

ความคิดเห็นของสื่อมวลชน ต่อบทบาทในการเป็นโรงเรียนของสังคม

OPINION OF MEDIA PROFESSIONALS TOWARDS THEIR ROLES AS SOCIAL SCHOOL

กันยิกา ชอว์

Kanyika Shaw

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของสื่อมวลชน ต่อบทบาทในการเป็นโรงเรียนของสังคม” เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ด้วยการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักวิชาชีพต่อการทำตามบทบาทหน้าที่ของตน และ (2) เพื่อทราบแนวทางบูรณาการการทำงานของภาควิชาชีพ วิชาการ และประชาสังคมในการผลักดันให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม โดยการจัดเสวนากลุ่มจำนวน 9 ครั้งทั่วประเทศ ระหว่างปี 2558-2559

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนเห็นว่าตนได้ทำตามบทบาทที่สำคัญในการ (1) สอดส่องดูแล (Surveillance) และรายงานเหตุการณ์ในสังคม (2) สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (Correlation) (3) สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (Cultural Transmission) และ (4) ให้ความบันเทิง (Entertainment)

อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยหลายประการที่ทำให้บทบาทหน้าที่ของสื่อ เป็นการทำหน้าที่ที่ไม่พึงประสงค์ (Dysfunction) ได้แก่ (1) ผู้บริโภคไม่ชอบอ่านเนื้อหาดี จากสื่อ (2) Social Media มีอิทธิพลในการสร้างกระแสข่าวและความรวดเร็ว ทำให้สื่อขาดเวลาในการตรวจสอบ (3) หน้าที่ทางการตลาดหรือธุรกิจทำให้หน้าที่ต่อสังคมลดน้อยลง (4) ไม่มีองค์ความรู้เรื่องสื่อและขาดทักษะ (5) กฎเกณฑ์ที่กำกับสื่อจากภาครัฐ และ (6) กรอบความรู้ของผู้รับสารที่ไม่เท่ากัน

ส่วนประเด็นแนวทางบูรณาการการทำงานของภาควิชาชีพกับภาคอื่นๆ ได้แก่ ภาควิชาการและประชาสังคม ในการผลักดันให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมสามารถทำได้หลายประการ ได้แก่ (1) สร้างหลักสูตรอบรมที่ดึงความแข็งแกร่งของสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ (2) เพิ่มพื้นที่สื่อดี (3) ให้ความรู้เรื่องสื่อทุกระดับ และ (4) มีการผลักดันอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรมจากภาครัฐ เช่น การเปิดโอกาสให้เข้าถึงกองทุนสื่อสร้างสรรค์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม

คำสำคัญ: สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม บทบาทหน้าที่ของสื่อ สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This paper, Opinion of Media Professionals towards their Roles as Social School, is a part of the project “Media as Social School (MASS) mainly sponsored by Thai Health Foundation. This paper aimed (1) to study views of media professionals towards their roles and responsibilities on day-to-day work as well as (2) to vision the appropriate working direction of media professionals, academics and civil society to promote “Media as Social School Project”. 9 seminars and focus groups were conducted during 2015-2016 throughout the country.

It found that media professionals see themselves fulfilling their roles and responsibilities as following (1) surveillance, (2) correlation, (3) cultural transmission and (4) entertainment. However, dysfunction of media role and responsibility could occur, due to (1) consumers’ preferences to bad news, (2) social media increase speed of reporting, resulting in fact-checking quality, (3) profit-ridden business trend lessened media duty to society, (4) lacking in media literacy and skills, (5) state regulations, and (6) different knowledge of consumers.

The appropriate working direction of media professionals, academics and civil society to promote “Media as Social School Project” included (1) training project in social media literacy, (2) number-up ‘good’ media space, (3) initiate media literacy for all groups of people and (4) substantial support and tangible policy from the government.

Keywords: Media as social school (MASS), Media role and responsibility, Social media

บทนำ

ในช่วงทศวรรษนี้ โลกประสบกับการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารครั้งใหญ่จากสภาวะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์หลอมรวม 3 มิติ การหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Technological Convergence) ของคำว่า สื่อใหม่ หรือ New Media นั้น มีคนให้ระบบคอมพิวเตอร์ โทรคมนาคม และสื่อมวลชน ผสมผสานสื่อทั้งตัวบทเนื้อหา เสียง ภาพ การตอบโต้ (Interactive) นำไปสู่การหลอมรวมทางเศรษฐกิจ (Economic Convergence) และการหลอมรวมทางวัฒนธรรม (Cultural Convergence) ที่ทำให้คนในหมู่บ้านโลก (Global Village) มีค่านิยม ความเชื่อ และการปฏิบัติคล้ายๆ กัน (Pavlik & McIntosh, 2013: 8-11)

Chantrawatanakul (2013: 114-116) ได้สรุปว่า

มิติการหลอมรวมทั้ง 3 มิตินี้ได้ท้าทายวงการสื่อมวลชน 8 ประการ ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อ (2) การเปลี่ยนแปลงชนิดหรือประเภทของสื่อ (3) การเปลี่ยนแปลงในแง่เนื้อหา (4) การเปลี่ยนวิธีการใช้สื่อ (5) การเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของสื่อ (6) การเปลี่ยนแปลงในแง่ผู้รับสาร (7) การเปลี่ยนวิธีการทำงานของสื่อมืออาชีพ และ (8) การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติ

อีกนัยหนึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาารูปแบบการสื่อสารใหม่ (Change Agent) มาแข่งขันกับวิธีการระบบสื่อสารแบบเดิมมีการปรับตัวอย่างกว้างขวาง สื่อค่ายต่างๆ ถูกบังคับให้ปรับตัวเอง เกิดรูปแบบการสื่อสารที่รวดเร็วและบริบทที่ซับซ้อน ผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารบนสื่อรูปแบบใหม่บนโลกออนไลน์และสื่อสังคม (Social media) เกิดเป็นการแบ่งฝ่ายระหว่างสื่อเก่า (Old Media) สื่อใหม่ (New Media) สื่อกระแสหลัก

(Traditional Media) สื่อกระแสรอง สื่อทางเลือก (Alternative Media) เกิดกระแสนักข่าวมืออาชีพ (Professional Journalists) นักข่าวพลเมือง (Citizen Journalists) และข้อถกเถียงอีกมากมายในแง่บทบาทสื่อที่เปลี่ยนไป จริยธรรมสื่อสารมวลชน รวมถึงจริยธรรมผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

พลังของสื่อใหม่ที่เข้าไปมีบทบาทต่อมิติการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของโลก ปรากฏให้เห็นหลายกรณี อาทิ ปรากฏการณ์ ‘โดมิโน’ ในการเรียกร้องประชาธิปไตย เรียกร้องสิทธิและเสรีภาพของชาติในตะวันออกกลาง ในด้านวัฒนธรรมการมีการใช้สื่อใหม่มาช่วยเผยแพร่สื่อศิลปวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นภาพวาด ปฏิกิริยากรรม ศิลปะพื้นบ้าน ผู้บริโภคที่กว้างขวางขึ้น (Shaw, 2017)

ในแง่ผลกระทบต่อสื่อมวลชน เราจะเห็นการปรับตัวของสื่อเก่าที่ใช้คุณลักษณะของสื่อใหม่และอุปกรณ์ดิจิทัลมาออกแบบสร้างสรรค์ พัฒนาจนสามารถเพิ่มช่องทางในตลาดได้ เช่น Kindle ที่พัฒนาการเก็บหนังสือเล่มจำนวนมากอยู่ในรูปแบบหนังสือดิจิทัล นิตยสาร a day ที่มีการจัดทำเว็บไซต์ www adaymagazine.com เพื่อเผยแพร่เนื้อหาและข้อมูลของนิตยสาร a day ไปควบคู่กับสื่อหลักเล่ม (Vatcharachayakul & Sotanasathien, n.d.)

นอกจากนี้หลายกลุ่มนำสื่อใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เช่น กลุ่มพัฒนาซอฟต์แวร์ GR Code เพื่อช่วยเหลือผู้บกพร่องทางการมองเห็น (Thieler, 2017) รวมไปถึงกลุ่มเด็กยืมจากจังหวัดเชียงรายที่ทำเว็บไซต์ www.dekyim.org เพื่อสื่อสารเรื่องราวของเด็กไร้สัญชาติ

ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในมิติการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสื่อมวลชนนั้นล้วนเป็นผลมาจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ ซึ่งเฮนรี เจนคินส์ (Jenkins, 2006) กล่าวถึงสื่อใหม่ในหนังสือ ‘Convergence Culture: Where Old and New Media Collide’ ว่าเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติโดดเด่น อาทิ เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way-communication) มีความสามารถเคลื่อนที่

ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่างๆ (Compactable) สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility) สามารถเชื่อมต่อกันโดยง่าย (Connectivity) สามารถหาและใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ (Ubiquity) มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication) มีลักษณะไร้พรมแดน (Absence of Boundaries)

คุณลักษณะสื่อใหม่ในลักษณะนี้ โรเจอร์ส (Rogers, 2003) จึงได้นิยามสื่อใหม่ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมาก และเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า ‘สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์’ หรือ ‘โซเชียลมีเดีย’ (Social Media) เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว จากผู้ส่งสาร 1 คน ไปถึงผู้รับสารทั่วโลก เกิด Global Village ที่ใครทำอะไรก็สามารถรู้กันไปได้หมดทั่วทั้งหมู่บ้าน และยากที่จะสกัดกั้น ลักษณะของข่าวสารข้อมูลดังกล่าว (information/content) สามารถใช้งานร่วมกันได้ (share) ระหว่างผู้เผยแพร่ (publisher, broadcaster) และผู้ใช้ข้อมูล เช่น การส่งคลิปวิดีโอไปบนเว็บไซต์ที่ให้บริการประเภท upload และ download อย่าง youtube.com ผู้ที่เข้าไปสามารถ download คลิปวิดีโอเพื่อนำไปตัดต่อเพิ่มเติมได้อีก ทำให้ผู้บริโภค (consumer) สามารถเป็นผู้ผลิตได้ (producer) หรือเป็น ‘Prosumer’ (Sudbanthad, 2017) ซึ่ง Toffler (1980) บัญญัติไว้ใน ‘The Third Wave’ ว่าเป็นที่สุดลูกค้าหรือ ‘Consumer’ จะต้องการมีบทบาทในการออกแบบและผลิตสินค้า ซึ่งเดิมเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตหรือ ‘Producer’ โดยผู้บริโภคเปลี่ยนจากการเป็นฝ่ายซื้อสินค้าตามจากผู้ผลิต นำออกมาป้อนตลาดที่เรียกว่า ‘Passive Consumer’ มาเป็นลูกค้าที่กระตือรือร้นในการออกแบบสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับตัวเอง หรือ ‘Active Prosumer’

การใช้สื่อใหม่นี้แม้จะมีประโยชน์มากมาย แต่ก็ก่อให้เกิดปัญหาหลายประการทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับองค์กร Phoovatis (2014: 213) พบว่า ปัญหาในระดับบุคคลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การใช้เพื่อสร้างประโยชน์แก่ตนเองโดยลบล้างและทำร้ายผู้อื่น

การกระทำที่เกิดจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ การขาดมารยาทและจริยธรรมการใช้งาน รวมถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) การเสพติดทางอินเทอร์เน็ต (Internet Addiction) ในระดับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรสื่อ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อออนไลน์ที่ไม่สร้างสรรค์จึงต้องตระหนักเป็นทวีคูณ เพราะจะส่งผลกระทบต่อถึงคนหมู่มาก

วิกฤตบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน

สื่อมวลชนของไทยนั้นได้ผ่านการปฏิรูปมาหลายยุคหลายสมัย แต่สถานการณ์การทำงานของสื่อมวลชนก็ยังมีประเด็นทางสังคมมากมายเกิดขึ้น มีการวิพากษ์วิจารณ์และตั้งคำถามถึงการทำงานของสื่อซึ่งไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง มีการละเมิดสิทธิของบุคคลที่เป็นข่าว รวมถึงบุคคลในครอบครัวรวมถึงผู้เกี่ยวข้องด้วย

สื่อยังถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องสื่อมวลชนกระแสหลักไม่ทำหน้าที่เพื่อสาธารณะ ไม่พยายามแสวงหาความจริงหรือตรวจสอบผู้มีอำนาจ ไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ระดับชาติซึ่งถูกครอบงำทางโครงสร้างจากความเป็นเจ้าของหรือการควบคุมโดยรัฐ นายทุน และนักการเมือง ขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติก็ถูกตั้งคำถามเรื่อง “เลือกข้าง” สื่อกระแสรองอย่างโทรทัศน์ดาวเทียม เคเบิลทีวี วิทยุชุมชน และวิทยุธุรกิจท้องถิ่น ถูกตั้งคำถามเรื่องความไม่เป็นกลาง เผยแพร่ความเกลียดชังให้สังคม ก่อให้เกิดการแบ่งแยก (Ramasoota, 2003; Tangkitvanich & Sutharattakul, 2003; Donovanik, 2004; Trirat & Chaiwat, 2004; Phiphitkul, 2004; Thai Journalists Association, 2008; NPCEU SWEDEN, 2016)

Yavichai & Toopkeaw (n.d.) ได้ศึกษาการพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งในงานหนังสือพิมพ์ไทยระหว่างเดือนมีนาคม 2556 ถึงกุมภาพันธ์ 2557 ทั้งสิ้น 180 ฉบับ มีพาดหัวข่าวทั้งสิ้นรวม 1,162 หัวข่าว พบว่า มีการใช้ถ้อยคำสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) ที่ปรากฏบนพาดหัวข่าวหน้า 1 รวมทั้งสิ้น 367 ครั้ง หรือร้อยละ 31.6

หรือถึง 1 ใน 3 ของจำนวนการพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งทั้งหมด

ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) มักถูกใช้เป็นพื้นที่ระบายอารมณ์ และแลกเปลี่ยนข้อมูล ไปจนถึงระดมพล เอื้ออำนวยความร่วมมือทางการเมืองควบคู่ไปกับการขยายความเข้มข้นของการแบ่งขั้วทางการเมือง จนยกระดับเป็นความรุนแรง มีการนำเสนอข้อมูลและการใช้ภาษาที่ปลุกเร้าและกระตุ้นให้เกิดความเกลียดชัง (Hate speech) หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) และปลุกระดมให้มวลชนคู่ขัดแย้งใช้ความรุนแรงต่อกัน การเผยแพร่ข้อมูลเท็จบิดเบือน ไม่รอบด้าน ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด (Center for Communication Policy Study, Sukhothai Thammathirat Open University, 2013)

ศูนย์ศึกษานโยบายการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชได้ทำการวิจัยเรื่อง “จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน” ระหว่างเดือนธันวาคม 2553 - เดือนมีนาคม 2556 พบว่า สื่อมวลชนในประเทศไทยมีปัญหาด้านจริยธรรมเพิ่มมากขึ้น แต่สื่อมวลชนเองก็มีความพยายามในการที่จะพัฒนาจริยธรรมของตนเองด้วย ส่วนการไม่ปฏิบัติตามหรือการละเมิดจริยธรรมของสื่อมวลชนนั้นพบว่า มีสาเหตุมาจากความไม่มีเกณฑ์ด้านจริยธรรมที่ชัดเจน การขาดความใส่ใจด้านจริยธรรมอย่างจริงจังขององค์กรสื่อและผู้ปฏิบัติงาน การไม่มีกฎหมายและไม่มีสมาคมที่เข้ามาดูแล การดำเนินธุรกิจสื่อแบบทุนนิยม รวมถึงการถูกแทรกแซงทางธุรกิจจนอาจทำให้สื่อขาดจริยธรรม เมื่อสมาชิกไม่ปฏิบัติตามจริยธรรมส่วนใหญ่ไม่อาจควบคุมกันเองได้เพราะมีความสัมพันธ์ส่วนตัวและเกรงใจกันเอง

โครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม (Media as Social School: MASS)

จากเวทีประชุมและรับฟังความคิดเห็นทั่วประเทศ ตลอดปี 2558-2559 โดยเครือข่ายความร่วมมือปฏิรูปการเรียนรู้ให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม อันประกอบด้วย

อดีตคณะกรรมการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ อดีตคณะกรรมการปฏิรูปการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และอดีตคณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรม และการศาสนา ร่วมกับ สสส. เครือข่ายภาคสื่อสารมวลชน นักวิชาการ นักการศึกษา ศิลปิน และภาคประชาชน พบว่า มีจุดร่วมกันในการปฏิรูปคือ การพัฒนาให้ทุกคนเป็น “นักสื่อสารสร้างสรรค์” (Creative Communicator) เป็นพลเมืองที่ตื่นรู้ (Active Citizen) และผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ด้วยการปฏิรูปสื่อให้เป็นโรงเรียนของสังคมภายใต้บริบทสังคมดิจิทัล ปรับบทบาทกลไกของสื่อ เปิดพื้นที่เรียนรู้ทั้งรูปแบบ ช่องทาง เนื้อหา การรู้เท่าทัน และการเฝ้าระวังสื่อ ทั้งนี้ การปฏิรูปการเรียนรู้ให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม มีจุดหมายให้สื่อเป็นสื่อสร้างสรรค์แห่งปัญญาและสันติภาพ ซึ่งครอบคลุมสื่อทุกประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อใหม่ สื่อศิลปะ วัฒนธรรม สื่อกิจกรรม และสื่อทางเลือก เพราะทุกคนทำหน้าที่เป็นผู้รับสารและผู้ส่งสาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักวิชาชีพ วิชาการ และภาคประชาสังคมต่อบทบาทในการสื่อสารของตนในการเป็นโรงเรียนของสังคม
2. เพื่อทราบแนวทางบูรณาการการทำงานของภาควิชาชีพ วิชาการ และประชาสังคมในการผลักดันให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม

ทบทวนวรรณกรรม

จากเวทีประชุมและรับฟังความคิดเห็นทั่วประเทศ ตลอดปี 2558-2559 ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อสนทนานักวิชาชีพ นักวิชาการ และภาคประชาสังคมบนพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อ 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) และทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) ดังรายละเอียด ดังนี้

1. ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ตามทัศนะของ Merton (1992) มองว่าเป็นทฤษฎีที่มองว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่ในสังคมในลักษณะเป็นสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ที่พึงประสงค์ (Function) หรือการทำหน้าที่ที่ไม่พึงประสงค์ (Dysfunction) ส่วน Lasswell (1948) และ Wright (1974) ได้สรุปว่า สื่อมวลชนมีบทบาทที่สำคัญในการ (1) สอดส่องดูแล (Surveillance) และรายงานเหตุการณ์ในสังคม (2) สร้างความสัมพันธ์อันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (Correlation) (3) สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (Cultural Transmission) และ (4) ให้ความบันเทิง (Entertainment) (Satawatin, 1998; Kaewthep, 2000; Siriyuvasak, 2004) ซึ่งผู้วิจัยใช้ทฤษฎีนี้เพื่อกำหนดทิศทางการสนทนาวานักวิชาชีพ วิชาการ และภาคประชาสังคมใช้สื่ออย่างไรในปัจจุบัน

2. ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) เป็นทฤษฎีเน้นการยกการขัดแย้งขึ้นสู่ระดับของการอภิปราย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสาธารณะภายใต้พันธะของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้มิติของประชาคม ปฏิกริยาของผู้อ่าน/ผู้ชม และจริยธรรมในวิชาชีพเป็นเกณฑ์การควบคุมการทำงานของสื่อมวลชน (Satawatin, 1998; Kaewthep, 2000; Siriyuvasak, 2004) ซึ่งผู้วิจัยใช้ทฤษฎีนี้เพื่อกำหนดทิศทางการสนทนาวานักวิชาชีพ วิชาการ และภาคประชาสังคมคำนึงเรื่องความรับผิดชอบต่อการนำเสนอเรื่องราวทั้งการโพสต์ แชร์อย่างไร

วิธีการวิจัย

การศึกษาทัศนคติของสื่อมวลชนต่อบทบาทในการเป็นโรงเรียนของสังคม ผู้วิจัยได้ใช้การสนทนากลุ่มโดยจัดเวทีประชุมและรับฟังความคิดเห็นทั่วประเทศ ในปี 2558-2559 จำนวน 12 ครั้ง (Seminars and Focus Groups) โดยแต่ละเวทีจะแบ่งกลุ่มสนทนาเป็นภาควิชาชีพ ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม จากนั้นเป็นการจัดเสวนาใหญ่ที่รวมผู้แทนทุกภาคส่วนจากทั่วประเทศร่วมให้ข้อมูล ซึ่งรวมทั้ง 9 ครั้ง มีผู้เข้าร่วม 3,000 คน

ผลการวิจัย

บทความนี้จะขอนำเสนอสาระสำคัญของเวทีเสวนาทั้ง 9 เวที เฉพาะทัศนคติของภาควิชาชีพคือ นักสื่อสารมวลชน โดยนำเสนอเป็นประเด็น ดังนี้

“สิ่งที่มี” หมายถึง การปฏิบัติในปัจจุบัน สภาพการณ์ในปัจจุบัน

“ปัญหา” หมายถึง อุปสรรคที่พบเห็น หรือที่กีดขวางการทำงาน ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามหน้าที่ได้เต็มที่

“โอกาสพัฒนา” หมายถึง วิธีการ แนวทางในการพัฒนาตน ซึ่งเป็นวิธีที่กระทำได้ ได้กระทำอยู่แล้ว

“วิถีโรงเรียนของสังคม” หมายถึง ความคาดหวัง สิ่งที่จะเป็น จะมี หากภาคส่วนจะเป็นนักสื่อสารสร้างสรรค์

1. “สิ่งที่มี”

ผลการศึกษาพบว่า ไม่ว่าจะเป็นสื่อกระแสหลัก สื่อกระแสรอง สื่อท้องถิ่น หรือสื่อพลเมือง ก็มองว่าตนทำหน้าที่เป็นโรงเรียนของสังคมอยู่แล้ว อาทิ

“เคเบิลทีวีท้องถิ่นจะเสนอข่าวที่ชัดเจนมีรายละเอียดลึก รู้จริง รู้ชัด รู้แจ้งกว่า”

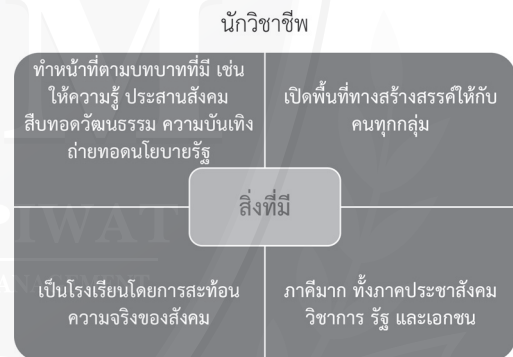
“สื่อท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เคเบิลทีวี... สามารถเป็นสื่อที่เป็นที่โรงเรียนของสังคมได้ เพราะเสนอข่าวสารให้ความรู้ เช่น เรื่องสุขภาพ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น กฎหมายซึ่งประชาชนผู้บริโภคบางท่านอาจยังไม่ทราบ นอกจากนี้ก็ยังมีข่าวจราจร มีการเตือนภัยพยากรณ์อากาศ หนังสือพิมพ์ก็เป็นข่าวที่สร้างสรรค์เป็นความจริง มีคุณธรรมและมีจริยธรรม ให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนของราชการ เคเบิลก็มีหน้าที่คือ ผลิตรายการออกไป แต่ละรายการต้องมีการคัดกรองข่าวสารออกมา”

“สื่อเปรียบเสมือนเวทีการแสดง เป็นตัวสะท้อนค่านิยม ภาพสังคม จริงๆ แล้วสื่อมีพื้นที่ในทางสร้างสรรค์”

“(สื่อ) เป็น (โรงเรียนให้สังคม) ด้วยสื่อมีบทบาท

ที่มากมาย เสนอข่าว สร้างพื้นที่สำหรับผู้ด้อยโอกาส ให้ความรู้ รักษาวัฒนธรรม ขับเคลื่อนสังคมด้วยการสร้างกระแส บอกเรื่องดีๆ ให้กำลังใจ แต่ มีหลายปัจจัยที่ทำให้สื่อทำหน้าที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น สื่อต้องเข้าใจผู้อื่น เข้าใจธุรกิจ (ตน) และเข้าใจรัฐ”

“สื่อมวลชนน่าจะเป็นโรงเรียนได้ไหม ผมว่านำเสนอหลายๆ คนว่าได้ เพราะว่าสื่อมวลชนจะรอบรู้ทุกเรื่อง มันมีอยู่อาชีพเดียวนะที่สามารถจะรู้ทุกอย่างไม่ว่าคุณจะไปโรงพักคุณยังรู้เลยคดีนี้ต้องออกซ้ายออกขวา คุณไปสายคุณยังรู้เลยคดีนี้ต้องเป็นอย่างนี้ แม้แต่น้ำจะท่วมน้ำจะมานี้ใครรู้ก่อน สื่อมวลชนรู้ก่อน เพราะว่าลี้ภัยกันตลอด ถามว่าถ้าคุณไปถามตำรวจ ตำรวจรู้ไหมก็ 모르 แต่สื่อรู้แล้วสื่อควรจะเป็นโรงเรียนได้หรือไม่”



ภาพที่ 1 ทัศนะการทำหน้าที่ของนักวิชาชีพสื่อ

2. “ปัญหา”

เมื่อถามถึงปัญหาที่เป็นอุปสรรคที่ทำให้สื่อไม่สามารถทำตามบทบาทหน้าที่ได้ หรือไม่สามารถดำเนินเรื่องความรับผิดชอบต่อการนำเสนอเรื่องราวทั้งการโพสต์แชร์ สื่อมวลชนมีทัศนคติว่า ในการทำงานในปัจจุบันสื่อต้องอยู่ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง และมีสื่อที่ไม่ใช่สื่อมวลชนด้วย นอกจากนี้สังคมจะได้ไม่ได้อยู่ที่สื่ออย่างเดียว แต่ต้องเกิดจากความร่วมมือของสถาบันทางสังคมหลายๆ สถาบัน รวมถึงปัจจัยด้านผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป มีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งมักเลือกเรื่องบันเทิงมากกว่าสาระความรู้

“สื่อสาระไม่มี rating!” เป็นคำพูดที่สื่อส่วนใหญ่ให้เหตุผล เมื่อถามถึงสัดส่วนของความบันเทิงที่มีมากเกินไปเกินความพอดี

“สื่อแต่ละสื่อพร้อมใจกันอยู่แล้ว แต่สื่อที่จะเป็นโรงเรียนต้องมิงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เพียงแค่เรียกร้องให้ผลิตสื่อที่ให้ความรู้แต่ลืมคำนึงถึงการอยู่รอดของโรงเรียนด้วย”

“วิทยุศึกษาเป็นของกระทรวงศึกษาธิการ เราได้รับคำสั่งให้ผลิตสื่อที่มีประโยชน์อยู่แล้วแต่ปัญหาที่เราเจอก็คือ ไม่มีคนฟัง กลุ่มเป้าหมายของเราไม่ต้องการรับฟังทำอะไรที่ผู้ชมผู้ฟังจะรับชมสิ่งที่เป็นประโยชน์บ้าง มีทั้งกลุ่มผู้ชมที่เลือกเป็นแต่ไม่อยากจะเลือก และที่เลือกชมไม่เป็น ดิฉันเชื่อว่า สื่อมีความรับผิดชอบอยู่แล้วแต่เมื่องานออกมาผลตอบรับกลับไม่ดี พอทำงานไม่ดีกลับมีผลตอบรับดี เพราะฉะนั้นทำงานไม่ดีก็ดีกว่ากลุ่มคนที่ฟังจึงมีเพียงผู้ที่ชอบแสวงหาความรู้อยู่แล้วในวงแคบๆ กลายเป็นว่าสื่อต่างๆ ที่อยู่ในลักษณะเดียวกัน เป็นสื่อราชการ 100 เปอร์เซนต์ เป็นสื่อที่มีความรู้มีสาระดีหมด แต่ปัญหาคือ ไม่มีคนฟัง”

“ทางเราผลิตสื่อเยอะ ก็กว่าจะผลิตมาได้ก็ผ่านการกลั่นกรองมาเยอะ จนผลิตสื่อดีๆ ให้กับสังคมได้ จากงานสำรวจคนบอกว่า ไทยพีบีเอสเป็นสื่อที่ดี แต่ว่าคนก็ไม่ดู เรดติ้งก็ไม่ดี คล้ายๆ กันเมื่อโยกกลับมาตัวเองทำงาน ผมทำงานอยู่เป็นเว็บมาสเตอร์ และก็ดูแฟนเพจของทางไทยพีบีเอส จะเห็นชัดเจนว่าปัจจุบันพีดีแบคต่างๆ ที่เกิดขึ้น คนเราได้ตอบโดยไม่ผ่านการกลั่นกรอง ซึ่งเป็นปัญหาไปถึงวิธีการเลี้ยงลูก ถึงสถาบันครอบครัวว่ามีปัญหาไปถึงกระบวนการคิด ระบบการศึกษาทำให้คนสามารถคิดได้ขนาดนั้นรีเปล่า ผมขอยกเป็นประเด็นไปเวลาที่มีปัญหาเกิดขึ้น เช่น กรณียิงตัวตายคือ มีการพูดว่าไม่ควรทำ แต่หลายๆ ช่องก็ถ่ายทอดสด บางช่อง 6 ชั่วโมง ไทยพีบีเอสเองก็ถ่ายทอด 1 ชั่วโมง แต่ตัวผมเองจริงๆ แล้ววันนั้นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่อยากจะถ่ายทอดเลยเพราะเป็นช่วงที่เด็กดู อยากให้สร้างพื้นที่ให้เด็กให้เยาวชนมากกว่า แต่วันนั้นกลับกลายเป็นว่าสังคมให้น้ำหนักกับ

การฆ่าตัวตาย ตอนนั้นรยยาบรรณวิชาชีพมันมีการพูดกัน สื่อมวลชนเองยังควบคุมกันเองไม่ได้ การอยู่กับออนไลน์คงไม่ต้องพูดถึง ดังนั้นสภวิชาชีพต้องหาวิธีการที่จะควบคุม ไม่ได้เป็นเพียงแค่สื่อกระดาษ แต่สำหรับสิ่งที่มันอยู่บนโลกออนไลน์นั้นมันควบคุมไม่ได้ ที่ทำได้คือ ต้องออกกฎหมายมาควบคุม การสมัครเข้าสังคมออนไลน์เมื่อก่อนต้องมีหลักฐานยืนยันตัวตน แต่สมัยนี้ไม่ต้องมีก็สามารถทำได้เหมือนไม่มีตัวตนบนโลกออนไลน์ คนเรายังแยกระหว่างโลกแห่งความจริงและโลกออนไลน์ไม่ได้ว่ามันคืออะไร **สื่อต้องทำให้คนรู้ให้ได้แยกให้ออกระหว่างโลกออนไลน์กับความเป็นจริงเป็นอย่างไร** คนทำบางที่ยังไม่รู้กฎหมายเลยว่าเป็นความผิด ก็ยังทำผิดกันอยู่หลายคนหมิ่นประมาทบนออนไลน์กลายเป็นว่าก็หมิ่นประมาทก็แล้วไง กระแสสังคมตามกันไปหมด มันต้องมีคนมาท้วงติง แต่ว่าประเด็นปัญหาคนที่เขานำสังคมกลับเป็นเพจดัง มันเป็นเรื่องที่เป็นเรื่องส่วนตัวของเขา แต่สิ่งที่เขาสาธารณะประชาชนกลับไม่สนใจ” และสิ่งเหล่านี้ทำให้สื่อส่วนหนึ่งต้อง “เสนอข่าวตามกระแส”

เมื่อถามถึงอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อบทบาทหน้าที่ของสื่อ ผู้ร่วมเสวนาเห็นว่า Social Media มีอิทธิพลมากทั้งแง่ของช่องทางการนำเสนอข่าว แหล่งข่าว และที่สำคัญคือ เป็นส่วนสำคัญของการกำหนดวาระโดยสื่อมวลชนให้ความเห็นดังนี้

“แหล่งข่าวของสื่อเราทุกวันนี้ คือ คนส่วนใหญ่ในสังคมเอาข้อมูลมาจากโซเชียลมีเดียเป็นหลัก เพราะฉะนั้นตอนนี้การทำงานและสื่อ เราต้องตามโซเชียลมีเดีย เพราะตอนนี้ถือว่าเป็นยุคที่เราต้องติดตามนะครับ”

“social media มีบทบาทมากขึ้น สื่อสามารถนำเสนอข่าวแบบ real time ได้ตลอดเวลา สื่อมีช่องทางในการนำเสนอมากไปจึงขาดการตรวจสอบ กลั่นกรองสื่อให้ความเร็วจนขาดคุณภาพ”

นอกจากนี้การศึกษาพบว่า สื่อมีทัศนคติว่าปัญหาที่เกิดจากสื่อสังคมออนไลน์ยังมีอีกมากมาย เช่น สื่อไม่ทบทวนบทบาท และเดินตามกระแสหลัก เพราะเน้นความเร็ว ทำให้ Online กลายเป็นจริง สื่อออนไลน์

มีมากขึ้นเท่ากับพื้นที่สื่อเทียมมาก ความรวดเร็วของสื่อออนไลน์ทำให้หลายคนยอมรับว่า ทุกวันเมื่อต้องทำข่าวแข่งกับเวลา แข่งกับสื่ออื่นๆ สุดท้ายเขาต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นแหล่งข่าว สุดท้ายเขาต้องลงข่าวโดยขาดการพิจารณาที่ดี และสุดท้ายเขาต้องจําแนกต่อตลาดและเทคโนโลยีใหม่ๆ และสุดท้ายเขาลืมไปว่าเขากำลังทำหน้าที่เพื่อใคร ตลาดหรือสังคม

นอกจากนี้นักสื่อสารมวลชนยังชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างสถาบันอุดมศึกษาด้านสื่อสารมวลชนว่ายังไม่สามารถผลิตบุคลากรที่มีองค์ความรู้เรื่องสื่อและทักษะหลายที่ต้องการได้ โดยให้ความเห็นว่า

“สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมอยู่แล้วทั้งทางตรงและทางอ้อม ประเด็นที่อยากนำเสนอคือ คนของเราเข้าใจในหน้าที่มากน้อยขนาดไหน เด็กยุคใหม่ไม่มีความรู้ความเข้าใจมากนัก เช่น กรณีลอกข่าว การแก้ปัญหาคือถ้าเขายังไม่มีความรู้มากพอเราต้องเติมความรู้ให้เขา”

เรื่องการแข่งขันด้านธุรกิจก็เป็นตัวกำหนดวิธีการทำบทบาทหน้าที่ของสื่อเช่นกัน โดยสื่อสรุปว่า

“สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมแล้วเกิดปัญหาอยู่นะครับ ก็คือ แรงกดดันของ**ภาครัฐกับธุรกิจ**ที่เกี่ยวข้องกัน นั่นก็คือ คำว่า**ปากท้อง** ปากท้องของสื่อเราจะต้องยอมรับว่าสื่อมันก็เป็นวิชาชีพหนึ่งที่ต้องอยู่เป็นปัจจัย 4 เหมือนกันก็เลยมีแรงกดดัน ทำให้ขาดเสรีภาพ เนื้อหาของข่าวก็ไม่ได้สะท้อนให้กับสังคมได้รับทราบข้อเท็จจริง มีอำนาจมาครอบงำ เนื้อหาข่าวส่วนใหญ่จะสะท้อนเรื่องความเดือดร้อนเท่านั้นเอง แต่ไม่ได้นำไปสู่ how to ว่ามีการแก้ไขปัญหาอย่างไร แล้วก็กฎเกณฑ์ที่กำกับสื่อ นี่ก็เป็นอุปสรรคด้านหนึ่งทำให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมได้ยาก เพราะเอามาตรฐานของต่างประเทศหรือส่วนกลางมาจับเสร็จแล้วก็มาต่อบริบทให้กับคนไทยต้องเป็นอย่างนั้น อย่างนี้นั่นจึงลืมนึกความเป็นสื่อท้องถิ่น”

“กรอบความรู้ประการสุดท้าย ประเด็นที่สะท้อนมามาก ได้แก่ เรื่องผู้รับสาร ซึ่งสื่อมองว่าผู้รับสารปัจจุบันนี้มีระดับความคิด ชั้นความคิดไม่เท่ากัน”

นักวิชาชีพ - ปัญหา

สื่อสารไม่มี rating	เสนอข่าวตามกระแส	จําแนกต่อตลาดและเทคโนโลยีใหม่ๆ
Social Media มีอิทธิพล	ขาดทักษะหลายประการ (ไม่เท่าทันสื่อ)	บางส่วนไม่มีองค์ความรู้เรื่องสื่อ
ยังไม่สามารถรวมตัวกันได้ โดยเฉพาะการรวมกลุ่มสายงาน	รู้จริยธรรมแต่ทำไม่ได้	ขาดการสนับสนุนจากจริงจังและจริงจัง (กองทุนสื่อ)

ภาพที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงานของนักวิชาชีพสื่อ

3. “โอกาสพัฒนา”

ส่วนประเด็นว่า สื่อ (ทุกรูปแบบ) จะเป็นโรงเรียนของสังคม สร้างสรรค์เรื่องราวดีๆ สู่สังคมได้อย่างไร หลายเสียงสะท้อนว่า สื่อจะเป็นแบบอย่างได้ ต้องทำงานร่วมกับสถาบันอื่นๆ เช่น ภาคการศึกษา สถาบันครอบครัว นอกจากนี้ยังรวมถึงสื่อทุกรูปแบบด้วย

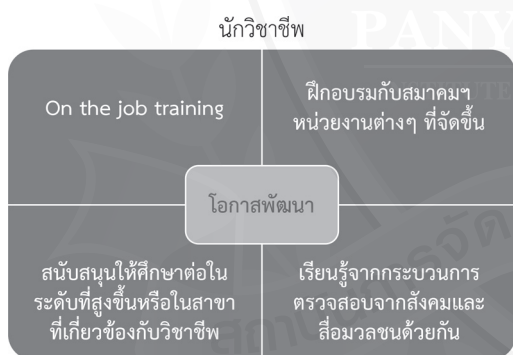
“ภูมิทัศน์สื่อมีค่อนข้างหลากหลาย มีทั้งสื่อใหม่ สื่อโซเชียล แต่ละคน สื่อแต่ละส่วนก็มีส่วนสำคัญ ต้องมีบทบาทของเรื่องการเป็นโรงเรียน เช่น ข่าวลงในโซเชียลก็มีส่วนให้สังคมเรียนรู้ได้ป้องกันภัยต่างๆ แม้กระทั่งส่วนของข่าวอาชญากรรมก็สอนให้เป็นอุทาหรณ์ได้”

“นอกจากฝ่ายผลิตแล้วยังมีการผลิตภาคประชาชนที่เรียกว่า นักข่าวพลเมือง อีกทั้งสภาผู้ชมผู้ฟังก็ขับเคลื่อนได้ แต่มันไม่ได้เคลื่อนทั้งสังคม ต้องมีส่วนเข้าไปแทรกจากทางรัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่น ให้ตระหนักถึงการผลิตสื่อภาคประชาชนให้ถูกนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างถูกต้อง”

อย่างไรก็ตามก็มีทัศนะจากสื่อมวลชนว่า ในขณะที่กระแสสื่อสังคมออนไลน์มาแรงและหลายฝ่ายมองว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นภัยมากกว่าพระเอก สื่อกระแสหลักก็ต้องช่วยกันให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพระเอกให้ได้ นอกจากนี้สื่อก็ต้องทำให้ “ข่าวตามกระแส” เป็นเรื่องที่มีความรู้ มีความลึก และเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้

“สื่อโซเชียลมีเดียหรือสื่อใหม่นะครับ เราไม่ได้จะมาควบคุมเขาหรือตะล่อมให้เขาเข้ามาอยู่ในระเบียบวินัยอยู่ในขณะนี้ แต่ผมมองในอนาคตอันไกล ส่วนใหญ่ประชาชนในยุคนี้ที่ใช้ (สื่อสังคมออนไลน์) เขาไม่ได้มีความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ เราต้องสร้างเจเนอเรชั่นใหม่ที่เขาตระหนักในเรื่องนี้”

“ในฐานะของนักข่าว ผมจะใช้คำว่าโรงเรียนจากข่าวคือ ข่าวในแต่ละข่าวมีทั้งข้อมูลข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจริง เรื่องของการเตือนภัย แต่จะอย่างไรให้สังคมสกัดหรือกรองให้เห็นได้ว่า ในข่าวมีปัญหาแฝงอยู่ที่จะต้องเรียนรู้ เช่น ข่าวหมากัดเด็ก แต่ถ้าจะต่อเอาความรู้ในเชิงกฎหมาย ก็จะต้องรู้ พรบ. ควบคุมการทารุณกรรมสัตว์ มาตราใดคุ้มครองคุณได้ ถ้าเป็นการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์ เกิดอะไรขึ้นก็ว่าไปแต่ต้องมีส่วนแยกออกมาว่ามาตราใดบ้างทำผิดแล้วมีโทษอะไร ผมว่าถ้าสังคมสกัดความรู้ที่อยู่ในข่าวได้ ผมว่าสังคมก็จะได้เรียนโดยอัตโนมัติในแต่ละด้าน ผมว่าทำแบบนี้จะให้ความรู้กับคนได้มากกว่า”



ภาพที่ 3 ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพสื่อ

4. “วิถีโรงเรียนของสังคม”

ต่อคำถามที่ว่าหากภาควิชาชีพจะเป็นโรงเรียนของสังคมนั้นมีแนวทางได้หลายวิธี ได้แก่ มีโครงการสื่อนอกเวลาคล้ายกับโรงเรียนมีหนังสืออ่านนอกเวลา ซึ่งจะช่วยให้สื่อได้ความรู้มากขึ้น สื่อควรรวมกันเพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุยการทำงานมากขึ้น ไม่เพียงระหว่างสายงาน แต่

ระหว่างระดับด้วย ผู้บริหาร เจ้าของสื่อควรมีโอกาสรับฟังผู้ปฏิบัติงาน สื่อต้องร่วมกันต่อยอดข่าวกระแสสังคมออนไลน์ให้เป็นข่าวที่ให้ความรู้แก่ผู้อ่านตามบทบาทหน้าที่ของสื่อให้ได้ นำพื้นที่สาธารณะกลับมา ลดความเป็นบันเทิง ลดสื่อที่ขาดจรรยาบรรณด้วยการเพิ่มจำนวนสื่อที่ดี ซึ่งข้อเสนอแนะเหล่านี้จะเป็นไปได้หากบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อทางเลือก สื่อสังคมออนไลน์จะเปิดใจรับการตรวจสอบการทำงานของตนเองได้



ภาพที่ 4 ลักษณะที่คาดหวังของสื่อเป็นโรงเรียน

สรุปและอภิปรายผล

หากพิจารณาจากทัศนคติของนักวิชาชีพต่อบทบาทในการสื่อสารของตนในการเป็นโรงเรียนของสังคมสรุปได้ว่า

สื่อมวลชนเห็นว่า ตนได้ทำตามบทบาทที่สำคัญในการ (1) สอดส่องดูแล (Surveillance) และรายงานเหตุการณ์ในสังคม (2) สร้างความสัมพันธ์อันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (Correlation) (3) สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (Cultural Transmission) และ (4) ให้ความบันเทิง (Entertainment) ตามทัศนะของ Lasswell (1948) และ Wright (1974)

อย่างไรก็ตามก็มีปัจจัยหลายประการที่ทำให้บทบาทหน้าที่ของสื่อเป็นการทำหน้าที่ที่ไม่พึงประสงค์ (Dysfunction) ตามทัศนะของ Merton (1992) ได้แก่ (1) ผู้บริโภคไม่ชอบอ่านเนื้อหาดีๆ จากสื่อ (2) Social

Media มีอิทธิพลในการสร้างกระแสข่าว และความรวดเร็ว ทำให้สื่อขาดเวลาในการตรวจสอบ (3) หน้าที่ทางการตลาดหรือธุรกิจสื่อที่ต้องอยู่ได้ ทำให้หน้าที่ต่อสังคม เช่น การตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล การให้ข้อมูลอธิบายความ ข้อมูลเชิงลึกลดน้อยลง (4) นักสื่อสารบางส่วนไม่มีองค์ความรู้เรื่องสื่อ และขาดทักษะหลายประการ (5) กฎเกณฑ์ที่กำกับสื่อจากภาครัฐทำให้การทำงานลำบากมากขึ้น และ (6) กรอบความรู้ของผู้รับสารที่ไม่เท่ากันมีผลต่อการนำเสนอเนื้อหา ทั้งความกว้างและความลึก ช่องทางการนำเสนอ

การจะพัฒนาหรือเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มวิชาชีพเพื่อให้เป็นโรงเรียนของสังคม ทำตามบทบาทหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบนั้น ภาควิชาชีพมีข้อเสนอบางประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้ (1) ให้ความรู้ความเชี่ยวชาญเพิ่มเติมด้วยโครงการสอนนอกเวลา ฝึกต่อยอดข่าวตามกระแส เช่น การอบรมการทำข่าวสืบสวน (2) เพิ่มพื้นที่สื่อที่ดีด้วยการนำพื้นที่สาระกลับมา (3) ผู้อยู่ในวิชาชีพต้องมีช่องทางการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ใหม่ๆ และมีช่องทางการสื่อสารระหว่างระดับบริหารและระดับปฏิบัติงาน (4) นักสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักสื่อสารมวลชนต้องเปิดใจรับการตรวจสอบการทำงานของตนเองได้

ส่วนประเด็นแนวทางบูรณาการการทำงานของภาค

วิชาชีพกับภาคอื่นๆ ได้แก่ ภาควิชาการและประชาสังคม ในการผลักดันให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ภาควิชาชีพเห็นว่า สามารถทำได้หลายประการ ได้แก่

1. สร้างหลักสูตรอบรมที่ดึงความแข็งแกร่งของสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อ
 - 1.1 ฝึกต่อยอดสื่อชุมชน ศาสนา วัฒนธรรม ที่มีอยู่ ทั้งแง่เนื้อหา ช่องทาง รูปแบบ และเครือข่าย
 - 1.2 ฝึกต่อยอดข่าวตามกระแส
 - 1.3 พัฒนาสื่อเทียมให้เป็นสื่อแท้ที่รู้บทบาทหน้าที่ มีความรับผิดชอบ และทำงานบนจรรยาบรรณ
2. เพิ่มพื้นที่สื่อดีด้วยการ
 - 2.1 สร้างพื้นที่สร้างสรรค์ในชุมชน
 - 2.2 จัดประกวดยกย่องสื่อดี
 - 2.3 ขยายผลสู่ครอบครัว สาธารณะ ชุมชน อาทิ สร้างชุมชนสื่อในโรงเรียน
3. ให้ความรู้เรื่องสื่อทุกระดับ ด้วยการ
 - 3.1 ใส่อาวุธในการศึกษาในวิชาต่างๆ อาทิ การใช้ภาษาอย่างถูกต้อง การรู้เท่าทันเทคโนโลยี
 - 3.2 บรรจุหลักสูตรสื่อสารมวลชนตั้งแต่ประถมศึกษา
4. มีการผลักดันอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เช่น การเปิดโอกาสให้เข้าถึงกองทุนสื่อสร้างสรรค์อย่างเป็นธรรม และเท่าเทียม

References

- Center for Communication Policy Study, Sukhothai Thammathirat Open University. (2013). *Media Ethics*. Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]
- Chantrawatanakul, S. D. (2013). Newspaper in Search for New Business Model Survival in a Convergent Era. *Panapiwat Journal*, 4(2), 113-126. [in Thai]
- Donavanik, J. (2004). *Report on (Draft) Operation of Radio and Television Broadcasting Business Act*. Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. USA: Nyupress.
- Kaewthep, K. (2000). *Mass Communication: Theory and Trends*. Bangkok: Edison Press Products. [in Thai]

- Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In Schramm, W. (Ed.). (1960). *Mass Communications* (2nd ed.). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Merton, R. (1992). *Social Theory and Social Structure*. New York: Harper & Row.
- NPCEU SWEDEN. (2016). *Seminar Report: 19 Years of Media Reform, Still not going anywhere*. Retrieved May 4, 2017, from <http://abc.norporchoreu.com/?tag=19-%E0%B8%9B%E0%B8%B5-%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD> [in Thai]
- Pavlik, J. & McIntosh, S. (2013). *Converging Media*. New York: Oxford University Press.
- Phiphitkul, W. (2004). *Report on Media Watchdog Group*. Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]
- Phoovatis, W. (2014). How to Create Social Network Creatively. *Srinakharinwirot Research and Development (Journal of Humanities and Social Sciences)*, 6(12), 206-217. [in Thai]
- Ramasoota, P. (2003). *Report on the Appropriate measures and Guidelines in Regulating Content in Broadcast Media*. Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Satawat, P. (1998). *Mass Communication: Process and Theory* (2nd ed.). Bangkok: Phappim. [in Thai]
- Shaw, K. (2017). *Mass Media, New Media and Cultural Media: A Story Telling for Multi-Platform*. Bangkok: Foundation for Community and Cultural Media. [in Thai]
- Siriyuvasak, U. (2004). *Introduction to Mass Communication: Mass Media, Culture and Society* (4th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Sudbanthad, S. (2017). *Great Evolution of Information Space*. Bangkok: Foundation for Community and Cultural Media. [in Thai]
- Tangkitvanich, S. & Sutharattakul, T. (2003). *Report on Objectives, Desirable Future Scenarios and Principles for Media System*. Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]
- Thai Journalists Association. (2008). *Q&A Media Reform*. Retrieved May 4, 2017, from http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=3067:2012-11-13-04-01-02&catid=30:corner-ideas [in Thai]
- Thai Media Policy Center, Chulalongkorn University. (2013). *Research Seminar on Hate Speech*. Retrieved July 24, 2014, from <https://thainetizen.org/2013/07/online-hate-speech-in-thailand-research-chula/> [in Thai]
- Thieler, P. (2017). *GR Code for the Blind*. Bangkok: Foundation for Community and Cultural Media. [in Thai]
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. USA: Bantam Books.
- Trirat, N. & Chaiwat, T. (2004). *Report on the Structure and Regulation of Print Media*. Bangkok: The Thailand Research Fund. [in Thai]

- Vatcharachayakul, N. & Sotanasathien, S. (n.d.). *The Adaptation of A DAY magazine in Digital Age*. Retrieved July 24, 2016, from <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2016/09/JCIS59012.pdf> [in Thai]
- Wright, C. R. (1974). *Functional Analysis and Mass Communications*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Yavichai, K. & Toopkeaw, P. (n.d.). *Hate Speech on Frontpage: Case of Thairath and Daily News Newspapers*. Retrieved July 24, 2016, from <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2015/07/JCIS57007.pdf> [in Thai]

Seminars and Focus Groups

- 29 January 2016. Bangkok Art and Culture Center.
- 16 February 2016. Faculty of Communication Arts, Rangsit University.
- 14 March 2016. Rattanakosin Ballroom, The Sukosol Hotel.
- 10 May 2016. Kosa Hotel, Khonkan.
- 24 May 2016. Krabi Royal Hotel, Krabi.
- 30 May 2016. Thai Journalists Association.
- 4 June 2016. Pailin Hotel, Pitsanulok.
- 28 June 2016. Bangkok Art and Culture Center.
- 1 July 2016. Kosa Hotel, Khonkan.



Name and Surname: Kanyika Shaw

Highest Education: Communication Studies, Ph.D. from University of Leicester, U.K.

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Convergence Journalism

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120