

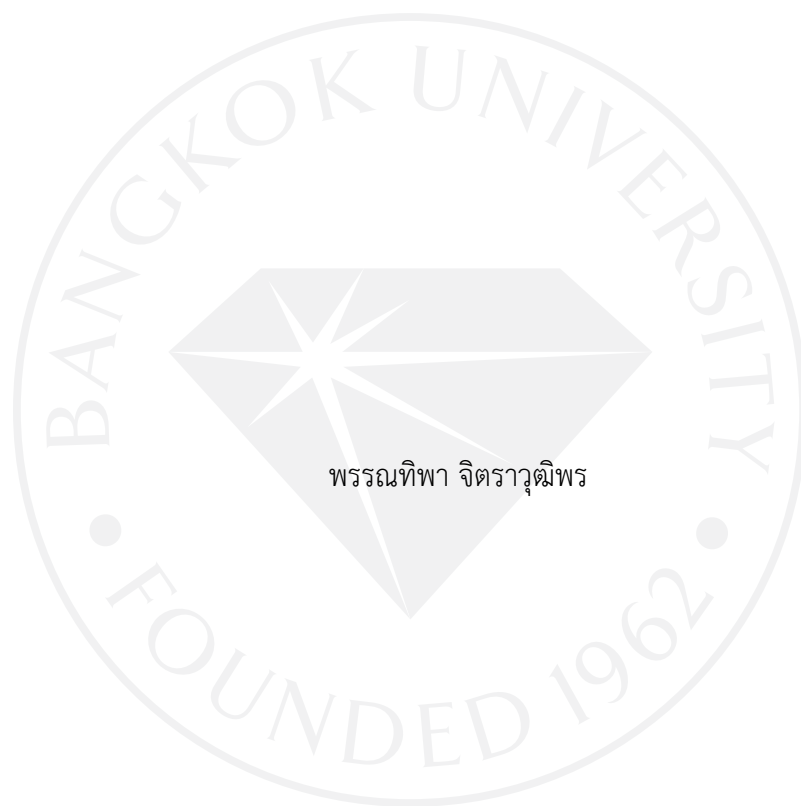
การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

THE SELECTION OF VDO CLIPS IN SOCIAL MEDIA FOR  
TELEVISION NEWS PROGRAM BROADCASTING



การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

THE SELECTION OF VDO CLIPS IN SOCIAL MEDIA FOR  
TELEVISION NEWS PROGRAM BROADCASTING



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2560



© 2561

พรรณทิพา จิตรารุฒิพร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

ผู้วิจัย พรรณทิพา จิตราวุฒิพร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสังข์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังข์ปรีชา)

กรรมการบัณฑิตวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรชัญญ์ ครุจิต)



(ดร.สุษาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 มิถุนายน 2561

พรรณทิพา จิตราวุฒิพร. ปริญญานีเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์,  
ธันวาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ (79 หน้า)  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสังข์

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ  
ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ และปัจจัยที่มี  
ผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ด้วยการสัมภาษณ์  
เชิงลึกกับบุคลากรในกองบรรณาธิการข่าวช่องดิจิทัลที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานข่าวโทรทัศน์  
และมีประสบการณ์ในการคัดเลือกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ เพื่อนำออกอากาศ จากช่องสถานี  
ข่าวทั้งหมด 6 ท่าน ระหว่างเดือนสิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2559 และนำมาสรุปและวิเคราะห์ผลตาม  
วัตถุประสงค์

ผลการศึกษาพบว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลไม่เป็นเพียง Gatekeeper  
แต่ต้องปรับตัวเองเป็น Gate Opener ทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้รับสารเข้ากับสื่อด้วย พร้อมทั้งแสดงให้เห็น  
เห็นความแตกต่างระหว่างการเผยแพร่ข่าวเรื่องราวเหตุการณ์ของคนทั่วไปกับนักข่าวมืออาชีพ  
โดยการวิเคราะห์ อ้างอิง สอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญ  
รวมถึงพิจารณาความมีคุณค่าข่าวและความเด่นของข่าว โดยเกณฑ์และขั้นตอนที่มีผลต่อการคัดเลือก  
คลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ของบรรณาธิการข่าวประกอบด้วย ความน่าสนใจและความเหมาะสม  
ของเนื้อหา และสามารถนำเนื้อหาไปต่อยอดได้ เนื้อหาอื่นใดการคัดเลือกคลิปต้องอยู่บนพื้นฐานของ  
จรรยาบรรณสื่อมวลชนนั่นคือ ความถูกต้องของเนื้อหา ความเป็นจริง เป็นกลางตรงไปตรงมา และ  
ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น และต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิของผู้อื่นหรือไม่ทำให้มีผู้เสื่อมเสียชื่อเสียง  
ซึ่งการวิจัยไม่พบข้อแตกต่างระหว่างกระบวนการเลือกข่าวของสถานีข่าว ช่องข่าว SD และช่อง  
บันเทิง HD

อนุมัติ:

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Jitrawudtiporn, P. M. Com. Arts (Strategic Communications), December 2018,  
Graduate School, Bangkok University.

The Selection of VDO Clips in Social Media for Television News Program Broadcasting  
(79 pp.)

Advisor: Assist.Prof. Pong Wisessang, Ph.D.

#### ABSTRACT

This research aimed to study roles of mass media in selecting online video clips; to study factors affecting the clips selection; and to study mass media codes of ethics in selecting clips to present on television news programs. Data was collected by conducting in-depth interviews with six personnel, working in news divisions of six digital television news stations, who were involving in online video clips selection to present on news programs. Qualitative research approach was applied in analyzing data.

The findings revealed that, in digital age, mass media had to act as gate opener to connect audience and the media besides being just a gatekeeper as in the past. Moreover, media had to analyze the situation, as well as refer to reliable sources, insert valuable knowledge, and set agenda for society, not just to present the clips. Factors affecting clip selection were interest and appropriateness of the content, plus the chance to expand the agenda of the clip. The research also found no differences between the selection process of the news stations in SD group and of the HD variety group. Above all else, clip selection had to stand on media's codes of ethics by paying attention to truth, objectivity, impartiality, and violation of personal rights.

Approved:



Thesis Advisor

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ล้วนมาจากความเมตตาของหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสังข์ อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังขปริษา อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัญญู คุรุจิต ในความกรุณามาเป็นกรรมการในการสอบ ตลอดจน คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงคุณบิดา มารดา ผู้เป็นแรงใจ และขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ได้มอบทุนการศึกษาให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียน นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้กับผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ในสถาบันแห่งนี้ รวมทั้งพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือซึ่งมีจากกล่าวนามในที่นี้ได้หมด และผู้ที่เป็นกำลังใจซึ่งอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ บรรณาธิการช่อง 3 ช่อง 7 ช่องไทยรัฐทีวี ช่องเนชั่นทีวี ช่องนิวทีวี และ ช่องสปริงนิวส์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัย ซึ่งผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง

พรรณทิพา จิตรารุฒิพร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าว	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper Theory)	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลการบริหารงานโทรทัศน์	18
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนกับความรับผิดชอบทางจริยธรรม	20
2.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media)	24
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	31
3.1 วิธีการวิจัย	31
3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.4 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการวิจัย	35
4.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ	35
4.2 ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์	39



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	35
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์	46
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
5.1 สรุปผลการวิจัย	57
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	60
5.3 ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	76
ประวัติผู้เขียน	79
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	



สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบบทบาทของกองบรรณาธิการบนสื่อเก่าและสื่อใหม่



### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคของสังคมข้อมูลข่าวสารคนในสังคมให้ความสำคัญและอาศัยข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินชีวิต โดยการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ทั้งจากสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ที่มีอยู่จำนวนมากได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อหนังสือพิมพ์ หรือสื่อใหม่ เช่น ยูทูบ เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ สื่อจึงถือว่าเป็นบทบาทสำคัญเป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลข่าวสารจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารโดยอาศัยระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยทำให้คนทั่วโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม การเปิดรับข่าวสารจากสื่อในยุคหลอมรวมสื่อซึ่งประชาชนสามารถเลือกรับได้หลากหลายช่องทางแต่สื่อที่ประชาชนยังเปิดรับมากที่สุดก็ยังคงเป็นสื่อโทรทัศน์ โดยจากการสำรวจพบว่า การรับชมผ่านทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มสูงขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 86 เมื่อเทียบกับการรับชมผ่านดาวเทียมและเคเบิลที่ลดลงเหลือประมาณร้อยละ 14 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2560) และความนิยมโดยรวมของการเปิดรับก็ยังไม่ตกลง ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญน่าจะเป็นผลมาจากการขยายโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลครอบคลุมพื้นที่เกือบทั่วประเทศ รวมถึงจำนวนและคุณภาพของรายการ ประกอบกับความคมชัดในการรับชมผ่านช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินรวมกันเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้พฤติกรรมการรับชมช่องรายการของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป

จากการสำรวจของสำนักงาน กสทช. ภายหลังการแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) ตั้งแต่เดือนเมษายน 2557 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2558 พบว่า ยอดผู้รับชมทีวีดิจิทัลช่องใหม่ 25 ช่อง พุ่งสูงขึ้นจากเดิมเมื่อตอนเริ่มต้นออกอากาศเดือนเมษายน 2557 ที่มีผู้ชมเพียงร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 24 ในเดือนมกราคม 2558 คิดเป็นยอดผู้รับชมช่องทีวีดิจิทัลใหม่ประมาณ 14.5 ล้านคน (“สำนักงาน กสทช. รายงานสภาพตลาดดิจิทัลทีวี”, 2561) และสิ่งหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้โทรทัศน์ได้รับความนิยมจากผู้ชม คือ “ข่าว”

ข่าวถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของทุกคนในสังคม ในแต่ละวันมีข่าวสารเกิดขึ้นมากจากทั่วทุกที่ตามสถานการณ์ความเป็นไปของสังคม และด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในด้านการผลิตทำให้รายการข่าวทางโทรทัศน์สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมได้รวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำขึ้น แต่เนื่องจากมีปัจจัยทางกฎหมาย สังคม และการเมืองทำให้ข่าวที่นำเสนอมักจะไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของประเด็นเนื้อหา และรายละเอียด แต่จะแตกต่างกันที่รูปแบบในการนำเสนอของแต่ละรายการข่าว

รายการข่าวโทรทัศน์เป็นรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ ใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยายข่าวประกอบภาพ โดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์ โดยผู้สื่อข่าว หรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริง หรือลักษณะอื่น ๆ เมื่อคนในสังคมมีความต้องการบริโภคข่าวสารเพิ่มสูงมากขึ้น ปริมาณในการนำเสนอข่าวมากขึ้นตาม ซึ่งเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของการรายงานข่าวสารของสื่อโทรทัศน์ที่เพิ่มขึ้น มีบางสถานีที่ประกาศตนเป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมง รวมทั้งชั่วโมงข่าวของหลายสถานีก็ถูกบรรจุให้อยู่ในช่วงไพรม์ไทม์และมีอัตราค่าขายโฆษณาในระดับสูงอีกด้วย (“คนไทยต่าง ‘วัย’ บริโภคข่าว”, 2556)

ในสถานการณ์ที่มีเหตุการณ์ที่หลากหลายเกิดขึ้นจำนวนมากและมีผลกระทบที่สัมพันธ์ต่อชีวิตประชาชน ทำให้การนำเสนอข่าวผ่านทางโทรทัศน์กลายเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อคนในสังคม และเป็นสิ่งที่คนในสังคมต้องการที่จะรับรู้ เพื่อให้ทราบถึงเหตุการณ์และความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งความเคลื่อนไหวของโลกไปจนถึงเหตุการณ์ในประเทศที่ใกล้ตัว เพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่รับรู้ทั้งหมดมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของแต่ละคน สำหรับการเตรียมการให้พร้อมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะบางข่าวก็เป็นเรื่องราวที่อาจส่งผลกระทบต่อตัวเองหรือเป็นข่าวใกล้ตัวจนต้องมีการติดตามสถานการณ์ เพื่อให้ทันต่อการรับรู้ (กุญชลิย์ สวนคล้าย, 2556) โดยเฉพาะในยุคหลอมรวมสื่อ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ และสามารถเข้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างไม่มีการปิดกั้นข้อเท็จจริงหรือความจริงในเหตุการณ์ และมีความรวดเร็วในการนำพาข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก เนื้อหาหรือสิ่งที่สื่อมวลชนส่วนใหญ่นำเสนอออกมานั้นก็จะเป็นเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องกับประชาชนในสังคม เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และข่าวบันเทิง ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนจำนวนมาก (“บทบาทสื่อกับการเปลี่ยนแปลงโลก”, 2558)

อย่างไรก็ตาม สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network Media) เป็นแหล่งข่าวอีกแหล่งหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและรวดเร็ว มีการพัฒนาอุปกรณ์ที่เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลการสื่อสารแบบไร้พรมแดน เช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ที่ได้รับการพัฒนาให้สามารถเข้าใช้งานระบบเครือข่ายเทียบเท่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พกพาได้อย่างสะดวก รวดเร็ว กระแสการสื่อสารไร้พรมแดนผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้แพร่หลาย โดยเพิ่มลักษณะเด่นของการสื่อสารให้สามารถสื่อสารด้วยการรับ-ส่ง และการเผยแพร่ทั้งภาพ ข้อความเสียง และสื่อมัลติมีเดียอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกและมีขั้นตอนที่เข้าใจง่าย (Fodemen & Monroe, 2009) เครื่องมือเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้อุปกรณ์เหล่านี้ ซึ่งได้ชื่อว่า “สื่อใหม่” มีทางเลือกในการเสพข่าวสารหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลที่สื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต พื้นที่ของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อที่มีฐานผู้ใช้งานจำนวนมากสามารถ

ส่งต่อข้อมูลและแสดงความคิดเห็นในลักษณะของการสื่อสารสองทางได้อย่างรวดเร็วและเปิดกว้าง นวัตกรรมทางเทคโนโลยีนี้สามารถทำลายเส้นแบ่งของบริบททางพื้นที่และเวลาลงได้ อีกทั้งในยุค “การหลอมรวมสื่อ” (Media Convergence) (วงหทัย ต้นชีวะวงศ์, 2549) ที่สื่อใหม่ มีพัฒนาการไปถึงระดับที่สามารถรวมหน้าที่การทำงานในการสื่อสารต่าง ๆ ไว้ในอุปกรณ์เดียวกัน อุปกรณ์สื่อสารหนึ่ง ๆ สามารถทำการสื่อสารได้มากกว่าหนึ่งหน้าที่ และบรรจุสาระเนื้อหา (Contents) ได้มากกว่าหนึ่งประเภท เช่น ผู้บริโภคสามารถดูรายงานข่าวโทรทัศน์ได้จากสมาร์ตโฟน และส่งอีเมลไปหาเพื่อนที่เดินทางไปต่างประเทศได้ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น การหลอมรวมเข้าด้วยกันของสื่อจึงส่งผลให้การแบ่งแยกประเภทของสื่อใหม่ในปัจจุบันทำได้ยากยิ่งขึ้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ด้วยตัวเองอย่างง่ายดายส่งผลให้สื่อดั้งเดิมต้องปรับตัวเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เข้าสู่กระบวนการปฏิบัติงานเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ถือเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เข้ามามีบทบาทมากในหลาย ๆ วงการ ทั้งวงการบันเทิง วงการศิลปะ การเมือง สิ่งแวดล้อม รวมถึงวงการข่าว ดังข้อมูลสถิติที่บอกว่า นักข่าวสหรัฐอเมริกาจำนวนมากใช้สื่อประเภท Facebook, LinkedIn, Twitter และ Blog ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นหนึ่งในสื่อใหม่ที่ทำให้คนมีช่องทางการสื่อสารของตัวเอง เรื่องบางเรื่องถ้าคิดตามคุณค่าข่าวของสื่ออาจดูเป็นเรื่องเล็กแต่สำหรับคนบนโลกออนไลน์กลับเป็นเรื่องใหญ่ที่ต้องให้ความสนใจและร่วมแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ ประเด็นที่สื่อคิดว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยเหล่านี้ถูกแชร์กันอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือแม้กระทั่งการแพร่ภาพเหตุการณ์สด ๆ (Live) ในขณะที่เกิดเหตุทำให้กลายเป็นประเด็นใหญ่ในสังคมได้และเมื่อเป็นกระแสสังคมคนในสังคมให้ความสนใจอยากรู้อยากเห็นเรื่องดังกล่าว เมื่อเป็นเช่นนี้สื่อหลักอย่างโทรทัศน์ก็ได้หยิบมานำเสนอเป็นข่าวเช่นกัน เนื่องจากเหตุการณ์นั้นเป็นกระแสที่คนกำลังให้ความสนใจ ซึ่งเรื่องดังกล่าวสามารถดึงดูดให้ผู้ชมหันมาสนใจข่าวในช่องของตัวเองมากขึ้น หรือเป็นการเรียกเรตติ้งให้คนหันมาสนใจช่องโทรทัศน์ของตัวเองมากขึ้น เช่น กรณีที่มีผู้เผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านสังคมออนไลน์คดีที่รถเบนซ์สีดำ รุ่นซีแอลเค ทะเบียน ขง 3333 กรุงเทพมหานคร พุ่งชนท้ายรถยนต์เก๋ง ยี่ห้อฟอร์ด รุ่นเฟียสต้า จนไฟลุกท่วมเป็นเหตุให้ 2 นักศึกษาปริญญาโทเสียชีวิตที่ ถ.พหลโยธิน กม.533 หมู่ 8 ต.เชียงรากน้อย อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 13 มี.ค. 2559 พร้อมกับมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงการทำงานที่ล่าช้าและความไม่โปร่งใสของตำรวจ ส่งผลให้ตำรวจระดับสูงต้องลงมากำกับคดีนี้ด้วยตัวเอง เพื่อให้สังคมเกิดความกระจ่าง ซึ่งสื่อทุกสำนักข่าวก็ได้หยิบประเด็นนี้มานำเสนอจนกลายเป็นเรื่องทอล์ก ออฟ เดอะทาวน์ เพียงชั่วข้ามคืน

การนำเสนอข่าวเหตุการณ์ซึ่งหน้าของประชาชนผู้ใช้สมาร์ตโฟนมีมากขึ้นอย่างรวดเร็ว (“โซเชี่ยลมีเดีย ปรากฏการณ์ป่วนสังคม”, 2561) ซึ่งหลาย ๆ เหตุการณ์ผู้บันทึกและเผยแพร่

เหตุการณ์ไม่ได้รับข้อมูลทั้งหมดตั้งแต่ต้นเหตุการณ์ หรือบางคนอาจมีเจตนาในการบันทึกและเผยแพร่เหตุการณ์บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ที่เป็นไปตามอคติของตนเอง ทำให้เกิดปัญหาว่าข้อมูลที่ผู้ใช้สมาร์ทโฟนได้รับผ่านสังคมออนไลน์นั้นเป็นจริงหรือเท็จ

ดังนั้น การบริโภคข่าวสารหรือการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์จึงต้องมีการตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องเนื่องจากสังคมออนไลน์ยังมีการปล่อยข่าวลือได้มาก โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ภายใต้หลักจรรยาบรรณสื่อจำเป็นต้องมีการตรวจสอบที่มาที่ไปของข่าว รวมถึงต้องตรวจสอบความจริงจากการหาแหล่งข่าว หาผลกระทบ หาความเกี่ยวข้อง เพื่อไม่ให้ตกเป็นเครื่องมือของผู้เผยแพร่ข่าวและเสี่ยงต่อการทำผิดกฎหมายได้เพราะข้อมูลบนโลกออนไลน์ถ้าไม่มีการตรวจสอบและให้ข้อมูลที่ถูกต้องอาจเป็นผลเสียได้ ซึ่งในเรื่องนี้คุณเทพชัย หย่อง ได้กล่าวถึงการเลือกคลิปในสังคมออนไลน์เพื่อนำออกสู่รายการโทรทัศน์ว่าจะต้องคำนึงถึงประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรืออยู่ในความสนใจของสาธารณะ ซึ่งต้องใช้ความพิถีพิถันและวิจรรย์ญาณมากเป็นพิเศษเพราะอาจมีบางคนเจตนาปล่อยคลิปวิดีโอข่าวเพื่อเป็นการสร้างสถานการณ์หรือหวังผลประโยชน์ให้เกิดความเข้าใจผิด โทรทัศน์จึงควรเลือกข่าวหรือนำเสนอข่าวด้วยความระมัดระวังโดยใช้หลักการสื่อมวลชน และที่สำคัญต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนนำเสนอ (เทพชัย หย่อง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 ธันวาคม 2558)

ในเมื่อสถานการณ์ด้านการนำเสนอข่าวเปลี่ยนไปจากอดีตที่สื่อโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญอย่างมาก ในด้านการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) ความเป็นตัวกลางการคัดเลือกเสนอข้อมูลข่าวสารในสังคม (Gatekeeper) ความเป็นผู้นำทางความคิดของสังคม (Opinion Leader) ตามทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory) ซึ่งสื่อมีหน้าที่เลือกสรร ตกแต่งเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะเสนอไปยังผู้รับสาร ดังที่ McCombs (2004) เสนอว่าการกำหนดวาระข่าวสารถือเป็นบทบาทของสื่อมวลชนที่เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างวาระประชาชน รวมไปถึงทิศทางความเห็นของประชาชนจะเป็นอย่างไร ถูกกำหนดกรอบข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอ อีกทั้งสื่อมวลชนยังสามารถมีบทบาทในการกำหนดความสำคัญในประเด็นด้านต่าง ๆ และยังสามารถไปถึงการรับรู้ด้านบวกและด้านลบของประชาชนต่อเรื่องนั้น ๆ (Shah, Cadinu, Henke, Xin, Dastidar & Zhang, 2011 และ พิระ จิโรโสภณ, 2548, หน้า 186)

ปัจจุบันผู้กำหนดวาระข่าวสารเปลี่ยนแปลงไป สื่อโทรทัศน์ไม่มีอำนาจในการกำหนดประเด็นทางสังคมเหมือนเมื่อก่อนคนที่ใช้สังคมออนไลน์กำหนดวาระข่าวสารได้เหมือนกัน เพราะคนที่ใช้สังคมออนไลน์ได้มีการแชร์ข้อมูลจนกลายเป็นกระแสสังคม โทรทัศน์จึงต้องหยิบมานำเสนอเป็นข่าวตามด้วย การเลือกประเด็นข่าวจากสังคมออนไลน์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับสื่อหลักที่สนใจนำไปเผยแพร่ต่อ ผู้สื่อข่าวจึงต้องคิดอย่างรอบคอบในการตั้งคำถาม คิดและต่อยอดประเด็นข่าวจากสังคมออนไลน์ ไม่ใช่แค่การคัดลอกคลิปข่าวจากสังคมออนไลน์มาแล้วรายงานทันที โดยไม่มีการตรวจสอบเนื้อหา

และที่มาที่ไปของคลิปข่าวนั้น เพราะอาจกระทบต่อจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงจริยธรรมของสื่อมวลชน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อให้รู้ถึงขั้นตอนในการคัดเลือกคลิปข่าวสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องนำเสนอความจริงและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น การหยิบยกประเด็นคลิปข่าวในสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอ เพราะเห็นว่าผู้รับสารเกิดความชื่นชอบ และเป็นที่น่าสนใจ จนเกิดการแชร์กันเป็นจำนวนมาก หรือเพื่อต้องการสร้างกระแสสังคม จนอาจลืมนึกถึงความถูกต้องของข้อมูล และความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของแหล่งข่าวหรือคนในข่าว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่น่าเป็นห่วง เนื่องจากปริมาณการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีการหยิบยกคลิปวิดีโอข่าวมานำเสนอเกินขอบเขตจนบางครั้งเกิดการตั้งคำถามถึงเรื่องจริยธรรมสื่อมวลชน เสรีภาพ และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวงการสื่อมวลชนด้านโทรทัศน์ นักวิชาการด้านสื่อโทรทัศน์และนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ รวมถึงประชาชนที่สนใจในเรื่องดังกล่าว

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

1.2.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อเป็นอย่างไร

1.2.2 ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ มีขั้นตอนการคัดเลือกอย่างไร

1.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์มีปัจจัยตัวใดบ้าง

## 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ

1.3.2 เพื่อศึกษาขั้นตอนการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

## 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ มุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1.4.1 ศึกษาเฉพาะการคัดเลือกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ของช่องข่าว SD และช่องข่าว บันเทิง HD

1.4.2 การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2559

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สื่อมวลชนสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหามากขึ้น

1.5.2 กองบรรณาธิการข่าวนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางและหลักปฏิบัติให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ (สถานี) นำเสนอรายการคลิปข่าวโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในสังคม

1.5.3 เป็นประโยชน์ต่อวงการสื่อมวลชนด้านโทรทัศน์ นักวิชาการด้านสื่อโทรทัศน์ และ นักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ รวมถึงประชาชนที่สนใจ ในการพัฒนารูปแบบวิธีการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ให้มีความน่าสนใจ

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 คลิปวิดีโอ หมายถึง ภาพเคลื่อนไหวในเหตุการณ์ที่ผู้ใช้สมาร์ทโฟนถ่ายบันทึกและเผยแพร่ในสื่อออนไลน์

1.6.2 สื่อออนไลน์ หมายถึง ช่องทางที่สถานีโทรทัศน์ข่าว SD และช่อง HD บันเทิงใช้ในการเปิดรับคลิปวิดีโอ

1.6.3 รายการข่าว หมายถึง รายการที่มีเน้นข่าวหนักในสถานีข่าว SD และในช่อง HD บันเทิง

1.6.4 สังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง ยูทูปและเฟซบุ๊กที่ผู้ใช้สมาร์ทโฟนใช้เป็นช่องทางเผยแพร่คลิปวิดีโอ



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” ได้ใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper Theory)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการบริหารงานโทรทัศน์
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนกับความรับผิดชอบทางจริยธรรม
- 2.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media)
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าว

ข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีผลกระทบต่อสังคม การเมือง และสาธารณชน ซึ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นข่าวเป็นเรื่องที่ประชาชนต้องการรับรู้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ตัวเองหรือครอบครัว ข่าวจึงมีความสำคัญมากต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคม (Berger, 1990 อ้างใน วันวิสาข์ จตุรวรรณ, 2556) โดยการนำเสนอข่าวต่าง ๆ ออกสู่สาธารณชนนั้นจะผ่านการคัดเลือกจากกองบรรณาธิการข่าว เนื่องจากในวันหนึ่งมีเหตุการณ์เกิดขึ้นจำนวนมาก แต่เวลาในการนำเสนอข่าวในสื่อต่าง ๆ มีจำกัด ดังนั้น กองบรรณาธิการข่าวจึงทำการคัดเลือกข่าวที่มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมหรือเรียกว่า ข่าวที่มีคุณค่าข่าว ซึ่งคุณค่าข่าวนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น เกิดเหตุการณ์ที่มีผลกระทบในวงกว้าง ซึ่งผู้รับสารจำเป็นต้องรับรู้ข้อมูลของเหตุการณ์นั้นได้ในทันที จึงทำให้แต่ละสถานีข่าวต้องมีการรายงานข่าวอย่างเร่งด่วนและตลอดทุกช่วงในแต่ละวัน แต่ต้องยอมรับว่าข่าวไม่มีหลักการที่แน่นอน เมื่อผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวที่เกิดขึ้นแล้วข่าวนั้นก็จะหมดความสำคัญไป และในแต่ละวันจะมีข่าวเข้ามาในกองบรรณาธิการเป็นจำนวนมากแต่ด้วยเวลาและเนื้อหาอันจำกัดจึงทำให้สื่อมวลชนนำเสนอข่าวได้ไม่หมด ดังนั้น ผู้ที่ทำการคัดเลือกข่าวที่เหมาะสมจะต้องทำหน้าที่อย่างหนักในการคัดเลือกข่าวที่ดีที่สุดและมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับประชาชนมากที่สุด ซึ่งหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าวจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบรรณาธิการในการพิจารณาคุณค่าข่าว (News Values) ที่มีความเหมาะสมกับการนำมารายงานเป็นข่าว ประกอบด้วย (พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช, 2543, หน้า 15-21)

1) ความสอดคล้อง (Timeliness) นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการนำเสนอข่าว เพราะผู้อ่านมักให้ความสนใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ หรือเรื่องราวที่ทันสมัย ดังคำกล่าวที่ว่า “ข่าวต้องสดเหมือนปลา”

2) ความใกล้ชิด (Proximity/ Nearness) หมายถึง ความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

3) ความเด่น (Prominence) หมายถึง เรื่องเกี่ยวกับบุคคลสำคัญที่เป็นที่รู้จักกัน สถานที่สำคัญ รวมถึงวัตถุล้ำค่า เป็นต้น

4) ความแปลกประหลาด (Oddity/ Unusualness) เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นอย่างผิดปกติหรือผิดวิสัยในสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน เหตุการณ์นั้นย่อมก่อให้เกิดความสนใจแก่ผู้รับสารและมีคุณค่าทางข่าว

5) ผลกระทบกระเทือน (Consequence) เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากมักได้รับการพิจารณาที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่า เช่น ผลกระทบกระเทือนทางเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

6) ความขัดแย้ง (Conflict) ความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของคนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

7) ความมีเงื่อนงำ (Suspense/ Mystery) บางครั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลังลับซับซ้อน สื่อมวลชนจึงมักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน เพราะผู้อ่านให้ความสนใจ

8) ปุถุชนสนใจ (Human Interest) เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ ส่วนใหญ่มักเป็นข่าวอาชญากรรมที่ผู้อ่านสนใจอยากรู้สาเหตุที่แท้จริง

9) เพศ (Sex) ธรรมชาติของมนุษย์มักให้ความสนใจเกี่ยวกับเพศ ทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศ รวมถึงความผิดปกติทางเพศ

10) ความขบขัน (Amusement) เรื่องราวขบขันหรือเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ผ่อนคลาย มักเป็นที่ชื่นชอบและได้รับความสนใจเสมอ

11) ความเปลี่ยนแปลง (Change) สังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอทั้งในทางที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งจะมีผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

12) ความก้าวหน้า (Progress) เกิดขึ้นจากการค้นคว้าทดลองทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

นอกจากการนำเสนอข่าวสารให้สาธารณชนทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว สื่อมวลชนยังควรมีการคิดและการจับประเด็นข่าวเพื่อเพิ่มความเข้าใจที่ชัดเจนและความน่าสนใจให้ผู้รับข่าวสารเกิดความต้องการในการรับรู้และค้นหาความจริงจากเหตุการณ์ที่

เกิดมากขึ้นโดยการคิดและจับประเด็นข่าวแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ ประเด็นข่าวจากเหตุการณ์ ประเด็นข่าวจากสมมติฐาน และประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป (ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ และอังธิตา ลิ้มปัทมปาณี, 2547, หน้า 215–222 อ้างใน วันวิสาข์ จตุรบรรณ, 2556)

1) การคิดประเด็นข่าวจากเหตุการณ์โดยอาศัยองค์ประกอบของข่าว โดยส่วนใหญ่จะใช้อ้องค์ประกอบข่าวหลัก ดังนี้

1.1) ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ สถานีวิทยุและสถานีวิทยุโทรทัศน์จึงต้องติดตั้งอุปกรณ์เพื่อถ่ายทอด เหตุการณ์สดให้ผู้ชมหรือผู้ฟังได้รับทราบทันทีพร้อมกันทั่วโลก ซึ่งสำนักข่าวแต่ละแห่งต่างช่วงชิงการนำเสนอข่าวก่อนคู่แข่งกัน เพราะจะได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสาร

1.2) ผลกระทบ อาจเป็นผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่มีผลต่อความรู้สึกทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้คนหรือสาธารณชนในวงกว้าง โดยเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องรู้ เพราะมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจ

1.3) ความโดดเด่น ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้พิจารณาคุณค่าข่าวที่ควรแก่การเป็นประเด็นข่าว เพื่อนำสู่สาธารณชน

1.4) ความใกล้ชิด ผู้รับสารจะให้ความสนใจกับเรื่องใกล้ตัว เช่น ผู้รับสารจะให้ความสนใจกับเหตุการณ์ระเบิดในโรงแรมแห่งหนึ่ง ซึ่งเคยไปใช้บริการเมื่อเดือนที่แล้ว หรือข่าวเกี่ยวกับการประสูติเหตุของญาติพี่น้องมิตรสหาย ข่าวนักศึกษาในสถาบันเดียวกับผู้รับสารขายบริการทางเพศหรือยกพวกไปตีกับสถาบันอื่น เป็นต้น

2) ประเด็นข่าวจากสมมติฐาน การตั้งประเด็นข่าวจากสมมติฐานของผู้สื่อข่าวจะเกิดขึ้นจากของตัวผู้สื่อข่าวเอง ที่จะเข้าใจภาพกว้างของโครงสร้างทางสังคมและเชิงลึกในแต่ละสาขา จึงสามารถมองเห็นแง่มุมในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ กล่าวคือ เป็นการคาดคะเนเพื่อนำไปสู่การค้นหาข้อมูลหลักฐานหรือการสืบสวนสอบสวนเพิ่มเติมในแง่มุมต่าง ๆ มากกว่าการรายงานข่าวไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นเท่านั้น หรือที่เรียกว่า การรายงานข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Reporting) ซึ่งมีระดับความยากง่ายแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของเรื่องราวหรือเหตุการณ์ และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญความรู้เท่าทันของผู้สื่อข่าว

3) ประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป การตั้งประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป ต้องอาศัยการสังเกตของผู้สื่อข่าวและไม่ละเลยต่อเบาะแสข่าว รวมทั้งการมีความคิดสร้างสรรค์ที่มองหาแง่มุมต่างจากผู้อื่นดังที่กล่าวไว้ตอนต้น

ดังนั้น ผู้สื่อข่าวในฐานะผู้เฝ้าประตูข่าวสารจึงถือเป็นตัวกลางสำคัญในการเลือกสรรแง่มุมของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการคัดสรรประเด็นข่าว ผู้สื่อข่าวจึงจำเป็นต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1) มีความรู้และความเข้าใจเรื่องราวในสังคมทั้งในเชิงกว้าง ซึ่งเมื่อรู้โครงสร้างและรายละเอียดต่าง ๆ เป็นอย่างดี ย่อมทำให้มองเห็นว่าสิ่งใดผิดปกติไปจากที่ควรเป็น และสิ่งผิดปกติ

จากบรรทัดฐานสังคมเหล่านั้นมักเป็นประเด็นข่าว

2) ความคิดสร้างสรรค์ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการควรมีมุมมองแตกต่างจากผู้อื่น และคิด ทบทวนคิดในแง่ใหม่หรือเรียกว่าความคิดสร้างสรรค์ รู้จักสังเกตสถานการณ์ มองเรื่องราวอย่าง รอบด้าน มีเหตุมีผล ทำให้พิจารณาเห็นว่า ยังมีแง่มุมอื่นของเหตุการณ์ที่ยังไม่ได้นำเสนออีกมาก ซึ่งหมายถึง การรับรู้ข่าวสูง (Sense of News) หรือการมีจมูกข่าว (Nose for News) วัตถุประสงค์ว่า เป็นประเด็นข่าว รวมถึงต้องมองมุมกลับ เพราะประเด็นข่าวที่แตกต่างจะสามารถเพิ่มคุณค่าข่าวให้ คนในสังคมตระหนักถึงสิ่งนั้น ๆ ได้

3) ความเป็นนักวิชาชีพ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการจะได้รับการฝึกฝนการคิดและทักษะเชิง วิชาชีพ รวมถึงการรู้สำนึกในอาชีพที่ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้มีความสามารถในการจับประเด็นข่าวในมุมมองของตัวเอง ซึ่งต้องอยู่บนจิตสำนึกทางวิชาชีพ ควรคิดเสมอว่าเรื่องใดเป็นประโยชน์หรือมีผลกระทบต่อประชาชน โดยถ้าเรื่องใดเป็นภัยต่อประชาชน จะต้องนำเสนอก่อนจะเกิดความเสียหาย

4) ความสนใจในตัวผู้สื่อข่าวมีหน้าที่รักษา ประตุข่าวสาร คัดเลือกข่าว ซึ่งแต่ละคนมีความ สนใจพิเศษเฉพาะตัว พิจารณาได้ 2 กรณี คือ ความสนใจภายใน เช่น ความประทับใจหรือพึงพอใจ บุคลิกภาพและความสนใจจากภายนอก เช่น เหตุการณ์มีความไม่โปร่งใส มีเงื่อนงำ หรือมีความ ผิดปกติ โดยทั้ง 2 กรณีถือเป็นปัจจัยสำคัญในการจับประเด็นข่าว

จากแนวคิดเรื่องเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าวที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การนำเสนอ ข่าวของสื่อมวลชนจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้านได้แก่ คุณค่าข่าว คุณสมบัติของข่าว ซึ่งนอกจากจะ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและคัดเลือกเหตุการณ์ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจมานำเสนอ เป็นข่าวแล้วสื่อมวลชนยังต้องคำนึงถึงการจับประเด็นข่าว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ชัดเจน ตรงประเด็น ชวนให้ติดตาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องเกิดขึ้นจากคุณสมบัติพื้นฐานที่ผู้สื่อข่าวควรมี โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดใน การนำเสนอข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้คือ ความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ ความถูกต้องแม่นยำ ของข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยปราศจากความคิดเห็นส่วนตัวของผู้สื่อข่าวแม้ว่าจะขัดกับ ความรู้สึกของตัวเอง เนื่องจากกรอบคิดและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนทำให้ผู้สื่อข่าวต้อง รายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาซึ่งอาจจะมีข้อเท็จจริงจากหลายแง่มุม เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูล อย่างรอบด้าน แต่ทุกอย่างต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เพราะ “ข่าว” คือ การรายงาน ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ดังนั้น หน้าที่ของสื่อมวลชน นอกจากการนำเสนอข่าวแล้ว ยังต้องคำนึงถึงรับผิดชอบต่อสังคม นั่นคือ การนำเสนอแต่สิ่งที่ เป็นประโยชน์ ซึ่งประโยชน์จะเกิดขึ้นเฉพาะกลุ่มที่ผลิตรายการข่าว เช่น “รายการเรื่องเล่าเช้านี้” เน้นที่รายการข่าวแบบชาวบ้าน เป็นข่าวที่เข้าใจง่าย และเป็นข่าวที่ชาวบ้านควรรู้ หรือจำเป็นต้องรู้ เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง อุบัติเหตุ เศรษฐกิจ กีฬา และสังคมถือเป็นเรื่อง

สำคัญ (กุญชสิทธิ์ สอนคล้าย, 2556)

นอกจากนี้ ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ทุกคนได้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งในเรื่องส่วนตัวและการทำงาน โดยพบว่า ร้อยละ 98 นำข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ในการรายงานข่าว แต่จะตรวจสอบก่อน หากไม่สามารถยืนยันข้อเท็จจริงได้ก็จะไม่รายงาน แต่อีกเกือบครึ่งกลับนำไปใช้ทันทีโดยอ้างอิงว่ามาจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ธัญญธร สารสิทธิ์, 2556)

จากแนวคิดเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าวและผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการคัดเลือกข่าวและประเด็นข่าวที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันให้ประชาชนรับรู้มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอย่างไร ซึ่งปัจจุบันการรับข้อมูลหรือรับทราบเหตุการณ์ต่าง ๆ ของสื่อมวลชนมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลมากขึ้นและเป็นข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ เนื่องจากมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันและส่งต่อข้อมูลกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวมีประโยชน์อย่างมากต่อการทำงานของสื่อข่าวหรือบรรณาธิการ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้สื่อข่าวก็ยังคงต้องยึดหลักการนำเสนอข่าวตามคุณค่าข่าวและคุณสมบัติของข่าวที่ดี ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าวมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาแนวทางและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกคลิปข่าวในสังคมออนไลน์ที่มีความน่าสนใจ และเหมาะสม เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)

ทฤษฎีนี้ในยุคแรกมีความเชื่อว่า สื่อมีพลังอันมหาศาล (ค.ศ. 1920–1960) ดังเช่น ทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory) ที่เชื่อว่าสื่อเปลี่ยนแปลงทุกสิ่งทุกอย่างได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) โดยทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารได้อธิบายถึงผลของสื่อมวลชนที่มีต่อความคิด ความเข้าใจ (Cognition) ของผู้รับสาร ซึ่ง แมคคอมบส์ และ ชอว์ (McCombs & Shaw, 1972) นักวิจัยชาวอเมริกัน จากมหาวิทยาลัยแคโรไลนา (University of North Carolina) ผู้เผยแพร่สมมติฐานว่าด้วยหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน (The Agenda-setting Function of Mass Media) ในวารสาร Public Opinion Quarterly มีสาระสำคัญว่า สื่อมวลชนนอกจากการทำหน้าที่คัดเลือกข้อมูลข่าวสารแล้วจะต้องคำนึงถึงผลที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าว ส่วนผลจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับการจัดระเบียบวาระข่าวสาร ซึ่ง แมคคอมบส์ และ ชอว์ (McCombs & Shaw, 1972) ผู้เผยแพร่ทฤษฎีนี้ได้กล่าวว่า ผู้รับสารต้องเรียนรู้ที่จะให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาต่าง ๆ จากการที่สื่อมวลชนเน้นเอาไว้ นอกเหนือจากการเรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะ ทั้งนี้ การที่สื่อมวลชนเอาใจใส่ต่อประเด็นปัญหาบางอย่างและละเลยปัญหาอื่น ๆ ย่อมมีผลต่อการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ของประชาชน ซึ่งการจัดวาระของข่าวสารขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้

- 1) ความสำคัญของเหตุการณ์ คุณค่าของข่าวสาร หรือตัวสาร
- 2) อายุของข่าวในการจัดวารสารนับตั้งแต่เกิดเหตุการณ์นั้น
- 3) จำนวนผู้รับสารที่ติดตามข่าวจากการจัดวารสาร ซึ่งเป็นประสิทธิผลของการจัด

วารสาร (Dearing & Rogers, 1996)

นอกจากนี้ แดริง และ โรเจอร์ส (Dearing & Rogers, 1996) ได้กล่าวถึงการทำหน้าที่ในการกำหนดวารสารของสื่อมวลชนไว้ว่า กระบวนการกำหนดวารสารสื่อมวลชนจะต้องหยิบยกประเด็นที่เห็นว่ามีค่าและมีคุณค่าของความเป็นข่าวสูงและเป็นประเด็นของข่าวในวันนั้นได้ ซึ่งกระบวนการกำหนดวารสารในแต่ละวันจะถูกกำหนดขึ้นจาก 3 ส่วน ดังนี้

- 1) ประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอ (Media Agenda) กล่าวคือ ประเด็นในแต่ละวันนั้น สื่อมวลชนจะเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญ รวมถึงพิจารณาจากคุณค่าข่าวและความเด่นของข่าวในบรรดาข่าวทั้งหมดว่าข่าวใดมีความสำคัญเพียงพอที่จะนำเสนอต่อสาธารณชน เช่น มีการเผยแพร่คลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์จำนวนมาก ซึ่งหากเป็นคลิปวิดีโอที่มีคุณค่าข่าวและคิดว่าถ้านำเสนอไปจะก่อให้เกิดความน่าสนใจหรือเรียกเรตติ้งรายการข่าวโทรทัศน์ได้ รวมถึงคลิปวิดีโอที่อยู่ในกระแสสังคม สื่อมวลชนก็จะหยิบยกมานำเสนอต่อไป

- 2) ประเด็นที่สาธารณชนให้สำคัญ (Public Agenda) คือ ประเด็นที่สาธารณชนเป็นผู้จัดหมายถึง เกิดจากการที่ผู้คนในสังคมให้ความสนใจในประเด็นนั้น เช่น สิ่งที่สร้างการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบให้เกิดกับผู้คนส่วนใหญ่ในสังคม สื่อมวลชนก็จะหยิบยกขึ้นมาเป็นวาระในการนำเสนอ เพราะเป็นปัญหาทางสังคมที่ต้องการการแก้ไข

- 3) ประเด็นระดับนโยบาย (Policy Agenda) คือ ประเด็นที่องค์กรข่าวนั้น ๆ นำเสนอจนเป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไป จากประเด็นเล็กก็กลายเป็นประเด็นใหญ่ได้

นักทฤษฎีอีกท่านหนึ่งที่ได้กล่าวเกี่ยวกับการกำหนดวารสารไว้อย่างน่าสนใจ ได้แก่ กาลตุง และ รูจ (Galtung & Ruge, 1965) กล่าวว่า ในอดีตประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีการรายงานข่าวมาจากทางรัฐบาลผ่านสื่อดั้งเดิม แต่ปัจจุบันโลกได้เปลี่ยนแปลงไป อะไรที่เกิดขึ้นบุคคลทั่วไปสามารถรายงานข่าวบางอย่างได้ โดยรวบรวมข้อมูลและรายงานจากสถานการณ์จริงไปสู่สาธารณชนได้ในทันที โดยไม่ต้องผ่านสื่อดั้งเดิมอีกต่อไป กล่าวคือ ประชาชนจึงสามารถเป็นนักข่าวพลเมืองได้ ดังนั้น การกำหนดวารสารจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงไปแต่บางครั้งอาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในการนำเสนอ ดังนั้น สื่อหลักจึงต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนหยิบยกประเด็นนั้นมารายงานสู่สาธารณชนเพราะอาจจะเกิดความผิดพลาดขาดความน่าเชื่อถือจนเกิดความเสียหายต่อองค์กรได้ จากการศึกษาของ ฌ็อง-ฌัก โทมลาติน (2557) มองว่า ปัจจุบันการกำหนดวารสารกำลังเปลี่ยนแปลงไปโดยบทบาทของสื่อหลังยุค Social Network สื่อมวลชนในฐานะ Gatekeeper จะเริ่มหายไป และ “สื่อภาคสังคม” จะมีบทบาทมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้เสพข่าวยังเริ่มเข้ามามี

ปฏิสัมพันธ์กับผู้ทำข่าวและนำเสนอประเด็นให้กับสื่อมวลชนกระแสหลักมากขึ้น จึงต้องยอมรับว่าหลายครั้งที่มีการนำเสนอข่าวที่มีแหล่งที่มาจกสังคมออนไลน์ ผู้สื่อข่าวต้องมีบทบาทและความรับผิดชอบของต้องเพิ่มขึ้นในเรื่องการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อกระแสหลักจำเป็นต้องเข้าใจว่าตัวเองไม่ใช่ผู้ควบคุมการไหลข้อมูลข่าวสารเพียงฝ่ายเดียวได้อีกต่อไป แต่เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือเสริมพลังในการใช้สื่อของประชาชนทั่วไป ทำให้เกิด “นักข่าวพลเมือง” ซึ่งปัจจุบันข่าวภาคประชาชนกำลังยกระดับศักยภาพของตนเองขึ้นเรื่อยๆ โดยเห็นได้จาก Viral Video ที่แพร่หลายออกมาเพิ่มขึ้นด้วยฝีมือของนักข่าวพลเมือง โดยต่อไปจะเข้าสู่ยุคของการปรับตัวเข้าหากันระหว่างสื่อกระแสหลักกับสื่อทางเลือก ดังนั้น ทักษะเรื่องมัลติมีเดียและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจรรยาบรรณและจริยธรรมที่สื่อมวลชนควรมียังคงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสนใจมากขึ้น (ชูวิศ ฤกษ์ศิริสุข, 2558)

จากแนวคิดและทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) สรุปได้ว่าในยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการกำหนดวาระข่าวสาร จากเดิมที่สื่อมวลชนหรือสื่อกระแสหลักเป็นผู้พิจารณาและนำเสนอข่าวสารตามที่เห็นว่ามีคุณค่าข่าว แต่ปัจจุบันสื่อมวลชนไม่ได้เป็นผู้มีอำนาจการกำหนดวาระข่าวสารแต่เพียงผู้เดียวเหมือนในอดีต ซึ่งการนำเสนอเหตุการณ์และประเด็นสำคัญต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชนทั่วไปกลับมีบทบาทมากขึ้นในการกำหนดวาระข่าวสาร จนเกิดคำว่า “นักข่าวพลเมือง” ดังนั้น กระบวนการจัดวาระข่าวสารในอนาคตสื่อมวลชนหรือสื่อกระแสหลักจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักข่าวพลเมืองและเรียนรู้การใช้สื่อใหม่หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้มากขึ้น เพื่อบูรณาการการนำเสนอข่าวสารร่วมกันเพื่อให้สังคมได้รับประโยชน์มากที่สุดจากข่าวสารในทุกแง่มุม แต่ยังคงต้องมีความระมัดระวังและรอบคอบ โดยยึดหลักความถูกต้องและตรวจสอบข้อเท็จจริง ซึ่งมีโอกาสในการผิดพลาดจากการนำเสนอข่าวสารที่มาจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้

ทั้งนี้ งานวิจัยอิสระที่สนับสนุนโดย Isentia เรื่อง “สื่อที่ใช้ในการกำหนดวาระข่าวสาร: สื่อมวลชน หรือ/ และสื่อสังคมออนไลน์?” ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการแยกข่าวระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งผันแปรไปตามระดับความรุนแรงของข่าว เหตุการณ์สำคัญทั่วไปจะได้รับการพูดถึงครอบคลุมเนื้อหาข่าวอย่างดีจากสื่อดั้งเดิม ในขณะที่ข่าวเหตุการณ์ภัยพิบัติมักจะถูกรายงานเป็นครั้งแรกผ่านสังคมออนไลน์ ด้านความสัมพันธ์กับข้าราชการ รัฐบาล และหน่วยงานราชการในการป้อนข่าวให้กับนักข่าวถือเป็นแหล่งข่าวที่ดี สำหรับด้านภูมิศาสตร์ สื่อดั้งเดิมจะเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในใจกลางเมือง ขณะที่สื่อสังคมออนไลน์มักจะนำเสนอข่าวในพื้นที่ที่หลากหลาย หรือที่ที่มีปัญหาชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาในระดับท้องถิ่น เรื่องเหล่านี้มักจะแพร่ไปตามช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ก่อนที่จะได้รับความสนใจจนนำมาเสนอข่าวอย่างชัดเจนในสื่อดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม

การศึกษายังคงพบต่อเนื่องว่า สื่อมวลชนจะหยิบยกข่าวสารนั้น ๆ ได้ช้ากว่าสื่อสังคมออนไลน์ แต่กลับหยุดประเด็นข่าวสารได้รวดเร็วกว่าสื่อสังคมออนไลน์ แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดวาระข่าวสาร แต่หน้าที่ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อเท็จจริงเพื่อจับประเด็นต่าง ๆ นั้นต้องเป็นหน้าที่สำคัญของสื่อกระแสหลัก ซึ่งปัจจุบันก็ยังคงทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดี

งานวิจัยของ ญัฐภูมิ เลาะไธสง และขจร ฝ้ายเทศ (2556) ศึกษาเกี่ยวกับ “การถ่ายโยงเนื้อหาจากประเด็นข่าวในสังคมออนไลน์สู่เนื้อหาข่าวโทรทัศน์ กรณีศึกษา “เรื่องเล่าเช้านี้” ทางสถานีไทยทีวีสี ช่อง 3” ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์มักจะสนใจในเรื่องที่สมาชิกส่วนใหญ่เกี่ยวข้อง เข้าใจง่าย และใกล้ตัวกับตัวสมาชิกเองที่ส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป ทำให้เป็นปัจจัยเสริมให้สมาชิกเกิดอารมณ์ร่วมและแบ่งปันเรื่องต่าง ๆ ให้คนใกล้ตัวได้รับรู้เพิ่มอีกด้วย นอกจากนี้สมาชิกสังคมออนไลน์ยังเป็นผู้มีอำนาจใหม่ในการสร้างและผลักดันประเด็นในสังคมออนไลน์ให้เผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนผ่านปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ปริมาณผู้ใช้ ผู้ชม และผู้เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ ซึ่งถ้ายังมีจำนวนมากก็ยังมีโอกาสเป็นประเด็นข่าวมากขึ้นเท่านั้น และยังเป็นข้อมูลที่ยืนยันให้กับสถานีข่าวอีกด้วยว่าวาระสังคมออนไลน์นี้เป็นที่สนใจในวงกว้าง เนื่องจากมีตัวเลขจำนวนคนที่บันทึกยืนยันแล้วว่ามีคนในสังคมออนไลน์สนใจเรื่องนี้มากแค่ไหน ส่วนลำดับการนำเสนอเนื้อหาในสังคมออนไลน์ พบว่า เหตุการณ์ในสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจากสมาชิกบันทึกข้อความ ภาพ หรือวิดีโอคลิป เหตุการณ์แล้วอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่หนึ่งและมีการรับชม บันทึกความคิดเห็น หรือส่งต่อผ่านสมาชิกหรือสมาชิกกลุ่มใหญ่เพื่อเป็นช่องทางรับชมอีกทอดหนึ่ง โดยมีการบันทึกจำนวนการกระทำของสมาชิกเครือข่ายเป็นตัวเลขโดยประมาณหลักพันขึ้นไป ทั้งตัวเลขจำนวนการกดถูกใจ จำนวนการแสดงความคิดเห็นและจำนวนการกดแบ่งปัน หลังจากนั้นจึงจะมีสำนักข่าวเข้ามาทำข่าวโดยมีความสัมพันธ์ 2 แบบ ได้แก่

1) สำนักข่าวในอินเทอร์เน็ต เป็นผู้ทำข่าวก่อนและทางรายการข่าวหยิบยืมข้อมูลข่าวบางส่วนมาใช้ร่วมกับการทำข่าวของสถานีเอง

2) รายการข่าวเป็นผู้เริ่มหาข้อมูลข่าวและนำเสนอเองทั้งหมด

จากแนวคิดและทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) และผลการศึกษาค้นคว้าแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันบทบาทการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อกระแสหลักหรือสื่อมวลชนมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดประเด็น ผู้รับสารจะเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ได้มากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับการเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเสนอ แต่ปัจจุบันเมื่อสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทกับการนำเสนอข่าวสารเป็นอย่างมากเนื่องจากประชาชนทั่วไปก็สามารถเป็นนักข่าวได้จากการนำเสนอข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อดังกล่าวจนเป็นที่สนใจในวงกว้าง และทำให้สื่อมวลชนต้องนำเสนอข่าวดังกล่าวเนื่องจากเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจจากคนจำนวนมาก กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการผลักดันให้ประชาชนสามารถเป็น



ผู้กำหนดวาระข่าวสารได้ด้วยตัวเอง และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้สื่อข่าวมากขึ้นในฐานะผู้ร่วมนำเสนอข่าวสาร ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นกรอบในการศึกษาการเกี่ยวกับการคัดเลือกข่าวจากวิดีโอคลิปในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์เพื่อให้ทราบถึงบทบาทของการกำหนดวาระข่าวสารจากการถ่ายวิดีโอคลิปเหตุการณ์ต่าง ๆ และอิทธิพลเพื่อเผยแพร่ลงในสื่อสังคมออนไลน์ว่าศักยภาพในการร่วมกำหนดและนำเสนอข่าวสารของประชาชนคนทั่วไปมีมากน้อยเพียงใด

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper Theory)

เลวิน (Lewin, 1947) ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยบริเวณประตู ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยการวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปหรือไม่ รวมถึงข่าวสารใดควรจะส่งไปถึงผู้รับสารซ้ำ หรือข่าวสารใดควรตัดออกทั้งหมด ซึ่งผู้เฝ้าประตูข่าวสารเปรียบเสมือนบุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสาร ที่ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารและผู้รับสาร ได้แก่ บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และผู้สื่อข่าว ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการควบคุมการไหลของข่าวสาร โดยเป็นผู้ตัดสินใจว่าข่าวใดควรเผยแพร่และไม่ควรเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน

สำหรับ กาลตุง และ รุจ (Galtung & Ruge, 1965) มีแนวความคิดเรื่องการทำหน้าที่ผู้รักษาช่องทางข่าวสารของสื่อมวลชน โดยเป็นแนวคิดที่เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของวิถีคิด การรับรู้ และการมองโลกของนักสื่อสารมวลชนที่มีผลต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวสาร ต่อมา ฮูด (Hood, ค.ศ.1972 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550) ได้นำแนวความคิดของ กาลตุง และ รุจ (Galtung & Ruge, 1965) ไปประยุกต์เกี่ยวกับการทำงานของสื่อโทรทัศน์ในประเทศอังกฤษว่าการทำงานของบรรดาผู้รักษา ช่องทางส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนรากฐานการเมืองของชนชั้นกลาง ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และโลกทัศน์ทางการเมืองของคนกลุ่มนี้ในการคัดเลือกเรื่องราวและการนำเสนอการรายงานข่าวจากภูมิหลังของ 30 กลุ่มผู้สื่อข่าวที่ค่อนข้างใกล้เคียงกันทั้งในด้านการศึกษา ครอบครัวยุทธศาสตร์ทางสังคม และเศรษฐกิจ ประกอบกับวัฒนธรรมองค์กรในการทำงานเป็นทีม และการต้องจรรงรักภักดีต่อองค์กร

เช่นเดียวกับ ชรามม์ (Schramm, 1972 อ้างใน มยุรี ไพบุลย์กุลกร, 2556) ที่กล่าวว่า “ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร” คือ ผู้มีสิทธิ์ในการเปิดหรือปิดประตูเพื่อปล่อยข่าวสารออกไปหรือปิดกั้นข่าวสาร โดยทำหน้าที่เสมือนนายด่านในการกลั่นกรองข่าวสารให้กับประชาชน เนื่องจากในวันหนึ่งนั้นมีเหตุการณ์เกิดขึ้นจำนวนมากแต่เวลาในการนำเสนอข่าวสารไปสู่สาธารณะชนมีจำกัด ดังนั้นเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ที่นำมาลงเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ รวมถึงรายการข่าวทางโทรทัศน์จึงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของบุคคลในกองบรรณาธิการ กล่าวคือ กองบรรณาธิการจะคัดเลือกข่าวที่มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์หรือมีคุณค่าข่าวมานำเสนอเท่านั้น

นอกจากนี้ บิทเนอร์ (Bittner, 1983) ได้ระบุถึงหน้าที่ของผู้กรองสารหรือผู้เฝ้าประตูข่าวสารไว้ 3 ประการ ได้แก่

1) การตัดทอนข่าวสาร ซึ่งเป็นการจำกัดข่าวสารก่อนที่ผู้รับสารจะได้รับ เช่น กองบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว หรือผู้สื่อข่าว อาจเห็นว่าเนื้อหาบางส่วนของเหตุการณ์ที่จะนำเสนอเป็นข่าวไม่ใช่สาระสำคัญ ไม่ใช่ประเด็น หรือมีความไม่เหมาะสม สื่อมวลชนสามารถตัดประเด็นหรือเนื้อหาบางส่วนนั้นออกได้

2) การขยายหรือเพิ่มเติมข่าวสาร ผู้กรองสารสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาของข่าวสารโดยการแสวงหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติม หากพิจารณาแล้วว่าข่าวที่จะนำเสนอยังมีความคลุมเครือของเหตุการณ์ ผู้สื่อข่าวควรตรวจสอบข้อเท็จจริงและนำมารายงานเพิ่มเติมได้

3) การรวบรวมหรือตกแต่งข่าวสารใหม่ ในบางกรณีผู้กรองสารอาจทำหน้าที่ตกแต่งข่าวสารขึ้นมาใหม่ได้ เช่น ข่าวที่จะนำเสนอมีเพียงรูปภาพ วิดีโอคลิป หรือข้อมูลสั้น ๆ รวมถึงข้อมูลนั้นยังไม่มีรายละเอียดรอบด้าน ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการสามารถตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมแล้วรายงานข่าวนั้นใหม่ได้เช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ เมื่อมีการเติบโตของคอนเทนต์บนสื่อออนไลน์ ซึ่งธรรมชาติของสื่อประเภทนี้เป็นพื้นที่ที่เปิดให้ผู้รับสารที่เคยเป็นเพียงผู้รับสามารถสร้างเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content) ผู้สื่อข่าวต้องปรับบทบาทของตัวเองในการทำข่าวโดยเฉพาะการทำหน้าที่นายทวารข่าวสารเพราะไม่ใช่ทุกเรื่องจะต้องผ่านประตู (Gate) ของนักข่าวอีกต่อไป โดย มิทเชลสไตน์ และ บล๊อคโควสกี (Mitchelstein & Boczkowski, 2009) กล่าวว่า ผู้สื่อข่าวต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็น Gatekeeper สู่การเป็น Gate Opener หรือการเป็นผู้เปิดประตูเชื่อมโยงระหว่างสื่อและผู้อ่านให้มีส่วนร่วมในกระบวนการข่าวทำงานร่วมกันมากขึ้นแทนที่จะเป็นเพียงผู้เลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอเท่านั้น

โดย ซิงเกอร์ (Singer, 2006 อ้างใน สกุลศรี ศรีสารคาม, 2553) กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ผู้สื่อข่าวต้องย้อนกลับไปมองว่าตัวเองยังคงเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารอยู่หรือไม่ เช่นเดียวกับ เบิร์นส์ (Burns, 2005 อ้างใน สกุลศรี ศรีสารคาม, 2553) ที่เสนอว่า การเติบโตของข่าวออนไลน์และธรรมชาติของมันทำให้สังคมเปิดกว้างและใคร ๆ ก็สามารถเพิ่มเติมข้อมูลในโลกข่าวสารได้ กล่าวคือ องค์กรข่าวทำหน้าที่ในการใช้เครื่องมืออินเทอร์เน็ตชี้แนะเนื้อหาและข้อมูลให้ผู้รับสาร ซึ่งเป็นการทำงานในลักษณะการหาความร่วมมือ

อย่างไรก็ตาม ทั้งทฤษฎีเรื่องนายทวารข่าวสารและการจัดวาระข่าวสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการ จากแต่ก่อนที่เคยเป็นการตัดสินใจของผู้ส่งสารเท่านั้น เมื่อกระบวนการทำข่าวรูปแบบใหม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง โดยมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารทำให้การตัดสินใจคัดเลือกข่าวสารข้อมูลและจัดลำดับความสำคัญเพื่อนำเสนอนั้นได้รับอิทธิพลบางส่วนจากชุมชนหรือ

กลุ่มผู้รับสารที่เข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูล (มยุรี ไพบูลย์กุล, 2556)

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ เอเจนซี เฟรน เพรส (Agence France Presse, 2010) ท่ามกลางการไหลของข่าวสารที่รวดเร็วซึ่งเป็นผลมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตและเครื่องมือสื่อสารสังคม แม้ผู้บริโภคข่าวจะได้รับข่าวสารจากหลากหลายแหล่งได้อย่างรวดเร็วแต่ผู้บริโภคข่าวยังให้ความสำคัญกับข่าวที่มาจากสำนักข่าวในเรื่องมาตรฐานด้านการบรรณาธิการข่าว (Editorial Decision) และความน่าเชื่อถือ จากการตรวจสอบข้อมูล ข้อเท็จจริง (Reliability) มากกว่าความเร็ว โดยความหวังของผู้รับสารต่อบทบาทด้านการบรรณาธิการข่าว (Editorial) คือ การได้รับข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real-time) คู่ขนานกับความน่าเชื่อถือและการวิเคราะห์ข่าวเชิงลึก (In-depth Analysis) โดย มิเอล และ ฟาริส (Miel & Faris, 2008) อธิบายว่า ลักษณะการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นจากสื่อออนไลน์และสื่อสังคมทำให้บทบาทของบรรณาธิการเปลี่ยนไปเช่นกัน ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบบทบาทของกองบรรณาธิการบนสื่อเก่าและสื่อใหม่

บทบาทเดิมของกองบรรณาธิการ	บทบาทเมื่อมีสื่ออินเทอร์เน็ต
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเป็นผู้มอบหมายงานให้ผู้สื่อข่าวลงพื้นที่</li> <li>- การตรวจสอบเรื่องราวข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น</li> <li>- การปรับแก้เนื้อข่าวตามข้อเท็จจริง</li> <li>- การให้นำหนักความสำคัญต่อประเด็นข่าว จัดลำดับข่าวสารตามประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น</li> <li>- งานที่ผ่านการตัดสินใจของบก. แล้ว คือ เป็นที่สิ้นสุดของกระบวนการในการทำข่าว</li> </ul>	<p>งานไม่ได้อยู่ในอำนาจของบรรณาธิการข่าวเพียงฝ่ายเดียวเหมือนในอดีต แต่ปัจจุบันนักข่าวพลเมืองกลับมีบทบาทในการนำเสนอเรื่องราวที่พบเจอลงในสังคมออนไลน์จนเกิดเป็นประเด็นในสังคมที่น่าสนใจ ทำให้กองบรรณาธิการต้องทำหน้าที่ในการคัดเลือกเสนอแนะเนื้อหา ควบคู่ไปกับการทำงานแบบดั้งเดิมที่เคยทำอยู่ เพื่อนำเสนอข่าวสารออกสู่สาธารณชน โดยยังเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารอยู่ เพียงแต่มีการเปิดรับข่าวสารในสังคมออนไลน์มากขึ้น</p>

จากทฤษฎีผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper Theory) สรุปได้ว่า การทำหน้าที่เป็นผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ของสื่อมวลชน จากเดิมที่เคยเป็นผู้มีบทบาทในการพิจารณาว่าข่าวใดควรนำเสนอหรือไม่ควรนำเสนอ รวมถึงปรับลด ตัดทอนเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เพิ่มเติมและขยายความ

ในส่วนที่ไม่ชัดเจน รวมถึงตรวจสอบข้อเท็จจริงและหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ข่าวที่นำเสนอมีความสมบูรณ์มากขึ้น แต่เมื่อสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวสารบนพื้นที่เปิดทำให้ผู้รับสารสามารถสร้างประเด็นข่าวได้ด้วยตัวเอง ซึ่งนั่นแปลว่า หน้าที่ของผู้สื่อข่าวในการเป็นผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ก็ได้ลดความสำคัญลงไปเป็นผู้ชี้แนะเนื้อหาและข้อมูลให้ผู้รับสาร และเมื่อกระบวนการทำข่าวในรูปแบบใหม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง การเข้ามานำเสนอหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มผู้รับสารในสื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวสารของผู้สื่อข่าวเช่นกัน

จากทฤษฎีผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper Theory) และผลการศึกษาข้างต้น ทำให้เห็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการทำหน้าที่ผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ของสื่อมวลชนที่ถูกลดบทบาทลงจากอดีตที่เคยเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสาร ไปเป็นผู้ชี้แนะเนื้อหาและข้อมูลให้ผู้รับสาร เนื่องจากอิทธิพลของการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นจึงทำให้การทำหน้าที่ต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารของสื่อมวลชนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการหน้าที่การคัดเลือกและการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจสู่สาธารณชน ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีดังกล่าวมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่อง การคัดเลือกข่าวจากวิดีโอคลิปในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อเป็นหลักในการวิเคราะห์ความเหมาะสมและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในพิจารณาการนำเสนอข่าวสารที่มีที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์

#### 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการบริหารงานโทรทัศน์

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานโทรทัศน์ โดยจากการศึกษาเรื่อง Electronic Media Programming: Strategies and Decision Marketing ของ แครอล และ เดวิส (Carroll & Davis, 1993) ได้กล่าวว่า ปัจจัยแวดล้อมภายนอกและภายในสื่อโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่ผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมได้และมีผลกระทบต่อการทำงานของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งได้แก่ปัจจัยต่าง ๆ 10 ประการ คือ

1) นโยบายการจัดการ เป็นนโยบายการดำเนินงานของผู้บริหารหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ที่องค์กรได้ถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานีซึ่งจะสะท้อนต่อตัวองค์กร เพราะเป็นกรอบแนวทางในการตัดสินใจเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์

2) กฎระเบียบต่าง ๆ ถูกกำหนดขึ้นจากภายนอกองค์กร หรือแม้แต่กฎที่ตั้งขึ้นมาใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ในตัวองค์กร ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการบริหารงานโทรทัศน์

3) สภาพเศรษฐกิจ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางเศรษฐกิจแต่ละครั้งมักส่งผลกระทบต่อระบบการดำเนินงานขององค์กร เช่น เมื่ออยู่ในสถานะเศรษฐกิจแย่งผู้สนับสนุนรายการหรือเจ้าของสินค้ายอมไม่ซื้อเวลาโฆษณา ส่งผลให้รายได้ไม่เข้ารายการกระทบต่อทางสถานี และมีผลต่อรายการข่าวโทรทัศน์

4) ภาวะการแข่งขัน ธุรกิจโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา ทางสถานี จึงพยายามทำให้ผู้ชมได้มีโอกาสรับชมรายการและโฆษณา รายการข่าวโทรทัศน์จึงต้องจัดรายการที่ดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุด ซึ่งบางครั้งอาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องไปถึงเรื่องเรตติ้ง เพราะรายการใดตัวเลขวัดระดับความนิยมดีก็จะสามารถขายเวลาโฆษณาได้ง่าย ในทางกลับกันรายการที่ตัวเลขความนิยมไม่ดีรายการนั้นมักจะถูกปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม

5) แพ้ชั้นการลอกเลียนแบบ กลายเป็นเรื่องธรรมดาในวงการโทรทัศน์ไปแล้วเพราะเมื่อมีรายการใดประสบความสำเร็จในตัวเลขวัดระดับความนิยมจากผู้ชมก็จะมีรายการอื่นตามมา ลอกเลียนแบบเพราะเป็นกระแสที่ดี

6) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ชมที่สถานีโทรทัศน์คาดหวังไว้

7) แรงบีบบังคับทางสังคมและวัฒนธรรม คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต คุณธรรม ค่านิยม ความเชื่อ เป็นสิ่งที่ปรากฏขึ้นในสังคม และส่งผลต่อการบริหารงานโทรทัศน์ เช่น การต่อต้านการค้ามนุษย์ สื่อก็ต้องปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับสังคม

8) แรงบีบบังคับทางการเมืองและกฎระเบียบต่าง ๆ สถานีโทรทัศน์ถูกเล็งเห็นว่าเป็นเครื่องมือที่มีคุณค่ามากก็มักจะถูกการเมืองเข้ามาแทรกแซงในทุกยุคทุกสมัย ซึ่งมีผลการบริหารงานโทรทัศน์ โดยเฉพาะส่วนของรายการข่าว

9) เทคโนโลยี ด้วยสถานีที่มีศักยภาพสูงในการแพร่ภาพสู่ประชาชนในทุกพื้นที่ย่อมได้รับความสนใจจากเจ้าของสินค้าที่ต้องการโฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้จำนวนมาก ปัจจัยนี้จะเสริมให้รายการโทรทัศน์แข็งแกร่งมากขึ้น

10) กลุ่มมวลชน เนื่องจากโทรทัศน์ถูกคาดหวังจากบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ดังนั้นการเสนอรายการต่าง ๆ ของทางสถานีโทรทัศน์จึงต้องอยู่ในกฎระเบียบและผ่านการตรวจสอบก่อนออกอากาศ เพื่อป้องกันไม่ให้เนื้อหากระทบต่อผู้ชมบางกลุ่ม (รัฐดิพงษ์ ชูนาถ, 2545)

สอดคล้องกับงานผลการศึกษาเรื่อง “การบริหารงานข่าวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ ของเครือเนชั่น” โดย สุธิตา เรืองรองหิรัญญา (2554) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีผลต่อการบริหารงานข่าวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ “ทวิตเตอร์” ของเครือเนชั่น ดังนี้

1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายภายในองค์กรและค่านิยมการคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ของแต่ละสถานีข่าว

2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายของรัฐบาลและความต้องการจากสปอนเซอร์ลูกค้า

2.1) ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ของประชาชน เนื่องจากประเทศไทยมีความไม่แน่นอนทางการเมือง ดังนั้น ทวิตเตอร์จึงเป็นสื่อที่สามารถทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว

2.2) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นโอกาสสำคัญที่ทางเครื่องนุ่งได้เห็นประโยชน์ในการรายงานข่าวผ่านทางเทคโนโลยี แต่ทางเครื่องนุ่งต้องมีความระมัดระวังเรื่องความถูกต้องของข้อมูลที่ส่งออกไป และความรวดเร็วของข่าวสารก็เป็นสิ่งที่ประชาชนคาดหวังจากการรายงานข่าวของเครื่องนุ่ง ดังนั้น นักข่าวรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นโดยให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและความถูกต้องเป็นหลัก หากเป็นการรายงานข่าวทางวิทยุโทรทัศน์ข่าวจะเป็นคนดูแล้วรับผิดชอบ โดยใช้วิจารณญาณของตัวเอง เพราะนักข่าวจะต้องรายงานข่าวจากเหตุการณ์ในขณะนั้นทันที จึงไม่สามารถผ่านขั้นตอนการประชุมข่าว คัดกรองข่าวในโต๊ะข่าวเหมือนการรายงานข่าวทางสื่อหลัก

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนกับความรับผิดชอบทางจริยธรรม

จริยธรรมสื่อมวลชน หมายถึง ความประพฤติที่รักษาความถูกต้องตามกฎหมายเกณฑ์หรือบรรทัดฐานของสื่อมวลชนแต่ละประเภทงาน ซึ่งจำเป็นต้องยึดถือและปฏิบัติตาม (พิศิษฐ์ ขวาลาวัช, 2551; มาลี บุญศิริพันธ์, 2548 และ ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2547) กล่าวถึงความหมายจริยธรรมของสื่อมวลชนว่า เป็นหลักแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับให้ผู้ประกอบอาชีพสื่อมวลชนประพฤติปฏิบัติ เป็นหลักยึดทางความคิดทางจิตใจรู้จักว่าอะไรควรปฏิบัติหรือไม่ควรปฏิบัติในบทบาทสื่อกลางของสังคม จริยธรรมจึงเป็นเรื่องของความรับผิดชอบต่อ

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อสื่อมวลชน จากผลการศึกษา เรื่อง “สถานภาพการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวกับจริยธรรมวิชาชีพสื่อสารมวลชน” ของ ดวงกมล ชาติประเสริฐ (2547) พบว่าองค์ความรู้ด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่ปรากฏในงานวิจัย ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง การนำเสนอความรุนแรง ความไม่เป็นกลางการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและการตัดสินผู้ตกเป็นข่าว ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาทางจริยธรรมสื่อมวลชน ได้แก่ บุคลากรสื่อ ข้อจำกัดเวลาและแนวทางปฏิบัติงาน องค์กรธุรกิจ อำนาจภายนอก ความคลุมเครือของหลักจริยธรรม และปัญหาไกลไกลการกำกับดูแล จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาพรวมของจริยธรรมสื่อมวลชนปรากฏในงานของ อรรถวุฒิ จันทร์บุษราคัม (2539) พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อจริยธรรมสื่อมวลชน แบ่งเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยที่ 1 แรงจูงใจเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ หลักกฎหมาย และความเชื่อถือของประชาชน

ปัจจัยที่ 2 แรงจูงใจเกี่ยวกับการทำทุกอย่างเพื่อให้งานสำเร็จ แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับมาตรฐานของนายจ้าง รวมไปถึงความสนใจของประชาชน และบรรทัดฐานของสังคม

ปัจจัยที่ 3 การไม่มีความรู้ความสนใจในจริยธรรม และแรงจูงใจเกี่ยวกับความต้องการ  
ก้าวหน้าส่วนตัว

ปัจจัยที่ 4 แรงจูงใจเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนา

ข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและ  
โทรทัศน์ พ.ศ. 2553 หมวดที่ 2 ข้อที่ 7 กล่าวถึง จริยธรรมของวิทยุและโทรทัศน์ (สภาวิชาชีพข่าว  
วิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2560) ดังนี้

1) ต้องนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องแก่สาธารณชนตามหลักกัตถวิสัย  
ด้วยความถูกต้องเที่ยงตรง แม่นยำ และครบถ้วน ด้วยความเป็นธรรมโดยปราศจากอคติ 4 ได้แก่  
ฉันทาคติ โทษาคติ ภยาคติ และโมหาคติ

2) หากมีการอ้างอิงหรือคัดลอกข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลอื่น ต้องแจ้ง  
ที่มาของข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่นำเสนอหรือเผยแพร่ดังกล่าว

3) ต้องปกปิดชื่อตัว ชื่อสกุล รูปร่าง ลักษณะ และสถานะของแหล่งข่าว รวมทั้งข่าวสารและ  
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องสำคัญที่แหล่งข่าวประสงค์ให้ปกปิด เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากแหล่งข่าวและ  
เห็นได้อย่างชัดเจนว่าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เป็นอันตรายต่อแหล่งข่าว

4) การนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่เกิดความผิดพลาด ต้อง  
ดำเนินการแก้ไขความผิดพลาดโดยทันทีพร้อมทั้งขอภัยในความผิดพลาดดังกล่าว

5) การนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนศักดิ์ศรี  
ความเป็นมนุษย์ ไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์และโศกนาฏกรรมแก่ผู้ที่ตกเป็นข่าว

6) การนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักถึงประโยชน์แห่ง  
สาธารณะ

7) การแสดงความคิดเห็นหรือการวิจารณ์ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องให้ความเป็น  
ธรรมและต้องแยกแยะให้ชัดเจนว่า เป็นข้อเท็จจริงหรือเป็นการแสดงความคิดเห็นโดยต้องแจ้งให้  
ทราบว่าเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือการวิจารณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพข่าวนั้น การแสดงความคิด  
เห็นพึงกระทำโดยบริสุทธิ์ใจและไม่มีพันธุกรณีอื่นใด นอกจากมุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชน  
โดยไม่ยอมให้อิทธิพลอื่นใดมาครอบงำความคิดเห็น

8) ต้องแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

9) ต้องไม่นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยมีการประกาศโฆษณาที่  
แอบแฝงมาพร้อมกับข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจนทำให้ประชาชนหลงเชื่อในความเป็นข่าวสาร  
และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

10) ต้องระมัดระวังไม่นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ตนเองหรือ  
พวกพ้องมีผลประโยชน์ทับซ้อน หากผู้ประกอบวิชาชีพข่าวมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับข่าวสารและ

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องแจ้งหรือรายงานพร้อมกับการนำเสนอหรือเผยแพร่ดังกล่าว

11) ต้องระมัดระวังการนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้ขอบเขตแห่งขนบธรรมเนียม ประเพณีศีลธรรมอันดีงามของประชาชน มิให้ประชาชนหลงเชื่อในสิ่งที่มงาย และไม่เป็นเครื่องมือในการนำเสนอหรือเผยแพร่สิ่งที่เป็นภัยต่อสังคม หรือกระทบต่อสาธารณะ

หมวด 3 จริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว

1) ต้องไม่อวดอ้างตำแหน่งหน้าที่ของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว หรือตำแหน่งหน้าที่อื่น เพื่อเรียกร้อยประโยชน์ที่ไม่ชอบธรรม

2) ต้องไม่รับอามิส สินจ้าง หรือผลประโยชน์ใด ๆ เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใด อันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้อง

3) ต้องไม่ประกอบอาชีพ หรือวิชาชีพ หรือดำเนินธุรกิจ หรือประพฤติดนอันเป็นการฝ่าฝืนต่อศีลธรรมอันดีหรือเป็นการเสื่อมเสียต่อศักดิ์ศรีและเกียรติคุณของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว

หมวด 4 แนวปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว

1) การได้มาหรือการนำเสนอหรือการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พึงใช้วิธีการที่สุภาพ ซื่อสัตย์หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ไม่สุภาพหรือมีความหมายที่ดูถูกเหยียดหยาม

2) พึงไม่รับตำแหน่งหน้าที่ หรือประโยชน์อื่นใด เพื่อกระทำการหรืองดเว้นกระทำการใด ๆ อันขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ถูกต้องครบถ้วน หรือเพื่อให้บุคคลใด ๆ ได้รับความประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

จากแนวคิดสื่อสารมวลชนกับความรับผิดชอบทางจริยธรรมที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า จริยธรรมของผู้สื่อข่าวเป็นกรอบการทำงานที่จะเพิ่มคุณค่าของวิชาชีพสื่อมวลชนให้ปฏิบัติอยู่ในขอบเขตความถูกต้อง เหมาะสม เป็นที่ยอมรับและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้บรรทัดฐานเดียวกัน ควบคู่กับการใช้สิทธิและเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณะชน ถึงแม้ว่าปัจจุบันสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ในการหาข้อมูลและตรวจสอบกระแสความนิยมของเหตุการณ์หรือสิ่งนั้น ๆ อยู่เสมอ เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย รวมถึงผู้สื่อข่าวยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารหรือแม้กระทั่งนักข่าวพลเมือง เพื่อให้ทราบถึงที่มาและข้อเท็จจริงของข่าวได้อย่างทันทั่วทั้งที่ แต่สิ่งที่สื่อสารมวลชนยังคงต้องยึดเป็นหลักปฏิบัติคือ จรรยาบรรณของสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชนยังคงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการรับรู้ของคนส่วนใหญ่ในสังคม ดังนั้น การปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักความถูกต้อง มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนนำเสนอ และพยายามนำเสนอแต่สิ่งดีมีประโยชน์ หรือหากจำเป็นต้องนำเสนอข่าวสารที่อาจมีความรุนแรงและสะเทือนอารมณ์ของผู้รับสารบ้างก็ควรพยายามเสนอในแง่บวกของการเตือนภัยให้ผู้รับสารมีการระมัดระวังในการดำรงชีวิตในสังคมมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่สื่อมวลชนควรระลึกถึงอยู่เสมอ



จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ “บทบาทของสมาคมสื่อมวลชนในการควบคุมจริยธรรมของสื่อมวลชน” ปรากฏในงานของ วิจิตร รัชตวงศ์สกุล (2551) ที่ได้ศึกษาถึงบทบาท หน้าที่ วิสัยทัศน์ และประวัติความเป็นมาของสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนที่มีต่อการควบคุมจริยธรรมของสื่อมวลชน ประเภทของสื่อมวลชนที่มีในประเทศไทย จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนและคุณสมบัติของสื่อมวลชนที่ดี โดยผลการศึกษามีดังนี้

#### 1) ความคิดเห็นทั่วไป

- 1.1) การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนยังมีความเป็นกลางในระดับหนึ่งเท่านั้น เหตุที่เป็นเช่นนี้มากจากการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนมักมุ่งเน้นไปที่จุดใดจุดหนึ่ง
- 1.2) สื่อมวลชนสามารถเป็นปากเสียงให้แก่ประชาชนได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น
- 1.3) สื่อมวลชนควรมีจริยธรรมในการทำงานเพิ่มมากขึ้น
- 1.4) สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการแจ้งข่าวสาร ให้การศึกษา ให้ความบันเทิงแก่ประชาชนได้อย่างน่าพอใจ
- 1.5) สื่อมวลชนยังทำหน้าที่ในการป้องกัน รักษา และนำความเจริญมาสู่ประเทศได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น
- 1.6) การนำเสนอของสื่อมวลชนมีความถูกต้อง แม่นยำ และความจริงใจได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะบางครั้งสื่อมวลชนได้แทรกความคิดอันชั่วร้ายลงไปในการนำเสนอข่าวด้วย

#### 2) ความเห็นของสื่อมวลชน

- 2.1) สื่อมวลชนมีจริยธรรมในระดับที่ดี ซึ่งอาจคิดว่าการนำเสนอข่าวของตนนั้น เป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรม
- 2.2) สื่อมวลชนเห็นว่าตนทำงานเป็นกระบอกเสียงให้แก่ประชาชนได้อย่างดี

#### 3) ความเห็นของประชาชนและสื่อมวลชนต่อสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชน

- 3.1) สมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ในการควบคุมจริยธรรมของสื่อมวลชนได้ในระดับหนึ่ง
- 3.2) สมควรมีกฎหมายมาลงโทษผู้กระทำความผิดต่อวิชาชีพ
- 3.3) ควรมีการส่งเสริมในเรื่องของจริยธรรมให้เพิ่มมากขึ้น
- 3.4) ประชาชนและสื่อมวลชนมีความเห็นว่าสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนจะสามารถควบคุมและดูแลจริยธรรมของสื่อมวลชนได้แค่ในระดับหนึ่ง
- 3.5) สมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนควรเพิ่มบทบาทหน้าที่ในการดูแลเหล่าสมาชิกให้มากขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ “การถ่ายโยงเนื้อหาจากประเด็นข่าวในสังคมออนไลน์สู่เนื้อหาข่าวโทรทัศน์ กรณีศึกษา “เรื่องเล่าเช้านี้” ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3” ของ ญัฐวุฒิ เลาะโรสสง และขจร ฝ่ายเทศ (2556) ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นจรรยาบรรณและความเป็นมืออาชีพของนักสื่อสารมวลชนยังเป็นส่วนประกอบหลักที่ต้องใช้ เพื่อสื่อสารเหตุการณ์ในสังคมออนไลน์ให้ได้ชัดเจนและเป็นธรรมมากต่อทุกฝ่ายอย่างถึงที่สุด ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มรายละเอียดเนื้อหาข่าวให้ผู้ที่ไม่ได้ติดตามเนื้อหาในสังคมออนไลน์ได้เข้าใจร่วมกันชัดเจนมากขึ้น และมีการเซ็นเซอร์ข้อมูลส่วนบุคคลหรือระบุบุคคลบางอย่างเพื่อป้องกันการถูกเอาผิดทางด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพอีกวิธีหนึ่ง ด้วยความเป็นมืออาชีพของสื่อมวลชน โดยเฉพาะนักข่าวที่ต้องให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วนรอบด้านและมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ จึงเป็นเหตุให้รายการข่าวโทรทัศน์ต้องมีทั้งการเจาะลึกเพิ่มเนื้อหาและการลดทอนเนื้อหาบางอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อให้พอดีกับเวลาการนำเสนอที่มีจำกัดและต้องยังคงมีเนื้อหาที่ครบถ้วนเพื่อการนำเสนอข่าวให้ได้ประโยชน์ต่อผู้รับชม แม้ว่าข่าวสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเบาอย่างข่าวอาชญากรรมหรือข่าวสังคมก็ตาม ผู้ประกาศข่าวก็ต้องอธิบายข่าวเพื่อสร้างความตระหนักต่อผู้ชมในด้านจริยธรรมและกฎหมาย ต้องนำไปสู่การตรวจสอบความถูกต้องทางด้านจริยธรรม ความโปร่งใส และความถูกต้องในด้านกฎหมายในที่สุด

จากแนวคิดสื่อสารมวลชนกับความรับผิดชอบทางจริยธรรมและผลการศึกษาข้างต้น ทำให้เห็นว่า แม้ว่าการบริหาร สถานการณ์ และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจะเปลี่ยนแปลงไปมากเพียงใดแต่สิ่งที่ยังคงต้องยึดเป็นหลักในการปฏิบัติอยู่เสมอคือ จริยธรรม เนื่องจากสื่อมวลชนยังคงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดของคนในสังคม ดังนั้น การให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง การนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ต้องมีความถูกต้อง โปร่งใส ไม่เข้าข้างคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อป้องกันการผิดพลาดและบิดเบือนข้อมูลจนส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่อง การคัดเลือกข่าวจากวิดีโอคลิปในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ เนื่องจากในแต่วันมีคลิปวิดีโอจำนวนมากถูกอัปโหลดขึ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้สื่อข่าวจึงจำเป็นต้องเลือกเพียงบางส่วนที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ เป็นประโยชน์ และไม่ขัดกับจริยธรรมของสื่อมวลชนมานำเสนอในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการโทรทัศน์ เป็นต้น

## 2.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media)

แซฟโฟ (Safko, 2012) กล่าวถึง สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นพื้นที่ออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร เขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทาง Social Media ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ โดยให้ข้อมูลบนพื้นฐานของความเชื่อใจ ตลอดจนการติดต่อ สื่อสารกับเพื่อนเก่า เพื่อนใหม่ และเพื่อนร่วมงานจนถึงคนที่เราอาจจะไม่เคยรู้จัก

มาก่อน (Holloman, 2013, p. 4) เช่นเดียวกับ โจนส์ (Jones, 2013) ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการสื่อสารแบบออนไลน์ เป็นสิ่งที่เราใช้เพื่อการพูดคุย สร้างปฏิสัมพันธ์ เผยแพร่ สร้างเครือข่ายของการสื่อสารออนไลน์ รวมถึงการกระตุ้นให้เกิดการสนทนา แสดงความคิดเห็น โหวต และแชร์เรื่องราวข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มผู้ที่มีความสนใจเหมือนกัน และเป็นการสื่อสารที่เชื่อมโยงได้ตลอดเวลาที่ต้องการ โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารผ่านทาง เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตจึงง่ายต่อการติดต่อซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ ไมเคิล และ ยัง (Meikle & Young, 2012) ยังมองว่า การส่งข้อมูลในเฟซบุ๊ก (Facebook News Feed) เป็นการผสมผสานเรื่องราวส่วนบุคคล หัวข้อข่าวใหญ่ของแต่ละวัน งานปาร์ตี้ รูปภาพมากมายหรือแม้แต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคม การเมือง และสิ่งที่ผู้คนแต่ละคนให้ความสนใจเป็นพิเศษ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถูกแชร์และส่งต่อผ่านคนที่เรารู้จักในเฟซบุ๊กหรือแม้แต่คนที่เราไม่เคยพบเจอจะถูกส่งผ่านเครื่องมือการสื่อสาร องค์กร สื่อ เพื่อหลอมรวมเป็นการสื่อสารจากบุคคล

ทั้งนี้ สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) มีคุณลักษณะ ดังนี้

- 1) ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) ที่มีการทำงานหลากหลาย รวดเร็ว และแม่นยำ ประมวลผลที่รวดเร็วและไร้พรมแดน ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของโลกก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว
- 2) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) กล่าวคือ ผู้ใช้สื่อกับสื่อสามารถโต้ตอบกันได้แบบทันทีทันใด ดังนั้น เมื่อผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวนำสื่อใหม่มาใช้เป็นประโยชน์ โดยหยิบยกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ เพื่อมานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ก็จะทำให้รายการข่าวโทรทัศน์เกิดความน่าสนใจมากขึ้น
- 3) เป็นการสื่อสารจากบุคคลเดียวกระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One-to-many) ซึ่งเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารจากผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวไปยังผู้รับข่าวสารที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรียกว่า “สังคมของการสื่อสาร” (Social Presence)
- 4) สามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ ได้ (Many-to-many) กล่าวคือ นอกจากจะกระจายเฉพาะความสนใจในเรื่องเดียวกัน (ภายในกลุ่มเดียวกัน) แล้วยังสามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่นที่มองหาความสนใจในเรื่องอื่น ๆ ได้ด้วย (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555) เช่น การแชร์ข้อมูลคลิปวิดีโอที่น่าสนใจให้ผู้อื่นได้รับรู้จนเป็นกระแสที่ประชาชนให้ความสนใจ
- 5) เป็นสื่อใหม่ที่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ในอดีตแต่ละสื่อมีคุณสมบัติและหน้าที่คนละด้านแตกต่างกันไป แต่สื่อใหม่ได้นำเอาลักษณะต่าง ๆ มารวมกัน เพื่อให้ผู้ใช้สื่อใหม่มีความสะดวกในการใช้ประโยชน์ที่หลากหลายจากสื่อเพียงสื่อเดียว

ทั้งนี้ ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งจากการสำรวจโดย Retrevo ซึ่งศึกษาผู้ใช้บริการพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของคนมากขึ้น จากการสำรวจตัวอย่าง 1,000 คน พบว่า ผู้ใช้งานเกือบครึ่งหนึ่งมีการติดตามความเคลื่อนไหวของสื่อสังคมออนไลน์ทั้งก่อนเข้านอนและตอนตื่นในตอนเช้า และร้อยละ 16 ของจำนวนผู้ใช้งานได้รับข้อมูลข่าวสารประจำวันจากเว็บไซต์เหล่านี้ นอกจากนี้ ผลสำรวจยังพบว่า มีผู้ใช้มากกว่าครึ่งหนึ่งที่ต้องติดตามความเคลื่อนไหวสื่อสังคมออนไลน์ของตนอย่างน้อยวันละหนึ่งครั้ง และมากกว่าร้อยละ 10 ที่เข้าไปดูความเคลื่อนไหวล่าสุดทุก ๆ 2-3 ชั่วโมง (“สื่อ สังคมออนไลน์และฉัน”, 2552) ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในการส่งคลิปวิดีโอมากที่สุดคงหนีไม่พ้นเฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (YouTube) เนื่องจากเป็นสื่อที่รองรับการทำงานของภาพเคลื่อนไหวหรือที่เรียกว่า คลิปวิดีโอและสามารถเผยแพร่ออกสู่สังคมได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงง่าย ทุกคนสามารถใช้สื่อดังกล่าวเป็นช่องทางในการเผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง โดยทั้ง 2 สื่อมีรูปแบบการทำงานที่คล้ายกัน ดังนี้

1) เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางในการเชื่อมโยงผู้ใช้เข้าด้วยกันจนกลายเป็นสังคม ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนในส่วนของโปรไฟล์ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัวภาพถ่าย การจดบันทึก หรือการใส่วิดีโอ เป็นต้น และเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น คือ ในส่วนของ Invite Friend และ Find Friend รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อน (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553) ทั้งนี้ กิจกรรมที่กลุ่มผู้ใช้ทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน แชท อัปเดตสถานะข้อมูลส่วนตัวรูปภาพ และหาข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูล (ภัทธา เรื่องสวัสดิ์, 2553)

2) ยูทูป (YouTube) เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีพื้นที่ให้ผู้ใช้สามารถอัปโหลด (Upload) ดาวน์โหลด (Download) และแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์แบบไม่มีค่าใช้จ่าย (Free Video Sharing) เพื่อแลกเปลี่ยนภาพและเสียงผ่านคลิปวิดีโอเป็นบริการที่กว้างขวางและหลากหลาย โดยเนื้อหาการบริการจะรวมไปถึง ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงเวลาสั้น ๆ (TV Clips) มิวสิควิดีโอ ซึ่งเป็นผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาของตัวเอง (Consumer Generated Media: CGM) คือ เป็นการสร้างบล็อกโดยมีส่วนของข้อมูลที่เป็นภาพวิดีโอเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะเป็นภาพวิดีโอที่เกิดจากมือสมัครเล่นถ่ายกันเอง และแบ่งปันสู่ผู้อื่น ๆ ในเครือข่าย (เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์, 2550) โดยคลิปวิดีโอที่อยู่ในยูทูปทุกคลิปอาจไม่ได้รับชม ส่งต่อหรือเผยแพร่ หากแต่จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือ ปัจจัยอื่น ๆ มาเป็นตัวกระจายสื่อที่ทำให้เกิดการส่งต่อ โดยสามารถแบ่งปันคลิปวิดีโอผ่านบล็อก เฟซบุ๊ก หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ อีกมากมาย

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าแนวโน้มการเติบโตและกระแสความนิยมของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ใช้ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน ปรับตัว และเพิ่มทักษะในการหาข้อมูลและการนำเสนอข่าว

มากขึ้น เพราะสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในฐานะสื่อที่นำเสนอข่าวสั้นทันเหตุการณ์ (Breaking News) ซึ่งไม่เฉพาะสื่อมวลชนอาชีพเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้ แต่ประชาชนก็สามารถใช้ประโยชน์เพื่อรายงานข้อมูลจากที่เกิดเหตุ รายงานข้อมูลจากองค์ความรู้ของตนทำให้เป็น “นักข่าวพลเมือง” ได้เช่นกัน ดังนั้นสื่อมวลชนอาชีพจึงสามารถทำงานร่วมกับสื่อพลเมืองเหล่านี้ได้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549) เช่น ข่าวไฟไหม้ ตึกถล่ม อุบัติเหตุใหญ่ ๆ ที่ผู้สื่อข่าวยังไม่สามารถไปถึงสถานที่ได้ทันทีแต่มีผู้พบเห็นเหตุการณ์หรือผู้ประสบเหตุสามารถใช้สื่อนี้เผยแพร่กระจายเหตุการณ์ดังกล่าวออกไป โดยสื่อมวลชนที่ใช้เครื่องมือเป็นก็จะสามารถเข้าถึงแหล่งข่าวนี้ได้ (ศรีสุดา วินิจสุวรรณ, 2557)

ปัจจุบันสื่อมวลชนกระแสหลักไม่ว่าจะอยู่บนแพลตฟอร์มใด จำเป็นต้องทำงานหนักมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวเชิงลึก รวมถึงประเด็นข่าวที่มีความหลากหลายและรอบด้านครบถ้วนมากขึ้น

จากแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) สรุปได้ว่า กระแสนิยมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทกับกระบวนการแสวงหาข้อมูลและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของผู้สื่อข่าวเป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลและนำเสนอเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันทั่วถึง ดังนั้น กระบวนการทำงานของสื่อมวลชนกับสถานการณ์เช่นนี้จึงมีทั้งแง่ดีและไม่ดี กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวสามารถเข้าถึงข้อมูลเหตุการณ์ที่อยู่ในกระแสหรือเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างได้จากแหล่งข้อมูลอย่างสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ แต่นั่นหมายความว่าบทบาทหน้าที่ของผู้สื่อข่าวอาจถูกลดทอนไปโดยปริยาย แต่อย่างไรก็ตามความน่าเชื่อถือและข้อเท็จจริงยังถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้น ผู้สื่อข่าว จึงต้องทำงานหนักขึ้นในด้านการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของเนื้อหาและประเด็นข่าวต่าง ๆ ซึ่งทุกอย่างต้องอยู่ภายใต้ความรอบคอบและจริยธรรมที่ตอกเน้นหนักมากขึ้นในการทำงานของสื่อสารมวลชน

ทั้งนี้ จากการศึกษาเรื่อง “บทบาทของเทคโนโลยีสังคมออนไลน์ ต่อกระบวนการทำข่าวช่วงมหายุทธภัยประเทศไทย ปี 2554 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” โดย มยุรี ไพบุลย์กุลกร (2556) ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ในหลากหลายมิติ อาทิ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเปิดโอกาสให้คนในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำข่าวมากขึ้นด้วยการส่งต่อข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว โดยจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับผู้ปฏิบัติงานข่าวในหลากหลายมิติ ดังนี้

1) ระดับผู้บริหาร บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ต้องปรับวิสัยทัศน์ เพื่อปฏิรูปแนวทางการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้สื่อโทรทัศน์ที่ดำรงซึ่งความน่าเชื่อถือได้รับ

ความนิยม และได้รับความศรัทธาด้านการนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างต่อเนื่อง

2) ระดับผู้ควบคุมและกำกับนโยบาย (บรรณาธิการ) บทบาทของเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลกระทบการทำข่าวโทรทัศน์ เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านที่เกี่ยวข้องการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข่าว เพื่อความละเอียดรอบคอบ และเป็นการยืนยันความถูกต้อง เนื่องจากการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ต้องปราศจากความผิดพลาด

3) ระดับปฏิบัติงาน สื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการแสวงหาข้อมูล และนำเสนอข่าวสารในระดับปฏิบัติงาน

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว” โดย สกฤษดิ์ ศรีสารคาม (2553) ได้ศึกษาถึงบทบาทของสื่อสังคม (Social Media) ที่เข้ามามีบทบาทในกระบวนการสื่อข่าวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในการรายงานข่าวสารผ่านสื่อสังคมเพิ่มมากขึ้น ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการให้ความสนใจใช้สื่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อข่าวเพิ่มขึ้น การนำสื่อสังคมมาใช้ในกระบวนการสื่อข่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว 3 เรื่องหลัก ได้แก่

1) รูปแบบการสื่อข่าวที่มีช่องทางเพิ่มขึ้น เพราะประเด็นข่าวที่มาจากหลายทางทำให้เกิดมิติน่าสนใจมากขึ้นกว่าเดิม

2) บทบาทของผู้สื่อข่าวที่ต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสารในการคัดกรองข้อมูลและตัดสินใจเลือกข่าวที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมด้วยตัวเอง นำไปสู่คำถามเรื่องความรอบคอบและจริยธรรมจรรยาบรรณที่ต้องเน้นหนักมากขึ้นในการทำงาน เพราะการสื่อข่าวแบบใหม่นี้ที่ข่าวไม่ได้ตัดสินใจที่กองบรรณาธิการเท่านั้นอีกต่อไป

3) ความสัมพันธ์กับผู้รับสารที่เปลี่ยนไปสู่การสื่อสารสองทาง เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลการทำงานร่วมกันในกระบวนการข่าว ซึ่งจะเป็นมุมมองใหม่ของการทำข่าวที่แตกต่างจากกระบวนการสื่อข่าวแบบดั้งเดิม

จากแนวคิดสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) และผลการศึกษาข้างต้น แสดงให้เห็นบทบาทของสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงกระบวนการแสวงหาข้อมูล การเข้าถึงแหล่งข่าว เหตุการณ์สำคัญ และการนำเสนอข่าวสารของผู้สื่อข่าวและสำนักข่าวต่าง ๆ ซึ่งต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการรับมือกับรูปแบบการนำเสนอข่าวและเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากการนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิมในอดีต รวมถึงเป็นแนวทางในการตอบคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการคัดเลือกประเภทวีดิโอคลิปในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสื่อใหม่ที่ส่งผลกระทบ ต่อการทำงานของสื่อมวลชนเช่นกัน

## 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)

การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคมทำให้สื่อมวลชนสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีทำให้ผู้รับข่าวสารสามารถปฏิสัมพันธ์กับสื่อมวลชนได้

เดนิส (Danesi, 2002 อ้างใน สุภารักษ์ จูตระกูล, 2557) ได้ศึกษาวิวัฒนาการของสื่อกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้เสนอว่า การหลอมรวมสื่อในยุคปัจจุบันเป็นการหลอมรวมเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ สื่อบันเทิง เพลงเข้าด้วยกันซึ่งส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก แต่ในขณะเดียวกันการหลอมรวมสื่อก็ทำให้อุปกรณ์สื่อสารมีลักษณะส่วนบุคคลมากขึ้นทำให้เกิดการรวมเป็นชนกลุ่มน้อย (Re-Tribalization) และการรวมเป็นชุมชนโลก (Globalism) ด้วยอิทธิพลของจักรวาลดิจิทัล (Digital Galaxy)

พิการ์ต (Picard, 2011 อ้างใน สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2555) อธิบายเกี่ยวกับการ Digitization ในอุตสาหกรรมสื่อว่า คือ กระบวนการการเปลี่ยนแปลงการผลิตเนื้อหา (Content) การเก็บข้อมูล (Storage) การเผยแพร่ (Distribution) และการบริโภคข่าวสาร (Consumption) จากระบบอนาล็อกเป็นดิจิทัล ซึ่งเป็นกระบวนการที่พัฒนามาเรื่อย ๆ ตลอดระยะเวลา แต่ในกระบวนการดังกล่าวไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสาร จนกระทั่งเมื่อมีการนำเอาสื่อ (Media) คอมพิวเตอร์ (Computer) และการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smartphone) มาใช้ร่วมกันในลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Convergence) เพื่อการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จึงเกิดการรวมและบูรณาการเครื่องมือการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารทำได้เร็ว หลายช่องทาง ในราคาที่ถูกลง รวมทั้งให้อ่านแก่ผู้รับสารสามารถเลือก ค้นหา ควบคุมการรับสาร และมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารได้หลายรูปแบบกว่าที่เคยเป็นมาในสื่อดั้งเดิม

เกียร์ (Gere, 2002 อ้างใน สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2555) ได้อธิบายวัฒนธรรมยุคดิจิทัล (Digital Culture) เกี่ยวข้องกับเรื่องของความเร็วในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเทคโนโลยีและสังคมในเวลาอันสั้น และสื่อดิจิทัลทำให้การสื่อสารการเป็นแบบมีส่วนร่วมมากขึ้น ปรับตัวจากการสื่อสารแบบ 'One-to-many' ไปสู่การเป็น 'Many-to-many'

โรเซน (Rosen, 2006 อ้างใน สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2555) กล่าวว่า ผู้รับสารจากเดิมที่เป็นเพียงผู้ชมเท่านั้นเมื่อมีสื่อดิจิทัลผู้รับสารมีบทบาทใหม่เพิ่มขึ้นมาคือ เป็นผู้มีส่วนร่วม นักวิจารณ์ และผู้ร่วมในกระบวนการสร้างสื่อด้วย

นอกจากนี้ เนส (Ness, 2009 อ้างใน สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2555) อธิบายว่า ในยุคดิจิทัลและสื่อใหม่มีผู้รับสารจำนวนน้อยลงที่จะผูกพันอยู่กับสื่อหลักหรือสื่อที่ถูกกำหนดให้รับ ซึ่งเทคโนโลยีเพิ่มช่องทางการเข้าถึงและอำนาจควบคุมการรับสารแล้ว ยังเปลี่ยนธรรมชาติของ

### การเข้าถึงสื่อด้วย

สำหรับการหลอมรวมสื่อในประเทศไทย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ปัจจุบันการใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีบทบาทมากขึ้นส่งผลให้การบริโภคสื่อของประชาชนเปลี่ยนไป มีการเชื่อมต่อผ่านสมาร์ตโฟนมากขึ้น มีทั้งในแง่การได้มาซึ่งข้อมูล การนำเสนอสื่อ อุปกรณ์ที่ใช้ รวมถึงพฤติกรรมในการเสพสื่อ ซึ่งต้องสอดคล้องกับการเฝ้าระวังและกำกับดูแลสื่อด้วย เพราะมีสื่อทางการเมือง และนักการเมืองเข้ามาเป็นเจ้าของสื่อมากมาย และมีอิทธิพลต่อการทำงานของสื่อ (สาธินีย์ วิสุทธาธรรม, 2555)

ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอนก ได้กล่าวว่า สื่อในยุค Convergence มีทั้งมิติทางเทคโนโลยีและมิติเนื้อหา ซึ่งทักษะด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญมาก สื่อต้องปรับตัวทั้งการใช้ภาษาเขียนและภาษาพูดรวมถึงบุคลิกภาพและทักษะของนักข่าว สื่อกระแสหลักต้องตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อออนไลน์ที่จะเป็นทั้งพาหะ เครื่องมือ และช่องทาง นักข่าวต้องมีความเก่งรอบด้าน มีความสามารถรอบตัว ทั้งการเขียน การอ่าน ทิศทางของข่าวต้องหลากหลาย รวมทั้งปรับห้องข่าวให้พร้อมต่อการรายงานข่าวร่วมกัน (สาธินีย์ วิสุทธาธรรม, 2555)

จากแนวคิดการหลอมรวมสื่อข้างต้น พบว่า ด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมในการรับสื่อเปลี่ยนแปลงไป และมีบทบาทและมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อมวลชนได้มากขึ้น ดังนั้น สื่อมวลชนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้เกิดการหลอมรวมเอาประโยชน์จากเทคโนโลยีมาใช้ให้สอดคล้องกับการนำเสนอข่าวสาร



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การคัดเลือกข่าวจากคลิปปวีดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งให้คำตอบถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปปวีดีโอ และปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปปวีดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

#### 3.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

#### 3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นบุคลากรในกองบรรณาธิการข่าวช่องดิจิตอล ทั้งหมด 6 ช่องหลัก โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มช่องข่าว SD และกลุ่มช่องบันเทิง HD โดยคัดเลือกตามเรตติ้งทั่วประเทศของทีวีดิจิตอลประจำปี 2559 ที่มีคนดูมากที่สุด (“เรตติ้งทีวีดิจิตอล”, 2559) โดยเก็บข้อมูลของผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานข่าวโทรทัศน์มาไม่ต่ำกว่า 5 ปี และยังปฏิบัติงานด้านข่าวอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 6 ท่าน โดยแบ่งเป็นสถานีข่าวช่องละ 1 ท่าน โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีประสบการณ์ในการคัดเลือกคลิปปวีดีโอจากโซเชียลมีเดียเพื่อนำออกอากาศ ดังต่อไปนี้

กลุ่มช่องข่าว SD ประกอบด้วย ช่องเนชั่นทีวี ช่องนิวทีวี และช่องสปริงนิวส์ คือ นายวีระศักดิ์ พงศ์อักษร บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วันที่ 10 ตุลาคม 2559 นายพงศ์พิพัฒน์ จินดาศรี บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วันที่ 15 พฤศจิกายน 2559 และนายยุทธพล เปลี้นเพ็ง บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์ เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วันที่ 10 พฤศจิกายน 2559

ส่วนกลุ่มช่องบันเทิง HD เป็นช่องที่ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวไม่แตกต่างไปจากช่องข่าว ประกอบด้วย ช่อง 3 ช่อง 7 และช่องไทยรัฐทีวี คือ นางพิมพ์ชญา ทิพยธรรมรัตน์ บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3 เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วันที่ 5 พฤศจิกายน 2559 นายณัฐภัทร แจ่มจรัส บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7 เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วันที่ 9 พฤศจิกายน 2559 และนายระวี ตะวันธรงค์ Social media manager ช่องไทยรัฐทีวี เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วันที่ 11

ตุลาคม 2559

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 3.3.1 แนวคำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง พูดคุยอย่างเป็นทางการประกอบการสัมภาษณ์
- 3.3.2 เครื่องบันทึกเทป เพื่อช่วยให้รายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกต้อง
- 3.3.3 กล้องบันทึกภาพ เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิจัย

### 3.4 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

3.4.1 ผู้วิจัยส่งจดหมายแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และโทรศัพท์นัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลโดยตรง เพื่อขอเวลาในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประมาณ 1 ชั่วโมง

3.4.2 ผู้วิจัยเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเองตามวันเวลาและสถานที่นัดหมาย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) ประกอบการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

3.4.3 ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์การทำวิจัย รายละเอียดเบื้องต้นในการทำวิจัยครั้งนี้ให้กับผู้ให้ข้อมูลหลักทราบ พร้อมทั้งขออนุญาตอัดเทปบันทึกคำสนทนาระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้เป็นหลักฐานประกอบการวิจัยในครั้งนี้

3.4.4 ผู้วิจัยเริ่มทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยประเด็นคำถามที่เตรียมมา พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวร่วมกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการในงานวิจัยครั้งนี้

3.4.5 เมื่อเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลัก พร้อมทั้งขออนุญาตสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับประเด็นคำถามต่าง ๆ

ชุดคำถามในการสัมภาษณ์

- 1) คุณคิดว่าคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นมาจากส่วนไหน อย่างไร
- 2) คุณใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากน้อยแค่ไหน เพราะอะไร
- 3) คุณคิดว่าคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์มีความจำเป็นต่อการรายงานข่าวอย่างไร

ช่วยอธิบาย

4) คุณคิดว่าคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทไหนที่เหมาะสมต่อการนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

5) คลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทไหนที่ถูกเลือกนำมาเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจหรือการนำติดตามของผู้ชม

- 6) เมื่อมีคลิปวิดีโอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์เข้ามานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ทำให้การทำงานของกองบรรณาธิการข่าวเกิดการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร
  - 7) บรรณาธิการข่าวหรือองค์กรข่าวมีนโยบายหรือแนวทางกำกับการใช้งานคลิปวิดีโอในยูทูปและเฟซบุ๊กอย่างไร ช่วยอธิบาย
  - 8) ข้อดีและข้อเสียของการคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นอย่างไร
  - 9) คุณใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกคลิปวิดีโอจากยูทูปและเฟซบุ๊ก
  - 10) คุณค่าข่าวมีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโออย่างไร
  - 11) องค์กรข่าวมีเกณฑ์และแนวทางการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการโทรทัศน์อย่างไร
  - 12) คลิปวิดีโอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อเรตติ้งรายการข่าวน้อยเพียงไร และส่วนใหญ่เป็นคลิปวิดีโอประเภทไหน
  - 13) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอมานำเสนอรายการข่าวอย่างไร
  - 14) บทบาทหน้าที่อันเหมาะสมของผู้คัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในยูทูปและเฟซบุ๊กเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย
  - 15) ผู้ที่มีสิทธิในการตัดสินใจในการคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวเป็นใคร เพราะอะไร
  - 16) คุณใช้หลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอย่างไรในการคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในยูทูปและเฟซบุ๊ก มานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์
  - 17) มีความจำเป็นหรือไม่ที่ต้องตรวจสอบและคัดกรองคลิปวิดีโอก่อนนำเสนอในรายการข่าวเพราะอะไร
  - 18) กรณีที่ต้องไปตรวจสอบเรื่องราวจากวิดีโอคลิปข่าวในสื่อสังคมออนไลน์หลังจากมีการแชร์ข้อมูลกันเป็นจำนวนมากมีวิธีดำเนินการอย่างไร
  - 19) กรณีที่มีการหยิบคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ต้องมีการขออนุญาตเจ้าของคลิปวิดีโอหรือไม่ และต้องทำอย่างไร
  - 20) ในรายการของคุณเคยมีบ้างไหมที่นำเสนอคลิปวิดีโอโดยไม่ตรวจสอบก่อนจนเกิดความผิดพลาดขึ้นเพราะอะไร และจากสาเหตุไหน
  - 21) กรณีที่มีการนำเสนอคลิปวิดีโอแบบผิดพลาด ได้ทำการแก้ไขปัญหาอย่างไร
  - 22) องค์กรจะมีความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดนั้นอย่างไรบ้าง
- ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตรวจสอบเครื่องมือให้มีความถูกต้องและเที่ยงตรงในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้นำคำถามดังกล่าวปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่ออภิปรายความเห็นต่อคำถามป้องกันความคลาดเคลื่อน และขจัดอคติในคำถามดังกล่าวก่อนนำไปสัมภาษณ์จริง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์จากเทปบันทึกเสียง ซึ่งคัดลอกออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรแล้วจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวินิจฉัยตีความ จัดลำดับตามวัตถุประสงค์ และประมวลเข้าด้วยกันเพื่อหาความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ โดยนำแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ

3.5.2 ขั้นตอนในการคัดเลือกคลิปวิดีโอ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

3.5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

จากนั้นนำข้อมูลที่วิเคราะห์มาอภิปรายและหาข้อสรุปเป็นรูปแบบ (Model) การคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในสังคมออนไลน์ต่อการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ของไทยในปัจจุบันต่อไป

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) นำเสนอแบบการตีความ (Interpretive) ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา ร่วม (Thematic Analysis) โดยนำเสนอผลการวิจัยข้อมูลความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ
- 4.2 ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์
- 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์

### 4.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ พบว่า ด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้นทำให้ข้อมูลและคลิปวิดีโอบนสังคมออนไลน์เพิ่มจำนวนอย่างก้าวกระโดด ความมีอิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ และอิสระในการควบคุมเนื้อหาด้วยตนเอง ทำให้สื่อมวลชนต้องปรับตัวการทำงานเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ถึงแม้ว่าสังคมออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้นก็ตามแต่บทบาทของสื่อมวลชนต้องทำให้สังคมเห็นถึงความแตกต่างระหว่างเรื่องราวเหตุการณ์ของคนทั่วไปกับข่าวของมีอาชีพ โดยการวิเคราะห์ อ้างอิง สอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างมีเหตุ มีผล ไม่ใช่แค่การรายงานสถานการณ์ ทำให้บทบาทการทำงานที่ของสื่อมวลชนยังคงเป็นผู้จัดวาระข่าวสารตามทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ที่ระบุว่า สื่อมวลชนยังคงทำหน้าที่คัดเลือกข้อมูลข่าวสารหรือเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญ รวมถึงพิจารณาจากคุณค่าข่าวและความเด่นของข่าวอย่างมีอาชีพ โดยการวิเคราะห์ อ้างอิง สอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์กับสังคมอย่างมีเหตุมีผล ดังที่คำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการ ดังนี้

บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์ กล่าวว่า “สื่อหลักยังคงเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารอยู่ ถึงแม้ว่าสังคมออนไลน์จะทำให้ประชาชนสามารถทำหน้าที่เสมือนผู้สื่อข่าวได้ก็ตาม เนื่องจากสื่อมวลชนยังต้องเป็นผู้คัดสรรข่าวสาร ด้วยประสบการณ์จะทำให้เห็นมุมมองของสิ่งที่เกิดขึ้น และเป้าหมายคือนำเสนอในสิ่งที่ประชาชนต้องรับรู้....” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

ขณะที่ช่องไทยรัฐทีวีได้เพิ่มเติมในเรื่องของการนำเสนอคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์เข้าไป เพราะผู้รับสารนิยมรับชมภาพเหตุการณ์ในลักษณะคลิปวิดีโอมากขึ้น ดังนั้น การเพิ่มการนำเสนอคลิปวิดีโอก็เพื่อให้รายการข่าวเกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น และเป็นทางเลือกให้กับผู้ชมที่ต้องการความแปลกใหม่ ดังคำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการช่องไทยรัฐทีวี ดังนี้

“...ต้องบอกว่าสัดส่วนการนำเสนอข่าวของไทยรัฐยังคงเหมือนเดิม แค่เพิ่มแหล่งข่าวจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์เข้าไป แต่สัดส่วนการกำหนดวาระข่าวสารนโยบายของช่อง ทั้งเรื่องการเมือง เรื่องอาชญากรรม เศรษฐกิจ ยังทำเหมือนเดิมไม่ได้แทนที่ แค่เพิ่มส่วนนี้เข้ามาเป็นอีกหนึ่งส่วนที่ต้องมี เพราะคนเลือกเสพคลิปวิดีโอมากขึ้นกว่าเดิม” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

แต่ขณะเดียวกันเป็นประเด็นที่สาธารณชนให้ความสำคัญ หรือประเด็นที่สาธารณะเป็นผู้จัดหมายถึง เกิดจากการที่ผู้คนในสังคมให้ความสนใจในประเด็นนั้น เช่น สิ่งที่สร้างการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบให้เกิดกับผู้คนส่วนใหญ่ในสังคม สื่อมวลชนก็จะหยิบยกขึ้นมาเป็นวาระในการนำเสนอ เพราะเป็นปัญหาทางสังคมที่ต้องการการแก้ไข ซึ่งไม่ได้เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวเหมือนในอดีต แต่สื่อเองก็กลับกลายเป็นผู้รับสารด้วยเช่นเดียวกัน ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

“ช่องนิวทีวีต้องทำข่าว เพื่อตอบสนองสังคม ตอบสิ่งที่สังคมต้องการอยากจะได้รู้ ในลักษณะที่สังคมได้ให้ความสนใจว่าตอนนี้เขาต้องการอยากรู้เรื่องอะไร โลกเปลี่ยนไปกว่าเดิม สื่อก็ต้องกลับกลายเป็นผู้รับสารด้วย...” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

“ยอมรับว่าตอนนี้สื่อหลักอย่างโทรทัศน์ต้องนำเสนอข่าวสารที่ประชาชนอยากรับรู้ในสังคม ทำให้สื่อมวลชน ไม่ได้สื่อสารแบบทางเดียวเหมือนในอดีต แต่ต้องรับรู้ข่าวสารสองทางจากสังคมออนไลน์ด้วย เพราะสังคมเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น และสื่อกระแสหลักก็ต้องนำเสนอตาม เพื่อให้ตามกระแสสังคม...” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

“...ปัจจุบันทางสถานีข่าวต้องทำข่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม แต่สื่อมวลชนยังคงเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารให้กับประชาชน แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปคือความรวดเร็วและความสดใหม่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559) ผู้ให้ข้อมูลหลักยังแสดงความคิดเห็นว่า ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นทำให้สถานีโทรทัศน์สามารถรายงานข่าวได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากผู้สื่อข่าวสามารถติดต่อกับแหล่งข่าวผ่านทางโปรแกรมสไกป์ (Skype) หรือทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ในลักษณะเห็นหน้าได้ทันที โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง เพราะมีช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลาย ขณะที่ใน

อดีตสื่อมวลชนจะต้องลงพื้นที่ทำข่าวเอง ในลักษณะที่เมื่อเกิดเหตุที่ไหนก็ต้องรีบไปที่นั่นทันที โดยมีทีมตระเวนข่าวหรือนักข่าวประจำสถานที่นั้น ๆ ทำหน้าที่เกาะติดสถานการณ์ พร้อมเก็บข้อมูลอย่างรวดเร็ว ก่อนนำมาวิเคราะห์กลับกรอง เพื่อผลิตข่าว โดยไม่มีช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย จึงไม่สามารถรายงานข่าวเหตุการณ์ได้รวดเร็วเหมือนดังเช่นในปัจจุบัน อีกทั้งปริมาณการเลือกข่าวสารในสังคมออนไลน์ที่นำมาออกอากาศก็มีจำนวนมากขึ้นกว่าในอดีต ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าว ดังต่อไปนี้

“อย่างกรณีที่มีผู้โดยสารสายการบินนกแอร์โพสต์ข้อความผ่านสังคมออนไลน์ที่ประกาศออกมาว่า ไม่สามารถโดยสารเครื่องบิน ภูเก็ต-ดอนเมือง จากนั้นสายการบินก็แถลงข่าวทันทีว่าเกิดอะไรขึ้นแบบรวดเร็ว ทางไทยรัฐทีวีก็สามารถทำข่าวได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางนี้ไปได้ด้วยเช่นกัน ในลักษณะที่ทันต่อเหตุการณ์...” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“ในเว็บไซต์เนชั่นหรือเฟซบุ๊กเนชั่น คุณสุทธิชัย หยุ่น ก็มักจะสัมภาษณ์แหล่งข่าวทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือโปรแกรมสไกป์ (Skype) แบบเห็นหน้าซึ่งกันและกัน และเรื่องราวนั้นก็สามารออกอากาศได้ทันที...” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

“กรณีที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดเผยเรื่องรัฐบาลขับเคลื่อนเรื่องการคุมเงินเพื่อคลิวิดิโอآنัน้อยู่ในสังคมออนไลน์ ซึ่งนักศึกษาถ่ายภาพอาจารย์กำลังพูดเป็นวงเสวนาอยู่ในขณะนั้น ทางสปริงนิวส์ก็เลยโทรศัพท์หาแหล่งข่าว เพื่อขออนุญาตใช้คลิวิดิโอมาออกอากาศในรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อให้ข่าวมีน้ำหนักและก็นำมาออกอากาศได้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา” (บรรณาธิการข่าวช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

“ภาพอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา บางครั้งกล้องหน้ารถก็สามารถจับภาพขณะเกิดอุบัติเหตุได้ทันที และนำมาเสนอได้ทันทีหรือสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ได้ทันที ขณะที่สื่อหลักอย่างทีวีไม่สามารถบันทึกเหตุการณ์สด ๆ ในเวลานั้นได้ อีกทั้งสังคมออนไลน์มีคลิวิดิโออยู่เป็นจำนวนมากที่สื่อหลักสามารถหยิบมานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ได้...” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

ซึ่งนับเป็นข้อดีเพราะมีทางเลือกในการนำเสนอข่าวมากขึ้น สามารถต่อยอดประเด็นข่าวได้อย่างหลากหลาย ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3 กล่าวว่า “...มีคลิวิดิโอในสังคมออนไลน์เข้ามาทำให้ทางรายการข่าวหาข้อมูลข่าวได้อีกหลากหลายมุม ถึงแม้จะมีทีมข่าวสัก 10 ทีม ก็ไม่เพียงพอต่อการทำข่าวที่มากขึ้น” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลในคลิปวิดีโอบนสังคมออนไลน์สามารถนำมาต่อยอดเรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ โดยการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะทำให้สังคมเกิดความกระจ่างและรอบด้าน

การนำคลิปวิดีโอมาต่อยอด

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า เมื่อได้คลิปวิดีโอแล้วการที่จะใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญที่สื่อมวลชนจะต้องดำเนินการต่อคือ การต่อยอดประเด็นจากในคลิปวิดีโอเพิ่มเติมทุกครั้งก่อนออกอากาศ โดยอาจกล่าวได้ว่า คลิปวิดีโอเป็นเพียงจุดเริ่มต้นในการหาข้อมูลเพื่อนำเสนอข่าวเท่านั้นแต่สิ่งที่จะทำให้สังคมเกิดความกระจ่างชัดคือการค้นหาความจริงที่เกิดขึ้นในคลิปวิดีโอ นั้น ๆ อย่างรอบด้าน โดยการไปสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในคลิปวิดีโอหรือคนที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและถูกต้อง เป็นธรรม ซึ่งต้องพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

“ไทยรัฐไม่ได้บอกว่าใครผิดหรือไม่ผิด แต่เราต้องถามผู้ที่เกี่ยวข้องในคลิปวิดีอนั้น เช่น การไปสัมภาษณ์นายความ สัมภาษณ์ตำรวจ หรือสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เขาก็จะบอกว่ากรณีนี้ในคลิปวิดีโอผิด กรณีนี้ในคลิปวิดีโอไม่ผิด โดยที่เราไม่ใช่เป็นผู้ตัดสิน แต่เราทำหน้าที่สื่อ คือ การหาความจริงมาให้ประชาชนเห็นเป็นหลักมากกว่า” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“ที่ทำมากขึ้นคือการต่อยอดประเด็นข่าวจากคลิปวิดีโอที่นำเสนอแบบง่าย ๆ ในสังคมออนไลน์ แต่ต้องส่งนักข่าวลงพื้นที่ เพื่อไปค้นหาความจริงว่าเกิดอะไรขึ้นในจุดที่เกิดเหตุและไปสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ด้วย เช่น มีคนโรจจิตเดินไปเคาะประตูตามห้องพักต่าง ๆ และมีคลิปจากกล้องวงจรปิดจับภาพได้ ทางองค์กรเนชั่นก็จะส่งนักข่าวลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูล เพื่อให้เห็นความจริง ก่อนนำออกสู่สายตาประชาชน...” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

“.....คลิปวิดีโอที่น่าสนใจก็ต้องเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบวงกว้าง ทางช่องให้น้ำหนักเรื่องการต่อยอดข่าว โดยการส่งทีมข่าวไปอย่างน้อย 2 ทีม ผมเป็นหัวหน้าต้องทำหน้าที่ตรวจสอบกรอบการทำงานให้นักข่าวด้วย” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

นอกจากบทบาทของสื่อที่พังก้นหาข้อเท็จจริง สื่อมวลชนยังต้องทำหน้าที่ในการให้ความรู้ การเพิ่มสติปัญญาให้แก่ผู้ชมเพื่อให้ผู้ชมมีวิจารณญาณที่ดีขึ้น เป็นการสร้างสมดุลท่ามกลางการใช้สื่อที่ไม่ระวังในสังคมออนไลน์

“....แผนกสังคมออนไลน์จะเป็นคนคอยดูแลและหาคลิปวิดีโอมาอันดับแรก แล้วส่งนักข่าวลงพื้นที่ เพื่อไปทำข่าวในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เพื่อต่อยอดประเด็นข่าวนั้นโดยไปสัมภาษณ์บุคคลที่



เกี่ยวข้อง หรือถามนักวิชาการในเรื่องนั้น ๆ เพื่อให้ได้คำตอบ โดยให้เขาวิเคราะห์” (บรรณาธิการข่าว โต้ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559) ที่สำคัญคือจะต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้ชมให้เกิดความเชื่อว่า สื่อมวลชนมีความจริงอยู่บนพื้นฐานของความมีเหตุมีผลตามจริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน

“.....คลิปปิวดิโอเป็นแค่จุดเริ่มต้นให้เราหาข้อมูลเพิ่มเติม แต่บรรณาธิการข่าว ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว จะต้องช่วยกันตรวจสอบเบื้องต้นก่อน ถ้าเรื่องนั้นเกี่ยวข้องกับสายงานไหนหรือโต้ะไหนก็ต้องไปตามต่อ เช่น เรื่องนั้นเกี่ยวข้องกับโต้ะการเมือง เศรษฐกิจ สังคม อาชญากรรม ก็ต้องให้โต้ะนั้น ส่งนักข่าวลงพื้นที่ไปหาความจริง ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่าย หรือถ้าเรื่องนั้นอยู่ต่างจังหวัดก็ให้โต้ะภูมิภาคตามประเด็น พยายามทำให้ดีที่สุด รอบด้านมากที่สุด เพื่อความถูกต้องก่อนออกอากาศทุกเรื่อง เพื่อให้ข่าวเกิดความน่าเชื่อถือตามหลักสื่อมวลชน” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

ทั้งนี้ หากสื่อมวลชนสามารถฉกฉวยโอกาสในช่วงที่คนให้ความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งสามารถนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องในเชิงสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ได้ก็จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทุกภาคส่วน

บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7 กล่าวว่า “กรณีที่เกิดรถเรียกน๊อตกรابرถู จะมีบางช่วงข่าวนำเสนอคลิปปิวดิโอไปก่อน ตอนที่กระแสคลิปปิวดิโอมาดัง ๆ แต่เป็นการนำเสนอโดยมีนักจิตวิทยาออกมาเตือน และวิเคราะห์ว่าความรุนแรงที่เกิดขึ้นในรอบ 4-5 ปี เพิ่มมากขึ้น คือเป็นการต่อยอดประเด็นจากคลิปปิวดิโอจากนั้นก็ส่งนักข่าวลงพื้นที่ตรวจสอบที่เกิดเหตุหาข้อเท็จจริงด้วย....” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

#### 4.2 ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปปิวดิโอในสื่อสังคมออนไลน์

การนำเสนอคลิปปิวดิโอผ่านรายการข่าวโทรทัศน์มีขั้นตอนกระบวนการหลากหลายซึ่งการคัดเลือกข่าวเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยทีมงานจะทำการประชุมหารือและวิเคราะห์ข่าวว่าข่าวที่จะนำมาเสนอในรายการโทรทัศน์ข่าวไหนน่าสนใจอย่างไร แล้วจะต่อยอดในประเด็นไหนได้บ้าง หากต้องการข้อมูลเชิงลึกก็จะส่งนักข่าวลงไปสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องแม่นยำ โดยนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายประเด็น ทำให้ผู้ชมได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น

##### 1) ผู้รับผิดชอบในการคัดเลือกคลิปปิวดิโอจากสื่อสังคมออนไลน์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า หลาย ๆ สถานี คนในกองบรรณาธิการข่าวทั้งบรรณาธิการ โปรดิวเซอร์ นักข่าว และทีมมอนิเตอร์ ร่วมกันคัดเลือกข่าวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

เลือกข่าวที่มีความน่าสนใจจากสังคมออนไลน์ที่ถือว่าเป็นแหล่งข่าวสารที่ผู้สนใจใช้เป็นช่องทางในการรับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งโดยทั่วไปคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ ไม่ว่าใครก็สามารถหยิบยกคลิปที่เป็นประเด็นมานำเสนอในรายการข่าวได้ แต่การจะนำคลิปวิดีโอมาเสนอต้องพิจารณาองค์ประกอบหลายประการ ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์หลายแห่ง ดังต่อไปนี้

“อันดับแรก คือ จะมีผู้คัดเลือกคลิปวิดีโอที่น่าสนใจจากสังคมออนไลน์ทั้งนักข่าว หัวหน้าข่าว และบรรณาธิการข่าวในโต๊ะ ซึ่งพิจารณาก่อนว่าคลิปวิดีโอนั้นถ้านำเสนอไปแล้วจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ จากนั้นนำเสนอในกองบรรณาธิการข่าวร่วมกัน....” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

“นักข่าวของช่องจะมอนิเตอร์ข่าวในสังคมออนไลน์ และเมื่อเจอคลิปวิดีโอไหนที่เป็นกระแสและเป็นประโยชน์ต่อสังคมก็นำเสนอบรรณาธิการข่าวโต๊ะนั้น ๆ ก่อนเข้าที่ประชุมเพื่อหารือกันอีกครั้ง....” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

“บรรณาธิการรวมถึงทีมงานจะช่วยกันดูคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ โดยดูตั้งแต่ช่วงกลางคืนที่ผ่านมาจนถึงช่วงก่อนเข้าประชุมข่าว แม้แต่ผู้ประกาศทุกคนก็ต้องช่วยกันดู ซึ่งทุกคลิปวิดีโอจะต้องผ่านกระบวนการจากกองบรรณาธิการที่ต้องรับรู้รับทราบเรื่องของการออกอากาศทุกข่าว....” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์พบว่า บางสถานีข่าวมอบหมายให้โปรดิวเซอร์ในแต่ละสายข่าวเป็นผู้คัดเลือกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ตามระเบียบปฏิบัติของของสถานี ก่อนที่จะมีการประชุมข่าว เพื่อนำเสนอข่าวในแต่ละช่วง เพื่อลำดับความสำคัญของข่าว ดังที่ บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี กล่าวว่า “.....ในกองบรรณาธิการข่าวจะให้โปรดิวเซอร์ของแต่ละรายการเป็นคนคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ว่าคลิปวิดีโอไหนควรออกอากาศ หรือคลิปวิดีโอไหนไม่ควรออกอากาศ และเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ จากนั้นค่อยนำเสนอตามลำดับความสำคัญ” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

ในขณะที่เดียวกันบางสถานีโทรทัศน์ก็มีการตั้งทีมสำหรับมอนิเตอร์ข้อมูลและดูคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์โดยเฉพาะว่าคลิปวิดีโอนั้นเพิ่งเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นมานานแล้ว เพราะถ้าเป็นคลิปวิดีโอที่เกิดขึ้นนานแล้วจะไม่นำเสนอ เพราะอาจทำให้สังคมเกิดการเข้าใจผิดได้ ดังที่บรรณาธิการจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า “.....พอหยิบคลิปวิดีโอขึ้นมาเล่าเรื่องในโทรทัศน์ คนจะให้ความสนใจระดับหนึ่ง ดังนั้น บรรณาธิการ นักข่าว และทีมมอนิเตอร์ข้อมูลจะร่วมกันรับผิดชอบในการคัดเลือกคลิปวิดีโอ โดยดูคลิปในสังคมออนไลน์ว่าคลิปนั้นเป็นคลิปเก่าหรือเป็นคลิปที่เพิ่งเกิดขึ้น และต้องเป็นคลิปที่นำเสนอไปแล้วต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคม อีกทั้งนำเสนอไปแล้วต้องไม่เกิดความผิดพลาดในภายหลังตามมา” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

ขณะที่ช่องสปริงนิวส์มองว่าถึงแม้จะเป็นคลิปวิดีโอเก่าแต่ถ้าเป็นการเตือนภัยสังคมหรือภัยทางธรรมชาติก็สามารถนำเสนอในมุมของการเตือนภัยได้ ถ้ามีผลกระทบต่อประชาชน ดังที่บรรณาธิการอธิบายว่า “ถ้าเป็นคลิปวิดีโอเก่าเราก็สามารถนำมาออกอากาศได้แต่ต้องเป็นเรื่องที่น่าสนใจจริง ๆ เช่น เป็นการเตือนภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติร้ายแรงรุนแรง หรือเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ การนำเสนอคลิปวิดีโอเราต้องมองผลกระทบต่อประชาชน อย่าทำให้คนตื่นตระหนกซึ่งบรรณาธิการข่าวต้องวิเคราะห์คัดเลือกรายการคลิปวิดีโอและรับผิดชอบในสิ่งที่เกิดขึ้น...” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

“...ช่องนิวทีวีจะมีแผนกที่ดูคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ ที่เป็นทีมมอนิเตอร์สังคมออนไลน์ รวมถึงทางกองบรรณาธิการที่จะช่วยกันดูและรับผิดชอบ โดยจะทำหน้าที่รวบรวมคลิปวิดีโอในเหตุการณ์ที่มองแล้วเป็นประโยชน์ต่อสังคม ช่วยเหลือสังคม หรือมีผลกระทบต่อสังคม ก่อนนำข้อมูลคลิปวิดีโอขึ้น” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

## 2) ประชุมหารือและตรวจสอบคลิปวิดีโอ

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์พบว่า การประชุมหารือเพื่อตรวจสอบคลิปวิดีโอ เพื่อวิเคราะห์ถึงความเหมาะสม และผลกระทบของคลิปวิดีโอที่มีต่อสังคม ผู้ที่ตกเป็นข่าว จากนั้นจึงรวบรวมคลิปวิดีโอที่มีความเหมาะสมทั้งหมดนำเสนอที่ประชุมกองบรรณาธิการข่าว เพื่อพิจารณาและกลั่นกรองว่ามีประเด็นอะไรที่น่าสนใจ วิธีการนำเสนอคลิปวิดีโอ ช่วงเวลาการออกอากาศที่เหมาะสม และอันตรายที่จะเกิดขึ้นหากคนในสังคมเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ และที่สำคัญคือ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาว่ามีที่ไปที่มาอย่างไร หรือมีการตัดต่อคลิปวิดีโอหรือไม่ ซึ่งการคัดเลือกข่าวที่จะนำมาเสนอในรายการข่าวทางโทรทัศน์ที่ทีมงานผู้เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการ ดังนี้

2.1) ตรวจสอบข้อเท็จจริงของคลิปที่จะนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ว่ามีที่มาจากไหน มีการตัดต่อคลิปวิดีโอไหม มีผู้เกี่ยวข้องในคลิปวิดีโอบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นว่า การตรวจสอบคลิปเป็นขั้นตอนที่สำคัญ โดยเฉพาะประเด็นของความเป็นจริงของคลิป นักข่าว โปรดิวเซอร์ และทีมมอนิเตอร์ ต้องพิจารณาร่วมกันว่าคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์เป็นเรื่องจริงหรือเท็จ มีการตัดต่อคลิปวิดีโอหรือไม่ หรือมีการลงในสังคมออนไลน์แค่เพียงบางส่วนเท่านั้นทำให้คนดูเกิดความเข้าใจผิดได้ ดังนั้น หากสื่อมวลชนไม่ได้พิจารณา ตรวจสอบให้ถี่ถ้วน นำเสนอข่าวเท็จหรือข่าวลวง อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายตามมา ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7 ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า “...พอเจอคลิปวิดีโอแล้วอย่างแรกเลย คือ การตรวจสอบคลิปวิดีอนั้นก่อนว่าเป็นคลิปวิดีโอจริงหรือเท็จ สามารถเป็นข่าวได้ไหม เพราะคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์เป็นตัวบ่งบอกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

แต่อาจไม่ใช่ข้อเท็จจริงทั้งหมด บางคลิปวิดีโอถูกเลือกนำเสนอแค่บางส่วนของเหตุการณ์ บางคลิปวิดีโอมีการตัดต่อ ก็หาหรือพูดคุยในกองบรรณาธิการข่าว ว่ามีเรื่องราวเหตุการณ์แบบนี้สมควรนำเสนอออกอากาศหรือไม่ ถ้าในกองบรรณาธิการข่าวตกลงนำเสนอก็จะตามประเด็นนั้นดู” (บรรณาธิการข่าว อาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

“...ซึ่งการประชุมข่าวจะมีการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ว่าคลิปวิดีโอไหน ควรถูกนำเสนอคลิปวิดีโอไหนไม่ควรถูกนำเสนอ ซึ่งบรรณาธิการข่าวทุกคนสามารถออกความคิดเห็นได้ว่าคลิปวิดีโอไหนน่าสนใจหรือไม่ และที่สำคัญต้องตรวจสอบว่าคลิปวิดีโออันนั้นมีที่มาที่ไปอย่างไร และเป็นเรื่องจริงหรือไม่ หรือเป็นคลิปวิดีโอที่ถูกตัดต่อ และมีใครในคลิปวิดีโอเกี่ยวข้องบ้าง”

(บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

2.2) พิจารณาความเหมาะสมของคลิปวิดีโอที่จะนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยดูว่ามีเนื้อหามatchingกับการนำเสนอในช่วงไหน ซึ่งรายการข่าวแต่ละช่วงวันก็จะมีผู้ชมที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

จากการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวชี้ให้เห็นว่า การพิจารณาความเหมาะสมของคลิปวิดีโอเป็นสิ่งสำคัญมากในการรายการข่าวโทรทัศน์ เพราะบางคลิปวิดีโอไม่เหมาะสมในการนำเสนอในบางช่วงเวลา เพราะเด็กอาจดู อย่างเช่น ช่วงเช้า และเย็น เป็นช่วงที่เด็กได้เปิดโทรทัศน์ดูและอาจเห็นคลิปวิดีโอที่รุนแรง น่ากลัว หรือหวาดเสียวถูกนำเสนอออกไป เด็กจะนิยมความรุนแรง พฤติกรรมก้าวร้าว และเกิดพฤติกรรมเลียนแบบของเยาวชนในอนาคต รวมไปถึงคนในสังคมได้ ดังที่บรรณาธิการต่าง ๆ แสดงความคิดเห็นว่า

“ทางช่องไทยรัฐทีวีจะมีขั้นตอนในการคัดเลือกคลิปวิดีโอร่วมกันในที่ประชุมข่าว ซึ่งที่ประชุมจะเคาะกันอีกทีว่าคลิปวิดีโอไหนควรถูกนำเสนอในช่วงเวลาไหนที่เหมาะสม หรือไม่ควรเล่นคลิปวิดีโอไหนที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคม...” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“.....ทางรายการเรื่องเด่นเย็นนี้จะมีการพิจารณาความเหมาะสมของคลิปวิดีโอแต่ละคลิปที่ได้มาจากการคัดเลือกแล้วว่าสมควรออกอากาศช่วงเวลาไหน เพราะช่อง 3 มีคนดูจำนวนมาก นั้นหมายถึง เด็กเล็ก เด็กวัยรุ่น ที่ต้องมีการวิเคราะห์คลิปวิดีโอร่วมกันว่าจะนำเสนอแบบไหนไม่ให้เกิดการเลียนแบบถ้าเป็นคลิปที่รุนแรง รวมไปถึงการเล่าเรื่องที่ต้องมีทักษะการเล่าที่นุ่มนวลไม่รุนแรง เช่นการปล่อยภาพนี้ก่อนแล้วตามด้วยการอ่านข่าวแบบนี้” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

2.3) พิจารณาการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าวโทรทัศน์ว่าประเด็นที่นำเสนอมีเนื้อหาสาระที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม

ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นว่า การพิจารณาความเหมาะสมในการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นสิ่งสำคัญในองค์กรข่าวที่จะพึงปฏิบัติ โดยการประชุมในกองบรรณาธิการข่าวต้องดูไปที่ความสำคัญในเนื้อหาสาระ และสังคมจะต้องได้ประโยชน์จากคลิปวิดีโอ นั้นเมื่อได้เปิดดู ซึ่งมีคุณค่ามากกว่าแค่การนำเสนอเหตุการณ์ และสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพของสื่อมวลชน ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี แสดงความคิดเห็นว่า

“.....เมื่อคัดเลือกคลิปวิดีโอมาแล้ว ที่สำคัญที่สุดคือ กองบรรณาธิการข่าวต้องมานั่งถกกันว่าเรื่องนี้ควรนำเสนออย่างไรให้สังคมได้รับประโยชน์ ไม่ใช่นำเสนอไปแบบผ่าน ๆ หรือว่าไม่ได้มีหลักในการนำเสนอข่าว และอย่างที่บอกว่าจะเป็นการเสียเวลาเปล่า ถ้าคนดูหาดูได้ในสังคมออนไลน์โดยไม่ต้องมาเปิดดูทีวี แต่ถ้ามาเปิดทีวีดูต้องได้สาระมากขึ้นกว่าเดิม...” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

“....ช่องไทยรัฐมีหน้าที่นำเสนอคลิปวิดีโอในสื่อโทรทัศน์ แต่ในคลิปวิดีอนั้นเนื้อหาสาระที่นำเสนอต้องเหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมจริง ๆ ไม่ใช่คลิปไหนก็เป็นข่าวได้ ทางช่องต้องพิจารณาดี ๆ” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“การนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าวโทรทัศน์เนื้อหาสาระต้องเป็นประโยชน์และเหมาะสมต่อคนดู ไม่ใช่ว่า เด็ก พ่อ แม่ ผู้ปกครอง นั่งดูขำขี้แล้วไม่เหมาะสม หรือเป็นภาพความรุนแรง ทางช่องก็ต้องย้อนกลับมาถามตัวเองว่าควรนำเสนอไหม ถ้าดูแล้วไม่มีประโยชน์มีแต่ความรุนแรงก็ไม่นำเสนอ....” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรมช่อง 7 , การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

ทั้งนี้ ก่อนหน้านั้นมีบ่อยครั้งที่สถานีโทรทัศน์นำเสนอคลิปวิดีโอโดยไม่ได้มีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอ เนื่องจากต้องการใช้ความสดใหม่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นช่วงชิงพื้นที่สื่อจึงแข่งขันกันนำเสนอข่าวก่อน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ทำให้เกิดความผิดพลาดและความเสียหายตามมาอย่างไม่สามารถประเมินค่าได้ ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจึงได้ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความจริง ที่มา และความถูกต้องของคลิปวิดีโอมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลเชิงลึก

### 3) ตรวจสอบคลิปวิดีโอและหาข้อมูลเชิงลึก

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์พบว่า ปัจจุบันรูปแบบการทำข่าวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคม แต่หลักสำคัญสื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลในคลิปวิดีโอ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ และรอบด้าน โดยเฉพาะการหาข้อมูลเชิงลึกในเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้น ๆ มาประกอบเรื่องราว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน ไม่บิดเบือน รวมถึงไม่ละเมิดสิทธิของผู้ที่ตกเป็นข่าว ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวอาชญากรรม สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ที่

กล่าวว่า “การนำเสนอคลิปวิดีโอต้องใช้วิจารณญาณการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้มานั้น ถูกต้องและเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เพื่อไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่ตกเป็นข่าว...” (บรรณาธิการข่าว อาชญากรรม สถานีโทรทัศน์ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

ผู้ให้ข้อมูลหลักยังแสดงความคิดเห็นว่า แม้สังคมออนไลน์จะมีข้อดีที่ความรวดเร็วหากแต่ การค้นหาข้อเท็จจริงอย่างถี่ถ้วนรอบด้าน เป็นหน้าที่ของสื่อมวลชน เพื่อให้คลิปวิดีโอที่ถูกนำเสนอใน รายการข่าวมีความถูกต้อง ไม่ถูกบิดเบือน จำเป็นต้องให้ผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ตรวจสอบร่วมกับเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยป้องกันความผิดพลาดและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากยิ่งขึ้น ดังคำให้ สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์ กล่าวว่า “.....การนำเสนอคลิปวิดีโอจากสื่อสังคม ออนไลน์ ต้องมีการตรวจสอบที่มาและข้อเท็จจริงให้มีความชัดเจน เพราะสื่อสังคมออนไลน์มีข้อดี คือ เรื่องความรวดเร็วและว่องไวแต่ต้องระวังและเลือกใช้เป็นพิเศษ เพราะพิษภัยมีสูง ดังนั้น เราต้อง มีแหล่งที่สามารถตรวจสอบได้ว่าคลิปวิดีโอชิ้นนั้นมาจากที่ไหน เรื่องราวเป็นอย่างไร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิง ลึก” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ที่มีความ คิดเห็นไปในทางเดียวกันถึงการตรวจสอบข้อเท็จจริงของคลิปวิดีโอก่อนนำเสนอในรายการข่าว เพราะเกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือที่สื่อมวลชนต้องคำนึงถึง

“การนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าวจะเน้นความสมบูรณ์ของคลิปวิดีโอมากกว่า ไม่ใช่แค่ ได้คลิปวิดีโอแล้วปล่อยคลิปวิดีโอชิ้นนั้นไป แต่ต้องเช็คความถูกต้องแม่นยำเป็นเรื่องของความน่าเชื่อถือ ของสื่อมวลชนก่อนออกอากาศ...” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

“...อันดับแรกคลิปที่ได้รับการคัดเลือกผ่านที่ประชุมกองข่าวแล้วก็ต้องมีการตรวจสอบ คลิปวิดีโอชิ้นนั้น เพื่อความถูกต้องของข้อมูล ตามหลักปฏิบัติของสื่อมวลชนที่ต้องคำนึง” (บรรณาธิการ ข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

“องค์กรเนชั่นจะเลือกคลิปวิดีโอแต่ละคลิปจะต้องมีการกลั่นกรองและตรวจสอบคลิปวิดีโอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชิงลึกมากขึ้นกว่าแค่ที่เห็นในคลิปวิดีโอ ก่อนจะนำเสนอออกอากาศสู่ สายตาประชาชน...” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกพบว่า คลิปวิดีโอไหนที่สามารถขยายประเด็นต่อได้อีก หลากหลายมุมมอง กองบรรณาธิการข่าวจะส่งทีมข่าวลงพื้นที่ทำข่าว เพื่อหาความจริงที่เกิดขึ้น เพิ่มเติมจากคลิปวิดีโอเหตุการณ์ที่ปรากฏ โดยการไปสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ หรือหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม รวมถึงผู้ที่ปรากฏอยู่ในคลิปวิดีโอ ซึ่งอาจต้องมีการทำงานร่วมกันหลายทีม เพื่อให้ ข่าวชิ้นนั้นเกิดความสมบูรณ์ รอบด้าน และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร ก่อนจะนำมาผลิตเพื่อ ออกอากาศ ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

“การคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ หากพบว่าคลิปวิดีโอไหนมีความน่าสนใจก็จะนำไปขยายผลต่อ โดยการส่งนักข่าวลงพื้นที่ไปตรวจสอบด้วย...” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

“.....สรุปในที่ประชุมแล้วบอกนักข่าวไปขยายผลต่อจากที่เห็นแค่ในคลิปวิดีโอ เช่น โตะอาชญากรรม ไปตามตำรวจว่าโทษคืออะไรสำหรับเรื่องนี้ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีอาการทางประสาทมาขับรถยนต์โทษเป็นอย่างไร ส่วนทางด้านหมอก็คงถามเรื่องการดูแลรักษาอย่างไรเมื่อพบยาประเภทนี้ในรถ คุณทศทางเกี่ยวกับการดูแลผู้ป่วย ญาติ หรือคนใกล้ชิดควรดูแลผู้ประสบเหตุอย่างไร เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์แบบนี้ซ้ำอีก” (บรรณาธิการข่าวโตะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

“เมื่อตกลงนำเสนอคลิปวิดีโอแล้วจากนั้นหาข้อเท็จจริงว่าคลิปวิดีโอนี้ใครเกี่ยวข้องบ้าง ควรไปสัมภาษณ์ใครเพิ่มเติมแล้วเตรียมผลติดออกอากาศ บางเรื่องถ้าเป็นเรื่องใหญ่สมมติเรื่องนี้เกี่ยวกับการเมืองก็ให้ไปถามนายกรัฐมนตรีเพิ่มเติม ใช้วิธีแตกประเด็นเรื่องราวเนื้อหาให้เกิดความรอบด้านมากขึ้น ซึ่งทางช่องไทยรัฐทีวีจะใช้วิธีเหล่านี้เป็นขั้นตอนต่อไป...” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“ช่องสปริงนิวส์จะนำเสนอสาเหตุที่เกิดขึ้นจากคลิปวิดีโอว่าเหตุการณ์เป็นอย่างไรและอาจมีนักวิชาการมาให้ข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเป็นการเตือนภัยสังคมในลักษณะขยายผล ขยายประเด็นต่อจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์.....” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

ทั้งนี้ ปัจจัยเรื่องความสดใหม่ของข่าวยังคงเป็นปัจจัยหลักในการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าว โทรทัศน์ ซึ่งบางครั้งอาจจำเป็นต้องนำเสนอคลิปวิดีโอไปก่อนแล้วจึงค่อยไปขยายประเด็นเพิ่มเติมเพื่อไม่ให้เป็นการตกข่าว แต่อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนบางช่องจะยังไม่รีบเร่งนำเสนอไปก่อน แต่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนเป็นสำคัญโดยเฉพาะประเด็นที่มีผลกับสังคม ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวีและบรรณาธิการข่าวอาชญากรรมช่อง 7 กล่าวว่า “.....คลิปวิดีโอบางคลิปถ้าไม่เร่งรีบก็จะส่งนักข่าวลงพื้นที่ไปหาความจริงก่อน และต้องลงพื้นที่ในวันนั้นทันที เพื่อไม่ให้ข่าวเกิดความล่าช้า แต่ถ้าต้องรีบนำเสนอจริง ๆ ก็นำเสนอไปก่อนและค่อยไปตามต่อยอดข่าวอีกที” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวีและบรรณาธิการข่าวอาชญากรรมช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ช่องสปริงนิวส์แม้จะไม่เน้นการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าว โทรทัศน์แต่ในบางครั้งก็มีการนำเสนอข่าวคลิปวิดีโอด้วยเหมือนกัน เพราะมองว่าผู้รับสารต้องการข่าวสารที่สำคัญทั้งข่าวการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม สังคม บันเทิง และกีฬา แต่จะต้องเป็นข่าวที่มีประโยชน์กับสังคมมากกว่าการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์แค่เท่าที่เห็นในคลิปวิดีโอ

บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์ กล่าวว่า “...ปกติข่าวช่องสปริงนิวส์จะไม่เน้นการนำเสนอคลิปวิดีโอ เพราะต้องใช้เวลาตรวจสอบนาน แต่หากเป็นคลิปวิดีโอที่ส่งผลกระทบต่อในวงกว้างกับประชาชนหรือเป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น คลิปวิดีโอที่นั้นจะต้องเป็นเรื่องการเมือง นโยบายรัฐบาล ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ควรนำเสนอด้วยเช่นกัน” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

ทั้งนี้ ด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้นในยุคปัจจุบันทำให้สื่อมวลชนจะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมไปถึงบทบาทหน้าที่ของการเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสาร

#### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์พบว่า กระบวนการขั้นตอนในการพิจารณาคัดเลือกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ บรรณาธิการข่าวจะพิจารณาจากคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความเหมาะสมในการนำเสนอ และสามารถนำไปต่อยอดได้ อีกทั้งแหล่งข้อมูลของคลิปวิดีโอมีความน่าเชื่อถือ

เมื่อคลิปวิดีโอได้ถูกเผยแพร่ในสังคมออนไลน์จำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ขณะที่ช่วงเวลาในการนำเสนอข่าวที่มาจากคลิปวิดีโอที่ถูกเผยแพร่ในโทรทัศน์มีจำกัด ทำให้สถานีโทรทัศน์หรือกองบรรณาธิการต้องคัดสรรและลำดับความสำคัญของคลิปวิดีโอต่าง ๆ เพื่อให้ได้คลิปวิดีโอที่มีคุณค่าและน่าสนใจในการนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักชี้ให้เห็นว่า แนวทางในการคัดเลือกคลิปวิดีโอมาจากปัจจัยหลายอย่าง โดยมีเนื้อหาของคลิปวิดีโอเป็นปัจจัยหลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

- 1) ความน่าสนใจของเนื้อหา (ดูจากยอดไลค์ ยอดวิว และการแสดงความคิดเห็น

(Comments)

คลิปวิดีโอที่ถูกเผยแพร่ในสังคมออนไลน์และมียอดไลค์ (Like) เผยแพร่ (Share) และแสดงความคิดเห็น (Comments) จำนวนมาก เป็นการแสดงให้เห็นว่า คลิปวิดีโอที่นั้น ๆ มีความน่าสนใจได้รับความนิยมนสูงในวงกว้าง ซึ่งกลายเป็นปัจจัยในการได้รับคัดเลือกมานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ดังคำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการ ที่ว่า

“ในสังคมออนไลน์มีคลิปวิดีโออยู่เป็นจำนวนมาก สื่อหลักสามารถหยิบมานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ได้ โดยจะเลือกคลิปวิดีโอที่เนื้อหาที่น่าสนใจ เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เป็นกระแสสังคม ยอดไลค์ ยอดแชร์สูง สะท้อนใจเข้าถึงอารมณ์คนดู และคนดูก็ชอบดูคลิปวิดีโอประเภทนี้ เพราะน่าสนใจ ทำให้ทีวีทุกช่องต้องหยิบคลิปวิดีโอที่นั้นขึ้นมาเสนอ....” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)



“การนำเสนอคลิปวิดีโอข่าวจากสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่จะเลือกคลิปวิดีโอที่เป็นเหตุการณ์ที่เนื้อหาที่น่าสนใจ และมีการแชร์กันมากและเป็นกระแสที่เกิดขึ้นในสังคม.....” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

“....รายการเรื่องเด่นเย็นนี้พยายามหยิบยกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ที่ได้รับการแชร์เป็นจำนวนมากมานำเสนอ โดยเน้นความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวและความน่าสนใจของเนื้อหาในคลิป” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักยังแสดงความคิดเห็นว่า ความน่าสนใจของเนื้อหาในคลิปวิดีโอจะต้องตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสถานีที่จะเลือกนำมาเสนอด้วย ซึ่งแต่ละช่องจะมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป ดังคำกล่าวของ Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี ที่กล่าวว่า “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์มานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์มีจำนวนมากในปีที่ผ่านมา แต่ไม่ใช่จะนำเสนอทุกคลิปวิดีโอที่มีเรตติ้งดีเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายของช่องด้วย อย่างช่องไทยรัฐทีวีก็จะเน้นไปที่กลุ่มชาวบ้าน.....” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

ขณะเดียวกัน จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ พบว่า ความน่าสนใจในคลิปวิดีโอที่เลือกนำมาเสนอนั้นจะต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ว่า

“คลิปวิดีโอเกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนมากขึ้น ช่อง 7 จะเลือกดูจากคลิปวิดีโอที่เป็นกระแสสังคม ที่มียอดแชร์ ยอดไลค์สูง ซึ่งเราไม่ได้เอามานำเสนอทุกคลิปวิดีโอ แต่ต้องมีเหตุผลเพียงที่จะนำคลิปวิดีโอนั้นมานำเสนอ โดยเฉพาะเรื่องที่ทำให้สังคมได้อะไร หรือเกิดประโยชน์อะไร....” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรมช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

“.....ข่าวเข้าสังคมออนไลน์ของไทยรัฐทีวีสนใจคลิปวิดีโอมาก ก็จะทำช่วงเวลาเฉพาะเกี่ยวกับการเล่าเรื่องคลิปจากที่บ้าน ไม่ใช่เรื่องตลก แต่เป็นคลิปที่คนร้องเรียนเข้ามา คนที่เล่าเรื่องเข้ามาว่าก็ต้องเล่าว่าเกิดเหตุอะไรขึ้น ซึ่งบางครั้งกลายเป็นเรื่องใหญ่ของประเทศ ถือเป็นเรื่องที่ช่วยเหลือสังคม” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“.....อย่างกรณีรถเบนซ์ชนรถฟอร์ด ที่ว่าชนนักศึกษาเสียชีวิตสองศพ ซึ่งตรงนี้เป็นหลักการในการทำข่าวเหมือนว่าเราไม่นำคลิปมาแล้วนำเสนอทันที แต่จะอย่างไรให้ผู้รับสารได้ประโยชน์และสาระเรื่องราวให้ได้มากที่สุด สะท้อนอะไรให้สังคมได้เห็นเรื่องราวที่เกิดขึ้น” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

อย่างไรก็ตาม จากคำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวต่าง ๆ ชี้ให้เห็นว่า สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องให้ความสำคัญกับคลิปวิดีโอที่มียอดไลค์ ยอดวิวสูง จนเกิดเป็นกระแสสังคม ที่สำคัญเนื้อหาของ

คลิปวิดีโอต้องน่าสนใจและมีความเหมาะสม นำเสนอรายการข่าวออกไปแล้วต้องเกิดประโยชน์ต่อสังคม คลิปวิดีโอนั้นก็ได้รับการคัดเลือกมานำเสนอในรายการข่าว ไม่เพียงแค่อวดความนิยมในสังคมออนไลน์เท่านั้นที่สถานีให้ความสำคัญ ความเหมาะสมของเนื้อหา ตามหลักจรรยาบรรณสื่อเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สถานีให้ความสำคัญ

## 2) ความเหมาะสมของเนื้อหา (ตามหลักจรรยาบรรณ)

ความเหมาะสมของเนื้อหาคลิปวิดีโอถือเป็นอีกปัจจัยที่บรรณาธิการต่าง ๆ ให้ความสำคัญ เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ต้องพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหา และไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่นตามหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวต้องอยู่บนหลักของความเป็นจริง และเป็นกลางตรงไปตรงมา การพิจารณาให้ความสำคัญกับประเด็นใดขึ้นอยู่กับแต่ละสถานี ดังคำกล่าวของบรรณาธิการ

“ความเหมาะสมในการนำเสนอคลิปวิดีโอขึ้นอยู่กับประเด็นแต่ละช่องว่าจะเลือกในแง่มุมไหนมานำเสนอเรื่องราวให้มีสาระให้ตรงกับหลักการสื่อสารมวลชน คลิปวิดีโอไร้สาระหรือว่าคลิปวิดีโอความรุนแรงจะไม่ถูกนำเสนออย่างแน่นอน เพราะผิดจรรยาบรรณสื่อ.....” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

ทั้งนี้ นอกจากการนำเสนอคลิปวิดีโอที่ต้องคำนึงถึงหลักจริยธรรมของสื่อมวลชนแล้วยังต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิของผู้อื่นหรือทำให้มีผู้เสื่อมเสียชื่อเสียงด้วย ดังที่บรรณาธิการข่าวให้สัมภาษณ์ต่อไป

“.....จริยธรรมของสื่อ อีกหลักสำคัญก็คือ การละเมิดสิทธิของผู้ที่ตกเป็นข่าวในคลิปวิดีโอองค์กรเนชั่นจะเน้นมากเรื่องนี้ โดยเฉพาะคลิปวิดีโอที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกฟ้องร้อง คลิปวิดีโอลามกอนาจาร คลิปวิดีโอที่โหดร้ายเกินเหตุ ซึ่งไม่ควรนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559) ขณะที่สถานีโทรทัศน์บางแห่งก็เลือกที่จะนำเสนอเนื้อหาในมุมมองกว้าง ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง

“ถ้าเป็นคลิปวิดีโอทั่วไป เช่น ความขัดแย้ง รถชนกัน ทางช่องก็นำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ เพราะเน้นเรื่องผลกระทบวงกว้าง แต่ถ้าเป็นคลิปวิดีโอเรื่องความรุนแรง ก็ไม่อยากรำเสนอ แต่บางทีเรานำเสนอบางส่วนได้ แต่จะไม่นำเสนอทั้งหมด เช่น พ่อเลี้ยงทำทารุณกรรมลูก แต่จะต้องมีการนำเสนอผลการศึกษานักวิชาการ นักจิตวิทยาด้วย เพื่อเป็นเตือนภัยและให้ความรู้แก่ประชาชนตามหลักจรรยาบรรณที่สื่อควรทำ...” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า การนำเสนอคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนปัจจุบันมีแนวทางการปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การใช้สังคมออนไลน์เป็นไปอย่างสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญที่สุดในการนำคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์มาเสนอในสื่อโทรทัศน์ คือ จริยธรรม

แห่งวิชาชีพของสื่อมวลชนที่พึงปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนกับ ความรับผิดชอบทางจริยธรรม ที่ระบุว่า จริยธรรมของผู้สื่อข่าวเป็นกรอบการทำงานที่จะเพิ่มคุณค่า ของวิชาชีพสื่อมวลชนให้ปฏิบัติอยู่ในขอบเขตความถูกต้อง เหมาะสม เป็นที่ยอมรับและมีความ รับผิดชอบต่อสังคม

ซึ่งแต่ละช่องมีการนำเสนอที่คล้ายกัน คือ ต้องมีการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน รอบด้าน นำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีของสังคม ไม่นำเสนอคลิปวิดีโอ ที่เป็นเท็จ ไม่นำเสนอสิ่งที่ทำให้ประชาชนเสียขวัญ เกิดการแตกแยกกระทบต่อความมั่นคง ลามก อนาจาร ใช้ภาษาที่สุภาพ ที่สำคัญไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี รวมถึงภาพที่แสดงถึงความรุนแรง หวาดเสียว ซึ่งกระทบกระเทือนจิตใจของผู้ที่อยู่ในคลิปวิดีโอและ บุคคลใกล้ชิด และอาจทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ นอกจากนี้ยังต้องเป็นอิสระ ปราศจาก ผลประโยชน์ซ่อนเร้น

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการข่าว ซึ่งให้เห็นว่า การนำเสนอคลิปวิดีโอในช่องข่าว บางช่อง จะมีการขออนุญาตเจ้าของคลิปวิดีโอก่อนทุกครั้ง เพื่อเป็นการให้เครดิต สิทธิ หรือลิขสิทธิ์ของผู้เป็น เจ้าของคลิปวิดีโอและถ้าหากนำเสนอคลิปวิดีโอแล้วเกิดความผิดพลาดประการใดขึ้น หรือข้อมูลไม่ เป็นไปตามความเป็นจริง สื่อมวลชนจะต้องออกมาแสดงความรับผิดชอบต่อทันที โดยการขอโทษบุคคล ที่อยู่ในคลิปวิดีอนั้น และหากเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ จะทำการขอโทษผ่านสื่อสังคม ออนไลน์และในรายการข่าวโทรทัศน์ด้วย รวมถึงต้องให้ผู้ได้รับความเสียหายมีโอกาสชี้แจง ข้อเท็จจริงด้วยตนเอง ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

“องค์กรเนชั่นมีการกำหนดกรอบจริยธรรมการทำข่าวอยู่แล้ว คลิปวิดีโอ ก็คือ เนื้อหาหนึ่ง ของสื่อมวลชนที่ต้องพึงปฏิบัติ ยึดกรอบจริยธรรมเดิมที่มีอยู่อย่างเคร่งครัด ไม่นำเสนอข่าวและภาพซึ่ง เป็นเท็จ ที่ทำให้ประชาชนเสียขวัญ เกิดการแตกแยกกระทบกระเทือนความมั่นคง ลามกอนาจาร ข่าวลือและภาพไร้สาระ ชวนให้หลงเชื่อมงาย ไม่สอดแทรกความเห็นใด ๆ ของตนลงไปในช่วง โดยภาษา ที่ใช้ในการเสนอข่าวและการบรรยายภาพต้องสุภาพ ให้ความเคารพต่อสิทธิของบุคคล และหากเกิด ข้อผิดพลาดในการนำเสนอคลิปวิดีโอ ทางองค์กรเนชั่นจะแก้ไขข่าวให้ทันที และต้องขอโทษออกสู่ สายตาประชาชนโดยไม่รีรอให้เสียเวลา...” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

“ไทยรัฐจะนำเสนอคลิปวิดีโอโดยไม่ยึดหลักความรวดเร็ว แต่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ แน่ใจแล้วจึงนำเสนอ ที่สำคัญจะต้องไม่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้อื่น รวมถึงต้องมีการเซนเซอร์ภาพ และเสียงที่ไม่เหมาะสม หากเป็นภาพความรุนแรงจะนำเสนอคลิปวิดีโอเพียงครั้งเดียว และไม่นำเสนอ ชื่อบุคคลที่ตกอยู่ในคลิปวิดีโอ หากยังไม่มีความชัดเจนว่าเป็นบุคคลใด สำหรับกรณีการนำเสนอข่าว ผิดพลาด ทางไทยรัฐจะมีระเบียบขั้นตอนการตรวจสอบว่าผิดจริงไหม พอตรวจสอบว่าผิดแน่นอน

เบื้องต้นจะประกาศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ว่าทางช่องต้องขอโทษในความผิดพลาดครั้งนี้ แต่ส่วนใหญ่จะขอโทษโดยตรงกับเจ้าของคลิปวิดีโอทางโทรศัพท์หรือข้อความใน Facebook ...” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

ผู้ให้ข้อมูลหลักยังแสดงความคิดเห็นว่า การนำเสนอข่าวต้องมีความรอบคอบในการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้ตกเป็นข่าว ด้วยการปิดบังใบหน้า รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง อັตลักษณ์ที่ระบุถึงตัวตน และภาพความรุนแรงหรือภาพที่ไม่เหมาะสม แม้บางครั้งอาจทำให้เสียอรรถรสในการรับชม เพราะหมายถึงสิทธิและเสรีภาพบนความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน

ดังที่บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7 กล่าวว่า “จริยธรรมในการนำเสนอคลิปวิดีโอของช่อง 7 ได้แก่ การเบลอภาพ การไม่ออกชื่อ ไม่ให้รู้ว่าคนในคลิปวิดีโอนั้นคือบุคคลใดถ้าเกิดผลกระทบทางลบ อีกทั้งการนำคลิปวิดีโอออกจากเว็บไซต์หากเป็นความต้องการของเจ้าของคลิปวิดีโอหรือคนใกล้ชิด เพราะมีผลกระทบต่อจิตใจจะไม่นำเสนอคลิปวิดีโอที่สื่อถึงความรุนแรง แต่หากจะนำเสนอเพียงต้องการให้เป็นอุทาหรณ์และเตือนสติคนในสังคมเท่านั้น หรือหากเกิดกรณีผิดพลาดก็จะรับผิดชอบทันที โดยไม่ต้องมีใครมาร้องเรียน เพราะ กสทช. จะควบคุมเราอีกทีและเตือนว่าอย่าให้เกิดขึ้นอีก ถือเป็นบรรทัดฐานและบทเรียนสำคัญ เพราะช่อง 7 มีคนดูเป็นจำนวนมาก ถ้าเกิดข้อผิดพลาดจะเกิดความเสียหายหนัก....” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการข่าวต่าง ๆ ยังพบอีกว่า ในการนำเสนอข่าวสารออกสู่สายตาประชาชน หน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งที่จะต้องยึดถือหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน และพึงปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และต้องตระหนักถึงผลกระทบต่อสาธารณะ ดังที่บรรณาธิการ กล่าวว่า

“...แต่ละองค์กรสื่อมวลชนมีจริยธรรม ดังนั้น คลิปวิดีโอที่มีความรุนแรงจะไม่ถูกนำเสนออย่างแน่นอน สำหรับนิวทีวีจะนำเสนอสิ่งที่เหมาะสมและยึดหลักจริยธรรมของสื่อเป็นหลัก ซึ่งจะต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอมาก เพราะหากสื่อมวลชนไม่คำนึงถึงจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสารนั้นก็ไม่ได้เกิดประโยชน์กับสังคม และบางครั้งการแชร์คลิปวิดีโอบางคลิปอาจเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนโดยไม่รู้ตัว ซึ่งหากสื่อมวลชนทำแบบนี้การเป็นนักข่าวก็จะไม่ต่างจากคนทั่วไป” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

“...จรรยาบรรณของสื่อมวลชนที่สปริงนิวส์ยึดถือ คือ ไม่นำเสนอภาพความรุนแรง กดขี่ทารุณกรรม กดขี่ทางเพศ และการทารุณกรรมเด็ก ซึ่งคลิปวิดีโอที่นำเสนอจะต้องไม่ถูกตัดต่อ และเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสังคม” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

“สำหรับรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ข่าวที่นำเสนอออกไปต้องยึดหลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ที่สำคัญต้องไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น ต้องยึดหลักกฎหมาย เช่น กฎหมายเยาวชน กฎหมาย

ครอบครัว และรับผิดชอบในสิ่งที่นำเสนอไป....” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

“...แต่ละองค์กรสื่อมวลชนจะมีจริยธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น คลิปวิดีโอที่มีความรุนแรงจะไม่ถูกนำเสนออย่างแน่นอน สำหรับนิวทีวีจะนำเสนอสิ่งที่เหมาะสมและยึดหลักจริยธรรมของสื่อเป็นหลัก” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ให้ข้อมูลว่า สถานีโทรทัศน์ทุกช่องให้ความสำคัญในเรื่องการนำเสนอข่าวหรือภาพข่าวคลิปวิดีโอเกี่ยวกับความรุนแรงในเด็กและการละเมิดสิทธิเด็ก รวมไปถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเด็กที่จะต้องนำเสนอข่าวด้วยความระมัดระวังเป็นอย่างมาก เพราะบางครั้งการนำเสนอข่าวไปอาจเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนโดยไม่รู้ตัว ที่สำคัญคือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเป็นวงกว้าง หากมีการนำเสนอข่าวโดยขาดการไตร่ตรอง เพราะอาจส่งผลกระทบต่อความรุนแรงและพฤติกรรมก้าวร้าวของคนในสังคม ดังคำให้สัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

“ภาพในคลิปวิดีโอถ้าเป็นเรื่องความรุนแรงในเด็กจะต้องมีการเซนเซอร์ภาพหรือคัดภาพที่ไม่เหมาะสมออกทันที.....” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

“เรื่องความรุนแรงในครอบครัว ถึงแม้จะมีการปิดบังใบหน้าเด็กจริงแต่ยังมีพิกัดอายินอยู่เต็มไปหมด ประชาชนที่ดูอยู่จะต้องรู้ว่าเด็กคนนี้เป็นครอบครัวไหน ช่อง 7 จึงจะต้องปิดบังใบหน้าทั้งครอบครัว ไม่ใช่แค่ผู้ที่ถูกอยู่ในข่าว ซึ่งถ้าไม่มีการเบลอลภาพจะถือว่าเป็นการดูถูกสังคมมาก เข้าใจว่าเป็นการเรียกเรตติ้ง แต่ช่อง 7 ไม่ทำแบบนี้แน่นอนจะต้องเบลอลภาพทุกอย่างทุกอย่างหรือเล่นแค่มุมภาพก็เพียงพอแล้วสำหรับคลิปวิดีโอข่าวในลักษณะแบบนี้.....” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

“...ถ้าเป็นคลิปวิดีโอความรุนแรงที่เราไม่ยักนำเสนอแต่บางทีจำเป็นต้องนำเสนอเราก็นำเสนอบางส่วน เช่น พ่อเลี้ยงทำทารุณกรรมลูก ต้องเบลอลภาพเด็กอย่างเด็ดขาด” (บรรณาธิการข่าวช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3 กล่าวว่า “สมมติว่าเด็กคนหนึ่งถูกระทำหรือยายคนหนึ่งถูกระทำ ซึ่งเป็นภาพความรุนแรง ทางช่องจะต้องเซ็นเซอร์ภาพเด็กและยายที่ถูกกระทำด้วย เพราะเป็นเรื่องของสิทธิเด็กที่ทางช่องให้ความสำคัญมาก....” (บรรณาธิการข่าวรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

“...โดยส่วนตัวจะให้ความสำคัญกับเรื่องความรุนแรงเกี่ยวกับเด็กและสิทธิเด็ก เพราะผมเป็นวิทยากรก็เลยจะค่อนข้างให้ความสำคัญจะต้องเซนเซอร์ภาพ ซึ่งจะต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอข่าวมาก เพราะหากสื่อมวลชนไม่คำนึงถึงจริยธรรมในการนำเสนอ ข่าวสารนั้นก็ไม่ได้เกิดประโยชน์กับสังคม และบางครั้งการแชร์คลิปวิดีโอบางคลิปอาจเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนโดย

ไม่รู้ตัว” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

ดังนั้น หน้าที่หลักของสื่อมวลชนคือ การนำเสนอคลิปวิดีโอและข้อมูลข่าวสารด้วยการ แยกแยะประเด็น เตือนภัยสังคม เกิดประโยชน์กับผู้ชม ให้สังคมมีมุมมองที่ถูกต้องมากกว่าการ นำเสนอแค่เหตุการณ์ โดยการต่อยอดเนื้อหาจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์มานำเสนอในรายการ ข่าวโทรทัศน์ เพื่อให้ข่าวนั้นเกิดความรอบด้านหลากหลายแง่มุมข่าว

### 3) เนื้อหาต่อยอดได้

ท่ามกลางคลิปวิดีโอที่มีจำนวนมากในสังคมออนไลน์มานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ บรรณาธิการจะศึกษาคลิปวิดีโอที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เหมาะสม ถ้าคลิปนั้นสามารถนำไปต่อยอดแล้ว เกิดประโยชน์ต่อสังคมก็เลือกเก็บไว้ ซึ่งมีหลายคลิปที่สามารถนำไปต่อยอดได้ ทำให้ผู้ชมเห็นและ ทราบในแง่มุมที่เพิ่มเติมนอกเหนือจากคลิปที่เห็นในสังคมออนไลน์ ถือเป็นการทำงานหน้าที่ของ สื่อมวลชนที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังคำกล่าวของบรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7 กล่าวว่า

“.....จะนำคลิปวิดีโอมาใช้จะต้องตามเนื้อหาและต่อยอดจากคลิปวิดีโอว่าใครอยู่ในคลิปนั้น บ้าง เหตุการณ์เกิดขึ้นที่ไหน ต้องมานั่งแกะภาพ เพื่อจะได้ตามถูกอยู่ตรงไหนใครต้องรับผิดชอบเรื่องนี้ โดยจะเลือกเก็บคลิปนั้นไว้แล้วไปตามต่อ เช่น กรณีดีเจเก่ง ที่ถอยรถกระบะชนรถยารีส เราก็ไปตาม ต่อเพิ่มในเรื่องของพรบ.การขับซิ่งรถ ที่นอกเหนือจากเรื่องของอุบัติเหตุ” (บรรณาธิการข่าว อาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

“.....ทางทีมข่าวก็หาข้อมูลเพิ่มจากคลิปวิดีโอ แต่ที่สำคัญโดยหลักการต้องไปหาแหล่งข่าว แล้วตรวจสอบข้อมูลว่าคลิปวิดีโอนั้นเกิดขึ้นเมื่อไหร่ และเป็นคลิปวิดีโอจริงหรือไม่ อาจจะต้องตรวจสอบ จากตำรวจ ตรวจสอบจากคนโพสต์ต้นตอว่าที่ได้รับผลกระทบว่าเป็นอย่างไร ข่าวของเราก็จะมีความ น่าเชื่อถือ และสามารถต่อยอดเนื้อหาไปได้อีก ถ้าคลิปนั้นสามารถนำไปต่อยอดแล้วเกิดประโยชน์ต่อ สังคมก็เลือกเก็บไว้” (บรรณาธิการข่าว รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

“ข่าวทุกช่องก็นำเสนอคลิปวิดีโอเหมือนกัน อยู่ที่แต่ละช่องจะเล่าเรื่องอย่างไร สืบค้นข้อมูล อะไรต่อ สมมุติมีคนหนึ่งลงคลิปวิดีโอมาในสังคมออนไลน์ ทุกช่องข่าวจะใช้วิธีเดียวกันคือนำคลิปวิดีโอ มาเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น แต่วิธีการของแต่ละช่องจะมีการเจาะเนื้อหาข้อมูลต่อหรือไม่และลักษณะ ไหน เช่น มีใครเกี่ยวข้องบ้างกับเรื่องนี้และควรสอบถามไปที่ใครที่เกี่ยวข้องบ้าง....” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

ผู้ให้ข้อมูลหลักยังแสดงความคิดเห็นว่า คลิปวิดีโอของคนที่มีชื่อเสียงที่อยู่ในสังคมออนไลน์ เป็นตัวเลือกสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่จะถูกหยิบยกขึ้นมาใช้ ตามคำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวช่อง สปริงนิวส์ ที่กล่าวว่า “คลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ ใครจะเลือกนำคลิปไหนมานำเสนอก็ได้ แต่ถ้าเป็น

คลิปวิดีโอของคนมีชื่อเสียงก็เป็นประเด็นได้ แต่จะต้องต่อยอดจากคลิปวิดีโออย่างไรที่น่าสนใจมีประเด็นแตกต่างจากช่องอื่น ๆ ...” (บรรณาธิการข่าวช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

#### 4) มีแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจ

จากการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ของบรรณาธิการข่าวพบว่า คลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์หลายคลิปวิดีโอไม่ว่าจะมีสาระหรือไม่มีสาระก็ตามหากบุคคลที่ปรากฏในสังคมออนไลน์มีแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้สำหรับคลิปวิดีโอที่ปรากฏคลิปวิดีโอนั้นก็ยังมีโอกาสได้รับเลือกนำเสนอในรายการข่าว ซึ่งในปัจจุบันมีการนำคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์มานำเสนอในรายการข่าวอยู่จำนวนมากไม่น้อย เพราะมีแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจและมีตัวตนอยู่จริง ดังคำให้สัมภาษณ์ของ Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี ที่กล่าวว่า “คลิปวิดีโอจำนวนมากในสังคมออนไลน์ กลายเป็นแหล่งข่าวใหม่ ซึ่งสาเหตุหลักที่สื่อมวลชนเลือกใช้แหล่งข่าวนี้ เพราะเป็นแหล่งข่าวที่มีตัวตนสามารถสืบค้นได้ว่าเหตุการณ์เกิดที่ไหนอย่างไร.....” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

สอดคล้องกับความคิดเห็นของบรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์ ที่จะพิจารณาคัดเลือกคลิปวิดีโอที่บุคคลที่มีชื่อเสียงนำมาโพสต์ในสังคมออนไลน์ เพราะบทบาททางสังคมของบุคคลที่มีชื่อเสียงจะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของคลิปวิดีโอให้มีมากยิ่งขึ้น

“ถ้าเป็นคนมีชื่อเสียงพูดผ่านคลิปวิดีโอ เช่น เขาไม่มีเวทีแต่เขาเคยมีบทบาทสำคัญทางการเมือง ซึ่งสื่อไม่ได้ให้ความสำคัญเขา แต่เขาทำคลิปวิดีโอลงในสังคมออนไลน์ด้วยตนเอง ช่องข่าวสปริงนิวส์ก็หยิบมานำเสนอแน่นอน เพราะแหล่งข่าวน่าเชื่อถือและมีตัวตนจริง เป็นคนดังในสังคม แต่แค่ไม่มีพื้นที่ในการนำเสนอเท่านั้น.....” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

จากคำให้สัมภาษณ์บรรณาธิการข่าวสามารถตีความได้ว่า คลิปวิดีโอที่เป็นคลิปตารา นักแสดงที่นำมาลงในสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวัน การไปท่องเที่ยว รวมไปถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่พบเจอทั้งดีหรือไม่ดี หรือแม้กระทั่งการขายสินค้าในออนไลน์ก็เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจ เพราะเป็นบุคคลสาธารณะชนที่สื่อมวลชนจะหยิบยกนำมาเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ได้เช่นเดียวกัน

ตรงกันข้ามกับผู้ให้ข้อมูลหลักบางสถานีข่าว ยังต้องพึ่งพาหรือขอความช่วยเหลือกันกับแหล่งข้อมูลที่มีความน่าสนใจ อย่างเพจเฟซบุ๊กของคุณเจ็บบเสียบด่วน ที่ถือว่าเป็นเพจหนึ่งที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะมีการนำเสนอเรื่องราวสังคมที่น่าสนใจที่คนเข้าไปรับข่าวสารจำนวนมาก จึงทำให้บางสถานีข่าวต้องประสานงานแชร์ข้อมูลซึ่งกันและกัน ดังคำให้สัมภาษณ์ของ บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี ที่กล่าวว่า “....กรณีของเด็กนักเรียนสตรีวิทยา ที่ไปขอเงินคุณตัน โออิชิ

ทางช่องนิวทีวีได้คลิปปวงจรปิดระหว่างการเจรจาพูดคุยของกลุ่มนักเรียนกลุ่มหนึ่งกับผู้อำนวยการโรงเรียนสตรีวิทยา จึงประสานข้อมูลกับคุณเจี๊ยบเลียบด่วนว่า ขาวนี้เกิดขึ้นในสังคมจึงได้ให้คุณเจี๊ยบเลียบด่วนเอาไปช่วยกระจายข่าว ช่วยกันในเรื่องที่ตีก็มีการแชร์ต่อนั้นช่องนิวทีวีที่เพิ่งเริ่มตั้งสถานีก็เลยกลายเป็นที่รู้จักของประชาชนขึ้นมาระดับหนึ่ง เพราะเป็นคลิปที่ได้มาลักษณะ Exclusive และสามารถตอบโจทย์เรื่องราวในสังคมขณะนั้นได้ แต่แค่ยังไม่มีความชัดเจนในการนำเสนอ” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

5) นโยบายภายในองค์กร นโยบายของรัฐบาล และความต้องการจากสปอนเซอร์ลูกค้า ปัจจัยแวดล้อมภายนอกและภายในสื่อโทรทัศน์ เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานของสถานีโทรทัศน์ หรือการกำหนดทิศทางการนำเสนอข่าวออกสู่สาธารณชน ซึ่งเป็นกรอบแนวทางในการตัดสินใจการคัดเลือกคลิปวิดีโอ เพื่อนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ขององค์กรนั้น ๆ

โดยปัจจัยภายในที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอ เป็นเรื่องนโยบายการดำเนินงานของผู้บริหารหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ที่องค์กรได้ถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานี และกำลังพลของพนักงานในองค์กร ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบการดำเนินงาน ดังคำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการ ที่ว่า

“ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการคัดเลือกคลิป โดยเฉพาะเรื่องของกำลังพลนักข่าวมากกว่าที่ไม่เพียงพอต่อการทำข่าว เพราะต้องส่งนักข่าวไปขยายผลต่อจากคลิปในสังคมออนไลน์ แต่ในเรื่องของความต้องการจากสปอนเซอร์ลูกค้าไม่มีผล.....” (บรรณาธิการข่าว รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2559)

บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7 กล่าวว่า “.....นโยบายภายในช่อง 7 มีส่วนในการคัดเลือกคลิปแต่ไม่ใช่ทุกคลิป ๆ ไหนถ้ามีผลกระทบต่อสังคมก็ต้องถูกนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์อย่างแน่นอน แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับกองบรรณาธิการข่าวในที่ประชุมให้เป็นผู้ตัดสินใจในการคัดเลือกคลิปร่วมกัน ตามนโยบายการบริหารงานของผู้บริหารด้วย” (บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม ช่อง 7, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 พฤศจิกายน 2559)

สอดคล้องกับมุมมองของบรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์ เปิดเผยว่า “.....ปัจจัยต่าง ๆ ในการคัดเลือกคลิปวิดีโอของช่องสปริงนิวส์ ยึดในความเป็นสื่อต้องมีความเป็นอิสระ โดยฝ่ายข่าวจะไม่สนใจฝ่ายการตลาด ว่าสปอนเซอร์เป็นใคร สมมุติว่า ทางบริษัท CPF ทำเรื่องผิดพลาดจากสินค้าที่ตัวเองผลิต จนกระทั่งมีคนถ่ายคลิปแล้วมาแชร์ในสังคมออนไลน์แล้วทางกองบรรณาธิการข่าวตรวจสอบแล้วเป็นข้อเท็จจริง ซึ่งถ้านำเสนอแล้วจะกระทบกับสินค้า CPF แต่เรื่องที่เกิดขึ้นเป็นความผิดพลาดของพนักงาน ทางสถานีก็ต้องนำเสนอไม่มีข้อยกเว้น เพราะเราเป็นสื่อ” (บรรณาธิการข่าว ช่องสปริงนิวส์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2559)

ขณะที่ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอเป็นภาวะการแข่งขันทางธุรกิจโทรทัศน์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา ทางสถานีจึงพยายามจัดรายการที่ดึงดูดผู้ชม



ให้ได้มากที่สุด ซึ่งบางครั้งอาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องไปถึงเรื่องเรทติ้ง เพราะรายการสามารถวัดระดับความนิยมดี ก็สามารถขายเวลาโฆษณาได้ง่าย ซึ่งมีผลต่อการบริหารงานโทรทัศน์ โดยเฉพาะส่วนของรายการข่าว ดังคำสัมภาษณ์ของบรรณาธิการ ที่ว่า

“ปัจจัยภายนอกเป็นเรื่องการแข่งขันกับสถานีอื่น ๆ เพื่อสร้างเรตติ้งให้ลูกค้ามาสนใจและมาซื้อโฆษณา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในองค์กรเนชั่นมาก เพราะธุรกิจโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา ที่ลูกค้าจะมาซื้อ.....” (บรรณาธิการบริหารเนชั่นทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 ตุลาคม 2559)

“หากย้อนไปเมื่อ 2-3 ปีที่แล้ว ถ้าลูกค้าขอไม่ให้นำเสนอเรื่องนั้นเรื่องนี้ คลิปนั้นคลิปนี้ เพราะจะส่งผลกระทบต่อบริษัทสามารถทำได้ แต่ปัจจุบันถ้าเกิดเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อสังคมจนเป็นข่าวใหญ่ การขอยกเว้นไม่ให้นำเสนอข่าวอาจทำได้ยากถึงแม้จะเป็นบริษัทลูกค้าเรา เพราะสังคมจับตามอง โดยไม่ได้คำนึงถึงความต้องการจากสปอนเซอร์ลูกค้าเท่าไร.....” (Social Media Manager ช่องไทยรัฐทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 ตุลาคม 2559)

“ความต้องการของสปอนเซอร์ลูกค้ามีผลต่อการคัดเลือกคลิปมานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ แต่ทั้งนี้ก็ต้องดูว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสังคมหรือไม่.....” (บรรณาธิการข่าวโต๊ะอาชญากรรม ช่องนิวทีวี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2559)

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การคัดเลือกข่าวจากคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” เป็นการวิจัยเชิง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคการหลอมรวมสื่อ
- 2) เพื่อศึกษาขั้นตอนการคัดเลือกคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การคัดเลือกข่าวจากคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” ผู้วิจัยสรุปประเด็นดังต่อไปนี้

##### 5.1.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคหลอมรวมสื่อ

ในยุคหลอมรวมสื่อแม้ว่าสังคมออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้นแต่สื่อโทรทัศน์ก็ยังมีบทบาทต่อสังคมอยู่มากเช่นกัน ซึ่งสื่อโทรทัศน์จะต้องแสดงบทบาทของสื่อมวลชนให้สังคมเห็นถึงความแตกต่างระหว่างการนำเสนอเรื่องราวเหตุการณ์ของคนทั่วไปในสื่อออนไลน์กับการนำเสนอข่าวของมืออาชีพ โดยการวิเคราะห์ อ้างอิง สอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างมีเหตุมีผล ส่งนักข่าวลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ไม่ใช่เป็นเพียงการรายงานสถานการณ์ แต่ต้องทำหน้าที่เป็นทั้ง Gatekeeper และ Gate Opener ผู้คัดเลือกคลิปปิวดีโอข่าวและคัดเลือกเนื้อหาคลิปให้กับสังคม หรือผู้จัดวาระข่าวสารตามทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ซึ่งจะทำให้บทบาทการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนยังคงมีความสำคัญ

##### 5.1.2 ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนในการคัดเลือกคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นขั้นตอนที่สำคัญ โดยทีมงานจะทำการประชุมหารือและวิเคราะห์ข่าวว่าข่าวที่จะนำมาเสนอข่าวไหนน่าสนใจ ประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

##### 5.1.2.1 ผู้รับผิดชอบในการคัดเลือกคลิปปิวดีโอในสังคมออนไลน์

ผู้รับผิดชอบในการคัดเลือกคลิปปิวดีโอคือ คนในกองบรรณาธิการข่าว ทั้งบรรณาธิการโปรดิวเซอร์ นักข่าว และทีมมอนิเตอร์ ร่วมกันคัดเลือกข่าวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในสังคมออนไลน์ และเมื่อเจอคลิปปิวดีโอไหนที่เป็นกระแสและเป็นประโยชน์ต่อสังคมก็นำเข้าที่ประชุมเพื่อหารือกัน

อีกครั้ง แต่บางสถานีข่าวมอบหมายให้โปรดิวเซอร์ในแต่ละสายข่าวเป็นผู้คัดเลือกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ตามระเบียบปฏิบัติของของสถานี ก่อนที่จะมีการประชุมข่าวเพื่อนำเสนอข่าวในแต่ละช่วง เพื่อลำดับความสำคัญของข่าว ในขณะที่เดียวกันบางสถานีโทรทัศน์ก็มีการตั้งทีมสำหรับมอนิเตอร์ข้อมูลและดูคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ

#### 5.1.2.2 ประชุมหารือและตรวจสอบคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์

การประชุมหารือเพื่อตรวจสอบคลิปวิดีโอ วิเคราะห์ถึงความเหมาะสม และผลกระทบของคลิปวิดีโอที่มีต่อสังคม จะพิจารณาและกลั่นกรองว่ามีประเด็นอะไรที่น่าสนใจ วิธีการนำเสนอคลิปวิดีโอ ช่วงเวลาการออกอากาศที่เหมาะสม ซึ่งการคัดเลือกข่าวที่จะมานำเสนอในรายการข่าวทางโทรทัศน์ทีมงานผู้เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการ ดังนี้

- ตรวจสอบข้อเท็จจริงของคลิปที่จะนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ว่ามีที่มาจากไหน มีการตัดต่อคลิปวิดีโอหรือไม่ มีผู้ใดเกี่ยวข้องในคลิปวิดีโอบ้าง

- พิจารณาความเหมาะสมของคลิปวิดีโอที่จะนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยดูว่ามีเนื้อหามatchingกับการนำเสนอในช่วงไหน ซึ่งรายการข่าวแต่ละช่วงวันก็จะมีผู้ชมที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

- พิจารณาการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าวโทรทัศน์ว่าประเด็นที่นำเสนอมีเนื้อหาสาระที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม

#### 5.1.2.3 ตรวจสอบคลิปวิดีโอและหาข้อมูลเชิงลึก

ปัจจุบันรูปแบบการทำข่าวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมแต่หลักสำคัญสื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลในคลิปวิดีโอเพื่อให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ และรอบด้าน โดยเฉพาะการหาข้อมูลเชิงลึกในเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้น ๆ มาประกอบเรื่องราว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนโดยไม่บิดเบือน รวมถึงไม่ละเมิดสิทธิของผู้ที่ตกเป็นข่าว

เมื่อตรวจสอบคลิปวิดีโอแล้วพบว่า คลิปวิดีโอไหนที่มีความน่าสนใจ มีเนื้อหาที่เหมาะสม สถานีข่าวก็จะหาข้อมูลเพิ่มเติมจากในคลิปวิดีโอ แต่ที่สำคัญโดยหลักการต้องไปหาที่แหล่งข่าวแล้วตรวจสอบข้อมูลว่าคลิปวิดีโอที่นั้นเกิดขึ้นเมื่อไหร่ และเป็นคลิปวิดีโอจริงหรือไม่ อาจตรวจสอบจากตำรวจ ตรวจสอบจากคนโพสต์ต้นตอ ข่าวจะมีความน่าเชื่อถือและสามารถต่อยอดเนื้อหาไปได้อีก หรือสอบถามไปยังหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในคลิปวิดีโอ จะทำให้ผู้ชมเห็นและทราบในแง่มุมต่าง ๆ นอกเหนือจากที่รับรู้แค่เพียงในคลิปวิดีโอ ก็จะเป็นการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

#### 5.1.2.4 การนำคลิปวิดีโอมาต่อยอด

เมื่อได้คลิปวิดีโอแล้ว การที่จะใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญที่สื่อมวลชนจะต้องดำเนินการต่อ คือ การต่อยอดประเด็นจากในคลิปวิดีโอเพิ่มเติมทุกครั้ง

ก่อนออกอากาศ อาจกล่าวได้ว่า คลิปวิดีโอเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการหาข้อมูล เพื่อนำเสนอข่าวเท่านั้น แต่สิ่งที่ทำให้สังคมเกิดความกระแงงขัด คือ การค้นหาความจริงที่เกิดขึ้นในคลิปวิดีโอ นั้น ๆ โดยการส่งนักข่าวลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูล ข้อเท็จจริงและสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในคลิปวิดีโอ รวมไปถึงคนที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น หรือจะโทรศัพท์หาแหล่งข่าวเพื่อให้พอนอินเข้ามาในรายการข่าวเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและถูกต้อง เป็นธรรมชาติ ซึ่งต้องพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี ส่วนสาเหตุที่สื่อต้องทำหน้าที่ในการต่อยอดจากคลิปหลัก ๆ มี 2 ประการ

- ผู้ใช้สังคมออนไลน์ไม่มีการกำหนดประเด็นในคลิปวิดีโอ เพียงเห็น

เหตุการณ์ที่น่าสนใจก็ถ่ายบันทึกและเผยแพร่ในสังคมออนไลน์ทันที

- สถานีข่าวแต่ละแห่งจับประเด็นการนำเสนอคลิปข่าวไม่เหมือนกันในแต่ละแง่มุมที่น่าสนใจ แต่ต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร ถึงแม้ว่าเรื่องราวนั้นเป็นเรื่องเดียวกัน หรือไม่ก็ตาม อย่างเช่น ช่อง 3 เน้นข่าวกลุ่มคนในเมือง ช่อง 7 เน้นไปในแนวข่าวชาวบ้าน ช่องทีวีสาธารณะ เน้นการช่วยเหลือชาวบ้านต่างจังหวัด เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อดีของประชาชนที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น

### 5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า การพิจารณาคัดเลือกคลิปวิดีโอจากสังคมออนไลน์ บรรณาธิการข่าวพิจารณาจากความน่าสนใจของเนื้อหาในคลิปวิดีโอ ความเหมาะสมในการนำเสนอ และการนำเสนอเนื้อหาไปต่อยอดได้ เพื่อให้ได้คลิปวิดีโอมีคุณค่าและน่าสนใจในการนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ โดยปัจจัยในการคัดเลือกคลิปวิดีโอมี 4 ข้อ ดังนี้

5.1.3.1 ความน่าสนใจของเนื้อหา (ดูจากยอดไลค์ ยอดวิว และการแสดงความคิดเห็น (Comments))

คลิปวิดีโอที่ถูกเผยแพร่ในสังคมออนไลน์และมียอดไลค์ (Like) เผยแพร่ (Share) และแสดงความคิดเห็น (Comments) จำนวนมาก เป็นการแสดงให้เห็นว่า คลิปวิดีโอ นั้น ๆ มีความน่าสนใจ ได้รับความนิยมสูงในวงกว้าง

### 5.1.3.2 ความเหมาะสมของเนื้อหา (ตามหลักจรรยาบรรณ)

ความเหมาะสมของเนื้อหาคลิปวิดีโอถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่บรรณาธิการต่าง ๆ ให้ความสำคัญ เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ต้องพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหา และไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่นตามหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวต้องอยู่บนหลักของความเป็นจริง และเป็นกลางตรงไปตรงมา การพิจารณาให้ความสำคัญกับประเด็นใดขึ้นอยู่กับแต่ละสถานี แต่สิ่งหนึ่งที่แต่ละสถานีนำเสนอคล้ายกัน คือ ไม่นำเสนอคลิปวิดีโอที่เป็นเท็จ ไม่นำเสนอสิ่งที่ทำให้ประชาชนเสียขวัญ เกิดการแตกแยกกระทบต่อความมั่นคง ลามกอนาจาร ใช้ภาษาที่สุภาพที่สำคัญไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี รวมถึงภาพที่แสดงถึง

ความรุนแรง หวาดเสียว อาจทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้

### 5.1.3.3 มีแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจ

คลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์หลายคลิปไม่ว่าจะมีสาระหรือไม่มีสาระก็ตาม หากบุคคลที่ปรากฏในคลิปมีหรือเป็นแหล่งข่าวที่มีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ก็มีโอกาสจะได้รับเลือกนำเสนอในรายการข่าว

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้พิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์ หรือการกำหนดทิศทางในการนำเสนอข่าวออกสู่สาธารณชน ซึ่งเป็นกรอบแนวทางในการตัดสินใจการคัดเลือกคลิปวิดีโอ เพื่อนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ โดยปัจจัยในการคัดเลือกคลิปวิดีโอแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

#### - ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน เป็นเรื่องนโยบายการดำเนินงานของผู้บริหารหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ที่องค์กรได้ถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานี และกำลังพลของพนักงานในองค์กรซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีจำนวนให้เพียงพอต่อการลงพื้นที่ทำข่าว เพื่อไปขยายผลต่อจากคลิปในสังคมออนไลน์ แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับกองบรรณาธิการข่าวในที่ประชุมที่จะเป็นผู้ตัดสินใจในการคัดเลือกคลิปร่วมกันตามนโยบายขององค์กร

#### - ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอ โดยเป็นภาวะในการแข่งขันทางธุรกิจโทรทัศน์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวข้องไปถึงเรื่องเรตติ้งที่เป็นแรงดึงดูดให้ลูกค้ามาซื้อโฆษณาในองค์กร ซึ่งมีผลต่อการบริหารงานโทรทัศน์ โดยเฉพาะส่วนของรายการข่าว

จากการศึกษาโดยรวมพบว่า เกือบทุกสถานีช่องข่าวมีการแข่งขันเรื่องเรตติ้งค่อนข้างสูง เพื่อให้ลูกค้ามาสนใจและมาซื้อโฆษณา โดยเฉพาะช่องเนชั่นทีวี และช่องนิวทีวี แต่ก็มีบางช่องอย่างไทยรัฐทีวีที่ไม่ค่อยคำนึงถึงเรตติ้งมากนักแต่จะคำนึงถึงหลักความถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาเรื่อง “การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์” สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

### 5.2.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในยุคหลอมรวมสื่อ

ในยุคคอนาล็อก สื่อโทรทัศน์มีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญมากเนื่องจากเป็นสื่อหรือช่องทางหลักที่ประชาชนเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด และมีอิทธิพลต่อประชาชนอย่างมากทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นผู้กำหนดว่าจะเลือกนำเสนอข่าวใดและไม่เลือกนำเสนอข่าวใด หรือนำเสนอเพียงบางส่วนของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งสามารถกำหนดทิศทางให้ประชาชนรับรู้ และเข้าใจข่าวอย่างไร ยกตัวอย่างข่าวดังในอดีต เช่น ความชั่วร้ายของซัดดัม ฮุสเซน อดีตเผด็จการ แห่งประเทศอิรักที่สื่อตะวันตกต่างประโคมข่าวว่า รัฐบาลอิรักมีอาวุธชีวภาพ สามารถทำลายล้าง ประชาชนชาวอเมริกันรวมทั้งคนทั่วโลกได้ จนเกิดสงครามปลดแอกประเทศอิรักให้พ้นจากเผด็จการ และประเทศสหรัฐเข้าไปมีอิทธิพลแทน ซึ่งหลังจากนั้นไม่กี่ปี ก็ไม่สามารถหาหลักฐานพิสูจน์ข้อหาได้ว่า รัฐบาลซัดดัม ฮุสเซนมีอาวุธชีวภาพในครอบครอง สะท้อนถึงการที่สื่อเลือกเผยแพร่ข่าวในแง่ร้าย เพื่อจุดประสงค์ทางการเมือง สร้างการรับรู้ความเลวร้ายของผู้นำเผด็จการ เพื่อสร้างความชอบธรรม ให้รัฐบาลในการบุกยึดครองอิรัก โดยการสนับสนุนของประชาชนชาวสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่วนหนึ่งเป็น อิทธิพลจากสื่อที่ถูกควบคุมโดยรัฐบาล หรือกลุ่มทุนที่สนับสนุนรัฐบาล ซึ่งทำให้สื่อมีอิทธิพลอย่างมาก ต่อประชาชนจนเกิดสงครามตามมา และมีกลุ่มผู้ค้าอาวุธที่ได้ประโยชน์จากสงคราม ซึ่งสอดคล้องตาม ทฤษฎี Agenda Setting ดังนั้น ในยุคแรก (ค.ศ. 1920–1960) มีความเชื่อว่า สื่อมีพลังอันมหาศาล จากกระบวนการการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ในการจะเลือกข่าวสารใด ๆ ตามที่สื่อมวลชนต้องการเสนอ ดังที่ เดียร์ริง และ โรเจอร์ส (Dearing & Rogers, 1996) ได้อธิบายถึง การทำหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนไว้ว่า การคัดเลือกนำเสนอข่าวจะคัดเลือก มาจากประเด็นที่สื่อมวลชนต้องการนำเสนอ หรือประเด็นที่สาธารณชนให้ความสำคัญ หรือประเด็นระดับ นโยบายที่ผู้มีอำนาจเป็นผู้จัด ดังนั้น สามารถกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดว่าข่าวใดที่จะเผยแพร่ ให้กับผู้รับข่าวสารได้รับรู้ ซึ่งเปรียบได้กับการเป็น Gatekeeper หรือเป็นผู้มีสิทธิ์ในการเปิด เพื่อ ปลดปล่อยข่าวสาร หรือปิดประตูกับบางข่าว เพื่อปิดกั้นข่าวสาร (Schramm & Porter, 1973 และ Lewin, 1947) ส่งผลให้บุคคลที่สามารถควบคุมสื่อ สามารถควบคุมการรับรู้ของประชาชนได้ ไม่ว่าจะ เป็นประเด็นทางการเมือง สังคม หรือการพาณิชย์ สื่อสามารถชักนำประเด็นข่าวจากบวกลบกลายเป็นลบ จากลบเป็นบวก

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยพบว่า บทบาทของสื่อออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เนื่องจากประชาชนสามารถติดตามข่าวสารได้จากช่องทางอื่น มิใช่แต่เพียงช่องทางข่าวทางโทรทัศน์ เท่านั้น เพราะการเข้ามาของสมาร์ตโฟน ทำให้มีการส่งข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะส่งเป็น รูปหรือเป็นคลิปวิดีโอก็ตาม ทำให้ผู้ใช้สมาร์ตโฟนได้รับข่าวสารได้ทันทีทันใด ซึ่งสามารถตอบโต้ภัย ความต้องการของประชาชนได้ดี รวมทั้งยังสามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทันที (Real Time) ไม่ต้องรอให้สื่อมวลชนรายงานผ่านสื่อดั้งเดิม ยกตัวอย่างเช่น ข่าวปรากฏการณ์หมอกธุมเกตุ ในวันที่ 13 ตุลาคม 2559 (“เผยแพร่ ‘หมอกธุมเกตุ’”, 2559) ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมานานมากแล้ว มีประชาชนสามารถถ่ายภาพเหตุการณ์ได้ และส่งต่อในสังคมออนไลน์ จนเกิดการแชร์ผ่านสังคม ออนไลน์กันอย่างรวดเร็ว ก่อนการนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ในภายหลัง นอกจากนี้ สังคม

ออนไลน์ยังเป็นช่องทางการกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึงและกระจายในวงกว้างอย่างรวดเร็ว เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีสมาร์ตโฟนติดตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้รับรู้ข่าวสารจากสังคมออนไลน์ได้ทันที นอกจากนี้ ประชาชนยังใช้สมาร์ตโฟนเป็นพื้นที่ออนไลน์ที่สามารถส่งสาร เขียนเล่าในสิ่งที่พบเจอแล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางสังคมออนไลน์ได้อย่างทันทีทำให้ประชาชนทั่วไปมีบทบาทมากขึ้น พร้อมทั้งทำให้เกิดข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมากทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ หรือเป็นคลิปวิดีโอ (Meikle & Young, 2012, p. 59) ซึ่งกล่าวได้ว่า ใครก็เป็นนักข่าวได้

ดังนั้น จากผลของการศึกษาที่พบว่า ในเมื่อสื่อโทรทัศน์ไม่ได้มีอิทธิพลเหมือนอย่างในอดีต และเพื่อรักษาบทบาทของสื่อในปัจจุบัน สื่อมวลชนต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เปลี่ยนบทบาทจากผู้ควบคุมข่าวสาร Gatekeeper กลายเป็นผู้เปิดรับข่าวสารเป็น Gate Opener ที่ต้องเปิดรับข่าวสารจากทุกช่องทาง และเปิดโอกาสให้ “สื่อภาคสังคม” หรือ “นักข่าวพลเมือง” เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอข่าวมากขึ้น สังเกตได้จาก Viral Video ที่นำเสนอโดยนักข่าวพลเมืองได้รับความสนใจในสังคมออนไลน์ (ณัฐฐา โกมลวาทิน, 2557) ยกตัวอย่างเช่น นายชัชวาล สะบูตึง นักข่าวพลเมืองของเพจ Selatan Nature จ.ปัตตานี ที่มีผู้ติดตามเพจหลายพันคน (“นักข่าวพลเมือง”, 2560) ที่รายงานข่าวเรื่องดี ๆ ในจังหวัดสามชายแดนภาคใต้ที่ปกติดตามสื่อหลักจะมีแต่ภาพข่าวความรุนแรงของความไม่สงบ แต่นายชัชวาล ได้นำเสนอในอีกแง่มุมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวหรือความโดดเด่นในสังคมที่มีทั้งคนจีน พุทธ และมุสลิมอยู่ด้วยกันได้ ซึ่งทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อย่างเดียว สอดคล้องกับ ชูวิศ ฤกษ์ศิริสุข (2558) ได้อธิบายว่า สื่อต้องทำหน้าที่เป็นช่องทางเชื่อมโยงให้ประชาชนได้รับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ มิทเชลสไตน์ และ บล็อกโควสกี (Mitchelstein & Boczkowski, 2009) ที่ได้อธิบายว่า ผู้สื่อข่าวต้องปรับบทบาทของตัวเองในการทำข่าว ไม่ใช่การทำหน้าที่ Gatekeeper เพราะไม่ใช่ทุกเรื่องจะต้องผ่านนักข่าวอีกต่อไป แต่ผู้สื่อข่าวต้องเปลี่ยนบทบาทของตัวเอง เพื่อเชื่อมโยงสื่อ และให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการทำข่าวมากขึ้น แทนที่จะเป็นเพียงผู้เลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอเท่านั้น เช่นเดียวกับที่ พิษานัน อินโปธา (2555) มองว่า นักข่าวและบรรณาธิการควรจะเปลี่ยนวิธีทำงานแบบเดิมมาสู่แบบใหม่ในยุคดิจิทัล เพราะต้องยอมรับว่าสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ในหลากหลายมิติ อาทิ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเปิดโอกาสให้คน

ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำข่าวมากขึ้น ด้วยการส่งต่อข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วในสังคมออนไลน์

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ไม่ได้มีอิทธิพลหรือควบคุมข่าวสารให้ประชาชนรับรู้ เพราะประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้จากสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในสังคมออนไลน์

ที่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น สื่อโทรทัศน์ต้องปรับตัวให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องเป็น Gate Opener โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทในการนำเสนอข่าว ส่วนสื่อมวลชนจะมีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ นั้นมานำเสนอให้ประชาชนรับรู้ต่อไป

#### 5.2.2 ขั้นตอนการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ นำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

ขั้นตอนในการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์จะเริ่มจากผู้รับผิดชอบในการคัดเลือกคลิปวิดีโอ โดยผลการวิจัยพบว่า การคัดเลือกข่าวจะผ่านการตัดสินใจร่วมจากกองบรรณาธิการข่าว ซึ่งประกอบด้วยบรรณาธิการ โปรดิวเซอร์ หัวหน้าโต๊ะข่าว นักข่าว และทีมมอนิเตอร์ ร่วมกันคัดเลือกข่าวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในสังคมออนไลน์ และเมื่อเจอคลิปวิดีโอไหนที่เป็นกระแสและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ก็นำเข้าไปประชุมเพื่อหารือและตัดสินใจกัน ซึ่งการตัดสินใจร่วมจากกองบรรณาธิการข่าว ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์สูง สามารถตัดสินใจได้ว่าข่าวใดควรนำเสนอและนำเสนออย่างไร ถึงจะเข้าถึงประชาชนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เลวิน (Lewin, 1947) ที่ระบุว่า บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และผู้สื่อข่าว เป็นผู้มีความสำคัญในการควบคุมการไหลของข่าวสาร เช่นเดียวกับ ชรามม์ และ พอร์เตอร์ (Schramm & Porter, 1973) ที่กล่าวว่า เนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ที่นำมาลงเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ รวมถึงรายการข่าวทางโทรทัศน์จึงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของบุคคลในกองบรรณาธิการ อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า ในบางสถานีข่าวของช่องบันเทิง HD มอบหมายให้โปรดิวเซอร์ในบางรายการเป็นผู้คัดเลือกคลิปวิดีโอและตัดสินใจนำเสนอในรายการนั้นทันที ไม่ต้องผ่านการตัดสินใจจากกองบรรณาธิการ เนื่องจากเป็นรายการที่สถานีข่าวไม่ได้ดูแลโดยตรงหรือเป็นรายการที่นำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ซึ่งโปรดิวเซอร์รายการนั้นจะมีความเชี่ยวชาญและเข้าใจในความต้องการของผู้ชมมากกว่ากองบรรณาธิการ ส่วนช่องข่าว SD การตัดสินใจนำเสนอข่าวจะเป็นหน้าที่ของบรรณาธิการทั้งหมดเนื่องจากทุกรายการข่าวเป็นความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ ในขณะที่เดียวกันบางสถานีข่าวมีการตั้งทีมสำหรับมอนิเตอร์ข้อมูลและดูคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ แล้วนำเสนอต่อกองบรรณาธิการ เพื่อตัดสินใจนำเสนอข่าวต่อไป

หลังจากที่กองบรรณาธิการได้คัดเลือกข่าวที่จะนำเสนอแล้ว ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนต่อไป นักข่าวจะสรรหาประเด็นเพิ่มเติมถึงข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดให้มีความชัดเจนว่ามีที่มาจากไหน มีการติดต่อคลิปวิดีโอหรือไม่ มีผู้ใดเกี่ยวข้องในคลิปวิดีโอบ้าง พร้อมขยายผลต่อโดยการส่งนักข่าวลงพื้นที่หรือสัมภาษณ์ผู้ที่เชี่ยวชาญให้ได้ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนโดยไม่บิดเบือน รวมถึงไม่ละเมิดสิทธิของผู้ที่ตกเป็นข่าว โดยการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำมาสรุปในกองบรรณาธิการอีกครั้ง เพื่อพิจารณาและกลั่นกรองว่ามีประเด็นอะไรที่น่าสนใจ ยกตัวอย่างเช่น ข่าวโศกตามะนาวรักสามะเร็ง (“แชร์ไปได้บาป”, 2560) ที่แชร์กันไปจำนวนมากในสื่อสังคมออนไลน์ สิ่งที่สื่อดำเนินการคือ การสอบถามกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญถึงประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น



ซึ่งได้คำตอบว่า ไม่มีผลการวิจัยใดที่ยืนยันว่ามะนาวโซดาร์รักษามะเร็งได้จริง จากนั้นสื่อต้องเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง ก่อนที่จะหลงเชื่อจนอาจเกิดปัญหาต่อสังคมได้ หรือยกตัวอย่างข่าวยาหมอแสง (“อึ้ง!!! เปิดสูตรยา “หมอแสง””, 2560) ที่ในสังคมออนไลน์มีการแชร์และส่งต่อข้อมูลไปอย่างกว้างขวางว่าสามารถรักษามะเร็งได้ จนมีประชาชนจำนวนมากไปเข้าคิวขอยาหมอแสงกันจำนวนมาก แต่เมื่อสื่อไปสอบถามข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว เจ้าหน้าที่ได้ให้รายละเอียดว่า ไม่มีข้อพิสูจน์ใดที่ยาหมอแสงจะรักษามะเร็งได้ ดังนั้นสื่อควรนำไปเผยแพร่ต่อให้ประชาชนรับรู้ความจริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บิทเนอร์ (Bittner, 1983) ได้ระบุถึงบทบาทหน้าที่เพิ่มเติมนอกเหนือจากการคัดเลือกข่าวสาร คือ การตัดทอนข่าวสารให้มีสาระสำคัญ หรือมีความไม่เหมาะสม สามารถตัดประเด็นหรือเนื้อหาบางส่วนนั้นออกได้ รวมทั้งการขยายหรือเพิ่มเติมข่าวสาร โดยการแสวงหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติม หากพิจารณาแล้วว่าข่าวที่จะนำเสนอยังมีความคลุมเครือของเหตุการณ์

ทั้งนี้ ผลการวิจัยในการขยายผลประเด็นข่าว สำหรับช่องข่าว SD ซึ่งจะมีนักข่าวมากกว่า ดังนั้นจึงสามารถลงพื้นที่ขยายผลเก็บประเด็นข่าวได้ละเอียด และสามารถขยายผลข่าวได้หลายประเด็น และนำมาเป็นจุดขายในการนำเสนอข่าวได้ ส่วนช่องข่าวบันเทิง HD ที่อาจจะไม่ได้เน้นเรื่องการนำเสนอข่าว จึงไม่มีนักข่าวมากเท่าช่อง SD ดังนั้นจึงขยายผลลงพื้นที่เฉพาะบางข่าวเท่านั้น แต่อาจจะขยายข่าวโดยการโทรศัพท์สัมภาษณ์แหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ หรือบุคคลในข่าวแทน

จากนั้นเมื่อได้ข้อมูลข่าวที่ครบถ้วนแล้ว จึงนำมาเสนอในกองบรรณาธิการอีกรอบเพื่อดูว่ามีเนื้อหาสาระที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม ควรนำเสนอในช่วงไหน นำเสนออย่างไรที่จะเข้าถึงผู้ชม เนื่องจากแต่ละข่าวจะมีความเหมาะสมในการนำเสนอแตกต่างกัน เช่น หากข่าวใดเป็นข่าวด่วนก็จะรับนำเสนอในเบรกกิ้งนิวส์ทันที แล้วนำเสนอสรุปประเด็นข่าวทั้งหมดในรายการข่าวภาคค่ำ

### 5.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลหรือหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ มีดังนี้

ปัจจัยแรกคือ คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจและได้รับความนิยมสูงในวงกว้าง โดยได้จากระดับความสนใจของประชาชน ได้แก่ คลิปวิดีโอที่มียอดไลค์สูง (Like) แสดงถึงคลิปวิดีโอนั้นเป็นที่ถูกใจของผู้ชมจำนวนมาก ปัจจัยที่สอง คือ ยอดการเผยแพร่ต่อ (Share) แสดงถึงคลิปวิดีโอนั้นเป็นวิดีโอที่ผู้ชมต้องการแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักได้รับชมคลิปวิดีโอนี้ ซึ่งเมื่อยอดการเผยแพร่มากก็ยิ่งทำให้คลิปวิดีโอนี้กระจายไปสู่วงกว้างอย่างรวดเร็ว และปัจจัยที่สาม ยอดการแสดงความคิดเห็น (Comments) สะท้อนถึงการแสดงอารมณ์ร่วมของผู้รับรู้อินเตอร์เน็ตและต้องการแสดงความคิดเห็นหรือแชร์ความรู้สึกรออกมา จากทั้งสามปัจจัยนี้เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า คลิปวิดีโอนั้น ๆ มีความน่าสนใจ ได้รับความนิยมสูงในวงกว้าง ยกตัวอย่างเพจอีจัน เพจที่เกิดจากการรวมตัวของนักข่าวสายอาชญากรรมที่เน้นทำข่าวเชิงลึกและน่าสนใจ ทำให้มีคนติดตามจำนวนมาก (“เพจดาร์ค? คืออะไร”, 2560)

มียอดไลค์สูงถึง 6.4 ล้านคน เมื่อเพจนี้แนะนำเสนอคลิปใดก็ตามจึงมีผู้สนใจเป็นอันมาก และสถานีข่าวจึงมักจะคัดเลือกมานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

ปัจจัยที่สอง เป็นคลิปวิดีโอจากแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจ เป็นเรื่องราวของคนใกล้ตัว หรือเป็นข่าวที่เข้าถึงให้ความรู้สึกร่วมของผู้ชม มีโอกาสจะได้รับเลือกนำเสนอในรายการข่าว เนื่องจากผู้ชมมักให้ความสนใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องใกล้ตัว หรือเป็นคลิปที่เป็นเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ โดยเฉพาะข่าวอาชญากรรมที่ประชาชนสนใจอยากรู้สาเหตุที่แท้จริง เช่น ข่าวฆ่าหั่นศพหญิงในจังหวัดขอนแก่น ที่เป็นข่าวดังในช่วงข้ามคืน และประชาชนสนใจติดตามข่าวนี้เป็นจำนวนมาก จนกระทั่งตามจับผู้ลงมือได้ (วาริศา พลายนบัว, 2546) เช่นเดียวกับ กุญชลิย์ สวนคล้าย (2556) ที่พบว่า คุณค่าข่าวจะเน้นที่รายการแบบชาวบ้าน เป็นข่าวที่เข้าใจง่าย และเป็นข่าวที่ชาวบ้านควรรู้หรือจำเป็นต้องรู้ เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง อุบัติเหตุ เศรษฐกิจ กีฬาและสังคม จึงถือว่ามีคุณค่าของข่าว ยกตัวอย่างเช่น ข่าวสะเทือนขวัญของคนในสังคมอีกเหตุการณ์หนึ่ง กรณีที่รถเบนซ์ สีดำ วิ่งมาด้วยความเร็วสูงพุ่งชนท้ายรถยนต์ยี่ห้อฟอร์ด สีขาว ทำให้ 2 นักศึกษาปริญญาโท คณะพุทธศาสน์ สาขาสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่อยู่ในรถยนต์ฟอร์ด ถูกไฟคลอกจนเสียชีวิตทั้งคู่ บนถนนพหลโยธินขาออก ช่วงใกล้แยกวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มุ่งหน้าทางไป จังหวัดสระบุรี เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2559 (“ย้อนคดี เสียเบนซ์ชนฟอร์ด”, 2560) จนกระทั่งมีพลเมืองดีที่กล้องหน้ารถสามารถจับภาพขณะเกิดเหตุได้จึงมาลงในสังคมออนไลน์ ทำให้หลักฐานสำคัญชิ้นนี้สามารถเอาผิดจับคนขับรถเบนซ์

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยนอกเหนือจากนี้คือ ความเหมาะสมของเนื้อหาในคลิปวิดีโอถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่บรรณาธิการต่าง ๆ ให้ความสำคัญ เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ต้องพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหา และไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่นตามหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวต้องอยู่บนหลักของความเป็นจริง และเป็นกลางตรงไปตรงมา การพิจารณาให้ความสำคัญกับประเด็นใดขึ้นอยู่กับแต่ละสถานี แต่สิ่งหนึ่งที่ทุกสถานีนำเสนอคล้ายกันคือ ไม่นำเสนอคลิปวิดีโอที่เป็นเท็จ ไม่นำเสนอสิ่งที่ทำให้ประชาชนเสียขวัญ เกิดการแตกแยกกระทบต่อความมั่นคง ลามกอนาจาร ใช้ภาษาที่สุภาพ ที่สำคัญไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี รวมถึงภาพที่แสดงถึงความรุนแรง หวาดเสียว อาจทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้

แต่ยังมีอีกปัจจัยที่แสดงถึงความแตกต่างของปัจจัยในการคัดเลือกคลิปวิดีโอของช่องข่าว SD กับช่องบันเทิง HD โดยปัจจัยหลักในการคัดเลือกคลิปไม่แตกต่างกัน โดยเน้นคลิปที่เป็นที่สนใจของประชาชน มีเนื้อหาที่ใกล้ตัวหรือมีอารมณ์ร่วมของผู้ชม และเป็นคลิปที่มีความเหมาะสมเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความถูกต้องของเนื้อหา และไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น แต่ส่วนที่ต่างกันคือกลุ่มเป้าหมายที่นำเสนอ เนื่องจากแต่ละช่องจะมีกลุ่มเป้าหมายไม่เหมือนกัน โดยช่องบันเทิง HD

จะเข้าถึงชาวบ้านทั่วไปได้ง่าย ดังนั้นคลิปวิดีโอก็จะเน้นในเรื่องที่เกี่ยวกับชาวบ้าน บ้านเหิง เด็ก และ ดารา เป็นต้น ส่วนช่องข่าว SD กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่สนใจในข่าว จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งข่าวที่น่าเสนอจะมีความหลากหลายมากกว่าช่องบันเทิง HD ผู้ชมจะได้ประโยชน์มากกว่า อย่างเช่น คลิปข่าวการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ดังนั้นจึงมักมีการเจาะลึกในเนื้อหาข่าวมากกว่าช่องบันเทิง HD ซึ่งความแตกต่างของการนำเสนอข่าวนี้ เป็นผลการวิจัยที่พบว่า จากปัจจัยภายในที่มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอ ซึ่งภายในเป็นเรื่องนโยบายการดำเนินงานของผู้บริหารหรือเจ้าของ สถานีโทรทัศน์ที่องค์กรได้ถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิตา เรื่องรองหิริธัญญา (2554) ที่พบว่า การคัดเลือกข่าวเป็นไปตามนโยบายการดำเนินงานของผู้บริหารหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ที่องค์กรได้ถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานีและ กำลังพลของพนักงานในองค์กร

อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตพบว่า หลาย ๆ ครั้งสถานีโทรทัศน์มักเลือกนำเสนอคลิปที่มีความรุนแรงสูง เนื่องจากสามารถดึงดูดยอดผู้ชมได้ เพราะประชาชนจะมีอารมณ์ร่วมสูง ซึ่งสอดคล้องกับเหตุการณ์การถ่ายทอดสดของทุกสถานีข่าว กรณีเมื่อวันที่ 18 พ.ค. 2559 ดร.วันชัย ดนัยตโมนุทธ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการฝึกหัดครู สาขาการบริหารการศึกษา หลักสูตรปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ผู้ต้องหาก่อเหตุยิง ผศ.ดร.พิชัย ไชยสงคราม ประธานสาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย และดร.ณัฐพล ชุมวรฐายี ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เสียชีวิตอยู่ภายในอาคารเรียนรวมและศูนย์วัฒนธรรม พุทธวิซาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร หลังเกิดเหตุ ดร.วันชัยใช้ปืนจ่อศีรษะตัวเองโดยเจ้าหน้าที่และญาติ ก่อภัยก่อนนานหลายชั่วโมงแต่ไม่สำเร็จ ดร.วันชัยใช้ปืนยิงตัวเองเสียชีวิต (“พลิกชนวนเหตุสลด”, 2559) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้หลายฝ่ายไม่เห็นด้วยที่สถานีข่าวมีการถ่ายทอดสดเหตุการณ์ซึ่งแสดงให้เห็นถึงภาพความรุนแรงที่เกิดขึ้น

โดยเหตุที่บางสำนักข่าวเลือกนำเสนอคลิปที่มีความรุนแรง เป็นการสะท้อนจากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอ คือ เป็นเรื่องการแข่งขันทางธุรกิจโทรทัศน์ เป็นธุรกิจที่มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา ทางสถานีจึงพยายามจัดรายการที่ดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุด ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวข้องไปถึงเรื่องเรตติ้ง ที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อโฆษณาในองค์กรได้ แต่จะมีบางช่องข่าวที่ไม่คำนึงถึงความต้องการจากสปอนเซอร์ลูกค้า เพราะต้องการนำเสนอข่าวตรงไปตรงมา เพราะสื่อต้องมีความเป็นอิสระ ปราศจากการควบคุมจากองค์กรอื่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ แครโรล และ เดวิส (Carroll & Davis, 1993) ที่ระบุว่า ปัจจัยภายนอก เช่น เม็ดเงินจากการโฆษณา ลักษณะคนดู สถานการณ์การเมือง เทคโนโลยี เป็นเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารสื่อโทรทัศน์ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิตา เรื่องรองหิริธัญญา (2554) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกอันประกอบด้วย นโยบายของรัฐบาล และความต้องการจากสปอนเซอร์ลูกค้า

มีผลต่อการบริหารงานข่าวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งจากปัจจัยการแข่งขันนี้ จะเห็นความชัดเจนในกลุ่มสถานีข่าว เช่น ช่องเนชั่นทีวีและช่องนิวทีวี แต่ก็มีบางช่องอย่างไทยรัฐทีวีที่ไม่ค่อยคำนึงถึงเรตติ้งมากนักแต่จะคำนึงถึงหลักความถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า

#### 5.2.4 จรรยาบรรณสื่อมวลชนในการคัดเลือกคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์

จากผลการศึกษาพบข้อที่น่าสนใจเพิ่มเติมว่า สื่อมวลชนต้องไม่เพียงผู้รายงานสถานการณ์ไม่ใช่เป็นแค่พนักงานส่งเอกสารหรือเมสเซนเจอร์ แต่สื่อมวลชนมืออาชีพต้องมีหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น รวมถึงมีการวิเคราะห์ อ้างอิง สอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างมีเหตุมีผล เพื่อประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและรอบด้าน ยกตัวอย่างเช่น การทำข่าวของสำนักงาน TPBS และ Mthai ที่ได้รับคำชื่นชมอย่างมากในการนำเสนอข่าวการช่วยเหลือทีมหมูป่าที่ติดถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน ที่นำเสนอข่าวอย่างถูกต้อง แม่นยำ ไม่นำเสนอข่าวลวง หรือไม่ละเมิดสิทธิของผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชน การนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการข่าวต้องพิจารณาให้อยู่ในขอบเขตความถูกต้อง เหมาะสม เป็นที่ยอมรับ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้บรรทัดฐานเดียวกัน ควบคู่กับการใช้สิทธิและเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณะชน (พิศิษฐ์ ขวาลาวัช, 2551, หน้า 429 และ ดวงกมลชาติประเสริฐ, 2547, หน้า 15) ซึ่งเป็นหลักที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้สื่อมวลชนประพฤติปฏิบัติ ดังนั้น การปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักความถูกต้อง มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนนำเสนอ และพยายามนำเสนอแต่สิ่งดีมีประโยชน์ หรือหากจำเป็นต้องนำเสนอข่าวสารที่อาจมีความรุนแรงและสะท้อนอารมณ์ของผู้รับสาร ก็ควรนำเสนอในแง่บวกของการเตือนภัยให้ผู้รับสารมีการระมัดระวังในการดำรงชีวิตในสังคมมากขึ้น เช่น ข่าวมิชชันนารีแอสซิสต์แล้วมาขอยืมเงินเพื่อน สอดคล้องกับ ญัตติ เลาะโฮสง และขจรฝ่ายเทศ (2556) ที่ค้นพบว่า ความเป็นจรรยาบรรณและความเป็นมืออาชีพของนักสื่อสารมวลชนยังเป็นส่วนประกอบหลักที่ต้องใช้ เพื่อสื่อสารเหตุการณ์ในสังคมออนไลน์ให้ได้ชัดเจนและเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายอย่างถึงที่สุด อย่างไรก็ตามถึงมีข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณ แต่ก็ยังมีสื่อหลายรายที่มีความโน้มเอียง เนื่องจากมีผู้มีอิทธิพลหนุนสำนักข่าว ควบคุมทิศทางและนโยบายของสำนักข่าวอีกชั้นหนึ่ง กลายเป็นกระบอกเสียงของผู้มีอิทธิพลแทน และทำให้สื่อขาดความเป็นอิสระ ขาดความเที่ยงตรง ทำให้ประชาชนถูกปลุกปั่นจนเกิดความวุ่นวาย ตัวอย่างเช่น สื่อที่แสดงจุดยืนด้านสีเสื้อทั้งสีเหลืองและสีแดง ต่างปลุกปั่นประชาชนมาห้ำหั่นกัน จนเกิดทำให้ประเทศล่มสลาย

ขณะเดียวกันคลิปที่มีการนำเสนอผิดไปจากเหตุการณ์จริง ซึ่งเป็นการทำลายชื่อเสียงของผู้อื่น เช่น กรณีปิกอัพวิโก้ชนกับรถเก๋งยาริสเมื่อเดือนมกราคม ปี 2559 (“ถอยปิกอัพขี้เก๋ง”, 2559) โดยมีนายภัทรศักดิ์ เทียมประเสริฐ หรือ “ดีเจเก๋ง” ที่ปรากฏอยู่ในคลิปรถชน โดยเจ้าตัวอ้างว่า ได้ขับรถปิกอัพวิโก้มาดี ๆ แต่กลับโดนรถเก๋งยาริสคู่กรณีขับชนท้ายจนเสียหาย เบื้องต้นทำให้ประชาชนโทษรถเก๋งยาริสว่าเป็นคนต้นเหตุ แต่ปรากฏว่ามีคนถ่ายคลิปเหตุการณ์ทั้งหมดไว้ได้กลับกลายเป็นว่า

ดีเจเก่งเป็นคนขับรถปิกอัพถอยหลังไปชนหน้ารถเก๋งของคู่กรณีก่อน โดยการถอยชนถึง 2 ครั้ง ติด ๆ กัน และยังจะทำร้ายคู่กรณีอีกด้วย ซึ่งเหตุการณ์นี้ จนถูกสังคมวิพากษ์วิจารณ์ถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของดีเจเก่งเป็นอย่างมาก จนเจ้าตัวต้องออกมาขอโทษคู่กรณีและคนในสังคม

นอกจากนี้ จากผลการศึกษายังพบอีกว่าไม่เพียงแต่จรรยาบรรณเท่านั้นที่สื่อมวลชนต้องยึดถือปฏิบัติ จริยธรรมสื่อก็เป็นสิ่งสำคัญที่สื่อมวลชนควรปฏิบัติว่าจะไรควรปฏิบัติหรือไม่ควรปฏิบัติ ในบทบาทสื่อกลางของสังคม จริยธรรมจึงเป็นเรื่องของความรับผิดชอบ เนื่องจากสื่อมวลชนยังคงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการรับรู้ของคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะการนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ต้องคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์แก่ผู้ที่ตกเป็นข่าว เช่น ข่าวการเสียชีวิตของดาราชื่อดัง ที่ผู้สื่อข่าวหลายรายพยายามถ่ายภาพผู้เสียชีวิต รวมถึงการไปสัมภาษณ์ครอบครัวของผู้เสียชีวิต และต้องระมัดระวังการนำเสนอหรือเผยแพร่สิ่งที่เป็นภัยต่อสังคม หรือกระทบต่อสาธารณะ รวมถึงการปกปิดชื่อตัว ชื่อสกุล รูปร่างลักษณะ และสถานะของแหล่งข่าว รวมทั้งข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องสำคัญที่แหล่งข่าวประสงค์ให้ปกปิด เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากแหล่งข่าว และหากนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่สร้างความผิดพลาด ต้องดำเนินการแก้ไขความผิดพลาดโดยทันที พร้อมทั้งขอภัยในความผิดพลาดดังกล่าว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิจิตรา รัชตวงศ์สกุล (2551) เรื่อง "บทบาทของสมาคมสื่อมวลชนในการควบคุมจริยธรรมของสื่อมวลชน" ซึ่งได้ศึกษาถึงบทบาท หน้าที่ วิสัยทัศน์ และประวัติความเป็นมาของสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนที่มีต่อการควบคุมจริยธรรมของสื่อมวลชน ประเภทของสื่อมวลชนที่มีในประเทศไทย และคุณสมบัติของสื่อมวลชนที่ดี พบว่า สื่อมวลชนจะต้องมีจริยธรรมในระดับที่ดีและยังมีความเป็นกลาง ทำหน้าที่ในการแจ้งข่าวสาร ให้การศึกษา ให้ความบันเทิงแก่ประชาชนได้อย่างน่าพอใจ แต่ควรมีการส่งเสริมในเรื่องของจริยธรรมให้กับสื่อมวลชนเพิ่มขึ้น และสมควรมีกฎหมายมาลงโทษผู้กระทำความผิดต่อวิชาชีพ

ดังนั้น สื่อมวลชนยังต้องยึดหลักจรรยาบรรณและจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสารโดยการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง บนพื้นฐานความถูกต้อง โปร่งใส ไม่เข้าข้างคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อป้องกันการผิดพลาดและบิดเบือนข้อมูล จนส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลได้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

5.3.1.1 บทบาทของสื่อมวลชน สื่อมวลชนต้องเปลี่ยนบทบาทของตัวเองจากผู้กำหนดข่าวสาร (Gatekeeper) ไปเป็นผู้รวบรวมข่าวสาร (Gate Opener) โดยสื่อมวลชนไม่ใช่ผู้ค้นหาข่าวอีกต่อไป แต่มีนักข่าวพลเมืองซึ่งก็คือ ประชาชนเป็นผู้สร้างข่าวสารและกำหนดการนำเสนอ

ทาน โดยสื่อมวลชนมีบทบาทในการประสานงานนำข่าวที่เป็นที่สนใจของประชาชนนำมาเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้สื่อมวลชนยังมีบทบาทในการเป็นผู้ตรวจสอบ คือ การตรวจสอบความถูกต้องของข่าวนั้น เพราะข่าวที่ได้รับมานั้นอาจจะถูกต้องหรืออาจจะผิดไปจากความจริงได้ ดังนั้นสื่อมีหน้าที่ในการตรวจสอบให้รอบด้าน นำมาขยายความและเจาะลึก รวมถึงเสาะหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ข่าวที่นำเสนอมีความสมบูรณ์ นอกจากนี้ สื่อต้องให้คำแนะนำหรือชี้แนะในทางที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยการขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น หรือขอความเห็นจากผู้ที่มีอำนาจมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนั้น เพื่อนำมาเสนอให้กับประชาชนได้ตระหนักและรับรู้วิธีที่ถูกต้องเมื่อเผชิญหน้าเช่นเดียวกับข่าวหรือเหตุการณ์นั้น

5.3.1.2 คลิปวิดีโอที่ควรนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ ถึงแม้ว่าสื่อมวลชนจะไม่ได้เป็นผู้กำหนดข่าวสารอีกต่อไป แต่เป็นสังคมที่กำหนดข่าวสารแทนผ่านความนิยมหรือเป็นที่สนใจในสังคมวงกว้าง แต่สื่อยังต้องคัดเลือกคลิปวิดีโอที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น ต้องเป็นประโยชน์ต่อสังคม ต้องไม่กระทบกับศีลธรรมหรือวัฒนธรรมของสังคม รวมทั้งต้องไม่เป็นคลิปที่ทำลายชื่อเสียงของผู้อื่น เพราะการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ทำให้ข่าวสารนั้นเป็นที่รับรู้ในวงกว้าง สื่อต้องมีความระมัดระวังอย่างสูงในเนื้อหาและภาพข่าวที่นำเสนอ

5.3.1.3 จรรยาบรรณของสื่อมวลชน แม้ว่าปัจจุบันด้วยสถานการณ์เศรษฐกิจที่ทำให้การแข่งขันในวงการสื่อมวลชนมีความรุนแรง สื่อแต่ละแห่งต้องรับนำเสนอข่าวเป็นผู้นำ เพื่อดึงดูดประชาชนเข้ามารับชมและติดตามข่าวของช่องตนเองหรือการเรียกรเรตติ้ง เช่น การนำเสนอภาพความรุนแรง หรือการใช้คำถากถำกับแหล่งข่าวในโดยไม่คำนึงถึงจิตใจผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรง หรือการยื้อแย่งกันทำข่าวเพื่อให้ได้ภาพที่ใกล้ชิดมากที่สุด ทั้งหมดนี้ล้วนแต่กำหนดเป็นจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอยู่แล้ว แต่เพื่อความอยู่รอดของสื่อกลับทำให้สื่อบางแห่งกลับละเมิดจรรยาบรรณของตนเอง ถึงแม้ว่าสังคมบางส่วนจะรับรู้ ประณาม และต่อต้านในการรับชมจากสื่อช่องนั้น แต่ยังมีประชาชนอีกมากที่ยังยินดีรับชมและติดตาม รวมทั้งไม่มีใครหรือผู้มีอำนาจใดจะลงโทษสื่อในการกระทำนั้นได้ ทำให้สื่อบางคนยังทำพฤติกรรมเดิม ๆ ต่อไป เพราะถือว่าตนเองจำเป็นต้องทำเพื่อนำมาเสนอข่าวให้ประชาชนรับทราบ ดังนั้นแค่จรรยาบรรณคงไม่สามารถควบคุมสื่อได้ แต่อาจต้องออกเป็นระเบียบหรือกฎหมายกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจนโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเพื่อความ เป็นธรรมควรตั้งคณะกรรมการจากทุกภาคส่วน ทั้งตัวแทนจากรัฐบาล สื่อมวลชน และประชาชน เพื่อพิจารณาลงโทษสื่อที่ยังละเมิดพฤติกรรมเหล่านี้ โดยบทลงโทษต้องมีการกำหนดโทษตั้งแต่สถานเบาจนไปจนถึงสถานหนัก ตามความรุนแรงและความถี่ในการทำพฤติกรรมนั้น นอกจากการออกกฎหมายแล้ว ยังต้องรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดความกดดันต่อสื่อ รวมทั้งไม่เป็นการสร้างพฤติกรรมที่ไปล้าลือของผู้อื่นด้วยโดยไม่คำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคล

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ผู้ที่สนใจศึกษาประเด็นการคัดเลือกคลิป ควรพิจารณาศึกษาเปรียบเทียบจากช่องโทรทัศน์จากทุกประเภทของสถานี เช่น ช่อง 3 ช่อง 7 เป็นต้น หรือช่องข่าวที่เน้นความบันเทิง เช่น ช่อง Workpoint ช่อง One ช่อง 8 หรือช่องข่าวของรัฐ เช่น ช่อง NBT ช่อง 5 ช่อง 9 และช่องข่าวที่วิสาธารณะ อย่างเช่น ช่องไทยพีบีเอส ซึ่งแต่ละช่องมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนั้นการคัดเลือกคลิปเพื่อนำเสนอข่าวอาจแตกต่างกันออกไป

5.3.2.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลักเพียง 6 ท่าน โดยยึดหลักจากช่องที่มีเรตติ้งที่มีผู้รับชมสูงที่สุดในกลุ่มช่องบันเทิง HD และช่องข่าว SD ดังนั้น ผู้ที่สนใจควรพิจารณาศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับการคัดเลือกคลิปวิดีโอจากทุกช่องที่นำเสนอข่าวด้วย เนื่องจากมีสถานีข่าวอีกหลายช่องที่นำเสนอคลิปในรายการข่าวมากขึ้น

5.3.2.3 การศึกษาเปรียบเทียบการทำข่าวระหว่างสื่อมวลชนกระแสหลัก หรือสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวผ่านรายการโทรทัศน์ กับประชาชนทั่วไป หรือนักข่าวพลเมือง เนื่องจากแต่ละสื่อจะมีทรัพยากร เงินทุน อุดมการณ์ ทักษะคติที่แตกต่างกัน ทำให้การนำเสนอข่าว รูปแบบหรือคุณค่าของข่าวแตกต่างกัน

5.3.2.4 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากสื่อมวลชนเท่านั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้นั้นจะมีความเป็นอคติหรือทัศนคติของผู้ให้ข้อมูล ดังนั้นควรมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข่าวโดยตรง เพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของประเด็นข่าว

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศาลาแดง.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กฤษณีย์ สวนคล้าย. (2556). *การบริหารประเด็นข่าวของรายการเรื่องเล่าเช้านี้ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คนไทยต่าง 'วัย' บริโภคข่าว ทวีแชนป์-เฟซบุ๊กพุ่งแรง. (2556). สืบค้นจาก <http://www.thaihealth.or.th/partnership/Content/16310->
- ชูวัส ฤกษ์ศิริสุข. (2558). 'ชูวัส ฤกษ์ศิริสุข': อนาคตพื้นที่และสื่อภาคประชาชนอยู่ตรงไหน?". สืบค้นจาก <https://deepsouthwatch.org/th/node/6728>.
- แชร์ไปได้บาป 'มะนาวโซดา' ไม่รักษามะเร็ง ถึงเวลา 'เปลี่ยน' สู้สังคมความรู้. (2560). สืบค้นจาก [https://www.matichon.co.th/prachachuen/news\\_562853](https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_562853).
- โซเชียลมีเดีย ปรากฏการณ์ป่วนสังคม. (2561). สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/852350>.
- ณัฐา โภมลวาทิน. (2557). *สัมภาษณ์พิเศษ 3 นักข่าวดั่ง กับการใช้โซเชียลมีเดียในภาคสื่อสารมวลชนอย่างไรให้คุ้มค่า*. สืบค้นจาก <https://thumbsup.in.th/2014/05/exclusive-interview-3-journalist-social-media/>.
- ณัฐวุฒิ และโจสง และจอร์ ฝ้ายเทศ. (2556). *การถ่ายโยงเนื้อหาจากประเด็นข่าวในสังคมออนไลน์สู่เนื้อหาข่าวโทรทัศน์ กรณีศึกษา "เรื่องเล่าเช้านี้" ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงกมล ขาดิประเสริฐ. (2547). *สถานภาพการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ ที่เกี่ยวกับจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน (รายงานการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ถอยปีกอ้าพขยี้แก๊ง คลิปยัน! 'ดีเจ' คนดังเจตนา. (2559). สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/560170>.
- ชญญธร สารสิทธิ์. (2556). *พฤติกรรมการใช้งานและการคัดเลือกข่าวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สื่อข่าวโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนอะเนก. (2555). *Monitoring Media in the Convergence Era. ใน การสัมมนาเรื่อง ยุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ครั้งที่ 3*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.



- นักข่าวพลเมือง: “เราต่อสู้กับความไม่แยแสของสังคม”. (2560). สืบค้นจาก <https://prachatai.com/journal/2017/11/74037>.
- บทบาทสื่อกับการเปลี่ยนแปลงโลก. (2558). สืบค้นจาก <http://cultofgreen.com/>.
- เผย ‘หมอกธมเกตุ’ ปกคลุมกรุง อาลัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในพระบรมโกศ. (2559). สืบค้นจาก [https://www.matichon.co.th/local/news\\_320906](https://www.matichon.co.th/local/news_320906).
- พลิกชนวนเหตุสุดด ดร.วันชัยยังอริ-ฆ่าตัว ลังเวยชีวิต 3 ดอกเตอร์ บทเรียนเจอร์จากลี้วิกฤต. (2559). สืบค้นจาก [https://www.khaosod.co.th/view\\_newsonline.php?newsid=1464431021](https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1464431021).
- พิชานัน อินโปธา. (2555). "สุทธิชัย หยุ่น" เปรียบโซเซเยี่ยมมีเดียเป็นอาวุธ ช่วยปลดแอกการทำงานนักข่าว. สืบค้นจาก <https://www.isranews.org/isranews-news/6127-2012-03-30-10-07-43.html>.
- พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช. (2543). การรายงานข่าวชั้นสูง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลนายน์.
- พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช. (2551). กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: หจก.บ้านหนังสือโกสินทร์.
- พีระ จิโรสภณ. (2548). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เพดาร์ค? คืออะไร ทำไมน่าสนใจ. (2560). สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1127393>.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- มยุรี ไพบูลย์กุลกร. (2556). บทบาทของเทคโนโลยีโซเชียลมีเดียต่อกระบวนการทำข่าวช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2548). เสรีภาพหนังสือพิมพ์ไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ย้อนคดี เสี่ยเบนซ์ชนฟอร์ด นศ.ป.โท ดับ ก่อนฟังคำพิพากษาวันนี้. (2560). สืบค้นจาก <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/60304>.
- รัฐติพงษ์ ชูนาถ. (2545). พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรตติ้งทีวีดิจิตอล. (2559). สืบค้นจาก <http://www.agbnielsen.com/>.

- วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2549). *การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันวิสาข์ จตุรธรรม. (2556). *การนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- วาริตา พลายบัว. (2546). *การสื่อข่าวและการเขียนข่าว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิจิตรา รัชตวงศ์สกุล. (2551). *บทบาทของสมาคมสื่อมวลชนในการควบคุมจริยธรรมของสื่อมวลชน*. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศรีสุดา วินิจสุวรรณ. (2557). *สัมภาษณ์พิเศษ 3 นักข่าวดั่งกับการใช้โซเชียลมีเดียในภาคสื่อสารมวลชน อย่างไรให้คุ้มค่า*. สืบค้นจาก <http://thumbsup.in.th/2014/05/exclusive-interview-3-journalist-social-media/>.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2553). *สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2555). *15 ปี สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2560). *จริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2553*. สืบค้นจาก [www.newsbroadcastingcouncil.or.th](http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th).
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2555). *Monitoring Media in the Convergence Era*. ใน *การสัมมนาเรื่อง ยุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ครั้งที่ 3*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สื่อ สังคมออนไลน์และฉัน. (2552). สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/research/me/>.
- สาธินีย์ วิสุทธาธรรม. (2555). *สื่อยุค Convergence ทวีคูณ กวาดเรียบ เม็ดเงินโฆษณากว่า 5 หมื่นล้านบาท*. สืบค้นจาก <https://www.isranews.org/isranews/16974->.
- สุจิตา เรืองรองศิริปัญญา. (2554). *การบริหารงานข่าวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ "ทวิตเตอร์" ของเครือเนชั่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภารักษ์ จุตรระกูล. (2557). *4 SCREEN กับการแสวงหาข่าวสารในยุคหลอมรวมสื่อ Information Seeking with Four Screen in Media Convergence*. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 9(2), 28–43.

- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนา: พัฒนาการแนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). “Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ”. สืบค้นจาก <http://www.positioningmag.com>.
- สำนักงาน กสทช. รายงานสภาพตลาดดิจิทัลทีวี เดือน ก.ค. 61. (2561). สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/809618>.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560). สำนักงาน กสทช. รายงานสภาพตลาดดิจิทัลทีวี พบเดือน ก.พ. คนรับชมทีวีดิจิทัลผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินเพิ่มสูงขึ้นขึ้นเป็นร้อยละ 86 ขณะรับชมผ่านดาวเทียมและเคเบิลลดลงเหลือร้อยละ 14. สืบค้นจาก <https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/>.
- อรรถวุฒิ จันทร์บุษราคัม. (2539). *ความตรงเชิงโครงสร้างและความสามารถในการทำนายของแบบทดสอบวัดระดับแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อึ้ง!!! เปิดสูตรยา “หอมแสง” ยาเทวดารักษา มะเร็ง หายขาดด้วยสมุนไพรไทยล้วนๆ เหลือเชื่อ คนป่วยนับพันกินแล้วหาย รอดตายจริง!!! (2560). สืบค้นจาก <http://www.tnews.co.th/contents/364840>.
- Agence France Presse. (2010). *Agence France Presse, an international news agency of the future?*. Retrieved from <https://www.inaglobal.fr/en/presse/article/agence-france-presse-international-news-agency-future>.
- Bittner, J. R. (1983). *Mass communication: An introduction* (3<sup>rd</sup> ed.). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Carroll, R. L., & Davis, D. M. (1993). *Electronic media programming: Strategies and decision marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-setting*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Fodeman, D., & Monroe, M. (2009). The impact of Facebook on our students. *Journal of Teach Lib*, 36(5), 36.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91.

- Holloman, C. (2013). *The social media MBA*. West Sussex: Wiley.
- Jones, T. (2013). *Social media and social network*. Retrieved from <http://www.mediamonitor.in.th/main/knowledge>.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: Concept, method and reality in social science; social equilibria and social change. *Human Relations*, 1, 5–41.
- McCombs, M. (2004). *Media public*. London: Sage.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda–setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. Basingstoke: Palgrave/Macmillan.
- Miel, P., & Faris, R. (2008). *News and information as digital media come of age*. Retrieved from [https://cyber.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Overview\\_MR.pdf](https://cyber.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Overview_MR.pdf).
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 10(5), 562–586.
- Safko, L. (2012). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success* (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: Wiley.
- Schramm, W., & Porter, W. E. (1973). *Men, women: Messages and media* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper Row.
- Shah A. N., Cadinu, D., Henke, R. M., Xin, X., Dastidar, R. G., & Zhang, L. (2011). Deletion of a subgroup of ribosome-related genes minimizes hypoxia-induced changes and confers hypoxia tolerance. *Physiol Genomics*, 43(14), 855–872.



## แบบสัมภาษณ์บรรณาธิการข่าว

### เรื่อง

การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

1. คุณคิดว่าคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นมาจากส่วนไหน อย่างไร
2. คุณใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากน้อยแค่ไหน เพราะอะไร
3. คุณคิดว่าคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์มีความจำเป็นต่อการรายงานข่าวอย่างไร ช่วยอธิบาย
4. คุณคิดว่าคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทไหนที่เหมาะสมต่อการนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์
5. คลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทไหนที่ถูกเลือกนำมาเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจหรือการนำติดตามของผู้ชม
6. เมื่อมีคลิปวิดีโอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์เข้ามานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ทำให้การทำงานของกองบรรณาธิการข่าวเกิดการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร
7. บรรณาธิการข่าวหรือองค์กรข่าวมีนโยบายหรือแนวทางกำกับการใช้งานคลิปวิดีโอในยูทูป และเฟซบุ๊กอย่างไร ช่วยอธิบาย
8. ข้อดีและข้อเสียของการคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นอย่างไร
9. คุณใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกคลิปวิดีโอจากยูทูป และเฟซบุ๊ก
10. คุณค่าข่าวมีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโออย่างไร
11. องค์กรข่าวมีเกณฑ์และแนวทางการนำเสนอคลิปวิดีโอในรายการโทรทัศน์อย่างไร
12. คลิปวิดีโอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อเรตติ้งรายการข่าวน้อยเพียงไร และส่วนใหญ่เป็นคลิปวิดีโอประเภทไหน
13. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก มีผลต่อการคัดเลือกคลิปวิดีโอมาเสนอรายการข่าวอย่างไร
14. บทบาทหน้าที่อันเหมาะสมของผู้คัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในยูทูป และเฟซบุ๊ก เป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย
15. ผู้ที่มีสิทธิในการตัดสินใจในการคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวเป็นใคร เพราะอะไร
16. คุณใช้หลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอย่างไรในการคัดเลือกคลิปวิดีโอข่าวในยูทูป และเฟซบุ๊ก มาเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

17. มีความจำเป็นหรือไม่ที่ต้องตรวจสอบและคัดกรองคลิปวิดีโอ ก่อนนำเสนอในรายการข่าวเพราะอะไร
18. กรณีที่ต้องไปตรวจสอบเรื่องราวจากวิดีโอคลิปข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ หลังจากมีการแชร์ข้อมูลกันเป็นจำนวนมาก มีวิธีดำเนินการอย่างไร
19. กรณีที่มีการหยิบคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ ต้องมีการขออนุญาตเจ้าของคลิปวิดีโอนั้นหรือไม่ และต้องทำอย่างไร
20. ในรายการของคุณเคยมีบ้างไหมที่นำเสนอคลิปวิดีโอโดยไม่ตรวจสอบก่อน จนเกิดความผิดพลาดขึ้น เพราะอะไร และจากสาเหตุไหน
21. กรณีที่มีการนำเสนอคลิปวิดีโอแบบผิดพลาด ได้ทำการแก้ไขปัญหาอย่างไร
22. องค์กรจะมีความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดนั้นอย่างไรบ้าง



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	พรรณทิพา จิตราวุฒิพร
อีเมล	greet_35@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2549 วารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2550 บริษัทสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น จำกัด พ.ศ. 2553 บริษัท มีเดีย สตูดิโอ จำกัด พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 29 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) พรรณทิพา จิตราวุฒิมิพร อยู่บ้านเลขที่ 10 (107/15)  
ซอย เจ้าโล่ (แยก 5) ถนน สิรินธร ตำบล/แขวง บางนา หมู่บ้าน/ชุมชน 4  
อำเภอ/เขต บางนา จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10260  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570300892  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์  
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การคัดเลือกว่าจากคลิปวิดีโอในสังคมออนไลน์ เพื่อนำเสนอในรายการข่าว  
โทรทัศน์


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(นางสาวพรรณทิพา จิตภาดุมพิพร )

ลงชื่อ.....  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....  พยาน  
(ดร.สุชาติ เจริญพันธ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....  พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมา สตะเวทิน)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร