

## การแสวงหาข้อมูลข่าวสารในสังคมดิจิทัล Information Seeking in Digital Society

อัญชุลี วงษ์บุญงาม<sup>1\*</sup>  
Anchulee Wongboonngam

<sup>1</sup> คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

\*Corresponding author: E-mail address: anchulee.y@rmutp.ac.th

Received: 10/03/2020, Revised: 04/04/2020, Accepted: 16/04/2020

### บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้ มากกว่าโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ รวมถึงการทำงานของสื่อมวลชนก็เปลี่ยนไป เนื่องจากผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันทุกคนต่างก็สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยปราศจากการคำนึงถึงกฎหมายและจริยธรรมของสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนยังต้องเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพด้วยการรายงานข้อเท็จจริงตามหลักการบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และหากต้องการให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น สังคมไทยต้องเปิดข้อมูลที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยอิสระด้วยการให้เครดิตกระทั่งนำไปสู่ข้อมูลเปิดโดยรัฐบาล ประชาชน รวมถึงสื่อมวลชนก็จะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ส่งผลให้เกิดสังคมข่าวสารในที่สุด และลดข่าวสารที่เป็นเท็จหรือข่าวลวงได้ ในอนาคตสังคมไทยก็จะมีแนวโน้มโปร่งใส มีส่วนร่วมของภาคประชาชน และเป็นการเพิ่มพลังประชาชนให้มีสิทธิตรวจสอบมากขึ้นด้วย

**คำสำคัญ:** ดิจิทัล การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

### Abstract

Digital disruption cause to social media has influencing to audience more interest than television and printing. Including journalist's working had changed because of audience's behavior have more social media expose. Now people can information report via social media without thinking of laws and media ethic. However, the journalist must still be professional media by facts reporting on functions of mass media. And if want the public get more media literacy Thai society have to information opened that everyone accesses freely by giving credit until become to information opening by government. People and journalist will information access and gain information correctly cause to be the information society finally and fake news is reduced. In the future Thai society will be transparency, participation and people have more power to check.

**Keywords:** Digital, Information Seeking

## 1. บทนำ

ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สื่อมวลชนในประเทศไทยเผชิญกับสภาวะการแข่งขันกันสูง เนื่องจากมีสื่อออนไลน์เพิ่มเข้ามาข้อมูลจากนิลเส้น (ประเทศไทย) ระบุว่าในปี 2562 เม็ดเงินโฆษณาอยู่ที่ 124,267 ล้านบาท ซึ่งเติบโต 3% แบ่งเป็นทีวี 70,298 ล้านบาท และอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ 20,163 ล้านบาท ซึ่งเติบโตถึง 19% จึงไม่น่าแปลกใจที่สื่อมวลชนหลักจะหันมาผลิตเนื้อหาป้อนในสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการแย่งชิงผู้ชมก็อาจนำมาซึ่งการละเมิดจริยธรรมของความเป็นสื่อมวลชนจนอาจตกเป็นจำเลยของสังคม ดังจะเห็นได้จากเหตุการณ์คนร้ายกราดยิงที่จังหวัดนครราชสีมา จำนวนผู้ชมที่มีปฏิสัมพันธ์บนแอปพลิเคชัน Facebook ของไทยรัฐออนไลน์มีสูงถึง 2.7 ล้านเอนเกจเมนต์ ซึ่งคำว่า “Engagement” ในทางการตลาดออนไลน์ หมายถึง การที่คนออนไลน์ได้ติดตามหรือมีส่วนร่วมกดไลก์ กดแชร์ แสดงความคิดเห็นต่อสิ่งที่นำเสนอในสื่อออนไลน์นั่นเอง ตามมาด้วยข่าวสดออนไลน์ 2.18 ล้านเอนเกจเมนต์ ถัดไปคือข่าวช่อง 8 ยอดเอนเกจเมนต์ 1.64 ล้านเอนเกจเมนต์ ข่าวช่องวัน 1.14 ล้านเอนเกจเมนต์ ช่อง 7HD 8.52 แสนเอนเกจเมนต์ และอัมรินทร์ทีวี 7.86 แสนเอนเกจเมนต์ โดยมีแฮชแท็ก #กราดยิงโคราชมากที่สุด รองลงมาคือ #สื่อไร้อจริยบรรณ #สื่อเสื่อม #จรรยาบรรณสื่อ และ #แบนช่องต่างๆ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามข้อมูลจากนิลเส้น โดยทีวี่ดิจิทัลวอช ระบุว่าวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2563 ข่าวช่องวัน “วันอัปเดต” มีเรตติ้ง 3.682 ถัดไปคือช่อง 7 “รายงานข่าวด่วน: เหตุระทึกขวัญนครราชสีมา เรตติ้ง 3.561 และอัมรินทร์ทีวี “ทุบโต๊ะข่าว เสาร์-อาทิตย์” เรตติ้ง 3.450 ซึ่งข้อมูลทั้งหมดสะท้อนว่า ผู้รับสารแม้ว่าจะด่าสื่อแต่ก็ยังคงเปิดรับสารที่ผิดจริยธรรมเหล่านั้น (สาวิตรี รินวงษ์, 2563)

จากปรากฏการณ์ข้างต้นเป็นผลมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือพัฒนาไปสู่การหลอมรวมอุปกรณ์หลายชนิดตั้งแต่คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ เครื่องเล่นเกม ระบบอินเทอร์เน็ตเข้าไปอยู่ในโทรศัพท์มือถือเครื่องเล็กๆ เครื่องเดียว (Smart Phone) และยังมีราคาถูกลง จนผู้คนทั่วไปสามารถเป็นเจ้าของได้ ปรากฏการณ์เหล่านี้เองที่ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปที่มีโทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone สามารถที่จะสื่อสารได้มากกว่าเสียง และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้กว้างไกลจนเรียกได้ว่า ประชาชนทั่วไปก็สามารถเป็นผู้รายงานเหตุการณ์ต่างๆ ได้ราวกับเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง นั่นคือ นักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) อย่างไรก็ตามแม้ว่าปัจจุบันนี้ประชาชนทั่วไปจะสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ แต่ยังคงมีความแตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพ เนื่องจากข้อมูลที่ประชาชนรายงานนั้น ยังมีความดิบ หมายความว่า ไม่มีการวางแผนงานข่าว ไม่ผ่านกระบวนการกรอง ไม่รู้เบื้องหน้าเบื้องลึกของข้อมูลมาก่อน และมีการใส่อารมณ์ความคิดเห็นส่วนตัว ซึ่งทั้งหมดนี้คือลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าเชื่อถือนั่นเอง (จุมพล รอดคำดี, 2561)

นอกจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากประชาชนผู้ใช้สื่อที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในยุคนี้อีกแล้ว บางครั้งสื่อมวลชนเองก็นำเอาเรื่องใน Social Media มารายงานด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นปัญหาด้านคุณภาพของเนื้อหาของสื่อมวลชนหลักอย่างมากเพราะขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้น การเสนอข้อมูลข่าวสาร หรือการสร้างวาทกรรมที่มีเนื้อหาทั้งภาพ ข้อความ และเสียงบรรยายที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง ความขัดแย้งในสังคมจึงถูกส่งต่อการกดไลก์ (Like) กดแชร์ (Share) หรือการส่งต่อลิงก์ข้อความให้ผู้อื่น (Link) ทำให้เกิดการส่งต่อความเกลียดชัง การนำเสนอและผลิตซ้ำ จนประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารความรุนแรง และเกิดความเคยชินจนมองเป็นเรื่องธรรมดา แม้ว่าทุกคนจะมีเสรีภาพในการสื่อสาร แต่อย่างไรก็ตามเสรีภาพก็ควรตั้งอยู่บนความรับผิดชอบของทุกคนที่สื่อสารด้วยเช่นกัน (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2557)

สำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลหรือ Digital Disruption หมายถึง สภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ นวัตกรรมใหม่ รูปแบบธุรกิจใหม่เหล่านี้ จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิม เช่น โทรศัพท์มือถือทำให้คนดูโทรทัศน์ลดลง บริการของ Netflix ทำให้คนไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ลดลง ซึ่งปรากฏการณ์นี้ วราภรณ์ สามโกเศศ (2559) อธิบายว่า Disrupt หมายถึง ขัดขวาง กีดขวาง หรือเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง เปลี่ยนไปจากสถานะที่ดำรงอยู่ ส่วน Disruptive Technologies หมายถึง เทคโนโลยีที่ทำให้หลายสิ่งเปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยเป็นอยู่ และกระทบ

ต่อการทำมาหากิน ธุรกิจ และการดำเนินชีวิตของผู้คน ทั้งนี้ McKinsey Global Institute (อ้างถึงใน วารสารณัฐศาสตร์, 2559) ประมวลไว้ว่าเทคโนโลยีที่ทำให้หลายสิ่งเปลี่ยนแปลง (Disruptive Technologies) มี 12 เรื่องดังนี้

- 1) Mobile Internet คือ เครื่องมือสื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ต จะสามารถตรวจโรคระยะไกล วัดความดัน ตรวจน้ำตาลในเลือดได้ และจะสามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตได้
- 2) Automation of Knowledge Work คือ ซอฟต์แวร์ที่ “ฉลาด” สามารถคิดวิเคราะห์ได้จากข้อมูลที่ใส่เข้าไป
- 3) Internet of Things (IOT) คือ การทำให้ IP Address แก่สิ่งที่ศึกษาเพื่อส่งข้อมูลสื่อสาร เช่น การศึกษาคุณภาพของดินทำให้รู้ว่าควรปลูกอะไร
- 4) Advanced Robotics คือ หุ่นยนต์ที่สามารถทำงานแทนคนได้อย่างแม่นยำ และในที่เสียงอันตราย
- 5) Cloud Technology คือ เทคโนโลยีเก็บข้อมูลและซอฟต์แวร์รวมไว้เพื่อใช้งาน ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้โดยไม่ต้องลงทุนระบบคอมพิวเตอร์ข้อมูล
- 6) Autonomous Vehicles คือ เทคโนโลยี Drones เพื่อการเก็บข้อมูลต่างๆ
- 7) Next-generation Genomics คือ เทคโนโลยีปรับปรุงพัฒนายีนส์เพื่อรักษาโรค
- 8) Next-generation Storage คือ เทคโนโลยีเก็บไฟฟ้าและพลังงาน เช่น แบตเตอรี่ลิเทียม หรือระบบไฮบริดที่ใช้กับรถยนต์
- 9) 3D Printing คือ การพิมพ์ระบบ 3 มิติ ซึ่งสามารถใช้ในการแพทย์
- 10) Advanced Materials คือ การผลิตวัสดุใหม่ๆ เช่น การทำความสะอาดตัวเอง การคืนสภาพเดิม หรือสารตัวนำไฟฟ้า
- 11) Advanced Oil and Gas Exploration and Recovery คือเทคโนโลยีในการบุกเบิกค้นหาน้ำมันและก๊าซ
12. Renewable Electricity คือเทคโนโลยีผลิตไฟฟ้าจากแหล่งต่างๆ ที่ไม่มีวันหมด เช่น แสงแดด ลม คลื่น เป็นต้น

สำหรับ Disruptive Technologies ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารก็คือ Mobile Internet ดังจะเห็นจากปรากฏการณ์สื่อในช่วงปี 2558-2559 สะท้อนให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่เข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มตัว ซึ่งสื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้มากกว่าโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ โดยผู้บริโภคชาวไทย ใช้เวลาดูวิดีโอคอนเทนต์ผ่านสื่อดิจิทัลมากกว่าสื่อโทรทัศน์ คนไทยใช้เวลาเสพสื่อออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 4.2 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่ดูโทรทัศน์ 2.6 ชั่วโมงต่อวัน แต่เนื้อหาที่คนรับชมผ่านสื่อออนไลน์ร้อยละ 80 นั้นคือรายการทีวี นั้นหมายความว่าคนยังคงชมรายการทีวีเพียงแต่เปลี่ยนช่องทางการรับชม (ลลิตเทพ ทรัพย์เมือง, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่านักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดและเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานครแสวงหาความรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดและแสวงหา ความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุดด้วยเช่นกัน สำหรับการแสวงหาความรู้ด้านการเมือง จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ดูข่าวโทรทัศน์และพูดคุยรวมถึงซักถามกับอาจารย์ผู้สอน นอกจากนี้ยังหาข้อมูลด้านการเมืองจากการอ่านบทความ บทความวิเคราะห์ในหนังสือพิมพ์ ทั้งที่ตีพิมพ์เป็นฉบับและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนความรู้ด้านสังคมจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ดูข่าวโทรทัศน์ ดูเว็บไซต์สำนักข่าว และมีการแสวงหาข้อมูลจากสื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกับเพื่อน และคนในครอบครัว (อัญชุลี วงษ์บุญงาม, 2561)

ด้านการสำรวจสถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยเสพติดอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก โดยกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีผู้ใช้แอปพลิเคชัน Facebook สูงที่สุด สำหรับการสำรวจพบว่า สื่อที่ประชาชนทั่วไปนิยมมากที่สุดคือ Social Media ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ประชาชนเข้าถึงได้ด้วยสมาร์ทโฟน โดยในปี 2561 ประชากรโลกจำนวน 7.593 พันล้านคน มีประชากรจำนวน 4.021 พันล้านคน ที่เข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเข้าใช้งาน Social Media เป็นประจำมากถึง 3.196 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 42.09 สำหรับ Social

Media ที่ประชากรทั่วโลกนิยมใช้อันดับหนึ่งคือ Facebook รองลงมาคือ YouTube ถัดไปคือ Whatsapp (Brandbuffe, 2561) ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยที่สื่อมวลชนทุกแขนงจะหันมาเน้นผลิตเนื้อหา และสร้างช่องทาง การสื่อสารในตลาดสื่อดิจิทัลควบคู่ไปกับสื่อดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม การผลิตเนื้อหาในโลกของสื่อดิจิทัลต้อง เน้นความสด รวดเร็ว สั้น กระชับ รวมถึงการดึงผู้ชมให้เข้ามามีส่วนร่วม (Engagement) กับเนื้อหาข่าวสารให้ได้มากที่สุด ในสังคมไทยจึงเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “ข่าวกลายเป็นเรื่องดราม่า” (Drama) นั่นเอง

Mobile Journalist Emotion Journalist และ Cinematic Journalist ในโลกของการสื่อข่าวสำหรับ นักข่าวที่ใช้เฉพาะโทรศัพท์มือถือในการรายงานข่าว จะถูกเรียกว่า “นักข่าวมือถือ” หรือ Mojo ย่อมาจากคำว่า Mobile Journalist มีลักษณะเป็นนักข่าวสายพันธุ์ใหม่ สามารถลงพื้นที่ทำงานข่าวจนจบกระบวนการสื่อข่าวได้ เพียงคนเดียว ซึ่งแตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพแบบดั้งเดิมที่จะต้องทำงานเป็นทีมไม่น้อยกว่า 3 คน การทำงาน ของนักข่าวมือถือจะใช้โทรศัพท์มือถือแบบ Smart phone ในการถ่ายวิดีโอ และบันทึกเสียงจากนั้นใช้ free software โปรแกรมตัดต่อที่ดาวน์โหลดมาตัดต่อข่าวก่อนเผยแพร่ ผ่านสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตาม ช่องทางที่หลากหลาย เช่น Website, Facebook, Instagram เป็นต้น โดยลักษณะของข่าวจะเน้นความดิบ สด ใหม่ และรวดเร็ว ผลกระทบที่ตามมาคือเกิดการแข่งขัน ดึงผู้ชมระหว่างสื่อดั้งเดิมคือโทรทัศน์กับสื่อใหม่คือสื่อ ออนไลน์ โดยการพยายามแข่งขันการนำเสนอที่รวดเร็วไปจนถึงกระตุ้นอารมณ์ของผู้ชม นักข่าวที่รายงานข่าว โดยเน้นการสร้างอารมณ์ร่วมของผู้ชมให้เกิดกับข่าวหรือกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชม จะเรียกว่า Emo-Journalist ซึ่งย่อมาจากคำว่า Emotion Journalist จะแตกต่างจากนักข่าวมืออาชีพที่มีกรอบความคิดในการ นำเสนอข่าวที่ต้องเป็นกลาง เทียงตรง เป็นธรรม ไม่แสดงความรู้สึกในการรายงานข่าว แต่ Emotion Journalist ไม่เพียงแต่แสดงอารมณ์ต่อข่าว ยังกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมด้วย และยังเอาตัวเองเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในตัวละครข่าว จนข่าวกลายเป็นเรื่องดราม่า (Drama) นั่นคือข่าวกลายเป็นละครที่มีนักข่าวร่วมเป็น นักแสดงด้วย นอกจากนี้ยังมี Cinematic Journalist ซึ่งเป็นการรายงานข่าวที่รวมศาสตร์ทางภาพยนตร์กับ วารสารศาสตร์เข้าด้วยกัน เพื่อพัฒนาการเล่าเรื่องให้เหนือกว่าข่าวที่ปรากฏอยู่ในทุกวันนี้ ด้วยการนำเสนอภาพ และเสียงที่มีคุณภาพระดับภาพยนตร์ ซึ่งจะส่งผลให้ภาพข่าวธรรมดาเป็นยิ่งกว่าภาพเหตุการณ์ เช่น ภาพ แผ่นดินไหวก็จะกระตุ้นให้ผู้ชมภาพเหตุการณ์เศร้าสลดใจยิ่งกว่า เนื่องจากการถ่ายภาพแบบภาพยนตร์นั่นเอง ในอนาคตหากมีนักข่าวแบบ Emotion Journalist และ Cinematic Journalist ซึ่งรายงานข่าวเน้นแต่รูปแบบ การนำเสนอ โดยไม่เน้นข้อเท็จจริงของข่าวก็อาจจะกระทบไปถึงบทบาทหน้าที่ของนักข่าว รวมถึงจริยธรรมใน การรายงานข่าวเช่นกัน (มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, 2553)

## 2. แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functions of Mass Media)

ชาลส์ ไรท์ (Wright) สรุปบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยอ้างอิงจากแนวคิดของ Harold D. Lasswell ว่าสื่อมวลชนควรมีบทบาทหน้าที่ 4 ประการ และได้เสนอแนวคิดเพิ่มว่า การทำหน้าที่ของสื่อมวลชน นั้นอาจปรากฏได้ทั้งการทำตามหน้าที่ และการทำหน้าที่ที่ผิดพลาดเกินไป (Functions and Dysfunctions) ดังนี้

1) การตรวจตราระแวดระวังภัยให้แก่สังคม (Surveillance) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นยามเฝ้าสังคม (Watch Dog) คอยตรวจตรา ระวังภัยเมื่อมีสิ่งผิดสังเกตก็จะคอยเตือนคอยรายงานให้สังคมรับรู้ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่สังคม แต่ในขณะเดียวกันหากสื่อทำหน้าที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) สื่อก็อาจจะคุกคามความมั่นคงภายในของประเทศ หรืออาจสร้างความโกลาหลได้ นอกจากนี้ การให้ความรู้มากก็จะเกิดช่องว่างทางความรู้ในสังคม การพยายามหาข่าว ก็อาจจะกลายเป็นการละเมิดสิทธิ ส่วนบุคคล และบางข่าวอาจมีพลังถึงขั้นคุกคามแหล่งข่าว หรือชวนเชื่อได้ว่าเป็นเรื่องจริงทั้งหมด

2) เชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม (Correlation) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่คัดสรรเรื่องราว วิเคราะห์ เหตุการณ์ เชื่อมโยงเหตุการณ์ ผสานส่วนต่างๆ ให้สังคมเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสร้างความมั่นคงให้สังคม และรักษาความเป็นหนึ่งเดียวทางวัฒนธรรมได้ ส่วนการทำหน้าที่ที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) อาจเป็นการ เพิ่มการทำตามอย่างทางสังคม การวิเคราะห์จะลดลง เพิ่มการไม่ตอบโต้เปลี่ยนเป็นเชิงรับมากขึ้น หรือบางครั้ง กิดขวางการเติบโตทางวัฒนธรรม

3) การขัดเกลากายทางสังคม (Socialization) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่สังคมประภิด นั่นคือ ขัดเกลาคคนในสังคมให้เป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม หรืออีกนัยหนึ่งคือสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความรู้ การศึกษา และถ่ายทอดวัฒนธรรมด้วย (Education) ส่วนในด้านที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) อาจเกิดสังคมคล้อยตามบุคลิกภาพเปลี่ยนไป ความหลากหลายของวัฒนธรรมย่อยลดลง

4) ให้ความบันเทิง (Entertainment) โดยสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความบันเทิงและผ่อนคลาย ความตึงเครียดให้คนในสังคม ส่วนในด้านที่เกินเลยบทบาท (Dysfunction) อาจทำให้คนหลงใหลอยู่ในจินตนาการมากเกินไป มีความเชื่อในทางเดียวกัน เป็นสังคมเชิงรับและมีรสนิยมไม่ดี หลบเลี่ยงความเป็นจริงของตนเอง ทางด้านจริยธรรมจะอ่อนด้อยลง เกิดวัฒนธรรมที่นิยมไปทางเดียวกัน เรียกว่า Popular Culture และเกิดมลพิษทางวัฒนธรรมที่เรียกว่า Cultural Pollution ในที่สุดหากสื่อมวลชนนำเสนอด้านความบันเทิงมากเกินไป (Baran and Davis, 1955 pp.166-167)

ด้านสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยได้ออกแถลงการณ์ในวันเสรีภาพสื่อมวลชนโลก 3 พฤษภาคม 2557 เรื่อง “เสรีภาพ...บนความรับผิดชอบ” โดยกล่าวว่า ทุกวันนี้ประชาชนจะรับข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทางทั้งจากวิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ รวมถึงประชาชนไม่ได้เป็นผู้รับสารฝ่ายเดียว แต่ยังเป็นผู้ส่งต่อข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสื่อต่างๆ ด้วย แม้ว่าทุกคนจะมีเสรีภาพในการสื่อสาร แต่เสรีภาพก็ควรตั้งอยู่บนความรับผิดชอบต่อทุกคน โดยสื่อมวลชนและประชาชนผู้ใช้สื่อควรหยุดสร้าง หยุดใช้วาทกรรมสร้างความเกลียดชัง ใช้วิจารณ์ญานในการรับข้อมูลข่าวสารด้านภาครัฐก็ควรเผื่อระวัง และกำกับดูแลสื่อทุกประเภทให้อยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และข้อกฎหมายโดยไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่การผลิตข้อมูลข่าวสารที่คำนึงถึงประโยชน์ต่อผู้รับสาร และผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยยึดหลักเสรีภาพบนความรับผิดชอบนั่นเอง (สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2557)

นอกจากนี้ Kovach and Rosenstiel อธิบายปัญหาที่ประชาชนเสื่อมศรัทธาในตัวสื่อมวลชนนั้น เนื่องจากสื่อมุ่งเน้นผลกำไร และทำตามนโยบายของเจ้าของทุนมากเกินไป ดังนั้นการที่ประชาชนจะหันกลับมาเชื่อมั่นในตัวสื่ออีกครั้ง สื่อมวลชนต้องกลับมายึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ หลักสำคัญ 3 ประการคือ สื่อมวลชนต้องจงรักภักดีต่อความจริง สื่อมวลชนต้องตรวจสอบความจริง และสื่อมวลชนต้องภักดีต่อพลเมือง (Kovach and Rosenstiel, 2007) โดย Kovach and Rosenstiel ได้ระบุบัญญัติไว้ 10 ประการ ดังนี้

- 1) พันธหน้าที่แรกของการสื่อสารมวลชน คือ การแสวงหาความจริง
- 2) ความจงรักภักดีอันดับแรก คือ ต้องมีความจงรักภักดีต่อพลเมือง
- 3) หลักการสำคัญ คือ หน้าที่ในการตรวจสอบพิสูจน์ข้อเท็จจริง
- 4) ต้องดำรงไว้ซึ่งความเป็นอิสระจากผู้บังคับบัญชา
- 5) ต้องมีอิสระในการตรวจสอบอำนาจต่างๆ
- 6) ต้องเปิดพื้นที่สำหรับสาธารณชนในการวิพากษ์วิจารณ์และประณินประนาม
- 7) ต้องมุ่งมั่นในการนำไปสู่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของสังคม
- 8) ต้องนำเสนอข่าวสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจ และมีสัดส่วนที่เหมาะสม
- 9) สื่อต้องทำหน้าที่ด้วยความรู้สึกผิดชอบชั่วดี
- 10) พลเมืองมีสิทธิและความรับผิดชอบเช่นเดียวกันเมื่อตกเป็นข่าว

แม้ว่าประชาชนทุกคนจะสามารถสื่อสารได้ราวกับเป็นนักข่าวหรือนักข่าวจะรายงานข่าวสารเพื่อแข่งขันกันในโลกของ Social Media แต่ทัศนคติของจุมพล รอดคำดี (2561) ประธานกรรมการบริหารสถานีโทรทัศน์ ThaiPBS ยังคงมองว่าสิ่งที่สื่อใน Social Media ไม่มีก็คือความเป็นมืออาชีพ (Professional) แม้ปัจจุบันประชาชนทั่วไปจะรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ Social Media หรือบางครั้งสื่อมวลชนเองก็นำเอาเรื่องใน Social Media มารายงาน ซึ่งเป็นปัญหาคุณภาพของเนื้อหาด้านความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนหลักหากต้องการจะอยู่รอด ก็ต้องคงความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพ นั่นคือ ความลึกของประเด็น มุมมองที่กว้างขึ้น สถิติ ข้อมูล หลักฐานที่น่าเชื่อถือ ผู้รับสารต้องเกิดสติปัญญา ข่าวต้องเป็นยิ่งกว่าข่าว ดังนั้น

การแสวงหาข้อมูลของนักสื่อสารมวลชน และการเปิดให้ใช้ข้อมูลได้อย่างเสรีจากทุกภาคส่วนในอนาคต จึงเป็นสิ่งสำคัญด้วย

#### 4. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

แบบจำลองการแสวงหาข่าวสาร การหลีกเลี่ยงและการจัดการข่าวสาร (Model of Seeking, Avoiding and Processing) ของโดโนฮิวและทิปตัน (Donohew and Tipton, 1973 อ้างถึงในดวงพร หมวดมณี, 2553, น.15-17) อธิบายว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่ตรงกับภาพที่เขามีต่อความเป็นจริง หรือความรู้สึกที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพราะรู้ว่ามันเป็นอันตราย ภาพ (Image) หรือภาพของความจริง (Image of Reality) ที่คนมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ส่วนแรกของภาพประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ เป้าหมาย ความเชื่อและความรู้ที่บุคคลมีอยู่ ส่วนที่สองของภาพประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) รวมถึงการประเมินความสามารถของตนเองในการคุมสถานการณ์ต่างๆ และส่วนที่สามของภาพประกอบด้วยรูปแบบของการใช้ข่าวสาร (Information-using Set) ซึ่งควบคุมพฤติกรรมของบุคคล ในการแสวงหาข่าวสาร และการจัดการข่าวสาร (Seeking and Processing Information)

การแสวงหาข่าวสารบุคคลจะมีวิธีการหรือกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลยุทธ์ที่ซุ่มกว้าง และมุมแคบ มุมกว้างบุคคลจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ เท่าที่เป็นไปได้ ทบทวนแหล่งที่มาที่ไป และตัดสินใจเลือกใช้ข่าวสารจากแหล่งนั้น ส่วนมุมแคบบุคคลจะเลือกแหล่งสารเพียงแหล่งเดียว และใช้เป็นฐานสำหรับการแสวงหาข่าวสาร โดยกระบวนการแสวงหาข่าวสารของบุคคลเริ่มจากการเปิดรับสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งอาจน่าสนใจหรือน่าสนใจก็ได้ ต่อมาบุคคลจะเปรียบเทียบระหว่างสิ่งเร้ากับภาพ หรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ข่าวสารที่คุกคามหรือไม่มีความสำคัญจะถูกทิ้งไป เช่นเดียวกับข่าวสารที่ซ้ำซาก ข่าวสารที่ถูกทิ้งบุคคลจะหยุดการใช้ข่าวสารนั้น แต่ข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้อง และตรงกับภาพที่บุคคลมีจะถูกนำมาพิจารณาว่าจะจัดการต่อไปหรือไม่ ถ้าไม่ ข่าวสารนั้นจะถูกทิ้ง ถ้าใช่ ข่าวสารนั้นจะถูกนำมาจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นจึงประเมินสถานการณ์ และตัดสินใจที่จะแสวงหาหรือหยุดแสวงหา หากคิดว่าข่าวสารมีเพียงพอแล้วก็จะหยุดและนำข่าวสารนั้นไปใช้เลย แต่ถ้าข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอก็จะแสวงหาข่าวสารต่อไป ถัดไปจึงจะเป็นขั้นตอนของการกำหนดลำดับ และแหล่งสารของข่าวสาร โดยแบ่งเป็นเรื่องกว้างหรือเรื่องเฉพาะ ถ้าเป็นเรื่องกว้างก็จะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ถ้าเป็นเรื่องเฉพาะก็จะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งเฉพาะ และนำไปประเมินสถานการณ์อีกครั้งหนึ่งว่าจะแสวงหาข่าวสารหรือหยุดแสวงหาข่าวสาร เมื่อนำข่าวสารไปใช้บุคคลจะประเมินการสื่อสารกลับ (Feedback) ซึ่งเกิดจากการนำข่าวสารไปใช้ และพิจารณาว่ามีประโยชน์เหมาะสมหรือไม่ และสุดท้ายจึงทบทวนภาพที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Revise Image) ซึ่งเป็นผลจากการประเมินการสื่อสารกลับของบุคคล (กนกพร ศักดิ์อุดมขจร, 2543, น.34)

นอกจากนี้ Krikelas (1983 อ้างถึงในนฤมล เพิ่มชีวิตและพັນิ เที่ยจรรยา, 2553) ได้อธิบายว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คือ การที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสารสนเทศ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสนใจ หน้าที่การงาน และการเรียนรู้ พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นพบว่าความรู้ที่ตนเองมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการแสวงหาเพิ่มเติมนั่นเอง โดยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมี 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยความกระตือรือร้น (Active Information Search) บุคคลกลุ่มนี้ต้องการข้อมูลข่าวสารจำนวนมากก่อนการตัดสินใจ จึงมักเปิดรับสื่อที่ให้รายละเอียดมากๆ โดยจะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอแม้ว่าจะไม่อยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจ แต่จะหาข้อมูลเก็บไว้รวมถึงจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างเฉพาะเจาะจง เมื่อต้องการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ

2) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างไม่กระตือรือร้น (Passive Information Search) บุคคลกลุ่มนี้จะไม่ค้นหาคำจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเลย จึงมักเปิดรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อย อาจเพราะว่าไม่มีความเกี่ยวข้องพันกับสินค้าหรือสามารถหาซื้อมาทดลองใช้ได้

ดังนั้น การแสวงหาข้อมูล ความรู้ในโลกของสังคมออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก สำหรับนักสื่อสารมวลชนในอนาคต ซึ่งควรพัฒนาไปสู่ความเป็นนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalist) หรือ

ผู้สื่อข่าวที่ทำงานเชิงข้อมูล โดยรายงานข่าวผนวกรวมเรื่องของตัวเลขที่มีความสำคัญ จากแหล่งที่มาของข้อมูล หรืองานวิจัย การประมวลข้อมูลสถิติแล้วรายงานข่าวหรือเรื่องราว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bradshaw, 2010) เพราะการจะเริ่มเป็นนักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลนั้น คำตอบคือ “เริ่มที่ข้อมูล” แต่ก็มียกคำตอบคือ “เริ่มที่คำถาม” โดย Aron Pilhofer ผู้สื่อข่าวจาก The New York Times กล่าวว่านักวารสารศาสตร์ต้องสร้างสมดุลบทบาทของพวกเขาในเรื่องการตอบสนองต่อเหตุการณ์ด้วยบทบาทของสื่อมวลชนด้านการเป็นผู้แสวงหาเรื่องราว โดยเริ่มจากสิ่งเล็กๆ และเริ่มด้วยสิ่งที่คุ้นเคยแล้วและทำแล้ว และจำไว้เสมอว่าเป้าหมายคือ การเป็นนักวารสารศาสตร์ ส่วน Charles Arthur จาก The Guardian กล่าวว่าการค้นหาข้อมูลเรื่องราวจะถูกรายงานได้ดีที่สุดผ่านตัวเลข ขณะที่ Jonathan Richards จาก The Times และ Conrad Quilty Harper จาก The Telegraph ทั้งสองกล่าวว่า จงหาข้อมูลด้วยการลงพื้นที่ที่สื่อข่าว แล้วนำเสนอด้วยแนวคิด (The guardian, 2010) ดังนั้น ในปัจจุบันข่าวจึงไม่ได้อยู่แค่เฉพาะในตัวแหล่งข่าวเท่านั้น หากแต่ข่าวยังอยู่ในข้อมูลที่แสวงหาด้วยเช่นกัน

โดยสฤณี อาชวานันทกุล (อ้างถึงในสรราวุฒิ ทองคำศรี, 2558) ได้กล่าวในงานสัมมนาวิชาการประจำปี 2558 หัวข้อ “สามัญญัติจิตล: พหุลักษณะของเทคโนโลยีสื่อ และข้อมูลในสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย” ว่าปัจจุบันได้เกิดระบบนิเวศใหม่ของสื่อ หมายถึง ชุมชนออนไลน์ที่พูดคุยและขยายเรื่องราวที่สื่อกระแสหลักสร้างและชุมชนออนไลน์เหล่านี้ได้ผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยสื่อกระแสหลักสามารถใช้เนื้อหาของชุมชนเหล่านี้ในการทำข่าว หรือในฐานะแหล่งข่าวซึ่งนับเป็นการตรวจสอบอีกด้านหนึ่ง (Cross check) ซึ่งระบบนิเวศใหม่ของสื่อนี้ เกิดจากการเกิดขึ้นของ New Media ซึ่งหมายถึง โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนนั่นเอง ส่วนคำว่า Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะประกอบด้วยสื่อมวลชนบวกกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประชาชน ร่วมกันสร้างฐานข้อมูลข่าว และทำให้เกิดผลผลิตของข่าวเพื่อสร้างระบบการจัดการข้อมูล (Data Management) ต่อไป ส่วน Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะเกิดขึ้นได้เมื่อสังคมนั้นเกิด Open Data คือการเปิดเผยข้อมูลที่ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยอิสระด้วยการให้เครดิต และ Open Government คือ ข้อมูลเปิดโดยรัฐบาลซึ่งหากประกาศเป็นรัฐเปิดก็ต้องคำนึงถึงเรื่องหลัก 3 ประการ นั่นคือ ความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของประชาชน และการเพิ่มพลังประชาชนให้มีสิทธิตรวจสอบมากขึ้นด้วย

แม้ว่าทุกวันนี้การแข่งขันในตลาดข้อมูลข่าวสารจะทวีความรุนแรงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ความพยายามพัฒนาของสื่อมวลชนไทยก็ยังคงมีเกิดขึ้น โดยคณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมประชาสัมพันธ์ร่วมกับ 5 องค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน ได้ร่วมกันถอดบทเรียนสำคัญในการรายงานข่าวเพื่อจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต ซึ่งเล็งเห็นว่า ประเด็นปัญหาสำคัญของสื่อมวลชนปัจจุบันคือ 1) การนำเสนอข่าวที่รวดเร็วโดยขาดการตรวจสอบ 2) การนำเสนอประเด็นที่ประหลาด 3) การกีดขวางการปฏิบัติงานและเป็นภาระของเจ้าหน้าที่ และ 4) การละเมิดกฎหมายโดยขาดความตระหนักรู้ในสิ่งที่กฎหมายห้าม ทั้งนี้หากเกิดภาวะวิกฤตขึ้น ภาคราชการจะจัดตั้งศูนย์ข้อมูลประชาสัมพันธ์ร่วม (Joint Information Center: JIC) และสื่อมวลชน จากนั้นต่อไปควรปฏิบัติตามคู่มือ “การปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต” ซึ่งมีสาระสำคัญโดยย่อคือ ผู้ปฏิบัติงานข่าวและสื่อมวลชนมีเสรีภาพในการแสวงหา และนำเสนอข่าวสารตามจริยธรรมวิชาชีพ โดยต้องแสดงบัตรสื่อมวลชนยกเว้นกรณีจะก่อให้เกิดอันตราย คุรศึกษากฎหมาย ข้อกำหนด ข้อตกลงที่บังคับใช้ในภาวะวิกฤตนั้นๆ ก่อนเสนอข่าว ซึ่งข่าวต้องไม่เสนอข้อมูลหรือยอดผู้บาดเจ็บจากการคาดเดาหรือไม่ได้รับการยืนยันจากผู้บัญชาการเหตุการณ์นั้นๆ ผู้ปฏิบัติงานข่าวต้องคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ประสบภาวะวิกฤต เลี่ยงการเสนอภาพข่าว และภาษาที่อูจาด สยดสยอง หรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ รวมถึงประเด็นที่ประหลาด และต้องไม่แสดงอารมณ์ความรู้สึกที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือซ้ำเติมสถานการณ์ นอกจากนี้ต้องไม่นำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมานำเสนอซ้ำ แม้ว่าข้อมูลนั้นจะปรากฏในวงกว้างแล้วก็ตาม รวมถึงไม่นำเสนอภาพหรือข้อมูลที่จะเป็นอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย อนามัย เสรีภาพ ชื่อเสียง ทรัพย์สิน จิตใจ ความสัมพันธ์หรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดของแหล่งข่าว โดยผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ไม่ละเมิดเข้าเขตหวงห้าม และระงับการเสนอความคิดเห็นที่มาจากผู้ไม่มีอำนาจในการให้ข้อมูล หรือ

ผู้ที่ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเหตุการณ์ดังกล่าว ตลอดจนพึงระวังการเสนอภาพเหตุการณ์จำลอง ซึ่งต้องไม่เกินกว่าความเป็นจริงอันจะสร้างความตื่นตระหนกหรือเข้าใจผิด และอาจเกิดพฤติกรรมเลียนแบบของผู้ชม (กรมประชาสัมพันธ์, 2563, น.40-41)

## 5. บทสรุป

บทความนี้ชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลหรือ Digital Disruption ส่งผลให้สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้มากกว่าโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ รวมถึงการทำงานของสื่อมวลชนก็เปลี่ยนไปด้วย เนื่องจากผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สื่อมวลชนจึงต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารในสังคมออนไลน์ และต้องผลิตเนื้อหาข่าวสารให้สามารถเข้าถึงความสนใจของผู้รับสารด้วยเช่นกัน รวมถึงประชาชนทั่วไปก็สามารถที่จะรายงานเหตุการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ ทำให้เกิดการแข่งขันการรายงานข่าวในสื่อสังคมออนไลน์ และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ปราศจากการคำนึงถึงข้อกฎหมาย และละเมิดจริยธรรมของสื่อมวลชนกระทบต่อบทบาทหน้าที่ ของสื่อมวลชนตามหลักการที่เคยยึดถือกันมา อย่างไรก็ตาม แม้เทคโนโลยีการสื่อสารจะก้าวหน้า แต่สื่อมวลชนหลักต้องคงความน่าเชื่อถือ และความเป็นมืออาชีพ นั่นคือ ความลึกของประเด็น มุมมองที่กว้างขึ้น สถิติ ข้อมูล หลักฐานที่น่าเชื่อถือ การรายงานข่าวต้องทำให้ผู้รับสารเกิดสติปัญญา ข่าวต้องเป็นยิ่งกว่าข่าว ภายใต้หลักการทำงานสำคัญ 3 ประการคือ สื่อมวลชนต้องจงรักภักดีต่อความจริง สื่อมวลชนต้องตรวจสอบความจริง และสื่อมวลชนต้องรับผิดชอบต่อพลเมือง

สำหรับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารพบว่า ประชาชนในปัจจุบันเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และยังแสวงหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ด้วย ดังนั้น สังคมไทยควรพัฒนาไปสู่สังคมที่เปิดข้อมูลให้ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้โดยอิสระด้วยการให้เครดิต กระทั่งนำไปสู่ Open Government คือ ข้อมูลเปิดโดยรัฐบาล ก็จะช่วยให้ประชาชนทั่วไปรวมถึงสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ช่วยให้เกิดสังคมข่าวสารในที่สุด และลดปัญหาข่าวสารที่เป็นเท็จหรือข่าวลวงได้ ทั้งนี้ในอนาคตจะช่วยให้สังคมไทย มีความโปร่งใส เพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนและเป็นการเพิ่มพลังประชาชนให้มีสิทธิตรวจสอบมากขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าทุกคนจะมีเสรีภาพในการสื่อสารแต่เสรีภาพก็ควรตั้งอยู่บนความรับผิดชอบของทุกคนที่สื่อสารด้วยเช่นกัน โดยสื่อมวลชนและประชาชนผู้ใช้สื่อควรหยุดสร้าง หยุดใช้วาทกรรม สร้างความเกลียดชัง และใช้วิจรรย์ญาณในการรับข้อมูลข่าวสารให้มากขึ้น มหาวิทยาลัยที่เปิดการเรียนการสอนด้านสื่อสารมวลชน ควรตระหนักถึงการเรียนรู้เรื่องความรับผิดชอบของสื่อมวลชนและประชาชนที่มีต่อการสื่อสาร ทั้งในรูปแบบการเรียนการสอน การทำกิจกรรม การฝึกปฏิบัติ ตลอดจนการวิจัย และควรสร้างภาคีเครือข่ายการเฝ้าระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หรือการสร้างวาทกรรมที่มีเนื้อหาทั้งภาพ ข้อความ และเสียงบรรยายที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง ความขัดแย้งในสังคม ทั้งกับมหาวิทยาลัยด้วยตนเอง การสร้างเครือข่ายกับภาครัฐ และการสร้างเครือข่ายกับองค์กรสื่อสารมวลชน เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและองค์กรสื่อ

## 5. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการนี้ได้รับการสนับสนุนจากคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการนำเสนอข้อมูลทางวิชาการต่อสังคม และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่จากกรมประชาสัมพันธ์ ในการอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้วย

## 6. เอกสารอ้างอิง

- กนกพร ตักดีอุดมจร. (2543). การแสวงหา การใช้ประโยชน์ และพฤติกรรมกรรมการบริหารการเงินบุคคลของประชาชนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมประชาสัมพันธ์. (2563). คู่มือการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต. กรุงเทพมหานคร: เปเปอร์เฮาส์.



- จุมพล รอดคำดี. (2561). *ประธานกรรมการบริหารองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. บรรยายพิเศษ.*
- ดวงพร หมวมณีน. (2553). *การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความคาดหวังของผู้ลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- นฤมล เพิ่มชีวิต และพัชนี เขยจรรยา. (2553). *การแสวงหาข้อมูลการใช้ประโยชน์และความเชื่อถือในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ที่ผู้บริโภคสร้างเองของคนวัยทำงาน. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. 3(1), 99-121.*
- มานะ ตริรยาภิวัฒน์. (2553). “เมื่อนักข่าว “ดราม่า” พัฒนาสู่สายพันธุ์ใหม่แบบ Cinematic Journalism และ Emo-Journalism.” *เนชั่นออนไลน์. สืบค้นจาก URL : <http://www.oknation.nationtv.tv/blog>.*
- ลลิตเทพ ทรัพย์เมือง. (2559). “ทีวีดิจิทัลไม่ง่าย.” *ไทยโพสต์ออนไลน์. สืบค้นจาก URL : <http://www.thaipost.net>.*
- วรารณณ์ สามโกเศศ. (2559). “รู้จัก Disruptive Technologies.” *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก URL : <http://www.bangkokbiznews.com>.*
- สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2557). “เสรีภาพ... บนความรับผิดชอบ.” *สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์ออนไลน์. เอกสารแถลงการณ์วันเสรีภาพสื่อมวลชนโลก 3 พฤษภาคม 2557. สืบค้นจาก URL : <http://www.tja.or.th/index.php?option=com>.*
- สรารุณี ทองคำศรี. (2558). “สรุปการบรรยายหัวข้อ Data Journalism หรือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล.” *Bangkok Voice News online. สืบค้นจาก URL : <http://www.bangkokvoice.com/2015/09/29/data-journalism/>.*
- สาวิตรี รินวงษ์. (2563). “ถอดบทเรียน “สื่อ” ชิงเรตติ้งจนคลั่ง.” *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก URL : <http://bangkokbiznews.com>.*
- อัญชุลี วงษ์บุญงาม. (2561). *การเปิดรับสื่อและการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาสื่อสารมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.*
- Brandbuffe. (2561). “สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก ไทยเสพติดเน็ตมากที่สุดในโลก กรุงเทพมหานครผู้ใช้ facebook สูงสุด.” *Brandbuffet. สืบค้นจาก URL : <https://www.brandbuffet.in.th>*
- Baran, S.J. and Davis, D.K. (1995). *Mass Communication Theory.* California: Wadsworth Publishing Company.
- Bradshaw P. (2010). *How to be a data journalist.* (Retrieved March 7, 2018) Available from URL : <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>.
- Kovach B. and Rosenstiel T. (2007). *The Elements of Journalism.* (Retrieved March 13, 2018) Available from URL : <http://www.americanpressinstitute.org>.
- The guardian. (2010). *How to begin.* (Retrieved March 7, 2018) Available from URL : <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>.

## ผู้แต่ง



### ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชุลี วงษ์บุญงาม

อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยี  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

#### การศึกษา:

ปริญญาตรี ศศ.บ.นิเทศศาสตร์

ปริญญาโท นศ.ม.สื่อสารมวลชน