

บทที่ 8

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีเครือข่ายสังคมเป็นสื่อใหม่ที่เกิดขึ้น เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเทียบเคียงกับสื่อกระแสหลัก ผู้รับสารส่วนใหญ่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยความรวดเร็ว ทำให้สื่อต้องมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยความรวดเร็ว ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนออาจมีความไม่ถูกต้องเหมาะสม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ โดยการเปรียบเทียบกับสื่อกระแสหลัก และหาแรงจูงใจในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคม

การวิจัย "ความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์และสื่อกระแสหลัก" มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ของผู้ใช้
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความน่าเชื่อถือระหว่างการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์กับสื่อกระแสหลัก
3. เพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีข้อสันนิษฐานว่า ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) และความเชี่ยวชาญ (Expertise) ของผู้ทวิต (Twitterers) ผู้ติดตาม (Followers) และผู้บอกต่อ (Retweeters) มีผลต่อความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ของผู้ใช้ ถ้าผู้ติดตามมีความไว้วางใจในผู้ทวิตและผู้บอกต่อสูง ผู้ติดตามก็จะเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่ผู้ทวิตและผู้บอกต่อนำเสนอมากตามไปด้วย ผู้ทวิตและผู้บอกต่อที่มีความน่าไว้วางใจสูง ได้แก่ ผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม และผู้ใกล้ชิดผู้ใช้งาน ผู้ติดตามจะมีความเชื่อถือว่าเรื่องที่บอกต่อจากผู้ทวิตที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอสูง ส่วนความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์กับสื่อกระแสหลักมีความแตกต่างกัน โดยสื่อกระแสหลักจะมีความน่าเชื่อถือกว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ในแง่ที่สื่อกระแสหลัก มีการผ่านขั้นตอนต่างๆในการตรวจสอบความถูกต้องมากกว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาด้วยความรวดเร็ว

และสื่อกระแสหลักมีรายละเอียดในเนื้อหาในเนื้อความเดียวกันมากกว่าในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่ให้ส่งข้อความได้เพียงครั้งละ 140 ตัวอักษรจึงมีความน่าเชื่อถือมากกว่า และแรงจูงใจในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ เกิดจากความต้องการมีผู้ติดตามมากขึ้น เป็นแรงจูงใจที่ต้องการประสบความสำเร็จ ต้องการให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคม ความต้องการความสัมพันธ์ มีความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และความต้องการอำนาจ มีความต้องการที่จะแสดงตัวตนว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่ง มีความต้องการให้สังคมยอมรับในความรู้ ความคิดเห็น ต้องการให้เป็นที่ระบายนามณ์ เป็นต้น

ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างที่ยกมาเป็นกรณีศึกษาสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ และเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องราวทางสังคมจากสื่อกระแสหลัก และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยอาศัยเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้ใช้ ผู้เชี่ยวชาญเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ และนักข่าวที่ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ในการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงความน่าเชื่อถือในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ และสื่อกระแสหลัก และแรงจูงใจในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคม

8.1 สรุปผลการวิจัย

8.1.1 ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

จากการศึกษาความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ได้จำแนกความน่าเชื่อถือออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งสาร

- **สำนักข่าว** มีผู้ติดตามไม่มาก มีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง ผู้ใช้มีความเชื่อถือ เพราะมีรูปแบบการนำเสนอที่เป็นทางการ ไม่มีความคิดเห็นเข้ามาเกี่ยวข้อง มีการกลั่นกรอง

ข้อมูลก่อนการนำเสนอในระดับหนึ่ง ยกเว้น เรื่องด่วน หรือการบอกต่อมาจากผู้อื่น ที่จะมี ความน่าเชื่อถือน้อยกว่า

- นักข่าว มีผู้ติดตามมาก เพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ทั่วไปด้วย ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกมี ความใกล้ชิด ผู้ใช้จึงให้ความเชื่อถือ โดยมีความเชื่อถือในนักข่าวที่มีชื่อเสียง และนักข่าว ภาคนามมากกว่านักข่าวทั่วไป นักข่าวมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอ ยกเว้นเรื่องด่วน ข่าวลือ หรือการบอกต่อมาจากผู้อื่น มีความน่าเชื่อถือได้น้อย
- บุคคลที่มีชื่อเสียง มีผู้ติดตามจำนวนมากเนื่องจากความชื่นชอบส่วนบุคคล ผู้ใช้ให้ ความเชื่อถือในเรื่องที่นำเสนอและบอกต่อ แต่บุคคลที่มีชื่อเสียงไม่ได้เป็นผู้ที่รู้ข้อเท็จจริง โดยส่วนมาก จึงมีความน่าเชื่อถือได้น้อย ยกเว้นเรื่องที่บุคคลที่มีชื่อเสียงมีความเกี่ยวข้อง
- ผู้เชี่ยวชาญ มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญมีความ เชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอ แต่ผู้ใช้งานมักมีความเชื่อถือในทุกเรื่องแม้ไม่ใช่สาขาที่ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวข้อง เพราะมีความเชื่อมั่นว่าผู้เชี่ยวชาญจะมีการนำเสนอที่ถูกต้อง
- บุคคลทั่วไป บุคคลทั่วไปเป็นผู้ที่รู้ข้อมูลข่าวสารทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นการนำข้อมูล ข่าวสารมาจากแหล่งสารอื่น และมีการนำเสนอหรือบอกต่อความคิดเห็นเพิ่มเติมไปด้วย จึงมีความน่าเชื่อถือได้น้อย

2. หลักฐาน

- ข้อความ ข้อความที่มีการนำเสนอ มีทั้งข้อความที่เป็นข้อเท็จจริง และข้อความที่เป็น ความคิดเห็น ซึ่งบางครั้งผู้ใช้แยกแยะไม่ออกว่าเรื่องใดเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง เรื่องใด เป็นการนำเสนอความคิดเห็น อีกทั้งข้อความที่บอกต่อกันมาอาจมีการตัดทอน เพิ่มเติม จนเนื้อหาที่มีความบิดเบือนไป และอาศัยความรวดเร็วในการนำเสนอทำให้ข้อความมี ความน่าเชื่อถือได้น้อย โดยต้องดูว่าแหล่งสารใดเป็นผู้นำเสนอด้วย

- **ภาพ** การดูภาพจะต้องมีการเปิดลิงค์ที่แนบมาด้วย ซึ่งผู้ใช้จะเปิดดูหรือไม่ก็ได้ ภาพอาจมีการตัดต่อ หรือมีการเขียนข้อความกำกับภาพจนมีความบิดเบือนไป ทั้งนี้ต้องดูว่าแหล่งสารใดเป็นต้นกำเนิดของภาพที่มีการนำเสนอ
- **เสียง/วิดีโอ** การฟังเสียงหรือดูวิดีโอ ก็เช่นเดียวกับการดูภาพ แต่มีความลำบากกว่า คือต้องคลิกลิงค์ที่แนบมาด้วยข้อความ และเสียเวลาในการดู ซึ่งหัวข้อที่เป็นข้อความไม่น่าสนใจ ผู้ใช้ก็จะไม่เปิดเข้าไปดู ซึ่งลิงค์นั้นกับหัวข้ออาจมีความบิดเบือน ไม่น่าเชื่อถือได้
- **ลิงค์** ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะไม่เปิดลิงค์ข้อมูลข่าวสารที่มีการแนบมาด้วย เนื่องจากมีความยุ่งยากในการเปิดมากกว่า จะเปิดดูเฉพาะที่มีหัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งหัวข้อกับลิงค์ที่มีการแนบมา อาจไม่ได้เป็นในทิศทางเดียวกัน หรือมีการบิดเบือนข้อมูลจากลิงค์ก็ย่อมได้ ความน่าเชื่อถือจึงต้องดูเนื้อหาหลักในลิงค์ว่ามีความน่าเชื่อถือได้หรือไม่
- **การอ้างอิงแหล่งสาร** การอ้างอิงแหล่งสารทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเพิ่มมากขึ้น แต่ในการนำเสนอที่ขึ้นขึ้นอยู่กับการตีความข้อมูลของผู้ใช้รับสารมาจากแหล่งอื่นอีกต่อหนึ่ง ซึ่งข้อมูลข่าวสารนั้นอาจไม่ถูกต้องครบถ้วนตามความเข้าใจของผู้นำเสนอ หรือผู้นำเสนอเองมีการเขียนอ้างอิงแหล่งสารโดยที่ไม่ได้เอามาจากแหล่งสารนั้นจริงๆก็ย่อมได้ จึงทำให้มีความน่าเชื่อถือได้น้อย

3. ความไว้วางใจ

ผู้ใช้จะมีความไว้วางใจในการนำเสนอและบอกต่อจากผู้ที่มีความรู้สึกคุ้นเคยอยู่เป็นประจำ เช่น สำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือเพื่อนที่รู้จักทั้งในโลกจริง และโลกออนไลน์

4. ความใกล้ชิด

ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะมีความเชื่อถือเพื่อนที่รู้จักกันแล้วในโลกจริง และเชื่อถือเพื่อนที่รู้จักกันในโลกออนไลน์มาในระดับหนึ่ง โดยมีความเชื่อว่ามีคำแนะนำที่ถูกต้อง

5. การยอมรับการใช้งาน

- **ความรวดเร็ว** ความรวดเร็วในการนำเสนอและบอกต่อมีมาก แต่ความผิดพลาดมีสูง เมื่อข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายไปยากที่จะกลับมาแก้ไขให้ถูกต้อง
- **การตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์** ผู้ใช้มีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอหรือบอกต่อน้อย แต่เมื่อมีการนำเสนอไปแล้ว ผู้ใช้คนอื่นๆจะมีการตรวจสอบความถูกต้องด้วยตนเอง แต่โดยส่วนใหญ่จะมีการเชื่อตามๆกันไปก่อนที่จะมีการโต้แย้งเมื่อข้อมูลข่าวสารไม่ถูกต้อง
- **อารมณ์ความรู้สึก** การสร้างอารมณ์ความรู้สึกในเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีผลทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือ และคล้อยตาม ทำให้ผู้ติดตามมีการบอกต่อได้ง่าย

8.1.2 ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในสื่อกระแสหลัก

จากการศึกษาความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในสื่อกระแสหลัก ผู้วิจัยได้จำแนกความน่าเชื่อถือออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งสาร

ผู้รับสารส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในสำนักข่าวที่ตนเองมีการติดตามอยู่เป็นประจำ ในสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และมีความเชื่อถือในนักข่าวที่ตนเองชื่นชอบในสื่อโทรทัศน์

2. หลักฐาน

สื่อแต่ละประเภท มีจำนวนหลักฐานแตกต่างกัน สื่อหนังสือพิมพ์มีหลักฐานเพียงข้อความและภาพ สื่อวิทยุมีหลักฐานเพียงเสียง ส่วนสื่อโทรทัศน์มีหลักฐานครบองค์ประกอบทั้งภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความ การได้เห็นหลักฐานครบถ้วนทำให้มีความน่าเชื่อถือมากกว่า และหลักฐานนั้นมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนการนำเสนอด้วย

3. ความไว้วางใจ

ผู้รับสารส่วนใหญ่มีความไว้วางใจในแหล่งสารที่ตนเองติดตามมานาน และรู้สึกมีความคุ้นเคย โดยมีความไว้วางใจว่าสื่อต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จะมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน เพราะเป็นสื่อที่มีมานานกว่าสื่อใหม่

4. การยอมรับคุณสมบัติของสื่อ

ผู้รับสารส่วนใหญ่มีการยอมรับคุณสมบัติของสื่อกระแสหลักในด้านต่างๆ โดยมีการยอมรับว่าสื่อกระแสหลักมีความรวดเร็วไม่มาก แต่มีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนการนำเสนอ ในด้านของอารมณ์ความรู้สึก ในสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ จะสร้างอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าสื่อวิทยุ อีกทั้งคนส่วนใหญ่จะเข้าถึงสื่อกระแสหลักมากกว่า ทำให้สื่อกระแสหลักต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

8.1.3 การเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์สื่อกระแสหลัก

จากการศึกษาความการเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์สื่อกระแสหลัก ผู้วิจัยได้จำแนกความน่าเชื่อถือออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งสาร

แหล่งสารที่เป็นสำนักข่าวและนักข่าวในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์และสื่อกระแสหลักมีความน่าเชื่อถือใกล้เคียงกัน เพราะปัจจุบันมีการนำข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ มาใช้ในการนำเสนอ โดยที่บางครั้งไม่ได้บอกแหล่งอ้างอิงของข่าวสาร ยกเว้นเรื่องด่วน หรือข่าวลือ ที่แหล่งสารในสื่อกระแสหลักจะมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอ

2. หลักฐาน

หลักฐานในสื่อกระแสหลักจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า ถ้าสื่อกระแสหลักนั้นเป็นผู้เก็บหลักฐานนั่นเอง โดยที่ไม่ได้เอามาจากอินเทอร์เน็ต จะมีความน่าเชื่อถือในแง่ที่มีเวลาในการ

ตรวจสอบความถูกต้องของหลักฐานมากกว่า และมีความคิดเห็นน้อยกว่า ส่วนเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีการตกแต่งดัดแปลงหลักฐานได้ง่ายกว่า

3. ความไว้วางใจ

ผู้รับสารส่วนใหญ่มีความไว้วางใจในแหล่งสารที่มีการติดตามมานาน มีความไว้วางใจในสื่อกระแสหลักมากกว่าโดยเฉพาะสื่อทีวี ที่มีหลักฐานครบองค์ประกอบในการนำเสนอ มีความไว้วางใจในนักข่าวมาก ส่วนสื่อวิทยุก็มีความไว้วางใจเพราะมีการนำเสนอที่เป็นทางการ และมีความไว้วางใจในหนังสือพิมพ์ที่ตนเองชื่นชอบ ส่วนผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีความไว้วางใจในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์เพราะ เห็นว่าเมื่อมีการนำเสนอแล้วผู้ใช้ด้วยกันเองจะมีการตรวจสอบความถูกต้องจนทำให้เรื่องราวทางสังคมเกิดความน่าเชื่อถือ

4. ความใกล้ชิด

มีเฉพาะในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์เท่านั้นที่มีความใกล้ชิด มีความรู้สึกเหมือนเพื่อน มากกว่าสื่อกระแสหลัก เพื่อนจะมีความเชื่อถือเพื่อนมากกว่า

5. การยอมรับคุณสมบัติของสื่อ

เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารกว่าสื่อกระแสหลัก ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความผิดพลาดมากกว่า สื่อกระแสหลักมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนการนำเสนอ ขณะที่เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีการตรวจสอบความถูกต้องหลังการนำเสนอ แลพเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ความรู้สึกเนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอความคิดเห็นร่วมด้วย ในขณะที่สื่อกระแสหลักจะมีข้อเท็จจริงมากกว่า แต่มีการใส่ร้ายอารมณ์เข้าไปในข่าวโดยที่ผู้รับสารอาจไม่รู้ตัว ส่วนในเรื่องการเข้าถึงสื่อ คนส่วนใหญ่ยังมีการเข้าถึงสื่อกระแสหลักมากกว่า แต่ผู้ที่เข้าถึงเทคโนโลยีจะมีการเข้าถึงเทคโนโลยีมากกว่าสื่อกระแสหลัก ทำให้เชื่อถือตามสิ่งที่มีการนำเสนอในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มากกว่า

8.1.4 แรงจูงใจในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีความต้องการในด้านต่างๆซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคม ในด้านต่างๆ โดยจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ ได้แก่
 - ความต้องการดีเด่นเหนือผู้อื่น
 - ความต้องการความสำเร็จ
 - ความต้องการให้ผู้อื่นเคารพยกย่อง
 - ความต้องการแสดงให้ผู้อื่นสนใจ
 - ความต้องการรักษาชื่อเสียง
 - ความต้องการการป้องกันตัว
 - ความต้องการเอาชนะ
2. ความต้องการเกี่ยวกับอำนาจ ได้แก่
 - ความต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น
 - ความต้องการทำตามผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่า
 - ความต้องการเลียนแบบผู้อื่น
 - ความต้องการมีอิสระทางความคิด
 - ความต้องการแตกต่างจากผู้อื่น
3. ความต้องการทำร้ายตนเองหรือผู้อื่น ได้แก่
 - ความต้องการทำร้ายผู้อื่น
 - ความต้องการยอมรับโทษ
 - ความต้องการให้ไม่ถูกตำหนิจากสังคม
4. ความต้องการเกี่ยวกับความรัก ได้แก่
 - ความต้องการมีเพื่อน

- ความต้องการแยกตนเองจากผู้อื่นในโลกความเป็นจริง
- ความต้องการช่วยเหลือผู้อื่น
- ความต้องการให้ผู้อื่นช่วยเหลือ

5. ความต้องการอื่นๆ ได้แก่

- ความต้องการสนุกสนาน
- ความต้องการบรรยายให้ผู้อื่นทราบ
- ความต้องการระบายอารมณ์

8.2 อภิปรายผลการวิจัย

ในปัจจุบันนี้ ผู้ที่มีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลักมาเป็นการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา (Time) และ สถานที่ (Space) สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ใดและเมื่อใดก็ได้ โดยปัจจุบันสามารถรับข้อมูลข่าวสารจากมือถือ ซึ่งทำให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา และมีลักษณะของการ Interactive มีการตอบโต้กันทั้งสองฝ่าย คือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้บ่อยเท่าที่ต้องการ จึงมีความรวดเร็วและสะดวกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่มีการนำเสนอด้วยความรวดเร็วนั้นว่ามีความถูกต้องจริง

การที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาขึ้น ทำให้รูปแบบการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยที่ผู้รับสารจะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกันเป็นเครือข่าย ในปัจจุบันมีเครือข่ายสังคมเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งในจำนวนนั้นคือเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ผู้ใช้จะมีการติดตามผู้อื่นที่ตนเองมีความสนใจ ชื่นชอบ หรือเหตุผลอื่นๆ และมีการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กันที่จนเกิดความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ตามแนวคิดเรื่องเครือข่ายการสื่อสารของ (Rogers, 1976) โดยมีการสื่อสารกันแบบกระจายศูนย์กลางตามแนวความคิดของ (Leavitt, 1978) ที่เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มสามารถติดต่อกันได้โดยอิสระ มีความอิสระในการติดต่อกันของคนในเครือข่าย ซึ่งทุกคนสามารถจะมีปฏิสัมพันธ์กันได้เช่นเดียวกับเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ที่ผู้ใช้สามารถติดตามใครก็ได้ และโต้ตอบบุคคลใดในเครือข่ายก็ได้ ซึ่งการเกิดเป็นเครือข่ายนั่นเองทำให้เกิดความผูกพันของผู้

สื่อสารซึ่งตรงกับแนวคิดของ (Mark, 1973) ที่ว่าเมื่อบุคคลมีความผูกพันกัน ลักษณะความสัมพันธ์ยังมีผลกระทบต่อการแพร่กระจายข่าวสาร นั่นก็คือการบอกต่อในเครือข่ายสังคม ทวิตเตอร์ ยังมีความผูกพันกับผู้ติดตามมาก ก็จะมี ความเชื่อถือมากขึ้น ยังมีความผูกพันกันมานานก็ยิ่งมีความเชื่อถือมากขึ้น และยิ่งมีความรู้สึกคุ้นเคยมาก ก็จะมี ความเชื่อถือมากขึ้นด้วย ซึ่งความเชื่อถือนั้นตรงกับ ความเชื่อ ค่านิยม ความชอบ เดิมที่มีอยู่ก่อนของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานจึงมีความเชื่อถือ ยกตัวอย่างเช่น การที่ผู้ใช้งานมีความรู้จักสำนักข่าว นักข่าว หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ในสื่ออื่นๆอยู่ก่อนแล้ว เมื่อมาติดตามในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ก็มีความรู้สึกผูกพัน คุ้นเคย จึงมีความเชื่อถือในสิ่งที่บุคคลเหล่านั้นนำเสนอ ทั้งนี้ส่วนใหญ่บุคคลในเครือข่ายเดียวกัน จะมีความเชื่อไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้มีการนำเสนอและบอกต่อไปในทิศทางเดียวกัน จนเกิดเป็นกระแสสังคมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

ผู้รับสารส่วนใหญ่ที่มีการรับสารจากสื่อต่างๆนั้น จะมีความเชื่อถือในสารที่ได้รับเพราะมีความไว้วางใจในแหล่งสารนั้น ว่ามีความชำนาญในการนำเสนอ เช่น สำนักข่าวหรือนักข่าวที่มีความชำนาญในการเสนอข่าวสาร ทั้งในสื่อกระแสหลักและเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ โดยผู้รับสารมีความไว้วางใจว่าสำนักข่าวหรือนักข่าวจะมีการกลั่นกรองข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนการนำเสนอ

ตามแนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของ (McCroskey, Bergoon and Heston, 1974) กล่าวไว้ว่า บุคคลใดที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับสาร ผู้รับสารจะให้ความนับถือและยอมรับคำพูดของบุคคลนั้น ในกรณีของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ก็เช่นเดียวกัน ผู้ใช้เห็นว่าผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่ง หรือนักข่าวที่มีความเชี่ยวชาญในการนำเสนอข่าวจะมีความน่าเชื่อถือสูง ผู้ใช้จึงมีการยอมรับในการนำเสนอของบุคคลผู้นั้น เช่นเดียวกับสื่อกระแสหลัก ที่นักข่าวในรายการโทรทัศน์ที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับสาร นักข่าวในโทรทัศน์มีผู้ให้การยอมรับสูง ผู้ชมจึงมีความเชื่อถือเช่นเดียวกัน

ความน่าเชื่อถือเกิดจากการได้เห็นหลักฐานที่เกิดขึ้นจริง ในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีหลักฐานต่างๆปรากฏให้เห็น ผู้ใช้จึงมีความเชื่อถือ ทั้งที่ไม่รู้ว่าหลักฐานนั้นจริงเท็จหรือไม่ ส่วนในสื่อกระแส ผู้รับสารเชื่อว่าหลักฐานมีการตรวจสอบก่อนการนำเสนอจึงมีความเชื่อถือเช่นกัน

ผู้รับสารจะมีความเชื่อถือในแหล่งสารเนื่องจากความเต็มใจของผู้รับสารในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือทำ ในกรณีนี้ เห็นได้จากการชื่นชมดารา ศิลปิน หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เมื่อมีการนำเสนอสิ่งใด

มา ก็จะมี ความเชื่อถือในการนำเสนอ นั้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์หรือสื่อกระแสหลักก็ตาม ที่ไม่เพียงเป็นการยอมรับในบุคคลผู้นั้น แต่จะเป็นการยอมรับในสิ่งที่ผู้นั้นพูดหรือคิดด้วย ดังนั้น ผู้รับสารจึงมีความเชื่อถือในสิ่งที่บุคคลที่มีชื่อเสียงนำเสนอ

ความน่าเชื่อถือนั้น เกิดจากการที่ ข้อมูลข่าวสารในการนำเสนอ นั้นสอดคล้องกับความคิดของผู้รับสารด้วย ผู้รับสารจึงจะมีความเชื่อถือ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีการติดตามผู้ที่ตนเองชื่นชอบ ไม่ว่าจะ เป็นนักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลทั่วไป ด้วยกันเอง ที่มีความคิดเห็นคล้ายกัน หรือไปในทิศทางเดียวกันอยู่แล้ว เมื่อผู้ใช้เหล่านั้นมีการนำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่งมา จึงทำให้ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีความเห็นด้วย ซึ่งอาจจะแตกต่างจากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลัก ที่ไม่ได้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทั้งหมด ทำให้ผู้ที่มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารไม่ชอบใจ จึงเกิดความเชื่อถือในสื่อกระแสหลักน้อยกว่า

ในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นั้น เมื่อมีเรื่องราวใดเกิดขึ้น ผู้ใช้จะมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลอื่นด้วย การที่ผู้ใช้มีการบอกต่อนั้น ทำให้เป็นการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารไปในวงกว้าง การที่เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งจะเกิดเป็นกระแสสังคมขึ้นได้นั้น เกิดจากการที่เรื่องราว นั้นมีความสำคัญต่อสาธารณชน คือ มีความสำคัญกับบุคคลจำนวนมาก ซึ่งผู้ใช้จะรีบมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารนั้นไปยังบุคคลอื่นด้วย แม้จะมีความเชื่อถือ หรือไม่เชื่อถือข้อมูลข่าวสารนั้นก็ตาม และผู้ใช้ยังมีการแพร่กระจายข่าวสารนั้น โดยการบอกต่อในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่มีความเร่งด่วน และรู้สึกว่าจะมีความสำคัญ เช่น การเกิดภัยธรรมชาติ ข่าวลือที่ร้ายแรง การเกิดอุบัติเหตุที่รุนแรง หรือเรื่องที่ทำให้มีความกระตือรือร้นใจมาก ฯลฯ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องราวทางสังคมจะมีต้นกำเนิดอยู่ที่ผู้นำทางความคิด ซึ่งได้แก่ สำนักข่าว นักข่าว หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นผู้ที่ผู้คนติดตามมาก ก่อนที่จะมีการแพร่กระจายไปสู่บุคคลทั่วไป โดยที่บุคคลที่กล่าวมาข้างต้นนี้เป็นผู้จุดประเด็น เมื่อมีการไหลของข้อมูลแล้ว หลังจากนั้นจะเป็นการไหลของข้อมูลหลายทิศทาง ในบางครั้งสำนักข่าว หรือนักข่าว จะมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากบุคคลทั่วไปด้วย ซึ่งถึงแม้ว่าสำนักข่าวหรือนักข่าวที่มีการใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอแล้วก็ตาม ก็ยังพบความผิดพลาดเกิดขึ้น เนื่องจากสำนักข่าวหรือนักข่าวเองก็ไม่ทราบว่ามีคนจะบอกต่อมานั้นมีความน่าเชื่อถือได้หรือไม่ มีตัวตนจริงหรือไม่ ผู้นั้นเป็นแหล่งสารที่มีความถูกต้องหรือไม่ จึงทำให้ความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมไม่ว่าจากแหล่งสารใดก็ตามมีความน่าเชื่อถือต่ำ

การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นั้น เป็นรูปแบบของการสื่อสารที่ปนกันระหว่างการสื่อสารส่วนบุคคล (Intrapersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารผ่านเทคโนโลยี และการสื่อสารสาธารณะ ผู้ใช้ทวิตเตอร์ส่วนใหญ่จะมองว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นเป็นการสื่อสารส่วนบุคคล ตามจุดมุ่งหมายแรกของการใช้งานทวิตเตอร์ คือมีไว้เพื่อบอกว่าตอนนี้ผู้ใช้ทำอะไร หรือคิดอะไร เพื่อให้คนที่สนใจติดตามอ่านรู้เรื่องราวข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้ใช้นำเสนอด้วย ในบางครั้งผู้ใช้คิดว่าการนำเสนอที่ไม่มีผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพราะถือว่าเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลไม่ใช่พื้นที่สาธารณะ จึงมีการนำเสนออย่างอิสระ ไม่ได้คิดถึงความต้องการของข้อมูลข่าวสารนั้น ยิ่งในปัจจุบันผู้ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ส่วนใหญ่จะมีการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งพัฒนาขึ้นจากสมัยก่อนที่การสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ใช้คนอื่นๆ จะไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นี้ยังสามารถให้ผู้ที่สนใจในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีปฏิสัมพันธ์กันได้อีก จนมีความสัมพันธ์กันเป็นเครือข่าย จะเห็นได้ว่า เมื่อผู้ใช้ในเครือข่ายสังคมมีความสนิทสนมกับผู้ใช้ในเครือข่ายสังคม จึงทำให้เกิดความเชื่อถือ และมีความไว้วางใจในการนำเสนอของผู้ใช้ในเครือข่ายนั้น ทำให้ความเชื่อถือเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วเพียงแต่ความไว้วางใจและความใกล้ชิดกันเท่านั้น และผู้ใช้อาจไม่ได้คำนึงว่าการนำเสนอเป็นการนำเสนอสู่สาธารณะ ยิ่งมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากผู้บอกต่อมาก การนำเสนอส่วนบุคคลหรือระหว่างบุคคล ก็ได้กลายเป็นการนำเสนอสู่สาธารณะที่สามารถทำให้ผู้ใช้ทุกคนสามารถเป็นสื่อเองได้

จากการวิจัยความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์เป็นสื่อใหม่ที่มีผู้ใช้งานอยู่ในวงจำกัด มีผู้ใช้งานจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับประชากรทั้งประเทศ ที่มีการเข้าถึงสื่ออื่นๆ มากกว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ผู้ใช้งานในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีเพียงผู้ที่เข้าถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัด หรือเมืองที่มีการเข้าถึงเทคโนโลยีมาก แต่ถึงแม้ว่าผู้ใช้งานจะมีจำนวนไม่มากก็ตาม แต่ปัจจุบันเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ก็มีความทรงอิทธิพลในสื่อมวลชน เนื่องจากมีสำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง และผู้เชี่ยวชาญใช้งานกันมาก ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้งานจะมีความเชื่อถือในบุคคลเหล่านี้ เพราะมีความไว้วางใจในบุคคลเหล่านี้มาอยู่ก่อนหน้าจากสื่อกระแสหลักอื่นๆ ซึ่งความน่าเชื่อถือนั้นเป็นสิ่งที่ต้องสร้างและใช้เวลาระยะหนึ่งกว่าจะสร้างได้ นั้นหมายความว่า ผู้ใช้ที่มีคนติดตามให้ความเชื่อถือ ต้องเป็นคนที่ยึดมั่นในจรรยาบรรณอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการนำเสนอที่มีความผิดพลาดน้อย เป็นกลาง ไม่บิดเบือนข้อมูล ผู้ใช้จะมีความเชื่อว่าความเร็วในการนำเสนอข่าวสารนั้น ทำให้ตนเองรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วกว่า



การรับสารจากสื่ออื่นๆ ซึ่งผู้ใช้ส่วนใหญ่ก็จะเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็วทันด้วย โดยเมื่อมีผู้นำเสนอมาแล้วตรงกับความคิดของตนเอง เรื่องที่มีความเร้าอารมณ์ หรือเรื่องเร้าด่วน ผู้ติดตามส่วนใหญ่จะมีการบอกต่อทันทีโดยที่ยังไม่ได้คิดว่ามีความถูกต้องในข้อมูลข่าวสารนั้นหรือไม่ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ด้วยกันเองหลังจากมีการนำเสนอไปแล้ว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่หลัง อาจทำให้เกิดความเสียหายในระยะสั้นหรือระยะยาวไปก่อนแล้ว ซึ่งผู้ใช้ในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีการนำเสนอและบอกต่อข้อมูลข่าวสารผิดพลาดบ่อยครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวทางสังคมที่เป็นเรื่องด่วน หรือเรื่องราวสังคมที่เป็นข่าวลือ และการปลอมแปลงตัวตนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้ใช้ได้ง่าย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจุบันการที่ผู้ใช้ทั่วไปทำหน้าที่เป็นสื่อเอง หรือที่เรียกกันว่าสื่อพลเมืองนั้น ควรยึดมั่นในจรรยาบรรณเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในโลกไซเบอร์ที่มีการยืนยันตัวตนได้ยาก ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นพื้นที่สาธารณะที่ไม่มีใครสามารถยืนยันตัวตนของใครได้ ดังนั้น เนื้อหาที่ผู้ใช้นำเสนอจึงแทบเป็นสิ่งเดียวที่สร้างความน่าเชื่อถือได้ โดยก่อนผู้ใช้จะมีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมควรตรวจสอบความถูกต้องก่อนการนำเสนอหรืออย่างน้อยก็มีการอ้างอิงแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือได้ โดยที่ไม่มีการบิดเบือนข้อมูลจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา ในกรณีที่เป็นภาพ บางครั้งมีการตัดต่อแบบเนียนจนดูออกได้ยากกว่ามีการตัดต่อมา ถ้าผู้ใช้งานไม่ชี้แจงว่าภาพนั้นเป็นภาพตัดต่อ ผู้ใช้คนอื่นๆ อาจเข้าใจผิดว่าเป็นภาพจริงดังนั้นผู้ใช้จึงต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอ เพื่อที่ผู้บอกต่อจะได้ไม่บอกต่อข้อความที่ไม่ถูกต้องไปจนยากที่จะแก้ไข และผู้ใช้เองควรแยกให้ชัดเจนระหว่างการนำเสนอข้อเท็จจริงและความคิดเห็น ไม่ใช่นำเสนอแต่ความคิดเห็นของตนเอง ผังข้อเท็จจริงไว้ในความคิดเห็นจนแยกไม่ออก หรือไม่ก็ไม่พูดถึงข้อเท็จจริงเลย และผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องนำเสนอในสิ่งที่ตนเองรู้มาเสมอ เพราะข้อมูลข่าวสารนั้นอาจไม่ถูกต้อง ส่วนผู้บอกต่อเองก็ควรใช้วิจารณญาณในการบอกต่อ โดยไปหาแหล่งที่มาที่แท้จริง เช่น ลิงค์ที่น่าเชื่อถือได้ ไม่เชื่อตามกระแสสังคม และควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอหรือบอกต่อข่าวลือที่ยังยืนยันไม่ได้ว่าเป็นจริงหรือเท็จ หรือมีการระบุไว้เลยว่าเป็นข่าวลือ เช่น การใส่วงเล็บ (ข่าวลือ) ประกอบการนำเสนอ เพราะข้อมูลข่าวสารที่บอกต่อกันมาอาจเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผิดก็ได้ ซึ่งหากผู้ใช้งานมีการนำเสนอหรือบอกต่อข้อมูลข่าวสารที่มีความผิดพลาด ไม่ถูกต้อง ควรมีการยอมรับความผิดพลาดเมื่อผู้ใช้คนอื่นทักท้วงและดำเนินการแก้ไขทันที และอาจมีการลบข้อมูลที่นำเสนอผิดพลาดก่อนหน้าด้วย

ถึงแม้ในปัจจุบันประเทศไทยจะมี พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 แต่เนื้อหาในพระราชบัญญัตินั้นยังมีความคลุมเครือและสับสนเสี่ยงที่จะถูกเจ้าหน้าที่รัฐใช้ในทางที่ละเมิดสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอของผู้ใช้งาน ทำให้ผู้กำกับดูแลกฎหมาย

ไม่สามารถใช้กฎปฏิบัติได้อย่างเต็มที่ ทำให้การบังคับใช้กฎหมายไม่เคร่งครัด โดยการกระทำผิดยังถูกปล่อยให้มีการนำเสนอต่อไป ซึ่งแท้จริงแล้วมีพระราชบัญญัติมาตรา 14 กำหนดฐานความผิดว่ารวมถึง "ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ" ที่ "น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน" (14/1) และ "น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน" (14/2) มีใจความว่า

มาตรา 14 ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(1) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน

(2) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(3) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(4) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(5) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) หรือ (4)

อย่างไรก็ตาม การวิจัยเรื่องความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ตรงกับข้อสันนิษฐานที่ว่า ความน่าไว้วางใจและความเชี่ยวชาญ ของผู้ทวิต และผู้บอกต่อซึ่งเป็นแหล่งสารอันได้แก่ สำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ และบุคคลทั่วไปที่ผู้ที่มีความไว้วางใจ มีผลต่อความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ของผู้ใช้ โดยที่เมื่อผู้ติดตามมีความไว้วางใจในผู้ทวิตและผู้บอกต่อสูง ผู้ติดตามก็จะเชื่อถือข้อมูลที่ผู้ทวิตและผู้บอกต่อนำเสนอมากตามไปด้วย และผู้ติดตามมีความเชื่อถือในเรื่องที่บอกต่อจากผู้ทวิตที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอขึ้นสูงด้วย

ส่วนความน่าเชื่อถือในสื่อกระแสหลักนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าสื่อต่างๆยังมีความน่าเชื่อถือในแง่ของการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอ นอกเสียจากว่าสื่อกระแสหลักจะมีการนำข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมานำเสนอ ซึ่งบางครั้งสื่อกระแสหลักเองไม่ได้บอกว่าเป็นมาจากแหล่งสารใด ถึงแม้ว่าสื่อกระแสหลักนั้นจะมีความรวดเร็วในการนำเสนอไม่เท่าเครือข่ายสังคมทวิต

เตอร์ แต่ก็มีเวลาในการตรวจสอบความถูกต้องมากกว่า ซึ่งสำนักข่าวหรือนักข่าวจะมีความระมัดระวังในการนำเสนอมากกว่าสื่อเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ด้วย

จากการเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์กับสื่อกระแสหลักในภาพรวมนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ความน่าเชื่อถือมีความใกล้เคียงกันในปัจจุบัน เพราะแต่ละสื่อมีการนำข้อมูลข่าวสารมาจากสื่ออื่นๆ มาประกอบการนำเสนอด้วย ซึ่งบางครั้งก็มีการบอกแหล่งที่มาจากการนำเอาข้อมูลข่าวสารนั้นมานำเสนอ บางครั้งก็ไม่มีการบอกแหล่งที่มา และยุคนี้เป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่อาศัยความเร็วในการนำเสนอ ทำให้สื่อใหม่อย่างเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์และสื่อกระแสหลักต้องรีบนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งทำให้ขาดการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารโดยละเอียด โดยผู้รับสารนั้นส่วนใหญ่จะมีความไว้วางใจในสื่อที่ตนเองรับมา ทำให้เชื่อถือในข้อมูลข่าวสารนั้น ไม่ได้ไตร่ตรองก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่ใครก็ตามสามารถเป็นคนนำเสนอข้อมูลข่าวสารทำให้มีทั้งข่าวเท็จและข่าวที่เกินจริง และเป็นการสื่อสารสองทาง คือ ผู้ใช้เป็นทั้งผู้นำเสนอ และผู้รับสาร ความเชื่อถือทำให้ผู้ใช้งานมีการบอกต่อแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปอีกเป็นวงกว้าง และเรื่องราวทางสังคมที่เป็นประเด็นเกิดขึ้นในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ทำให้เกิดประเด็นในการนำเสนอในสื่อกระแสหลักด้วย ซึ่งข้อมูลข่าวสารนั้น อาจไม่ได้เป็นข้อเท็จจริงก็ได้ ดังนั้นก่อนการเลือกเชื่อถือในสื่อใดๆ ควรใช้วิจารณญาณและระมัดระวังในการรับสื่อ โดยดูจากหลายๆ สื่อประกอบกันเพื่อหาข้อเท็จจริงในเรื่องราวทางสังคมนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารได้ด้วย

อย่างไรก็ตามในเรื่องความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์กับสื่อกระแสหลักที่มีความแตกต่างกัน ตรงกับข้อสันนิษฐานในแง่ที่สื่อกระแสหลักมีความน่าเชื่อถือกว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ เพราะมีการผ่านขั้นตอนต่างๆ ในการตรวจสอบความถูกต้องมากกว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาด้วยความรวดเร็ว และสื่อกระแสหลักมีรายละเอียดในเนื้อหาในเนื้อความเดียวกันมากกว่าในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่ให้ส่งข้อความได้เพียงครั้งละ 140 ตัวอักษรจึงมีความน่าเชื่อถือมากกว่า แต่ในปัจจุบันเนื่องจากมีการนำข้อมูลข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ มาสลับสับเปลี่ยนกันนำเสนอ เป็นการผลิตซ้ำข้อมูลข่าวสารขึ้นต้น ทำให้สื่อต่างๆ ที่มีการนำเสนออาจมีการนำเสนอไม่หมด มีการบิดเบือนข้อมูล หรือรับข้อมูลข่าวสารมาไม่ถูกต้อง ทำให้ความน่าเชื่อถือในภาพรวมปัจจุบันนี้ของสื่อแต่ละประเภทมีความใกล้เคียงกัน

ท้ายที่สุดแล้วในเรื่องความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความเชื่อถือทั้งในการนำเสนอของแหล่งสาร หรือความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารต่างๆในสื่อแต่ละประเภทนั้น ผู้รับสารสามารถใช้หลักแห่งความเชื่อที่พระพุทธเจ้าทรงวางไว้ให้แก่พุทธศาสนิกชนได้ ว่าไม่ให้เชื่อสิ่งใด ๆ อย่างมง่ายโดยไม่ใช้ปัญญาพิจารณาให้เห็นจริงถึงคุณโทษหรือดีไม่ดีก่อนเชื่อ โดยมีหลัก 10 ประการ ได้แก่

1. อย่าเชื่อตามที่ฟังๆ กันมา
2. อย่าเชื่อตามที่ทำต่อๆ กันมา
3. อย่าเชื่อตามคำเล่าลือ
4. อย่าเชื่อโดยอ้างตำรา
5. อย่าเชื่อโดยนิกเดา
6. อย่าเชื่อโดยคาดคะเนเอา
7. อย่าเชื่อโดยนึกคิดตามแนวเหตุผล
8. อย่าเชื่อเพราะถูกกับทฤษฎีของตน
9. อย่าเชื่อเพราะมีรูปลักษณะที่ควรเชื่อได้
10. อย่าเชื่อเพราะผู้พูดเป็นครูบาอาจารย์ของตน

ส่วนในเรื่องของแรงจูงใจในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมนั้นจากความต้องการในด้านต่างๆ ที่เป็นมูลฐานของแรงจูงใจซึ่งผลักดันให้เกิดการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว หากนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจมาใช้เป็นกรอบในการพิจารณา สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้ คือ

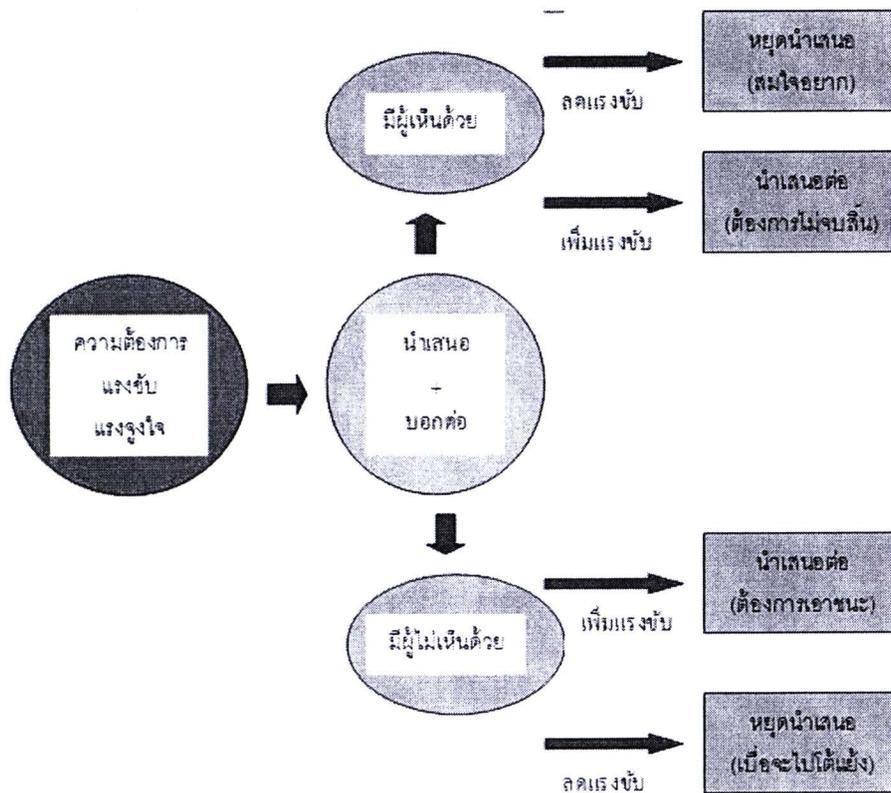
ระยะที่ 1 การที่บุคคลรู้สึกขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การขาดความรัก ขาดความสนใจ ขาดการเคารพนับถือ ขาดอำนาจ ทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งแรงขับ (Drive) นี้อาจมาจากสิ่งเร้าที่มากกระตุ้น อาจมาจากทั้งภายนอก เช่น ความต้องการทางเพศ และภายในเช่น

ความต้องการความรัก ความต้องการความสนใจ ความต้องการอำนาจ เป็นแรงจูงใจให้เกิดการนำเสนอดังกล่าว

ระยะที่ 2 เกิดการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ ซึ่งการสื่อสารผ่านข้อความนั้นเป็นแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน ผู้ใช้ทวิตเตอร์จึงไม่ค่อยมีความกังวลในเรื่องของการแสดงออกต่อความต้องการมากนัก ทำให้เห็นถึงความต้องการในการนำเสนอและบอกต่ออย่างเห็นได้ชัด

ระยะที่ 3 บุคคลได้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ก็จะเกิดการลดแรงขับหรือความต้องการนั้นๆ ลง เนื่องจากความต้องการนั้นๆ ได้รับการตอบสนองแล้ว แต่หากความต้องการนั้นๆ ไม่ถึงเป้าหมายอย่างแท้จริง ความต้องการนั้นก็จะยังคงมีอยู่ ก็จะเกิดแรงขับกระตุ้นให้เกิดการนำเสนอต่อจนกว่าบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจอย่างแท้จริง ความต้องการนั้นก็จะลดลง เป็นการจบกระบวนการ

การนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ เมื่อผู้ใช้ทวิตเตอร์รู้ถึงประเด็นทางสังคมต่างๆ และนำเสนอไป ถ้าได้รับการตอบสนองในทางที่ดี เช่นมีการสนับสนุนความคิดจากผู้ใช้อื่นๆ หรือมีผู้ใช้อื่นๆ มาติดตามมากขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจ มีส่วนหนึ่งที่หยุดนำเสนอเรื่องนั้นเพราะได้รับความพึงพอใจแล้ว และอีกส่วนหนึ่งที่นำเสนอต่อเพื่อให้ได้ความพึงพอใจมากขึ้นไปอีก ส่วนถ้าได้รับการตอบสนองที่ไม่ดี เช่น ผู้อื่นมีความคิดเห็นขัดแย้งก็จะมีส่วนหนึ่งที่นำเสนอเรื่องนั้นต่อเพื่อที่จะเอาชนะความต้องการนั้นจนกว่าจะถึงจุดที่พอใจอย่างแท้จริง และมีอีกส่วนหนึ่งที่หยุดนำเสนอเพราะคิดว่าการหยุดนำเสนอเป็นฝ่ายได้เปรียบกว่า



ภาพที่ 8.1 รูปแบบความต้องการที่ทำให้เกิดแรงขับการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

แรงจูงใจในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ จึงเกิดจากความต้องการในแต่ละด้าน ทั้งความต้องการความสำเร็จ คือการมีผู้ติดตามมากๆ การมีผู้ให้ความสนใจพูดคุยในประเด็นสังคมต่างๆ ความต้องการอำนาจ ความต้องการทำร้ายตนเองและผู้อื่น ความต้องการมีเพื่อน ความต้องการช่วยเหลือผู้อื่น และให้ผู้อื่นช่วยเหลือ และความต้องการอื่นๆ เช่น ความสนุกสนาน การต้องการบรรยายให้ผู้อื่นทราบ หรือต้องการระบายความรู้สึก ซึ่งตรงกับข้อสันนิษฐานการวิจัย โดยเมื่อผู้ใช้มีความต้องการเกิดขึ้น จึงมีการนำเสนอและบอกต่อในลักษณะต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ เนื่องจากเรื่องราวทางสังคมมีเรื่องราวเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา ความต้องการนั้นจึงวนเวียนกันเป็นวัฏจักร เมื่อเกิดเรื่องราวทางสังคมใหม่ขึ้นมา ผู้ใช้ก็จะมีความต้องการเช่นเดิม ไม่มีที่สิ้นสุด

8.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัย ที่มีการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน จากสื่อเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์และสื่อกระแสหลักมีจำนวนมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าข้อมูลในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีความสำคัญกว่า จึงเก็บข้อมูลในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ก่อน เพราะหากเลยระยะเวลา 1 เดือน ข้อมูลจะหายไปไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ ตามมาด้วยการเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ที่ครบถ้วน แต่เมื่อเก็บข้อมูลครบแล้ว ปรากฏว่าข้อมูลจากวิทยุไม่สามารถมีการฟังย้อนหลัง หรือมีการขอเทปรายการได้ จึงทำได้เพียงการฟังอย่างเดียว ไม่ได้ถอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เช่นเดียวกับข้อมูลทางโทรทัศน์ที่สามารถถอดเทปออกมาได้เพียงบางรายการเท่านั้น จึงทำให้ไม่สามารถนำมาเป็นส่วนประกอบในการอ้างอิงเกี่ยวกับส่วนของเนื้อหาในรายการวิทยุ และโทรทัศน์ได้

8.4 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย กล่าวได้ว่า การใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นั้นขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้งานทั่วไป นักข่าว หรือผู้ใช้ในนามสื่อมวลชน จะต้องมีความรู้ปฏิบัติ คือ มีจริยธรรมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แม้แต่การใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงไปในเรื่องที่นำเสนอในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นทั้งพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะจะต้องมีความระมัดระวัง และมีการใช้วิจารณญาณก่อนการบอกต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยคำนึงถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารนั้นๆ รวมถึงคนทำงานในสื่อกระแสหลักที่ต้องมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารมากขึ้นกว่าเดิมในยุคที่ข่าวสารมีการนำเสนอด้วยความรวดเร็ว ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อกระแสหลักควรมีมารยาทในการให้เครดิตกับแหล่งสารที่มีการนำข้อมูลข่าวสารมานำเสนอ โดยเฉพาะสื่อกระแสหลักควรให้เครดิตกับแหล่งสารที่มีการนำข้อมูลข่าวสารมาจากสื่อออนไลน์มานำเสนอ
2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย นับได้ว่าเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์เป็นสื่อมวลชนรูปแบบใหม่ที่ผู้ใช้ทุกคนเป็นผู้เริ่มต้นใช้กันใหม่หมด ซึ่งรูปแบบการใช้นั้นมีการปล่อยให้ใช้งานได้อย่างอิสระ ผู้ใช้สามารถนำเสนออย่างไรก็ได้ และยังไม่มีความหมายหรือกฎระเบียบมาควบคุมการนำเสนอเนื้อหาอย่างเคร่งครัด มีเพียงผู้ใช้งานที่สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารตนเองได้ ดังนั้นผู้ใช้งานควรช่วยกันสอดส่องดูแลการใช้งานของผู้ใช้ด้วยกันเอง โดยเฉพาะผู้ที่ใช้งานมานาน เช่น นักข่าว สื่อมวลชน บุคคลที่มีชื่อเสียง และ

ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ที่จะต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอมากกว่าผู้ใช้คนอื่นๆ เพราะเป็นผู้นำของกระแสสังคม โดยเป็นแบบอย่างที่ดีในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้ที่มีอำนาจกำกับดูแลการใช้สื่อออนไลน์อันได้แก่ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรจะมีการออกกฎเกณฑ์กำหนดนโยบายการใช้สื่อออนไลน์ที่สามารถใช้งานได้จริง เนื้อหาไม่คลุมเครือ และมีผลบังคับใช้สำหรับนักข่าว สื่อมวลชนหรือภาคประชาชนอย่างเคร่งครัด หากมีการแก้ไขพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ จะไม่ใช่แค่การเพิ่มการระบุโทษสำหรับผู้กระทำความผิด ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ แต่ควรให้การศึกษากับผู้ใช้ และมีการให้ผู้ใช้รับทราบพระราชบัญญัติ หรือกฎเกณฑ์การใช้งานสื่อออนไลน์โดยทั่วกันด้วย ทั้งนี้กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงวัฒนธรรมควรมีจัดการเรียนการสอนโดยปูพื้นฐานให้เด็กมีความรู้เท่าทันสื่อทุกชนิดในหลักสูตร โดยสอนทั้งวิธีการใช้สื่อ และตรรกะการรับรู้และนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างเหมาะสม เพื่อจะได้มีความรู้เท่าทันสื่อและใช้สื่ออย่างถูกต้องในอนาคต

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากในครั้งนี้อยู่วิจัยมีการวิจัยข้อมูลข่าวสารเรื่องเกี่ยวกับสังคมที่ไม่เกี่ยวกับเศรษฐกิจและการเมือง ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้ศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าวทางการเมือง หรือ การสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งวาทกรรมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ต่อไป