

คุณค่าข่าวที่มีผลต่อการคัดเลือกประเด็นข่าว จากสื่อสังคมออนไลน์

The Effect of News Value on Issue Selection in Social Media

กุลธิดา สายพรหม (Kultida Sayprom)¹

Received: February 26, 2020

Revised: April 27, 2020

Accepted: June 8, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาและเปรียบเทียบหลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าว การตรวจสอบข้อมูล และรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่สมควรเสนอเป็นข่าวในทัศนะของสื่อมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 6 คน จากการเลือกแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า หลักคุณค่าข่าวที่มีผลต่อการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ ในทัศนะของสื่อมวลชน ได้แก่ 1) ความสนใจ 2) ความใกล้ชิด 3) ผลกระทบ 4) ความขัดแย้ง และ 5) ความแปลก ส่วนทัศนะของนักวิชาการเห็นว่า ควรเน้นด้านผลกระทบของข้อมูลที่น่าเสนอ และประโยชน์ต่อส่วนรวมและบุคคลเป็นสำคัญ

การตรวจสอบข้อมูล ทั้งในทัศนะของสื่อมวลชนและนักวิชาการเห็นตรงกันใน 2 วิธี ได้แก่ 1) หาต้นทางผู้โพสต์ และ 2) ตรวจสอบจากแหล่งอื่น โดยสื่อมวลชนตรวจสอบจากความคิดเห็นเพิ่มเติม ส่วนนักวิชาการเสนอให้มีระบบการได้มาซึ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยวิธีคราดข้อมูลซึ่ง

¹ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ในทัศนะของสื่อมวลชน มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) เสนอเป็นข่าวเหตุการณ์โดยไม่ต้อยอด 2) ใช้เป็นแหล่งข่าวปฐมภูมิ และ 3) ใช้ประกอบการนำเสนอ ส่วนทัศนะของนักวิชาการพบว่า ควรใช้เป็นแหล่งข่าวปฐมภูมิและประกอบการนำเสนอ โดยต้องสะท้อนปัญหาและนำไปสู่การแก้ปัญหา

ผลการวิจัยนี้จะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาข่าวของรายการข่าวโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต่อไป

คำสำคัญ: คุณค่าข่าว, รายการข่าว, สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This research is study the news value use as criteria in selecting the news, information validation, and type of information usage from social media from perspective of journalists and journalism scholars. This study is qualitative research by using in-depth interviews of 6 people from purposive sampling.

From perspective of journalists, it was found that the effect of news value on issue selection in social media is 1) audience interest, 2) proximity, 3) effect, 4) conflict, and 5) uniqueness. However, scholars revealed that should be emphasized the effect of news, and the usefulness in social and individual level.

To validate the information from perspective of journalists and journalism scholars be of the same opinion in two manners: 1) the origin of the post, 2) other trustworthy sources by journalists check from the comments and scholars propose to get information from social media by Crowdsourcing

On type of information usage from social media, journalists thought that three manners: 1) completed news incident, 2) primary news source to develop into a deeper edge, and 3) news component.

However, the scholars thought that should be primary news source for a deeper edge, and news component to reflect and resolve the problem.

The result of research will lead to improve the quality of news content of television program in digital era.

Keywords: News Value, News Programme, Social Media

บทนำ

ปัจจุบันภูมิทัศน์สื่อ (media landscape) เปลี่ยนไปอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารและโทรคมนาคม จนเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า “ยุคหลอมรวมเทคโนโลยี” (convergence technology media era) หมายถึง การเกิดขึ้นของสื่อดิจิทัลอย่างอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ที่ผู้ใช้สื่อสามารถรับ ส่ง และแบ่งปัน (share) ข้อมูลข่าวสารได้ จึงทำให้ผู้ใช้กลายเป็นหนึ่งในผู้สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาสื่อ (user generated content: UGC) รวมทั้งมีเสรีภาพสูงในการกำหนดเนื้อหา ซึ่งเมื่อผู้ใช้สื่อได้กลายมาเป็นผู้กำหนดวาระข้อมูลข่าวสารของสังคมทำให้ชุมชนเหล่านี้ได้กลายมาเป็นสนามแห่งความรู้ (knowledge field) แห่งใหม่ (ฮาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557)

สื่อมวลชนในฐานะผู้ผลิตสื่อจึงต้องมีการปรับตัวในการทำงานและการสื่อสารเพื่อเข้าถึงมวลชนในลักษณะที่เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก โดยเฉพาะการมองเนื้อหาที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างและหลากหลาย การกำหนดประเด็นเนื้อหาและการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งประโยชน์ของการหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์คือ เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สื่อชาว สำนักข่าว และผู้ผลิตรายการข่าวสามารถเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากจากกลุ่มคนที่แตกต่าง หลากหลาย และกลุ่มคนใหม่ ๆ ที่อาจไม่เคยเป็นแหล่งข้อมูลของสื่อมาก่อน เช่น ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว ทำให้สื่อมีแหล่งข่าวมากขึ้น รวมถึงมีโอกาสในการพัฒนาขยายเครือข่ายการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่แตกต่างกันได้ สำหรับองค์กรสื่อในประเทศไทย มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ในลักษณะของการใช้เป็นแหล่งข้อมูลจากผู้รับสาร ประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ และความคิดเห็น โดยข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นข้อมูลสำคัญในการได้มาซึ่งประเด็นข่าว และเป็นการสะท้อนมุมมองจากสังคมต่อ

ประเด็นนั้น อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเพิ่มขึ้น ทั้งในลักษณะของการเป็นผู้ให้ข่าว แหล่งข่าว และการระดมข้อมูลจากผู้รับสารเข้ามาใช้ในข่าวโดยให้ความสำคัญกับการบ่งบอกทิศทางหรือกระแสความสนใจของสังคม ต่อประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และนำข้อมูลมาใช้ในการรายงานข่าวหรือตั้งเรื่องจากผู้รับสารมาต่อยอดเป็นข่าวเพื่อนำเสนอบนสื่อหลัก (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2558) จะเห็นได้ว่า ในยุคนี้อีเอ็มวอลชนมีสถานะเป็นผู้รวบรวมและคัดเลือกเนื้อหาจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนผลิต และนำมาเผยแพร่ในช่องทางของตนเอง สำหรับความท้าทายที่อีเอ็มวอลชนไทยกำลังเผชิญหน้า คือ ทำอย่างไรให้สามารถเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ และไม่เสี่ยงต่อการลดทอนคุณค่าทางวิชาชีพ

หลักคุณค่าข่าว (news values) เป็นวิธีคิดหรือเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังในการคัดเลือกแง่มุมของเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่มีคุณค่าพอจะเป็นข่าวที่ถูกยึดถือกันมานานในแวดวงวารสารศาสตร์ เปรียบเสมือน “บัญญัติ 10 ประการ” ที่ผู้อยู่ในวิชาชีพต้องจดจำในสามัญสำนึกของคนทำข่าว ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ ได้แก่ ความรวดเร็ว หรือความทันเหตุการณ์ ความใกล้ชิด ความแปลก ผลกระทบ ความน่าสนใจ หรือความเร้าอารมณ์ ความมีเงื่อนงำ ความขัดแย้ง ความก้าวหน้า ความสำคัญ หรือความเด่น และองค์ประกอบทางเพศ โดยในแต่ละข่าวจะประกอบด้วยคุณค่าข่าวรวมอยู่ในจำนวนมากน้อยแตกต่างกัน ข่าวใดที่ประกอบไปด้วยคุณค่าข่าวมาก ข่าวนั้นก็น่าจะได้รับความสนใจจากผู้รับสารมากไปด้วย (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2554, หน้า 88-89)

ทว่าหลายครั้งยังพบเนื้อหาที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น ละเมิดสิทธิเสรีภาพ การเกาะกระแสออนไลน์เพื่อเรียกยอดผู้ชม จนมองข้ามประโยชน์สาธารณะ และการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกที่เรียกว่า “ดราม่า” มากกว่าการนำเสนอข้อเท็จจริง เพื่ออธิบายและแก้ไขปัญหาในสังคม (สกุลศรี ศรีสารคาม และคณะ, 2559, หน้า 2-3) ทำให้อีเอ็มวอลชนถูกวิพากษ์วิจารณ์ และตั้งคำถามจากหลายฝ่ายในสังคมว่า เหตุใดถึงเลือกเรื่องราวหรือเหตุการณ์นี้มาเป็นข่าว

ประเด็นที่น่าสนใจ คือ หลักคุณค่าข่าวที่ถูกยึดถือมานานในแวดวงวารสารศาสตร์ จนกระทั่งปัจจุบันนั้น ยังสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ได้หรือไม่ รวมทั้งวิธีการตรวจสอบข้อมูล และรูปแบบการใช้ข้อมูลจาก

สื่อสังคมออนไลน์ที่สมควรเสนอเป็นข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์ควรเป็นอย่างไร
ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง คุณค่าข่าวที่มีผลต่อการคัดเลือกประเด็นข่าวจาก
สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ทราบหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าว การตรวจสอบ
ข้อมูล และรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในทัศนะของสื่อมวลชนใน
ฐานะผู้ปฏิบัติงานภาคสนามด้านการผลิตข่าว และในทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสาร
มวลชน ซึ่งมีบทบาทในการพัฒนาและเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการผลิตข่าว
และการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพสื่อ โดยเปรียบเทียบความเหมือนและ
ความแตกต่างจากทั้งสองมุมมองนี้ เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาข่าว
และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ของรายการข่าวโทรทัศน์ที่
สามารถนำไปใช้ได้จริงทั้งในภาคปฏิบัติ และเป็นไปตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณ
ของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบหลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก
ประเด็นข่าว การตรวจสอบข้อมูล และรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่
สมควรเสนอเป็นข่าวในทัศนะของสื่อมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อข่าวในยุคดิจิทัล

แนวทางการสื่อข่าวในยุคดิจิทัลนี้ มีลักษณะคล้ายกับการสื่อข่าวทั่วไป
หากแต่การสื่อข่าวจะต้องมุ่งผลิต และรายงานข่าวสำหรับหลายช่องทางสื่อสาร
ซึ่งแยกเป็นหัวข้อย่อยตามขั้นตอนการผลิตข่าว 3 ขั้นตอน (สตาร์ตัน ดิษยวรรณนะ
จันทราวฒนากุล และจักร์กฤษ เพิ่มพูล, 2557, หน้า 84-88) ดังนี้

1) ขั้นตอนการเตรียมการ (Pre-production)

1.1) การกำหนดประเด็นการสื่อข่าว การกำหนดประเด็นในการนำเสนอ
ข่าวเป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อข่าว เพราะเป็นตัวกำหนดขอบเขตของ
ข้อมูล และแหล่งข่าวที่ผู้สื่อข่าวต้องค้นหา รวมทั้งยังเป็นตัวชี้วัดความนิยมในการเข้าถึง

ข่าวสารของทางสถานีโทรทัศน์อีกด้วย โดยหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าว เป็นไปตามหลักคุณค่าข่าว (news values)

1.2) การแสวงหาข้อมูลและสารสนเทศ สามารถทำได้หลายวิธีมากกว่าในอดีต โดยผู้สื่อข่าวสามารถหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงผ่านการขอข้อมูล และสัมภาษณ์แหล่งข่าว นอกจากนี้ยังสามารถหาข้อมูลแวดล้อมจากแหล่งข่าวทุติยภูมิต่าง ๆ (secondary source) โดยมีเครื่องมือสำคัญ คือ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์

1.3) การเข้าถึงแหล่งข่าว ในยุคดิจิทัลนี้แหล่งข่าวสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นกว่าอดีตซึ่งแหล่งข่าวมีอยู่อย่างจำกัดและเข้าถึงค่อนข้างยากลำบาก การเข้าถึงแหล่งข่าวต้องอาศัยความไว้วางใจหรือเชื่อใจจากการทำงานร่วมกันมาหรือเคยให้สัมภาษณ์กันมานานจนไว้วางใจในการที่จะยอมให้ข้อมูลได้ทุกเวลาตามที่ผู้สื่อข่าวร้องขอ การเข้าถึงแหล่งข่าวสามารถกระทำได้เพียง 2 วิธี คือ การพบหน้าโดยตรง และการใช้โทรศัพท์เพื่อสัมภาษณ์ ซึ่งทั้งสองวิธีนี้ต่างต้องใช้เวลาอันพอสมควรกว่าจะได้ข้อมูลที่ต้องการ แต่ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวช่วยให้ช่องว่างของแหล่งข่าวกับผู้สื่อข่าวแคบลง ผู้สื่อข่าวมีแหล่งข่าวเพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญยังช่วยมีความยืดหยุ่นในการเข้าถึงแหล่งข่าวได้มากขึ้นด้วย

1.4) การสัมภาษณ์แหล่งข่าว เป็นวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลที่สำคัญวิธีหนึ่งของการสื่อข่าวในทุกช่องทาง โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลนำเสนอเป็นรายงานข่าว และการสัมภาษณ์เพื่อนำออกอากาศรายการข่าว ซึ่งอาจจะเป็นรายงานข่าวสด (live) หรือการบันทึกเทปไว้ส่งหน้า

1.5) การตรวจสอบข้อมูล ถือเป็นหัวใจของการทำงานข่าว เพราะผู้สื่อข่าวทุกคนต้องตรวจสอบข้อมูลทุกชิ้นก่อนเผยแพร่สู่วงกว้าง การตรวจสอบข้อมูลมีระดับความยากง่ายแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเด็นข่าว ส่วนรูปแบบของการตรวจสอบข้อมูลมีหลากหลายวิธี ทั้งการตรวจสอบทางตรงจากผู้ให้ข้อมูล และทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลแวดล้อมหรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ผู้สื่อข่าวสามารถใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ในการตรวจสอบข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้รับสารซึ่งเป็นทั้งกระบวนการตรวจสอบข้อมูล และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วย

2) ขั้นตอนการผลิตข่าว/การสื่อข่าว/การรายงานข่าว (Production)

ขั้นตอนในการผลิตคลิปวิดีโอข่าว ประกอบไปด้วย การถ่ายภาพวิดีโอ การเขียนข่าว การใส่เสียงบรรยาย และการตัดต่อภาพวิดีโอ เพื่อนำไปเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ หรือช่องทางอื่น ๆ ต่อไป นอกจากนี้ในบางครั้งผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องใช้วิธีการรายงานสด เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และนำติดตามในเนื้อหาข่าวด้วย

3) ขั้นตอนหลังการสื่อข่าว (Post-Production)

หลังการผลิตข่าวและเผยแพร่ข่าวसारออกไปยังช่องทางต่าง ๆ แล้ว ในขั้นตอนหลังการสื่อข่าว คือ การสำรวจความคิดเห็นของผู้รับสารเพื่อรับทราบข่าวที่เผยแพร่ออกไปนั้น สร้างผลกระทบต่อผู้รับสาร สังคม และประเทศชาติอย่างไรบ้าง ผู้รับสารมีความรู้สึกต่อข่าวที่นำเสนออย่างไร รวมทั้งเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าข่าว

สื่อมวลชนจะมีเกณฑ์หรือมาตรฐานคล้ายคลึงกันในการคัดเลือกเหตุการณ์หรือประเด็นที่จะนำมาเป็นข่าว เกณฑ์นี้เรียกว่า หลักคุณค่าข่าว (news values) หลักการพิจารณาข่าว (news judgment) หรือองค์ประกอบของข่าว (news factors or news elements) ซึ่งเป็นเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังการเลือกรายหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มาเป็นข่าว (Falkerts & Lacy, 2004 อ้างถึงใน เสริมศิริ นิลดำ, 2550, หน้า 12) โดยเกณฑ์การพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดมีความสำคัญ น่าสนใจ และมีคุณค่าพอที่จะเป็นข่าวตามแนวคิดของนักวิชาการและนักวิชาชีพควรมีลักษณะดังนี้ (สมสุข ทินวิมาน และคณะ, 2554, หน้า 88-89; ศศิธร ยูวโกศล, 2545, หน้า 17-18)

1) ความรวดเร็วหรือความทันเหตุการณ์ (Immediacy or Timeliness) หมายถึง ความรวดเร็วฉับไวในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้กับผู้ชมได้รับทราบทันที ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ เช่น เครื่องบินตก แผ่นดินไหว เป็นต้น โดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ ย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนใจของมนุษย์เราทั้งสิ้น ดังนั้นสื่อมวลชนจึงแข่งขันกันที่ความฉับไวทันต่อเหตุการณ์ในการนำเสนอข่าว ยิ่งเหตุการณ์เกิดขึ้นล่าสุดเท่าไรคุณค่าข่าวหรือความสนใจของผู้รับสารก็มากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้หากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตแต่เพิ่งนำมาเปิดเผยก็จัดอยู่ในส่วนนี้ด้วยเช่นกัน

2) ความใกล้ชิด (Proximity) หมายถึง เหตุการณ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ชม ทั้งทางด้านเวลา ระยะทาง และความคิด ไม่ว่าจะเป็นการรู้จักบุคคลในข่าว สถานการณ์ และสถานที่ที่เกี่ยวข้องในข่าว เช่น เหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในประเทศ หรือเหตุภัยพิบัติในประเทศเพื่อนบ้าน เหตุระเบิดในต่างประเทศแต่มีคนไทยเสียชีวิต ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์โดยทั่วไปที่มักจะให้ความสนใจต่อสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากกว่าสิ่งที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยทั่วไปบรรณาธิการข่าวมักจะคัดเลือกประเด็นข่าวที่เป็น “ข่าวท้องถิ่น” หรือใกล้ชิดกับผู้ชมให้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ต่อผู้ชมซึ่งมีความสัมพันธ์และได้รับผลกระทบที่มาจากข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

3) ความแปลกหรือความผิดปกติ (Oddity or Unusual) เป็นเหตุการณ์ไม่ปกติและไม่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน หรือเกิดขึ้นไม่บ่อย เช่น การเปลือยกายประท้วงขององค์กรพิทักษ์สิทธิสัตว์ (PETA) เพื่อต่อต้านการทารุณกรรมสัตว์ซึ่งโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้วมักสนใจต่อสิ่งใดก็ตามที่แปลกหรือไม่เคยเห็นมาก่อน

4) ผลกระทบ (Impact or Consequence) เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก อาจเป็นผลกระทบทางความเป็นอยู่ การครองชีพ หรือทางสังคม ผลกระทบนี้อาจเกิดขึ้นโดยทางตรงหรือทางอ้อม เช่น อุทกภัย ทำให้ประชาชนในหลายพื้นที่ได้รับความเดือดร้อนอย่างหนัก หรือปัญหาสังคม สิ่งแวดล้อม รวมทั้งโรคระบาด ซึ่งเหตุการณ์ใดก็ตามเมื่อเกิดขึ้นแล้ว มีผลกระทบต่อผู้คนเป็นจำนวนมากย่อมมีคุณค่าข่าวสูงกว่าอุบัติการณ์ที่มีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนน้อย

5) ความน่าสนใจของปุถุชนหรือความเร้าอารมณ์ (Human interest or Emotion) ความสนใจของมนุษย์ส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นโศกเศร้า ไปจนถึงดีใจ รัก เกลียด อิจฉา กลัว ขบขัน ความปรารถนาดี ความโกรธแค้น สะเทือนใจ เช่น เหตุการณ์เครื่องบินตก ทำให้มีผู้เสียชีวิตจำนวนมาก เหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบเหล่านี้ มักทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย

6) ความมีเงื่อนงำ (Suspense or Mystery) เป็นเหตุการณ์ที่มีความเงื่อนงำหรือยังไม่คลี่คลายหรือไม่ชัดเจน เช่น การคอร์รัปชันของรัฐมนตรี หรือเหตุฆาตกรรมอำพราง

7) ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้ง การต่อสู้ หรือความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน ทำให้เหตุการณ์ผิดปกติไปจากที่ควรจะเป็น เช่น การประท้วงทางการเมือง หรือสงคราม

8) ความก้าวหน้า (Development or Progress) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเจริญก้าวหน้าในสังคม การพัฒนา วิทยาการ เทคโนโลยี หรือการค้นพบใหม่ ซึ่งล้วนแต่มีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น การค้นพบโรคใหม่ ความสำเร็จในการทดลองวัคซีนโรคต่าง ๆ การค้นพบดาวดวงใหม่ หรือการส่งยานอวกาศ เป็นต้น

9) ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence) เป็นเหตุการณ์ที่มีความเด่นหรือความสำคัญของบุคคล สถานที่ และสิ่งของ มักเป็นสิ่งที่ดึงดูดและกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้ชม เช่น การเสียชีวิตของนักแสดงชื่อดัง หรือไฟไหม้สถานที่สำคัญ เป็นต้น

10) องค์ประกอบทางเพศ (Sex) เหตุการณ์ที่มีเรื่องเพศมาเกี่ยวข้องมักได้รับความสนใจจากผู้ชมซึ่งนับเป็นเรื่องธรรมดาของมนุษย์ และจัดเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวมากที่สุด เช่น ข่าวอาชญากรรมที่ฆาตกรเป็นหญิง หรือข่าวการเมืองที่เกี่ยวกับผู้นำรัฐบาลที่เป็นหญิง นอกจากนี้องค์ประกอบด้านวัยก็ทำให้เหตุการณ์มีคุณค่าข่าวได้เช่นกัน โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเด็กหรือผู้สูงอายุ เช่น เหตุการณ์เด็กหาย ผู้สูงอายุถูกต้มตุ๋นชิงทรัพย์ การทำร้ายร่างกายเด็กหรือผู้สูงอายุ รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคมด้วย เช่น การต่อสู้เพื่อแก้กฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี หรือเพศที่สาม เป็นต้น

นอกจากนี้จากงานวิจัยของศศิธร ยูวโกศล (2545) ศึกษาเรื่อง การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสารพบว่า คุณลักษณะของเรื่องหรือเหตุการณ์ที่ควรนำเสนอเป็นข่าวตามความคิดของผู้รับสารทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีดังนี้

1) ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในสังคมโดยรวม เช่น ความก้าวหน้า หรือการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

2) ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงต่อตนเอง เช่น เรื่องที่ให้ความรู้มีความใกล้ชิดกับประชาชนผู้รับสารทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน การให้กำลังใจ หรือการเป็นแบบอย่าง

3) จริยธรรมหรือคุณธรรม หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่นำเสนอเป็นข่าวควรมีเรื่องของจริยธรรมหรือคุณธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ทั้งเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้น มีความถูกต้อง ให้อุทาหรณ์ ไม่สร้างความเดือดร้อน ถูกศีลธรรม และทำให้เกิดแรงบันดาลใจ เป็นต้น

4) ความไม่ปกติ หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ผิดปกติ ลึกลับ ช่อนเงื่อน มีปมความขัดแย้ง โดยทั่วไปมนุษย์มักสนใจในเรื่องที่ไม่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป รวมทั้งเรื่องที่กระตุ้นให้เกิดความสงสัยน่าติดตาม

5) ความบันเทิง หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเกิดอารมณ์คล้อยตาม เช่น เรื่องเหลือเชื่อ เรื่องเบาสมอง เรื่องส่วนบุคคล เป็นต้น

6) เรื่องราวในทางบวกหรือสร้างสรรค์ ทั้งเรื่องที่ถูกศีลธรรม ยกย่อง จิตใจ จรรโลงใจ เช่น ข่าว การทำความดี ข่าวการพัฒนาต่าง ๆ เป็นต้น

7) ความทันสมัยเหตุการณ์และความสำคัญ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ มีความรวดเร็วในการนำเสนอหรือรายงานเหตุการณ์ รวมถึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

8) ความทุกข์ยากของประชาชน เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ความทุกข์ยากของประชาชนในระดับรากหญ้าเข้าถึงระดับชุมชน เช่น ข่าวปัญหาเศรษฐกิจของหมู่บ้าน แม่ค้าพ่อค้าริมถนน เป็นต้น

9) ความสนใจใคร่รู้ เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจตามปฏุนวิสัยเกี่ยวข้องกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวแปลกประหลาด น่าตื่นเต้น เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ข่าวแต่ละเรื่องไม่จำเป็นต้องมีคุณค่าข่าวครบทั้งหมดตามที่กล่าวข้างต้น เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่น่ามาใช้เพื่อเป็นเกณฑ์การประเมิน และให้เหตุผลว่าเหตุการณ์ใดควรจะได้รับนำเสนอเป็นข่าวหรือไม่จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าข่าวที่รวบรวมมาข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เกณฑ์การคัดเลือกประเด็นข่าว ด้วยหลักคุณค่าข่าว ดังนี้ 1) ความรวดเร็วหรือความทันสมัยเหตุการณ์ 2) ความใกล้ชิด 3) ความแปลกหรือความผิดปกติ 4) ผลกระทบของเหตุการณ์ และผลกระทบของข้อมูลที่น่าเสนอทั้งต่อส่วนรวมและต่อบุคคล

- 5) ความน่าสนใจของปुरुชนหรือความร่ำรวย 6) ความมีเงินงำ 7) ความขัดแย้ง
- 8) ความก้าวหน้า 9) ความสำคัญหรือความเด่น 10) องค์ประกอบทางเพศ และ
- 11) ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวมหรือประโยชน์เฉพาะบุคคล

3. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว

ในสภาวะของภูมิทัศน์สื่อที่หลอมรวมกระบวนการสื่อสาร ทั้งในด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และช่องทางเผยแพร่ข้อมูล อีกทั้งทักษะของปัจเจกบุคคลเปลี่ยนเป็นทั้งผู้รับสาร และผู้ส่งสารในตัวคนเดียว โดยมีทักษะที่หลากหลายในการใช้สื่อและเครื่องมือในการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อสารนี้ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญประการหนึ่งคือ เนื้อหาที่ผู้ใช้ผลิต (user-generated content: UGC) ซึ่งก็คือ การที่ประชาชนทั่วไปลงมือผลิตเนื้อหา และสื่อต่าง ๆ ด้วยตนเอง (มีทนา เจริญวงศ์, 2562, หน้า 1) ถูกนำมาใช้โดยสื่อกระแสหลักเพิ่มมากขึ้น ทำให้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอาวุธที่ทรงพลังที่สุดให้กับประชาชนทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน เมื่อใครที่สามารถหาซื้อแล็บท็อป โทรศัพท์มือถือ และกล้องถ่ายรูปดิจิทัลได้อย่างสะดวกสบาย คนเหล่านี้ก็แปรสภาพจากผู้รับสารมาเป็นผู้สื่อข่าว และแปรสภาพของข่าวจากเดิมที่ผู้สื่อข่าวนำเสนอแต่เพียงฝ่ายเดียว มาเป็นการสนทนาแลกเปลี่ยนระหว่างผู้คนในชุมชน จากคนนำเสนอข่าวสู่คนรับสาร เป็นปรากฏการณ์แห่งความเปลี่ยนแปลงอันลุ่มลึกและกว้างขวางที่มีผลต่อการทำข่าวและบริโภคข่าว ซึ่งเสริมสร้างให้เกิดความแข็งแกร่ง และเพิ่มพลังของคนทำข่าวอย่างน้อยสี่ประการ (สุทธิชัย หยุ่น, 2555, หน้า 60-61) ได้แก่

- 1) ค่าใช้จ่ายในการผลิตเนื้อหาข่าวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเปิดทางให้มีผู้ผลิตเนื้อหาข่าวมากขึ้น
- 2) ทำให้ที่ตั้งของจุดภูมิศาสตร์หมดความหมาย กล่าวคือ ผู้บริโภคข่าวสารสามารถรับรู้ และเข้าถึงเนื้อหาสาระของคนทำข่าวได้จากทุกแห่ง และทำให้ผู้คนทั่วไปเข้าถึงข่าว และข้อมูลอย่างง่ายดายนกว่าแต่ก่อนอย่างมหาศาล
- 3) เมื่อเครื่องมือการสื่อสารทันสมัย สะดวกสบาย ทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถใช้โทรศัพท์มือถือรายงาน สัมภาษณ์ ตัดต่อ ส่งคลิปเสียง และภาพอย่างทันทีทันใดไม่ว่าจะทำงานอยู่ ณ จุดใดก็ตาม

4) ปรับคุณภาพระหว่างคนทำข่าวกับผู้บริโภคข่าวอย่างมีความหมายสำคัญยิ่ง เพราะยุคดิจิทัลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างคนทำข่าวอาชีพกับผู้บริโภคข่าวสลับสับเปลี่ยนเข้าสู่ความเป็นสังคมประชาธิปไตยมากขึ้นในหลายโอกาส นักข่าวพลเมืองมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าผู้สื่อข่าวมืออาชีพ และการสื่อสารทิศทางเดียวจากสื่อไปถึงผู้บริโภคข่าวอย่างที่เคยมีมา ต้องปรับเปลี่ยนมาเป็นการสื่อสารหลากหลายมิติอย่างน่าตื่นตาตื่นใจ

จะเห็นได้ว่า วิธีการรายงานข่าวยุคดิจิทัลที่ “ทุกคนเป็นผู้สื่อข่าวได้” เปิดโอกาสให้แง่มุมของข่าวเพิ่มความหลากหลายขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็จะต้องตรวจสอบความถูกต้องของข่าวอย่างระมัดระวัง เพื่อให้เนื้อหาของการผสมผสานระหว่างมืออาชีพร่วมมืออาสาทางด้านข่าวสารมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์บางเรื่องกำหนดการรับรู้ของสังคมได้ โดยสามารถสร้างผลกระทบในเชิงการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสื่อขยายประเด็นการนำเสนออย่างรอบด้าน

ผู้สื่อข่าวยุคใหม่ไม่เพียงแต่จะต้องผลิตข่าว และเนื้อหาสาระที่แตกต่างเท่านั้น แต่ยังต้องให้สาธารณชนผู้บริโภคข่าวเห็นว่าเป็นข่าวที่ผู้สื่อข่าวสืบค้นข้อมูลหรือเรื่องราวจากต้นตอของข่าวด้วยตนเอง (original reporting) เพราะปัจจุบันเป็นยุคที่มีข่าวสารจำนวนมาก และส่วนใหญ่เป็นการลอกกันไปมา ซึ่งไม่ได้แสดงถึงความรู้ความสามารถของคนทำข่าวในยุคดิจิทัลที่จะต้องพิสูจน์ฝีมือด้วยการแสวงหาสาระที่ใหม่ ดังนั้นการที่ผู้สื่อข่าวไปยังที่เกิดเหตุ เจาะเข้าไปถึงเนื้อหาของข่าวอย่างลุ่มลึก สะท้อนถึงผลของความเป็นไปที่มีต่อชุมชนนั้น ๆ และพร้อมที่จะผลิตในรูปแบบมัลติมีเดีย (multimedia) ทั้งตัวหนังสือ เสียง วิดีโอ กราฟิก (infographic) ตลอดไปถึงแอนิเมชันที่จะทำให้การเล่าเรื่องดำเนินไปอย่างน่าตื่นตาตื่นใจ และไม่อาจหาได้จากผู้สื่อข่าวคนอื่น บทบาทของผู้สื่อข่าวมืออาชีพในฐานะ “watchdog” และ “gatekeeper” ยังมีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะเมื่อเกิดภาวะ “ข่าวสารล้น” และจำเป็นต้องที่จะต้องมึนักรู้สารมวลชนที่ได้รับการฝึกฝนเป็นพิเศษในการทำหน้าที่สืบสวนสอบสวนข่าวสาร และตรวจสอบตามหลักจริยธรรมที่สังคมต้องการอย่างยิ่ง (สุทธิชัย หยุ่น, 2555, หน้า 19-20)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน สำหรับการเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 6 คน การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงในกลุ่มสื่อมวลชนนั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากตำแหน่งบรรณาธิการข่าว หรือผู้ควบคุมการผลิตที่มีบทบาทหน้าที่ในการคัดเลือกระเด็นข่าว ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ออกอากาศช่วงเวลา 06.00-09.00 น. ที่มีความนิยมของผู้ชม (rating) ประจำเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ติดอันดับ 1-3 จำนวน 3 ท่าน โดยผู้วิจัยได้ใช้นามแฝงและกำหนดรหัส ดังนี้

ตารางที่ 1 การกำหนดรหัสผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มสื่อมวลชน

รหัส	ตำแหน่ง/ที่ทำงาน	อันดับความนิยมของผู้ชมประจำเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562
สื่อมวลชน 1	บรรณาธิการข่าวเช้า สถานีโทรทัศน์เอกชน	1
สื่อมวลชน 2	ผู้ควบคุมการผลิตรายการข่าวเช้า สถานีโทรทัศน์เอกชน	2
สื่อมวลชน 3	บรรณาธิการข่าวเช้า สถานีโทรทัศน์เอกชน	3

สำหรับการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงในกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนนั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากผู้ที่มีประสบการณ์การสอนด้านสื่อสารมวลชนไม่น้อยกว่า 5 ปี ที่มีความเชี่ยวชาญ หรือมีผลงานวิชาการด้านงานข่าวในยุคดิจิทัล สื่อดิจิทัล หรือสื่อสังคมออนไลน์ และดำรงตำแหน่งคณะกรรมการ หรือที่ปรึกษาในองค์กรวิชาชีพสื่อในขณะที่กำลังศึกษาวิจัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ทั้งในด้านวิชาการ และการทำหน้าที่กำกับดูแลกันเองในองค์กรวิชาชีพสื่อของผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 3 ท่าน โดยผู้วิจัยได้ใช้นามแฝงและกำหนดรหัส ดังนี้

ตารางที่ 2 การกำหนดรหัสผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

รหัส	ตำแหน่ง/ที่ทำงาน	คณะกรรมการ/ที่ปรึกษาในองค์กรวิชาชีพสื่อ
นักวิชาการ 1	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน	คณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมัยที่ 11 ปี 2561-2563
นักวิชาการ 2	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเอกชน	คณะกรรมการจริยธรรมผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารมวลชน สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ 9 ปี 2561-2563
นักวิชาการ 3	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเอกชน	ที่ปรึกษาสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ สมัยที่ 9 ปี 2562-2563 และคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ 9 ปี 2561-2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยผู้วิจัยได้นำข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (content validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence: IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา ความชัดเจน และความเหมาะสมของภาษาจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

- 1) รองศาสตราจารย์ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- 2) คุณนิรมล ประสารสุข ผู้จัดการสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย
- 3) คุณชลธิศ แก้วประเสริฐสม เจ้าหน้าที่แผนและยุทธศาสตร์ข่าวชำนาญการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดยเมื่อนำมาทดสอบพบว่า ข้อคำถามมีความเที่ยงตรง และสามารถใช้ได้ โดยมีค่าความตรงด้านเนื้อหาที่ 0.67-1.00 จำนวน 10 ข้อ และข้อคำถามที่ไม่สามารถใช้ได้ โดยมีค่าความตรงด้านเนื้อหาต่ำกว่า 0.50 จำนวน 2 ข้อ

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ด้วยการให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตรวจสอบซ้ำ (Member checking) โดยเมื่อผู้วิจัยถอดเทปสัมภาษณ์แล้วจึงขอให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และการตีความของผู้วิจัยอีกครั้ง ก่อนจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และสรุปผลต่อไป (พิเชษฐ์ วงศ์เกียรติขจร, 2559, หน้า 196)

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดกลุ่ม และเปรียบเทียบจุดเหมือนจุดต่างของข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสองกลุ่ม คือ สื่อมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน จากนั้นนำข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน หรือประเภทเดียวกันรวมกันเป็นประเด็น แล้วนำหลาย ๆ ประเด็นรวมกันจัดเป็นกลุ่มประเด็น และหาความสัมพันธ์ เพื่อสร้างบทสรุปในภาพรวม

ผลการวิจัย

1. หลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์

หลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ ในทัศนะของสื่อมวลชน มี 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ความสนใจของปวงชน เป็นเหตุการณ์ที่ประชาชนให้ความสนใจ ทำให้เกิดความสะเทือนใจ และเร้าความรู้สึกของผู้ชม เช่น ข่าวการย้ายและตั้งคณะกรรมการ สอบผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาลวัดมเหยงคณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช หลังมีการนำ ภาพวิดีโอหน้าเศษผักกับวิญญาณไก่เป็นอาหารกลางวันให้เด็กนักเรียน ซึ่งเป็นประเด็น ดังในสื่อสังคมออนไลน์ ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“เรานำเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ เพราะทำให้เรารู้สึกว่าเป็น เรื่องที่สังคมสนใจ เวลาเรานำเสนอข่าวเราก็ต้องเลือกคลิปที่กลุ่มเป้าหมายเราสนใจ กลุ่มเป้าหมายเราดู” (สื่อมวลชน 1, สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2562)

“ถ้าเรื่องนั้นมันน่าสนใจ มันเป็นแบบ human interest ก็จะลงไป ตะแมัน จะลงไปขยายความ ขยายประเด็น และตรวจสอบว่ามันเป็นเรื่องจริงหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาเสนอ เรายังเชื่ออยู่ว่า ถ้าเราดึงเรื่องจากโซเชียลมาแล้ว มันก็จะ กลายเป็นกระแส ที่สามารถขับเคลื่อนไปสู่การแก้ปัญหาได้” (สื่อมวลชน 2, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2562)

ทั้งนี้ในกรณีการนำข้อมูลมาจากสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชนจะมีการพิจารณาจากจำนวนการแสดงความคิดเห็น (comment) ไลก์ (like) หรือการแชร์ต่อ (share) เนื่องจากสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องที่ประชาชน และสังคมกำลังให้ความสนใจ ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“เกณฑ์ส่วนใหญ่ที่เราใช้ คือ เรามองก่อนว่ามีความน่าสนใจหรือไม่ ทั้งที่ประชาชนสนใจ และทีมงานผู้ผลิตรายการข่าวสนใจ เช่น กรณีเพชบุรี ก็จะพิจารณาจากจำนวนคอมเมนต์ จำนวนไลค์ จำนวนการแชร์ต่อ การติดแฮชแท็ก หรือบางครั้งเราพบว่า เนื้อหาบางคลิปมีคนกดไลค์แค่ 60-70 คน แต่เป็นคลิปที่ดูน่าสนใจ เราก็นำเสนอไป สุดท้ายแล้วคลิปนี้อาจจะเป็นที่สนใจตามหลังเรามากก็ได้” (สื่อมวลชน 3, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2562)

2) ความใกล้ชิด เป็นเหตุการณ์ที่มีความใกล้ชิดกับประชาชน ทั้งในด้านความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางความคิด จิตใจ ร่างกาย และสถานที่ เช่น ข่าวการแชร์คลิปวิดีโอฝาท่อระบายน้ำเปิดทิ้งไว้โดยไม่มีหน่วยงานใดเข้าไปดูแล แม้ไม่ได้เป็นประเด็นดัง แต่เป็นเรื่องใกล้ตัวที่อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุกับใครก็ได้ หรือข่าวภูเขาไฟแผ่นดินไหว แผ่นดินถล่มที่ต่างประเทศ โดยมีคนไทยติดอยู่ก็จะเป็นความใกล้ชิดทางความรู้สึกของคน ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“บางคลิป บางเหตุการณ์ มันเป็นเรื่องใกล้ตัวคน เป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้ มันสามารถเกิดขึ้นกับใครก็ได้ ก็จะเป็นเกณฑ์หนึ่งที่เราเลือกมาใช้ เช่น มีการแชร์คลิปฝาท่อระบายน้ำเปิดทิ้งไว้ไม่มีใครไปดูแล คือมันไม่ได้เป็นประเด็นที่ดังมากมาย แต่ใคร ๆ ก็อาจเกิดอุบัติเหตุจากเหตุการณ์แบบนี้ได้” (สื่อมวลชน 3, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2562)

3) ผลกระทบ เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ทั้งความเป็นอยู่ ค่าครองชีพ หรือทางสังคมซึ่งเกิดขึ้นโดยตรง หรือทางอ้อม เช่น ข่าวการจอดรถขวางหน้าบ้าน ซึ่งแม้จุดเริ่มต้นจะเป็นปัญหาในระดับบุคคล แต่นำไปสู่การหาแนวทางการแก้ไขปัญหาการจอดรถขวางหน้าบ้านในระดับสังคมได้ ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“เราจะเลือกเฉพาะเรื่องที่มีประโยชน์ เรื่องสุขดิบนิบทา เราแทบไม่สนใจ เรามักจะหยิบประเด็นเรื่องที่กระทบกับบุคคล กับคนในสังคม กับกลุ่มเป้าหมายของเรา” (สื่อมวลชน 1, สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2562)

4) ความขัดแย้ง เป็นเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้ง การต่อสู้ หรือความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน เช่น ข่าวคอนโดร็องเรียนคณะจิวทำการแสดงเสียงดัง ซึ่งเป็นประเด็นความขัดแย้งระหว่างชุมชนเมืองกับวัฒนธรรม หรือข่าวเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทในเทศกาลแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“กรณีมีคนโพสต์เรื่องคอนโดกับจิวมันเป็นเรื่องของชุมชนเมืองกับวัฒนธรรม เรื่องมันดูมี conflict เรื่องแบบนี้เราจะเตะ เราก็จะหยิบมาเล่น แล้วหลังจากนั้นเราก็จะส่งนักข่าวลงพื้นที่ว่ามันเป็นยังไง จิวมันถูกผลกระทบยังไง เล่นแล้วชาวคอนโดเขาไม่พอใจแบบไหน มันมีความขัดแย้งแบบนี้เกิดขึ้นมานานแค่ไหน ยังไงเราก็จะได้ข้อมูลในเชิงความขัดแย้ง ด้านวัฒนธรรมกับสังคมเมืองที่มันเกิดขึ้นในเชิงสังคม ซึ่งมันไม่ใช่ข่าวเหตุการณ์” (สื่อมวลชน 2, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2562)

5) ความแปลก หรือเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ ซึ่งไม่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน หรือเกิดขึ้นบ่อย เช่น ข่าวการแข่งขันขันตีเมเปียร์ แล้วมีผู้เข้าแข่งขันเสียชีวิต ซึ่งผู้เข้าแข่งขันมีร่างกายไม่พร้อมแล้วไม่รู้ตัว ข่าวภาพพวงหรีดชุดนักเรียน ข่าวตัวเงินตัวทองเกาะตู้เอทีเอ็ม หรือข่าวการทอดไข่เจียวได้โดยไม่ต้องใช้น้ำมัน ไม่ต้องจุดไฟใช้แต่แสงอาทิตย์ เป็นต้น ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“เราเห็นว่าเรื่องมันแปลก มันเป็นเรื่องของการจัดการแข่งขันขันตีเมเปียร์ คนที่ร่างกายไม่พร้อม แล้วไม่รู้ตัวว่ามีผลกับร่างกายและสุขภาพ หรือภาพพวงหรีดชุดนักเรียน หรือตัวเงินตัวทองเกาะตู้เอทีเอ็ม ซึ่งเป็นเรื่องสัสสัน ๆ” (สื่อมวลชน 2, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2562)

ส่วนในทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน เน้นการพิจารณาใน 2 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1) ผลกระทบของข้อมูลที่น่าเสนอ ทั้งผลกระทบต่อส่วนรวมและผลกระทบต่อบุคคลที่อยู่ในเรื่อง ในประเด็นศาสนา วัฒนธรรม สถาบันที่เคารพนับถือ ความเหลื่อมล้ำทางเพศ ความรุนแรงที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน โดยจะต้องคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลด้วย เช่น ข่าวเด็กมีเรื่องทะเลาะวิวาทขณะใส่ชุดนักเรียน ซึ่งผู้ปกครองของเด็กอาจจะไม่อยากให้ลูกเป็นข่าวก็ได้ หรือข่าวที่มีคนไทยใส่ชุดไทยไปรับปริญญาที่ต่างประเทศ แม้จะเป็นเรื่องดี แต่ผู้ที่อยู่ในข่าวอาจไม่อยากเป็นข่าว หรือไม่อยากให้ใครพูดถึงก็ได้ ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“ประการสำคัญ ถ้าเราจะนำเสนอไปเลย คำตอบมันอยู่ที่ว่ามันไปพาดพิงถ้าทางบวาก็โอเค ซิงออกเลย ถ้าทางลบ ต้องหยุดเลย มันทำให้เขาเสื่อมเสียหรือเปล่า ไปซ้ำเติมความเศร้าโศกเสียใจ หรือไปฉายซ้ำ เป็นการประจานเขาหรือเปล่าในเรื่องศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ หรือทำให้เกิด differentiation หรือทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำ

ไม่ว่าจะเป็นด้านเพศ หรือด้านอะไรก็แล้วแต่” (นักวิชาการ 1, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม 2562)

“เท่าที่มือนิตเตอร์ดู มักจะมองในมุมมองของปรากฏการณ์ที่คนสนใจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความขัดแย้ง เรื่องดราม่า ความรุนแรง ประเด็นทางเพศเป็นหลักมากกว่าจะมองในประเด็นคุณค่าเรื่องของผลกระทบที่มีต่อสังคม ประเด็นเรื่องผลกระทบมีอยู่บ้าง แต่มักจะอยู่ท้าย ๆ สิ่งที่ควรจะคำนึงถึงคือ ประเด็นที่นำเสนอามีผลกระทบกับคนที่รับข้อมูลข่าวสารหรือไม่ บางครั้งหยิบมาโดยที่ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องผลกระทบ เช่น คลิปเกี่ยวกับเด็ก เยาวชน หรือความรุนแรงที่หยิบมานำเสนอ มันอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบกับบุคคลที่ตกเป็นข่าว หรือบุคคลที่รับข้อมูลข่าวสารก็ได้ ซึ่งต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากอย่างที่บอกว่ามันเป็นมุมมองของการนำเสนอ มุมเดียวเท่านั้นเอง เพราะฉะนั้นต้องคิดให้รอบคอบก่อน” (นักวิชาการ 3, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2562)

2) ความมีประโยชน์ ทั้งประโยชน์ต่อส่วนรวม และประโยชน์เฉพาะบุคคล โดยการทำให้ข่าวให้ลึกลับด้านลงไปถึงรากเหง้าของปัญหาจริง ๆ ว่าอยู่ตรงไหน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาคต่อไป ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“ไม่ใช่แค่สิ่งที่ปูดคนสนใจ แต่เป็นสิ่งที่คนสนใจ และใช้ประโยชน์จากมันได้ด้วย หรือมันทำให้ชีวิตเขาดีขึ้น มันทำให้เขารู้ว่าเขาจะฉลาดกับข้อมูลนั้นอย่างไร ทุกเรื่องคนสนใจได้หมด แต่รู้แล้วฉลาดขึ้นไหม รู้แล้วรู้เท่าทันขึ้นหรือเปล่า รู้แล้วมีประโยชน์ในการเอาไปใช้ในชีวิตจริงของเขาได้ไหม หรือรู้แล้วก็แค่ gossip แล้วก็จบไป อันนั้นนำเสนอทำไม ไม่มีประโยชน์ เป็นสิ่งที่คิดว่าเป็นหลักสำคัญมาก” (นักวิชาการ 2, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2562)

2. การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในทัศนะของสื่อมวลชน มี 3 วิธี ได้แก่ 1) ทาดันทางผู้โพสต์ หากมีประเด็นจากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้สื่อข่าว ทีมงานเฉพาะบรรณาธิการข่าวจะมีการตรวจสอบหาเจ้าของข้อมูล โดยหาว่าใครเป็นคนโพสต์ จากนั้นติดต่อสอบถามไปยังเจ้าของข้อมูลโดยตรง เพื่อสอบถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของเรื่อง และรายละเอียดต่าง ๆ 2) ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของข้อมูลให้มากที่สุด และ 3) ตรวจสอบ

จากความคิดเห็น (comment) ต่าง ๆ ในโพสต์ เป็นการอ่านความคิดเห็นของคนอื่นต่อข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งช่วยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้ ส่วนในทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนมี 3 วิธีเช่นกัน ได้แก่ 1) หาดันทางผู้โพสต์เพื่อตรวจสอบว่าเป็นข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือ 2) ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของข้อมูลให้มากที่สุด และ 3) การได้มาซึ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีระบบ ด้วยวิธีคราวด์ซอสซิง (crowdsourcing) ซึ่งจะช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรายการข่าวโทรทัศน์สะดวกเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“เรายังสามารถตรวจสอบจากคอมเมนต์ใต้โพสต์นั้น ๆ ได้ด้วย เพราะอาจมีบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือเห็นเหตุการณ์ในวันนั้นเข้าไปอธิบายข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งเป็นการตรวจสอบอย่างหนึ่งในมุมหนึ่ง เหมือนกับคนดูก็ตรวจสอบเองด้วย” (สื่อมวลชน 3, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2562)

“ตอนที่เราใช้วิธีเดียวคือ มอนิเตอร์ เห็นอะไรก็เอามา แต่สิ่งที่เมืองนอกใช้คือ crowd source อย่างมีระบบ ซึ่งมันจะกลั่นกรองคนที่อยากพูดกับเราจริง ๆ คนที่มีข้อมูลจริง แล้วมีการตรวจสอบ ID ด้วยว่าเราอยากได้ข้อมูลแบบไหน” (นักวิชาการ 2, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2562)

3. รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรายการข่าวโทรทัศน์

รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรายการข่าวโทรทัศน์ในทัศนะของสื่อมวลชน มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การนำเสนอเป็นข่าวเหตุการณ์โดยไม่ต่อยอด 2) การนำมาใช้เป็นแหล่งข่าวปฐมภูมิเพื่อขยายประเด็นเชิงลึก และ 3) การนำมาใช้ประกอบการนำเสนอข่าว ส่วนในทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การนำมาใช้เป็นแหล่งข่าวปฐมภูมิเพื่อขยายประเด็นเชิงลึก และการนำมาใช้ประกอบการนำเสนอข่าว เพื่อสะท้อนถึงปัญหา และนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหาดังปรากฏในบทสัมภาษณ์

“สื่อหลักอย่างเราก็ต้องใช้เขาเป็นฐานข้อมูล ก็ต้องเอามาขยายความให้มันเกิดมุมมองที่มีประโยชน์ หากคนให้ข้อมูลมาจากเพจ เราก็จะอ้างอิงเพจแล้วขยายผลไปเจอคนที่จะให้ข้อมูล และก็เช็คไปอีกฝั่งหนึ่งที่ได้รับผลกระทบ อย่างนี้เราก็จะมีต้นทางเป็นโซเชียล มันก็เป็นข่าวเหมือนเราไปเจอข่าวข่าวหนึ่ง แล้วเราก็ลงไปทำ

แล้วเราก็บอกว่าข่าวนั้นมันคืออะไรเกิดขึ้น ที่ไหน อย่างไร” (สื่อมวลชน 2, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2562)

“วิธีการรายงานข่าวเราจะไม่บอกแค่ problem based ว่ามีปัญหา แต่เราจะมี solution based เข้ามาว่า เรามาแก้ปัญหากันไหม หรือว่าอย่างน้อยมีเคสในการที่จะสู้กับเรื่องนั้น ผ่านเรื่องนั้นได้ ก็จะเปลี่ยนมิติในการรายงานข่าว แล้วมันทำให้เราอยากดูข่าวมากขึ้น” (นักวิชาการ 2, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2562)

อภิปรายผล

1. หลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์

หลักคุณค่าข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ที่สื่อมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ให้ทัศนะที่สอดคล้องกัน แต่มีจุดเน้นที่แตกต่างกัน คือ ผลกระทบ สื่อมวลชนเน้นผลกระทบจากเหตุการณ์ต่อสังคมส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญ ดังเช่นงานวิจัยของพรพนทิพา จิตรารุฒิพร และพงษ์ วิเศษสังข์ (2561) ที่พบว่า คลิปวิดีโอจำนวนมากที่นำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นเรื่องของอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่เกิดบนท้องถนน เพราะส่งกระทบต่อสังคมส่วนรวม แต่ในทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนกลับเน้นถึงผลกระทบเชิงลบต่อบุคคลที่ตกเป็นข่าว และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องมากกว่า เพราะเป็นประเด็นที่สื่อมวลชนมักถูกตั้งคำถามเรื่องความเหมาะสมในการทำหน้าที่อยู่เสมอ โดยจากการพิจารณาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมพบว่ามีปัจเจกบุคคลโดยเฉพาะบุคคลสาธารณะจำนวนไม่น้อยที่ออกมากล่าวโทษการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน ว่ากระทำการรุกล้ำเสรีภาพความเป็นส่วนตัว หรือนำประเด็นที่ไม่เต็มใจมาเปิดเผยผ่านสื่อโทรทัศน์ ทั้งยังมีการนำภาพ หรือข้อมูลของบุคคลอื่นมานำเสนอโดยไม่อ้างอิงแหล่งที่มา (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2554, หน้า 386) จากกรณีนี้สะท้อนให้เห็นว่า สื่อมวลชนควรตระหนักถึงขอบเขตความเหมาะสมในการนำเสนอเรื่องราว หรือเหตุการณ์ที่อาจสร้างผลกระทบเชิงลบต่อบุคคลที่ตกเป็นข่าว และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

หลักคุณค่าข่าวที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญยังมีอีกหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ความสนใจของปวงชน ความใกล้ชิด ความขัดแย้ง และความแปลก หรือผิดปกติ

ซึ่งสามารถสร้างความหลากหลายในการนำเสนอข่าวได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของพรณพิไล ปุกหุด (2553) ที่พบว่า กรอบในการคัดเลือกข่าวนั้น ถ้าข่าวใดที่มีความใกล้ชิดต่อคนในสังคมมาก เป็นประโยชน์กับประชาชน เป็นเรื่องที่มีมนุษย์สนใจ มีผลกระทบกระเทือน และมีความแปลก จะได้รับน้ำหนักในการพิจารณาในการจัดอันดับเป็นข่าวลำดับต้น ๆ มากกว่าข่าวอื่น

นอกจากนี้ในทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน เน้นย้ำว่า คุณค่าข่าวด้านความมีประโยชน์ ทั้งประโยชน์ต่อส่วนรวม และประโยชน์เฉพาะบุคคล เป็นสิ่งที่ควรจะนำเสนอเป็นข่าวมากที่สุด เพราะเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในสังคมโดยรวม เช่น ความก้าวหน้า การพัฒนาด้านต่าง ๆ หรือประโยชน์เฉพาะบุคคล ทั้งการดำเนินชีวิตประจำวัน การให้กำลังใจ หรือการเป็นแบบอย่าง โดยข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์บางเรื่องสามารถกำหนดการรับรู้ของสังคมได้ และสามารถสร้างผลกระทบในเชิงการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสื่อขยายประเด็นอย่างรอบด้าน

จากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า หลักคุณค่าข่าวยังถูกใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกประเด็นข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในทัศนะของสื่อมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน แม้จะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันบ้าง ทั้งนี้หลักคุณค่าข่าวที่ใช้อยู่ในประเด็นความสนใจของประชาชนนั้น สื่อมวลชนจะพิจารณาจากกระแสความสนใจของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการตรวจสอบจำนวนการแสดงความคิดเห็น (comment) ไลก์ (like) หรือการแชร์ต่อ (share) ซึ่งทำให้การทำงานสะดวก และรวดเร็วขึ้นกว่าการผลิตข่าวในยุคแอนะล็อก หรือแบบดั้งเดิม

2. การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์

การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นหัวใจของการทำงานข่าวนั้น ทั้งในทัศนะของสื่อมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนพบว่า หากมีประเด็นจากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้สื่อข่าว ทีมงานเฉพาะ และบรรณาธิการข่าวควรหาต้นทางผู้โพสต์ หาเจ้าของข้อมูล โดยหาว่าใครเป็นคนโพสต์ จากนั้นติดต่อสอบถามไปยังเจ้าของข้อมูลโดยตรง เพื่อสอบถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของเรื่อง และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล นอกจากนั้นยังต้องมีการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของข้อมูลให้มากที่สุด สำหรับการตรวจสอบจากความคิดเห็น (comment)

ต่าง ๆ ในโพสต์นั้นสามารถทำได้ เพราะบางครั้งมีคนมาช่วยตั้งคำถาม หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติม ที่อาจต่างแง่มุมกัน ซึ่งสื่อมวลชนสามารถนำไปตรวจสอบ และขยายความต่อได้ (สกุลศรี ศรีสารคาม และคณะ, 2559, หน้า 98-99) อย่างไรก็ตาม มีบางรายการข่าวโทรทัศน์ ที่นำเสนอข่าวในลักษณะ เสนอไปตรวจสอบไป โดยนำเสนอในทุก ๆ ช่วงข่าวพร้อมตรวจสอบเพิ่มเติม หรือขยายข้อมูลเพิ่มเติมไปเรื่อย ๆ ทำให้บางครั้งการนำเสนอข้อมูลผิดพลาด และไม่ถูกต้อง เนื่องจากข้อมูลที่ปรากฏมีจำนวนมาก ทำให้ขาดการตรวจสอบ หรือถ่วงรอกจากกองบรรณาธิการอย่างรอบด้านเหมือนกับการผลิตข่าวในยุคแอนะล็อก หรือแบบดั้งเดิม ทำให้ข้อมูลมีความผิดพลาดสูง นับว่าเป็นประเด็นปัญหาใหญ่จากการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรายงานข่าวสาร (วิวัฒน์ ภูวทิศ, 2560) ดังนั้นหากสื่อมวลชนใช้จุดเด่นในเรื่องความน่าเชื่อถือ โดยนำเสนอข่าวสารอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพบนพื้นฐานบทบาทการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนที่ดี จะสามารถแข่งขันกับองค์กรสื่ออื่น และสื่อสังคมออนไลน์ได้ (พัชรา เอื้ออมรวณิช, 2561)

ทั้งนี้นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ยังเสนอว่า การได้มาซึ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีระบบ ด้วยวิธีการวัดซอสซิง (crowdsourcing) หรือการเปิดรับความคิดเห็น และมุมมองต่าง ๆ ของผู้รับสารอย่างเป็นระบบผ่านแพลตฟอร์มขององค์กรสื่อเอง จะทำให้การทำงานข่าวของสื่อมวลชนสะดวก เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น แพลตฟอร์ม C-Site โดยสื่อสารมวลชนอย่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่เปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ร่วมคิด ร่วมออกแบบเนื้อหา กระทั่งถึงระดับที่ประชาชนลงมือผลิตข่าวเอง หรือผลิตร่วมกับไทยพีบีเอสในฐานะนักข่าวพลเมือง (มีทนา เจริญวงศ์ และ อาภาพรรณ ทองเรือง, 2556, หน้า 274) ซึ่งจะช่วยให้กระบวนการรายงานและผลิตข่าวมีความซับซ้อนของมิติความคิด และมุมมองต่อประเด็นข่าวที่หลากหลาย และแตกต่างมากขึ้น

3. รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรายการข่าวโทรทัศน์

รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยภาพรวมพบว่า มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การนำเสนอเป็นข่าวเหตุการณ์โดยไม่ต่อยอด ซึ่งเป็นการนำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มาใช้โดยไม่ต่อยอดประเด็นเพิ่ม และใช้ข้อมูล

จากสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวเดินเรื่องในการเล่าเรื่อง หรือบอกเล่าเหตุการณ์ 2) การนำมาใช้เป็นแหล่งข่าวปฐมภูมิเพื่อขยายประเด็นเชิงลึก เป็นการนำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในข่าว โดยมีการต่อยอดประเด็น ขยายประเด็นต่อ หรืออธิบายมุมมองต่าง ๆ ในเชิงลึก และ 3) การนำมาใช้ประกอบการนำเสนอข่าว เป็นการนำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นจุดตั้งต้นของประเด็นข่าว โดยจะมีการหาข้อมูลมาอธิบายเพิ่มจากการที่ผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้เชี่ยวชาญในประเด็นนั้น

นอกจากนี้นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนยังเสนอว่า การใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบประกอบการนำเสนอข่าวนั้น ควรสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหาด้วย โดยสุทธิชัย หยุ่น (2555, หน้า 22) ได้อธิบายไว้ว่า ผู้บริโภคข่าวจะตีค่าของผลงานผู้สื่อข่าว ไม่ใช่ความสามารถเสนอข่าวร้อนได้เร็วกว่าคนอื่นตั้งหนึ่งวินาทีหรือสองวินาที แต่ขึ้นอยู่กับว่าใครสามารถเสนอข่าวที่ลึกกว่า อธิบายที่มาที่ไปและวิเคราะห์ได้ สอดคล้องกับความต้องการของคนติดตามข่าวสารได้มากกว่า นั่นคือ “ความแตกต่าง” ที่จะตัดสินว่าผู้สื่อข่าวคนไหนจะได้รับความสนใจและสามารถอยู่ในเวทีแห่งการแข่งขันได้ยาวนานกว่ากัน ดังนั้นข่าวด่วนจึงสู้ข่าวสำคัญที่มีผลต่อความเป็นอยู่หรือวิถีชีวิตของคนไม่ได้ ผู้สื่อข่าวจึงต้องเรียนรู้ และฝึกฝนตนเองในการทำข่าวที่มีลักษณะ “ข่าวยั่งยืน” และ “ข่าวอธิบายความ” โดยเน้นที่ข่าวซึ่งมีนัยสำคัญต่อสังคม และนำไปสู่การแก้ปัญหาได้ ไม่ใช่เพียงแค่พาดหัวข่าวหวือหวาที่เกิดแล้วตายได้ภายในไม่กี่ชั่วโมง

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การใช้งานข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ถูกนำมาใช้ในรายการข่าวโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น โดยมีประโยชน์ในการได้มาซึ่งข้อมูลที่หลากหลาย รอบด้าน สะดวก และใกล้ชิด ในขณะที่เดียวกันสื่อมวลชนควรนำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เหล่านั้นมาเป็นแหล่งข่าวปฐมภูมิ เพื่อขยายประเด็นเชิงลึก โดยสะท้อนถึงปัญหา พร้อมนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหา มากกว่าการนำเสนอเป็นข่าวเหตุการณ์เพียงอย่างเดียว โดยไม่ต้องยัดเพิ่มเติม

2. สื่อมวลชนควรพิจารณาคัดเลือกประเด็นข่าวโดยเน้นไปที่หลักคุณค่าข่าวในเชิงผลกระทบ และความมีประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม และประโยชน์เฉพาะบุคคล

ควบคู่ไปกับหลักคุณค่าชาวต่างชาติอื่น ๆ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหา พร้อมนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในระดับปัจเจกบุคคล และสังคมได้

3. ความรู้ และประสบการณ์ส่วนตัวของผู้สื่อข่าวเป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็นอย่างมากในยุคหลอมรวมสื่อนี้ ผู้สื่อข่าวต้องมีทักษะในการกลั่นกรอง คัดเลือกข้อมูล และเข้าใจบริบทของเรื่องที่น่าเสนอจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่สำคัญต้องมีจุกไวต่อข่าวหรือที่เรียกว่า “sense of reality” เพราะบางครั้งข้อมูลหรือคลิปที่มีอาจจะธรรมดา แต่อยู่ที่ผู้สื่อข่าว หรือบรรณาธิการข่าวพิจารณาแล้วนำเสนอ เพื่อให้สาธารณะได้ประโยชน์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

เมื่อทุกคนมีเสรีภาพในการสื่อสารผ่านเครือข่าย ทำให้ปริมาณข้อมูลที่ใช้ได้มีน้อยมาก เมื่อเทียบกับปริมาณข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง (noise) ดังนั้นหัวข้อวิจัยในอนาคตอาจศึกษากระบวนการนำเครื่องมือ หรือแพลตฟอร์มมาใช้ในการระดมข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ด้วยวิธีคราวด์ซอสซิง (crowdsourcing) ขององค์กรสื่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาข่าว และกระบวนการผลิตรายการข่าวทางโทรทัศน์ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2561 ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และขอขอบคุณกลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

รายการอ้างอิง

- ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). “User-Generated Content”: ยุคสื่อของผู้ใช้. เข้าถึงได้จาก <https://positioningmag.com/58244>
- นักวิชาการ 1 (นามสมมติ). (2562, 31 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- นักวิชาการ 2 (นามสมมติ). (2562, 11 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- นักวิชาการ 3 (นามสมมติ). (2562, 17 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- พรรณพิไล ปุกหุด. (2553). *กรอบในการคัดเลือกข่าวของสถานีข่าวที่เอ็นเอ็น 24*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณทิพา จิตราวุฒิพร และพงษ์ วิเศษสังข์. (2561). การคัดเลือกข่าวจากคลิปวิดีโอในโซเชียลมีเดีย เพื่อนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1* (หน้า 671-678). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พัชรา เอื้ออมรวิช. (2561). สื่อสังคมออนไลน์กับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 5(2), 235-242.
- พิเชษฐ วงศ์เกียรติขจร. (2559). *แนวทางเพื่อการเรียนรู้การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989).
- มัทนา เจริญวงศ์. (2562). *พลเมืองสร้างสื่อ สื่อสร้างพลเมือง*. นนทบุรี: ภาพพิมพ์.
- มัทนา เจริญวงศ์ และอาภาพร ทองเรือง. (2556). การเกิดขึ้นและพัฒนาการของนักข่าวพลเมืองไทยพีบีเอส. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 33(2), 265-286.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2560). ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร. *วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(17), 135-144.
- ศศิธร ยวโกศล. (2545). *การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวารสารสนเทศ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สมสุข หินวิมาน, ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ, ภัทธีรา สารากรบริรักษ์, อารดา ครุจิต, กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์ และกุลนารี เสือโรจน์. (2554). *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สื่อมวลชน 1 (นามสมมติ). (2562, 18 กรกฎาคม). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชน 2 (นามสมมติ). (2562, 5 กรกฎาคม). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชน 3 (นามสมมติ). (2562, 23 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2555). *อนาคตของข่าว*. กรุงเทพฯ: ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย).
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2558). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการจัดการเนื้อหาจากผู้รับสารในกระบวนการสื่อข่าว. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิตำ*, 1(2), 145-166.
- สกุลศรี ศรีสารคาม, สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดนากุล และบุญยศิษย์ บุญโพธิ์. (2559). *การส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม*. เข้าถึงได้จาก <https://nbt.go.th/getattachment/information/ผลการศึกษาวิจัย/29454/เอกสารแนบ.pdf.aspx>
- สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดนากุล และจักร์กฤษ เพิ่มพูล. (2557). *หลักและแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์*. กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลคลิก.
- เสริมศิริ นิลดำ. (2550). *คุณค่าข่าวในภาวะวิกฤตทางสังคม*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ ดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.