

การกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์กับการก่อตัวของ สาธารณมติในสังคมไทย

พรทิพย์ ชนะคำ
พนม คล้ายยา

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้เป็นวิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study) ที่อาศัยการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายและตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดวาระสาธารณะออนไลน์ในสังคมไทย รวมไปถึงอธิบายความเชื่อมโยงจากวาระข่าวสารออนไลน์ไปสู่สังคมไทย และอธิบายบทบาทของวาระข่าวสารออนไลน์ที่มีต่อการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามนำวิจัย 2 ข้อประกอบด้วย 1. วาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทยเกิดขึ้นได้อย่างไร และ 2. วาระข่าวสารออนไลน์มีความเชื่อมโยงไปสู่สังคมและการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทยหรือไม่ อย่างไร

พรทิพย์ ชนะคำ (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554) และพนม คล้ายยา (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานหลักสูตรปริญญาโท และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความวิจัยนี้เป็นการสรุปภาพรวมของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หัวข้อ “การกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์กับการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย” ประจำปีการศึกษา 2554 ของพรทิพย์ ชนะคำ โดยมี ผศ.ดร.พนม คล้ายยา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และวิทยานิพนธ์นี้ได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยจากทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์นั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดวาระข่าวสารที่เพิ่มเติมจากปัจจัยการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน โดยปัจจัยที่เพิ่มเติมเข้ามา ได้แก่ แหล่งที่มาของข่าวสาร ซึ่งแหล่งที่มาของข่าวสารในสังคมยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่ที่สื่อมวลชนเพียงเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงเว็บไซต์ข่าว บุคคลออนไลน์ และกลุ่มออนไลน์ อันเนื่องมาจากคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นพื้นที่สาธารณะและมีคุณสมบัติในการกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวแหล่งใหญ่ของสังคม รวมไปถึงเป็นแหล่งข่าวแหล่งหนึ่งที่สื่อมวลชนจะมาหยิบยกข่าวสารไปนำเสนอสู่สังคม สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่และพฤติกรรมการสื่อสารของคนในสังคม นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นพื้นที่สำหรับการเพาะบ่มทางความคิดเห็น อันนำมาซึ่งการก่อตัวของความคิดเห็นที่มีต่อวาระข่าวสารต่างๆ ของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นความแตกต่างทางความคิดเห็นในสังคมไทยได้อย่างชัดเจน

บทนำ

การสื่อสารของมนุษย์เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงมาทุกยุคสมัย ทั้งนี้เป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้านต่างๆ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งเทคโนโลยี เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ รวมทั้งด้านการสื่อสารมากมาย อินเทอร์เน็ตนับเป็นหนึ่งในการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสาร โดยการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้มนุษย์มีช่องทางการสื่อสารที่เพิ่มขึ้น และนับวันช่องทางนี้ยิ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารของมนุษย์เพิ่มมากขึ้นทุกที

อินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Computer-mediated communication : CMC) การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตจึงเป็นการสื่อสารที่ทำให้เส้นแบ่งความแตกต่างของการสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรือการสื่อสารแบบได้ตอบทันที (Face-to-face Communication หรือ Immediate Communication) กับการสื่อสารผ่านสื่อกลาง (Mediated Communication) จางลง (Ullman, 1996) กล่าวคือ ในอดีตการสื่อสารที่อาศัยสื่อกลาง อาทิ จดหมาย

ต้องใช้เวลาในการตอบกลับของคู่สื่อสาร หรือจะเป็นการสื่อสารในยุคถัดมาที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมากขึ้น อย่างเช่นการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ แม้ว่าการโต้ตอบของคู่สื่อสารจะเกิดขึ้นทันทีทันใด แต่ก็ไม่นับว่าเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าเนื่องจากคู่สื่อสารไม่เห็นหน้าค่าตากัน แต่สำหรับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นคู่สื่อสารสามารถโต้ตอบกันได้อย่างทันทีทันทั้งที่ผ่านตัวอักษร หรือแม้แต่เสียงและภาพผ่านกล้องได้อีกด้วย

นอกจากนี้คุณลักษณะเด่นอีกประการของอินเทอร์เน็ต คือ การเป็นพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนได้ใช้แสดงความคิดเห็น นำเสนอข้อมูลได้ด้วยตนเอง หรือที่เรียกว่า ผู้ใช้สร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเอง (User-generated Content) ซึ่งผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นใครก็สามารถนำเสนอข่าวสาร ข้อมูลความคิดเห็นของตนเองเพื่อเผยแพร่สู่ผู้อื่นๆ ในโลกอินเทอร์เน็ตได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การสื่อสารในโลกอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ว่าใครก็สามารถเป็นผู้ส่งสารหรือผู้กระจายข้อมูลข่าวสารได้ ไม่จำกัดแค่เพียงนักข่าวหรือผู้มีอำนาจในการครอบครองสื่อเหมือนอย่างที่เคยเป็นมาในยุคของสื่อกระแสหลัก และด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของแนวคิดนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ที่ประชาชนก็สามารถมีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารในสังคมได้

การเกิดและการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตอันนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารของมนุษย์นั้น อาจกระทบต่อทฤษฎีการสื่อสารต่างๆ ที่ได้รับการคิดค้นและพัฒนาในยุคสื่อดั้งเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มทฤษฎีที่กล่าวถึงผลกระทบของสื่อดั้งเดิมที่มีต่อผู้รับสาร ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) ก็เป็นหนึ่งในทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มนี้ เมื่อเกิดช่องทางใหม่ทางการสื่อสารส่งผลให้มนุษย์มีทางเลือกใหม่ทางการสื่อสารข่าวสารหรือประเด็นต่างๆ ในสังคมอาจไม่ได้มาจากสื่อกระแสหลักเพียงช่องทางเดียวเท่านั้น ดังนั้นบทบาทหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนจะคงเดิมหรือเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางใด และสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตจะเข้าไปมีบทบาทอย่างไรในการกำหนดวาระข่าวสารในสังคม เป็นเรื่องที่น่าสนใจและตรวจสอบในยุคแห่งเทคโนโลยีการสื่อสารนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายและตรวจสอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดวาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทย
2. เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงจากวาระข่าวสารออนไลน์สู่สังคมไทย
3. เพื่ออธิบายบทบาทของวาระข่าวสารออนไลน์ที่มีต่อการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย

คำถามนำวิจัย

1. วาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทยเกิดขึ้นได้อย่างไร
2. วาระข่าวสารออนไลน์มีความเชื่อมโยงไปสู่สังคมและการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทยหรือไม่ อย่างไร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในปี 1972 สองนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์อย่าง Maxwell McCombs และ Donald Shaw ได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง “Public Opinion Quarterly” เป็นการจุดประกายให้เกิดการเริ่มต้นศึกษาวิจัยในประเด็นใหม่ของวงการสื่อสารมวลชน นั่นคือ บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เรียกว่าการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) McCombs และ Shaw (1972) ได้ศึกษาบทบาทนี้ของสื่อมวลชนด้วยวิธีวิจัยเชิงประจักษ์ และพบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไม่เพียงแต่จะรับรู้ว่ามีประเด็นใดที่นำเสนอผ่านสื่อ แต่ยังรับรู้ถึงความสำคัญมากน้อยของประเด็นที่นำเสนอด้วย สื่อมวลชนอาจไม่ได้บอกตรงๆ ว่าประเด็นนั้นๆ มีความสำคัญมากหรือน้อย แต่สาธารณชนจะรับรู้ได้จากจำนวนหรือปริมาณความถี่ในการนำเสนอประเด็นนั้นๆ รวมทั้งตำแหน่งที่ข่าวสารปรากฏในสื่อว่าโดดเด่นและสำคัญแค่ไหน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้คือการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) ให้กับผู้รับสารในสังคม McCombs และ Shaw พัฒนาทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารมาจากแนวคิดดั้งเดิมของ Walter Lippmann ในหนังสือ Public Opinion (Lippmann, 1922) กล่าวถึงเรื่องบทบาทการสร้างภาพในหัวสมอง

ของเรา โดยมนุษย์ในสังคมมักจะตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ผ่านภาพในหัวสมองที่ได้รับรู้ผ่านประสบการณ์ทางอ้อมที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน

ในช่วงแรกของการพัฒนาทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ใจความสำคัญของทฤษฎีอยู่ที่บทบาทการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนสามารถสร้างประเด็นข่าวสารที่นำเสนอให้มีความสำคัญในความคิดของสาธารณชนได้ กล่าวคือ สื่อมวลชนสามารถสร้างวาระแห่งสื่อ (Media Agenda) ให้กลายเป็นวาระสาธารณะ (Public Agenda) ได้ Cohen (1963) วิเคราะห์บทบาทการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนไว้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารและมีบทบาทอย่างมากในการบอกให้ประชาชนคิดเรื่องอะไร

ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารนับว่าเป็นทฤษฎีที่มีรากฐานที่มั่นคง เป็นพื้นฐานให้นักวิชาการวงการสื่อสารและนักวิชาการจากหลากหลายสาขาวิชา อาทิ สังคมศาสตร์ การเมือง และเศรษฐศาสตร์นำไปศึกษาทดลองในบริบทต่างๆ เพื่อหาข้อค้นพบใหม่ๆ ซึ่งส่งผลให้ทฤษฎีนี้มีพัฒนาการ และทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุค รวมทั้งเป็นการทำให้ทฤษฎีนี้มีสาระในเชิงลึกมากขึ้น McCombs (Barbosa และ Silva, 2008) กล่าวถึงทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารที่เขาพัฒนาขึ้นมาว่าทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารจากอดีตถึงปัจจุบันมีการพัฒนาทางความคิดทั้งหมด 5 ประเด็น ซึ่งใน 5 ประเด็นนี้ ในบางประเด็นอาจยังไม่ได้รับการยอมรับเป็นแนวคิดและทฤษฎี เนื่องจากยังคงอยู่ในพื้นที่ของการศึกษาวิจัย ทั้ง 5 ประเด็นของทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารประกอบด้วย การกำหนดวาระข่าวสารระดับต้น (First Level of Agenda Setting) เป็นประเด็นแรกของทฤษฎีนี้ ซึ่งแก่นสาระอยู่ที่บทบาทการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนอยู่ที่ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความถี่ในการนำเสนอ หากนำเสนอประเด็นใดมากสาธารณชนจะให้ความสำคัญกับประเด็นนั้น ความสำคัญของตำแหน่งที่นำเสนอ หากนำเสนอในหน้าหนึ่งสาธารณชนก็จะรับรู้ว่าเป็นประเด็นที่สำคัญ รวมทั้งความยาวและความละเอียดของเนื้อหาที่นำเสนอก็ส่งผลต่อการกำหนดวาระข่าวสารเช่นเดียวกัน

พัฒนาการทางความคิดประเด็นต่อมาเป็นปัจจัยของปัจเจกบุคคลในการเปิดรับข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน ประเด็นนี้คือ ความต้องการข่าวสารของปัจเจกบุคคล (Need for Orientation) ปัจจัยต่างๆ ของปัจเจกบุคคลที่มีผลต่อการกำหนดวาระข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ ความตรงประเด็นของข่าวสารที่ปัจเจกบุคคลต้องการ ระดับของความไม่แน่ใจที่มีเกี่ยวกับประเด็นข่าวสารนั้นๆ และความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โดยหากข่าวสารนั้นตรงกับประเด็นที่บุคคลต้องการ และบุคคลนั้นมีความไม่แน่ใจในเรื่องดังกล่าวสูง ประกอบกับความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลมีสูงจะส่งอิทธิพลในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนมีสูงมาก

ประเด็นถัดมา คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อในการนำเสนอข่าวสาร (Intermedia Agenda Setting) สารของประเด็นนี้อยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อในการนำเสนอวาระข่าวสารต่างๆ หากสื่อหนึ่งนำเสนอวาระข่าวสารหนึ่ง สื่ออื่นๆ มักจะนำวาระข่าวสารนั้นไปนำเสนอต่อ เรียกได้ว่าเป็นอิทธิพลของสื่อหนึ่งที่มีต่อสื่ออื่นๆ ในการนำวาระข่าวสารนั้นไปนำเสนอต่อ การที่สื่อต่างๆ นำวาระข่าวสารจากสื่ออื่นๆ ไปนำเสนอต่อ เป็นการเพิ่มความถี่ในการนำเสนอวาระข่าวสาร และเป็นการกระจายวาระข่าวสารนั้นๆ ไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

ในประเด็นต่อมาเป็นการศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารที่มีความลึกมากขึ้น โดยในประเด็น การกำหนดวาระข่าวสารระดับที่สอง (Second level Agenda Setting) นี้เป็นการพัฒนามาจากการรวมกันระหว่างทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารระดับแรกกับการกำหนดกรอบการรับรู้ (Framing) ในระดับนี้เป็นการศึกษาการนำเสนอวาระข่าวสารของสื่อมวลชนในด้านมิติความคิดและเหตุผล (Cognitive) กับความรู้สึก (Affective) ความแตกต่างระหว่างการกำหนดวาระข่าวสารระดับแรก (First Level Agenda Setting) และการกำหนดวาระข่าวสารระดับที่สอง (กำหนดวาระข่าวสารระดับที่สอง (Second level Agenda Setting)) McCombs (Barbosa และ Silva, 2008) กล่าวว่า ในการกำหนดวาระข่าวสารระดับแรกนั้นเป็นการสร้างภาพให้เกิดขึ้นในหัวของสาธารณชน และในการกำหนดวาระ

ข่าวสารระดับที่สองนี้เป็นระดับที่เหนือขึ้นมาจากแค่การกำหนดภาพ แต่เป็นการกำหนดทัศนคติและความคิดเห็นให้กับสาธารณชน

ประเด็นสุดท้ายเป็นประเด็นที่ต่อเนื่องมาจากการกำหนดวาระข่าวสารระดับที่สอง (Second level Agenda Setting) ซึ่งในประเด็นนี้ คือ การชั้นนำประเด็น (Priming) โดยสาระสำคัญของประเด็นนี้ McCombs เห็นว่าเรื่องทุกเรื่องหรือวาระข่าวสารทุกวาระอาจจะไม่ได้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความคิดเห็นของสาธารณชนทั้งหมดรวมไปถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอวาระข่าวสารก็ไม่ได้นำเสนอวาระข่าวสารในทุกแง่มุม มีเพียงบางแง่มุมหรือบางประเด็นที่สื่อมวลชนเลือกนำมานำเสนอเพื่อชั้นนำประเด็นนั้นๆ ให้แก่สาธารณชน กล่าวคือ การชั้นนำประเด็น (Priming) นั้นเป็นกระบวนการซึ่งสื่อมวลชนมุ่งให้ความสนใจต่อประเด็นบางอย่างหรือบางเรื่อง และละเลยหรือไม่สนใจด้านอื่นๆ ส่งผลให้มาตรฐานที่สาธารณชนใช้ในการประเมินไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือสิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปตามที่สื่อให้ความสำคัญ (Severin & Tankard, 2001) ตัวอย่างเช่น การนำเสนอข่าวด้านชู้สาวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส่งผลให้ประชาชนนำเอาเรื่องชู้สาวนั้นมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกผู้แทนราษฎรจากข่าวชู้สาวนั้นมากกว่าที่จะดูที่ผลงานหรือนโยบายการทำงาน

จากการที่มีการศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระข่าวสารให้สาธารณชนสนใจพัฒนามาถึงบทบาทในการชี้ให้สาธารณชนคิดไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งเกี่ยวกับประเด็นสาธารณะต่างๆ นั้น McCombs และ Estrada (1997) จึงนำบทบาทและอิทธิพลสื่อมวลชนเหล่านั้นมาขยายความหมายของการกำหนดวาระข่าวสารจากที่ Cohen เคยกล่าวไว้มาพูดใหม่ว่า สื่อไม่ใช่แค่บอกสาธารณชนให้คิดเรื่องอะไร แต่ยังบอกให้คิดอย่างไร แล้วยังแนะให้ควรเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างไรด้วย ซึ่งบทบาทเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนนั้นมีบทบาทในการก่อให้เกิดสาธารณมติในสังคม

สาธารณมติ (Public Opinion) นั้นหมายถึง เสียงข้างมาก (Majority/Majoritization) ของประชาชนที่มีต่อประเด็นต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในแต่ละสังคม

หรือประเทศ ตัวอย่างเช่นในการบริหารประเทศนั้น รัฐบาลย่อมต้องการสาธารณสมบัติหรือเสียงข้างมากของประชาชนในการเห็นชอบและสนับสนุนในนโยบายต่างๆ เพื่อการบริหารที่ปราศจากอุปสรรคและเสียงคัดค้านจากประชาชนเป็นต้น

ที่ผ่านมาการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างสาธารณสมบัติอย่างมากมายหนึ่งในนั้นคือ การศึกษาของ Wanta และคณะ (2004) ทดสอบทฤษฎีนี้ด้วยการนำแต่ละประเทศมาเป็นวัตถุในการศึกษาด้วยการนำเสนอเกี่ยวกับประเทศต่างๆ และสำรวจสาธารณสมบัติของคนในประเทศนั้นๆ โดยมีคำตอบให้สามระดับ ได้แก่ ความคิดเห็นในทางบวก ลบ และเป็นกลาง ผลการศึกษาพบว่ายิ่งนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทางลบของประเทศมากเท่าไร สาธารณสมบัติที่มีต่อชาติของตนเองก็จะยิ่งเป็นไปในทางลบมากขึ้น ข้อค้นพบที่น่าสนใจหนึ่งข้อคือ ปริมาณการนำเสนอข่าวในทางบวกและเป็นกลางไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างสาธารณสมบัติในทางสถิติ จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงบทบาทในการชูประเด็นและการกำหนดกรอบการรับรู้ให้กับสาธารณชนเพื่อให้เกิดสาธารณสมบัติที่ต้องการอย่างชัดเจน

ในเชิงทฤษฎีที่กล่าวไปข้างต้นนั้นเป็นกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนอันนำไปสู่การเกิดสาธารณสมบัติ แนวคิดและทฤษฎีนี้ในประเด็นต่างๆ ได้รับการพัฒนาภายใต้บริบทสังคมของสื่อมวลชน แต่ในปัจจุบันคงที่ได้กล่าวไปในข้างต้นแล้วว่าด้วยการพัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารก่อให้เกิดสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่รวมคุณลักษณะของการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เอาไว้ด้วยกัน รวมทั้งยังเป็นสื่อที่ปราศจากข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่และเวลา และยังได้ชื่อว่าเป็นสื่อที่เป็นที่นิยมในยุคปัจจุบัน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนในสังคมยุคดิจิทัลอย่างไรในปัจจุบันจะมีการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร รวมไปถึงกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารในสังคมยุคดิจิทัลจะมีปัจจัยจากสื่อใหม่เข้ามาเพิ่มเติมหรือไม่อย่างไร

ในต่างประเทศมีนักวิชาการหลายท่านที่ให้ความสนใจในการศึกษาและทดสอบทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารในแต่ละระดับในสังคมยุคดิจิทัลนี้ ซึ่งจากการศึกษาต่างๆ เหล่านี้พบว่าทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารในระดับต่างๆ ยังคงใช้อธิบายการกำหนดวาระข่าวสารในสื่ออินเทอร์เน็ตในสังคมยุคดิจิทัลนี้ได้ ตัวอย่างเช่นการศึกษาของ Gunho Lee (2005) ศึกษาบทบาทของการกำหนดวาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารในระดับต่างๆ ยังสามารถอธิบายการกำหนดวาระข่าวสารในบริบทของสื่ออินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเปรียบเทียบบทบาทการกำหนดวาระข่าวสารระหว่างสื่อมวลชนกระแสหลักและสื่ออินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Jin Qiu (2005) ที่ศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารระหว่างสื่อมวลชนกระแสหลักเปรียบเทียบกับกาหนดวาระข่าวสารของสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสามารถในการกระจายข่าวและการก่อให้เกิดสาธารณมิตินั้นมากกว่าสื่อมวลชนกระแสหลัก

Zhou, Yuqiong และ Moy, Patricia (2007) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสาธารณมิตินั้นกับปริมาณการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในกระบวนการสร้างกรอบการรับรู้ โดยใช้วิธีวิจัยแบบการวิเคราะห์เอกสารของการโพสต์ในอินเทอร์เน็ตจำนวน 206 โพสต์ และข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอจำนวน 114 ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสังคมและการเมืองในประเทศจีน เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุและเป็นผลระหว่างความเด่นของกรอบความคิดเห็น และการสร้างกรอบของสื่อมวลชน ผลการศึกษาพบว่า สาธารณมิตินั้นมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลให้เรื่องประเด็นหรือเรื่องราวในท้องถิ่นหรือเปรียบได้กับเรื่องเล็กๆ ที่ไม่มีใครสนใจให้กลายเป็นเรื่องสำคัญระดับชาติได้ นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าแม้ว่าการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนจะเป็นแหล่งข่าวแหล่งแรกของนักข่าวพลเมือง แต่ก็ไม่ได้มีผลในการสร้างกรอบการรับรู้ให้เกิดกับการสนทนาหรือถกเถียงในโลกออนไลน์ และการเกิดขึ้นของนักข่าว

พลเมืองส่งผลให้การสร้างกรอบการรับรู้ของสื่อมวลชนนั้นมีบทบาทน้อยลง

Kevin Wallsten (2007) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกระแสหลักกับสื่อทางเลือกในเมืองในการนำเสนอวาระข่าวสาร ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างสื่อในการนำเสนอวาระข่าวสารเกิดขึ้นในระยะเวลาอันรวดเร็วหลังจากสื่อหนึ่งได้นำเสนอวาระข่าวสารไปแล้ว สื่ออื่นๆ จะนำเสนอวาระข่าวสารดังกล่าวอย่างทันทีทันใดโดยไม่ปล่อยให้เวลาเลยผ่านไป

Wayne Wanta, Guy J. Golan และ Kaye D. Sweetser (2008) ศึกษาความสัมพันธ์ในการนำเสนอข่าวระหว่างข่าวโทรทัศน์ โฆษณา และบล็อกของผู้สมัครเข้ารับการเลือกตั้งในการเลือกตั้งปี 2004 ผลการศึกษาพบว่าบล็อกการรณรงค์ของผู้สมัครมีผลต่อการสร้างประเด็นหรือวาระให้แก่ข่าวโทรทัศน์ ขณะที่โฆษณาของผู้สมัครไม่มีบทบาทในการสร้างประเด็นหรือวาระแห่งสื่อ คณะผู้วิจัยได้สรุปว่า Intermedia Agenda Setting จะเกิดขึ้นระหว่างสื่อโทรทัศน์กับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างลึกซึ้งเท่านี้ในการศึกษาค้างนี้

Jordan Thorndyke (2008) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพาดหัวข่าวในสื่อมวลชนกระแสหลักและเรื่องที่ใช้ทวิตเตอร์นำเสนอ ผลการศึกษาพบว่าไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการนำเสนอวาระข่าวสารของสื่อมวลชนกระแสหลักและทวิตเตอร์ เนื่องจากผู้ใช้ทวิตเตอร์ไม่ได้นำวาระข่าวสารจากสื่อมวลชนกระแสหลักมาเสนอ หากแต่ผู้ใช้ทวิตเตอร์นำสิ่งที่เห็นความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับวาระข่าวสารต่างๆ มาเสนอ

Fei Shen, Ning Wang, Zhongshi Guo และ Liang Guo (2009) ศึกษาเครือข่ายทางสังคมออนไลน์กับการแสดงความคิดเห็นออนไลน์ในประเทศจีน ด้วยวิธีการสำรวจเก็บข้อมูล 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ปี 2003, 2005 และ 2007 ผลการศึกษาพบว่า แม้วาในประเทศจีน การเซ็นเซอร์เนื้อหาในอินเทอร์เน็ตจะมีความเข้มงวดมาก จึงส่งผลให้ประชาชนไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นออนไลน์ แต่ด้วยคุณลักษณะของเครือข่ายทางสังคม

ออนไลน์ทำให้การแสดงความคิดเห็นออนไลน์ในประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น

จากงานวิจัยข้างต้นพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามา มีบทบาทในการกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์ และการสร้างสาธารณมติออนไลน์ นอกจากนี้จากผลการศึกษาของงานบางเรื่องยังสะท้อนให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตไม่ได้สร้างสิ่งต่างๆ เหล่านี้ให้เกิดขึ้นแค่เพียงในโลกออนไลน์เท่านั้น แต่ยังส่งแรงกระเพื่อมสู่สังคมจริงด้วย แต่งานวิจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นการศึกษาในต่างประเทศในการศึกษาครั้งนี้จึงนำปัจจัยเดิมตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาทดสอบในโลกออนไลน์ และยังเพิ่มปัจจัยต่างๆ ของสื่ออินเทอร์เน็ตเข้าไปทดสอบเพิ่ม เพื่อขยายแนวคิดและทฤษฎีให้เข้ากับยุคสมัย ประกอบกับการศึกษาถึงแรงกระเพื่อมในการสร้างวาระสาธารณะและการก่อตัวของสาธารณมติในโลกออนไลน์สู่โลกออฟไลน์อีกด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study) โดยเกณฑ์ในการเลือกกรณีศึกษามาจากเกณฑ์ตามแนวคิดหลักของทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร อันประกอบด้วยคุณค่าความเป็นข่าว ปริมาณการนำเสนอ และความต่อเนื่องของการนำเสนอประเด็นหรือข่าวสารนั้นๆ โดยกรณีศึกษาที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. การเผยแพร่คลิปวิดีโอ และคำบอกเล่าเหตุการณ์ในแง่มุมต่างๆ ในสังคมออนไลน์
 - 1.1 สื่อต่างชาติกับชายชุดดำปรีดา
 - 1.2 คลิปทหารพลซุ่มยิง(สไนเปอร์)ลั่นกระสุนใส่กลุ่มผู้ชุมนุมคนเสื้อแดง
 - 1.3 CNN แพร่ภาพนาฬิกาข้อมือแคนาดาถูกยิง
2. นักข่าวสาวแฉทหารผ่านทวิตเตอร์ ก่อให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม
3. มาร์ค V11 ใช้เฟซบุ๊ก ไล่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะออกจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรีด้วยถ้อยคำหยาบคาย
4. วาตะคนดัง “ออฟ พงษ์พัฒน์” ในการปกป้องสถาบันอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมือง

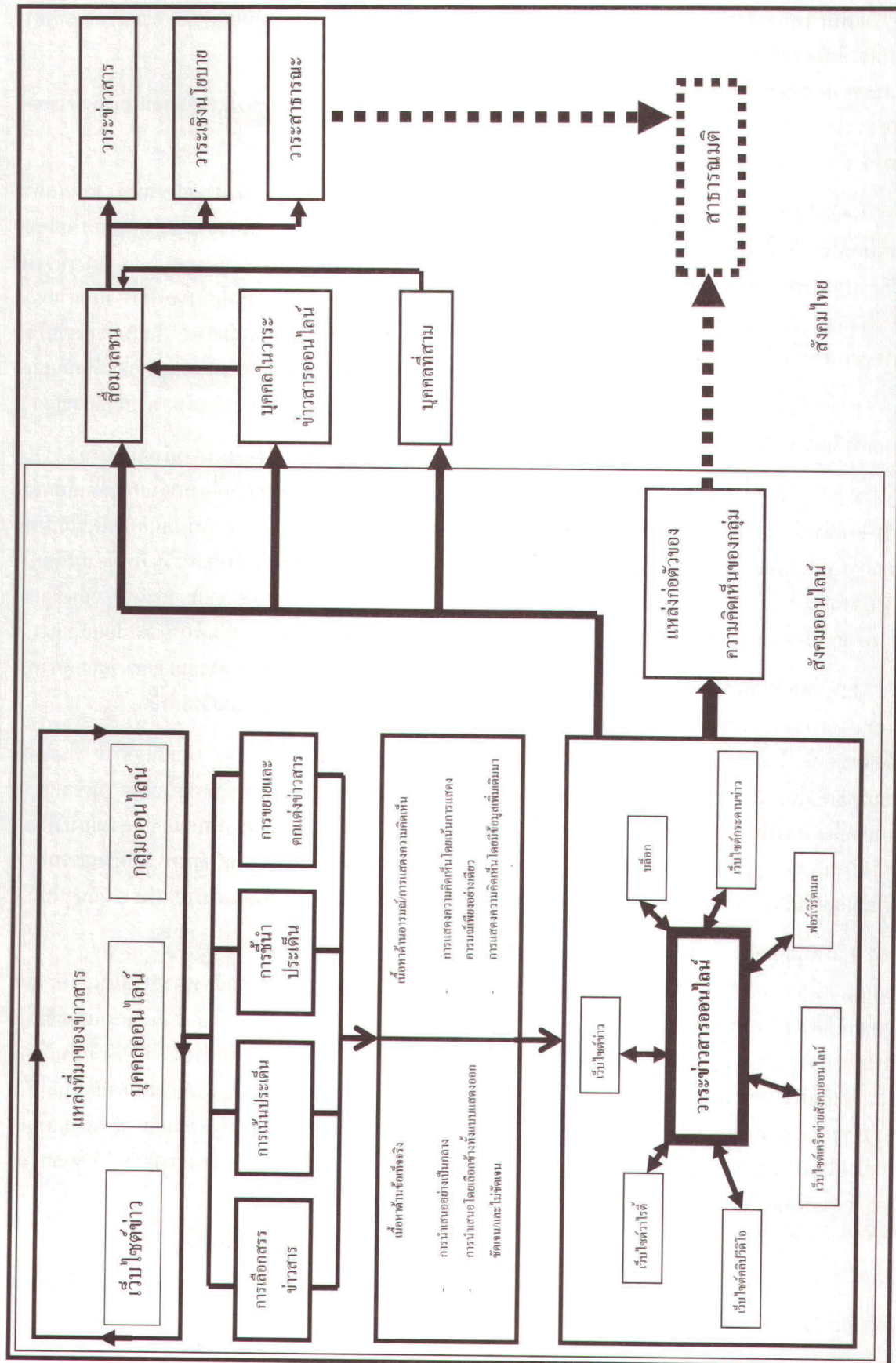
เมื่อได้กรณีศึกษาแล้ว ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษาทั้งหมดมาเปรียบเทียบข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อหาคุณลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยก็จะเชื่อมโยงคุณลักษณะที่มีความคล้ายคลึงนั้นไว้ด้วยกัน นอกจากนั้นผู้วิจัยยังพิจารณาถึงความแตกต่างเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความแตกต่าง ลักษณะที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันนี้เองที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน

ขั้นตอนต่อมาคือ การตัดทอนคุณลักษณะของข้อมูลที่เปรียบเทียบกันจนเหลือแต่คุณลักษณะร่วมที่มีความหมายเท่านั้น การวิเคราะห์ก็จะมีลักษณะเจาะลึก

ลงไปที่ข้อมูลที่ได้ตัดทอนนี้นั่นเอง หลังจากตัดทอนข้อมูลให้เหลือแต่คุณลักษณะร่วมที่มีความหมายและได้พิจารณาความสัมพันธ์ของข้อมูลแล้วนั้น ผู้วิจัยจะสร้างข้อสรุปของข้อมูล ข้อสรุปนี้เองที่ผู้วิจัยจะนำไปสร้างกรอบแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์กับการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย ซึ่งเป็นการตอบคำถามนำวิจัยทั้ง 2 ข้อของการศึกษาในครั้งนี้

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาสามารถสรุปให้เห็นภาพรวมของการกำหนดวาระข่าวสารทั้งในสังคมออนไลน์และสังคมจริงของกรณีศึกษา เพื่อตอบคำถามนำวิจัยทั้ง 2 ข้อของการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจากผลการศึกษาสามารถสรุปออกมาเป็นแผนภาพดังต่อไปนี้



แผนภาพข้างต้นเป็นแผนภาพสรุปผลการศึกษาในครั้งนี้เพื่อตอบคำถามนำวิจัยทั้ง 2 ข้อ อันได้แก่ วาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทยเกิดขึ้นได้อย่างไร และวาระข่าวสารออนไลน์เชื่อมโยงไปสู่สังคมและการก่อตัวของสาธารณมติหรือไม่ อย่างไร

ต่อข้อคำถามนำวิจัยที่ 1 ที่ว่าวาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทยเกิดขึ้นได้อย่างไรนั้น จากแผนภาพจะพบว่ามีกระบวนการการกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์ของไทย ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกิดวาระข่าวสารออนไลน์ ดังต่อไปนี้

1. แหล่งที่มาของข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทย จากการศึกษพบว่ามีแหล่งที่มา 3 แหล่งด้วยกัน อันได้แก่

1.1 เว็บไซต์ข่าว จากการศึกษากรณีศึกษาพบว่า เว็บไซต์ข่าวมีความสำคัญในการเป็นแหล่งที่มาของข่าวสารในสังคมออนไลน์ ทั้งนี้จากกรณีศึกษาจะเห็นว่า เว็บไซต์ประเภทต่างๆ มักจะนำข่าวที่มาจากเว็บไซต์ข่าวต่างๆ ไปเผยแพร่ต่อไปในเว็บไซต์ของตน

1.2 บุคคลออนไลน์ จากกรณีศึกษามีหลายกรณี ที่แหล่งที่มาของวาระข่าวสารในสังคมออนไลน์มาจากปัจเจกบุคคล โดยปัจเจกบุคคลนำเนื้อหาและเรื่องราวที่เป็นประเด็นไปนำเสนอบนเว็บไซต์ต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์คลิปวิดีโอ และเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ หลังจากนั้นเว็บไซต์อื่นๆ ก็จะนำประเด็นดังกล่าวไปนำเสนอต่อในสังคมออนไลน์

1.3 กลุ่มออนไลน์ การสร้างกลุ่มต่างๆ ในสังคมออนไลน์เพื่อการเคลื่อนไหวทางสังคม และเพื่อรวบรวมบุคคลที่มีความคิดเห็นหรืออุดมการณ์ในทิศทางเดียวกันสามารถก่อให้เกิดประเด็นต่างๆ ที่เว็บไซต์อื่นๆ นำไปเสนอต่อในสังคมออนไลน์ ซึ่งจากผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้พบว่ากลุ่มต่างๆ ที่ก่อตั้งขึ้นในสังคมออนไลน์มีบทบาทในการกระจายวาระข่าวสาร รวมทั้งมีบทบาทในการกดดันสังคมให้หันมาสนใจและเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายได้

เมื่อมีแหล่งที่มาของวาระข่าวสารในสังคมออนไลน์แล้วนั้น ปัจจัยตัวถัดมาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเกิดวาระ

ข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทย คือ กระบวนการทำข่าวในสังคมออนไลน์

2. กระบวนการทำข่าวในสังคมออนไลน์ อันประกอบไปด้วย

2.1 การเลือกสรรข่าวสารที่นำเสนอ จากผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอข่าวสารในสังคมออนไลน์ของเว็บไซต์ประเภทต่างๆ จะมีการคัดเลือกข่าวสารที่จะนำเสนอ ทั้งนี้เพื่อสนองตามนโยบายองค์กร นโยบายและทิศทางความคิดเห็นของกลุ่มต่างๆ ในกรณีของเว็บไซต์ของกลุ่มต่างๆ รวมไปถึงการนำเสนอข่าวสารที่สนับสนุนต่อความคิดเห็นส่วนบุคคลในกรณีของเว็บไซต์ส่วนบุคคล

2.2 การเน้นประเด็นและการกำหนดกรอบการรับรู้ ในข้อนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องมาจากการคัดเลือกข่าวสารที่จะนำเสนอ เนื่องจากการนำเสนอข่าวสารในสังคมออนไลน์สามารถกำหนดกรอบการรับรู้ให้ผู้อ่านได้อย่างชัดเจน เนื่องจากการแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเว็บไซต์ของกลุ่มต่างๆ จะเลือกเน้นการนำเสนอข่าวสารที่ไม่ดีของฝ่ายตรงข้าม และนำเสนอข่าวสารในด้านที่ดีของฝ่ายที่ตนสนับสนุนเท่านั้น

2.3 การชี้นำประเด็น การนำเสนอข่าวสารในสังคมออนไลน์จากผลการศึกษาในครั้งนี้เห็นความชัดเจนในการชี้นำประเด็นที่อยู่ในการนำเสนอข่าวสารของเว็บไซต์ต่างๆ โดยมีการชูประเด็นที่ต้องการให้ผู้รับสารเห็นว่าประเด็นนั้นมีความสำคัญ และนำเอาประเด็นนั้นๆ ไปเป็นมาตรฐานในการประเมินเรื่องราวนั้นๆ

2.4 การขยายและตกแต่งข่าวสารที่นำเสนอ ด้วยการเปิดพื้นที่สาธารณะให้ทุกคนสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นต่างๆ ได้ ดังนั้นในสังคมออนไลน์จึงมีการนำข่าวสารต่างๆ มาขยายความต่อในลักษณะของการนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติม และข้อมูลในแง่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายเรื่องราวนั้นๆ ให้ชัดเจนและหลากหลายแง่มุมมากขึ้น

กระบวนการการทำข่าวดังกล่าวข้างต้นประกอบกับคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ที่เปิดพื้นที่สำหรับทุกคนในการนำเสนอข่าวสารและแสดงความคิดเห็นนำมาซึ่ง

รูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอในสังคมออนไลน์ 2 รูปแบบ ดังหัวข้อถัดไปจากนี้

3. รูปแบบเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอในสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 2 รูปแบบ ได้แก่

3.1 การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะข่าวที่รายงานข้อเท็จจริง ซึ่งการนำเสนอในรูปแบบนี้มีทั้งการนำเสนอแบบเป็นกลาง และการนำเสนอในลักษณะของการเลือกข้างอย่างชัดเจน อันเป็นข้อชี้ชัดว่าในสังคมออนไลน์นั้นมี “สื่อเลือกข้าง” เช่นเดียวกันกับในสังคมจริง และการเลือกข้างของสื่อในสังคมออนไลน์นั้นมีทั้งรูปแบบที่ประกาศตัวอย่างชัดเจน และรูปแบบที่ไม่ประกาศตัวอย่างชัดเจน หากแต่การเลือกข้างสะท้อนมาจากข่าวสารที่นำเสนอ

3.2 การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะการแสดงอารมณ์ การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้พบได้ในการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ และการตอบโต้กันของฝ่ายต่างๆ ซึ่งพบในพื้นที่แสดงความคิดเห็นได้ข่าว และพื้นที่ส่วนบุคคลและกระทู้ต่างๆ ที่มีผู้หยิบยกประเด็นต่างๆ ไปแสดงความคิดเห็น และวิพากษ์วิจารณ์เพิ่มเติม ซึ่งในการแสดงความคิดเห็นนั้นมีการแสดงความคิดเห็นที่แสดงอารมณ์เพียงอย่างเดียว และการแสดงความคิดเห็นในเชิงเป็นเหตุเป็นผล นอกจากนี้ยังมีการแสดงข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นนั้นๆ เพื่อสนับสนุนความคิดเห็นของตนเอง

จากรูปแบบเนื้อหาข่าวสารและความคิดเห็นที่นำเสนอในสังคมออนไลน์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีประเภทเนื้อหาอยู่ 2 ประเภท คือ เนื้อหาในเชิงเหตุผล และเนื้อหาในเชิงอารมณ์

ปัจจัยลำดับสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับการเกิดของวาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทย คือ ความสัมพันธ์ในการนำเสนอข่าวสารระหว่างเว็บไซต์ต่างๆ

4. ความสัมพันธ์ในการนำเสนอข่าวสารระหว่างเว็บไซต์ต่างๆ ในหัวข้อนี้เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างเว็บไซต์ต่างๆ โดยเว็บไซต์ต่างๆ จะมีการนำข่าวสารของเว็บไซต์อื่นๆ ไปนำเสนอต่ออย่างรวดเร็วและแพร่หลายในสังคมออนไลน์ ประเภทเว็บไซต์ที่

เว็บไซต์ประเภทอื่นๆ มักจะนำข่าวสารไปเผยแพร่ต่อคือ เว็บไซต์ข่าวและเว็บไซต์วาไรตี้ การนำข่าวสารออนไลน์จากเว็บไซต์หนึ่งไปเผยแพร่ต่อในวงกว้างนี้มีความเกี่ยวข้องกับความเร็วและปริมาณในการนำข่าวสารที่เพิ่มสูงขึ้น

ทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้นเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดวาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทย ซึ่งนำไปตอบคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 ในเรื่องของการเกิดวาระข่าวสารออนไลน์ในสังคมไทย

คำถามนำวิจัยข้อที่ 2 วาระข่าวสารออนไลน์เชื่อมโยงไปสู่สังคมและการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทยหรือไม่ อย่างไร ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้เพื่อนำมาตอบคำถามนำวิจัยในข้อนี้ ประกอบด้วยจุดเชื่อมโยงวาระข่าวสารออนไลน์ไปสู่สังคมไทย ระดับการเชื่อมโยงวาระข่าวสารออนไลน์สู่สังคมไทย และการเชื่อมโยงวาระข่าวสารออนไลน์สู่การก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย

1. จุดเชื่อมโยงวาระข่าวสารออนไลน์ไปสู่สังคมไทย ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 สื่อมวลชนนำวาระข่าวสารออนไลน์ไปนำเสนอในสื่อมวลชนกระแสหลัก โดยการนำไปเสนอนั้นมีทั้งระดับที่ให้ความสำคัญกับวาระข่าวสารออนไลน์ดังกล่าวด้วยปริมาณการนำเสนอที่มากและมีการติดตามความเคลื่อนไหวและความคืบหน้าของวาระข่าวสารดังกล่าวและในอีกระดับคือนำมาเสนอเป็นวาระข่าวสารทั่วไปเหมือนการรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องปริมาณและความต่อเนื่องในวาระข่าวสารนั้นๆ

1.2 บุคคลในวาระข่าวสารออนไลน์ กล่าวคือ บุคคลที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียในวาระข่าวสารออนไลน์นั้นออกมาเคลื่อนไหวในสังคมจริงด้วยการแถลงข่าวและออกมาให้ข่าวกับสื่อมวลชนเพื่อชี้แจงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตนเองในวาระข่าวสารออนไลน์นั้น

1.3 บุคคลที่สามนำประเด็นจากวาระข่าวสารออนไลน์มานำเสนอในสังคมจริง ส่งผลให้สื่อมวลชนสนใจที่จะนำวาระข่าวสารออนไลน์นั้นมานำเสนอในสื่อมวลชนกระแสหลักต่อ

2. ระดับการเชื่อมโยงวาระข่าวสารออนไลน์ไปสู่สังคมไทย จากผลการศึกษาพบระดับการเชื่อมโยงดังกล่าวใน 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

2.1 ไม่มีการเชื่อมโยงสู่สังคมเป็นเพียงวาระข่าวสารออนไลน์ เนื่องด้วยสื่อมวลชนกระแสหลักไม่ได้นำวาระข่าวสารออนไลน์ไปนำเสนอ ดังนั้นวาระข่าวสารออนไลน์จึงมีบทบาทแค่การทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ และการตอบโต้ในกันในโลกออนไลน์เท่านั้น

2.2 วาระข่าวสารออนไลน์เชื่อมโยงไปเป็นวาระข่าวสารในสังคมโดยการนำเสนอของสื่อมวลชนกระแสหลัก กล่าวคือ วาระข่าวสารออนไลน์เป็นได้เพียงวาระข่าวสารที่สื่อมวลชนกระแสหลักนำไปเสนอเท่านั้น ยังไม่ไปถึงขั้นวาระแห่งชาติ เนื่องจากสื่อมวลชนนำเสนอวาระข่าวสารออนไลน์ไปนำเสนอเพียงครั้งเดียวและผ่านไปไม่ได้มีการติดตามนำเสนอวาระข่าวสารนั้นๆอย่างต่อเนื่อง และไม่ได้นำเสนอวาระข่าวสารนั้นอยู่ในหน้าหนึ่งสำหรับหนังสือพิมพ์ หรือให้เวลาในการนำเสนออย่างเพียงพอสำหรับสื่อโทรทัศน์

2.3 วาระข่าวสารออนไลน์เชื่อมโยงไปสู่วาระแห่งชาติ กล่าวคือ วาระข่าวสารออนไลน์ เชื่อมโยงไปสู่การเป็นวาระแห่งชาติของสื่อมวลชนกระแสหลัก เนื่องด้วยสื่อมวลชนกระแสหลักให้ความสำคัญทั้งพื้นที่และเวลาในการนำวาระข่าวสารออนไลน์ไปนำเสนอ และติดตามรายงานความคืบหน้าไปนำเสนออย่างต่อเนื่อง

2.4 วาระข่าวสารออนไลน์เชื่อมโยงไปสู่วาระสาธารณะในสังคมออนไลน์ในการเชื่อมโยงระดับนี้จากผลการศึกษาอาจไม่ได้แสดงให้เห็นได้ชัดเจน เนื่องจากขาดการศึกษาด้านผู้รับสาร ซึ่งหมายถึงสาธารณชนในสังคม หากแต่ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยใช้กรอบทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารในระดับการกำหนดวาระข่าวสารระดับแรก (First Level Agenda Setting) ที่ว่าหากวาระข่าวสารใดได้รับความสำคัญในการนำเสนอจากสื่อมวลชนทั้งในเรื่องความถี่ พื้นที่ในการนำเสนอ รวมไปถึงความต่อเนื่องในการนำเสนอวาระข่าวสารนั้นๆ เรียกได้ว่าหากวาระข่าวสารใดเป็นวาระแห่งชาติจะก่อให้เกิดวาระสาธารณะในสังคม และจากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าวาระ

ข่าวสารออนไลน์มีการเชื่อมโยงไปสู่วาระแห่งชาติ นั้นหมายถึงการเชื่อมโยงไปสู่วาระสาธารณะในสังคมด้วยเช่นกัน

2.5 วาระข่าวสารออนไลน์เชื่อมโยงไปสู่วาระสาธารณะเชิงนโยบาย การเชื่อมโยงในระดับนี้เป็นการเชื่อมโยงจากวาระข่าวสารออนไลน์ไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบายขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวาระข่าวสารออนไลน์นั้น

3. การเชื่อมโยงวาระข่าวสารออนไลน์สู่การก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย ในหัวข้อนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างวาระข่าวสารออนไลน์ไปยังการก่อตัวของสาธารณมติในสังคม ซึ่งการที่จะก้าวไปสู่การก่อตัวของสาธารณมติได้นั้น วาระข่าวสารออนไลน์ต้องเชื่อมโยงไปสู่การเกิดวาระสาธารณะในสังคม ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบกรณีศึกษาเดียวที่เชื่อมโยงไปสู่ระดับวาระสาธารณะ คือ กรณีศึกษาพรรค V11^๓

จากการศึกษาเนื้อหาที่สื่อมวลชนกระแสหลักนำเสนอเกี่ยวกับพรรค V11 เพื่อสะท้อนการเชื่อมโยงของวาระข่าวสารออนไลน์ไปสู่การก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทยนั้นพบว่า การนำเสนอวาระข่าวสารของกรณีศึกษานี้ของสื่อมวลชนกระแสหลักสะท้อนให้เห็นความแตกต่างทางความคิดของคน 2 กลุ่มอย่างชัดเจน คือ กลุ่มคนต่อต้านการกระทำของพรรค และกลุ่มที่สนับสนุนและให้กำลังใจพรรค

การสะท้อนความคิดเห็นที่แตกต่างของคน 2 กลุ่มในกรณีศึกษานี้ของสื่อมวลชนกระแสหลัก สอดคล้องกับการนำเสนอในสังคมออนไลน์ เนื่องจากในสังคมออนไลน์พบว่าการนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ อย่างชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าสื่อออนไลน์นั้นเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการก่อตัวของสาธารณมติที่ยากมากยิ่งขึ้นในสังคมไทย เนื่องจากมีพื้นที่ออนไลน์ในการเพาะบ่มความคิดเห็นของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น ดังนั้นการก่อตัวของสาธารณมติต่อวาระข่าวสารหรือเรื่องราวใดๆ อาจเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้นในสังคมปัจจุบัน

ด้วยผลการศึกษาที่พบในครั้งนี้เป็นข้อพิสูจน์ได้ว่า สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญในกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารในสังคมไทยในยุคดิจิทัล ซึ่งวาระข่าวสารออนไลน์มีบทบาทในการเชื่อมโยงไปสู่สังคมจริงในระดับต่างๆ รวมทั้งด้วยรูปแบบและคุณลักษณะในการสื่อสารในสังคมออนไลน์นั้นส่งผลให้สังคมออนไลน์เป็นแหล่งบ่มเพาะให้เกิดความคิดเห็นที่แบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ ในประเด็นต่างๆ ของสังคมได้ ซึ่งอาจจะมีความเชื่อมโยงไปสู่การก่อตัวของสาธารณมติอันเป็นหนึ่งเดียวในสังคมได้ยากขึ้น หากแต่การสรุปผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้เป็นขั้วต้นเป็นการสรุปและวิเคราะห์บนพื้นฐานของข้อค้นพบในการศึกษา ในหัวข้อถัดไปผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาที่ได้ไปอภิปรายกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยง ความเหมือน และความแตกต่าง และปัจจัยเพิ่มเติมของผลการศึกษา กับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการนำข้อค้นพบจากการศึกษาไปอภิปรายกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอาจจะเป็นการตอบคำถามในส่วนของการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมยุคดิจิทัลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการศึกษา

ด้วยบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต เกิดขึ้นในสังคม พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์แปรเปลี่ยนไปตามการพัฒนาของสื่อ ในกระบวนการการกำหนดวาระข่าวสารก็เช่นเดียวกันแตกต่างไปจากยุคสื่อมวลชน กระแสหลักอย่างมาก เริ่มต้นจากแหล่งที่มาของวาระข่าวสารในสังคมจากเดิมที่สื่อมวลชนเป็นสื่อหลักในการรายงานข่าวสารและความเป็นไปในสังคมสู่มวลชนในวงกว้าง แปรเปลี่ยนไปสู่แหล่งที่มาของวาระข่าวสารในสังคมที่เพิ่มมากขึ้น โดยสื่ออินเทอร์เน็ตกลับกลายเป็นแหล่งที่มาอีกแหล่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการกระจายวาระข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อมวลชนเท่านั้นที่เป็นผู้กระจายข่าวสาร แต่บุคคลธรรมดาทั่วไปก็สามารถนำเสนอข่าวสารต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

การนำเสนอเนื้อหาได้ด้วยตนเองของประชาชนทั่วไปนี้เป็นลักษณะของการสร้างเนื้อหาด้วยตนเองของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (User-generated content) อันสะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ที่จากเดิมจำกัดอยู่ที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ใครก็สามารถเป็นนายทวารข่าวสารได้ รวมไปถึงใครก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ด้วยตนเอง เพียงแค่คลิกเข้าไปสู่สังคมออนไลน์เท่านั้น

ด้วยรูปแบบและพฤติกรรมในการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปนี้สะท้อนให้เห็นว่าทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารถึงเวลาที่ต้องได้รับการนิยามขึ้นใหม่ เริ่มตั้งแต่บทบาทของนายทวารข่าวสารของสื่อมวลชนนั้นจะสลายไปพร้อมกับการเข้ามาแทนที่ด้วยการสร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเองของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต อันส่งผลให้แหล่งที่มาของวาระข่าวสารไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่วาระแห่งสื่อเท่านั้น จากผลศึกษาในครั้งนี้พบว่าแหล่งที่มาของวาระข่าวสารในสังคมนั้นมาจากเว็บไซต์ข่าว บุคคลออนไลน์ และกลุ่มออนไลน์ ซึ่งแหล่งที่มาเหล่านี้เป็นแหล่งที่เพิ่มเติมจากองค์ประกอบของการกำหนดวาระข่าวสารของ Rogers และ Dearing (1988) ที่สร้างแผนภาพแสดงองค์ประกอบของการกำหนดวาระข่าวสาร โดยในส่วนของแหล่งที่มานั้น Rogers และ Dearing กล่าวว่ามาจาก 3 วาระด้วยกัน อันได้แก่ วาระแห่งสื่อ วาระสาธารณะ และวาระเชิงนโยบาย

ทางด้านประเด็นของนายทวารข่าวสาร แนวคิดนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) นั้นได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากในบริบทของสังคมออนไลน์ เนื่องจากแหล่งที่มาของวาระข่าวสารนั้นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่สื่อมวลชนเป็นผู้คัดกรองและคัดเลือกวาระข่าวสารที่จะนำเสนอสู่สังคมเท่านั้น หากแต่ในสังคมออนไลน์ทุกคนมีสิทธิเสรีในการนำเสนอวาระข่าวสารดังแนวคิดนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ซึ่งหมายถึงมวลชนทำหน้าที่ในการคัดเลือก รายงานวาระข่าวสาร รวมไปถึงการวิพากษ์วิจารณ์ต่อวาระข่าวสารต่างๆ เปรียบเสมือนมวลชนสื่อสารให้กับมวลชนด้วยกันเอง ดังนั้นในสังคมออนไลน์นายทวารข่าวสารไม่ได้มีเพียงบุคคลากรจาก

องค์กรสื่อมวลชน แต่เป็นทุกคนที่มีสิทธิในการสื่อสาร สอดคล้องกับการศึกษาของ Jin Qiu (2005) ที่ศึกษา ความแตกต่างของการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน ในประเทศจีนกับการสร้างให้เกิดสาธารณมติโดยนักข่าว รากหญ้าหรือนักข่าวพลเมือง พบว่าในสังคมออนไลน์ ของจีนประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอวาระ ข่าวสารต่างๆ ก่อให้เกิดนักข่าวพลเมืองที่มีความน่าเชื่อถือ ในการนำเสนอวาระข่าวสารและแสดงความคิดเห็น ต่างๆ ซึ่งสื่อมวลชนกระแสหลักในประเทศจีนทำเช่นนั้น ไม่ได้ ส่งผลให้นักข่าวพลเมืองในสังคมออนไลน์ของจีน มีบทบาทและมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่อมวลชนกระแสหลักของจีน

แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษากรณีศึกษาในครั้งนี้ มีข้อแตกต่างจากผลการศึกษาของ Jin Qiu เนื่องจาก Jin Qiu ศึกษาในบริบทสังคมประเทศจีนที่สื่อมวลชน กระแสหลักถูกรัฐบาลควบคุม ดังนั้นเมื่อเกิดสื่อทางเลือกใหม่ ประชาชนจึงให้ความเชื่อถือกับสื่อใหม่ที่เสรีมากกว่า แต่ทว่าในสังคมไทย สื่อมวลชนกระแสหลัก ไม่ได้ถูกรัฐบาลควบคุมมากเท่ากับประเทศจีน ดังนั้น จากการศึกษาในครั้งนี้จึงพบว่านายทวารข่าวสารยังคงมี บทบาทอยู่สำหรับการคัดเลือกวาระข่าวสารที่นำเสนอสู่ สังคมจริงผ่านทางสื่อมวลชนกระแสหลัก และในสังคม ออนไลน์ก็เช่นเดียวกันนายทวารข่าวสารขององค์กร สื่อมวลชนยังคงมีบทบาทในการคัดเลือกวาระข่าวสารที่ นำเสนอในเว็บไซต์ข่าว การเกิดขึ้นของนักข่าวพลเมือง ในสังคมออนไลน์ส่งผลให้เกิดวาระข่าวสารต่างๆ มากมาย ให้นายทวารข่าวสารขององค์กรสื่อมวลชนได้คัดเลือก มานำเสนอทั้งในเว็บไซต์ข่าวและสื่อมวลชนกระแสหลัก นอกจากนี้หากวาระข่าวสารใดที่นำเสนอโดยนักข่าว พลเมืองเกิดเป็นกระแสในสังคมออนไลน์ก็ส่งผลให้ นายทวารข่าวสารขององค์กรสื่อมวลชนต้องหยิบยกวาระ ข่าวสารนั้นไปนำเสนอ ซึ่งในประเด็นเหล่านี้แน่นอนที่ ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนวาระข่าวสารระหว่าง สื่อมวลชนกระแสหลักและเว็บไซต์ประเภทต่างๆ ใน สังคมออนไลน์

นอกจากนี้ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข่าวแหล่งหนึ่งของสื่อมวลชน สะท้อนให้เห็น

ความเปลี่ยนแปลงในการทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพ สื่อมวลชน เนื่องจากมีแหล่งข่าวแหล่งใหม่เกิดขึ้น และ เป็นแหล่งข่าวที่ทรงพลังในการกระจายข่าวสารในสังคม ดังนั้นจึงเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าบทบาทของผู้ประกอบ วิชาชีพสื่อมวลชนไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่นายทวาร ข่าวสารเท่านั้น แต่ยังมีภานำวาระข่าวสารที่มีการกำหนด ไว้แล้วจากสื่ออินเทอร์เน็ตไปเผยแพร่ต่อในสื่อมวลชน กระแสหลักอีกทอดหนึ่ง

ในขณะเดียวกันเมื่อเกิดวาระข่าวสารขึ้นในสังคม ออนไลน์ กระบวนการกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์จะ เป็นไปได้ง่ายมากขึ้นในสังคมยุคดิจิทัล เนื่องด้วย คุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตที่ผลการสื่อสารระดับ ต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม และการสื่อสารในวงกว้าง ส่งผลให้การ ชี้นำให้คนในสังคมออนไลน์คล้อยตามได้ง่ายขึ้น เนื่องจาก ปัจเจกบุคคลจะมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และได้เห็นการแสดงความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆ ของ กลุ่มคนที่หลากหลาย อันเป็นผลให้ปัจเจกบุคคลมีความรู้ และมีประสบการณ์ในประเด็นต่างๆ มากยิ่งขึ้น ดังแนวคิด การปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต (Dimova, 2005) ที่เห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับ การสื่อสารแลกเปลี่ยน การแสดงความคิดเห็นในเรื่อง ต่างๆ ที่สนใจ รวมไปถึงในประเด็นวาระข่าวสารต่างๆ ที่ กำลังได้รับความสนใจจากสังคม ซึ่งการสร้างประสบการณ์ เช่นนี้อาจทำได้ยากในสังคมจริง เนื่องด้วยข้อจำกัด ทางด้านพื้นที่ และเวลา ประกอบกับในสังคมจริง คนที่ ไม่รู้จักกันจะไม่มาร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องหนึ่งๆ ด้วยกัน ต่างจากในสังคมออนไลน์

แต่อย่างไรก็ตามการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่าง ง่ายดายและโอกาสการแสดงความคิดเห็นและรับฟัง ความคิดเห็นของผู้อื่นที่มากขึ้นในสังคมออนไลน์นี้จะ ส่งผลให้บทบาทในการกำหนดวาระข่าวสารในเรื่องการ กำหนดกรอบการรับรู้ และการชี้นำประเด็นของ สื่อมวลชนลดน้อยลงไป เนื่องด้วยปัจเจกบุคคลสามารถ หาข้อมูลข่าวสารในแง่มุมอื่นๆ เพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง และด้วยการสื่อสารในระดับต่างๆ กับบุคคลอื่นๆ ใน สังคมออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Zhou และ

Patricia (2007) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สารสนเทศออนไลน์กับปริมาณการนำเสนอข่าวสาร ของสื่อมวลชนในกระบวนการสร้างกรอบการรับรู้ ผลการศึกษาพบว่า การเกิดขึ้นของนักข่าวพลเมืองส่งผล ให้การสร้างกรอบการรับรู้ของสื่อมวลชนนั้นมีบทบาท น้อยลง

ด้วยคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่ผสมรวมการ สื่อสารระดับต่างๆ ดังที่กล่าวไปข้างต้นนั้นส่งผลให้สังคม ออนไลน์เปรียบเสมือนฐานข้อมูลขนาดใหญ่ในเรื่องราว ข่าวสารต่างๆ ในสังคม ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอใน สังคมออนไลน์นี้มี 2 รูปแบบสอดคล้องกับรูปแบบ การนำเสนอเนื้อหาของแนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร ระดับที่สอง (Second-level Agenda Setting) อันประกอบ ด้วยการนำเสนอข้อมูลทางด้านความรู้และเหตุผล (Cognitive Attribute) และการนำเสนอข้อมูลทางด้าน อารมณ์ (Affective Attribute)

การนำเสนอในรูปแบบความรู้และเหตุผลเป็นการ นำเสนอของเว็บไซต์ข่าวและเว็บไซต์วาไรตี้ และเว็บไซต์ อื่นๆ นำไปเผยแพร่ต่อ ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอเป็นการ รายงานข่าวความเคลื่อนไหว รูปแบบการเขียนเป็นการ บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงในสังคมทางด้านการนำเสนอ ในรูปแบบของอารมณ์เห็นได้ชัดเจนในสื่อออนไลน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เสรีในการนำเสนอความคิดเห็น และการวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ ซึ่งในส่วนของการแสดงความคิดเห็นนี้เองที่เห็นการแสดงอารมณ์ของคนกลุ่มต่างๆ อย่างชัดเจน

การนำเสนอในรูปแบบของอารมณ์ในเว็บไซต์ของ กลุ่มต่างๆ จะเห็นได้ชัดเจน เนื่องจากในกลุ่มต่างๆ สมาชิก จะมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นในเว็บไซต์ ของกลุ่มมักจะมีการนำเสนอวาระข่าวสารที่เน้นไปในรูปแบบ ของอารมณ์ เพื่อสร้างให้เกิดอารมณ์ร่วมระหว่างสมาชิก ของกลุ่มอย่างชัดเจน และมักจะนำเสนอวาระข่าวสารใน แง่ลบของฝ่ายตรงข้าม ซึ่งยิ่งกระตุ้นให้เกิดความคิด ในแง่ลบต่อฝ่ายตรงข้ามของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งสอดคล้อง กับแนวคิดกำหนดวาระข่าวสารระดับที่สอง (Second level Agenda Setting) ที่ว่าการนำเสนอวาระข่าวสารในแง่ลบ จะส่งผลต่อการสร้างทัศนคติมากกว่าการนำเสนอ

วาระข่าวสารในแง่บวกและเป็นกลาง เช่นเดียวกับการ ศึกษาของ Wayne Wanta (2008) ซึ่งศึกษาการกำหนด วาระข่าวสารในบริบทการสื่อสารระหว่างประเทศ พบว่า การนำเสนอวาระข่าวสารเกี่ยวกับประเทศในทางลบ จะส่งผลต่อการก่อตัวของทัศนคติในแง่ลบที่มีต่อ ประเทศนั้นๆ มากกว่าการนำเสนอวาระข่าวสารในแง่บวก และเป็นกลาง

นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของเว็บไซต์ ประเภทต่างๆ มีการเลือกสรรข่าวสาร เลือกเน้นประเด็น ขยายและตกแต่งข่าวสาร รวมไปถึงมีการชี้นำประเด็น ในวาระข่าวสารต่างๆ ซึ่งคุณลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ข่าวสารในสังคมออนไลน์เช่นนี้มีความสอดคล้องกับ แนวคิดการกำหนดกรอบการรับรู้ (Framing) และ แนวคิดการชี้นำประเด็น (Priming) ซึ่งในเว็บไซต์ต่างๆ สามารถนำเสนอด้วยการกำหนดกรอบและชี้นำประเด็น ให้ผู้รับสารได้อย่างชัดเจนมากกว่าสื่อมวลชน เนื่องจาก สื่อมวลชนมีข้อจำกัดด้วยจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน ประกอบกับนโยบายการทำข่าวของแต่ละองค์กรสื่อมวลชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Gunho Lee (2005) ที่ศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารในสังคมยุคดิจิทัล จาก การศึกษาพบว่า การนำเสนอเนื้อหาของข่าวสารในสังคม ออนไลน์นั้นตรงตามคุณลักษณะของการกำหนดกรอบ การรับรู้ (Framing) โดยสามารถมีอิทธิพลในการกำหนด กรอบการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาของเขา นอกจากนี้ในการชี้นำประเด็นของสื่ออินเทอร์เน็ตก็ เป็นไปตามแนวคิดการชี้นำประเด็น (Priming) คือ สื่อ อินเทอร์เน็ตมีการชี้นำประเด็นและการชี้นำประเด็นนี้ นำไปสู่การสร้างมาตรฐานในการประเมินสิ่งต่างๆ ให้กับ ผู้รับสารในสังคมออนไลน์ได้

โดยสรุปแล้วค่านิยมใหม่ของการกำหนดวาระ ข่าวสารในบริบทสังคมออนไลน์ที่ได้จากผลการศึกษา ในครั้งนี้ คือ การกำหนดวาระข่าวสารต่างๆ ในสังคมนั้น มาจากแหล่งที่มาต่างๆ ที่ไม่จำกัดอยู่เพียงแค่ผู้ประกอบการ วิชาชีพสื่อมวลชน และองค์กรสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่ บุคคลทั่วไปก็สามารถทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสารที่ นำเสนอข่าวสารต่างๆ ผู้สังคม และด้วยคุณลักษณะ ของการกระจายข่าวสารแบบไวรัล (Viral Communi-

cation) และการเปิดพื้นที่ให้มีการสื่อสารในระดับต่างๆ อย่างชัดเจน รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเสรีไม่ว่าจะเป็นการใช้ถ้อยคำ การเลือกเน้นประเด็นใดๆ และการขึ้นนำประเด็นต่างๆ ส่งผลให้วาระข่าวสารหนึ่งๆ กลายเป็นวาระข่าวสารออนไลน์ได้ หากแต่การเกิดวาระข่าวสารออนไลน์นั้นจะเชื่อมโยงไปสู่สังคมได้หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับตัวเชื่อมโยง อันได้แก่ สื่อมวลชน บุคคลในวาระข่าวสารออนไลน์ และบุคคลที่สามที่หยิบยกวาระข่าวสารออนไลน์นั้นไปนำเสนอในสังคม

ประเด็นหนึ่งที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ คือ ในสังคมออนไลน์ไม่มีคำว่ามวลชน เนื่องด้วยในสังคมออนไลน์นั้นมีการสร้างและแบ่งกลุ่มต่างๆ ที่มีความแตกต่างทางความคิดเห็นอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงไม่มีคำว่ามวลชนในสังคมออนไลน์ มีเพียงกลุ่มต่างๆ และด้วยการแบ่งกลุ่มทางความคิดเห็นอย่างชัดเจนนี้เองส่งผลให้สังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งเพาะบ่มทางความคิดเห็นของกลุ่มต่างๆ อันนำมาซึ่งความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และจะส่งผลต่อการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมเนื่องด้วยขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นการสร้างสาธารณมติอันเป็นหนึ่งเดียวเหมือนในยุคสื่อมวลชนกระแสหลักอาจเป็นไปได้ยากในสังคมยุคดิจิทัล สอดคล้องกับผลการศึกษาปรากฏการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (2553) ในโครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (Media Monitor) ซึ่งการศึกษาดังกล่าวใช้วิธีวิจัยเนื้อหา (content analysis) ปรากฏการณ์ความขัดแย้งในช่วงเวลาของการชุมนุมที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 12 มีนาคม - 30 พฤษภาคม 2553 ผ่านสื่อออนไลน์ได้แก่ เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ เว็บบอร์ดพันทิพย์ และฟอรัมเวิร์ดเมล ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นค่อนข้างไปทางสร้างความแตกแยก มากกว่าสร้างสันติภาพหรือหาทางออกให้กับสังคม

ทั้งหมดนี้ คือ คำนิยามใหม่ของการกำหนดวาระข่าวสารในสังคมไทยยุคดิจิทัลที่สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร เรียกได้ว่าการเกิดขึ้นของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมาปรับเปลี่ยนบทบาทและพฤติกรรมของการสื่อสารของคนในสังคมให้สามารถเป็นผู้สื่อสารใน

สังคมได้อย่างเสรี ดังนั้นแนวคิดและทฤษฎีที่เคยเป็นมาในยุคเก่าต้องมีการปรับเปลี่ยนและค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่เพิ่มเติมสามารถอธิบายพฤติกรรมของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในบริบทของสื่อใหม่ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ - จากผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้พบปัจจัยต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์ ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ยังคงต้องการการนำไปทดสอบและพิสูจน์ในกระบวนการวิจัยเพื่อพิสูจน์ให้เห็นความเชื่อมโยงอย่างชัดเจน โดยศึกษาในแง่มุมของผู้รับสารเพื่อทดสอบปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ว่ามีความเกี่ยวข้องในการกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสังคมยุคดิจิทัลได้หรือไม่อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาชีพ - การเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารอันเนื่องมาจากการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ๆ ในสังคมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อบทบาทวิชาชีพสื่อมวลชนกระแสหลัก รวมทั้งวงการวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นวงการโฆษณา การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมทางการสื่อสารและการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ๆ ในสังคม บุคลากรในวงการวิชาชีพทางการสื่อสารเหล่านี้ต้องมีการปรับตัวเพื่อตามให้ทันการสื่อสารในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ในวงการวิชาชีพสื่อมวลชนต้องมีการปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของการสื่อสารในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในแง่ของแหล่งที่มาของข่าวสาร ซึ่งสื่อออนไลน์นับว่าเป็นแหล่งข่าวแหล่งใหม่และเป็นฐานข้อมูลแหล่งใหญ่ในสังคม สิ่งที่สื่อมวลชนต้องปรับตัว คือ การสร้างมาตรฐานในการคัดกรองข่าวสารที่มาจากสื่อออนไลน์ซึ่งจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวแหล่งหนึ่งของสื่อมวลชน หากแต่องค์กรสื่อมวลชนในสังคมไทยนั้นยังไม่มีกำหนดนโยบายในการคัดเลือกข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่ชัดเจน ทั้งด้านการคัดกรองข่าวสารและการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่เปิดกว้างและมีคุณลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล รวมไปถึงเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ดังนั้นข่าวสารที่เผยแพร่ในสังคมจะมาจากหลากหลายแง่มุม การทำข่าวของสื่อมวลชนจึงต้องมีความระมัดระวังมากยิ่งขึ้นในการตรวจสอบและหาข้อเท็จจริง เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตรวจสอบการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนได้

ทางด้านวิชาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ วิชาชีพในแวดวงการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้น การเกิดขึ้นของสื่ออินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นช่องทางใหม่ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการนำเสนอข้อมูล

ข่าวสารของสินค้าและบริการต่างๆ จากผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในสังคมออนไลน์มีลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม และการสื่อสารในวงกว้าง ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อการคิดและการตัดสินใจของบุคคลในสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการคิดและตัดสินใจตามกลุ่มต่างๆ ที่ก่อตั้งขึ้นในสังคมออนไลน์ ซึ่งการตัดสินใจตามกลุ่มเช่นนี้เป็นช่องทางหนึ่งที่นักการตลาด นักโฆษณาและประชาสัมพันธ์สามารถใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และใช้อิทธิพลของบุคคลและกลุ่มในสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายในสังคมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. **ชุดความรู้นิเทศศาสตร์**. โครงการตำราคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. **การสื่อสารและสาธาณมติ**. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- ธนิศา แสนคำ. **ดุลพินิจในการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- มาลี บุญศิริพันธ์. **การประเมินคุณค่าข่าว: หลักเบื้องต้นสำหรับนักศึกษาวารสารศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.
- สื่อมวลชนศึกษา, มูลนิธิ. **ปรากฏการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในเครือข่ายสังคมออนไลน์**. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา, 2553.
- สุปริดา ช่อลำไย. **เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. **รายงานจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2553**. กรุงเทพมหานคร, 2553.

ภาษาอังกฤษ

- Becker, L., and McCombs, M. The role of the press in determining voter reactions to presidential primaries. **Human Communication Research** 4 (1978).
- Brosius, and Kepplinger. The Agenda-Setting function of television news. **Communication Research** 17, 2 (1990): 183-211.
- Cohen, D. 'A report on a non-election agenda setting study'. Paper presented to the Association for Education in Journalism, Ottawa Canada, 1975.
- Dimova, R. **New media, persuasion and interactivity: toward research agenda**. Paper presented to The international Conference on Technology: Between Enthusiasm and Resistance. Finland, 2005.
- Funkhouser, R. The issues of the sixties. **Public Opinion Quarterly** 37 (1973).
- Hester, J.B., and Gibson, R. The Agenda-Setting function of national versus local media: A time-series analysis for the issue of same-sex marriage. **Mass Communication and Society** 10, 3 (2007): 299 – 317.
- Hill, T.G., and Holbrook, R.A. **Prime-time agenda-setting and priming: Television crime dramas as political cues**. Paper presented to The 2003 annual meeting of the Midwest Political Science Association .Chicago , 2003.
- Iyengar, Shanto and Simon, A. News coverage of the Gulf Crisis and public opinion: A Study of agenda-setting, priming, and framing. **Communication Research** 20,3(1993).
- Jack M. McLeod, Lee B. Becker and James E. Byrnes. Another look at the agenda-setting function of the press. **Communication Research** Vol. 1 No. 2: 131-166, 1974.
- James W. Dearing and Everett M. Rogers. **Agenda Setting**. Sage, 1996.
- James P. Winter and Chaim H. Eyal. Agenda setting for The civil rights issue. **Public Opinion Quarterly** Vol.45 : 376-383 , 1981.
- Jason, M. **Agenda Setting Online : Interaction of newspaper content and user feedback**. Paper presented to The 2009 Conference of the International Communication Association Journalism Studies Division. Chicago, 2009.
- Jin Qiu. **Resonance effects : Online public opinion and agenda-setting of traditional media in today China**. Doctor of Philosophy. Department of Communication Studies of Hong Kong Baptist University, 2005.
- Lee, G. **Agenda setting effects in the digital age : Uses and effects of online media**. Doctor of Philosophy . Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin, 2005.

- Lee, J.H., and Choi, Y.J. **The first and second level agenda setting effects on online users : An analysis of media coverage and online posting about "Axis of Evil"**. Paper presented to Communication & Technology Division. New Orleans, Louisiana, 2004.
- Lee, J.H., Choi, Y.J.,and Lee, C. **The Spiral of Silence in online discussions : An examination of the spiral of silence hypothesis in the bulletin board postings about the 2002 Korean presidential election**. Paper presented to Political Communication Division ICA 2004 Annual Conference. Louisiana, 2004.
- Lennon, F. E. **'Argentina: 1997 elecciones. Los diarios nacionales y la campana electoral.'** [**'The 1997 Argentina election. The national dailies and the electoral campaign'**]. The Freedom Forum and Austral University, 1998.
- Lippmann, W. **Public Opinion**. New York: Macmillan, 1922.
- Malcolm R. Parks and Kory Floyd. Making friends in cyberspace. **Journal of Communication** 46 (1996).
- McCombs, M., and Shaw, D. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly** 36 (1972).
- McCombs, M., Escobar, E.L., and Juan Llamas, P. Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. **Journal of Communication** 50 , 2 (2000).
- Mensing, D. **Examining the media agenda : How traditional and online media presented the 2000 and 2004 presidential primaries**. Paper presented to the 5th International Symposium on Online Journalism. University of Texas. Austin, 2004.
- Mikami,S., Takeshita, T., Nakada, M., and Kawabata, M. **'The media coverage and public awareness of environmental issues in Japan'**. Paper presented to the International Association for Mass Communication Research. Seoul, Korea,1994.
- Reese, S.D., and Danielian, L.H. **Intermedia Influence and the Drug Issue : Converging on Cocaine**. Communication campaigns about drugs, 1989.
- Rheingold, H. **The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World**. Boston, MA, USA : Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc., 1993.
- Rossler, P., and Schenk, M. 'Cognitive bonding and the German reunification: Agenda-setting and persuasion effects of mass media'. **International Journal of Public Opinion Research** 12(2000).
- Scheufele, D.A. **Framing as a Theory of Media Effects**. Paper presented to the Convention of the Association for education in Journalism and Mass Communication. CA, 1996.
- Severin, Warner, and Tankard, JR.J. **Communication Theories 6th Edition**. New York : London : Longman Inc., 2001.

- Shaw, E.F. 'Agenda-setting and mass communication theory'. **Gazette** 25, 2 (1979).
- Soroka, S.N. '**Media, public opinion, and foreign policy**'. Paper presented to the American Political Science Association, San Francisco, 2001.
- Spiro Kiouis. 'Beyond salience: **Exploring the linkages between the agenda setting role of mass media and mass persuasion**'. Unpublished doctoral dissertation, University of Texas : Austin, 2000.
- Steven G. Jones. **Cybersociety 2.0 : Revisiting Computer-mediated Communication and Community**. Sage Publications, Inc., 1998.
- Tankard, J.W., Hendrickson, L., Silberman, J., Bliss, K., and Ghanem, S. **Media Frames : Approaches to conceptualization and measurement**. Paper presented at the annual meeting of the Communication Theory and Methodology Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, August, 1991.
- van Dijk, J. **Network Society**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999.
- Vliegthart, R., and Walgrave, S. The contingency of intermedia agenda-setting. A longitudinal study in Belgium. **Journalism & Mass Communication Quarterly** (2008).
- Wallenfelsz, P., and Wallenfelsz, K. **Agenda-Setting and the New Media**. Paper presented to the annual meeting of the International Communication Association. New Orleans Sheraton : New Orleans LA, 2004.
- Wanta, W., Golan, G., and Cheolhan, L. Agenda Setting and international news : Media influence on public perceptions of foreign nations. **Journalism & Mass Communication Quarterly** 81 ,2 (2004) : 364-377.
- Weaver, D. Political issues and voter need for orientation. In **The Emergence of American Political Issues**, eds. St. Paul, MN: West, 1977.
- Weaver, D., Graber, D., McCombs, M., and Eyal, C. **Media Agenda Setting in a Presidential Election: Issues**. Images and Interest Greenwood. Westport. CT, 1981.
- Willnat, L., and Jian-Hua Zhu. Newspaper coverage and public opinion in Hong Kong: A time-series analysis of media priming, **Political Communication** 13 (1996).
- Zhou, Y., and Moy, P. Parsing. Framing Processes: The Interplay between online public opinion and media coverage. **Journal of Communication** 57, 1 (2006) : 79-98.