

ผู้เฝ้าประตูข่าวสารกับกระบวนการสื่อสารในสื่อสังคม :

ความสำคัญ และผลกระทบ

Gatekeeper and News Reporting Process in Social Media : the Important and Affect

ชนิดา รอดหยู่¹

Chanida Rodyoo

บทคัดย่อ

ปัจจุบันผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper) หรือกระบวนการคัดกรองข่าวสารถูกลดความสำคัญลงจากกระบวนการสื่อสารในสื่อสังคม เนื่องจากข่าวในสื่อสังคมเน้นการกระจายข่าวสารที่รวดเร็ว จากบุคคลที่มีความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และมีบัญชีผู้ใช้สื่อสังคม ทั้งที่เป็นและไม่ใช่สื่อข่าว โดยการนำเสนอเรื่องราวข่าวสารที่ไม่ได้ผ่านการตรวจสอบ กลั่นกรอง เพราะสื่อใหม่มีคุณลักษณะที่พิเศษมากกว่าสื่อดั้งเดิม คือการเข้าถึงได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้คนทั่วไปสามารถเป็นผู้ส่งสาร เผยแพร่เรื่องราวและความคิดเห็นของตนไปสู่สาธารณะได้ ข่าวสารจำนวนมากที่ไหลเวียนอยู่ในสังคมทุกวันนี้ จึงมีทั้งข่าวจริงและไม่จริง ซึ่งเป็นสาเหตุของการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ตกเป็นข่าวมากขึ้น ข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ในสื่อสังคมจึงมีความเสี่ยงต่อการกระทำผิดกฎหมาย ตลอดจนจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน นอกจากนี้ ความนิยมข่าวในสื่อสังคมของผู้รับสาร ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการ

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช; Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

เสปข่าวที่ฉาบฉวยเร้าอารมณ์ กระตุ้นความสนใจใคร่รู้ของมนุษย์มากกว่าข่าวสารที่มีสาระและความสำคัญ

คำสำคัญ: ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร กระบวนการสื่อสาร สื่อสังคม

Abstract

In the present the gatekeeper process is not important for the news reporting in social media. This is because news in social network needs to be distributed rapidly from people who can access the internet and have social media accounts, they can either be the reporter or not. The news that is publicized through the social media is not always checked, new media is a more exclusive attribute than traditional media which is easy, fast and more convenient to access. People can be the senders of the social media and easily declare their stories and opinions to public. Nowadays a lot of news that is circulated though society is a mixture of factual and nonfactual. This causes a violation of human right and human dignity of the person that is reported in the news. Accordingly, news that is publicized in social media has a risk of offending and going against media ethics. Furthermore, social media receivers have a tendency to consume news interested in dramatic issue rather than core, important factual news.

Keywords: Gatekeeper, News Reporting Process, Social Media

บทนำ

หากกล่าวถึงผู้เฝ้าประตูข่าวสารหรือผู้กั้นกรองข่าวสาร (Gatekeeper) ในกระบวนการสื่อสารของสื่อมวลชนนั้น คนในแวดวงวิชาการและวิชาชีพก็คงนึกถึงผู้ที่ทำงานในตำแหน่ง “บรรณาธิการ” ซึ่งเป็นบุคคลที่ค่อนข้างมีอำนาจในการคัดสรรข่าวที่จะนำไปเผยแพร่ทางสื่อมวลชน โดยตามหลักการของแนวคิดนี้บรรณาธิการจะเลือกสรรข่าวโดยคำนึงถึงพื้นที่ หรือเวลาของสื่อ นโยบายขององค์กร คุณค่าข่าวและผลกระทบ นอกจากนี้

ข่าวสารที่จะผ่านประตูข่าวไปได้ก็ยังคงต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แหล่งที่มาหรือแหล่งข่าว และความสมดุลของเนื้อหาข่าว ข่าวที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชน โดยทั่วไปจึงเป็นข้อเท็จจริงที่มีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้รับสาร

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดสื่อมวลชนประเภท “สื่อใหม่” (New Media) ซึ่งเป็นการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถส่งผ่านข้อมูล ข่าวสาร โดยอาศัยการเชื่อมต่อของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ ใต้ทั่วโลก การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ได้สร้างความท้าทายและปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์ทางการ สื่อสารมวลชนอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสื่อสารที่รวดเร็ว และกว้างไกลขึ้น ข้ามข้อจำกัดเรื่องพื้นที่และเวลาตามศักยภาพของสื่อดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์) ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับลักษณะการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของคน รุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี จึงกล่าวได้ว่าสื่อใหม่เป็นสื่อที่แสดงบทบาทที่ชัดเจนขึ้นในปัจจุบัน แม้ต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ และเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่ด้วยความก้าวหน้าของ ยุคสมัยก็ทำให้คนรุ่นใหม่เข้าถึงสื่อใหม่ได้อย่างสะดวกสบาย

สื่อใหม่มีคุณสมบัติในการประมวลผลเนื้อหาที่หลากหลายได้อย่างแม่นยำ และ รวดเร็ว เนื่องจากมีความเป็นดิจิทัล (Digitalization) สามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้หลายมิติ (Many to Many) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มวลชนเข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้น จึงมีข้อได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทดั้งเดิมในเรื่องการปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารมากขึ้น ขณะเดียวกันสื่อใหม่ก็มีลักษณะ การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งเป็นความสามารถในการนำเอาลักษณะต่าง ๆ ของสื่อมวลชนทุกประเภทมารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้สื่อใหม่มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียง สื่อเดียว เช่น การดูหนัง ฟังเพลง อ่านหนังสือพิมพ์ และดูโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Kaewtep and Choikunphon, 2012)

นอกจากนี้ความนิยมในการใช้สื่อใหม่เพื่อการติดต่อสื่อสารก็ทำให้เกิดช่อง ทางการสื่อสารของคนสมัยใหม่ที่เรียกว่า “เครือข่ายสังคม” (Social Network) ซึ่งเป็น ลักษณะการรวมกลุ่มในรูปแบบเครือข่าย หรือชุมชนเสมือนของคนรุ่นใหม่ที่มีความสัมพันธ์ ทางสังคมในกลุ่มคนที่มีความวัตถุประสงค์ หรือความสนใจในเรื่องเดียวกัน โดยมีการขยายตัว ผ่านช่องทาง การติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ทวิตเตอร์ และ กูเกิ้ลพลัส เป็นต้น

ในปัจจุบันเครือข่ายสังคมยังมีบทบาทด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะมาจากสื่อมวลชน คือ นักข่าว เจ้าของเรื่องราวเหตุการณ์ หรือความคิด คือ บุคคลในข่าว เช่น นักการเมือง ผู้ประสบอุบัติเหตุ หรือผู้เห็นเหตุการณ์ หรือกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นผู้แบ่งปัน (Share) ข่าวที่ได้อ่านมาจากแหล่งต่าง ๆ ผ่านทางเครือข่ายสังคมที่ตนเป็นสมาชิกหรือมีบัญชีผู้ใช้อยู่ ซึ่งแน่นอนว่าการสื่อสารในลักษณะดังกล่าวย่อมมีความรวดเร็วและง่ายกว่ากระบวนการสื่อสารที่จะถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน โดยเฉพาะเมื่อเครือข่ายสังคมยอมดัดนิยมนำอย่าง เฟซบุ๊ก เพิ่มช่องทางการถ่ายทอดสด (Live) ให้กับผู้ใช้ เราจึงสามารถพบเห็นการแพร่ภาพเหตุการณ์ในขณะกำลังเกิดเหตุอยู่เป็นประจำ

ทั้งนี้ การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมก็ไม่ได้มีกระบวนการคัดกรองข้อมูลที่น่าเสนอ หรือไม่มี Gatekeeper ในฐานะบรรณาธิการนั่นเอง ซึ่งในกรณีของผู้สื่อข่าวที่นำเสนอข่าวผ่านช่องทางสื่อสังคมของตนเอง ก็อาจได้ทำหน้าที่ในฐานะ Gatekeeper เองได้ แต่ในกรณีของผู้ใช้ทั่วไปการนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์บางอย่างสู่สาธารณะอาจส่งผลทั้งดีและเสียในเวลาเดียวกัน ความท้าทายในการใช้สื่อสังคมในการนำเสนอข่าว โดยไม่มี Gatekeeper ในกระบวนการสื่อสารอีกต่อไปนั้น จึงเป็นประเด็นที่ควรทบทวนและพิจารณาว่า วิกฤตการณ์อย่างมีเหตุและผล เพื่อสรุปกรอบความคิดกระบวนการสื่อสารโดยสื่อใหม่ที่น่าสนใจยิ่ง

สื่อสังคม

สื่อสังคม (Social Media) หมายถึง ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันของกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกัน เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กันในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ซึ่งปรากฏขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงเรียกกันว่า “ชุมชนออนไลน์” ทำให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสารผ่านการอัปเดตสถานะ (Status) การอัปโหลดรูป คลิปวิดีโอ เป็นต้น การสร้างเนื้อหาทางสื่อสังคมในรูปแบบดังกล่าว ทำให้ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมหรือกำหนดประเด็นการสื่อสารได้เอง

จากการสำรวจของสำนักวิจัยพิวภายใต้โครงการวิจัยการใช้อินเทอร์เน็ตและชีวิตของชาวอเมริกัน (Pew Research Center's Internet and American Life Project อ้างถึงใน Shirley Biagi, 2017) พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมเพื่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน

และครอบครัว รวมถึงการเชื่อมโยงและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่า เพราะฉะนั้น สื่อสังคม จึงสะท้อนภาพชุมชนหรือสังคมที่ไม่มีพื้นที่ทางกายภาพ แต่ผู้ใช้งานสื่อสังคม สามารถติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงกันได้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา

คุณสมบัติของสื่อสังคมที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) นั้น เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหาเพื่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ด้วยตนเอง สื่อสังคม จึงสามารถขยายตัวไปสู่กิจกรรมในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น กิจกรรมภาคข้อมูลข่าวสาร หรือสื่อสารมวลชน และภาคธุรกิจ เป็นต้น กล่าวคือ ในปัจจุบันสื่อสังคมเป็นช่องทางในการรายงานข่าว โดยผู้สื่อข่าวมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับและเผยแพร่ข้อมูล ขณะที่ผู้อ่าน/ผู้ชม ก็มีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสารในเวลาเดียวกันอีกทั้งเป็นช่องทางในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อพื้นที่โฆษณาบนเครือข่ายสังคม เช่น เฟซบุ๊ก หรือจะเป็นช่องทางการขายสินค้าของผู้ใช้เอง

ปัจจุบันนี้สื่อสังคมได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก โดยเว็บไซต์ วีอาร์ โซเชียลดิเจิตัลเอเจนซีในประเทศสิงคโปร์ ได้ทำการรวบรวมสถิติ และสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค เกี่ยวกับการใช้อินเตอร์เน็ตและสื่อสังคมจากหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย ระบุว่า ปี 2559 เป็นปีที่คนไทยมีอัตราการใช้อินเตอร์เน็ตเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตกว่า 38 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 56 ของประชากรทั้งหมด และมีผู้ใช้งานสื่อสังคมทั้งสิ้น 38 ล้านคน สถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยสื่อสังคมที่มีการแพร่กระจายกว้างขวางที่สุดในโลกคือเฟซบุ๊ก ซึ่งมีสถิติผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2559 มีผู้ใช้งานมากกว่า 1,100 ล้านคนทั่วโลก และในประเทศไทยมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่า 30 ล้านคน ซึ่งเปรียบเทียบกับเครือข่ายสังคมอื่น เฟซบุ๊กมีผู้ใช้มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ในสัดส่วนร้อยละ 32 ของเครือข่ายสังคมทั้งหมด (Marketing Oops, 2559)

ความสำคัญของสื่อสังคมต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนและการ สื่อสารของสื่อมวลชน

ข้อมูลของสำนักวิจัยพิว (Pew Research Centre อ้างถึงใน Shirley Biagi, 2017) ระบุว่า เครือข่ายสังคมเริ่มแสดงบทบาทตามภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการเชื่อมโยงกับผู้รับสารผ่านเหตุการณ์ที่ปรากฏบนสื่อสังคม รายงานดังกล่าวชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ส่งผลต่อรับข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน ดังนี้

1. ผู้ใช้สื่อสังคมมากกว่าครึ่งหนึ่งรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก โดยไม่ไปเสาะแสวงหาข่าวจากสื่ออื่น และกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กเพื่อเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้นส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 29 ปี
2. ผู้รับชมวิดีโอและข่าวออนไลน์มากเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมที่มีอายุน้อยหรือกลุ่มวัยรุ่น
3. มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ใช้เครือข่ายสังคมแบ่งปัน (Share) และรายงาน (Report) เรื่องราวและข่าวสาร ขณะที่เกือบทั้งหมดตกเตียงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นข่าวสารผ่านสื่อสังคม
4. หนึ่งในสิบของผู้ใช้เครือข่ายสังคมโพสต์วิดีโอที่ผู้ใช้ทั่วไป (ไม่ใช่สมาชิก) ทำขึ้น
5. ผู้รับข่าวสารออนไลน์ได้นำเสนอเนื้อหาของตนเอง (ทั้งบทความ ความคิดเห็น และวิดีโอ) บนเว็บไซต์ข่าวและเว็บบล็อก
6. บนสื่อสังคมและแม้แต่สื่อดิจิทัลอื่น ข่าวจะถูกผสมผสานกับเนื้อหาประเภทอื่น ๆ ที่คนสนใจ

ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของสื่อสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกา
เปิดรับข่าวสารของผู้รับสารในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งหาก
พิจารณาด้านประโยชน์ของผู้รับสารจะเห็นได้ว่า ผู้รับสารมีโอกาสเลือกรับข่าวสารที่
หลากหลาย ตรงกับความต้องการของตนเองได้ในเวลาที่ต้องการมากขึ้น มีลักษณะเป็น
ผู้รับสารที่เป็นฝ่ายกระทำ (Active Audience/ Active Seeker) พร้อมกันนั้นก็ทำให้
กระบวนการข่าวเป็นลักษณะการสื่อสารสองทางมากขึ้น โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้ชม
ผู้อ่านหรือผู้ฟังเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผู้ร่วมในการผลิตเนื้อหา (Co- Creator) ด้วย เพราะ
สามารถสะท้อนความคิดเห็นความสนใจ ทำให้ประเด็นบางประเด็นถูกให้ความสำคัญใน
สื่อ เนื่องจากได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มผู้อ่าน

ในขณะที่ตัวผู้สื่อข่าวก็ให้ความสำคัญและใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวในด้านการรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แหล่งข่าวผ่านทางสื่อสังคมต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก หรือการใช้เป็นช่องทางการรายงานข่าว และถ่ายทอดสดเหตุการณ์ ซึ่งทำให้ข่าวที่ถูกนำเสนอมีความสดใหม่ และทันเหตุการณ์ สามารถนำเสนอ หรือโพสต์ได้ทันที และถ้าเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจก็จะมีผู้แบ่งปันกับผู้ใช้อีกจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งผู้สื่อข่าวต้องทำหน้าที่ทั้งในการสื่อข่าวและบรรณาธิการ หรือคัดกรอง (Filter) ข่าวไปพร้อม ๆ กันเพื่อพิจารณาในประเด็นคุณค่าข่าว ความน่าสนใจ และผลกระทบของเหตุการณ์ โดยในแง่นี้ก็ไม่ใช่เป็นต้องคำนึงถึงนโยบายขององค์กรสื่อ ผู้สนับสนุน (Sponsor) และพื้นที่หรือเวลาที่จำกัดเหมือนกรณีการนำเสนอข่าวในสื่อกระแสหลัก

ในต่างประเทศ ผู้สื่อข่าวจะให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการสื่อข่าวและรายงานข่าวเป็นอย่างมาก โดยมหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์ร่วมกับสถาบันโคลินได้ทำการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้สื่อข่าวในประเทศสหรัฐอเมริกาต่อการใช้สื่อสังคมในการทำงานข่าว จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ จำนวน 371 คน เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2552 พบว่า ผู้สื่อข่าวเห็นร่วมกันว่า สื่อสังคมมีความสำคัญในกระบวนการทำข่าว โดยเฉพาะการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการเขียนข่าวและรายงานพิเศษ ซึ่งผู้สื่อข่าวอาศัยการค้นคว้าข้อมูลผ่านบล็อกร้อยละ 89 จากสื่อสังคม เช่น เฟซบุ๊ก, ลิงค์อิน (Linkedin) ร้อยละ 65 จากการใช้ไมโครบล็อก เช่น ทวิตเตอร์ร้อยละ 52 และการใช้เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ในรูปสารานุกรมออนไลน์ เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) ถึงร้อยละ 61 รวมทั้งยังพบเพิ่มเติมอีกว่าผู้สื่อข่าวใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วไปหรือกระจายข่าวสารด้วยตนเองผ่านบล็อกร้อยละ 64 สื่อสังคมร้อยละ 60 และใช้ไมโครบล็อกร้อยละ 57 (Phoovatis, 2011)

นอกจากนี้ปริมาณข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่ไหลเวียนผ่านสื่อสังคมในแต่ละวันได้เพิ่มแรงกดดันให้ผู้สื่อข่าวต้องทำงานแข่งกับเวลามากขึ้นเพื่อให้ได้นำเสนอข่าวก่อนสำนักข่าวอื่น ๆ และผู้ใช้ทั่วไป โดยภาวะการแข่งขันดังกล่าวส่งผลต่อความอยุ่รอดขององค์กรด้วย เนื่องจากความนิยมในการบริโภคสื่อใหม่ของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่สื่อมวลชนที่เป็นตัวเลือกใหม่ๆ มีเพิ่มมากขึ้น และสามารถตอบโจทย์การเสพข่าวสารของประชาชนในปัจจุบันได้มากกว่าสื่อดั้งเดิม เพราะเข้าถึงได้ง่ายและ

สะดวก โดยผ่านสมาร์ทโฟน หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดพกพา ผู้สื่อข่าวจึงต้องทำงานให้ทันต่อการรายงานข่าว ที่มาจากช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทวิตเตอร์ หรือเฟซบุ๊ก เพราะหากนำเสนอข่าวล่าช้าไป ก็จะถูกผู้สื่อข่าวจากสำนักข่าวอื่นนำเสนอประเด็นข่าวที่เกิดขึ้นไปก่อนแล้ว บางครั้งอาจจะซ้ำว่านักข่าวพลเมือง (Citizen Journalism) หรือผู้ใช้สื่อสังคมที่ไม่ได้เป็นผู้สื่อข่าวมืออาชีพก็ได้ ซึ่งแน่นอนว่าผู้รับสารที่สามารถเสพข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา จะไม่สนใจข่าวที่ถูกรายงานผ่านไปแล้ว ไม่ว่าจะจากใคร หรือช่องทางใดก็ตาม

ลักษณะข่าวสารในสื่อสังคม

ข่าว เป็นเนื้อหาหลักของสื่อมวลชน โดยเฉพาะปัจจุบันนี้ข้อมูลข่าวสารมีความจำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก การบริโภคข่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผน ตัดสินใจ และแก้ปัญหาของคนทุกกลุ่มทุกอาชีพ เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเมื่อได้รับการพิจารณานำเสนอเป็น “ข่าว” ทางสื่อมวลชนแล้วก็นับได้ว่าเหตุการณ์นั้นมีคุณค่า มีความสำคัญ ตลอดจนจำเป็นแก่ผู้รับสารในระดับหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การแสดงความคิดเห็นและพิจารณาตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง

ข่าว หมายถึง เรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริง และเมื่อพิจารณาแล้ว เหตุการณ์นั้นมีความสำคัญ น่าสนใจ และมีผลกระทบต่อสาธารณะ ผู้สื่อข่าวจึงต้องรายงานให้สาธารณชนได้รับทราบอย่างรวดเร็ว ด้วยความถูกต้อง และเที่ยงตรง โดยผ่านช่องทางสื่อมวลชน ทั้งนี้ในปัจจุบันนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนบางกลุ่มได้เสนอให้มีการพิจารณานิยามของข่าวให้มีความสอดคล้องกับวิชาชีพสื่อสารมวลชนในยุคของการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารโดยไร้ข้อจำกัดเรื่องเวลา และสถานที่ ตามคุณลักษณะของสื่อใหม่ และทำให้กระบวนการข่าวมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป

ทุกวันนี้เนื้อหาารูปแบบต่าง ๆ ที่ปรากฏทางสื่อสังคม ได้ถูกใช้เป็นแหล่งข่าว (Source) ของสื่อมวลชนกระแสหลัก โดยเฉพาะเนื้อหาหรือเรื่องราวที่ได้รับความสนใจ วัดได้จากการกดถูกใจ (Like) หรือการแบ่งปัน (Share) เนื้อหานั้นต่อ ๆ กันระหว่างผู้ใช้ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เว็บไซต์ที่เคยนำเสนอข่าวปกติ ต้องปรับตัวตามกระแสนิยมเพื่อดึงดูดผู้อ่าน ขณะเดียวกันก็ต้องรายงานข่าวด้วยความรวดเร็ว ทำให้มีการนำเอาเรื่องราวที่ถูกแชร์ผ่านสื่อสังคมมานำเสนอ โดยขาดการตรวจสอบข้อเท็จจริงและ

ความถูกต้อง นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อสังคมยังมีปัญหาเชิงจริยธรรมที่เกี่ยวกับการนำเสนอข่าวที่ไม่รอบด้าน การละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ตกเป็นข่าว และการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อสังคมมานำเสนอโดยไม่อ้างอิงแหล่งที่มา เป็นต้น

Limpatamapanee (2015) กล่าวว่า การเกิดขึ้นและเติบโตของเว็บไซต์ข่าวแปลกหรือข่าวที่ตรงกับความสนใจใคร่รู้ของมนุษย์ (Human Interest) หรือที่รู้จักกันว่า “ดราม่า” รวมทั้งเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจจากโลกออนไลน์ แล้วนำมาเรียบเรียงใหม่ในลักษณะที่เรียกว่า Content Curator โดยเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์เหล่านี้ จะใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวที่หวือหวา ขวนให้อยาก “อวด” ด้วยการแชร์ผ่านสื่อสังคม โดยบางครั้งคนแชร์ไม่ได้สนใจที่จะอ่านเนื้อหาจากข่าวนั้นเท่าใดนัก ทำให้ยอดการเข้าชมเว็บไซต์ประเภทนี้สูงขึ้นแบบผิดปกติ ในบางวันที่มีข่าว “โดนใจ” และข่าวนั้นถูกแชร์ต่อๆ กันไปอย่างรวดเร็ว

ธรรมชาติของข่าวในสื่อสังคม เป็นข้อมูลจำนวนมากที่มาจากผู้ใช้จำนวนมาก ทั้งที่เป็นและไม่เป็นสื่อมวลชน จำนวนข้อมูลข่าวสารที่มีอย่างมากมายในเครือข่ายสังคม นั้นมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค ตอบสนองด้านความสะดวกและรวดเร็วได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลแบบข้อความหลายมิติที่ประกอบด้วยตัวอักษร ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับและผู้ส่งสารได้มากขึ้น สามารถแสดงความคิดเห็น และโต้ตอบกันได้แบบทันทีทันใด ทั้งนี้ Chuastapanasiri (2015) ตั้งข้อสังเกตลักษณะข่าวในสื่อสังคมไว้ดังนี้

1. ข่าวเน็ต/สื่อสังคม (Social Media) เป็นตัวกำหนดวาระ/ประเด็นข่าวให้สำนักข่าวหลัก/สื่อมวลชนกระแสหลักมากขึ้น เน้นอารมณ์เกรี้ยวกราด หวาดเสียว ตื่นเต้น อื้อฮา มากกว่าเดิม
2. คนเด่น/คนดัง/ดารา โพสต์อะไรสักพัก นักข่าวก็จะเอามาเป็นประเด็น โดยเฉพาะดาราเกาเหลาดารา ทำง่าย ขายดี ไม่ต้องลงทุน
3. คนธรรมดา หน้าตาดี ขายถั่ว ขายหมูบั้ง ถ้าหน้าตาดี มีคนแชร์ สื่อก็จะไปเอามาทำประเด็นข่าวได้ และอาจมียอดแชร์กว่าข่าวนายกฯ หรือ ขาวราคาน้ำมัน เรื่องการอยู่การกิน
4. ข่าวเชิงนโยบาย บทวิเคราะห์ วิจารณ์ วิพากษ์วิจารณ์เชิงนโยบายสาธารณะ มักไม่มีการแชร์หรือส่งต่อบนสื่อออนไลน์

5. ชาวสั้นๆ มีคนชอบอ่านมากกว่าชาวยาวๆ และมีคนสนใจคอมเมนต์มากกว่าอ่านเนื้อหาข่าว

6. ข่าวประเภท (มิดลิล) ถ้าเป็นเรื่อง โหด เสียว เซ็กส์ จะช่วยเพิ่มยอดการดูสูง ขอให้เป็นคลิปหมู่หมาไถ่กามวนนกะไรก็ได้ ก็ยิ่งง่าย

7. หากเมื่อๆ ไม่มีประเด็นอะไรหือหาว่า สำนักข่าวจะไปจัดอันดับ 10 อันดับดาราหน้าตาดี, นักกีฬาหน้าตาดี, นักร้องนักแสดงหน้าตาดี มาปล่อยข่าวทั้งๆ ที่ไม่มีประเด็นอะไรนอกจากต้องการการกดแชร์จากหนุ่มๆ สาวๆ

8. ถ้าคุณเห็นการแชร์เพจข่าว จิก กัด ฮา สักพักนักข่าวจะไปเอามาทำเป็นข่าวว่าชาวเน็ตกระหน่ำแชร์อันเป็นที่น่าตื่นเต้น และก็จบผ่านไปอีกข่าว

9. ข่าวเชิงนโยบาย ข่าวสืบสวน จะทยอยหายไป จากหน้าไทม์ไลน์ โดยเฉพาะข่าวเชิงวิเคราะห์ แทบไม่มีใครอ่าน และมีคนแชร์น้อยมาก

10. ข่าวต่างประเทศ ทำง่าย ถ้าเห็นในสื่อต่างประเทศ สื่อไทยจะแปลและเรียบเรียงเนื้อหาข่าว/ภาพประกอบภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว และหลายๆ สำนักข่าวไทยก็คัดลอกมาทั้งหมด จนไม่รู้ว่าเป็นต้นฉบับ

จากข้อสังเกตดังกล่าวจะเห็นได้ว่าข่าวในสังคมส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นข่าวเบา เช่น ข่าวบันเทิง ข่าวอุบัติเหตุ และข่าวอาชญากรรม ซึ่งไม่ได้มุ่งเน้นสาระ หรือผลกระทบต่อสาธารณะ โดยหากวิเคราะห์การสื่อสารข่าวประเภทนี้จะพบว่ามีการสื่อสารที่ง่ายกว่าการสื่อสารหนักเช่น ข่าวการเมืองและเศรษฐกิจ หรือข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนอยู่มาก จึงเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของผู้สื่อข่าวในปัจจุบันด้วยเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวขาดทักษะที่แหลมคมในการคิดประเด็นข่าว การตีโจทย์ของสถานการณ์ที่สำคัญทางสังคม ทั้งเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง และต่างประเทศ อีกทั้งให้ความสนใจกับข่าวชาวบ้าน ที่เราอารมณ์ให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ ซึ่งข่าวประเภทนี้ไม่ได้สร้างประโยชน์ใดๆ นอกจากการเล่นกับความรู้สึกที่จะเกิดขึ้น และจบลงแค่เพียงเปิดอ่านข่าวต่อไป นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าความมุ่งหวังของผู้สื่อข่าวและสำนักข่าวในปัจจุบันนั้น ให้ความสำคัญกับผลกระทบของรายงานข่าวต่อสังคมน้อยลง แต่มุ่งสนใจปริมาณการกดถูกใจและแชร์ข่าวทั้ง ๆ ที่เป็นประเด็นที่ไม่มีสาระมากกว่า

ความสำคัญของผู้เฝ้าประตูข่าวสารต่อกระบวนการสื่อสารในสื่อสังคม

ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในกระบวนการคัดเลือกกลั่นกรอง (ควบคุม) ข่าวสารประจำวันของสื่อมวลชน ซึ่งผู้ที่มีอำนาจดังกล่าวมักจะอยู่ในตำแหน่ง “บรรณาธิการข่าว” ถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชนตลอดทุกขั้นตอนที่ข่าวสารไหลผ่านหรือแพร่กระจายจากต้นตอไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยเคิร์ทเลวิน นักสังคมศาสตร์ชาวอเมริกัน เป็นผู้ริเริ่มศึกษาและใช้คำว่า “Gatekeeper” ต่อมาก็มีแนวคิดนี้มาศึกษาการคัดเลือกข่าวที่มาจากสำนักข่าวต่าง ๆ ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ในสหรัฐฯ ซึ่งไวท์เรียกว่าผู้ที่ทำงานในหน้าที่ดังกล่าวว่า “Mr. Gates”

กระบวนการคัดเลือกข่าวสารในฐานะผู้เฝ้าประตูข่าวสารของสื่อมวลชน คือการทำงานที่สะท้อนให้เห็นอำนาจในการเลือก “ข่าว” ให้ประชาชนได้อ่าน ได้ชมหรือได้ฟัง กล่าวคือ ในแต่ละวันมีเหตุการณ์เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งเหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านั้นอาจมีคุณค่ามากพอสำหรับการเป็นข่าวได้ แต่ด้วยปัจจัยด้านพื้นที่ (ของหนังสือพิมพ์) และเวลา (ของสื่อวิทยุและโทรทัศน์) ที่ต้องมีไว้สำหรับสปอนเซอร์ที่ซื้อพื้นที่และเวลาโฆษณาสินค้าและบริการทางสื่อมวลชน รวมถึงปัจจัยด้านนโยบาย และความเป็นเจ้าของสื่อทำให้ข่าวต่าง ๆ ที่ผู้สื่อข่าวทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคส่งไปยังกองบรรณาธิการไม่สามารถนำเสนอได้ทั้งหมด บรรณาธิการจึงจำเป็นต้องเลือกข่าวเพียง “บางข่าว” นำเสนอผ่านสื่อมวลชน และตัดข่าวอีก “หลายข่าว” ทิ้งไป (Rodyoo, 2016)

เมื่อมีการเติบโตของเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ ซึ่งธรรมชาติสื่อประเภทนี้เปิดพื้นที่ให้คนรับสารที่เคยเป็นเพียงผู้รับสารสามารถสร้างเนื้อหาได้เอง (User- Generated Content) นักข่าวต้องปรับบทบาทของตนเองในการทำข่าวโดยเฉพาะการทำหน้าที่ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร เพราะไม่ใช่ทุกเรื่องต้องผ่านประตูข่าวสารของนักข่าวอีกต่อไป โดย Mltchelstein & Boczlpski (2009) บอกว่านักข่าวเปลี่ยนบทบาทจาก Gatekeeper เป็น Gate Opening หรือการเปิดประตูเชื่อมโยงสื่อและผู้อ่านให้มีส่วนร่วมในกระบวนการข่าว ทำงานร่วมกันมากขึ้น แทนที่จะเป็นเพียงผู้เลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอ (Srisarakam, 2011)

บทบาทของผู้เฝ้าประตูข่าวสารเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งตามหลักการด้านวารสารศาสตร์ ซึ่งให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวที่ถูกต้องครบถ้วน มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือก่อนนำเสนอ ดังนั้นสื่อกระแสหลักซึ่งยังคงมีกระบวนการ Gatekeeper อยู่ นั้น จึงยังคงเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญประกอบการตัดสินใจของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่ม

ปัญญาชน คนชั้นนำ และนักธุรกิจ แต่ทั้งนี้เมื่อภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากความท้าทายของสื่อใหม่ ทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้น สื่อกระแสหลักจึงต้องปรับบทบาทจากผู้ค้นหาข่าวสาร เป็นผู้รวบรวม ต่อยอด และตรวจสอบความน่าเชื่อถือข่าวที่มาจากสื่อสังคม โดยหากพิจารณาในตำแหน่งหน้าที่ความเป็นผู้สื่อข่าวมืออาชีพนั้น จะทำให้ผู้สื่อข่าวของสื่อกระแสหลักมีศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งข่าวเพื่อค้นหาและนำเสนอความจริงได้อย่างรอบด้านกว่าการเผยแพร่ข่าวของผู้ใช้สื่อสังคมทั่ว ๆ ไป

องค์กรสื่อที่เป็นต้นแบบในการนำเทคโนโลยีสื่อใหม่มาใช้ในการกระบวนการข่าว และเป็นผู้นำในการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) อย่างเครื่อแน่นก็มีความพยายามที่จะตรวจสอบกลั่นกรองข่าวสารที่มาจากสื่อสังคม ให้ผ่านกระบวนการ Gatekeeper ก่อนนำเสนอ โดยการจัดตั้งโต๊ะข่าวโซเชียลขึ้น เพื่อคัดกรอง ตรวจสอบก่อนจะใช้เป็นแหล่งข่าว (Source) และนำเสนอในสื่ออื่น ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ แต่อย่างไรก็ตาม สำนักข่าวของต่างประเทศจะไม่ใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมในลักษณะดังกล่าวมาอ้างเป็นแหล่งข่าวในสื่อกระแสหลัก เพราะยังไม่ให้ความเชื่อถือข้อมูลที่มาจากสื่อสังคมเท่ากับข้อมูลที่มาจากนักข่าว หรือถ้าจะใช้ก็ต้องให้นักข่าวไปหาข้อมูลที่น่าเชื่อถือมาประกอบ

ผลการวิจัยเรื่อง “สื่อสังคมกับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อสาร” ของ (Srisarakam, 2011) พบว่า แม้ผู้สื่อข่าวจะยังคงลงพื้นที่หาข่าวเหมือนเดิม แต่มีรูปแบบการสื่อสารที่เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยสื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการแสวงหาและรวบรวมข้อมูลทั้งก่อนและหลังลงพื้นที่ ซึ่งทำให้เข้าถึงแหล่งข่าวได้ง่ายขึ้น และมีแหล่งข่าวเพิ่มขึ้นอีกด้วย ส่วนในกระบวนการคัดกรองข่าวสารหรือ Gatekeeper นั้น ผู้สื่อข่าวก็สามารถทำได้ด้วยตนเอง ต่างจากรูปแบบเดิมที่ต้องเป็นบรรณาธิการ เพราะผู้สื่อข่าวมีช่องทางในการเผยแพร่เป็นของตัวเอง จึงสามารถโพสต์หรือแชร์ข่าวผ่านสื่อสังคมได้อย่างรวดเร็วแบบทันทีทันใดโดยไม่ได้ผ่านการคัดกรองจากบรรณาธิการก่อน ลักษณะดังกล่าวจึงทำให้บทบาทของบรรณาธิการข่าวนั้นลดลง

จากการวิเคราะห์ของนักวิชาการด้านสื่อมวลชนหลายท่าน จะพบว่ากระบวนการข่าวในยุคสื่อสังคมนี้ Gatekeeper ถูกลดบทบาทและความสำคัญลง มีการปรับตัวของกองบรรณาธิการให้มีความยืดหยุ่นในกระบวนการสื่อสารมากขึ้น โดยการบูรณาการข้อมูลและแหล่งข่าวจากสื่อสังคม ใช้กระแสและความสนใจของประชาชนต่อประเด็นข่าวเป็นเครื่องมือในการคัดเลือกข่าวสารมานำเสนอ โดยการเน้นย้ำประเด็นให้มีความโดดเด่นขึ้น

จากการสะท้อนความสนใจของผู้อ่านในสื่อสังคม และทำให้เป็นวาระทางสังคม (Agenda Setting) ที่สาธารณะให้ความสำคัญและมีพูดถึงในวงกว้างขึ้น ซึ่งในกรณีที่เหตุการณ์หรือประเด็นสำคัญก็จะนำไปสู่การสร้างฉันทามติของสังคมต่อไป ดังนั้นสื่อใหม่จะถูกคาดหวังให้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารที่รวดเร็วกว่า ในขณะที่สื่อกระแสหลักส่วนใหญ่จะช่วยยืนยัน และสนับสนุนข้อมูลให้สมบูรณ์รอบด้านมากขึ้น

ผลกระทบของข่าวในสื่อสังคมที่ไม่มีผู้เฝ้าประตูข่าวสาร

ผลการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน” ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ระบุว่า ปัจจุบันประชาชนนิยมอ่านข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์บ่อยที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.13 (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) รองลงมาคือโทรทัศน์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.81 และเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันข่าว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.15 โดยข่าวสารที่รับชมบ่อยที่สุดคือข่าวบันเทิง 54.4% รองลงมาคือข่าวเหตุการณ์สำคัญ 52.3% ข่าวกีฬา 37% ข่าวการเมือง 34.9% และข่าวอาชญากรรม 32.8% (Positioning Magazine, 2559)

จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นว่าผู้รับสารหันมาให้ความสนใจบริโภคข่าวสารจากสื่อสังคมมากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น อีกทั้งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นต่อสื่อสังคมอีกด้วย สาเหตุสำคัญของปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดจากความนิยมของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อสื่อสังคมที่สอดคล้องกับความต้องการและวิถีชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งไม่ได้เป็นเรื่องใหม่นัก เมื่อพิจารณาถึงความสอดคล้องของนวัตกรรมสื่อมวลชนกับความนิยมของประชาชนที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ความนิยมสื่อใหม่ก็เป็นปรากฏการณ์เดียวกับที่ประชาชนให้ความนิยมและเชื่อมั่นในหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นนวัตกรรมสื่อมวลชนประเภทแรกของโลก และลดความนิยมในการอ่านหนังสือพิมพ์ลง เมื่อมีนวัตกรรมสื่อวิทยุเกิดขึ้นอีก รวมถึงความนิยมของวิทยุก็ลดลงเช่นเดียวกัน เมื่อมีการคิดค้นสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ขึ้นนั่นเอง แต่ความนิยมและความเชื่อมั่นต่อนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงมาในอดีต จะไม่มีความน่ากังวลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร เพราะสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ต่างมี Gatekeeper ทำหน้าที่กรองข้อมูลข่าวสารก่อนเผยแพร่ออกไปเสมอ ในขณะที่สื่อสังคมไม่มี Gatekeeper ซึ่งสวนทางกับความนิยมและความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวของผู้รับสาร ทำให้ข่าวสารที่ไม่เป็นข้อเท็จจริงมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของ

ประชาชนและสังคมได้มากขึ้น

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าประชาชนนิยมเปิดรับเนื้อหาประเภทข่าวบันเทิงมากกว่าข่าวสำคัญ ๆ หรือข่าวการเมือง ซึ่งพฤติกรรมลักษณะดังกล่าวของผู้รับสารเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเข้าถึงสื่อได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ประกอบกับข่าวสารที่ไม่ได้มีการตรวจสอบความถูกต้อง และกลั่นกรองข้อเท็จจริงมักจะมีส่วนประกอบของอารมณ์ความรู้สึกอยู่ด้วย โดยเฉพาะพาดหัวข่าวที่มักดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน และโปรยข่าวที่ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องแบบละครหลังข่าว สาเหตุดังกล่าวทำให้ผู้รับสารนิยมอ่านเฉพาะพาดหัวและโปรยข่าว และเชื่อตามข่าวในพาดหัวและโปรยนั้น ตลอดจนนำข่าวนั้นไปเผยแพร่ต่อ โดยไม่ได้อ่านรายละเอียดของข่าว ซึ่งมีความจริงตามพาดหัวหรือโปรยข่าวนั้นเพียงบางส่วน

กระบวนการสื่อสารในสื่อสังคม มีความโดดเด่นด้านความรวดเร็วในการทำงานของผู้สื่อข่าวหรือผู้นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อสังคม แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลต่อความถูกต้องทั้งในแง่ความจริงของเหตุการณ์ หรือความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลข่าว หลายครั้งที่การโพสต์ข่าวทางสื่อสังคมไม่เป็นเรื่องจริง มีความผิดพลาดของข้อมูล เนื่องจากขาดผู้คัดกรองข่าวสาร จนบางครั้งเกิดผลกระทบที่รุนแรงและกว้างขวาง เพราะข้อมูลถูกเผยแพร่ไปอย่างรวดเร็ว แต่ไร้การตรวจสอบ เช่น กรณีเกิดการแชร์ข่าวรถถังออกมาวิ่งบนถนนในกรุงเทพมหานคร จนทำให้เกิดความตื่นตระหนกของประชาชน เพราะผู้โพสต์นำเสนอว่าอาจจะเกิดการปฏิวัติซ้ำ เป็นต้น

ข่าวบางข่าวที่ถูกโพสต์หรือแชร์กันผ่านสื่อสังคมส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวและครอบครัวอย่างมาก ทั้งกรณีการโพสต์ข้อมูลที่ไม่เป็นจริง เกินจริง หรือภาพข่าวอาชญากรรม ที่ทำให้ครอบครัวของเหยื่อได้รับความเจ็บปวดซ้ำแล้วซ้ำเล่า เช่น กรณีการฆาตกรรมครูสาว ที่เป็นข่าวโด่งดังเมื่อไม่นานมานี้ ข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมหลาย ๆ ประเด็นไม่เป็นความจริง เช่น การอ้างว่าผู้เสียชีวิตกำลังตั้งครรภ์หรือการเผยแพร่ภาพในขณะที่พบศพก็ตาม ข่าวนี้นับเป็นวาระทางสังคมที่ถูกนำเสนอทั้งในสื่อกระแสหลักและสื่อสังคม แต่ภาพและประเด็นการตั้งครรภ์นั้นไม่ปรากฏในสื่อกระแสหลัก จนในที่สุดครอบครัวของผู้เสียชีวิตต้องออกมาอ้อนวอนผู้โพสต์ และแชร์เรื่องราวดังกล่าวผ่านสื่อสังคมให้หยุดการแชร์ภาพ และข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง เพราะส่งผลกระทบต่อจิตใจคนในครอบครัวเป็นอย่างมาก

ด้วยเหตุจากการสื่อสารในสื่อสังคมขาดการกลั่นกรอง ตรวจสอบข้อมูลที่นำเสนอขึ้นเอง จึงเป็นความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ตกเป็นข่าว ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจในข้อกฎหมาย และจริยธรรมจรรยาบรรณของผู้ใช้สื่อสังคมโดยทั่วไป ขณะที่ผู้สื่อข่าวที่ใช้สื่อสังคมส่วนตัวในการเผยแพร่ข่าวสารด้วยความรวดเร็วก็มีความล่อแหลมต่อจริยธรรมจรรยาบรรณสื่อมวลชนเนื่องจากข่าวที่มักถูกโพสต์ไปนั้น เป็นข่าวที่ผู้สื่อข่าวทำหน้าที่กลั่นกรอง หรือเป็นผู้เฝ้าประตูข่าวสารด้วยตนเอง ซึ่งการกลั่นกรองของผู้สื่อข่าวในลักษณะดังกล่าวมีเงื่อนไขของเวลา และการแข่งขันกันระหว่างสื่อเข้ามาเป็นตัวแปรด้วยเช่นเดียวกัน

ประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอข่าวที่กล่าวข้างต้นถูกตั้งคำถามกับสื่อมวลชนในการใช้ช่องทางสื่อสังคมเพื่อการนำเสนอข่าวสารอย่างมาก ซึ่งองค์กรวิชาชีพก็ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวมาเช่นเดียวกัน โดยองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนได้มอบหมายให้ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นผู้ประสานการยกย่องแนวปฏิบัติ โดยมีตัวแทนจากองค์กรวิชาชีพต่าง ๆ ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมายและเทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมกันยกย่องและรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง จึงกำหนดเป็นแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมของสื่อมวลชนแต่อย่างไรก็ตามแนวปฏิบัติดังกล่าวมีความสำคัญกับเฉพาะผู้สื่อข่าวหรือสื่อมวลชนเท่านั้น จึงยังไม่สามารถแก้ปัญหาการเผยแพร่ข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง ครบถ้วนจากผู้ใช้อสื่อสังคมทั่วไป หรือนักข่าวพลเมืองได้

ขณะเดียวกันพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคนที่เสพข่าวจากสื่อสังคมก็มักเป็นไปในลักษณะฉาบฉวย รวดเร็ว ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะถูกกระตุ้นจากข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก คนอ่านจึงอ่านข่าวแบบผ่าน ๆ บางครั้งอ่านเฉพาะพาดหัวข่าวที่เป็นเพียงการตั้งเอาบางแง่มุมของประเด็นข่าวมาทำให้โดดเด่นขึ้น ขณะที่ในรายละเอียดของข่าวได้อธิบายในทุกแง่มุมของประเด็นข่าวนั้น เมื่อคนอ่านไม่สนใจอ่านรายละเอียด ก็มักจะตกใจเมื่อเห็นเพียงพาดหัวข่าวที่มีความหวือหวา เร้าอารมณ์ เช่น ประเด็นการเก็บภาษีคนโสดที่สร้างความวุ่นวายในสังคมขึ้นในขณะหนึ่ง เพราะคนอ่านไปเข้าใจว่ารัฐจะออกกฎหมาย

เรียกเก็บภาษีจากคนที่มิสถานภาพโสด ทั้งที่ในความเป็นจริงเป็นเพียงการเสนอความคิดเห็นของนักวิชาการเพียงคนเดียว

นอกจากนี้ สิ่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนในข่าวสารที่ถูกนำเสนอในสังคมปัจจุบัน คือมีความเป็นวัตถุนิยมน้อยลง เพราะผู้สื่อข่าวและผู้ใช้สื่อสังคม เช่น แอดมินของเพจข่าวต่าง ๆ ให้ความสำคัญน้อยลง หรือมุมมองของตนลงไปในช่วงด้วย กอปรกับขาดการกลั่นกรองก่อนนำเสนอจาก Gatekeeper ซึ่งลักษณะดังกล่าวลดเลือนอุดมการณ์ข่าวในด้านความเป็นกลาง และความสมดุล ทำให้ข่าวที่ควรจะเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง กลายเป็นพื้นที่ในการเสนอความคิดเห็นและทัศนคติส่วนตัวของผู้สื่อข่าวหรือแอดมินเพจ โดยปรากฏการณ์ดังกล่าวได้สร้างความคุ้นเคยให้กับสังคมจนเป็นเรื่องปกติ

สรุป

สื่อสังคมมีความสำคัญต่อผู้ส่งสารและกระบวนการสื่อสารยุคใหม่ และมีผลกระทบต่อเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ในสังคมและพฤติกรรมของผู้รับสาร จึงกล่าวได้ว่าสื่อสังคมทำให้กระบวนการสื่อสารมวลชนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก กล่าวคือผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารในสื่อสังคมมีทั้งผู้สื่อข่าวและผู้ใช้สื่อสังคมทั่วไป ที่เคยเป็นเพียงผู้รับสารจากสื่อดั้งเดิมเพียงฝ่ายเดียว โดยในแง่ของผู้สื่อข่าว นั้น สื่อสังคมเป็นช่องทางการรายงานข่าวของผู้สื่อข่าวที่มีประสิทธิภาพด้านความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและแหล่งข่าวของผู้สื่อข่าวได้มากขึ้น และในแง่ของผู้ใช้สื่อสังคมทั่วไปที่ไม่ได้เป็นนักข่าวก็จะมีพื้นที่และช่องทางในการสื่อสารเรื่องราวของตนมากขึ้น

ขณะที่กระบวนการสื่อสารในสื่อสังคมไม่มีผู้เฝ้าประตูข่าวสาร หรือบรรณาธิการกลั่นกรองข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้อง ทำให้มีโอกาสเกิดเนื้อหาข่าวที่ไม่เป็นข้อเท็จจริงหรือข่าวที่มีส่วนประกอบของอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนอยู่ด้วย ซึ่งข่าวลักษณะดังกล่าวสามารถสร้างความตื่นตระหนกในสังคม ทำให้ประชาชนใช้อารมณ์ ความรู้สึกตัดสินปัญหามากกว่าการคำนึงถึงเหตุและผลที่เหมาะสม อีกทั้งผลของการไม่มีผู้เฝ้าประตูข่าวสารยังนำไปสู่ปัญหาจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนอีกด้วย ทั้งกรณีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของคนในข่าวที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมในปัจจุบัน

ผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้รับสารที่เกิดจากข่าวสารที่มีมากมายในสื่อสังคมได้นำไปสู่พฤติกรรมการเสพข่าวสารที่เป็นข่าวเบาะ เช่น ข่าวดาราคือส่วนใหญ่ จึงทำให้ละเลยประเด็นข่าวที่มีความสำคัญ นอกจากนี้กลยุทธ์การนำเสนอข่าวให้น่าสนใจโดยใช้พาดหัวข่าวและโปรยที่หือหาวเร้าอารมณ์ยังทำให้ผู้รับสารเชื่อและแชร์ข่าวนั้นต่อไปโดยไม่ได้อ่านใจรายเอียดของข่าว ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ตลอดจนค่อย ๆ ส่งผลกระทบยาวต่อความหมายและความสำคัญของ “ข่าว” ที่จะปรากฏในสังคมต่อไป เพราะประชาชนมีความคุ้นเคยต่อข่าวที่มีองค์ประกอบของมุมมองและความคิดเห็นส่วนตัวของผู้สื่อข่าวและผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ด้วย

บรรณานุกรม

- Biagi, S. (2017). **Media/Impact an Introduction to Mass Media**, (3rd ed). Boston: Cengage Learning.
- Chuasapanasiri, T. (2016). 10 Notices “News” in Social Media. **ItsaraNews Agency**. (In Thai). Retrieved September 4, 2016, from http://www.isranews.org/isranews-article/item/35697-open_35697.html.
- George, R. (2010). **Mass Media in a Changing World**, (3rd ed). New York: McGraw-Hill.
- Kaewtep, K and Chaikun phon, C. (2012). **Handbook of New Media Studies**. (In Thai). Bangkok: Parbpim.
- Limpatamapanee, C. (2015). Online Media Ethic in Darunee, H (Editor). **Media Ethic Concept Theory and Case Study**. (In Thai). (pages 167 – 175). Bangkok: Jaransanitwongkarnpim.
- McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972). **The agenda setting functions of mass media**. Public Opinion Quarterly, 36.
- Michelstein, E., & Boczkowski, P.J. (2009) Between tradition and Change: A review of recent Research in Online news Production. Journalism, 10(5) 562-578.

- Pavlik, J. 1999. New Media and New: Implications for the Future of Journalism. **New media & Society**. 1(1), 54-59.
- Phoovatis, W (2011). Utilization of Social Media and Moral Impactin News Presentation of Reporters.**Excusive Journal**, (In Thai), 31 (1), 166 – 174.
- Rodyoo, C. (2016). **Mass Media and Society**.(In Thai). Nakhon Si Thammarat: Nakhon Si ThammaratRatjabhat University.
- Siriyuwasak, U. (Editor). (2004). **Introduction of Mass Communication, Mass Media, Culture and Society**.(In Thai). Bangkok: Chulalongkorn University Publishing House.
- Srisarakam, S. (2011). **Social Media with Changing News Reporting Process**. (In Thai). Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Thai People Use Online Media A Lot but Trust in Traditional Media**. Positioning-Megazine. (In Thai). Retrieved October 29, 2016, from <http://positioningmag.com/1100402>.
- Update Number of Internet and Social Media Users in Thailand** (Jan 2016). (In Thai) MaketingOops!. Retrieved August 18, 2016, from www.marketingoops.com/reports/research/thai-digital-in-2016.
- White, D.M. (1950), **The Gatkeepers: a case study in the Selection of news**. Journalism Quarterly.