อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น

Social Media Influence on the Functioning of the Local Media

พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์[1]
Puangchomphu Chaiala Sangrungruengroj[1]
ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม[1]
E-mail : puangchompu.c@msu.ac.th[1]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สื่อมวลชนท้องถิ่นจากจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี โดยวิธีการเลือกอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากนั้นได้ส่งแบบสอบถามไปยังสื่อมวลชนท้องถิ่น จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลากรายชื่อและได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 124 ชุด นอกจากนั้นการวิจัยครั้งนี้ยังได้ทำการสัมภาษณ์สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 5 คน จาก 5 จังหวัด ด้วยวิธีเลือกตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้ สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า

สื่อมวลชนท้องถิ่นมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างจากสมาชิกส่วนใหญ่ในสังคม มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ปนกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว แต่มีการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อสื่อสารในกลุ่มสื่อมวลชนด้วยกันในรูปแบบของห้องสนทนา โดยข้อมูลที่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์จะถูกนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารของสื่อมวลชนท้องถิ่นแต่ละคน อย่างไรก็ตามหากเป็นประเด็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อคนในท้องถิ่น สื่อมวลชนท้องถิ่นที่ทำงานด้านข่าวจะนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อลงพื้นที่ในการทำข่าวของตนต่อไป นอกจากนั้นการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ กรอบจรรยาบรรณ และหลักคุณค่าข่าว ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นในขั้นตอนของการประเมินคุณค่าข่าวและการตรวจสอบความถูกต้อง อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนท้องถิ่นบางส่วนไม่ได้ใช้หลักคุณค่าข่าวและกรอบจรรยาบรรณในการคัดเลือกข่าว เนื่องจากมีเป้าหมายด้านการเมืองหรือด้านธุรกิจที่ชัดเจนในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์ ; สื่อมวลชนท้องถิ่น

ABSTRACT

The aims of this study were to examine the behavior of using online social media on the operation of local mass media including the factors influencing their behavior. Subjects used in the research were the local mass media who were working in Maha Sarakham, Roi-et, Kalasin, Khon Kaen and Udontani provinces, selected through purposive sampling. Four hundred questionnaires were launched to them by simple random sampling technique. The one hundred and twenty four questionnaires were returned. Five Local mass media from five provinces were interviewed by purposive sampling technique. The descriptive statistics, percentage, and mean were used for analyzing data.

The results showed that the behavior of local mass media was not different in using online social media from the members in the society. The majority of them use online social media in both working and privacy. The communication area was used chat rooms. The public information will be distributed through each local mass media channel. However, if the issues in the news impacted the local people, the local mass media will publish the news in their own area. Furthermore, online social media literacy, ethical framework and news values influenced on the behavior of using online social media in operation on news values assessment and accuracy investigation. Nevertheless, some local mass media did not consider the news values and ethical framework on their news sorting. The political or business goals were clear for working in mass media.

Keywords : online social media ; local mass media

บทนำ

ในอดีตสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda setting) แต่ปัจจุบันนี้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) นับว่ามีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของสื่อมวลชน โดย มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ (2556) กล่าวว่าก่อนหน้านี้ สื่อมวลชนจะเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารว่าจะนำเสนอประเด็นอะไร แต่ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อสื่อมวลชนในการกำหนดทิศทางวาระข่าวสารด้วย ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวมาจากการโพสต์ภาพหรือความคิดเห็น แล้วเกิดการแชร์ต่อๆเป็นวงกว้าง จนทำให้สื่อมวลชนอาจนำกระแสเหล่านั้นมาเป็นข่าว นอกจากนั้นสกุลศรี ศรีสารคาม (2554) ซึ่งได้ทำการศึกษาสื่อสังคมกับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าวยังพบว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้ส่งผลให้รูปแบบของการทำข่าวเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งมีผลต่อการปรับบทบาทในการทำงานของผู้สื่อข่าว

การศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นรวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สื่อดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและค้นหาวิธีการบริหารจัดการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้สามารถส่งผลต่อการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่ ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี (2557) ได้กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ว่า “ปัญหาตอนนี้คือ Social Media เข้ามามีบทบาทต่อสื่อกระแสหลักและถาโถมเข้ามา และไม่รู้วิธีจัดการกับมัน”

ผลการศึกษาครั้งนี้นอกจากจะเป็นการสร้างความเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สื่อดังกล่าวแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้สื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารต่อสังคมท้องถิ่นอย่างมาก ได้เกิดการรู้เท่าทันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่องานสื่อมวลชนของตน อันจะส่งผลต่อมาตรฐานในผลผลิตงานสื่อมวลชนท้องถิ่นให้มีมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งศึกษาว่า ความรู้เท่าทันสื่อ กรอบจรรยาบรรณและหลักคุณค่าข่าว ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่สื่อมวลชนท้องถิ่นประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การสุ่มตัวอย่างสื่อมวลชนท้องถิ่นจากจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี โดยการเลือกจังหวัดที่ทำการศึกษานั้น เป็นการเลือกอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับฉลากรายชื่อสื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 400 คนจากสื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 532 คน (รายชื่อจากทำเนียบสื่อมวลชนท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด) เพื่อส่งแบบสอบถาม รวมทั้งได้ทำการเลือกสื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 5 คน จาก 5 จังหวัดที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อทำการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งหลักคุณค่าข่าว และกรอบจรรยาบรรณในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ

2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงร่าง (Non - structure interview) เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์โดยให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นคณาจารย์ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบและนำไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อให้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่มีคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังรายชื่อสื่อมวลชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 124 ชุด และได้ทำการสัมภาษณ์สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 5 คน ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อบรรยายการพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งหลักคุณค่าข่าว และกรอบจรรยาบรรณในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการจัดแบ่งชนิดข้อมูลเป็นหัวข้อตามประเด็นคำถามเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งการรู้เท่าทันสื่อ กรอบจรรยาบรรณ และหลักคุณค่าข่าว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยนำข้อมูลที่ได้มาสร้างสรุปข้อมูลเชิงนามธรรม ซึ่งจะทำให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสื่อมวลชนท้องถิ่น

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของสื่อมวลชนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความเข้าใจลักษณะของสื่อมวลชนท้องถิ่น ผลการศึกษามีดังนี้ด้านเพศ พบว่าเป็นเพศชายจำนวน 77 คน (ร้อยละ 62.1) และเพศหญิงจำนวน 47 คน (ร้อยละ 37.9) ด้านการสำเร็จ

การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ พบว่าสำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 37 คน (ร้อยละ 29.8) ไม่สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จำนวน 87 คน (ร้อยละ 70.2) ด้านประสบการณ์การทำงานด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 1-5 ปี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 38.7) มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีจำนวน 37 คน (ร้อยละ 29.8) และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 23 (ร้อยละ 18.5) ด้านประเภทสื่อมวลชน พบว่าสื่อมวลชนที่ตอบแบบสอบถามเป็นสื่อวิทยุมากที่สุดจำนวน 64 (ร้อยละ 51.6) รองลงมาคือโทรทัศน์ จำนวน 34 คน (ร้อยละ 27.4) และมากกว่า 1 สื่อ จำนวน 15 คน (ร้อยละ 12.1)

ผลการศึกษาในส่วนที่ 1 ได้แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ได้ใช้ประสบการณ์ในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์เป็นแนวทางในการดำเนินงานของตนเนื่องจากไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ นอกจากนั้นจำนวนของสื่อวิทยุมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นหลังจาก ในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 มาตรา 40 ที่มีการวางเจตนารมณ์ในการจัดสรรและการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะให้ทุกภาคส่วนเข้าถึงได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่นผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

ด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันของสื่อมวลชนท้องถิ่นผลการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นใช้เวลาในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวัน ระยะเวลามากกว่า 3 ชั่วโมงจำนวน 45 คน (ร้อยละ 36.3) มากที่สุด รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมงจำนวน 41 คน (ร้อยละ 33.1) และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 24 คน (ร้อยละ 19.4)

ด้านประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปีจำนวนมากที่สุดจำนวน 64 คน (ร้อยละ 51.6) รองลงมาคือ 2-3 ปี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 38.7) และน้อยกว่า 1 ปีจำนวน 12 คน (ร้อยละ 9.7)

ด้านการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ที่สื่อมวลชนท้องถิ่นใช้มากที่สุด ผลการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) มากที่สุดจำนวน 92 คน (ร้อยละ 74.2) รองลงมาได้แก่ ไลน์ (Line) จำนวน 23 คน (ร้อยละ 18.5) และ กูเกิ้ลพลัส (Google+) จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.6)

ด้านการจัดประเภทการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการจัดประเภทการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้ปนกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวมากที่สุดจำนวน 55 คน (ร้อยละ 44.4) รองลงมาคือแยกระหว่างเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวจำนวน 44 คน (ร้อยละ 35.5) และใช้เฉพาะเรื่องส่วนตัวจำนวน 15 คน (ร้อยละ 12.1)

ด้านสาเหตุการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุที่สื่อมวลชนท้องถิ่นเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดคือเพื่อติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.51 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือเพื่อรับ ส่งข้อความและเพื่อหาประเด็นข่าวที่น่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 4.30 (ระดับมาก) เพื่อทราบข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์กรและเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.23 (ระดับมาก)

ผลการศึกษาในส่วนที่ 2 ได้แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างจากสมาชิกส่วนใหญ่ในสังคม ทั้งในด้านเวลาและรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ นอกจากนั้นผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนส่วนใหญ่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ปนกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์พบว่ามีการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนตัวจากเครื่องมือการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในลักษณะของห้องสนทนาส่วนตัวเพื่อสื่อสารภายในกลุ่มสื่อมวลชนด้วยกัน

นอกจากนั้นการสัมภาษณ์พบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นจะมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยหากข้อมูลที่ได้รับเป็นประเด็นข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นสื่อมวลชนที่ทำงานด้านข่าวจะมีการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะของการเป็นแหล่งข้อมูลที่จะลงไปทำข่าวด้วยตนเอง ในขณะที่สื่อมวลชนที่ไม่ได้ทำงานด้านข่าวจะนำไปเผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารของตนทันที อย่างไรก็ตามหากเป็นข่าวประชาสัมพันธ์สื่อมวลชนท้องถิ่นทุกประเภทจะนำข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารของตนไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้ในงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น

ผู้วิจัยได้ศึกษาการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้ในงานของสื่อมวลชนท้องถิ่น เพื่อเห็นถึงระดับการรู้เท่าทันการใช้สื่อสังคมออนไลน์และกรอบจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์เพื่องานของสื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

ด้านการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ก่อนนำไปใช้ทำข่าว จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนท้องถิ่นมีการตรวจสอบ หากไม่สามารถยืนยันข้อเท็จจริงได้จะไม่นำข้อมูลนั้นไปทำข่าวมากที่สุดจำนวน 83 คน (ร้อยละ 66.9) รองลงมาคือตรวจสอบ หากไม่สามารถยืนยันข้อเท็จจริงได้ จะนำไปเป็นข่าวแต่จะระบุว่ามาจากสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 31 คน (ร้อยละ 25)

ด้านคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนท้องถิ่นให้ความสำคัญในการพิจารณาคัดเลือกข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่าผู้สื่อข่าวท้องถิ่นให้ความสำคัญในการพิจาณาคัดเลือกข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เกณฑ์ความสด ใหม่ของข่าวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.36 (ระดับมาก) รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาและการมีผลกระทบต่อประชาชน ค่าเฉลี่ย 4.26 (ระดับมาก)

ด้านหลักจรรยาบรรณที่สื่อมวลชนท้องถิ่นให้ความสำคัญในการคัดเลือกข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการใช้หลักจรรยาบรรณด้านการไม่เสนอข่าวซึ่งรู้แก่ใจว่าเป็นเท็จ และการไม่เสนอข่าวซึ่งทำให้ประชาชนเสียขวัญเกิดการแตกแยกกระทบกระเทือนความมั่นคงแห่งชาติศาสนา พระมหากษัตริย์และสัมพันธไมตรีอันดีระหว่างประเทศมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาได้แก่การไม่เสนอข่าวที่ซ้ำเติม ระบายสีบุคคล องค์กร สถาบัน ซึ่งตกเป็นข่าว และการไม่เสนอข่าวในเชิงดูเหมือนเหยียดหยามลัทธิความเชื่อ ค่าเฉลี่ย 4.56 (ระดับมากที่สุด)

จากผลการศึกษาในส่วนที่ 3 ได้แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นไม่ได้ให้ความเชื่อถือในความถูกต้องของข้อมูลที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากเป็นการสื่อสารจากฝ่ายเดียว ดังนั้นจึงมีการตรวจสอบเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยการตรวจสอบจากหลายแหล่ง ซึ่งแหล่งที่สื่อมวลชนท้องถิ่นใช้ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือนั้นก็มาจากทั้งการนำเสนอจากสื่อมวลชนเครือข่ายสังคมของตน และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าสื่อมวลชนใช้หลักคุณค่าข่าวเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มานำเสนอ อย่างไรก็ตามลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ได้แก่ความรวดเร็ว สดใหม่และจุดด้อยด้านความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าว

การศึกษาครั้งนี้ได้ค้นพบประเด็นที่น่าสนใจคือ ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าว ซึ่งรวมไปถึงในส่วนของจรรยาบรรณในการคัดเลือกข่าวด้วย ที่สื่อมวลชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับประเด็นที่จะไม่สร้างความแตกแยกทางการเมือง ซึ่งเป็นประเด็นที่คนในสังคมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการศึกษายังพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นบางส่วนไม่ได้ใช้หลักคุณค่าข่าวและหลักจรรยาบรรณในการนำเสนอ เนื่องจากมีเป้าหมายที่ชัดเจนทางด้านการเมืองหรือด้านธุรกิจที่ชัดเจนในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

การศึกษาครั้งนี้พบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงาน ประกอบด้วย 1) การค้นคว้าและแสวงหาข้อมูล 2) การประเมินคุณค่าข่าว และ 3) การตรวจสอบความถูกต้อง โดยการรู้เท่าทันสื่อ กรอบจรรยาบรรณ และหลักคุณค่าข่าว ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

การค้นคว้าและแสวงหาข้อมูล

จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนมีการใช้ เฟสบุ๊ค มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไลน์ และมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยใช้ปนกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวมากที่สุด อีกทั้งมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างจากสมาชิกส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญธร สารสิทธิ์(2557) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานและการคัดเลือกข่าวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ และพบว่าผู้สื่อข่าวโทรทัศน์มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งในเรื่องส่วนตัวและการติดตามข่าวสารจากหน่วยงาน ซึ่ง เฟสบุ๊ค ไลน์ และ วัอทแอพ (What app) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้กันมากที่สุด นอกจากนั้นลักษณะการใช้งานเพื่อติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อรับ ˚ ส่งข้อความและเพื่อหาประเด็นข่าวที่น่าสนใจ มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Chui (2006) และ Ross (2009) (อ้างถึงใน นภัส กรวยสวัสดิ์, 2553:

85) ที่ว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีลักษณะการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือแลกเปลี่ยนความรู้ในรูปแบบต่างๆเพิ่มมากขึ้น และเฟสบุ๊ค เป็นเครื่องมือทางสังคมที่สำคัญและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้คนในสังคมมีปฏิสัมพันธ์กัน

นอกจากนั้นการศึกษายังพบว่าหากประเด็นข่าวที่สื่อมวลชนท้องถิ่นได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นของตน สื่อมวลชนท้องถิ่นที่ทำงานด้านข่าวจะใช้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นแหล่งข้อมูลในการลงพื้นที่ทำข่าวด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

การประเมินคุณค่าข่าว

การศึกษาครั้งนี้ได้ค้นพบว่าประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนท้องถิ่นให้ความสำคัญในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ ทั้งในส่วนของคุณค่าข่าวและกรอบจรรยาบรรณ นอกจากนั้นการศึกษายังพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นบางคนไม่ได้ใช้หลักคุณค่าข่าวและหลักจรรยาบรรณในการนำเสนอ เนื่องจากมีเป้าหมายที่ชัดเจนทางด้านการเมืองหรือการค้าที่ชัดเจนในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ว่าปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวสารเพื่อนำเสนอนั้น นโยบายขององค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ดังที่ Lazarsfeld (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2544: 114) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ข่าวที่เกี่ยวกับแรงงาน/ปัญหาเชื้อชาติ/ปัญหาสตรีถูกรายงานอย่างแตกต่างกันสำหรับสถานีวิทยุและหนังสือพิมพ์ที่มีเจ้าของ (Ownership) แตกต่างกัน

การตรวจสอบความถูกต้อง

จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นไม่ได้มีความเชื่อถือในความถูกต้องของข้อมูลที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากเป็นการสื่อสารจากฝ่ายเดียว ดังนั้นจึงมีการตรวจสอบเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยการตรวจสอบจากหลายแหล่ง ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ (2556) ได้กล่าวไว้ถึงการทำงานของนักข่าวสหรัฐอเมริกาในงานสัมมนา บทบาทของ Social media ในการกำหนดวาระข่าวสาร ที่ว่านักข่าวในสหรัฐอเมริกาต่างตระหนักดีว่าข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่าข้อมูลข่าวสารในสื่อดั้งเดิม โดยนักข่าวร้อยละ 49 ระบุว่าข้อมูลในสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ขาดการตรวจสอบ เช็คข้อมูลความถูกต้องเที่ยงตรง

ผลการศึกษาพบว่าแหล่งที่สื่อมวลชนท้องถิ่นใช้ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือนั้นก็มาจากทั้งการนำเสนอจากสื่อมวลชน เครือข่ายสังคมของตน และเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับรายงาน The wave 3 report ของ Universal McCann (อ้างถึงในปณิชา นิติพรมงคล: 2554) ที่ระบุว่าผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเข้าร่วมในสังคมเครือข่ายเฉลี่ย 3-5 เครือข่าย ทำให้ข้อมูลในเครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สื่อมวลชนท้องถิ่นมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างจากสมาชิกส่วนใหญ่ในสังคม มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ปนกันทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว แต่มีการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อสื่อสารในกลุ่มสื่อมวลชนด้วยกันในรูปแบบของห้องสนทนา โดยข้อมูลที่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์จะถูกนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารของสื่อมวลชนท้องถิ่นแต่ละคน อย่างไรก็ตามหากเป็นประเด็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อคนในท้องถิ่น สื่อมวลชนท้องถิ่นที่ทำงานด้านข่าวจะนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อลงพื้นที่ในการทำข่าวของตนต่อไป

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ กรอบจรรยาบรรณ และหลักคุณค่าข่าว ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นในขั้นตอนของการประเมินคุณค่าข่าวและการตรวจสอบความถูกต้อง อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนท้องถิ่นบางส่วนไม่ได้ใช้หลักคุณค่าข่าวและกรอบจรรยาบรรณในการคัดเลือกข่าว เนื่องจากมีเป้าหมายด้านการเมืองหรือด้านธุรกิจที่ชัดเจนในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการทำงานไม่ต่างจากการใช้งานทั่วไป รวมไปถึงการใช้ในเรื่องส่วนตัวและการทำงานปะปนกัน ดังนั้นสิ่งที่สื่อมวลชนต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการทำงานก็คือการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ตามกรอบแนวคิดของ ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2557) ที่

สื่อมวลชนจะต้องตระหนักว่าพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ คือ “พื้นที่ส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ” โดยจะต้องตระหนักและแยกให้ออกระหว่างบทบาทและตัวตนของการเป็นสื่อมวลชนและตัวตนในชีวิตประจำวัน ตลอดจนการตระหนักถึงมิติเชิงเวลาของสื่อ เพราะสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามากำหนดความเร็ว และการแข่งขัน จึงอาจทำให้เกิดการ “ตกหลุมพรางความเร็ว/ช้า และเกิดการแชร์ข้อมูลออกไปอย่างรวดเร็วโดยปราศจากการตรวจสอบ ซึ่งผลเสียที่เกิดขึ้นในบทบาทของสื่อมวลชนย่อมมีมากกว่าผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป นอกจากนั้นในฐานะที่จะต้องมีการนำข้อมูลเหล่านั้นเข้าสู่งานข่าวจึงจำเป็นที่สื่อจะต้องยึดหลักของความจริงที่แท้จริง โดยจะต้องมีการเปิดรับข้อมูลด้วยความไม่เป็นฝักเป็นฝ่าย, ความปราศจากข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือทางความสนใจ, โอกาสของการปฏิเสธ, การละเว้นจากความลำเอียง และการละเว้นจากการอาฆาตพยาบาท ซึ่งหากสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการเปิดรับสารในลักษณะดังกล่าวแล้ว ย่อมส่งผลต่อการนำเสนอข่าวในลักษณะนี้เช่นเดียวกัน โดยสกุลศรี ศรีสารคาม (2557) ได้สรุปผลการศึกษาจากการศึกษาจริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิตัลว่าผู้สื่อข่าวต้องทำหน้าที่นายทวารข่าวสารที่มากกว่าเดิม เพราะข้อมูลที่ไหลอยู่ในระบบการสื่อสารจำนวนมาก ความหลากหลายของช่องทางที่มาของข้อมูล ทำให้ต้องมีการคัดกรองข้อมูลข่าวสารที่เข้มข้น

2. จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการใช้ประเด็นจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในฐานะใช้ในฐานะแหล่งข่าวเพื่อใช้ในการลงพื้นที่หาข่าวในกรณีที่เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามจากการศึกษาไม่พบว่าสื่อมวลชนได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเต็มศักยภาพของสื่อ ในการทำงาน เช่น การใช้หลักปัญญาจากฝูงชน (Crowdsourcing) เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ระดมความคิดผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีลักษณะของการสื่อสารสองทางและมีความสะดวกในการที่จะทำการสื่อสารระหว่างสื่อมวลชนและประชาชน ดังเช่นในกรณีของหนังสือพิมพ์ The Guardian ของอังกฤษ ที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทุจริตของนักการเมืองอังกฤษที่เบิกเงินของรัฐไปใช้อย่างไม่เหมาะสม ด้วยการสร้างระบบในเวบไซต์ข่าวของ The Guardian ให้ประชาชนสามารถเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการตรวจสอบเอกสารการเบิกจ่ายเงินดังกล่าว ซึ่งมีหลายแสนฉบับว่ามีฉบับใดบ้างผิดปกติ ผลคือมีผู้อ่านกว่า 25,000 คน เข้ามาร่วมตรวจสอบและพบว่ามีเอกสารที่ได้รับการตรวจสอบแล้วกว่า 40,000 ฉบับ (มานะ ตรีรยาภิวัตน์. 2556) นอกจากนั้นสื่อมวลชนท้องถิ่นยังสามารถดึงภูมิปัญญาจากประชาชนในท้องถิ่นในการร่วมแก้ไขปัญหาหรือทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังเช่น กรณี Wikipedia ซึ่งเป็นสารานุกรมที่ทุกคนสามารถเข้ามาร่วมสร้างสรรค์และแก้ไขเนื้อหาได้

3. จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นบางสื่อไม่ได้ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวตามหลักจรรยาบรรณ เนื่องจากมีนโยบายขององค์กรที่ชัดเจนในด้านมุ่งสร้างผลประโยชน์ทางการเมืองหรือผลประโยชน์ทางด้านการค้า อย่างไรก็ตามหากใช้หลักการควบคุมสื่อในยุคที่สื่อมีเสรีภาพ (Libertarian theory) ที่ Milton Locke และ Mill (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2556: 92) ได้นำเสนอแนวทางในการควบคุมสื่อคือการใช้ทัศนะที่หลากหลายในตลาดเสรีทางความคิด ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่สื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นช่องทางการสื่อสารได้ ย่อมทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น และสามารถประเมินอันนำไปสู่การแยกเท็จออกจากความเป็นจริงได้ อย่างไรก็การเปิดพื้นที่ให้ผู้รับสารได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นดังกล่าวนั้นจำเป็นที่ผู้รับสารจะต้องมีการรู้เท่าทันสื่อควบคู่ไปด้วย นั่นคือผู้รับสารจะต้องสามารถเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน และสร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเพื่อให้สามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของทั้งต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคมบุบผา เมฆสีทองคำ (2557)

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2544). **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา.** กรุงเทพ ฯ : เอดิสันเพรสโปรดักส์ .

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. (2557). **สถานการณ์ Social Media กับการรู้ทันสื่อออนไลน์.** [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.cpall.co.th/News-Center/special-scoop/special-scoop [สืบค้นเมื่อ วันที่ 3 สิงหาคม 2557].

ธัญญธร สารสิทธิ์. (2557). **พฤติกรรมการใช้งานและการคัดเลือกข่าวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ ผู้สื่อข่างโทรทัศน์.** [ออนไลน์]. ได้จากhttp://www.spu.ac.th/commarts/files/2013/ [สืบค้นเมื่อ วันที่ 4 มิถุนายน 2557].

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). **เปิด5แนวคิดรู้เท่าทันสื่อ-รู้ทันตัวเองก่อนโพสต์ไลค์ แชร์.** [ออนไลน์]. ได้จากhttp://www.isranews.org/isranews-article/item/27634-media_27634.html [สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 ตุลาคม 2557].

นภัสกร กรวยสวัสดิ์. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม** http://www.jiskku.com/wp-content/uploads/2011/12/08-Napassakorn.pdf [สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 กันยายน 2557].

บุบผา เมฆสีทองคำ. (2557). **การรู้เท่าทันสื่อ : การก้าวทันบนโลกข่าวสาร.** [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw16.pdf [สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 ตุลาคม 2557].

มานะ ตรีรยาภิวัตน์. (2556). **สื่อสังคมออนไลน์กับการกำหนดวาระข่าวสารในสื่อกระแสหลัก.** เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง บทบาทของ social media ในการกำหนดวาระข่าวสาร, ห้องกมลทิพย์ 1 โรงแรมเดอะสุโกศล.วันที่ 28 พฤศจิกายน 2556.

ปณิชา นิติพรมงคล. (2554). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.** [ออนไลน์] ได้จาก https://www.gotoknow.org/posts/561894 [สืบค้นเมื่อ วันที่ 2 กันยายน 2557]

สกุลศรี ศรีสารคาม. (2554). **สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว.** ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สกุลศรี ศรีสารคาม. (2557). **จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล.** [ออนไลน์] ได้จาก www.presscouncil.or.th/index.php [สืบค้นเมื่อ วันที่19 มิถุนายน 2557]