

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “บทบาทของเทคโนโลยี Social Media ต่อกระบวนการทำข่าวช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง บทบาทของเทคโนโลยี Social Media ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 เพื่อศึกษากระบวนการทำข่าวช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

4.2 เพื่อศึกษาบทบาทของเทคโนโลยี Social Media ต่อกระบวนการทำข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

4.3 เพื่อศึกษา บทบาทนายทวารข่าวสาร ในกระบวนการทำข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

กระแสการติดต่อสื่อสารผ่าน Social Media ในสังคมไม่ว่าจะเป็น Facebook Twitter Blackberry Messenger สร้างจุดเปลี่ยนต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ไทย โดยเฉพาะในช่วงภาวะวิกฤต มหาอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ต้องเพิ่มความหลากหลาย และรอบด้านมากขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของเทคโนโลยี

4.1 กระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ ช่วงมหาอุทกภัย ประเทศไทย ปี 2554

กระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ ช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 ถือได้ว่ามีความแตกต่างจากภาวะปกติทั่วไปเนื่องจากวิกฤตภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อการค้าวิถีชีวิตของประชาชน ภาวะดังกล่าวทำให้คนในสังคมอยู่ท่ามกลางความวิตกกังวล และมุ่งแสวงหาที่พึ่งพา จึงทำให้ข่าวมักจะได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวสามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกันสร้างความใกล้ชิดระหว่างผู้รับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ทั้งนี้มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยถือว่ามีความเกี่ยวพัน โดยตรงกับผู้รับชมรายการข่าวโทรทัศน์ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์นอกจากจะต้องมุ่งทำหน้าที่เป็นผู้แจ้งเตือนภัยและแจ้ง

ข้อมูลข่าวสาร แก่ผู้ที่ตกอยู่ในเหตุการณ์วิกฤตแล้ว ยังต้องเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชน ด้วยการสะท้อนความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน



ภาพที่ 4.1 มหาอุทกภัยประเทศไทยปี 2554



ภาพที่ 4.2 ผลกระทบจากมหาอุทกภัยปี 2554

ท่ามกลางการแข่งขันในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการข่าว ต้องเพิ่มความใกล้ชิด และเพิ่มความถี่ในการส่งข้อมูลข่าวสารมากกว่าช่วงเวลาปกติ

เพื่อให้การแพร่กระจายข่าวสารทั่วถึงประชาชน สามารถแจ้งเตือนภัยให้กับผู้รับชมรายการโทรทัศน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการดึงดูดจำนวนผู้รับชมรายการโทรทัศน์ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารท่ามกลางสถานการณ์วิกฤต

“ผู้สื่อข่าวต้องพร้อมรายงานตลอดเวลา เพราะช่วงเหตุการณ์วิกฤต สถานีจะเล่นข่าวนี้ถี่มาก บก.สามารถเรียกเราออกอากาศได้ตลอดเวลา แตกต่างจากวันปกติ โดยช่วงน้ำท่วมผู้สื่อข่าวจะต้องรายงานตั้งแต่ข่าวเช้า 05.00 นาฬิกา, ช่วงเค็ดเศรษฐกิจประมาณ 08.15 นาฬิกา ช่วงข่าวเค็ด 10.00 นาฬิกา และข่าวเที่ยง, ช่วงเค็ดข่าวเด่น และสรุปสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงข่าว ภาคค่ำ ซึ่งจะต้องสรุปประเด็นใหญ่ และเน้นประเด็นใหม่ ที่เกิดขึ้นในช่วงบ่ายด้วย” (ฉิรพุทธิ เปรมประยูรวงศา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

จากการสัมภาษณ์ทีมข่าวโทรทัศน์ จำนวน 10 คน เกี่ยวกับกระบวนการทำข่าวของสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 พบว่า กระบวนการทำข่าวช่วงภาวะปกติ และช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 มีความแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงกระบวนการทำข่าวภาวะปกติและภาวะวิกฤต

การทำข่าวในภาวะปกติ	การทำข่าวในภาวะวิกฤต
<p>1. ทีมข่าวแต่ละสาย เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม รับผิดชอบงานในความรับผิดชอบแต่ละสาย</p>	<p>1. กำหนดทีมข่าวเฉพาะกิจ โดยผู้สื่อข่าวจากสายงานต่างๆจะถูกเรียกตัวมาช่วยติดตามทำข่าวน้ำท่วม เพื่อให้ทีมเฉพาะกิจสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างเจาะลึกท่ามกลางอุปสรรค โดยความสามารถเฉพาะตัวของผู้สื่อข่าวแต่ละคนสามารถสร้างความแตกต่างในการนำเสนอได้</p> <p>“ผู้สื่อข่าวที่ถูกคัดเลือก ส่วนใหญ่จะมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น ว่องไว กระฉับกระเฉง มีความคล่องตัวสูง และมีปฏิภาณไหวพริบดี สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดี เนื่องจากการรายงานสด ไม่มีสคริป ผู้รายงานจะต้องสามารถบอกเล่าเหตุการณ์ได้เป็นลำดับไม่วกวน”(กฤษณะ อนุชน, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 21 กุมภาพันธ์ 2556)</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การทำข่าวในภาวะปกติ	การทำข่าวในภาวะวิกฤต
2. บรรณาธิการรับทราบวาระงานสำคัญจากจดหมายแจ้งของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ส่งผ่านมายังเครื่องโทรสาร หรือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)	2. บรรณาธิการรับทราบวาระงานสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ส่งผ่านเครื่องโทรสารหรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการสื่อสารผ่าน Social Media โดยผู้สื่อข่าว ช่างภาพ สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันเพื่อกำหนดประเด็นในการติดตามทำข่าวประจำวัน
3. เมื่อรับทราบวาระงานข่าวที่สำคัญ บรรณาธิการจะกำหนดประเด็นให้ผู้สื่อข่าวไปติดตามทำข่าว	3. บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวกำหนดประเด็นในการติดตามข้อเท็จจริง หากเป็นประเด็นที่ได้มาจาก Social Media บรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าว จะต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงที่ได้มาจาก Social Media ก่อนกำหนดประเด็นและลงพื้นที่ทำข่าว
4. ทีมข่าวลงพื้นที่ติดตามทำข่าวตามประเด็นที่ได้กำหนดเป้าหมาย จากนั้นเรียบเรียงข้อเท็จจริงพร้อมทั้งบันทึกภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปใช้ประกอบภาพข่าว และรายงานข้อเท็จจริงให้บรรณาธิการรับทราบ	4. ทีมข่าวลงพื้นที่ติดตามข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตามที่ได้รับมอบหมาย
5. เมื่อได้ข่าวมาแล้วบรรณาธิการพิจารณาความสำคัญของข่าวและจัดลำดับการนำเสนอข่าวก่อนหลัง จากนั้นนำไปสู่กระบวนการผลิตภาพข่าว	5. บรรณาธิการข่าวจะช่วยตรวจสอบความเคลื่อนไหวของข่าวผ่านทาง Social Media หรือ เรียกว่า Up Date อยู่ตลอดเวลาเพื่อไม่ให้ตกกระแส หรือตกประเด็น เพื่อให้ได้ข่าวที่มีความสดและใหม่อยู่เสมอ สามารถสร้างความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์อื่น

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การทำข่าวในภาวะปกติ	การทำข่าวในภาวะวิกฤต
6. ขั้นตอนการเผยแพร่ข่าวด้วยการออกอากาศสดสู่สาธารณะชน	6. นำข้อเท็จจริงที่ได้แจ้งยังบรรณาธิการก่อนเรียบเรียงเป็นบทข่าว โดยบรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้คัดเลือกประเด็นที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอข่าวด้วยการกำหนดลำดับความสำคัญของข่าว พร้อมกำหนดให้จุดผู้สื่อข่าวในพื้นที่แต่ละแห่งรายงานความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น โดยไล่เรียงตามพื้นที่ เช่น จากพื้นที่ต่างจังหวัดสู่กรุงเทพมหานคร หรือบางครั้งจะไล่เรียงจากกรุงเทพมหานครสู่พื้นที่ต่างจังหวัด
	7. ผู้สื่อข่าวเรียบเรียงข้อเท็จจริงเป็นบทข่าว และผลิตภาพข่าวก่อนนำเสนอสู่สาธารณะชน
	8. เมื่อผ่านกระบวนการผลิตภาพข่าวด้วยการตัดต่อภาพ หรือลงเสียงบรรยายภาพเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำไปสู่กระบวนการออกอากาศข่าวเพื่อนำเสนอสู่สายตาสาธารณะชน
	9. ผู้รับชมข่าวโทรทัศน์แสดงความคิดเห็นผ่าน www.ch7.com รวมทั้งแสดงความคิดเห็นผ่าน Social Media ทั้ง Facebook Twitter หรือ นำไปโพสต์แสดงความคิดเห็น ผ่าน www.youtube.com
	10. ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการข่าว นำข้อมูลที่มีการโพสต์ ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือผ่านทาง Social Media มาสร้างประเด็นข่าวประจำวันต่อไป

จากตารางที่ 4.1 จะเห็นได้ว่า ช่วงเวลาปกติ ผู้สื่อข่าวจะติดตามทำข่าวตามความรับผิดชอบในสายงาน และมีการนำเสนอข่าวตามลำดับขั้นตอนของแต่ละสถานีโทรทัศน์ โดยผ่านการกำกับดูแลโดยตรงจากบรรณาธิการทั้งการตรวจสอบข้อเท็จจริง การคัดกรองข่าวสาร เพื่อออกอากาศตามช่วงเวลาข่าวที่สถานีกำหนด กระทั่งไปถึงการคัดเลือกภาพข่าว แต่ในช่วงมหา

อุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ซึ่งถือเป็นช่วงการทำข่าวในภาวะวิกฤต ซึ่งสื่อมวลชนต้องแข่งขันกันอย่างรอบด้านเช่นการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้วยความรวดเร็ว การนำเสนออย่างทันที่ทันต่อเหตุการณ์ หรือการสร้างความแตกต่างในการนำเสนอข่าว ถือเป็นช่วงเวลาช่วงชิงไหวพริบ เพื่อดึงดูดจำนวนผู้รับชมข่าวโทรทัศน์ให้ได้มากที่สุด ดังนั้น ผู้สื่อข่าว ที่จะลงพื้นที่ทำข่าวในช่วงวิกฤตมหาอุทกภัย จะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัว ไม่ว่าจะความคล่องตัวในการทำข่าว ปฏิภาณไหวพริบ และสามารถตัดสินใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้



ภาพที่ 4.3 ผู้สื่อข่าวเตรียมรายงานสด จากห้าแยกลาดพร้าว

“ผู้สื่อข่าวต้องมีความคล่องตัวสูง เพราะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ทุกวัน และตลอดเวลา เพราะว่าถ้าพื้นที่ไหนมีเหตุการณ์รุนแรงกว่าจุดที่เราประจำอยู่ บก.ก็จะย้ายเราไปยังจุดนั้น อย่างช่วงเช้าเราอยู่บางบัวทอง พอบ่ายก็ถูกโยกไปเจริญสุวิทวงศ์ พอน้ำเยอะขึ้นฝั่งตลิ่งชัน ก็ย้ายไปตลิ่งชัน บก.สามารถสั่งการเราได้ตลอดเวลา และเรียกให้เราออกอากาศได้ตลอดเวลาเช่นกัน นี่คือการแตกต่างจากการทำข่าวในวันปกติ”(ฉัตรพุทธิ์ เปรมประยูรวงศา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 27 กุมภาพันธ์ 2556)



ภาพที่ 4.4 กระบวนการทำข่าวของทีมทางเสื่อ 7 สี

สำหรับการคิดประเด็นข่าวประจำวัน บรรณาธิการข่าว รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทั้งผู้สื่อข่าวช่างภาพ หรือแม้แต่ผู้ช่วยช่างภาพก็สามารถช่วยกันแจ้งประเด็นข่าวประจำวัน และยังสามารถนำเรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นบน Social Media อาทิ การส่งข้อความถึงกัน การตั้งคำถาม การโพสภาพนิ่ง หรือ วิดีโอ จากกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายที่ติดต่อสื่อสารกันผ่าน Facebook Twitter Blackberry Messenger มากำหนดประเด็นในการทำข่าวประจำวันได้ เพื่อให้เกิดความรอบด้าน และความหลากหลายของข่าว

“Social Media ทำให้การคิดประเด็นข่าวเปลี่ยนไป เมื่อก่อนประเด็นข่าวจะ มาจากแหล่งข่าวทั้งภาครัฐและเอกชน แต่เดี๋ยวนี้ ข้อมูลที่ได้จากการโพสผ่าน Facebook Twitter หรือ ใน บีบี (Blackberry Messenger) ก็สามารถนำมาสร้างเป็นประเด็นข่าวได้ ทำให้ การนำเสนอหรือสร้างประเด็นข่าวทุกวันนี้ไม่เฉพาะเจาะจง จะต้องเป็นข้อมูลที่ได้มาจากผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวเท่านั้น บางครั้ง ช่างภาพ หรือ ผู้ช่วยช่างภาพ ที่พบการโพสข้อความก็สามารถแจ้งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อแนะนำประเด็นข่าวได้ด้วย” (ทัศนัย โคตรทอง, การสื่อสารระหว่างบุคคล 28 พฤศจิกายน 2555)

“Social Media ทำให้การทำข่าวดีขึ้น เพราะทำให้สะดวกขึ้น รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ข่าวรอบด้านมากขึ้น เช่นบางครั้งเราอยู่ในจุดที่มองไม่เห็น แต่เราก็สามารถรับรู้ความเคลื่อนไหวผ่านสื่อต่างๆ ได้ตลอดเวลาไม่ว่า จะ Facebook Twitter เช่นจุดต้นน้ำ ที่ไกลจากจุดที่เราจะรายงานสดมาก พอมันแตก ก็มีการส่งข้อความกัน ทวิตกัน เราก็สามารถเข้าไปตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ ถือว่าช่วยงานเราได้มาก”(ชาดา สมบูรณ์ผล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 กุมภาพันธ์ 2556)

การสื่อสารผ่าน Social Media ทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้รวดเร็วขึ้นซึ่งระหว่างผู้สื่อข่าวลงพื้นที่เพื่อสืบเสาะข้อเท็จจริง บรรณาธิการข่าวต้องช่วยตรวจสอบข้อเท็จจริงทาง Social Media เพื่อคัดกรองข่าวสาร ส่วนผู้สื่อข่าวประจำจุดรายงานสด ต้องทำหน้าที่คัดกรองข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น โดยบรรณาธิการจะช่วยตรวจสอบข้อเท็จจริงทาง Social Media รวมทั้งองค์กรภาครัฐ และเอกชน และแจ้งให้ผู้สื่อข่าวประจำจุดรายงานสดรับทราบว่าจะใช้ประเด็นใดในการรายงานสดในแต่ละช่วงเวลาข่าว

“ในการทำข่าว Social Media เป็นแค่เครื่องมือในการแจ้งเบาะแสเท่านั้น เพราะเราไม่รู้ ว่าเรื่องที่โพสกันมันจริงเท็จแค่ไหน” (มนัสวรรณ หลินพันธุ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)

นอกจากนี้ยังพบว่า กระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้มีการตรวจสอบข้อมูล และข้อเท็จจริงจากข่าวที่มีแหล่งที่มาจาก Social Media ด้วยการ โพสข้อความเพื่อสอบถามข้อเท็จจริงย้อนกลับไปยังเจ้าของ

กระหู่ หรือหน่วยงาน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่เกิดขึ้น หรือ ใช้วิธีการโทรศัพท์ไปสอบถามยังผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นระยะตลอดทั้งวัน สำหรับ Social Media ที่ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ใช้งานมากที่สุดในช่วงที่เกิดมหาอุทกภัย คือ Facebook เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถสนทนาโต้ตอบได้ในวงกว้าง มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก สามารถโพสภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ได้ โดยช่วงก่อนที่ผู้สื่อข่าวจะลงพื้นที่ทำข่าว และ หลังจากหมดภารกิจในการทำข่าวประจำวันแล้ว ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งรับผิดชอบทำข่าวช่วงมหาอุทกภัยทุกคน จะมีการติดตาม การสื่อสารผ่าน Facebook ทุกวัน ส่วน Twitter นั้นไม่ ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้งานในการติดตามข้อมูลข่าวสารโดยตรง แต่จะใช้ในการส่งต่อข้อความสั้น ๆ เพื่อให้กลุ่มสมาชิกรับทราบความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เช่น การบ่งบอกถึงระดับน้ำในพื้นที่ ที่ได้ไปทำข่าว หรือ การขอความช่วยเหลือ ส่วนการสื่อสารผ่าน BlackBerry Messenger ในช่วงเกิดมหาอุทกภัยประเทศไทย ส่วนใหญ่จะถูกใช้งานในลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบเจาะจงเฉพาะคน เช่น ระหว่างผู้สื่อข่าวและช่างภาพ หรือ ผู้สื่อข่าวกับบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการติดตามสอบถามข้อมูลจากผู้สื่อข่าวประจำสถานีข่าวอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หรือ การลงพื้นที่ รวมทั้งการรายงานผลการลงพื้นที่ให้ผู้รับข้อความ จาก BlackBerry Messenger รับทราบความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น

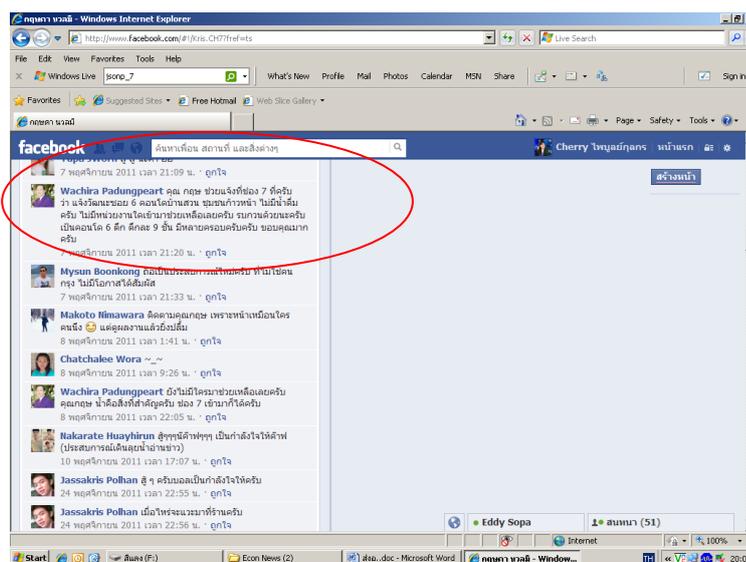
การสื่อสารผ่าน Social Media ส่งผลให้ในแต่ละวันที่มาของข่าวมีมากขึ้น ทำให้ผู้สื่อข่าว และช่างภาพ ต้องทำงานหนักขึ้น โดยเฉพาะการเสาะแสวงหารายละเอียดของข่าวต้องมีความรอบด้านมากขึ้น และต้องเจาะลึกในข้อมูลมากขึ้นด้วย

“Social Media แม้จะมีข้อดี แต่ก็ทำให้ผู้สื่อข่าวทำงานหนักขึ้น เพราะเราต้องหาข้อมูลให้ได้มากกว่า หรือ ลึกกว่า ข้อความ หรือ รายละเอียดที่เค้าเอามาโพสกัน”(ปรัชญ์ อธิ ทรัพย์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 31 มกราคม 2556)

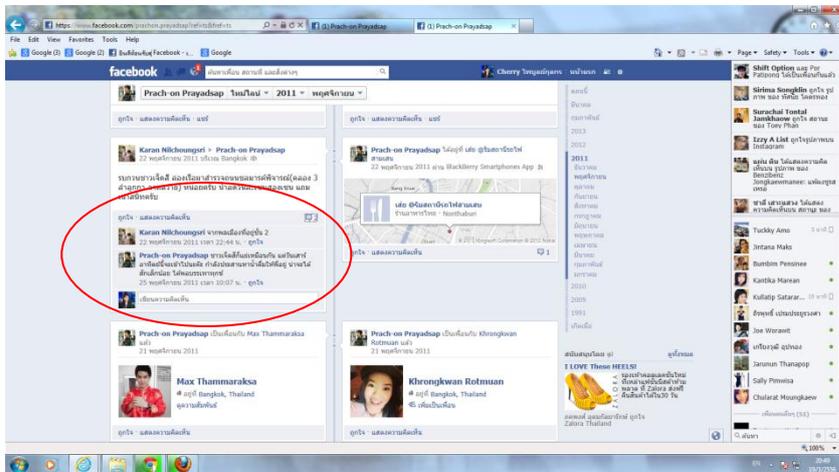
“Facebook ทำให้เรารับรู้ข่าวสารได้เร็วขึ้น รอบด้านมากขึ้น ทำให้เราเข้าถึงพื้นที่ได้ไวขึ้น รู้ว่าอะไรเกิดขึ้นตรงไหน ตรงไหนท่วม ตรงไหนไม่ท่วม สามารถประเมินสถานการณ์ได้เร็วขึ้น เช่น คืบนี้ น้ำถึงไหน พุ่งนี้เราก็กออกไปดักได้ ทำให้เราไม่หลงทิศหลงทาง”(พัทธ์ธีร รัตน์ประสิทธิ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 26 กุมภาพันธ์ 2556)

“ Facebook มีประโยชน์กับงานข่าว แม้จะไม่ได้ทำให้นักข่าวรู้เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนประชาชนเหมือนในอดีต แต่ มันก็ทำให้เราสามารถเช็คข่าวได้ก่อน เช็คความเคลื่อนไหวในอนาคตได้เร็วขึ้น ทำให้เราทำข่าวได้ทันเวลา”(ฉัตรพุทธิ เปรมประยูรวงศา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

กระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ช่วงมหาดุทภัยประเทศไทยปี 2554 นอกจากจะเป็นเหตุวิกฤตทางธรรมชาติแล้ว ยังถือเป็นช่วงวิกฤตของการทำข่าวในแต่ละวัน เนื่องจากทีมข่าวต้องเผชิญกับความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลเนื่องจากถนนบางเส้นทางถูกตัดขาดรถข่าวไม่สามารถเข้าไปในพื้นที่ได้ผู้สื่อข่าวและช่างภาพต้องเดินเท้าลุยเข้าไปในพื้นที่ทั้งนี้ผู้สื่อข่าวสามารถใช้ประโยชน์จาก Social Media ในการติดต่อสื่อสารระหว่างทีมข่าว และ บรรณาธิการข่าว เช่น ผู้สื่อข่าวจะถ่ายภาพที่เกิดเหตุ หรือ การเข้าถึงยังพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อรายงานให้บรรณาธิการได้รับทราบ หรือ ส่งข่าวให้เพื่อนผู้สื่อข่าวด้วยกัน ช่วยกันมาทำข่าว กรณีพบความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ซึ่งยากแก่การเข้าถึง ซึ่งในช่วงเกิดมหาดุทภัยประเทศไทย ปี 2554 กองบรรณาธิการข่าวได้รับเรื่องร้องเรียนผ่านยัง เว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รวมทั้งหน้ากระดานข้อความ หรือ Wallของผู้สื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นประจำทุกวัน โดยเฉพาะช่วงเดือนพฤศจิกายน 2554



ภาพที่ 4.5 ประชาชนโพสขอความช่วยเหลือผ่าน Facebook ผู้ประกาศข่าว (กฤษดา นวลมณี)

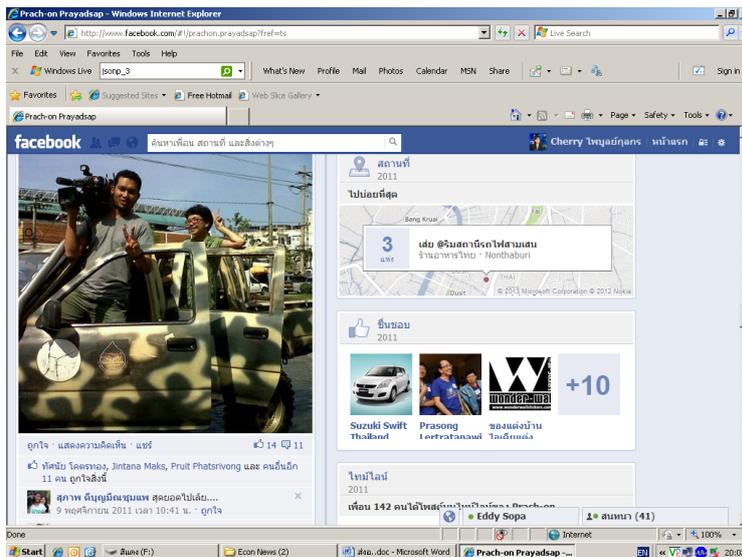


ภาพที่ 4.6 ประชาชนโพสขอความช่วยเหลือผ่าน Facebook ผู้สื่อข่าว (ปริญญอร์ ประหยัดทรัพย์)



ภาพที่ 4.7 ผู้สื่อข่าว-ช่างภาพ ลงพื้นที่ทำข่าว

“Social Media ช่วยในการทำงานข่าวในแง่ที่ผู้สื่อข่าวไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ เพราะน้ำท่วมขยายวงกว้างกินพื้นที่เยอะการเดินทางไปแต่ละที่ไม่สะดวก ทำให้เราเคือง แต่การที่มีคนโพสอะไรที่เป็นประเด็น มันก็ถือเป็นเครื่องมือในการช่วยชี้พิกัดในการทำข่าวให้เราได้” (มนัสวรรณ หลินพันธุ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)



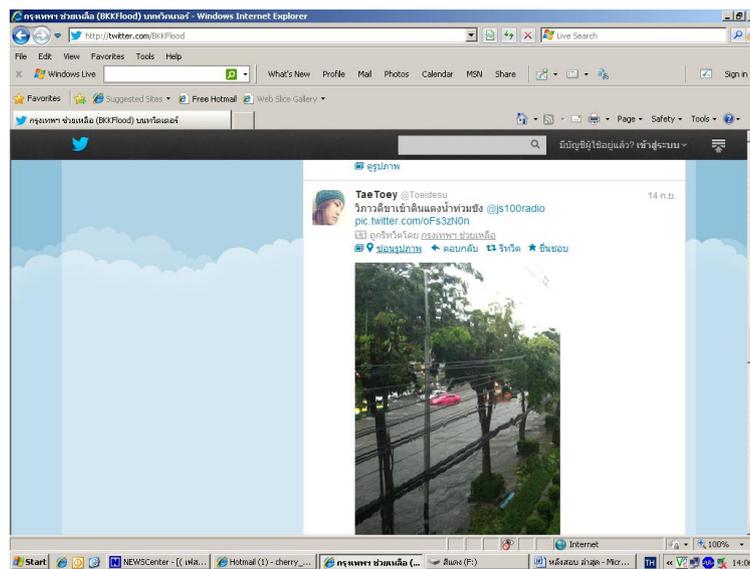
ภาพที่ 4.8 ผู้สื่อข่าวโพสข้อความ-ภาพให้บรรณาธิการรับทราบเมื่อเดินทางถึงที่หมาย



ภาพที่ 4.9 ผู้สื่อข่าวส่งภาพแจ้งให้บรรณาธิการรับทราบเมื่อเดินทางถึงที่หมาย



ภาพที่ 4.10 ผู้สื่อข่าวโพสภาพระดับน้ำหน้าสถานีฯให้ผู้สื่อข่าวคนอื่นรับทราบ



ภาพที่ 4.11 ผู้สื่อข่าวโพสภาพภาพน้ำท่วมบริเวณจตุจักรผ่าน Twitter



ภาพที่ 4.12 ผู้สื่อข่าวส่งภาพผ่าน Blackberry Messenger มากองบรรณาธิการ



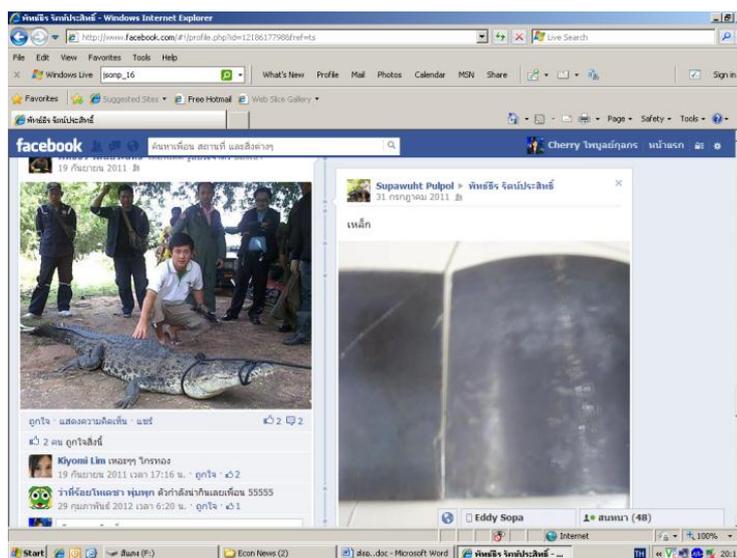
ภาพที่ 4.13 ผู้สื่อข่าว ส่งภาพน้ำท่วมบริเวณคอนเมือง มายังกองบรรณาธิการ

นอกจากนี้ผู้สื่อข่าว หรือ ช่างภาพ ยังสามารถใช้ประโยชน์จาก Social Media ในการส่งภาพข่าวกรณี ที่ไม่สามารถนำภาพถ่ายวิดีโอ ออกมาจากพื้นที่เกิดเหตุได้ทันเวลา โดยผู้สื่อข่าวหรือช่างภาพจะบันทึกภาพข่าวเป็นคลิป และส่งด้วยโทรศัพท์มือถือผ่าน Social Media มายังกองบรรณาธิการ หรือ อาจจะนำเหตุการณ์เดียวกับประเด็นที่ผู้สื่อข่าวกำลังไปติดตามทำข่าว แต่มีประชาชนทั่วไป นำไปโพสต์ในลง website ต่าง ๆ เช่น www.youtube.com มาใช้ในการออกอากาศข่าว ก่อนที่ทีมข่าวจะเดินทางมาถึงสถานี หรือ รถถ่ายทอดสดได้ ทำให้โอกาสพลาดข่าวนี้น้อยลง

“ช่วงนี้คนกรุงเทพ ต่างรอลุ้นว่าน้ำจะมาหรือไม่ ในขณะที่ภาครัฐก็ยืนยันว่าน้ำไม่ท่วมกรุงเทพแน่ ๆ แต่ก็มีคนโพสภาพน้ำท่วมบริเวณอนุสรณ์สถานให้เห็นใน Facebook ซึ่งมันก็ทำให้เราเห็นข้อเท็จจริงได้ไวขึ้น ชัดเจนขึ้น และทำให้รู้ว่าเราจะรอข้อมูลจากรัฐไม่ได้แล้ว เพราะรัฐพยายามที่จะไม่เปิดเผยข้อมูล Social Media ทำให้เรารู้เร็วซึ่งเรายังสามารถนำภาพนั้นมายืนยันได้ด้วย” (มนัสวรรณ หลินพันธุ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)

สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยม จากประชาชนจำนวนมาก เนื่องจากสามารถนำเสนอภาพ และข้อเท็จจริงได้ในเวลาเดียวกัน เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤต สื่อโทรทัศน์ถือเป็นผู้อยู่ร่วมกับเหตุการณ์นั้นไปพร้อม ๆ กับประชาชนที่กำลังประสบเหตุวิกฤต ดังนั้นการนำข้อมูลข่าวสาร ที่มีการโพสผ่าน Social Media มานำเสนอ ยังถือว่า ทำให้สื่อมวลชนมีความใกล้ชิดกับประชาชนและไม่ตกกระเดาะงคม โดยผู้บริหารงานข่าว ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จึงกำหนดทิศทางหรือนโยบายการทำข่าวโทรทัศน์ ในช่วงวิกฤตอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 เพื่อให้ผู้สื่อข่าวสามารถใช้ประโยชน์จาก Social Media ได้อย่างเต็มที่ แต่ต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบ หรือ กระบวนการกลั่นกรองข้อเท็จจริง เพื่อลดผลกระทบจากการกระพือข่าว ข่าวลือรวมไปถึง ข่าวลวง เช่น ข่าวคันกั้นน้ำในพื้นที่ต่าง ๆ แดก หรือระดับน้ำที่ไหลลู่พื้นที่ต่าง ๆ

“อย่างเรื่องจะเข้ ก็รู้จากที่เค้าโพสกัน ว่าเจอที่หมู่บ้านการ์เด็นท์โฮม แถว หลัก 4 เราก็ตามไป ปรากฏไปรอ อยู่ 3 วัน แล้วเราก็กลับ ประเมินว่าสงสัยเป็นข่าวลือ สุดท้ายหลายวันผ่านไป เค้าก็จับกันได้”(พัทธวีร์ รัตนประสิทธิ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 26 กุมภาพันธ์ 2556)



ภาพที่ 4.14 ผู้สื่อข่าวโพสภาพเจ้าหน้าที่กู้ภัยสามารถจับจระเข้ได้สำเร็จ

สำหรับการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 บรรณาธิการข่าวจะให้ความสำคัญกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวใกล้ตัวกับประชาชนมากที่สุด หรืออาจเป็นเรื่องราวที่ข้องกับปากท้องของประชาชน เรื่องราวที่ต้องการแจ้งเตือนภัย หรือผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงผู้รับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านทั่วไป



ภาพที่ 4.15 สถานการณ์น้ำท่วมในพื้นที่อำเภอ บางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

“ความเดือดร้อนของประชาชนเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพราะเราทำหน้าที่เป็นปากเป็นเสียงแทนประชาชน ทำให้การนำเสนอข่าวโดยเฉพาะในช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทย ความเคลื่อนไหวที่เด่นชัดในแต่ละพื้นที่ จะถูกกำหนดให้มีการนำเสนอเป็นประเด็นหลัก ส่วนประเด็นรองจะเป็นข่าวการให้ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐหรือเอกชน” (ศราวุฒิ สิทธิผล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 มกราคม 2556)

ส่วนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ หรือข่าวต่างประเทศ ก็จะถูกกำหนดลำดับความสำคัญในการออกอากาศ เช่น หากมีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องมหาอุทกภัยประเทศไทยของสำนักข่าวต่างประเทศ ก็อาจถูกหยิบยกมาเล่นเป็นประเด็นหลัก หรือประเด็นรอง ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน

การเข้าถึง Social Media ของประชาชนทั่วโลก ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งยึดหลักการทำข่าวภายใต้รูปแบบ “เที่ยงตรง แม่นยำ กระชับ ฉับไว” มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริง ที่ถูกต้อง และนำเสนอเนื้อหาสาระแบบสั้น แต่ได้ใจความ และนำเสนอด้วยความรวดเร็ว มาโดยตลอด ต้องเปลี่ยนแปลงหลักการทำข่าวเป็น “เที่ยงตรง แม่นยำ กระชับ ฉับไว” โดยความฉับไวนั้น นอกจากจะเป็นการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วแล้วยังสามารถนำเทคโนโลยี

มาช่วยทำให้การนำเสนอข่าวรวดเร็วมากขึ้นด้วย เพื่อสร้างความแตกต่าง รองรับการแข่งขันที่รุนแรง โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งถือเป็นสถานีข่าว ที่ยึดรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบตรงไปตรงมา และต้องมีแหล่งข่าวอ้างอิงแต่ก็ยังเปิดพื้นที่ให้ข่าวสารจาก Social Media สามารถนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ได้ เช่น กรณี หน่วยกู้ภัย นนทบุรี มีการโพสต์ข้อความ “เจอจระเข้ แถวบางบัวทอง” ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ก็ได้ไปติดตามทำข่าว พร้อมรายงานแหล่งที่มาของข่าวว่า ได้มาจากการโพสต์ข้อความผ่าน Social Media หรือ การติดตามทำข่าวช่วยเหลือสุนัข ที่ติดอยู่บนหลังคาบ้านกว่า 100 ตัว ในย่านอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผู้สื่อข่าวก็รายงานให้สาธารณชนรับทราบว่า มีการแจ้งข้อมูลผ่าน Social Media ในเรื่องดังกล่าว

ผู้วิจัยเห็นว่า กระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ ช่วงมหาดุทกภัย ประเทศไทย ปี 2554 ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความแตกต่างจากช่วงสถานการณ์ปกติ ตั้งแต่การกำหนดทีมข่าว ซึ่งในช่วงเวลาปกติ ผู้สื่อข่าวจะรับผิดชอบการทำข่าวประจำวันตามสายงานหลัก เช่น สายการเมือง สังคม เศรษฐกิจ กีฬา แต่ในช่วงเหตุการณ์วิกฤตทุทกภัย ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้กำหนดทีมเฉพาะกิจ โดยระดมผู้สื่อข่าวจากสายงานต่าง ๆ มาช่วยทำข่าวน้ำท่วมเป็นกรณีพิเศษ พร้อมกำหนดจุดรายงานสด เพื่อให้สามารถรายงานข่าวได้ทันทั่วทั้งที่ ตลอดเวลา โดยไม่ต้องรอให้ผู้สื่อข่าวนำเทป มาออกอากาศเฉพาะในสถานีเท่านั้น รวมทั้งยังมีการก่อตั้งทีมข่าวทางเสื่อ 7 สีขึ้นมาเพื่อสร้างความแตกต่างในการนำเสนอและเพื่อให้ผู้สื่อข่าวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็วในภาวะที่การเดินทางไม่เอื้ออำนวย

นอกจากนี้การกำหนดประเด็นการทำข่าวประจำวัน ก็มีความแตกต่างจากช่วงภาวะปกติ เนื่องจาก เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤตรุนแรง และดำเนินไปอย่างรวดเร็ว การสื่อสารผ่าน Social Media ก็มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา มีการส่งข้อมูลข่าวสารแบบตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้การคิดประเด็นข่าวในแต่ละวันเปิดกว้าง มากขึ้นโดยมีการนำเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้คนในสังคมโพสต์ผ่าน Social Media มาสร้างประเด็นข่าว หรือ กำหนดเป็นประเด็นติดตามประจำวันด้วย ไม่จำกัดเฉพาะการรับทราบหรือติดตามประเด็นจากองค์กรภาครัฐและเอกชนเท่านั้น

ส่วนการตรวจสอบข้อมูล ข้อเท็จจริงของข่าว ก็มีลำดับขั้นตอนมากขึ้น แตกต่างจากในอดีตซึ่งบรรณาธิการข่าว จะเป็นผู้ตรวจสอบ และคัดกรองข้อมูล แต่เมื่อมีการไหลพรั่งของข้อมูลจาก Social Media ทั้งผู้สื่อข่าว และบรรณาธิการข่าว ต้องเพิ่มความละเอียดในการตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือบิดเบือน นอกจากนี้ยังพบว่า การนำเสนอข่าวในช่วงวิกฤตทุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์จะให้มีความสำคัญหรือให้น้ำหนักข่าวกับเหตุการณ์ทุทกภัยที่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเดือดร้อนของประชาชนเป็นหลัก รองลงมาคือข่าวสาร

ความเคลื่อนไหวจากทางภาครัฐหรือเอกชน โดยมีการนำเสนอทุกช่วงเวลาข่าวของสถานีโทรทัศน์ สีกองทัพบกช่อง 7

4.2 บทบาทของ Social Media ต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่า Social Media มีบทบาทต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ ในด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเปิดโอกาสให้คนในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำข่าวมากขึ้น การส่งต่อข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ทำให้สื่อมวลชนนำเรื่องราวต่างๆ ที่ได้รับมาจากการสื่อสารผ่าน Social Media ไปกำหนดวาระข่าวสาร โดยผู้สื่อข่าวยุคนี้ไม่ได้เป็นเพียงผู้แสวงหาข้อเท็จจริงจาก เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียว ยังเป็นผู้แก้ข่าว หรือ เสาะหาข้อเท็จจริงจาก กระแสข่าวลือที่แพร่สะพัด เนื่องจากบางข่าวสร้างความตื่นตระหนกให้คนสังคมจำนวนมาก ความแพร่หลายของการติดต่อสื่อสารผ่าน Social Media มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ในระดับผู้บริหาร ผู้ควบคุมนโยบาย และผู้ปฏิบัติงานข่าว ดังนี้

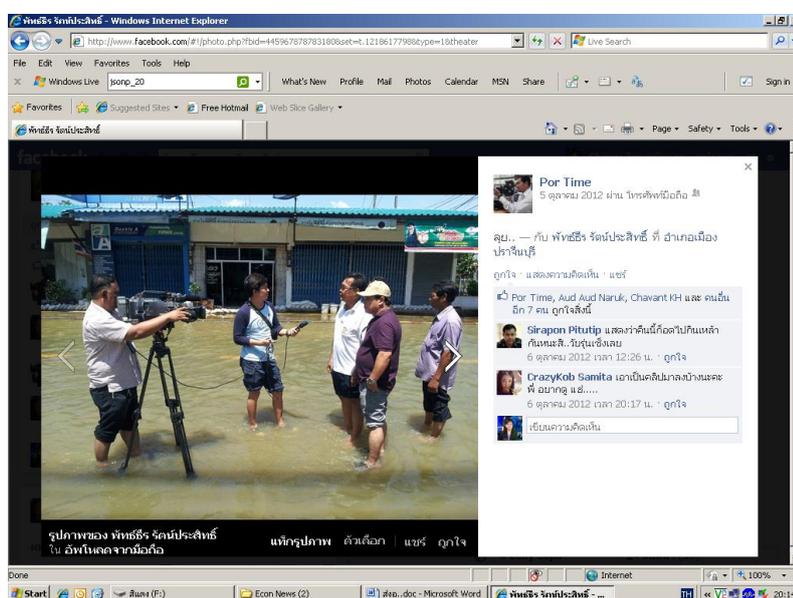
ระดับผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่กำหนดวาระข่าวสารทิศทางการทำข่าวโทรทัศน์ของ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เห็นว่าบทบาทของ Social Media ทำให้สื่อหลักโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ทำงานหนักขึ้น และต้องเพิ่มช่องทางในการเจาะกลุ่มเป้าหมายกว้างขึ้น เนื่องจาก Social Media นอกจากจะเป็นช่องทางให้ผู้คนในสังคมแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายดายแล้ว ยังเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสาร ที่ได้รับความสนใจจากคนในสังคมอย่างมาก

“ตอนนี้เราก็ทำข่าวเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชม Social Media อยู่นะ กลุ่มนี้ถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าจับตา เพราะหลังๆ Social Media เข้ามามีบทบาทเยอะ เราก็จับกระแสตรงนี้ นั่นคือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น Social Media มีบทบาทมาก ในแง่ของความเร็ว เราจะเห็นว่าหลัง ๆ ช่อง 7 จะอ้างอิง และยอมรับหรือเปิดพื้นที่ข่าวให้ Social Media มากขึ้นเพราะเรารู้ว่าอะไรเข้าถึงประชาชนอะไรเร็วเมื่อประชาชนรู้แล้วยังมีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วเพราะฉะนั้นถ้าเราต้องการเผยแพร่ อะไร ก็จะใช้ช่องทาง Social Media นี้แหละ โดยช่อง 7 ได้มอบนโยบายเชิงรุกในเรื่องนี้ ด้วยการเปิดช่องทางการสื่อสารผ่าน Social Media ให้ผู้รับสารสามารถโต้ตอบกับเราหรือ สนทนาในหัวข้อที่เค้าสนใจได้” (กฤษณะ อนุชน, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 21 กุมภาพันธ์ 2556)

ระดับผู้ควบคุม (บรรณาธิการข่าว) เห็นว่า บทบาทของเทคโนโลยี Social Media ส่งผลกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและดูแลนโยบาย ในลักษณะของการสั่งงาน ที่ทำให้ช่องทางการติดต่อสื่อสารมีมากขึ้น สะดวกรวดเร็วขึ้น ตอบสนองนโยบายควบคุมวาระข่าวสารได้ฉับพลันขึ้น นอกจากนี้ ยังเพิ่มขึ้นตอนการทำข่าว

มากกว่าในอดีต โดยเฉพาะขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข่าวเพื่อความละเอียดรอบคอบ เนื่องจากการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ต้องปราศจากความผิดพลาด

“บรรณาธิการสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้สื่อข่าวในพื้นที่ได้สะดวกรวดเร็วและตลอดเวลามากขึ้นแม้ว่าพื้นที่นั้นจะอับสัญญาณ โทรศัพท์นอกจากนี้บรรณาธิการยังสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงจากข่าวทาง Social Media ย้อนกลับได้หรือหาประเด็นเพิ่มเติมจาก Social Media ได้ด้วยเช่นกัน ทำให้ข่าวมีสีสันและมีความหลากหลายมากขึ้นมีมุมมองในการทำข่าวมากขึ้น และยังสามารถใช้ประโยชน์จาก Social Media ในการเพิ่มเติมประเด็นเพื่อให้ข่าวมีความสมบูรณ์มากขึ้น”(ศราวดี สิทธิผล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 มกราคม 2556)



ภาพที่ 4.16 การสื่อสารระหว่างบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวระหว่างปฏิบัติหน้าที่

“บางเรื่องเราไม่รู้ว่าที่เค้าโพสกันมันจริงหรือไม่ ใหม่ หรือเก่า อย่างมีคนโพสภาพชานาที่อยู่ชุกกำลังเกี่ยวข้าว โดยน้ำท่วมถึงอก เราต้องขงูถามผู้สื่อข่าวในพื้นที่ว่าจริงเท็จแค่ไหน ซึ่งก็ได้คำตอบมาว่า เค้าแมคภาพกัน โดยให้ชวานั่งของ ๆ เพราะฉะนั้นเราต้องระวังมากกับเรื่องแบบนี้ ซึ่งบรรณาธิการ จะต้องเชื่อผู้สื่อข่าวมากกว่า”(มนัสวรรณ หลินพันธุ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)

ระดับปฏิบัติงาน ผู้สื่อข่าวซึ่งมีหน้าที่ทำข่าว รายงานข่าว และผลิตข่าวเพื่อนำออกอากาศ ในช่วง มหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 เห็นว่าบทบาทของเทคโนโลยีข่าว โดยเฉพาะ Social Media เพิ่มความสะดวกในการทำงานให้กับผู้สื่อข่าวแล้ว และยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

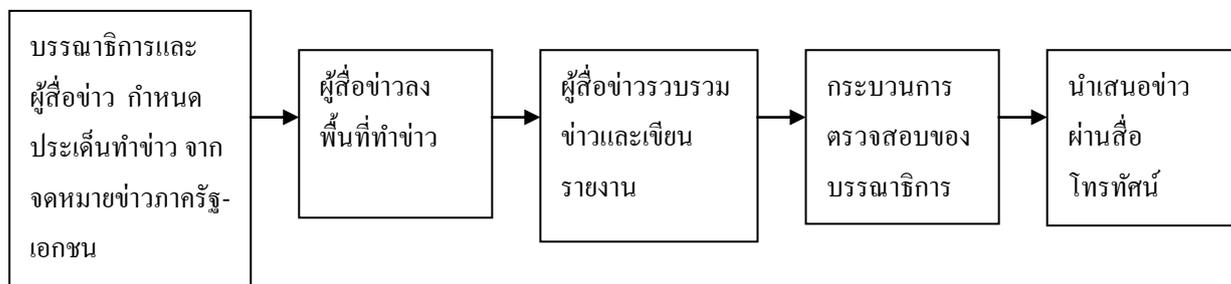
ในขั้นตอนการกำหนดประเด็นข่าว และเพิ่มขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นเพื่อไปแสวงหาข่าว หรือค้นหาข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แตกต่างจากอดีต เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤตทางธรรมชาติเกิดขึ้น ผู้สื่อข่าวจะต้องใช้วิธีเลือกสุ่มลงพื้นที่ เพื่อไปแสวงหาข่าว หรือค้นหาข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งผลกระทบ หรือ แจ็งเตือนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้า ซึ่งมีโอกาสสูงที่จะได้ข่าวที่ดี และมีโอกาสสูงที่จะพลาดข่าวสำคัญ เช่นกัน

“ทุกวันนี้การสื่อสารผ่าน Social Media อาทิ Facebook Twitter แม้กระทั่ง Blackberry Messenger ทำให้ข่าวพุ่งเข้ามาหาตัวผู้สื่อข่าวมากขึ้น ไม่ว่าจะข้อมูลที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ หรือ การแจ้งเตือนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยลดขั้นตอนในกระบวนการทำข่าว โดยเฉพาะการเสาะแสวงหาข่าว และยังสามารถตรวจสอบที่มาของข่าว หรือ ตรวจสอบข้อเท็จจริงเบื้องต้นได้ด้วย”(อนุวัติ เพ็ญทองแดง, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 28 ธันวาคม 2555)

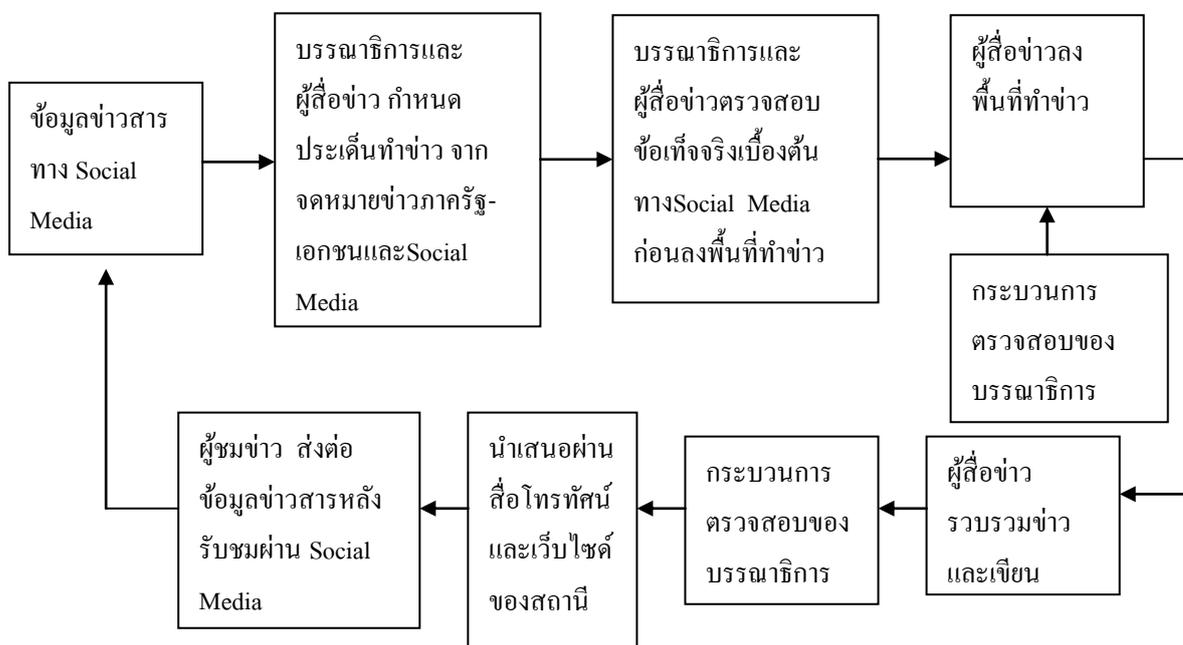
“การโพสต์ข้อความทาง Social Media ที่มีจะส่งกันมาเป็นทอด ๆ บางคน โปสภาพทั้งภาพนิ่ง ภาพวิดีโอประกอบ เพื่อยืนยันข้อเท็จจริง ทำให้ในแต่ละวันข้อความต่าง ๆ ถูกส่งมาถึงผู้สื่อข่าวเป็นจำนวนมาก ซึ่งการโพสต์ข้อความไม่เฉพาะประชาชนทั่วไปเท่านั้น ผู้สื่อข่าวเองก็มีการโพสต์ข้อความผ่าน Social Media จึงเป็นเหตุผลการทำข่าวของแต่ละสถานีเป็นไปแบบพึ่งพากันและไม่แตกต่างกันมาก”(ทัศนัย โคตรทอง, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2555)

“เรื่องความน่าเชื่อถือ ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ที่เราต้องตรวจสอบเอง เพราะการโพสต์ หรือ ทวิต คนใช้งานสามารถใส่อะไรก็ได้ ใส่สีตีไข่ยังไงก็ได้ หน้าที่เราคือต้องตรวจสอบ เราต้องใช้ Social Media ให้เป็น เพราะมันมีความซับซ้อน ถ้าใช้ไม่เป็นแทนที่จะได้ประโยชน์ กลับเป็นผลกระทบ ไม่ว่าจะพวกรั่วลือ หรือ การแสดงความคิดเห็น ในข่าวต่าง ๆ”(ชาดา สมบูรณ์ผล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 กุมภาพันธ์ 2556) ดังโมเดลดังในหน้าถัดไป

แบบเดิม



แบบใหม่



ภาพที่ 4.17 แสดงการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า บทบาทของเทคโนโลยี Social Media ส่งผลให้รูปแบบของกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตตั้งแต่ขั้นตอนการคิดประเด็นข่าวโดยผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวต้องเพิ่มความละเอียดในการตรวจสอบข้อเท็จจริงมากขึ้นเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจาก ข่าวลือ

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์

สื่อที่พบช่องทาง 7 เห็นว่าการสื่อสารผ่าน Social Media มีทั้งผลดีและผลเสียต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ ดังนี้

ข้อดี

1. มีแหล่งข่าวหลากหลายมากขึ้น
2. ผู้สื่อข่าวรับทราบความเคลื่อนไหวในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว
3. ผู้สื่อข่าว สามารถรู้ข่าวอีกที่หนึ่งได้ แม้จะมีข้อจำกัดด้านการเดินทาง
4. สามารถเช็คข้อเท็จจริงเบื้องต้น ก่อนลงพื้นที่ทำข่าว ด้วยการโพสต์ข้อความกลับไปยังเจ้าของโพสต์ ทำให้ประหยัดเวลาในกระบวนการทำข่าว

5. สามารถใช้ Social Media เป็นช่องทางแพร่กระจายข่าวได้มากกว่าการทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สื่อช่องทาง 7 ที่ลงพื้นที่ทำข่าวช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 พบว่าช่วงระหว่างลงพื้นที่ทำข่าว ผู้สื่อข่าวทุกคนมักจะส่งข้อความ หรือ ภาพนิ่งผ่าน ที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชนในสังคม หรือเห็นว่าเป็นเรื่องราวที่ส่งผลกระทบต่อคนในสังคม ผ่าน Facebook หรือ ใช้งาน Facebook ในลักษณะของการเพิ่มเติมรายละเอียดข่าว ที่ไม่สามารถออกอากาศผ่านทางสถานีได้หรือไม่สามารถออกอากาศได้ทั้งหมด เพื่อให้ผู้ใช้ Social Media ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว หรือ เชิงลึก โดยบางครั้งผู้สื่อข่าวจะมีการโพสต์ข้อเท็จจริงที่ได้พบเจอมา ผ่าน Facebook ก่อนที่จะรายงานบรรณาธิการข่าวได้รับทราบ เช่นเดียวกับ Twitter ซึ่งผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สื่อช่องทาง 7 ที่ลงพื้นที่ทำข่าวมหาอุทกภัยจะทวีตข้อความ เพื่อเผยแพร่สู่เครือข่ายสังคม Social Media

ข้อเสีย

1. การสื่อสารผ่าน Social Media ซึ่งมักจะมีการโพสต์ถึงระดับน้ำที่ไหลเข้าท่วมในแต่ละพื้นที่ส่งผลให้เกิดความตื่นตระหนกในเหตุการณ์วิกฤต อาทิ ช่วงเกิดมหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 ประชาชนส่วนใหญ่ต่างตกอยู่ในภาวะวิตกกังวล หวาดกลัวว่าคันทันน้ำในจุดต่าง ๆ จะได้รับความเสียหายจนไม่สามารถต้านทานมวลน้ำได้ ส่งผลให้มีการอพยพครอบครัวมาพักอาศัยตามคอนโด หรือ อพาร์ทเมนท์ แม้กระทั่งสะพานลอยข้ามถนน

2. ท่ามกลางภาวะวิกฤต ข่าวสารผ่าน Social Media เต็มไปด้วยข่าวลือ ทำให้ผู้สื่อข่าวทำงานยากขึ้น และต้องคอยติดตาม ชี้แจงข้อเท็จจริง จากเรื่องที่อยู่ในกระแส หรือได้รับความสนใจจากการสื่อสารผ่าน Social Media เช่น กรณีประชาชนบางรายตื่นตระหนกกับข่าวลือเกี่ยวกับคันเขื่อนขนาดใหญ่แตก หรือกั้นน้ำพังเสียหาย ถึงขั้นต้องเข้ารับการรักษาอาการเดียวกับจิตแพทย์ของกรมสุขภาพจิต หรือ บางรายเสพข่าวลือถึงขั้นความดันขึ้นต้องนำส่งโรงพยาบาล นอกจากนี้ช่วงเกิดเหตุอุทกภัยประเทศไทยปี 2554 ข่าวลือที่ได้รับความสนใจจากประชาชนมากที่สุด และ

สร้างความกังวลให้ประชาชนต่างตกอยู่ท่ามกลางความวิตกกังวลนั้นคือข่าวความลับหน้าเกี่ยวกับการเคลื่อนตัวของมวลน้ำ ซึ่งในหลายพื้นที่จะมีข่าวลือออกมาเป็นระยะถึงระดับน้ำที่ท่วมบ้านเรือนเสียหาย ส่งผลให้สื่อมวลชนต้องติดตามทำข่าว และวัดระดับน้ำให้ประชาชนรับทราบ หรือ สอบถามไปยังผู้เชี่ยวชาญโดยตรงให้ช่วยวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์น้ำ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำรงชีวิตประจำวันให้กับประชาชน

3. ผู้สื่อข่าวต้องเพิ่มความระมัดระวัง ในการนำเสนอข่าวมากขึ้น ตรวจสอบข้อเท็จจริงมากขึ้น

4. ผู้สื่อข่าวบางคนยังไม่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ต้องมีการฝึกอบรมเพิ่มเติม

5. เป็นศูนย์รวมการสร้างกระแส ด้วยความรวดเร็วในการส่งต่อข้อมูล ส่งผลให้บางครั้ง แม้จะไม่สามารถพิสูจน์ข้อเท็จจริงได้ ผู้รับสารก็ตัดสินใจไปก่อนแล้ว

ผู้สื่อข่าวยุคนี้ ได้ใช้ประโยชน์จาก Social Media เป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถหาข่าวได้รวดเร็วขึ้น ในช่วงมหาอุทกภัยประเทศไทย ปี 2554 ที่ประชาชนส่วนใหญ่ ต่างให้ความสำคัญของการสื่อสารผ่าน Social Media จนทำให้เกิดการไหลพรังของข้อมูลข่าวสาร ทั้งเรื่องแจ้งให้ทราบ แจ้งเตือน ร้องเรียน และขอความช่วยเหลือ เนื่องจากรู้ว่าช่องทางนี้จะสามารถใช้เป็นช่องทางสื่อสารไปยังผู้สื่อข่าว ได้โดยตรงโดยไม่ต้องรอผู้สื่อข่าว เข้ามาหา หรือเข้ามาสื่อสารในพื้นที่

“ตอนที่น้ำท่วมยังไม่ถึงใจกลางกรุงเทพช่วงนั้นคนกรุงเทพต่างรอดูกันว่าน้ำจะมามัย ในขณะที่ภาครัฐก็ยืนยันว่าน้ำไม่ท่วมกรุงเทพแน่ ๆ แต่ก็มีคนโพสภาพน้ำท่วมบริเวณอนุสรณ์สถานให้เห็นใน Facebook ซึ่งมันก็ทำให้เราเห็นข้อเท็จจริงได้ไวขึ้น ชัดเจนขึ้น และทำให้รู้ว่าเราจะรอข้อมูลจากรัฐไม่ได้แล้ว เพราะรัฐพยายามที่จะไม่เปิดเผยข้อมูล Social Media ทำให้เรารู้เร็ว” (มนัสวรรณ หลินพันธุ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)



ภาพที่ 4.18 ภาพระดับน้ำท่วมบริเวณอนุสรณ์สถาน

ผู้วิจัยยังเห็นว่าบทบาทของ Social Media ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ ในหลากหลายมิติ เช่น การสืบค้นข้อมูลที่มีความรอบด้านมากขึ้น หรือแม้กระทั่งสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงย้อนกลับ รวมทั้งสามารถนำเรื่องราวที่ได้รับความสนใจในสังคม Social Media มาสร้างประเด็นข่าว แตกต่างจากอดีต เนื่องจากปัจจุบันข่าว หรือข้อมูลที่มีมากขึ้น ผู้สื่อข่าวต้องทำข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้านและรอบคอบมากขึ้นซึ่งนอกจากจะต้องเผชิญกับแข่งขันด้านความเร็วในการนำเสนอข่าวทุกทกภัย ที่มีอุปสรรคจากการเดินทางที่ไม่สะดวกแล้ว ยังต้องต่อสู้กับการไหลพรั่งของข้อมูลข่าวสาร ทาง Social Media ที่ตอบสนองความสนใจใคร่รู้ของประชาชนได้โดยไม่ต้องรอคอยการนำเสนอข่าวผ่านสื่อโทรทัศน์แต่เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ ประชาชนผู้เคยทำหน้าที่รับสารยังสามารถส่งสารหรือเป็นแหล่งฐานข้อมูลให้ผู้สื่อข่าวได้ใช้ประโยชน์ในกระบวนการทำข่าวผ่านการสื่อสารบน Social Media ได้อีกด้วย ผลการศึกษายังพบว่า ในช่วงมหาอุทกภัย ปี 2554 ประชาชนได้ทำหน้าที่สื่อมวลชน ทั้งการแจ้งเตือนภัย การติดตามข้อเท็จจริง รายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งวิเคราะห์การทำงานของภาครัฐ และเอกชน ได้อย่างทั่วถึง มีการเปิดเว็บเพจเป็นของตัวเอง เช่น Twitter.com, www.ThaiFlood.com และ www.pantip.com นอกจากนี้แล้ว Social Media ที่มีความได้เปรียบด้านการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ยังก่อให้เกิดความตื่นตัว สร้างความตื่นตระหนกต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดข่าวลือเป็นจำนวนมาก ทำให้ข่าวมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น การกลั่นกรองและตรวจสอบข้อเท็จจริงตั้งแต่ต้นกระบวนการทำข่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

4.3 บทบาทนายทวารข่าวสารในกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์

แม้สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่าน Social Media โดยเฉพาะการติดตามประเด็น จาก Social Media รวมถึงการให้พื้นที่ข่าว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และรองรับการแข่งขันที่รวดเร็ว รอบด้าน แต่ที่สุดแล้ว บทบาทของนายทวารข่าวสาร (Gate Keeper) ก็ยังมีส่วนสำคัญ ต่อกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ โดยผู้ที่ทำหน้าที่นายทวารข่าวสารในกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ยุค Social Media ประกอบด้วย

ผู้สื่อข่าวนอกจากจะมีหน้าที่ลงพื้นที่ทำข่าวแล้ว ยุคนี้ผู้สื่อข่าวต้องช่วยตรวจสอบข้อเท็จจริงเบื้องต้นจากข่าว หรือ ประเด็นที่ได้รับรู้มาจาก Social Media เพื่อป้องกันความผิดพลาด หรือตกเป็นเครื่องมือของการสร้างกระแสข่าวลือเรียกได้ว่าแม้ Social Media จะอำนวยความสะดวกทำให้ผู้สื่อข่าว สามารถทำข่าวได้สะดวกสบายเข้าถึงที่หมายได้ง่ายดาย แม่นยำ ทำข่าวได้รวดเร็ว ครอบคลุม แต่ผู้สื่อข่าวก็ต้องมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างรอบด้าน ด้วยการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องในเหตุการณ์ หรือ สอบถามยังผู้ที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องราวดังกล่าวที่มีการโพสต์ผ่าน Social Media และต้องประสานงานไปยังบรรณาธิการข่าว ด้วยการโทรศัพท์ปรึกษาบรรณาธิการข่าวทุกครั้งที่ได้ประเด็นข่าวหรือทราบข้อเท็จจริงจากเรื่องราวที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดความรอบด้าน ไม่ตกกระแส สำคัญที่สุดเพื่อความถูกต้อง แม่นยำ เนื่องจากบรรณาธิการข่าวจะช่วยเช็คข้อเท็จจริงอีกระดับ

บรรณาธิการข่าว ซึ่งมีหน้าที่หลักในการกำหนดทิศทางข่าว และตรวจสอบข้อเท็จจริงจากผู้สื่อข่าว รวมทั้งเป็นผู้กำหนดประเด็นข่าวว่า เรื่องราวที่เกิดขึ้นควรจะส่งทีมข่าวไปสำรวจข้อเท็จจริงหรือไม่ ซึ่งในยุคของการสื่อสารผ่าน Social Media ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมไทย ส่งผลให้เกิดการใช้พื้นที่บน Social Media ในการแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างอิสระ บรรณาธิการข่าวจึงต้องเพิ่มระดับการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข่าวอย่างรอบคอบ นอกเหนือจากการรับทราบข้อเท็จจริงจากผู้สื่อข่าวแล้ว ยังต้องติดตามรายละเอียดของเรื่องราวที่กำลังติดตามทำข่าวผ่านweb sideเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงweb sideของสำนักข่าวอื่น ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจว่า ข่าวที่ได้มามีมูลความจริง แตกต่างจากในอดีตที่การตรวจสอบข้อเท็จจริงของข่าวจะไม่เข้มข้นมากนัก สำคัญอย่างยิ่งคือการบันทึกภาพเหตุการณ์ และการบันทึกเสียงสัมภาษณ์แหล่งข่าว ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้ดีที่สุดว่า ข้อมูลที่ผู้สื่อข่าวได้มา เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง

ยุคนี้ไม่เพียงเฉพาะสื่อมวลชนเท่านั้นที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ปัจจุบันประชาชนผู้เคยอยู่ในตำแหน่งของผู้รับสาร ก็สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชนได้เช่นกัน ด้วยการโพสต์ข้อความหรือภาพเหตุการณ์ หรือ ความสับสนหน้าของมวลน้ำที่ไหลบ่าไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ก่อให้เกิดเว็บเพจที่เกี่ยวข้องกับมหาอุทกภัยมากมาย อาทิ <http://maintenance.doh.go.th/test.html> แสดงจุดเกิดอุทกภัย,

<http://flood.gistda.or.th/> สำหรับติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการตรวจพื้นที่น้ำท่วมทั่วประเทศ และ <http://dds.bangkok.go.th/Floodmon/> ข้อมูลในการตรวจวัดระดับน้ำในคลองหลัก รวมถึง <http://dds.bangkok.go.th/Canal/index.aspx> สำหรับใช้ในการติดตามข่าวสารน้ำท่วม ส่งผลให้ข่าวมีความหลากหลายมากขึ้น การตรวจสอบข้อเท็จจริงจึงดำเนินการได้ง่าย และมีความเข้มข้นขึ้นกว่าในอดีต

“รู้ก่อนไม่ใช่ว่าถูกเสมอไป แม้เราสามารถเช็คประเด็นได้ก่อน รู้ว่ามีเหตุการณ์เกิดขึ้น แต่เดี๋ยวนี้คนโพสต์กันง่าย และเร็ว ยิ่งเราเป็นสื่อมวลชน ก็ต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงหลาย ๆ ด้าน ก่อนเสมอ สิ่งสำคัญของการทำข่าวช่อง 7 คือการตรวจสอบก่อนนำเสนอ ช่องเราระมัดระวังเรื่องนี้มาก เพราะถ้าผิดอาจมีเรื่องฟ้องร้องกันได้ ไม่อย่างนั้นก็ต้องตามแก้ข่าว ซึ่งเวลาข่าวของเราไม่เยอะ ด้วยเวลาจำกัด การนำเสนอแต่ละครั้งต้องรีเช็ค”(ฉัตรพุทธิ เปรมประยูรวงศา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

“แม้ Social Media จะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านความเร็วในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล ส่งผลให้การทำข่าวในปัจจุบันทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่กองบรรณาธิการข่าวก็ต้องเพิ่มบทบาทหน้าที่ในการติดตามข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลจาก Social Media อย่างรอบด้านด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง เพราะปัจจุบันนี้ไม่เพียงเฉพาะข่าวจากผู้สื่อข่าวเท่านั้นที่ประชาชนสนใจ แต่ข่าว หรือ ข้อมูลจาก Social Media ซึ่งถือว่ามีความใกล้ชิดกับประชาชนก็ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก หากการนำข้อมูลข่าวสารจาก Social Media มาสร้างประเด็นข่าวประจำวัน แล้วบิดเบือนข้อเท็จจริง ก็จะถูกเค้าต่อว่า”(ศราวดี สิทธิผล, ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 มกราคม 2556)

“ไม่ว่าจะยังไง บทบาทของบรรณาธิการ สำหรับข่าวโทรทัศน์ก็ขาดไม่ได้ เพราะบรรณาธิการคือประตูสำคัญในการกรองข่าวสาร เสมือนเป็นเกราะป้องกันให้กับผู้สื่อข่าว และองค์กรข่าวด้วยว่า ข่าวที่นำเสนอออกทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คือข่าวที่มีมูลความจริง”(ทัศนัย โคตรทอง, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 28 พฤศจิกายน 2555)

“Social Media ทำให้การทำข่าวเราเปลี่ยน เช่น การเช็คข้อมูลที่มากขึ้น เพราะบางข่าวก็เกินจริง อาทิ โพสต์กันว่าน้ำท่วม แต่จริง ๆ แล้วไม่ได้ท่วมเยอะจนได้รับความเดือดร้อน หรือจะเห็นได้อีกกรณี เช่น เคยมีคนโพสต์ ว่าเกิดสึนามิ ที่ภูเก็ต แล้วเอารูปสึนามิจากอินโดนีเซีย มาโพสต์ ทำให้คนหลง เข้าใจว่าภูเก็ตเกิดสึนามิ ช่วงนั้นสื่อออนไลน์ ก็มีกรประโคมข่าวกันใหญ่ เพราะต้องแข่งกับเวลา ไม่ต้องหาแหล่งข่าว ถือว่าสร้างความเสียหาย แต่นักข่าวที่วิต้องเช็คข้อมูลซ้ำแล้วซ้ำอีก ถือว่าตรงนี้โชคดี ที่สื่อที่มีเวลาคัดกรองข้อมูลมากกว่า สื่อออนไลน์ ทำให้เราพลาดน้อย ซึ่งนอกจาก

บก.แล้ว ผู้สื่อข่าวก็ต้องกันเช็คข้อเท็จจริงด้วย” (ปรัชญ์อร ประหยัดทรัพย์, การสื่อสารระหว่างระหว่างบุคคล, 31 มกราคม 2556)

“เราต้องระมัดระวังให้มาก ต้องดับเบิ้ลเช็ค ซึ่งเมื่อเช็คข้อมูลแล้ว เราต้องเชื่อผู้สื่อข่าวมากกว่าเพราะเค้าเห็นจริงอยู่ในเหตุการณ์จริง”(มนัสวรรณ หลินพันธุ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)

“การสื่อสารของ Social Media ทำให้ทุกคนอยู่ในภาวะที่เป็นสื่อได้หมด ผู้รับสารซึ่งเคยนั่งดูข่าวอยู่บนหน้าจอ ก็กลายเป็นสื่อมวลชนได้ด้วยการแจ้งเตือนภัย การโพสภาพความเคลื่อนไหวของมวลชน ซึ่งทำให้สื่อมวลชนที่อยู่ในวิชาชีพ ต้องสร้างความแตกต่างด้วยการให้ข้อมูลที่แม่นยำและเกิดขึ้นจริง สื่อมวลชนต้องมีความรับผิดชอบต่อจรรยาบรรณ เพราะฉะนั้นสื่อต้องตรวจและคัดกรอง ในสิ่งที่ถูกต้อง แก้ไขสิ่งที่เข้าใจผิด ผู้สื่อข่าวต้องเป็น Gate Keeper เพื่อคลายหรือแก้ปัญหาความสับสนที่เกิดขึ้นกับคนเป็นล้านๆ คน ที่เสพข้อมูลจาก Social Media”(กฤษดา นวลมี, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2556)

“Social Media คงเข้ามาแทนที่สื่อหลักได้ไม่ทั้งหมด เพราะสื่อหลัก มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อเท็จจริง ภายใต้จรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่ง Social Media จะไม่มีตรงนี้ Social Media ยังขาดผู้ที่ทำหน้าที่คัดกรองข้อเท็จจริง ซึ่งมันทำให้สื่อหลักทำงานหนักขึ้น”(กฤษณะอนุชน, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 21 กุมภาพันธ์ 2556)

ผู้วิจัยยังพบว่า บทบาทของบรรณาธิการข่าวในช่วงภาวะวิกฤตมีความสำคัญกับการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ และสำคัญมากกว่าในอดีต เนื่องจากบรรณาธิการซึ่งต้องรับผิดชอบในการกลั่นกรองประเด็น รวมทั้งข้อเท็จจริงของข่าวตั้งแต่ต้นทาง จนถึงปลายทางก่อนนำข่าวออกอากาศ โดยบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ จะใช้วิธีการตรวจสอบข้อเท็จจริงผ่านเว็บเพจต่าง ๆ และตรวจสอบจากข้อมูลจากการลงพื้นที่ของผู้สื่อข่าว รวมไปถึงการเปรียบเทียบข้อเท็จจริง จากการนำเสนอข่าวของสถานีข่าวอื่น ๆ นอกจากนั้นแล้วยังเห็นว่า บทบาทของ Social Media ยังส่งผลให้ผู้สื่อข่าวซึ่งทำหน้าที่ในการสืบเสาะหาข้อเท็จจริง ต้องเพิ่มความละเอียดรอบคอบในการนำเสนอข่าว ด้วยการตรวจสอบรายละเอียดต่างๆ และข้อเท็จจริงของข่าวอย่างรอบด้านก่อนรายงาน โดยตรงยังบรรณาธิการข่าวโดยเฉพาะประเด็นข่าวที่ได้จาก Social Media ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จะใช้วิธีการบันทึกภาพ และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีการปล่อยเสียงสัมภาษณ์เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้อง ในข้อมูลที่ได้นำเสนอต่อสาธารณชน เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด แตกต่างจากในอดีต ซึ่งผู้สื่อข่าวจะนำเสนอข้อเท็จจริงที่ได้รับหรือพบเจอจากการลงพื้นที่ซึ่งอาจส่งผลให้การนำเสนอข่าวนั้นๆเป็นไปในลักษณะมุมมองด้านเดียว

ด้วยการที่ข่าวโทรทัศน์ เป็นข่าวที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ประกอบกับ ระยะเวลาในการนำเสนอมีน้อย หากเกิดความผิดพลาด อาจทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องสูญเสียความน่าเชื่อถือ เพราะขาดความแม่นยำ สำคัญกว่านั้น ข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถนำเสนอได้ทั้งข้อมูล ภาพ เสียง ในเวลาเดียวกัน หากมีการนำเสนอข้อมูลที่ผิดพลาดจนเกิดผลกระทบ อาจถูกคู่กรณี หรือ ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากข่าวฟ้องร้องทางกฎหมายได้