บทบาทหน้าที่และประเภทของนิตยสาร

1. บทบาทหน้าที่ของนิตยสาร มีบทบาทหน้าที่ทั้งต่อปัจเจกบุคคลและต่อสังคม ดังนี้

1.1 เป็นแหล่งให้สาระความรู้และความเคลื่อนไหวในสังคม

1.2 เป็นแหล่งถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมและการเรียนรู้ทางสังคม

1.3 เป็นแหล่งตอบสนองรสนิยมและการใช้ชีวิตในสังคม

1.4 เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆ

2. ประเภทนิตยสาร นิตยสารที่วางจำหน่ายทั่วไป สามารถแบ่งประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

2.1 นิตยสารทั่วไป

2.2 นิตยสารเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะด้าน

1) นิตยสารผู้หญิง

2) นิตยสารผู้ชาย

3) นิตยสารธุรกิจ

4) นิตยสารอื่นๆ ได้แก่ นิตยสารเฉพาะด้านอื่นๆ ที่มีเนื้อหาเจาะกลุ่มผู้อ่านที่มีความสนใจต่างๆ กัน

2.3 นิตยสารสมาคม

2.4 นิตยสารประชาสัมพันธ์

2.5 นิตยสารเฉพาะวาระ

2.6 นิตยสารฉบับแทรกหนังสือพิมพ์

เอกสารการสอน # 1.34 การบริหารและการดำเนินธุรกิจนิตยสาร

เรื่องที่ 3.2.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจนิตยสาร

การบริหารและการดำเนินธุรกิจนิตยสารมีลักษณะการจัดโครงสร้างองค์กรเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ ประกอบด้วยหน่วยงาน 3 ส่วน ได้แก่ กองบรรณาธิการ กองการผลิตและกองการจัดการ แต่อาจแตกต่างในเรื่องของขนาดธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ

1. การจัดองค์กรและการบริหารธุรกิจนิตยสาร

1.1 กองบรรณาธิการ

1.2 กองการผลิต

1.3 กองการจัดการ

2. การดำเนินธุรกิจนิตยสาร

2.1 รูปแบบการดำเนินการ หรือสถานะการเป็นเจ้าของในธุรกิจนิตยสารมีดังนี้

1) รูปแบบหน่วยงานของรัฐ

2) รูปแบบบริษัทจำกัด

3) รูปแบบบริษัทมหาชนจำกัด

2.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ โดยส่วนใหญ่การเริ่มต้นธุรกิจนิตยสารมักจะจัดตั้งในรูปบริษัทจำกัด โดยผลิตสินค้าเพียงตัวเดียวหรือจัดทำนิตยสารเพียงหัวเดียว ต่อเมื่อธุรกิจขยายตัวหรือมีการผลิตนิตยสารหลายหัวหรือหลายชื่อฉบับมากขึ้น ก็จำเป็นต้องระดมทุนโดยการจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนจำกัด

เอกสารการสอน # 1.35 พัฒนาการของหนังสือเล่ม

ตอนที่ 3.3 หนังสือเล่ม

เรื่องที่ 3.3.1 พัฒนาการของหนังสือเล่ม

พัฒนาการของหนังสือเล่มที่มีการเขียนลงบนกระดาษปาปิรุสที่เก่าแก่ที่สุดอยู่ในยุคอียิปต์คือ **“เดอะเกรท แฮร์ริส ปาปิรุส” (The Great Harris Papyrus)** ส่วนหนังสือเล่มที่พิมพ์ด้วยบล็อกไม้ที่เก่าแก่ที่สุดเกิดขึ้นที่ประเทศจีนคือ “ไดอมอนด์ สุตรา” (Diamond Sutra)

ต่อมาเมื่อกูเทนเบิร์กประดิษฐ์แท่นพิมพ์ขึ้น จึงเกิดหนังสือเล่มที่พิมพ์ในแท่นพิมพ์ระบบใหม่คือ **“กูเทนเบิร์กไบเบิล” (Gutenberg Bible)**

สำหรับประเทศไทย หมอบรัดเลย์ ได้จัดพิมพ์หนังสือเล่มขึ้นครั้งแรกชื่อ **“บัญญัติสิบประการ”** ในสมัยรัชกาลที่ 3 รวมทั้งมีการซื้อลิขสิทธิ์หนังสือ **“นิราศลอนดอน”** มาจัดพิมพ์เพื่อการจำหน่ายเป็นครั้งแรกด้วย ต่อมาจึงพัฒนามาเป็นธุรกิจหนังสือเล่มเต็มรูปแบบมีสำนักพิมพ์จำนวนมากผลิตหนังสือเล่มออกสู่ตลาด รวมถึงการปรับตัวเข้าสู่การเป็น **“อี-บุ๊ก”** หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักอ่านยุคสื่อออนไลน์มากขึ้น

เอกสารการสอน # 1.36 บทบาทหน้าที่และประเภทของหนังสือเล่ม

เรื่องที่ 3.3.2 บทบาทหน้าที่และประเภทของหนังสือเล่ม

1. บทบาทหน้าที่ของหนังสือเล่ม

บทบาทหน้าที่หลักของหนังสือเล่มคือการเป็นแหล่งรวมความรู้ทุกแขนงและการสร้างความจรรโลงใจให้แก่ผู้อ่าน รวมถึงบทบาทเฉพาะด้านซึ่งเห็นได้ชัดเจน ดังนี้

1.1 เป็นแหล่งรวมความรู้ทุกแขนง

1.2 เป็นสิ่งจรรโลงใจ

1.3 เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์

1.4 เป็นทรัพย์สินของชาติและของโลก

2. ประเภทของธุรกิจหนังสือเล่ม

โดยทั่วไปการแบ่งประเภทหนังสือเล่มสามารถแบ่งได้ตามเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

2.1 แบ่งตามกลุ่มผู้อ่าน คือแบ่งตามลักษณะของกลุ่มผู้อ่าน เช่น หนังสือเด็ก หนังสือวัยรุ่น หนังสือผู้ใหญ่ ในแต่ละกลุ่มอาจแยกย่อยได้อีก เช่น หนังสือเด็กก็อาจแยกเป็นหนังสือการ์ตูน หนังสือนิทาน เป็นต้น

2.2 แบ่งตามวัตถุประสงค์ในการอ่าน เป็นการดูความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการอ่านของผู้อ่าน เช่น ต้องการอ่านเพื่อศึกษาค้นคว้า ก็อาจแบ่งย่อยได้เป็นคู่มือ ตำราหนังสือแบบเรียน หนังสืออ้างอิง หรือหากอ่านเพื่อความบันเทิงก็อาจเป็น เรื่องสั้น นวนิยาย กวีนิพนธ์ หรือหนังสือบันเทิงคดีต่างๆ หรือหากต้องการอ่านเพื่อพัฒนาความรู้หรือทักษะทางวิชาชีพหรืออาชีพต่างๆ ก็อาจเป็นหนังสือคู่มือ หนังสือวิชาชีพ หรือหนังสือแนะนำวิธีสร้างความสำเร็จ (how to book) เป็นต้น

2.3 แบ่งตามเนื้อหา แบ่งได้เป็น 2 แนวใหญ่ๆ คือ

1) หนังสือแนวสารคดี (non-fiction)

2) แนวบันเทิงคดี (fiction)

2.4 แบ่งตามกลุ่มตลาดหนังสือเล่ม แบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1) หนังสือทั่วไป (Trade books)

2) หนังสือตำรา/หนังสือประกอบการเรียน (Educational books)

3) หนังสืออ้างอิง (Reference books)

4) หนังสือวิชาชีพ (Professional books)

เอกสารการสอน # 1.37 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือเล่ม

เรื่องที่ 3.3.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือเล่ม

การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือเล่มมีความแตกต่างสิ่งพิมพ์อื่นๆ เนื่องจากมีเนื้อหาที่เจาะจงเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ อีกทั้งไม่มีกำหนดระยะเวลาวางจำหน่ายที่ตายตัว รวมถึงขนาดของธุรกิจ ทำให้การจัดองค์กร และการดำเนินธุรกิจมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน

1. การจัดองค์กรและการบริหารธุรกิจหนังสือเล่ม

การผลิตหนังสือเล่มประกอบด้วยงานที่จะต้องมีผู้รับผิดชอบดำเนินการ 4 ด้านหลัก คือ

1) งานการจัดพิมพ์
2) งานสร้างสรรค์เนื้อหา
3) งานการพิมพ์
4) งานจัดจำหน่าย

สำหรับวงการธุรกิจหนังสือเล่ม การผลิตหนังสือเล่มส่วนใหญ่มักดำเนินการโดย “สำนักพิมพ์” (Book publishing house) ซึ่งเป็นองค์กรที่จัดหาต้นฉบับจากแหล่งต่างๆ ที่คาดว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านให้ความสนใจ แล้วนำมาจัดพิมพ์เพื่อวางจำหน่าย ดังนั้น การจัดองค์กรและการบริหารจึงให้น้ำหนักในโครงสร้างแต่ละส่วน ดังนี้

1) กองบรรณาธิการ
2) กองการผลิต
3) กองการจัดการ

เอกสารการสอน # 1.38 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือเล่ม

เรื่องที่ 3.3.3 การบริหารและการดำเนินธุรกิจหนังสือเล่ม

2. การดำเนินธุรกิจหนังสือเล่ม

2.1 รูปแบบการดำเนินการ หากพิจารณาตามลักษณะการเป็นเจ้าของสำนักพิมพ์ จะพบว่า รูปแบบการดำเนินการสำนักพิมพ์มี 3 รูปแบบคือ

1) สำนักพิมพ์ของเอกชน
2) สำนักพิมพ์ของหน่วยงานรัฐ
3) สำนักพิมพ์ของมหาวิทยาลัย

2.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ มีขั้นตอนที่ต้องพิจารณาตามลำดับ ดังนี้

1) การคาดการณ์ความสนใจของตลาดผู้อ่าน
2) การกำหนดแนวเนื้อหา
3) การแสวงหาต้นฉบับ
4) การวางแผนการผลิต
5) การวางแผนการจัดจำหน่าย

เอกสารการสอน # 1.39 ภาพถ่าย

<u>หน่วยที่ 4</u>

ภาพถ่าย

ตอนที่ 4.1 กำเนิดและพัฒนาการของภาพถ่าย

4.1.1 กำเนิดภาพถ่าย

4.1.2 พัฒนาการของภาพถ่าย

ตอนที่ 4.2 การผลิตภาพถ่าย

4.2.1 หลักการถ่ายภาพ

4.2.2 กล้องถ่ายภาพ

4.2.3 เลนส์

4.2.4 วัสดุบันทึกภาพถ่าย

ตอนที่ 4.3 การใช้ภาพถ่ายโสตทัศน์

4.3.1 คุณลักษณะของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร

4.3.2 การใช้ภาพถ่ายด้านวิทยาศาสตร์และสังคม

4.3.3 การใช้ภาพถ่ายด้านศิลปะ

4.3.4 การใช้ภาพถ่ายด้านการค้า

เอกสารการสอน # 1.40 กำเนิดภาพถ่าย

ตอนที่ 4.1 กำเนิดและพัฒนาการของภาพถ่าย

เรื่องที่ 4.1.1 กำเนิดภาพถ่าย

ภาพถ่ายด้วยกล้องฟิล์มเป็นกระบวนผลิตภาพด้วยแสงและกระบวนการทางเคมี เป็นการควบคุมแสงสะท้อนให้ตกกระทบลงบนผิววัสดุไวแสง

ปัจจุบันภาพถ่ายเป็นกระบวนการดิจิทัล (digital processes) การบันทึกภาพดิจิทัลใช้ตัวเซ็นเซอร์ (sensor) หรืออุปกรณ์รับแสงจับภาพจากเลนส์และเก็บภาพไว้ในรูปแบบของไฟล์ดิจิทัล

คริสต์ศตวรรษที่ 16 มีผู้คิดประดิษฐ์ กล้องออบสคูร่า (camera obscura) หรือห้องมืด (dark room) ขึ้นเป็นครั้งแรก ถือเป็นต้นแบบของกล้องถ่ายภาพ ซึ่งเป็นกล่องทึบแสง ด้านข้างเจาะรูขนาดเท่ารูเข็มไว้ ส่วนด้านตรงข้ามจะมีกระจกเงาและจอรับภาพ นำเลนซ์ขนาดเล็กมาวางไว้ที่หน้าช่องรูเข็ม

ก่อนปี ค.ศ. 1800 โทมัส เวดจ์วูด (Thomas Wedgwood) นักเคมีชาวอังกฤษ เป็นผู้ประสบความสำเร็จจากการผลิตภาพโดยนำใบไม้มาวางไว้บนแผ่นหนังทาเกลือสีเงินและนำไปให้ถูกแสง

เอกสารการสอน # 1.41 พัฒนาการของภาพถ่าย

เรื่องที่ 4.1.2 พัฒนาการของภาพถ่าย

- **พัฒนาการด้านวัสดุไวแสง**

ค.ศ. 1820 คือ โจเซฟ นิเซฟอ เนี้ยบส์ (Joseph Nicéphore Niépce)กระบวนการดาแกโรไทพ์ (daguerreotype) คือ จุดเริ่มต้นสำคัญของกระบวนการถ่ายภาพสมัยใหม่ กระบวนการคาโลไทพ์ (calotype) กระบวนการโคโลเดียน (wet-collodion process)

ค.ศ.1884 ยอร์จ อีสท์แมน (George Eastman) และดับบลิว เอช วอร์คเกอร์ (W.H. Walker) ชาวอเมริกัน ได้ร่วมกันคิดค้นวัสดุไวแสงเป็นม้วนกระดาษเคลือบกาวเจลาตินเพื่อใช้กับกล้องถ่ายภาพเคลือบสารไวแสงลงแผ่นพลาสติกโปร่งแสงหรือเซลลูลอยด์ (celluloid)

ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา เทคโนโลยีการถ่ายภาพดิจิทัลได้เข้ามาแทนที่การถ่ายภาพด้วยฟิล์ม

เอกสารการสอน # 1.42 หลักการถ่ายภาพ

ตอนที่ 4.2 การผลิตภาพถ่าย

เรื่องที่ 4.2.1 หลักการถ่ายภาพ

- การถ่ายภาพในยุคแรกมาจากหลักการทางด้านแสงและเคมี โดยกล้องถ่ายภาพเป็นอุปกรณ์ที่ทำให้เกิดภาพ เมื่อแสงส่องผ่านเลนส์เข้าไปในกล้องจะนำภาพของวัตถุ สิ่งของ คน หรือฉากที่อยู่หน้ากล้องเข้าไปบันทึกที่ฟิล์ม

- การถ่ายภาพดิจิทัลเป็นการสแกนภาพและแปลงภาพไปเป็นรหัสคอมพิวเตอร์

เอกสารการสอน # 1.43 กล้องถ่ายภาพ

เรื่องที่ 4.2.2 กล้องถ่ายภาพ

การทำงานของกล้องถ่ายภาพอาศัยหลักการสะท้อนแสงของวัตถุที่จะถ่ายผ่านเลนส์ไปยังวัสดุบันทึกภาพ โดยมีการควบคุมปริมาณของแสงด้วยการปรับขนาดความกว้างของรูรับแสงและความเร็วเตอร์

กล้องถ่ายภาพดิจิทัล

- เซ็นเซอร์ (sensor) เป็นตัวรับแสง เกิดจุดภาพที่เรียกว่า “พิกเซล” (Pixel)
- จุดเด่น ถ่ายภาพได้มากโดยไม่เปลืองค่าใช้จ่ายดูภาพที่จอภาพได้ทันที ปรับเปลี่ยนค่าความไวแสงได้ตลอดเวลา ปรับปรุงแก้ไขภาพที่ถ่ายเบื้องต้นได้ ใช้งานร่วมกับคอมพิวเตอร์ได้ง่าย ไฟล์ภาพเก็บไว้ได้นาน พิมพ์ภาพที่ถ่ายได้ด้วยตนเอง บันทึกภาพเคลื่อนไหวได้

เรื่องที่ 4.2.2 กล้องถ่ายภาพ

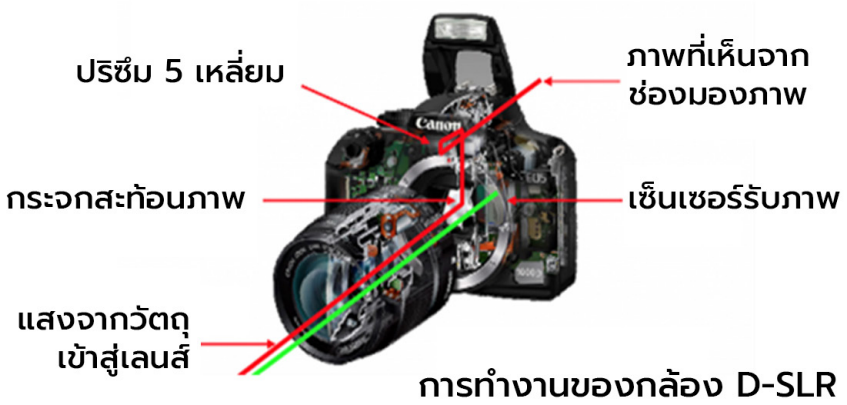
ประเภทของกล้องดิจิทัล

1. กล้องดิจิทัลแบบคอมแพ็ค (Compact Digital Camera) มีรูปทรงของกล้องมีความหลากหลาย ขนาดกะทัดรัด เบา เลนส์ติดกับตัวกล้อง ใช้งานได้ง่าย

2. กล้องดิจิทัลแบบสะท้อนเลนส์เดี่ยว (Digital Single Lens Reflex Camera หรือ D-SLR) สำหรับการใช้งานช่างภาพกึ่งมืออาชีพจนถึงระดับมืออาชีพ มองภาพจากช่องมองภาพผ่านเลนส์ ทำให้เห็นภาพที่จะถ่ายใกล้เคียงกับที่บันทึกที่เซ็นเซอร์รับภาพ สามารถควบคุมการถ่ายภาพด้วยมือของผู้ถ่ายภาพเองได้ทั้งหมด

ส่วนประกอบของกล้องดิจิทัล

- ตัวกล้อง (body หรือ housing)
- เลนส์ (lens)
- ช่องมองภาพ (viewfinder)
- แบตเตอรี่ (battery)
- หน่วยความจำ (memory)
- ปุ่มควบคุมการทำงานต่างๆ และ
- ชัตเตอร์ (shutter)



การทำงานของกล้อง D-SLR

เอกสารการสอน # 1.45 เลนส์

เรื่องที่ 4.2.3 เลนส์

เลนส์มีหน้าที่นำแสงสะท้อนจากวัตถุหรือสิ่งที่ถ่ายเข้าไปถึงระยะโฟกัสของภาพบนแผ่นฟิล์มหรือตัวเซ็นเซอร์ภายในกล้อง ปรับความคมชัดของแสงที่จะไปบันทึกบนแผ่นฟิล์มหรือตัวเซ็นเซอร์

คุณสมบัติของเลนส์

- **ความยาวโฟกัส (Focal Length)**
- **ช่องรับแสง (Lens Apertures)**
- **การปรับระยะโฟกัส (Focusing)**
- **ช่วงความชัด (Depth of Field)**

เอกสารการสอน # 1.46 ความยาวโฟกัส

เรื่องที่ 4.2.3 เลนส์

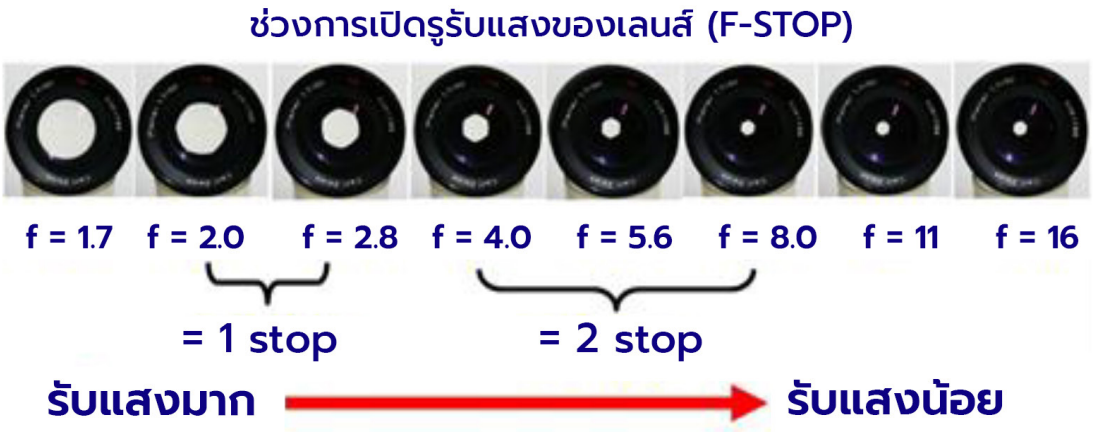
คุณสมบัติของเลนส์

● **ความยาวโฟกัส (Focal Length)** มีผลต่อกำลังขยายภาพ ความยาวโฟกัสมากจะมีกำลังขยายภาพมาก ความยาวโฟกัสน้อยจะมีกำลังการขยายภาพน้อย มีหน่วยวัดคือ “มิลลิเมตร” (millimeter: mm) ใช้ตัวย่อว่า “F” เช่น F 10 mm. F 50 mm. ขนาดความยาวโฟกัสแบ่งเป็น 3 ขนาด

1) ความยาวไฟกัสปานกลาง เป็นเลนส์ปกติ หรือเลนส์มาตรฐาน (normal lens หรือ standard lens)
2) ความยาวโฟกัสสั้น ได้มุมมองของภาพกว้างกว่าเลนส์ปกติ มีผลให้ได้ภาพที่บันทึกไกลออกไป เรียกว่า เลนส์มุมกว้าง (wide angle lens)
3) ความยาวโฟกัสยาว ถ่ายภาพได้มุมแคบกว่าเลนส์ปกติ ภาพจะบันทึกได้เฉพาะส่วนที่อยู่ในมุมแคบ เรียกว่าเลนส์เทเลโฟโต้ หรือเลนส์ถ่ายไกล (telephoto lens)

● **ช่องรับแสง (Lens Apertures)** ส่วนกำหนดปริมาณแสงที่จะบันทึกภาพขนาดของช่องรับแสงกำหนดเป็นตัวเลข เรียกว่า “เอฟนัมเบอร์” (f-number) หรือ “เอฟ-สตอป”(f-stop) ตัวเลขที่เป็นมาตรฐานสากล มีดังนี้

1 1.4 2 2.8 4 5.6 8 11 16 22 32 45 64



เอกสารการสอน # 1.47 ช่วงความชัด

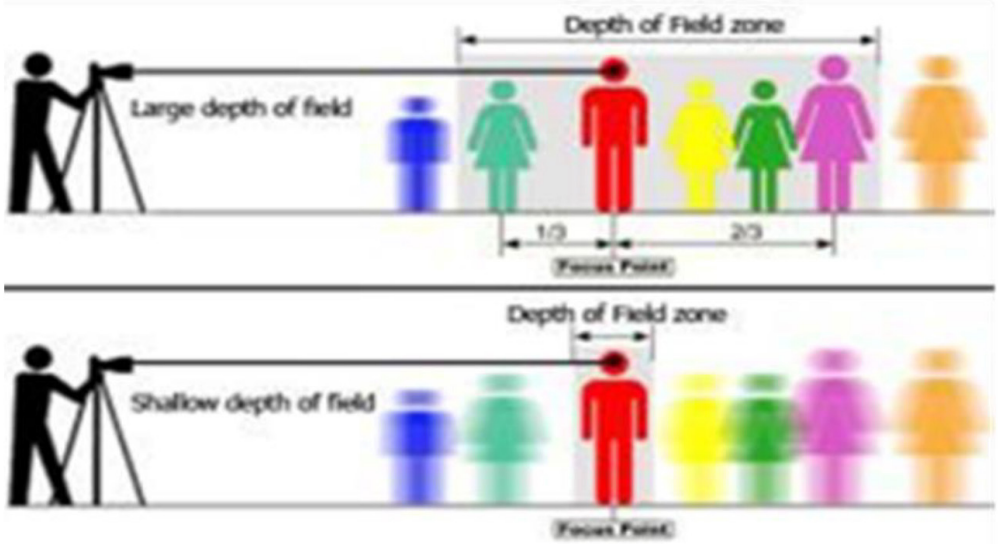
เรื่องที่ 4.2.3 เลนส์

คุณสมบัติของเลนส์

● **ช่วงความชัด (Depth of Field)** คือระยะที่เราสามารถเห็นภาพสิ่งที่ถ่ายได้ชัดเจนหรือวัตถุที่ถ่ายอยู่ในบริเวณช่วงที่ภาพมีความชัด ปัจจัยที่มีผลกับระยะชัดลึกมี 3 ปัจจัย

1) ความยาวโฟกัสของเลนส์ 2) ขนาดช่องรับแสงของเลนส์

3) ระยะห่างของวัตถุกับเลนส์กล้อง



เอกสารการสอน # 1.48 วัสดุบันทึกภาพถ่าย

เรื่องที่ 4.2.4 วัสดุบันทึกภาพถ่าย

วัสดุบันทึกภาพถ่าย

- **กล้องที่ใช้ฟิล์ม** วัสดุที่ใช้บันทึกภาพถ่ายก็คือฟิล์ม (film)

- **การถ่ายด้วยกล้องดิจิทัล** วัสดุที่ใช้บันทึกภาพถ่ายจะเป็นการ์ดหน่วยความจำ การ์ดหน่วยความจำ (Memory card) นิยมใช้เป็นแฟลชเมมโมรี (Flash memory) เพราะทนทานและเก็บข้อมูลได้น่าเชื่อถือกว่าที่นิยมใช้ มีดังนี้

  1) คอมแพ็คแฟลช (Compact flash)
  2) เมมโมรีสติ๊ก (Memory stick)
  3) สมาร์ทมีเดีย (Smart media)
  4) เอสดีการ์ด (Secure digital Card: SD)
  5) มัลติมีเดียการ์ด (Multimedia card: MMC)

เอกสารการสอน # 1.49 คุณลักษณะของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร

ตอนที่ 4.3 การใช้ภาพถ่ายโสตทัศน์

เรื่องที่ 4.3.1 คุณลักษณะของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร

คุณลักษณะของภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร

1. เป็นสื่อสากลที่สามารถสื่อสารเรื่องราวและเหตุการณ์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน
2. เป็นสื่อที่สร้างความน่าเชื่อถือได้
3. เป็นสื่อที่ช่วยสร้างความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว และ
4. เป็นสื่อที่ดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจ

เอกสารการสอน # 1.50 การใช้ภาพถ่ายด้านวิทยาศาสตร์และสังคม

เรื่องที่ 4.3.2 การใช้ภาพถ่ายด้านวิทยาศาสตร์และสังคม

การใช้ภาพถ่ายด้านวิทยาศาสตร์และสังคม

การนำภาพถ่ายไปใช้เพื่อศึกษาการเคลื่อนไหวของมนุษย์และสัตว์ และการนำไปใช้ในระบบอุตสาหกรรม การค้า การสร้างความเชื่อถือ การโน้มน้าวใจ การบันทึกข่าวและเหตุการณ์

เอกสารการสอน # 1.51 การใช้ภาพถ่ายด้านศิลปะ

เรื่องที่ 4.3.3 การใช้ภาพถ่ายด้านศิลปะ

การใช้ภาพถ่ายด้านศิลปะ

- **การถ่ายภาพถือเป็นศิลปะแขนงหนึ่ง**
- **ภาพถ่ายพิคทอเรียลลิสซึม (pictorialism)** เป็นภาพถ่ายที่เห็นแล้วชวนฝัน ภาพเลือนรางพร่ามัวไม่ชัดเจน และมีสีสันสวยงามเหนือจริง ซึ่งเกิดจากการมองโลกในด้านดีงามและมีความหวัง เรื่องราวในภาพมีความหลากหลายมีทั้งความงามและความอ่อนโยน
- **การถ่ายภาพสมัยใหม่ (Modern photography)** การสนับสนุนแนวความคิดของปัจเจกบุคคล เน้นความเชื่อความเป็นแบบฉบับเพียงหนึ่งเดียว และมีความคิดว่าศิลปะเพื่อศิลปะไม่ต้องรับใช้ชนชั้นและศาสนาเหมือนในอดีต
- **สเตรท โฟโตกราฟี (straight photography)** เป็นการบันทึกภาพถ่ายและนำเสนออย่างตรงไปตรงมาโดยไม่มีการแต่งเติมภาพหรือทำผิดเพี้ยนไปจากเดิม

เอกสารการสอน # 1.52 การใช้ภาพถ่ายด้านการค้า

เรื่องที่ 4.3.4 การใช้ภาพถ่ายด้านการค้า

การใช้ภาพถ่ายเพื่อการค้า เป็นการใช้ภาพถ่ายเพื่อการนำเสนอแนวศิลปะหลังสมัยใหม่และผสมผสานกับธุรกิจ หรือใช้ร่วมกับศิลปะรูปแบบอื่นๆ เช่น ภาพถ่ายบุคคล ภาพถ่ายโฆษณาภาพถ่ายแฟชั่น ภาพถ่ายสต็อก

เอกสารการสอน # 1.53 ภาพยนตร์

<u>หน่วยที่ 5</u>

ภาพยนตร์

ตอนที่ 5.1 ประวัติและพัฒนาการของภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.1.1 กำเนิดภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.1.2 พัฒนาการของภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.1.3 พัฒนาการของภาพยนตร์ไทย

ตอนที่ 5.2 การผลิตภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.2.1 ประเภทของภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.2.2 ผู้ผลิตภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.2.3 ขั้นตอนการผลิตและระบบการสร้างภาพยนตร์

ตอนที่ 5.3 การจัดจำหน่ายและการจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.3.1 การจัดจำหน่ายภาพยนตร์

เรื่องที่ 5.3.2 การจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์

เอกสารการสอน # 1.54 กำเนิดภาพยนตร์

5.1.1 กำเนิดภาพยนตร์

ภาพยนตร์กำเนิดมาจากสิ่งประดิษฐ์สำหรับดูภาพเคลื่อนไหวและ “หลักการเห็นภาพติดตา”

“เมื่อถ่ายภาพนิ่งในฉากที่มีสิ่งเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องกันมาทีละภาพ จนได้ภาพมาชุดหนึ่งแล้วนำไปฉายลงบนจอ จะเกิดมายาภาพแห่งการเคลื่อนไหว (illusion of movement)” ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า *“การเห็นภาพติดตา”* ซึ่งหมายถึง มายาภาพที่เกิดจากประสบการณ์ทางประสาทตาของคนเรา ที่ยังคงค้างกับสิ่งที่เห็นในช่วงเสี้ยววินาทีหนึ่งของเวลาหลังจากแหล่งภาพนั้นเคลื่อนที่ไป จากหลักการดังกล่าวจึงทำให้นักวิทยาศาสตร์ได้ค้นพบภาพยนตร์ (motion pictures)

ซูโทรป คือ สิ่งประดิษฐ์รูปทรงกระบอกที่เจาะช่องไว้สำหรับดูภาพเคลื่อนไหวในยุคแรก ต่อมาจึงได้พัฒนาเป็นกล้องถ่ายภาพเพื่อบันทึกการเคลื่อนไหวของมนุษย์และสัตว์

เอกสารการสอน # 1.55 พัฒนาการของภาพยนตร์

5.1.2 พัฒนาการของภาพยนตร์

- **เอดิสัน** สร้างกล้องคีเนโตกราฟและคีนีโตสโคป แต่สิ่งประดิษฐ์ของเขาดูภาพเคลื่อนไหวได้ทีละคน
- **ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์เริ่มต้นขึ้นเมื่อสองพี่น้องลูมิแยร์ประดิษฐ์กล้องซีเนมาโตกราฟ** ที่สามารถถ่ายภาพเคลื่อนไหวและฉายลงบนจอภาพยนตร์ได้สำเร็จเป็นครั้งแรกที่ปารีส ประเทศฝรั่งเศส
- ผู้ที่คิดค้นเทคนิคการถ่ายทำภาพยนตร์แบบพลิกแพลง เช่น ภาพเร็ว-ช้า ภาพซ้อน และสร้างภาพยนตร์สั้นแนวบันเทิงคนแรกคือ **จอร์จ เมลิแอส์**
- **เอ็ดวิน พอร์เตอร์** คือผู้ที่นำเสนอภาพยนตร์เรื่องยาวและเป็นผู้คิดริเริ่มสร้างภาพยนตร์บันเทิงเพื่อการค้าคนแรก ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลง ฮอลลีวู้ดได้ถือกำเนิดขึ้น
- **เดวิด วาร์ค กริฟฟิทซ์** คือ ผู้ให้กำเนิดศิลปะภาพยนตร์
- **ภาพยนตร์เสียงเรื่องแรกคือ เดอะแจ็สซิงเกอร์** คู่แข่งทางการค้าของภาพยนตร์เริ่มตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองคือโทรทัศน์ วีดิโอเทป เคเบิ้ลทีวี วิดีโอซีดี ดีวีดี

เอกสารการสอน # 1.56 พัฒนาการของภาพยนตร์ไทย

5.1.3 พัฒนาการของภาพยนตร์ไทย

- ผู้ที่นำภาพยนตร์เข้ามาฉายประเทศไทยครั้งแรกเป็นชาวฝรั่งเศสชื่อ **เอส จี มาร์คอฟกี**
- ภาพยนตร์บันเทิงเรื่องแรกที่เข้ามาสร้างและฉายในประเทศไทยชื่อ **"นางสาวสุวรรณ"**
- ภาพยนตร์บันเทิงเรื่องแรกที่สร้างโดยคนไทยชื่อ **"โชคสองชั้น"**
- ภาพยนตร์ของไทยบันเทิงเรื่องแรกที่มีเสียงพูดชื่อ **"หลงทาง"**
- ธุรกิจการผลิต การนำเข้า และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ยุคสมัยที่ผ่านมามีทั้งเจริญรุ่งเรืองและตกต่ำจนถึงยุคที่ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยนำผลงานออกสู่สากลโดยภาพยนตร์เรื่อง **2499 อันธพาลครองเมืองทำรายได้สูงสุด**

อย่างไรก็ตามเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ยังวกวนและยังเอาแบบอย่างกันอยู่ อีกทั้งไม่ได้รับส่งเสริมให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง

เอกสารการสอน # 1.57 ประเภทของภาพยนตร์

5.2.1 ประเภทของภาพยนตร์

โดยทั่วไปจัดแบ่งภาพยนตร์เป็น 6 ประเภท คือ ภาพยนตร์เรื่องยาว แอนิเมชั่น สารคดี ทดลอง อุตสาหกรรม และการศึกษา

1. ภาพยนตร์เรื่องยาว เช่น Jurassic Park, Titanic, นางนาก, ต้มยำกุ้ง ฯลฯ
2. ภาพยนตร์แอนิเมชั่น เช่น สุดสาคร, ก้านกล้วย
3. ภาพยนตร์สารคดี เช่น The Silent World (1956), Hoop Dreams (1994)
4. ภาพยนตร์ทดลอง
5. ภาพยนตร์อุตสาหกรรม คือ ภาพยนตร์ที่องค์กร หน่วยงาน หรือบริษัทสร้างขึ้นมาเพื่อการโฆษณาและเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของตนเอง หรือสร้างขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์
6. ภาพยนตร์การศึกษา จุดมุ่งหมายสำคัญคือใช้สอนเนื้อหาวิชาประวัติศาสตร์ ตลอดจนใช้ฝึกสอนทักษะการทำงานต่างๆ

นอกจากนั้น ยังมีการจัดแบ่งประเภทของภาพยนตร์อีกลักษณะหนึ่งที่ยึดองค์ประกอบของเนื้อหาของภาพยนตร์เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่ง โดยใช้คำว่า “ตระกูลภาพยนตร์”แทนคำว่าประเภทของภาพยนตร์

การศึกษาตระกูลภาพยนตร์มักให้ความสนใจไปที่ตระกูลภาพยนตร์อเมริกัน มี 5 ตระกูล ได้แก่

1. ภาพยนตร์บุกเบิกตะวันตก หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ภาพยนตร์คาวบอย”
2. ภาพยนตร์แก็งสเตอร์ เป็นภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาชญากรหรือกลุ่มอาชญากร ภาพยนตร์แก็งสเตอร์ที่มีชื่อเสียงและได้รับการกล่าวขานว่าเป็นภาพยนตร์ที่เป็นแบบอย่างที่ดีก็คือ The Godfather (1972) และ The Godfather Part II (1974)
3. ภาพยนตร์เพลง ภาพยนตร์เพลงได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในอเมริกาตั้งแต่ทศวรรษ 1930 ถึง 1960 ซึ่งในทศวรรษ 1940 และ 1950 ถือว่าเป็นยุคทองของภาพยนตร์เพลง สำหรับภาพยนตร์เพลงที่โดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะตัวที่สุดคือเรื่อง Moulin Rouge (2001)
4. ภาพยนตร์ฟิล์มนัวร์ "ฟิล์มนัวร์" หมายถึง ภาพยนตร์มืด การที่ฟิล์มนัวร์มีความหมายว่า ภาพยนตร์มืดก็เพราะมีลักษณะที่ "มืด" อยู่ 2 ส่วน ได้แก่ มืดในด้านเรื่องราวและตัวละครที่นำเสนอ (มืดในใจมนุษย์) และลักษณะทางกายภาพที่เน้นการจัดแสงมืดหรือค่อนข้าง สิ่งที่ปรากฏในภาพยนตร์ฟิล์มนัวร์ ก็คือ ความสิ้นหวัง ความรุนแรง ความตาย
5. ภาพยนตร์สยองขวัญ ภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Frankenstein , Dracula , The Sixth Sense และ The Others เป็นต้น

ยังมีตระกูลภาพยนตร์ที่นักศึกษาน่าจะต้องทำความเข้าใจอีกหลายตระกูล ได้แก่

ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ หรือไซไฟ เป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาอ้างอิงวิทยาศาสตร์ หรือใช้ความรู้เชิงวิทยาศาสตร์หรือเทคโนโลยี มักเป็นเรื่องราวของโลกในอนาคต หรืออวกาศ ทำออกมาให้น่าสนใจโดยผสมจินตนาการเข้าไป เช่น Star Wars (1977)

เอกสารการสอน # 1.57 ประเภทของภาพยนตร์ (ต่อ)

ภาพยนตร์จินตนาการ มักนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความฝัน เรื่องเหนือจริง เรื่องเวทมนตร์คาถา การผสมจินตนาการ ที่ไม่อยู่ในความเป็นจริง เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Harry Potter (2001)

- ภาพยนตร์อาชญากรรม มักเกี่ยวกับการสืบหาฆาตกร อาชญากรรม แก็งค์มาเฟีย
- ภาพยนตร์ผจญภัย
- ภาพยนตร์ตลก

เอกสารการสอน # 1.58 ผู้ผลิตภาพยนตร์

5.2.2 ผู้ผลิตภาพยนตร์

การผลิตภาพยนตร์ ต้องอาศัยบุคลากรคนหลายฝ่ายที่จะมาช่วยกันทำงาน มีทั้งดารา และนักแสดง และคนอื่นๆ ทั้งที่ปรากฏอยู่บนจอและผู้มีส่วนร่วมในการแสดงเพียงบางส่วน และคนที่ไม่ได้ปรากฏอยู่บนจอ แต่มีบทบาทในฐานะผู้ทำงานอยู่เบื้องหลังฉาก บุคคลสำคัญๆ เหล่านี้ ประกอบด้วย

- ผู้อำนวยการสร้าง
- ผู้กำกับภาพยนตร์
- ผู้คัดเลือกนักแสดง
- ผู้ออกแบบการผลิตภาพยนตร์
- ผู้ตัดต่อภาพและเสียง
- ผู้เขียนบท
- ผู้จัดการกองถ่าย
- ผู้กำกับภาพ
- ผู้ช่วยผู้กำกับ
- ผู้ประพันธ์เพลง

เอกสารการสอน # 1.59 ขั้นตอนการผลิตและระบบการสร้างภาพยนตร์

5.2.3 ขั้นตอนการผลิตและระบบการสร้างภาพยนตร์

1. การผลิตภาพยนตร์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก ขั้นการเตรียมการผลิต (Pre-production) ขั้นการผลิต (Production) และขั้นหลังการผลิต (Post-production)

1. **ขั้นการเตรียมการผลิต** จะเกี่ยวข้องกับการเตรียมงานผลิตภาพยนตร์ในด้านต่าง ๆ เช่น ปรับปรุงบทเป็นฉบับสมบูรณ์ การคัดเลือกผู้แสดงและทีมงานสร้างภาพยนตร์ การกำหนดสถานที่ถ่ายทำ
2. **ขั้นการผลิตภาพยนตร์** เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำภาพยนตร์
3. **ขั้นหลังการผลิต** เป็นงานที่เกี่ยวกับการตัดต่อภาพยนตร์ แล้วใส่เสียงสนทนา เสียงดนตรี เสียงประกอบ และทำการผสมเสียงต่างๆ เข้าด้วยกัน

2. ระบบการสร้างภาพยนตร์

โดยทั่วไประบบการสร้างภาพยนตร์แบ่งได้เป็น 2 ระบบใหญ่ ๆ ได้แก่ การสร้างภาพยนตร์ระบบสตูดิโอ (studio filmmaking) และการสร้างภาพยนตร์ระบบอิสระ (independent filmmaking)

1. **การสร้างภาพยนตร์ระบบสตูดิโอ** มักเป็นการสร้างภาพยนตร์กระแสหลัก โดยบริษัทภาพยนตร์ขนาดใหญ่ ใช้วิธีการสร้างภาพยนตร์แบบครบวงจร มีการจัดสรรงบประมาณการสร้างภาพยนตร์เอง มีทีมงานของบริษัทภาพยนตร์เองครบทุกฝ่าย และมีการผลิตภาพยนตร์อย่างเป็นระบบอุตสาหกรรม เพื่อมุ่งเน้นการทำกำไร ทีมงานในการสร้างมักถูกว่าจ้างตามความชำนาญเฉพาะในแต่ละด้าน และมีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานอย่างชัดเจนและเป็นระบบ

2. **การสร้างภาพยนตร์ระบบอิสระ** หรือที่เรียกกันว่า **"หนังอินดี้"** "หนังนอกกระแส" ซึ่งหมายถึงภาพยนตร์ที่สร้างโดยกลุ่มผู้สร้างอิสระ ไม่มีสังกัด ซึ่งมีทั้งผู้ที่ผลิตภาพยนตร์เพื่อการค้า และผู้ผลิตแบบไม่แสวงหาผลกำไร โดยมากจะมีขนาดการผลิตค่อนข้างเล็ก มีทีมงานจำนวนน้อยคนและอาจไม่ได้แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจนมากนัก คนหนึ่งอาจทำงานหลายตำแหน่งก็ได้ จุดเด่นของภาพยนตร์อิสระอยู่ที่เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่แปลกแหวกแนว ที่สะท้อนความคิด ความต้องการของผู้สร้างมากกว่าจะให้ความสนใจกับความต้องการของตลาด ทำให้ภาพยนตร์แนวนี้อาจไม่เป็นที่นิยมของผู้ชมภาพยนตร์ทั่วไป มักจัดฉายในโรงภาพยนตร์ที่ไม่ใช่เพื่อการค้า เช่น พิพิธภัณฑ์ แกลเลอรี่ศิลปะ สถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย หรือสถาบันส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น

เอกสารการสอน # 1.59 ขั้นตอนการผลิตและระบบการสร้างภาพยนตร์ (ต่อ)

รูปแบบการหาเงินทุนของการสร้างภาพยนตร์ระบบอิสระ มีดังนี้

1. การเจรจาธุรกิจกับเจ้าของเงินทุน/ผู้อำนวยการสร้างฝ่ายบริหาร/ผู้บริหารบริษัทภาพยนตร์ ผ่านการนำเสนอบทภาพยนตร์ หากเจ้าของทุนพอใจก็ได้รับอนุมัติงบประมาณ แต่วิธีนี้อาจมีโอกาสประสบความสำเร็จน้อย เพราะหากบทไม่ดึงดูดใจผู้ชมกระแสหลักโอกาสในการทำกำไรก็จะมีน้อย บริษัทภาพยนตร์ที่ดำเนินงานเชิงพาณิชย์ก็จะไม่สนใจที่จะอนุมัติงบประมาณหรือทำธุรกิจด้วย

2. ผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์ (ที่มีบทภาพยนตร์อยู่แล้ว) ลงทุนเอง ผู้สร้างส่วนหนึ่งจึงตัดสินใจลงทุนเองโดยอาจมาจากเงินส่วนตัว ญาติมิตร หรือกู้ธนาคาร เป็นต้น เพื่อไม่ต้องถูกควบคุมหรือดัดแปลงเนื้อหา

3. ผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์เขียนโครงการสร้างภาพยนตร์ (film proposal package) เพื่อนำไปขอทุนจากรัฐบาลหรือองค์กรศิลปะที่ไม่แสวงหากำไร ทุนเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นทุนให้เปล่า โครงการสร้างภาพยนตร์มักจะประกอบด้วย บทภาพยนตร์ แผนการทำงาน แผนการใช้จ่ายงบประมาณ แผนธุรกิจ รายชื่อทีมงานหลัก ฯลฯ ในปี 2553 ประเทศไทยจัดสรรงบประมาณกว่า 200 ล้านบาทเป็นทุนสนับสนุนการทำภาพยนตร์ตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง นอกจากนั้น ยังมีทุนจากเทศกาลภาพยนตร์ในต่างประเทศด้วย เช่น Hubert Bals Fund, World Cinema Fund และ Asian Cinema Fund เป็นต้น

4. การขอทุนจากผู้ชมภาพยนตร์โดยตรงด้วยวิธี "crowdfunding" หรือการระดมทุนสาธารณะโดยผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์ (ที่มีบทภาพยนตร์แล้ว) จะนำเสนอโปรเจ็กต์ภาพยนตร์ของตนทางเว็บไซต์อย่าง IndieGoGo และ KickStarter ผู้ชมที่สนใจก็จะร่วมลงทุนเรื่องนั้นๆ

เอกสารการสอน # 1.60 การจัดจำหน่ายภาพยนตร์

5.3.1 การจัดจำหน่ายภาพยนตร์

การจัดจำหน่ายมักดำเนินการโดยบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์มี 4 ประเภท ได้แก่

1. ผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ เช่น โคลัมเบียไทรสตาร์ ทะเว็นตี้เซ็นจูรี่ฟ็อกซ์
2. ผู้จัดจำหน่ายรายเล็ก
3. ผู้จัดจำหน่ายอิสระ
4. ผู้จัดจำหน่ายต่างประเทศ คือผู้จัดจำหน่ายที่ต้องจัดการกับผลิตภัณฑ์และงานที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายภาพยนตร์ในต่างประเทศทั้งหมด

ขั้นตอนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์มี 4 ขั้นตอนคือ การทำสัญญาซื้อขายฟิล์มภาพยนตร์ การกำหนดโปรแกรมฉายภาพยนตร์ การเก็บรักษาและการจ่ายฟิล์มภาพยนตร์ และการนำภาพยนตร์ออกฉาย

เอกสารการสอน # 1.61 การจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์

5.3.2 การจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์

การจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย การจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชองฝ่ายการตลาด โดยจะต้องมีการวางแผนการตลาด วิเคราะห์ตลาด กำหนดงบประมาณ ออกแบบสาร และเลือกใช้สื่อต่างๆ รวมถึงการประเมินผลการสื่อสารการตลาด

แหล่งจัดฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ไปยังผู้ชมที่สำคัญคือ โรงภาพยนตร์ มีพัฒนาการมาตั้งแต่ยุคแรกเป็นแบบโรงภาพยนตร์เดี่ยว ยุคที่ 2 เป็นโรงภาพยนตร์มินิเธียเตอร์ ยุคที่ 3 โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ อย่างไรก็ตาม หากแบ่งโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยในเชิงการค้า อาจแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ โรงภาพยนตร์เพื่อการพาณิชย์ (เครือ Major Cineplex, เครือ SF Cinema) และโรงภาพยนตร์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น เช่น สมาคมฝรั่งเศสกรุงเทพ สถาบันเกอเธ่ หอศิลปวัฒธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หอภาพยนตร์ และสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นต้น

ปัจจุบันกล่าวโดยสรุปได้ว่ามีช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่หลากหลาย ดังนี้

1. โรงภาพยนตร์
2. สถานีโทรทัศน์ปกติและสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการผ่านทางเคเบิ้ลหรือสัญญาณดาวเทียม
3. สถานีโทรทัศน์เคเบิ้ล ที่ต้องชำระเงินค่าดู
4. ร้านจำหน่ายและ/หรือให้เช่าวิดีโอ ซีดี ดีวีดี อาจยังคงมีอยู่ในบางประเทศเท่านั้น
5. การเช่าหนังผ่านระบบอิเทอร์เน็ต (Netflix)
6. การฉายผ่านทางคอมพิวเตอร์ คือระบบ Internet YouTube และ Hulu
7. การหยอดเงินเช่าจากตู้ที่ติดตั้งตามหน้าร้านค้าปลีกและตลาด

เอกสารการสอน # 1.62 วิทยุกระจายเสียง

<u>หน่วยที่ 6</u>

วิทยุกระจายเสียง

ตอนที่ 6.1 ประวัติและพัฒนาการของวิทยุกระจายเสียง

6.1.1 กำเนิดวิทยุกระจายเสียง

6.1.2 พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียง

6.1.3 ประวัติวิทยุกระจายเสียงไทย

6.1.4 พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

ตอนที่ 6.2 หลักการส่ง การรับ และระบบวิทยุกระจายเสียง

6.2.1 หลักการส่งและการรับวิทยุกระจายเสียง

6.2.2 วิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็มและระบบเอฟเอ็ม

6.2.3 วิทยุกระจายเสียงอะนาล็อกและดิจิทัล

6.2.4 การแพร่คลื่นวิทยุกระจายเสียง

ตอนที่ 6.3 กระบวนการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

6.3.1 ความหมายและความสำคัญของการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

6.3.2 ขั้นตอนการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

6.3.3 หลักการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

เอกสารการสอน # 1.63 กำเนิดวิทยุกระจายเสียง

6.1.1 กำเนิดวิทยุกระจายเสียง

1. ยุคก่อนการกระจายเสียง

● การค้นคว้าทดลองเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงเริ่มมาตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19

● เจมส์ คลาก แม็กซ์เวลล์ เขาได้ค้นพบทฤษฎีเกี่ยวกับคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า

● เฮนริช เฮิรตซ์ ได้ทำการทดลอง พบว่าคลื่นวิทยุมีอยู่จริง

● กูกลิเอลโม มาร์โคนี สร้างเครื่องส่งและเครื่องรับคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า และทำการทดลองส่งรหัสมอร์สไปกับคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าสำเร็จใน ค.ศ. 1895 มาร์โคนีได้จดสิทธิบัตรสิ่งประดิษฐ์ที่เรียกว่า วิทยุโทรเลข (Radio telegraph) เมื่อค.ศ. 1896 การทดลองครั้งสำคัญซึ่งถือว่าเป็นการทดลองครั้งประวัติศาสตร์ คือการส่งสัญญาณวิทยุข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก เมื่อ ค.ศ. 1901 ความสำเร็จของมาร์โคนีครั้งนี้เป็นข่าวโด่งดังเผยแพร่ไปทั่วโลก นับเป็นการเริ่มต้นยุคความรุ่งเรืองของการใช้วิทยุเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร

2. ยุคเริ่มต้นวิทยุกระจายเสียง

● เรจินัลด์ เอ. เฟสเสนเดน ในวันคริสต์มาส ค.ศ. 1906 ประสบความสำเร็จในการส่งเสียงพูดไปกับคลื่นวิทยุ โดยที่เจ้าหน้าที่วิทยุประจำเรือหลายลำในบริเวณใกล้เคียงและที่อยู่ไกลออกไปหลายร้อยไมล์กำลังปฏิบัติหน้าที่อยู่ตามปกติ ต่างก็ตื่นเต้น ประหลาดใจเมื่อได้ยินเสียงพูดของเฟสเสนเดนอธิบายถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นสลับกับเสียงเพลงจากแผ่นเสียง เสียงไวโอลิน การอ่านไบเบิล และการอวยพรวันคริสต์มาส ความสำเร็จของเฟสเสนเดนในครั้งนี้เป็นจุดเริ่มต้นของวิทยุกระจายเสียง และอาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่เขาส่งไปกับคลื่นวิทยุนั้นทำให้เกิดรูปแบบรายการปกิณกะหรือวาไรตี้ (variety program) ขึ้นเป็นครั้งแรกในโลก

● ดร.ลี เดอ ฟอเรสต์ เขาได้ประดิษฐ์อุปกรณ์ชนิดหนึ่งเรียกว่า ออเดียน (Audion) ขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1906 อุปกรณ์ชนิดนี้เป็นส่วนประกอบสำคัญของเครื่องรับวิทยุมาจนกระทั่งได้มีการใช้ทรานซิสเตอร์แทน

● ค.ศ. 1908 ลี เดอ ฟอเรสต์ ได้ทำการทดลองถ่ายทอดสดการแสดงอุปรากรจากโรงละครในนิวยอร์ก ในครั้งนั้นมีผู้ฟังฟังได้ชัดเจนปราศจากเสียงรบกวน ถึงแม้จะมีจำนวนน้อยประมาณ 50 คนก็ตาม แต่ก็นับได้ว่าเป็นการถ่ายทอดรายการสดครั้งแรกของโลก

● ลี เดอ ฟอเรสต์ ได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งวงการวิทยุกระจายเสียง

เอกสารการสอน # 1.64 พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียง

6.1.2 พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียง

1. พัฒนาการด้านการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงในสหรัฐอเมริกา

สถานีวิทยุกระจายเสียงขึ้นที่ถือว่าเป็นสถานีในยุคบุกเบิกมี 4 สถานี คือ

1. สถานีวิทยุ KCBS ในเมืองซานโฮเซ่ (San Jose) รัฐแคลิฟอร์เนีย
2. สถานีวิทยุ WHA ของมหาวิทยาลัยวิสคอนซิน เมืองเมดิสัน
3. สถานีวิทยุ WWJ เมืองดีทรอยต์
4. สถานีวิทยุ KDKA เมืองพิตสเบอร์ก

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 มีการตั้งบรรษัทวิทยุแห่งอเมริกา หรือเรียกย่อๆ ว่า อาร์ซีเอ (RCA) ขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งรวมถึงวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ โทรเลข และโทรศัพท์

เดวิด ซาร์นอฟ ผู้บริหารมีแนวคิดที่จะพัฒนาวิทยุให้เป็นสื่อมวลชนที่นำความรู้ ความบันเทิง ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง เป็นบุคคลสำคัญที่ผลักดันให้วิทยุฯเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อในเวลาต่อมา

กิจการวิทยุกระจายเสียงของสหรัฐอเมริกามีทั้งเป็นสถานีวิทยุเพื่อการค้า และสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ไม่ใช่เพื่อการค้า ได้แก่ สถานีเพื่อการศึกษาและสถานีเพื่อบริการสาธารณะ (public radio) รวมทั้งสถานีที่รัฐบาลตั้งขึ้นเพื่อส่งกระจายเสียงไปยังต่างประเทศ คือสถานีวิทยุเสียงอเมริกา (Voice of America หรือ VOA) ซึ่งกระจายเสียงด้วยภาษาต่าง ๆ กว่า 40 ภาษา รวมทั้งภาษาไทยด้วย

2. พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียงในอังกฤษ

อังกฤษมีการก่อตั้งสถานีวิทยุฯในระยะเวลาใกล้เคียงกับอเมริกา รัฐบาลอังกฤษจึงอนุญาตให้ก่อตั้งบริษัทการกระจายเสียงแห่งอังกฤษ เพื่อดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและขายเครื่องรับ มีลักษณะเป็นกิจการผูกขาด ต่อมา ค.ศ. 1927 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บรรษัทวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งอังกฤษ” (British Broadcasting Corporation)เรียกย่อๆ ว่า บีบีซี ได้แบ่งการกระจายเสียงเป็น 2 ภาคคือ

2.1 ภาคภายในประเทศ ให้บริการสำหรับผู้ฟังในประเทศ มี 7 สถานี คือ

1. สถานีบีบีซี Radio 1 เสนอรายการสำหรับคนหนุ่มสาว
2. สถานีบีบีซี Radio 2 เสนอรายการสำหรับผู้ฟังวัยกลางคน
3. สถานีบีบีซี Radio 3 เป็นสถานีที่เน้นหนักไปทางด้านเพลงคลาสสิก
4. สถานีบีบีซี Radio 4 เป็นสถานีที่เสนอรายการข่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. สถานบีบีซี Radio 5 เป็นสถานีที่เสนอรายงานข่าวสดและกีฬาตลอด 24 ชั่วโมง
6. สถานี บีบีซี Radio 6 เสนอรายการเพลง
7. สถานี บีบีซี Radio 7 หรือ BBC RADIO 4 EXTRA เสนอรายการคอมเมอดี้ ละคร สารคดี

2.2 ภาคบริการโลก (world service) เริ่มกระจายเสียงตั้งแต่ ค.ศ. 1932 ปัจจุบันสถานีบีบีซีภาคบริการโลกกระจายเสียงเป็นภาษาต่างๆ จำนวน 32 ภาษา งบประมาณในการดำเนินการได้มาจากรัฐบาล

นอกจากนั้น ยังมีองค์กร ไอบีเอ ตั้งขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1954 เป็นรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินกิจการวิทยุและโทรทัศน์เพื่อการค้า มีการขายเวลาเพื่อโฆษณาสินค้าเช่นเดียวกับวิทยุและโทรทัศน์ในอเมริกา

เอกสารการสอน # 1.65 ประวัติวิทยุกระจายเสียงไทย

6.1.3 ประวัติวิทยุกระจายเสียงไทย

1. ก่อนเข้าสู่ยุควิทยุกระจายเสียงของไทย

พ.ศ. 2418 เริ่มกิจการโทรเลข

พ.ศ. 2424 เริ่มกิจการโทรศัพท์

พ.ศ. 2447 เริ่มทดลองส่งวิทยุโทรเลข แต่การทดลองไม่ประสบความสำเร็จ

พ.ศ. 2450 ทางราชการทหารเรือได้นำเครื่องรับส่งวิทยุโทรเลขแบบมาร์โคนีเข้ามาใช้เป็นเครื่องแรก ในสมัยนั้นเรียกวิทยุโทรเลขว่า “ราดิโอ โทรเลข” มาจากคำว่า “radio telegraph” เพราะยังไม่มีคำภาษาไทยที่ใช้แปลคำว่า “radio” ต่อมาภายหลังพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงบัญญัติคำว่า “วิทยุ” ใช้แทน “ราดิโอ”

2. เริ่มต้นกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

บุคคลแรกที่บุกเบิกริเริ่มกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยคือ นายพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ**กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน พระองค์จึงได้รับการยกย่องว่าเป็นพระบิดาแห่งวิทยุกระจายเสียงไทย**

3. สถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรแห่งแรกของประเทศไทย

ในส่วนของกรมไปรษณีย์โทรเลขได้จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงขึ้นอีกแห่งหนึ่งที่บริเวณทุ่งพญาไท (โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งนี้ใช้ชื่อว่า “สถานีวิทยุกรุงเทพที่พญาไท” ใช้สัญญาณเรียกขานว่า HSPJ ถือเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรแห่งแรกของประเทศไทย มีพิธีเปิดเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2473 (กำหนดให้เป็นวันวิทยุกระจายเสียงแห่งชาติ) ตรงกับวันพระราชพิธีฉัตรมงคลในรัชกาลที่ 7 ในพิธีเปิดได้มีการถ่ายทอดกระแสพระราชดำรัสจากพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยในพระบรมมหาราชวัง นับเป็นการถ่ายทอดเสียงนอกสถานที่ครั้งแรกของไทย ทรงมีกระแสพระราชดำรัสเปิดสถานีวิทยุตอนหนึ่งว่า “การวิทยุกระจายเสียงที่ได้จัดตั้งขึ้นและทำการทดลองตลอดมานั้นก็ด้วยความมุ่งหมายจะส่งเสริมการศึกษา การค้าขาย และการบันเทิง แก่พ่อค้า ประชาชน”

4. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

พ.ศ. 2483 สำนักงานโฆษณาการ เปลี่ยนชื่อเป็น กรมโฆษณาการ และได้เปลี่ยนชื่อสถานีวิทยุจากเดิมคือ “สถานีวิทยุกรุงเทพ” (Radio Bangkok) เป็น “สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย” (Radio Thailand) มีฐานะเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งชาติ

เอกสารการสอน # 1.66 พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

6.1.4 พัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

1. พัฒนาการด้านการตั้งสถานีและการขยายเครือข่าย เครือข่ายที่สำคัญได้แก่

1.1 กรมประชาสัมพันธ์

1.2 กองทัพบก

1.3 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

มีสถานีวิทยุกระจายเสียงของหน่วยงานอื่น ๆ อีกหลายหน่วยงาน ได้แก่ กรมตำรวจหรือสำนักงานตำรวจแห่งชาติในปัจจุบัน รัฐสภา มหาวิทยาลัย กรมไปรษณีย์โทรเลข เป็นต้น

2. พัฒนาการด้านเทคโนโลยี

2.1 ระบบวิทยุกระจายเสียง

2.2 ระบบการออกอากาศ

3. พัฒนาการทางด้านรายการ

รูปแบบการจัดและผลิตรายการของสถานีวิทยุฯ ในปัจจุบันจะมีลักษณะเป็นการตอบสนองความต้องการและรสนิยมของผู้ฟังเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ไม่มีรูปแบบ (format) ที่ตายตัว มีความยืดหยุ่นสูง มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมากขึ้น

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งชาติที่ยังคงรักษารูปแบบมาตรฐานรายการและวิธีการนำเสนอที่ยึดหลักความถูกต้องในการใช้ภาษา

4. พัฒนาการทางด้านการดำเนินกิจการ

มีพระราชบัญญัติประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้ผู้ที่สามารถดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้มีทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนหรือชุมชน แทนการผูกขาดโดยหน่วยงานภาครัฐเพียงอย่างเดียว โดยมีสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติกำกับดูแล จึงนับเป็นพัฒนาการที่สำคัญอีกก้าวหนึ่งของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

เอกสารการสอน # 1.67 หลักการส่งและการรับวิทยุกระจายเสียง

6.2.1 หลักการส่งและการรับวิทยุกระจายเสียง

คลื่นเสียงและคลื่นวิทยุ

1. ลักษณะของคลื่นเสียงและคลื่นวิทยุ

1.1 คลื่นเสียง (sound wave) เป็นพลังงานรูปหนึ่ง เกิดจากการสั่นสะเทือนของวัตถุแพร่ไปในตัวกลางซึ่งเป็นสื่อในการเคลื่อนที่ เช่น แพร่ไปในอากาศ ตามปกติหูของคนเราจะได้ยินเสียงที่มีความถี่ ตั้งแต่ 20 ถึง 20,000 เฮิรตซ์ และมีความดังหรือความเข้มตั้งแต่ 0 ถึง 120 เดซิเบล

1.2 คลื่นวิทยุ (radio wave) เป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าชนิดหนึ่ง มีความถี่ตั้งแต่ 3 กิโลเฮิรตซ์ ถึง 300,000 เมกะเฮิรตซ์

2. องค์ประกอบของคลื่นเสียงและคลื่นวิทยุ คลื่นเสียงและคลื่นวิทยุมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่

2.1 ความถี่ หมายถึง จำนวนคลื่นที่เคลื่อนที่ผ่านจุดใดจุดหนึ่งในช่วงระยะเวลา 1 วินาที

2.2 ความยาวคลื่น หมายถึง ระยะทางระหว่างยอดคลื่น 2 ยอด หน่วยวัดความยาวคลื่นเป็นเมตร

2.3 แอมพลิจูด หมายถึง ความกว้างของแถบคลื่น

3. การแบ่งแถบความถี่

สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือเรียกย่อ ๆ ว่า ITU ทำหน้าที่กำหนดแนวทางการใช้และบริหารคลื่นวิทยุให้แก่ประเทศสมาชิกสหภาพ ITU ได้แบ่งแถบความถี่ของโลกออกเป็น 3 เขตภูมิภาค คือ

เขตภูมิภาคที่ 1 ได้แก่ ประเทศในทวีปยุโรป แอฟริกา รัสเซีย

เขตภูมิภาคที่ 2 ได้แก่ ประเทศในทวีปอเมริกาเหนือ อเมริกาใต้

เขตภูมิภาคที่ 3 ได้แก่ ประเทศในทวีปเอเชีย ออสเตรเลีย และหมู่เกาะแปซิฟิก ประเทศไทย

เอกสารการสอน # 1.68 วิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็ม และระบบเอฟเอ็ม

6.2.2 วิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็ม และระบบเอฟเอ็ม

1. ระบบการกระจายเสียง

1.1 วิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็ม การกระจายเสียงระบบเอเอ็มเป็นการกระจายเสียงระบบแรกของโลก ถือเป็นการกระจายเสียงระบบมาตรฐาน (standard broadcasting)

1.2 วิทยุกระจายเสียงระบบเอฟเอ็ม

2. ความถี่และช่วงสัญญาณ

2.1 ความถี่ที่ใช้ส่งกระจายเสียงระบบเอเอ็มและเอฟเอ็ม การส่งวิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็มจะส่งในแถบความถี่ปานกลาง ส่วนระบบเอฟเอ็มจะส่งในแถบความถี่สูง

2.2 ช่องสัญญาณการส่งวิทยุกระจายเสียง ช่องสัญญาณหรือความกว้างของแถบคลื่นในการส่งกระจายเสียงระบบเอเอ็มโดยทั่วไปจะมีขนาด 10 กิโลเฮิรตซ์ ส่วนระบบเอฟเอ็มความกว้างของช่องสัญญาณจะกว้างถึง 200 กิโลเฮิรตซ์

3. ความแตกต่างระหว่างวิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็มกับระบบเอฟเอ็ม 2 ประการ คือ คุณภาพของเสียง และการครอบคลุมพื้นที่ **ระบบเอฟเอ็มจะมีคุณภาพเสียงดีกว่าระบบเอเอ็ม** มีความชัดเจน ไม่มีเสียงรบกวน ส่วน**การครอบคลุมพื้นที่** ระบบเอเอ็มสามารถแพร่คลื่นได้ไกลกว่า โดยแพร่คลื่นพื้นดินไปตามพื้นโลก ส่วนระบบเอฟเอ็มนั้นส่งในแถบความถี่สูงมาก ต้องใช้แบบคลื่นตรง ทำให้ไปได้ไม่ไกล

เอกสารการสอน # 1.69 วิทยุกระจายเสียงอะนาล็อกและดิจิทัล

6.2.3 วิทยุกระจายเสียงอะนาล็อกและดิจิทัล

1. วิทยุกระจายเสียงอะนาล็อก

2. วิทยุกระจายเสียงดิจิทัล

วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มยุโรป และกลุ่มอเมริกา

ระบบวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล กลุ่มยุโรปแบ่งเป็น 3 ระบบ คือ

1. ระบบ DAB ระบบนี้มีคุณภาพเสียงดีเทียบเท่ากับการฟังจากเครื่องซีดี
2. ระบบ DRM เป็นระบบดิจิทัลสำหรับส่งวิทยุระบบเอเอ็ม คลื่นสั้น
3. ระบบ Sat Radio ให้บริการส่งวิทยุดิจิทัลผ่านดาวเทียมโดยใช้เทคโนโลยีของ DAB

วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล กลุ่มอเมริกาแบ่งเป็น 3 ระบบ คือ

1. ระบบ IBOC เป็นการส่งกระจายเสียงแบบคู่ขนานกันทั้ง 2 ระบบ อะนาล็อกและดิจิทัล
2. ระบบ HD Radio พัฒนาจากระบบ IBOC ใช้กับเครื่องส่งวิทยุ เอเอ็มและ เอฟเอ็ม
3. ระบบ Sat Radio ให้บริการส่งวิทยุผ่านดาวเทียมครอบคลุมทั่วโลก เช่นเดียวกับในกลุ่มยุโรป

เอกสารการสอน # 1.70 การแพร่คลื่นวิทยุกระจายเสียง

6.2.4 การแพร่คลื่นวิทยุกระจายเสียง

การส่งคลื่นวิทยุกระจายเสียงหรือการส่งสัญญาณวิทยุจากเครื่องส่งไปยังเครื่องรับ ทำได้ 3 ทางคือ

1. การแพร่คลื่นทางพื้นโลก (terrestrial)
2. การส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม (satellite)
3. การส่งสัญญาณทางสายเครือข่าย (cable broadcast network)

นอกจาก 3 วิธีนี้ ยังมีการส่งสัญญาณทั้ง 3 วิธีรวมกัน เรียกว่า แบบผสม หรือ “Hybrid” ในปัจจุบันนี้การส่งวิทยุผ่านทางสายโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกำลังขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว สถานีวิทยุที่เคยแพร่คลื่นทางภาคพื้นโลกหลายแห่งได้ใช้การส่งกระจายเสียงทางอินเทอร์เน็ตควบคู่กันไปด้วย

เอกสารการสอน # 1.71 ความหมายและความสำคัญของการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

6.3.1 ความหมายและความสำคัญของการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

รายการวิทยุเกิดจากกระบวนการจัดรายการ และกระบวนการการผลิตรายการ

ความหมายของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง (programming)

1. การวางแผน (planning) กำหนดประเภทของรายการที่ออกอากาศให้สอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ของสถานี เช่นสถานีเพื่อข่าวสาร รายการที่ออกอากาศจะต้องมีสัดส่วนของรายการประเภทข่าวข่าวสารมากกว่ารายการประเภทอื่น เป็นต้น

2. การเลือกสรรรายการ (selecting) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง และสามารถแข่งขันกับสถานีอื่นหรือสื่ออื่นได้

3. การจัดตารางการกระจายเสียงหรือผังรายการ (scheduling) โดยกำหนดเวลาการออกอากาศรายการต่าง ๆ ประจำวัน ตั้งแต่เปิดสถานีถึงปิดสถานี

ความหมายของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง (production)

การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง หมายถึง กระบวนการคิดสร้างสรรค์ และผลิตรายการประเภทและรูปแบบต่าง ๆ ตามแผนการจัดรายการ เพื่อให้มีรายการออกอากาศตามตารางการกระจายเสียงที่กำหนดไว้ ซึ่งมีทั้งรายการที่บันทึกเสียงล่วงหน้า และรายการที่ผลิตสดออกอากาศในเวลานั้น

ความสำคัญของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญ ดังนี้

1. เป็นการนำนโยบายด้านรายการของสถานีไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
2. เป็นกรอบหรือทิศทางในการดำเนินงานด้านรายการของสถานี
3. เป็นการสร้างเอกลักษณ์ของสถานี
4. เป็นการสร้างนิสัยในการฟัง
5. เป็นเครื่องมือวัดความสำเร็จของการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง

ความสำคัญของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญ ดังนี้

1. ทำให้มีรายการออกอากาศ
2. เป็นการสนองความต้องการของสังคม
3. เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สถานี
4. สามารถมีอิทธิพลต่อผู้ฟัง

เอกสารการสอน # 1.72 ขั้นตอนการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

6.3.2 ขั้นตอนการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

1. กระบวนการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญคือ

1.1 การศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2 การวางแผนจัดรายการ

1.3 การเลือกสรรรายการ

1.4 การวางผังรายการ เป็นการกำหนดวันเวลาในการออกอากาศรายการแต่ละรายการ หรือเรียกว่า ตารางการกระจายเสียง รูปแบบที่นิยมจัดกัน ได้แก่

1.4.1 รูปแบบวงกลมหรือแบบนาฬิกา (clock) เป็นผังการจัดรายการใน 1 ชั่วโมง โดยกำหนดว่ารายการที่จะนำเสนอใน 1 ชั่วโมงนั้นจะประกอบด้วยอะไรบ้าง เช่น ข่าวต้นชั่วโมง เพลง สปอต ความรู้ สลับกันไปตลอดชั่วโมง ซึ่งสถานีเพลงส่วนใหญ่นิยมจัดผังรายการแบบนี้

1.4.2 รูปแบบผังรายการประจำวัน (program log) เป็นการวางผังรายการตลอดทั้งวันหรือตลอดเวลาการกระจายเสียงของสถานี ผังรายการรูปแบบนี้จะส่วนใหญ่รายการที่ออกอากาศจะเป็นรายการเดียวกัน และเสนอในเวลาเดียวกันตลอด ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ส่วนวันเสาร์ อาทิตย์ จะมีผังรายการที่แตกต่างออกไป เพราะผู้ฟังต้องการพักผ่อน มักเป็นรายการที่ฟังสบาย ๆ

2. กระบวนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง การผลิตรายการมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ขั้นเตรียมการผลิตรายการ (pre production) เช่น หาข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดรายการ, กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การวางแผนผลิตรายการ การกำหนดแนวคิดรายการ การเขียนบทรายการ เป็นต้น

2.2 ขั้นผลิตรายการ (production) ประกอบด้วย การซักซ้อมรายการ การพูดหรือการแสดงในห้องส่งกระจายเสียง การกำกับรายการ และการบันทึกเสียง

2.3 ขั้นหลังการผลิตรายการ (post production) เช่น การตรวจสอบคุณภาพรายการหลังการบันทึกเสียง ตัดต่อแก้ไขรายการก่อนออกอากาศ และประเมินผลรายการ (เช่น ใช้แบบสอบถาม สอบถามทางโทรศัพท์ หรือการส่งข้อความสั้น (SMS) เป็นต้น ผลจากการประเมินจะนำไปปรับปรุงรายการต่อไป

เอกสารการสอน # 1.73 หลักการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

6.3.3 หลักการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

1. ศึกษาวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของสถานีและทีมงาน
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
5. มีการวางแผนจัดรายการ
6. มีการวางแผนผลิตรายการ

<u>หน่วยที่ 7</u>

โทรทัศน์

ตอนที่ 7.1 จุดกำเนิดและพัฒนาการของโทรทัศน์

7.1.1 จุดกำเนิดของโทรทัศน์

7.1.2 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์

7.1.3 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์ไทย

ตอนที่ 7.2 โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

7.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

7.2.2 การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล

7.2.3 สถานการณ์ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลในประเทศไทย

ตอนที่ 7.3 การจัดรายการและการผลิตรายการโทรทัศน์

7.3.1 การจัดรายการโทรทัศน์

7.3.2 การผลิตรายการโทรทัศน์

เอกสารการสอน # 1.75 จุดกำเนิดของโทรทัศน์

7.1.1 จุดกำเนิดของโทรทัศน์

- จุดกำเนิดของโทรทัศน์มาจากความคิดพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการคือ 1. ต้องการเปลี่ยนภาพที่จะส่งเป็นพลังงานแสงไปผสมกับสัญญาณไฟฟ้า และ 2. ทำให้ภาพที่ปรากฏในเครื่องรับมีความต่อเนื่องโดยไม่ต้องอาศัยกระบวนการทางเคมี

- จุดเริ่มต้นที่นำไปสู่การทดลองส่งภาพทางโทรทัศน์เกิดในปี พ.ศ. 2360 จอนส์ เบร์ซิเลียส นักเคมีชาวสวีเดน ค้นพบสารเซเลเนียมซึ่งมีคุณสมบัติทำให้เกิดกระแสไฟฟ้าเรียกว่า "โฟโตอิเล็กตริก”

- นักประดิษฐ์ชาวอเมริกันชื่อ เจ.อาร์.คารีย์ ทดลองสร้างระบบโทรทัศน์แบบง่ายๆ ขึ้นในปี พ.ศ. 2418

- พอล นิพโกว (Paul Nipkow) นักวิทยาศาสตร์ชาวเยอรมันค้นพบจานสแกนภาพ (scanning disk)

- จอห์น ลอจี แบร์ด นักวิทยาศาสตร์ชาวอังกฤษ และ ชาร์ล ฟรานซิส เจนกินส์ นักวิทยาศาสตร์ชาวอเมริกันก็ประสบความสำเร็จในการทดลองส่งโทรทัศน์ทางสาย

- ปัญหาของกล้องโทรทัศน์ยุคแรกๆ คือความคมชัดของภาพ โทรทัศน์ในระยะแรกที่แพร่ภาพเป็นระบบโทรทัศน์ขาวดำ ขณะเดียวกันก็ได้มีการค้นคว้าเพื่อผลิตโทรทัศน์สี

- สถานีโทรทัศน์แห่งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการเชิงพานิชย์คือ สถานี W3XK นอกจากประเทศสหรัฐอเมริกาและอังกฤษแล้ว ประเทศญี่ปุ่น ได้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์แพร่ภาพอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2496 คือ สถานีโทรทัศน์เอ็น เอช เค (Nippon Hoso Kyokai: NHK)

7.1.2 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์

เริ่มต้นจากการส่งโทรทัศน์ในระบบขาวดำ และพัฒนามาเป็นระบบสี จนกระทั่งปัจจุบันเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้า ทำให้มีการส่งและรับวิทยุโทรทัศน์หลายระบบ จากจุดเริ่มต้นของโทรทัศน์ กิจการโทรทัศน์มีพัฒนาการมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านรูปแบบการดำเนินการ และด้านเทคโนโลยี

1. พัฒนาการด้านรูปแบบการดำเนินกิจการ

ในอดีตนั้น รูปแบบสถานีโทรทัศน์กล่าวได้ว่าดำเนินการใน 2 ลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่

1. *สถานีเพื่อการค้า* บริหารจัดการโดยมีรายได้จากการขายเวลาให้กับบริษัทผู้โฆษณาสินค้า
2. *สถานีที่ไม่ใช่การค้า* ไม่มีการโฆษณาสินค้า แต่มีแหล่งรายได้อื่นในการดำเนินการ เช่น ใบอนุญาตประกอบการ การสนันสนุนของมูลนิธิด้วยการบริจาค หรือจากการสนับสนุนขององค์กรเอกชน เป็นต้น

ปัจจุบันในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการแบ่งประเภทการดำเนินกิจการโทรทัศน์แบบฟรีทีวีไว้ เช่น

1. โทรทัศน์เชิงธุรกิจ ออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษสำหรับผู้ชมทั่วไป เช่น เครือข่าย “Big Four”
2. โทรทัศน์ภาษาสเปน เป็นเครือข่ายโทรทัศน์ที่ออกอากาศเป็นภาษาสเปนโดยเน้นผู้ชมเชื้อสายละตินอเมริกา เช่น ช่อง Telemundo และ Univision
3. โทรทัศน์เพื่อการศึกษาและโทรทัศน์ที่ไม่แสวงหากำไร ออกอากาศรายการภาษาอังกฤษและภาษาต่างชาติอื่นๆ โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้หรือเน้นรายการประเภทที่ไม่มีในโทรทัศน์เชิงธุรกิจ เช่น ช่อง PBS
4. โทรทัศน์เพื่อศาสนา ออกอากาศเกี่ยวกับการศึกษาด้านศาสนาและความเชื่อ รวมทั้งรายการเกี่ยวกับครอบครัว เช่น ช่อง daystar

แทบทุกประเทศจะมีการดำเนินการดำเนินกิจการโทรทัศน์เพื่อมุ่งให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาสังคมที่เรียกว่า การแพร่ภาพและเสียงเพื่อบริการสาธารณะ ใช้งบประมาณสนับสนุนจากรัฐ กองทุนรัฐ เอกชน มูลนิธิ โดยไม่มีการหารายได้แบบโทรทัศน์เชิงธุรกิจ เช่น สถานี PBS ของประเทศสหรัฐอเมริกา, BBC ของอังกฤษ

2. พัฒนาการทางด้านเทคโนโลยี

ในกระบวนการผลิตรายการนั้น เริ่มจากการผลิตในระบบแอนะล็อก (analogue) ต่อมาจึงพัฒนาไปสู่เทคโนโลยีดิจิทัล (digital technology) คอมพิวเตอร์จึงเข้ามามีบทบาทในกระบวนการผลิต ด้านเครื่องรับโทรทัศน์เปลี่ยนไปทั้งขนาด และคุณภาพภาพ เป็น “High-definition television หรือ HDTV” ที่มีความละเอียดของภาพมากกว่าสัญญาณโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (NTSC, SECAM, PAL)

เอกสารการสอน # 1.76 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์ (ต่อ)

ส่วนระบบการแพร่ภาพ เนื่องจากการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ อาจมีอุปสรรคด้านการครอบคลุมของสัญญาณ และมีข้อจำกัดในเรื่องช่องสัญญาณในการส่งที่มีไม่เพียงพอ จึงเกิดแนวคิดที่จะเสนอทางเลือกใหม่ให้ประชาชน ทางเลือกที่ว่านี้ก็คือการส่งสัญญาณโทรทัศน์ทางสายหรือเคเบิลทีวี แพร่หลายไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย เคเบิลทีวีนั้นดำเนินการให้บริการหลายรูปแบบ เช่น

- *แบบบริการพื้นฐาน (basic cable service)*
- *แบบบอกรับสมาชิก (subscription or pay service)*
- *แบบเลือกรับ (Pay-Per-View : PPV)*
- *แบบบริการพิเศษ (specialty services)*

นอกจากนั้น มีการพัฒนาระบบการส่งสัญญาณภาพผ่านดาวเทียมด้วย และปัจจุบันการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet TV or Web TV) ได้รับความนิยมมาก เผยแพร่ไปได้กว้างไกลทั่วโลก

เอกสารการสอน # 1.77 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์ไทย

7.1.3 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์ไทย

กิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีพัฒนาการตามลำดับ โดยมีโทรทัศน์ที่เคยดำเนินกิจการในอดีต ดังนี้

1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย ตั้งขึ้นในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ใช้ชื่อว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี” ออกอากาศทางช่อง 4 เริ่มแพร่ภาพเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2498 ในภายหลังได้โอนมาสังกัดองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 ปัจจุบัน องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน ชื่อบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เมื่อปี พ.ศ. 2547 จึงมีการเปลี่ยนชื่อจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 เป็นสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี

2. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในปี พ.ศ. 2500 จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้น มีดำริให้ตั้งสถานีโทรทัศน์ขึ้นเพื่อใช้ในการส่งเสริมกิจการทหาร สถานีโทรทัศน์แห่งนี้เดิมใช้ชื่อว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7” เริ่มแพร่ภาพออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2501 ออกอากาศทางช่อง 7 ในระบบขาวดำ ต่อมาในปี พ.ศ. 2517 ได้เปลี่ยนเป็นระบบโทรทัศน์สี ออกอากาศทางช่อง 5 จึงเปลี่ยนชื่อเป็น “สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5”

3. สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นสถานีที่กองทัพบกให้เอกชนร่วมดำเนินการคือ บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด เริ่มแพร่ภาพในปี พ.ศ. 2510 ด้วยระบบสี นับเป็นสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกของประเทศไทย และนอกจากนี้ยังเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกที่ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไปยังสถานีลูกข่ายในส่วนภูมิภาค

7.1.3 พัฒนาการกิจการโทรทัศน์ไทย (ต่อ)

4. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นสถานีของบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ที่ให้บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเม้นต์ จำกัด เป็นผู้รับสัมปทานดำเนินกิจการ สถานีโทรทัศน์แห่งนี้ เริ่มแพร่ภาพเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2513 ทางช่อง 3 ด้วยระบบสี คลื่น VHF ความถี่ต่ำ ต่อมาในปี พ.ศ. 2520 บริษัทไทย โทรทัศน์ได้ยุบเลิกกิจการไป จึงทำให้ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อยู่ภายใต้สัมปทานของบริษัท อสมท. (จำกัด) มหาชน และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมาได้เปลี่ยนไปออกอากาศในแถบความถี่สูงยิ่ง (UHF)

5. สถานีวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็นสถานีในส่วนภูมิภาค และสถานีในกรุงเทพมหานคร ได้ทำการออกอากาศจริงในปี พ.ศ. 2531 มีสถานะเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ ปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็นสถานีโทรทัศน์ เอ็นบีที (NBT) มีสถานีแม่ข่ายอยู่ที่กรุงเทพฯ และมีลูกข่าย 12 สถานี ที่จังหวัดเชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น อุบลราชธานี กาญจนบุรี จันทบุรี สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ตรัง สงขลา นครศรีธรรมราช และ ยะลา

6. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี และทีไอทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินการโดยบริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) เริ่มแพร่ภาพออกอากาศในปี พ.ศ. 2539 ต่อมาถูกยกเลิกกิจการ เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2550 กรมประชาสัมพันธ์ได้รับมอบอำนาจจากสำนักนายกรัฐมนตรีให้ตั้งสถานีโทรทัศน์ ทีไอทีวี ขึ้นเพื่อรับช่วงต่อออกอากาศมาจนถึงวันที่ 15 มกราคม 2551 จึงยุติการออกอากาศ

7. สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย หรือ ***TPBS*** สืบเนื่องจากการที่สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี ถูกยกเลิกกิจการและสถานีทีไอทีวี ยุติการ จากสถานี ทีไอทีวี นับเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ ไม่แสวงหากำไร แห่งแรกของไทย มีลักษณะเป็นองค์กรอิสระ สถานีมีรายได้จากภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากสุราและยาสูบ โดยมีรายได้สูงสุดประมาณไม่เกิน 2,000 ล้านบาทต่อปี

ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์หลายประเภท เช่น ฟรีทีวี แบบบอกรับเป็นสมาชิก/เคเบิลทีวี โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต (OTT)

อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ชมโทรทัศน์สามารถรับชมจากอุปกรณ์อื่นๆ ได้ เช่น สมาร์ทโฟน และรสนิยมของผู้ชมรุ่นใหม่ที่ชอบชมรายการตามใจชอบและเลือกกำหนดเองได้ (on demand) จะเห็นแนวโน้มว่าผู้ชมผ่านจอโทรทัศน์ตามปกติ จะกลายเป็นสื่อสำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันไปแล้ว

เอกสารการสอน # 1.78 แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

7.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital television) หรือทีวีดิจิทัล เป็นเทคโนโลยีการแพร่ภาพและกระจายเสียง ที่มีพื้นฐานบนการส่งผ่านข้อมูลภาพและเสียงโดยการเข้ารหัสในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ระบบดิจิทัลสามารถส่งสัญญาณภาพและเสียงที่มีคุณภาพสูง สามารถส่งข้อมูลได้มากช่องกว่าโดยใช้ความกว้างของช่องสัญญาณ (bandwidth) เท่ากับหนึ่งช่องแอนะล็อกเดิม เรียกว่า multicasting สัญญาณที่แพร่ออกไปมีทั้งวิดีโอ เสียง และการให้บริการข้อมูลประเภทต่างๆ เช่น คำบรรยายแทนเสียง หรือผังรายการ รวมทั้งการให้บริการอื่นๆ บนเทคโนโลยีสมัยใหม่ไปสู่ผู้ชม ดีกว่าระบบการรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกเดิม

พัฒนาการและมาตรฐานของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

สหภาพโทรคมนาคมนานาชาติ (ITU) ได้มีการกำหนดมาตรฐานของโทรทัศน์ดิจิทัลหลักๆ ไว้ 4 ประเภท คือ มาตรฐานของประเทศสหรัฐอเมริกา (ATSC) ญี่ปุ่น (ISDB) ยุโรป (DVB) และจีน (DTMB)

จำนวนประเทศในโลกนี้ส่วนใหญ่ใช้มาตรฐานยุโรป คือมาตรฐาน DVB-T2 มีจำนวนมากที่สุดถึง 101 ประเทศ รองลงมาคือมาตรฐาน DVB-T มี 60 ประเทศ ส่วนมาตรฐาน ISDB-T ของประเทศญี่ปุ่น มี 13 ประเทศ มาตรฐาน ATSC ของสหรัฐอเมริกามี 8 ประเทศ และมาตรฐาน DTMB ของประเทศจีนมี 5 ประเทศ นอกนั้นยังไม่มีข้อมูลหรือยังไม่มีการเปลี่ยนผ่านเป็นระบบดิจิทัล

เอกสารการสอน # 1.79 สถานการณ์การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล

7.2.2 สถานการณ์การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล

สหภาพโทรคมนาคมนานาชาติ (ITU) โดยภาคการพัฒนาโทรคมนาคม ได้ทำการช่วยเหลือให้ประเทศต่างๆ ในโลกได้เปลี่ยนผ่านการกระจายเสียงและภาพจากระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งมีจำนวนประเทศที่เปลี่ยนผ่านสำเร็จเรียบร้อยแล้วจำนวน 74 ประเทศ และประเทศที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่านจำนวน 62 ประเทศ แต่ยังมีบางประเทศที่ยังไม่สามารถเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านไปใช้โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลได้

ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แล้วคือ ประเทศสิงคโปร์

เอกสารการสอน # 1.80 สถานการณ์ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลในประเทศไทย

7.2.3 สถานการณ์ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลในประเทศไทย

โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจจำนวน 24 ช่อง ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการเป็นระยะเวลา 15 ปี ผ่านไปเพียงปีเศษ ก็เลิกไป 2 ช่อง คือ ช่องข่าวไทยทีวี 17, ช่องเด็ก LOCA 15

พ.ศ. 2562 มีช่องทีวีดิจิทัลแจ้งคืนใบอนุญาตรวม 7 ช่อง ประกอบด้วย

1) สปริงส์นิว ช่อง 19 2) วอยซ์ทีวี ช่อง 21

3) สปริง ช่อง 26 4) MCOT Family (อสมท) ช่อง 14

5) ไบรท์ทีวี ช่อง 20 6) 3 SD ช่อง 28 และ

7) 3 Family ช่อง13 ปัจจุบันประเทศไทยเหลือช่องทีวีดิจิทัล

รวมทั้งสิ้น 15 ช่อง (เดิม 24 ช่อง) ได้แก่

1. ประเภทรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว เดิมมี 3 ช่อง ผู้ประกอบการคืนช่องทั้งหมด

2. ประเภทรายการข่าวสาร และสาระ เหลือ 3 ช่อง ได้แก่

ช่อง 16 TNN 24 บริษัท ไทยนิวส์เน็ตเวิร์ก จำกัด

ช่อง 18 New 18 บริษัท ดีเอ็นบรอดคาสต์ จำกัด

ช่อง 22 Nation TV บริษัท เอ็นบีซีเน็กซ์วิชัน จำกัด

3. ประเภทรายการทั่วไป ภาพคมชัดปกติ (Standard Definition - SD) เหลือ 5 ช่อง ได้แก่

ช่อง 23 Workpoint TV บริษัท ไทยบรอดคาสติง จำกัด

ช่อง 24 True4U บริษัท ทรูโฟร์ยู สเตชัน จำกัด

ช่อง 25 GMM บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด

ช่อง 27 Channel 8 บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชัน จำกัด

ช่อง 29 Mono 29 บริษัท โมโนบรอดคาซท์ จำกัด

4. ประเภทรายการทั่วไป ภาพคมชัดสูง (High Definition - HD) เหลือ 7 ช่อง ได้แก่

ช่อง 30 MCOT HD บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

ช่อง 31 One 31 บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด

ช่อง 32 Thairath TV บริษัท ทริปเปิลวี บรอดคาสต์ จำกัด

ช่อง 33 Channel 3 HD บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด

ช่อง 34 Amarin TV บริษัท อมรินทร์เทเลวิชัน จำกัด

ช่อง 35 Channel 7 HD บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

ช่อง 36 PPTV HD36 บริษัท บางกอกมีเดียแอนด์บรอดคาสติง จำกัด

เอกสารการสอน # 1.81 การจัดรายการโทรทัศน์

7.3.1 การจัดรายการโทรทัศน์

ความหมายของการจัดรายการโทรทัศน์

การจัดรายการโทรทัศน์ (programming) หมายถึง การวางแผน การคัดเลือกรายการ และกำหนดเวลาการนำเสนอรายการโทรทัศน์ เพื่อแพร่ภาพ สู่สายตาผู้ชมรายการ

การผลิตรายการโทรทัศน์ (production) หมายถึง การนำแผนที่วางไว้ตามผังรายการไปดำเนินการให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้ได้ "รายการ" เพื่อการออกอากาศ ทั้งนี้อาจจะบันทึกไว้ (record) เพื่อนำไปออกอากาศ หรือเป็นการผลิตและออกอากาศสด (live production) ตามกำหนดเวลาที่วางแผนไว้ในตารางการออกอากาศ

ดังนั้นการจัดรายการและการผลิตรายการ จึงเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการต่อเนื่อง เมื่อ "จัด" แล้วจะนำสิ่งที่จัดไว้ไป "ผลิต" จึงจะได้รายการโทรทัศน์มาแพร่ภาพต่อไป

ความสำคัญของการจัดรายการโทรทัศน์

การจัดรายการโทรทัศน์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสถานี ดังนี้

1. ช่วยให้สามารถประเมินความสอดคล้องระหว่างนโยบายของสถานีกับรายการที่แพร่ภาพได้
2. การจัดรายการส่งผลต่อความสำเร็จของสถานี
3. ช่วยติดตามความคืบหน้าของรายการ ตรวจสอบและประเมินรายการ และปรับแก้ไขได้ทัน
4. การจัดรายการด้วยการกำหนดผังรายการช่วยให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงาน

ความสำคัญของการจัดรายการต่อผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ชมรายการ ผู้สนับสนุนรายการ ดังนี้

1. การจัดรายการช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ชมรายการ
2. การจัดรายการสะท้อนภาพลักษณ์ของสถานี ให้มีความชัดเจน
3. การจัดรายการให้ข้อมูลที่สำคัญแก่ผู้สนับสนุนรายการ

รูปแบบของรายการโทรทัศน์

รายการที่จะนำไปแพร่ภาพสู่ผู้ชมนั้น สถานีโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องผลิตเองทั้งหมด แต่ สามารถ "จัดหา" รายการจากแหล่งต่างๆ ได้ "รูปแบบรายการโทรทัศน์" มีดังนี้

1. ละคร ● ละครเรื่องยาว หลายตอน - ละครชุด - ละครอิงข้อเท็จจริง

2. รายการตลก ● situation comedies หรือ "ซิทคอม"

3. เรียลลิตี้ เช่น "American idol" หรือ รายการ The Face Thailand

4. เกมโชว์

5. วาไรตี้

6. ดนตรี

7. ข่าว

8. สารคดี

9. กีฬา

เอกสารการสอน # 1.81 การจัดรายการโทรทัศน์ (ต่อ)

แหล่งที่มาของรายการโทรทัศน์ มีแหล่งที่มาของรายการแตกต่างกันไป ดังนี้

1. รายการที่ผลิตโดยสถานี
2. รายการที่ได้จากสถานีเครือข่าย หรือการแลกเปลี่ยนรายการ
3. รายการที่ได้จากบริษัทจัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์

ประเทศไทยมีบางสถานีใช้วิธีซื้อรายการจากต่างประเทศ เช่น สารคดี กีฬา การ์ตูน

แนวทางการจัดรายการโทรทัศน์

การจัดรายการโทรทัศน์ มีเป้าหมายสูงสุด คือ สามารถตอบสนองความต้องการ ดึงดูดความสนใจให้มีกลุ่มผู้ชมรายการในปริมาณมากเพียงพอ

ขั้นตอนการจัดรายการโทรทัศน์

การจัดรายการที่มีระบบควรจะเป็นไปตามขั้นตอนของการจัดรายการตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดนโยบายสถานี
ขั้นตอนที่ 2 กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ แทบทุกสถานีจะมีเป้าหมายหลัก คือ อัตราผู้ชม
ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการวิจัยและพัฒนา จำเป็นต้องหาข้อมูลด้านผู้ชมและการตลาด
ขั้นตอนที่ 4 กำหนดแนวทางกลยุทธ์
ขั้นตอนที่ 5 จัดผังรายการ
ขั้นตอนที่ 6 ดำเนินการจัดหารายการ
ขั้นตอนที่ 7 ดำเนินการทดสอบรายการ
ขั้นตอนที่ 8 ออกอากาศรายการ

เอกสารการสอน # 1.82 การผลิตรายการโทรทัศน์

7.3.2 การผลิตรายการโทรทัศน์

ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์

โดยทั่วไปแล้ว การผลิตรายการโทรทัศน์จะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือขั้นเตรียมการผลิต (preproduction) ขั้นผลิตรายการ (production) และขั้นหลังการผลิตรายการ (postproduction)

1. ขั้นเตรียมการผลิตรายการโทรทัศน์

การเตรียมการก่อนผลิตรายการ เป็นจุดเริ่มต้นของการลงมือผลิตรายการโทรทัศน์

เมื่อผู้จัดรายการกำหนดประเภท รูปแบบของรายการ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมาย และแจ้งให้ผู้ชมทราบในผังรายการแล้ว ในขั้นการเตรียมการก่อนผลิตรายการ งานของผู้ผลิตรายการที่ต้องดำเนินการ ได้แก่ การสร้างสรรค์พัฒนาบท และกำหนดตารางการดำเนินงาน รวมทั้งประสานงานกับส่วนที่เกี่ยวข้อง

2. ขั้นผลิตรายการโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์อาจจำแนกกว้างๆ ได้ 2 วิธี ได้แก่

1. การผลิตรายการสด (live)
2. การผลิตรายการโดยบันทึกไว้ล่วงหน้า (recording)

หรือแบ่งการผลิตรายการเป็น การผลิตรายการในสตูดิโอ และการผลิตรายการนอกสถานี

3. ขั้นหลังการผลิตรายการโทรทัศน์

งานการผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ได้จบหลังการบันทึกรายการ แต่จะมีขั้นตอนการดำเนินการหลังการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้ขั้นตอนอื่นๆ การดำเนินการหลังการผลิตรายการ เป็นการตัดต่อภาพและผสมเสียง เพื่อให้ได้รายการที่สมบูรณ์ที่สุด และพร้อมที่จะแพร่ภาพนั่นเอง

<u>แบบประเมินผลตนเองหลังรับการสอนเสริม</u>
<u>ครั้งที่ 1</u>
<u>ชุดวิชา</u> 15231 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน

<u>คำสั่ง</u> ขอให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนวงกลมล้อมรอบตัวอักษรหน้าข้อคำตอบที่ถูกที่สุด

1. ลักษณะเฉพาะของผู้ส่งสาร (source) ในกระบวนการสื่อสารมวลชนที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่นคือข้อใด
   ก. มีความไม่ยั่งยืน
   ข. มีลักษณะกระจัดกระจาย
   ค. มีลักษณะเป็นสาธารณะ
   ง. มีลักษณะเป็นองค์กร
   จ. มีลักษณะเป็นสาธารณะ และมีความไม่ยั่งยืน

2. ข้อใดเป็นสื่อมวลชนที่จำแนกตามลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร
   ก. สื่อภาพ
   ข. สื่อใหม่
   ค. สื่อร้อน
   ง. อินเทอร์เน็ต
   จ. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

3. พัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อด้านใด
   ก. ด้านธุรกิจสื่อ
   ข. ด้านผู้บริโภคสื่อ
   ค. ด้านเป้าหมายและตลาดของสื่อ
   ง. ด้านธุรกิจสื่อ ด้านผู้บริโภคสื่อ
   จ. ด้านธุรกิจสื่อ ด้านผู้บริโภคสื่อ และด้านเป้าหมายและตลาดของสื่อ

4. ระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดทางเศรษฐกิจข้อใดที่มีการแข่งขันโดยเสรีโดยใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานของสื่อมวลชนมีเอกชนเป็นผู้ดำเนินการเป็นส่วนใหญ่
   ก. ระบบเศรษฐกิจแบบคอมมิวนิสต์ (Communism)
   ข. ระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม (Socialism)
   ค. ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism)
   ง. ระบบเศรษฐกิจแบบผสม (Mixed Economy)

5. ปัจจัยข้อใดที่ส่งผลต่อระบบสื่อมวลชนไทย

ก. ระบบการเมือง

ข. ระบบเศรษฐกิจ

ค. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

ง. ระบบการเมือง และระบบเศรษฐกิจ

จ. ระบบการเมือง ระบบเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

6. ข้อใด**ไม่ใช่**หน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนในฐานะสื่อหรือเครื่องมือในการสื่อสารของสมาชิกในสังคม

ก. การให้การศึกษา

ข. การให้ความบันเทิง

ค. การแสดงความคิดเห็น

ง. การให้การศึกษา และการให้ความบันเทิง

จ. ไม่มีข้อถูก

7. ข้อใด**ไม่**ถือเป็นประเภทของหนังสือพิมพ์

ก. หนังสือพิมพ์แจก

ข. หนังสือพิมพ์สถานศึกษา

ค. หนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช่รายวัน

ง. หนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องหรือเฉพาะกลุ่ม

จ. ไม่มีข้อถูก

8. โครงสร้างองค์กรการดำเนินธุรกิจของหนังสือพิมพ์ข้อใดที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาทั้งข่าว บทความ สารคดีและข้อเขียนทุกประเภทยกเว้นโฆษณา

ก. กองการผลิต

ข. กองบรรณาธิการ

ค. กองผลิตเนื้อหา

ง. กองการพิมพ์

จ. กองการจัดการ

9. หนังสือเล่มที่จัดพิมพ์เป็นครั้งแรกในประเทศไทยชื่อว่าอะไร

ก. ดรุโณวาท

ข. สยามประเทศ

ค. บางกอกรีคอร์ดเดอร์

ง. บัญญัติสิบประการ

จ. หนังสือราชกิจจานุเบกษา

10. หน่วยวัดความละเอียดของเซ็นเซอร์รับภาพในกล้องดิจิทัลคือข้อใด

ก. ลิเธียม

ข. พิกเซล

ค. LCD

ง. CCD

จ. ลูมิค

11. การถ่ายภาพดิจิทัลนิยมเก็บข้อมูลด้วยการ์ดหน่วยความจำข้อใด

ก. สมาร์ทมีเดีย (Smart media)

ข. เมมโมรีสติ๊ก (Memory stick)

ค. เอสดีการ์ด (Secure digital Card: SD)

ง. คอมแพ็คแฟลช (Compact flash)

จ. ถูกทุกข้อ

12. ข้อใดเป็นตัวอย่างการใช้ภาพถ่ายด้านวิทยาศาสตร์

ก. ภาพถ่ายม้าวิ่งของมายบริดจ์

ข. ภาพถ่ายการเคลื่อนไหวของมนุษย์

ค. ภาพถ่ายพิคทอเรียลลิสซึม

ง. ภาพถ่ายที่เห็นแล้วชวนฝัน และภาพเลือนรางพร่ามัวไม่ชัดเจน

จ. ภาพถ่ายม้าวิ่งของมายบริดจ์ และภาพถ่ายการเคลื่อนไหวของมนุษย์

13. ภาพยนตร์บันเทิงเรื่องแรกที่สร้างโดยคนไทยคือเรื่องใด

ก. นางสาวสุวรรณ

ข. หลงทาง

ค. อันธพาลครองเมือง

ง. โชคสองชั้น

จ. แม่นาค

14. ภาพยนตร์เรื่อง Harry Potter จัดอยู่ในตระกูลภาพยนตร์ในข้อใด

ก. ภาพยนตร์แก็งสเตอร์

ข. ภาพยนตร์ฟิล์มนัวร์

ค. ภาพยนตร์จินตนาการ

ง. ภาพยนตร์แอนิเมชั่น

จ. ภาพยนตร์ไซไฟ

15. โดยทั่วไประบบการสร้างภาพยนตร์แบ่งได้เป็นกี่ระบบ อะไรบ้าง

ก. 2 ระบบ ได้แก่ ระบบสมัครเล่น และระบบมืออาชีพ

ข. 2 ระบบ ได้แก่ ระบบสตูดิโอ และระบบอิสระ

ค. 2 ระบบ ได้แก่ ระบบอนาล็อก และระบบดิจิทัล

ง. 3 ระบบ ได้แก่ ระบบครอบครัว ระบบบริษัท และระบบนายทุน

จ. 3 ระบบ ได้แก่ ระบบภายในประเทศ ระบบระหว่างประเทศ และระบบโลก

16. บุคคลในข้อใดที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งวงการวิทยุกระจายเสียง

ก. เจมส์ แม็กซ์เวลล์

ข. เฮนริช เฮิรตซ์

ค. มาร์โคนี

ง. เฟสเสนเดน

จ. ลี เดอ ฟอเรสต์

17. สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) ได้แบ่งแถบความถี่ของโลกออกเป็นหลายเขตภูมิภาค ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในเขตภูมิภาคใด

ก. เขตภูมิภาคที่ 1

ข. เขตภูมิภาคที่ 2

ค. เขตภูมิภาคที่ 3

ง. เขตภูมิภาคที่ 4

จ. เขตภูมิภาคที่ 5

18. การประเมินผลรายการ เช่น ใช้แบบสอบถาม สอบถามทางโทรศัพท์ หรือการส่งข้อความสั้น (SMS) จัดอยู่ในกระบวนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงในขั้นตอนใด

ก. ขั้นเตรียมการผลิตรายการ

ข. ขั้นก่อนการผลิตรายการ

ค. ขั้นผลิตรายการ

ง. ขั้นหลังการผลิตรายการ

จ. ขั้นการเผยแพร่รายการ

19. ข้อใดเป็นสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกของประเทศไทย

ก. ช่อง 3

ข. ช่อง 4

ค. ช่อง 5

ง. ช่อง 7

จ. ช่อง 9

20. โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจช่องใดที่ยุติกิจการไปแล้วคือข้อใด

ก. ช่องข่าวไทยทีวี 17

ข. ช่องเด็ก LOCA 15

ค. สปริงส์นิวส์ ช่อง 19

ง. วอยซ์ทีวี ช่อง 21

จ. ถูกทุกข้อ

21. ข้อใดเป็นแหล่งที่มาของรายการโทรทัศน์

ก. รายการที่ผลิตโดยสถานี

ข. รายการที่ได้จากสถานีเครือข่าย หรือการแลกเปลี่ยนรายการ

ค. รายการที่ได้จากบริษัทจัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์

ง. ซื้อรายการจากต่างประเทศ

จ. ถูกทุกข้อ