

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือในยุคสื่อสังคมออนไลน์” จากการศึกษาความเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยเริ่มจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้สังคมมีความเจริญมากขึ้น การใช้ชีวิตของสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้ทันตามเทคโนโลยี จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนหลายๆ ด้าน รวมทั้งด้านสื่อมวลชน มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการนำเสนอ และมีรูปแบบแตกต่างกันออกไปเพื่อให้ทันกับยุคสมัยและเทคโนโลยี มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนต่างๆ เพื่อที่จะทำให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่สังคมออนไลน์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงได้ดังนี้

- 2.1 บริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ (Model)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว (Adaptation Model)
- 2.4 แนวคิดเรื่องการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)
- 2.5 ทฤษฎีอันตรกิริยาและการยืดหยุ่นปรับตัว (Interaction-adaption theory)
- 2.6 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน (Mass Media)
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชน
- 2.9 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2.10 สภาพปัญหาของสื่อมวลชน
- 2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน มีความสำคัญทั้งในลักษณะที่ตั้ง ที่มีความเชื่อมต่อกับพื้นที่ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก และมีพรมแดนต่อเชื่อมกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา มีพื้นที่รวม 105.53 ล้านไร่ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง และเป็นพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ทั้งในด้านชาติพันธุ์และแอ่งอารยธรรมจากอันยาวนานจากอดีต โดยเป็นพื้นที่ที่มีที่ตั้งของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

การปกครองแบ่งออกเป็น 20 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอุดรธานี จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดอำนาจเจริญ มีจำนวนประชากรมากถึง 1 ใน 3 ของประเทศ โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 21,826,920 คน (สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง, 2565) สถาบัน การศึกษามีทุกระดับ โดยระดับอุดมศึกษามีจำนวน 53 แห่ง ครอบคลุมเกือบทุกจังหวัด มีสถานบริการสาธารณสุขให้บริการครอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่ มีจำนวนโรงพยาบาลรัฐบาล จำนวน 324 แห่ง

นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศ โดยมีพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุดของประเทศ การผลิตส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นต้น สร้างมูลค่าเพิ่มต่ำ นอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถเป็นต้นทุนในการส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของสภาพทางเศรษฐกิจในภาคได้ดี โดยดินของภาคเป็นแหล่งเกลือหินที่มีปริมาณสำรองประมาณ 18 ล้านล้านตันและเป็นแหล่งโปแตส ที่มีปริมาณสำรองกว่า 2,500 ล้านตัน ที่สามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้อีกมาก มีทรัพยากรแร่หลายชนิด เช่น โปแตส เหล็ก ทองแดง เป็นต้น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561; ศูนย์สื่อสารสาธารณะ กรมอนามัย, 2561)

ในอนาคตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มในการพัฒนาทั้งในระดับภูมิภาคและในระดับประเทศ จากกรอบความร่วมมือต่างๆ อาทิ เช่น โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม (CLMV) โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศลุ่มแม่น้ำอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Aeyawadee-Chaopraya-Mekong Economic Corporation : ACMECS) และกรอบความร่วมมือลุ่ม น้ำล้านช้าง-แม่น้ำโขง (Lancang-Mekong Cooperation -LMC) เป็นต้น ที่จะเสริมสร้างการพัฒนาตะวันออกเฉียงเหนือ (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2563)

เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ถือเป็นทุนสังคมที่สำคัญของคนในชนบทอีสาน โดยมองจากตัวโครงสร้างของเครือข่าย ได้แก่ โครงสร้างของกลุ่มเพื่อนร่วมชุมชน เพื่อนร่วมอาชีพ ทั้งนี้ ยังรวมถึงคุณลักษณะส่วนบุคคลหรือบุคลิกภาพ ได้แก่ การเป็นคนกว้างขวาง มีคนรู้จัก เคราพ นับถือ ทำให้สามารถทำอะไรได้สะดวก

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ (Model)

2.2.1 ความหมายของรูปแบบ

รูปแบบเป็นสิ่งที่สร้างและพัฒนาขึ้นไว้เป็นแนวทางในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

คัมภีร์ สุตแท้ (2553) กล่าวว่ารูปแบบ หมายถึง สิ่งที่สร้างหรือพัฒนาขึ้น แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญๆ ของเรื่องให้เข้าใจง่ายขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

ปัญญา ทองนิล (2553) ได้กล่าวว่า รูปแบบหมายถึง โครงสร้างที่เกิดจากทฤษฎี ประสบการณ์ การคาดการณ์ นำเสนอในรูปแบบของข้อความหรือแผนผัง

ณัฐศักดิ์ จันทร์ผล (2552 : 125) รูปแบบ หมายถึง โครงสร้างโปรแกรม แบบจำลองหรือรูปแบบที่จำลองสภาพเป็นจริงที่สร้างขึ้นจากการลดทอนเวลาและเทศะ พิจารณามีสิ่งใดบ้างที่จะต้องนำมาศึกษาเพื่อใช้ทดแทนแนวคิดหรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง โดยอธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆของรูปแบบนั้นๆ

มาลี สืบกระแส (2552 : 108-109) รูปแบบมีสองลักษณะ คือ รูปแบบจำลองของสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ระบบการปฏิบัติงาน และรูปแบบจำลองของสิ่งเป็นแบบจำลองสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รูปแบบอาจแสดงความสัมพันธ์ด้วยเส้นโยงแสดงในรูปแบบแผนภาพหรือเขียนในรูปสมการคณิตศาสตร์ หรือสมการพยากรณ์หรือเขียนเป็นข้อความ จำนวน หรือ ภาพ หรือ แผนภูมิหรือรูปสามมิติ

ทิตินา แคมมณี (2550) ได้กล่าวอธิบายความหมายของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ หมายถึง เครื่องมือทางความคิดที่บุคคลใช้ในการสืบสอบหาคำตอบ ความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดยสร้างมาจากความคิด ประสบการณ์ การใช้อุปมาอุปไมย หรือจากทฤษฎี หลักการต่างๆ และแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง

Willer (1967 : 125) กล่าวว่า รูปแบบเป็นการสร้างมโนทัศน์(Conceptualization) เกี่ยวกับชุดปรากฏการณ์โดยอาศัยหลักการ (Rationale) ของระบบรูปนัย (Formal System) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการทำให้เกิดความกระจ่างของนิยาม ความสัมพันธ์และประพจน์ที่เกี่ยวข้อง

Procter (1978 : 174) ให้ความหมายของคำว่ารูปแบบไว้ใน Longman Dictionary of Contemporary English โดยสรุปแล้วจะมี 3 ลักษณะใหญ่ คือ Model หมายถึง สิ่งซึ่งเป็นแบบย่อส่วนของจริงความหมายนี้ตรงกับภาษาไทยว่า แบบจำลอง เช่น แบบจำลองของเรือดำน้ำ เป็นต้น Model ที่หมายถึงสิ่งของหรือคนที่นำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินการบางอย่างเช่น ครูแบบอย่าง นักเดินแบบหรือแม่แบบในการวาดภาพศิลป์ เป็นต้น Model ที่หมายถึงแบบหรือรุ่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์รุ่น 864X เป็นต้น

Tosi and Carroll (1982 : 74) กล่าวไว้ว่า รูปแบบเป็นนามธรรมของจริงหรือภาพจำลองของสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่รูปแบบอย่างง่าย ๆ ไปจนถึงรูปแบบที่มีความสลับซับซ้อนมากๆ และมีทั้งรูปแบบทั้งกายภาพ (Physical Model) ที่เป็นแบบจำลองหอดูดาวแห่งชาติ แบบจำลองเครื่องบินขับไล่ เอฟ 16 เป็นต้นและรูปแบบเชิงลักษณะ (Qualitative Model) ที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ด้วยภาษาหรือสัญลักษณ์ เช่น รูปแบบเชิงระบบและตามสถานการณ์ (A System/Contingency Model) ของ Brown and Moberg (1980 : 56) และรูปแบบการควบคุม

วิทยานิพนธ์ ของ บุญชม ศรีสะอาด (2548) เป็นต้น และรูปแบบการบริหารซึ่งกำลังศึกษาและพัฒนา รูปแบบเชิงคุณลักษณะ ซึ่งเป็นรูปแบบในความหมายโดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงคำนี้ในวงวิชาการ

Bardo and Hartman (1982 : 245) ได้กล่าวถึงรูปแบบในทางสังคมศาสตร์ไว้ว่า “เป็นชุดของข้อความเชิงนามธรรมเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เราสนใจ เพื่อใช้ในการนิยามคุณลักษณะ และ/หรือบรรยายคุณสมบัตินั้นๆ” Bardo และ Hartman อธิบายต่อไปว่ารูปแบบเป็นอะไรบางอย่างที่เราพัฒนาขึ้นมา เพื่อบรรยายคุณลักษณะที่สำคัญๆ ของปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ รูปแบบจึงมิใช่การบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดทุกแง่มุม เพราะการทำเช่นนั้นจะทำให้รูปแบบมีความซับซ้อนและยุ่งยากเกินไปในการที่จะทำความเข้าใจซึ่งจะทำให้คุณค่าของรูปแบบนั้นด้อยลงไป ส่วนการที่จะจัดระบบรูปแบบหนึ่งๆ จะต้องมีการระเอียดมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม และรูปแบบนั้นๆ ควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง ไม่ได้มีข้อกำหนดเป็นการตายตัว ทั้งนี้ก็แล้วแต่ปรากฏการณ์แต่ละอย่างและมีวัตถุประสงค์ของผู้สร้างรูปแบบที่ต้องการจะอธิบายปรากฏการณ์นั้นๆ อย่างไร

Stoner and Wankel (1986 : 44) ให้ทัศนะคิดว่ารูปแบบเป็นการจำลองความจริงของปรากฏการณ์เพื่อทำให้เราได้เข้าใจความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของปรากฏการณ์นั้นๆ ได้ง่ายขึ้น

Raj (1996 : 45) ได้ให้ความหมายของคำว่า รูปแบบ (Model) ในหนังสือ Encyclopedia of Psychology and Education ไว้ 2 ความหมายดังนี้ 1) รูปแบบ คือ รูปย่อของความจริงของปรากฏการณ์ซึ่งแสดงด้วย ข้อความ จำนวน ภาพ โดยการลดทอนเวลาและเทศะ ทำให้เข้าใจความจริงปรากฏการณ์ได้ดียิ่งขึ้น และ 2) รูปแบบ คือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะโดยสรุปแล้ว รูปแบบหมายถึงแบบจำลองอย่างง่ายหรือย่อส่วน(Simplified Form)ของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมาเพื่อแสดงหรืออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น หรือในบางกรณีอาจจะใช้ประโยชน์ในการทำนายปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

Good (2005 : 177) ในพจนานุกรมการศึกษาได้รวบรวมความหมายของรูปแบบเอาไว้ 4 ความหมาย คือ 1) เป็นแบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำ 2) เป็นตัวอย่างเพื่อเลียนแบบ เช่น ตัวอย่างในการออกเสียงภาษาต่างประเทศเพื่อให้ผู้เรียนได้เลียนแบบเป็นต้น 3) เป็นแผนภูมิหรือรูปสามมิติซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลักการหรือแนวคิด และ 4) เป็นชุดของปัจจัย ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันละกันซึ่งรวมตัวกันเป็นตัวประกอบและเป็นสัญลักษณ์ทางระบบสังคม อาจจะเขียนออกมาเป็นสูตรทางคณิตศาสตร์หรือบรรยายเป็นภาษาได้

Thinkexist (2008 : 1) ได้ให้ความหมายของคำว่า รูปแบบ (Model) ไว้ว่า เป็นแบบจำลองระบบปฏิบัติงาน หรือแบบแปลนของการก่อสร้างที่วาดไว้ล่วงหน้า หรือสิ่งของที่เป็นตัวแทนแสดงความคิดของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือสิ่งที่เตรียมเอาไว้ล่วงหน้า

อาร์ดิกชันนารี (Ardictionary. 2008 : 1) ได้นิยามความหมายของ Model ว่า หมายถึงแบบจำลองที่เป็นสัดส่วนหรือเป็นประเภทเดียวกันกับของจริงหรือสัญลักษณ์ของการเป็นตัวแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่คาดว่าจะเกิดในอนาคต หรือแบบแผนของสิ่งที่เตรียมไว้

การให้ความหมายของรูปแบบ (Model) ในหนังสือ Encyclopedia of Psychology and Education ไว้ 2 ความหมายดังนี้ 1) รูปแบบ คือ รุปย่อของความจริงของปรากฏการณ์ซึ่งแสดงด้วย ข้อความ จำนวน หรือ ภาพ โดยการลดทอนเวลาและเทศะ ทำให้เข้าใจความจริงของปรากฏการณ์ได้ดียิ่งขึ้น และ 2) รูปแบบ คือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะเรย์ (Rej. 1996 : 197) รูปแบบหมายถึงรูปย่อที่เลียนแบบความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้ง่ายขึ้น

สารานุกรมสแตนฟอร์ดด้านปรัชญา (Stanford Encyclopedia of Philosophy. 2006 : 671) ได้ให้ความหมายของรูปแบบในลักษณะสอดคล้องกับการให้ความหมายของ Good ว่ารูปแบบเป็นระบบหรือโครงสร้างขึ้นมาจากทฤษฎีทั่วไป เพื่อพรรณนาและอธิบายปรากฏการณ์นั้นๆ

Husen and Postlethwaite (1994 : 3895) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบ คือ โครงสร้างที่ถูกนำเสนอเพื่อใช้วินิจฉัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สร้างมาจากเหตุการณ์ การหยั่งรู้ด้วยวิธีการอุปมาอุปมัย หรือได้มาจากทฤษฎี รูปแบบจึงไม่ใช่ทฤษฎี

สรุปได้ว่า รูปแบบ หมายถึง โครงสร้างที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎี แสดงให้เห็นถึงการอธิบายองค์ประกอบสำคัญๆ ที่จำลองความจริงของปรากฏการณ์ เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของปรากฏการณ์นั้นๆ ได้ง่ายขึ้น โดยนำเสนอในรูปแบบของข้อความหรือแผนผัง

2.2.2 องค์ประกอบของรูปแบบ

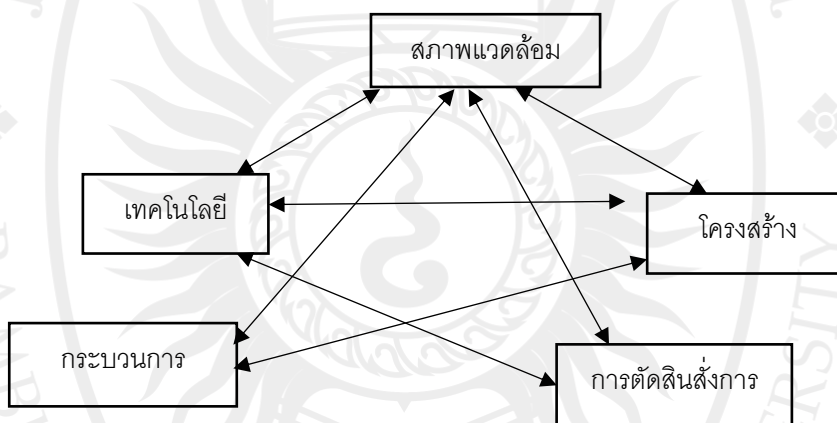
นักการศึกษาได้อธิบายถึงองค์ประกอบของรูปแบบได้ 4 องค์ประกอบ (Husen and Postlethwaite. 1994 : 3865 ; ทิศนา ขัมมณี. 2550 : 220) ดังนี้

1. รูปแบบสามารถนำไปสู่การทำนายผลที่ตามมา สามารถสอบ/ สังเกตได้
2. มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อธิบายปรากฏการณ์เรื่องนั้นๆ/ปรากฏการณ์ใกล้เคียงสาเหตุที่กำลังศึกษาและอธิบายเรื่องที่กำลังศึกษา
3. รูปแบบช่วยจินตนาการสร้างความคิดรวบยอด ความสัมพันธ์ของสิ่งที่กำลังศึกษา/ช่วยสืบเสาะความรู้
4. รูปแบบมีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างมากกว่าความสัมพันธ์เชิงเชื่อมโยง

จากการศึกษาตัวอย่างของรูปแบบจากเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ พบว่า ไม่ปรากฏมีหลักเกณฑ์ตายตัวว่ารูปแบบนั้นต้องมีองค์ประกอบอะไรบ้างอย่างไร ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของปรากฏการณ์ที่ผู้สนใจดำเนินการศึกษา ส่วนการกำหนดองค์ประกอบรูปแบบใน

การศึกษาและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการองค์การและการบริหารจัดการ (The Model of Organization and Management) ตามความคิดของ Brown and Moberg (1980 : 98) พบว่า Brown และ Moberg ได้สังเคราะห์รูปแบบขึ้นมาจากแนวคิดเชิงระบบ (System Approach) กับหลักการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Approach) และองค์ประกอบตามรูปแบบของ Brown และ Moberg ประกอบด้วยสภาพแวดล้อม (Environment) เทคโนโลยี (Technology) โครงสร้าง (Structure) กระบวนการจัดการ (Management Process) และการตัดสินใจสั่งการ (Decision Making)

รูปแบบการศึกษาและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการองค์การและการบริหารของ Brown and Moberg (1980 : 17) มีลักษณะดังแผนภาพ



ภาพที่ 3 รูปแบบเชิงระบบและสถานการณ์ (System Contingency Model) ของ Brown and Moberg (1980)

สำหรับองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารการศึกษาเท่าที่พบจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าส่วนใหญ่จะกล่าวถึง การจัดการการบริหารหรือโครงสร้างระบบบริหารและแนวทางในการดำเนินงานในภาระหน้าที่ (Function) ที่สำคัญๆ ในการบริหารงานขององค์กรนั้นๆ เช่น การบริหารงานบุคลากร การบริหารงานการเงิน การบริหารงานวิชาการ เป็นต้น ซึ่งจะได้กล่าวถึงอีกครั้งหนึ่งในตอนที่ว่าด้วยการกำหนดองค์ประกอบในการกำหนดรูปแบบต่อไป

สรุปได้ว่า ในการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบไม่ปรากฏมีหลักเกณฑ์ตายตัวว่าจะประกอบด้วยอะไรบ้าง จำนวนเท่าใดมีโครงสร้างและความสัมพันธ์กันอย่างไร ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์ที่กำลังศึกษาหรือจะออกแบบแนวคิดทฤษฎีและหลักการพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบนั้นๆ เป็นหลัก

2.2.3 ประเภทของรูปแบบ

รูปแบบมีหลายประเภทด้วยกันซึ่งนักวิชาการด้านต่างๆก็ได้จัดแบ่งประเภทต่างกันออกไปสำหรับรูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์นั้น (Keeves. 1988 : 565) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. Analogue Model เป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม เช่น รูปแบบในการทำนายจำนวนนักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบโรงเรียน ซึ่งอนุมานแนวคิดมาจากการเปิดน้ำเข้าและปล่อยน้ำออกมาจากถัง นักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบเปรียบเทียบกับน้ำที่เปิดออกจากถัง ดังนั้นนักเรียนที่คงอยู่ในระบบจึงเท่ากับนักเรียนที่เข้าสู่ระบบลบด้วยนักเรียนที่ออกจากระบบ เป็นต้น

2. Semantic Model เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ หรือรูปภาพ เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิดองค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้นๆเช่น รูปแบบการสอนของ (Joyce and Weil. 1985 : 41)

3. Mathematical Model เป็นรูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ รูปแบบประเภทนี้นิยมใช้กันทั้งในสาขาจิตวิทยาและศึกษาศาสตร์รวมทั้งการบริหารการศึกษาด้วย

4. Causal Model เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคที่เรียกว่า Path Analysis และหลักการสร้าง Semantic Model โดยการนำเอาตัวแปรต่างๆ มาสัมพันธ์กันเชิงเหตุผลที่เกิดขึ้น เช่น The Standard Deprivation Model ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทางเศรษฐกิจสังคมของบิดา มารดา สภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่บ้าน และระดับสติปัญญาของเด็ก เป็นต้น

Schwirian (อ้างถึงใน Bardo and Hardman 1982 : 70-71) นักนิเวศวิทยาคนสำคัญ ได้แบ่งประเภทของรูปแบบด้วยการอธิบายลักษณะจากลักษณะของเมืองออกเป็นรูปแบบที่อธิบายโดยพื้นที่นั้นเป็นจุดมุ่งหมายในการบรรยายลักษณะของเมืองว่ามีลักษณะเช่นไร เช่น Concentric Zone Model และ Social Area Analysis Model เป็นต้น สำหรับรูปแบบที่ใช้อธิบายคุณลักษณะของประชากรเมืองนั้น เป็นรูปแบบที่เสนอความคิดในการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะของประชากรเมืองต่างๆ เช่น Residential Segregation Model เป็นต้น

Joyce and Weil (1985 : 74) ได้ศึกษาและจัดแบ่งประเภทของรูปแบบตามแนวคิดหลักการหรือทฤษฎี ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบนั้นๆ และได้แบ่งกลุ่มรูปแบบการสอนไว้ 4 รูปแบบ คือ

1. Information Processing Models เป็นรูปแบบการสอนที่ยึดหลักความ สามารถ ในกระบวนการประมวลข้อมูลของผู้เรียนและแนวทางในการปรับปรุงวิธีการจัดเก็บข้อมูลให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. Personal Models รูปแบบการสอนที่จัดไว้ในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับ ปัจเจกบุคคลและการพัฒนาบุคคลเฉพาะราย โดยมุ่งเน้นกระบวนการที่แต่ละบุคคลจัดระบบปฏิบัติ ต่อสรรพสิ่ง (Reality) ทั้งหมด

3. Social Interaction Models เป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและบุคคลต่อสังคม

4. Behavior Models เป็นกลุ่มของรูปแบบการสอนที่ใช้องค์ความรู้ด้านพฤติกรรม ศาสตร์เป็นหลักในการพัฒนารูปแบบ จุดเน้นที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการพัฒนา รูปแบบ จุดเน้นที่สำคัญการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สังเกตได้ของผู้เรียนมากกว่าการพัฒนาโครงสร้าง จิตวิทยาและพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้

○ สไตเนอร์ (Steiner. 1988 : 148) รูปแบบแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ 1) รูปแบบ เชิงปฏิบัติ (Practical Model or Model-of) รูปแบบเชิงทฤษฎี (Theoretical Model or Model-of) รูปแบบจำลองที่สร้างขึ้นจากกรอบความคิดที่มีทฤษฎีเป็นพื้นฐาน ด้วยทฤษฎีเองไม่ใช่ รูปแบบหรือแบบจำลองเป็นตัวช่วยให้เกิดรูปแบบที่มีโครงสร้างต่างๆที่สัมพันธ์กัน

Bardo and Hartman (1982 : 141) นักนิเวศวิทยาที่สำคัญ ได้ให้ทัศนะที่น่าสนใจไว้อีก แนวหนึ่งซึ่งเป็นแนวคิดหรือทฤษฎีพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบโดยแบ่งประเภทของรูปแบบด้วยการ อธิบายลักษณะจากลักษณะจากลักษณะของเมืองออกเป็นรูปแบบที่อธิบายโดยลักษณะพื้นที่และ รูปแบบที่อธิบายโดยลักษณะของประชากร รูปแบบที่ใช้ในการอธิบายพื้นที่นั้นมีจุดมุ่งหมายในการ บรรยายลักษณะของเมืองว่าลักษณะอย่างไร เช่น Concentric Zone Model and Social Area Analysis model เป็นต้น สำหรับรูปแบบที่ใช้อธิบายโดยลักษณะของประชากรนั้น เป็นรูปแบบที่ เสนอความคิดในการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะของประชากรของเมืองต่างๆเช่น Residential Segregation Model และ Group Location Model เป็นต้น

Steiner (1988 : 215) แบ่งรูปแบบออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) รูปแบบเชิงปฏิบัติ (Practical Model or Model-of) รูปแบบประเภทนี้เป็น แบบจำลองทางกายภาพ เช่นจำลองหุ่นยนต์

2) รูปแบบเชิงทฤษฎี (Theoretical Model or Model-of) เป็นแบบจำลองที่สร้าง ขึ้นจากรอบความคิดที่มีทฤษฎีเป็นพื้นฐาน ตัวทฤษฎีเองไม่ใช่รูปแบบหรือแบบจำลองเป็นตัวช่วยให้ เกิดรูปแบบที่มีโครงสร้างต่างๆ ที่สัมพันธ์กัน

รูปแบบตามความคิดเห็นของ (Keeves. 1988 : 178) จำแนกออกได้เป็น 5 รูปแบบคือ

1) รูปแบบที่คล้าย (Analogue Models) คือ เป็นรูปแบบที่มีความสัมพันธ์กันระบบกายภาพมักเป็นรูปแบบที่ใช้ในวิทยาศาสตร์กายภาพเป็นรูปแบบที่นำไปใช้อุปมาอุปมัยกับสิ่งอื่นได้ เช่น รูปแบบจำลองระบบสุริยะที่เกิดขึ้นจริง ธนาครจำลองกับระบบธนาครที่เป็นจริงแบบจำลองการผลิตกับการผลิตจริง เป็นต้น

2) รูปแบบที่อธิบายความหมายหรือให้ความหมาย (Semantic Models) เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาในการบรรยายถึงลักษณะของรูปแบบชนิดนี้จะใช้วิธีการอุปมาอุปมัยในการพิจารณาด้วยภาษามากกว่าที่จะใช้วิธีอุปมาในการพิจารณาด้วยโครงสร้างภาพ

3) รูปแบบที่มีลักษณะเป็นแผนภูมิแบบแผน หรือโครงสร้าง (Schematic Models)

4) รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Models) คือ เป็นรูปแบบที่กำหนดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในรูปสมการหรือฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์

5) รูปแบบเชิงเหตุผล (Causal Models) คือ เป็นรูปแบบที่มีโครงสร้างเป็นสมการเชิงเส้นที่ประกอบด้วยตัวแปรสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผล มีการทดสอบสมมุติฐานผลของรูปแบบจากลักษณะการแบ่งประเภทของรูปแบบของนักวิชาการต่างๆที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าการแบ่งประเภทของรูปแบบตามแนวความคิดที่หนึ่งนั้นบอกให้ทราบถึงลักษณะการเขียนรูปแบบที่มีลักษณะส่วนการแบ่งประเภทของรูปแบบในแบบที่สองและสามนั้นเป็นการแบ่งประเภทของรูปแบบตามแนวพื้นฐานในการเสนอรูปแบบในการบรรยาย อธิบายปรากฏการณ์นั้นๆเป็นหลัก

สรุปได้ว่า รูปแบบมีหลายประเภทด้วยกันเป็นสิ่งที่สร้างและพัฒนาขึ้นของแต่ละสาขาก็มีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น รูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์ ได้แบ่งออกเป็น รูปแบบที่ใช้ในการเปรียบเทียบกัน เทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม รูปแบบที่ใช้ภาษาสื่อในการขยายหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิรูปภาพ รูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ และรูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ และรูปแบบที่นำเอา ตัวแปรต่างๆมาสัมพันธ์กันเชิงเหตุผลที่เกิดขึ้น เป็นต้น

2.2.4 คุณลักษณะของรูปแบบที่ดี

Keeves (1988 : 560) กล่าวว่า รูปแบบที่ใช้ประโยชน์ได้และมีคุณลักษณะของรูปแบบที่ดี ควรจะมีข้อกำหนด (Requirement) 4 ประการ คือ

1. รูปแบบ ควรประกอบด้วยความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้าง (Structural Relationship) มากกว่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องแบบรวมๆ (Associative Relationship)

2. รูปแบบ ควรใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสามารถถูกตรวจสอบได้โดยการสังเกต ซึ่งเป็นไปได้ที่จะทดสอบรูปแบบพื้นฐานขอข้อมูลเชิงประจักษ์ได้

3. รูปแบบ ควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้น นอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ ควรใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย

4. รูปแบบ ควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่และสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา

สรุปได้ว่า คุณลักษณะของรูปแบบที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้คือ ควรประกอบด้วย ความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้าง ใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น จะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้และเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่และสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่

2.2.5 การตรวจสอบรูปแบบ

จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการสร้างรูปแบบก็เพื่อทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบนั้นด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ การตรวจสอบรูปแบบมีหลายวิธี ซึ่งอาจใช้การวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงคุณลักษณะ (Qualitative) และเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยที่การตรวจสอบรูปแบบจากหลักฐานเชิงคุณลักษณะอาจใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบในโมเดลจากหลักฐานเชิงปริมาณใช้เทคนิคทางสถิติ ซึ่งการตรวจสอบรูปแบบควรตรวจสอบคุณลักษณะ 2 อย่าง คือ (อุทุมพร จามรمان. 2541 : 23) คือ

1. การตรวจสอบความมากน้อยของความสัมพันธ์/ความเกี่ยวข้อง/เหตุผลระหว่างตัวแปร

2. การประมาณค่าพารามิเตอร์ของความสัมพันธ์ดังกล่าว ซึ่งการประมาณค่านี้สามารถประมาณข้ามกาลเวลา กลุ่มตัวอย่าง หรือสถานที่ได้ (Across Tim, Samples, Sites)

Eisner (1976 : 192-193) ได้เสนอแนวคิดการตรวจสอบโดยการใช้ผู้ทรงคุณวุฒิในบางเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่าการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยเชื่อว่าการรับรู้ที่เท่ากันนั้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รู้ และได้เสนอแนวคิดการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิไว้ดังนี้

1) การประเมินโดยแนวทางนี้ มิได้เน้นผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามรูปแบบรูปแบบการประเมินแบบอิงเป้าหมาย (Goal-Based Models) การตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องตามรูปแบบการประเมินแบบสนองตอบ (Responsive Models) หรือกระบวนการวิเคราะห์ห้วงการณ์อย่างลึกซึ้งเฉพาะในประเด็นที่นำมาพิจารณา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้อง กับวัตถุประสงค์หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเสมอไป แต่อาจจะผสมผสานปัจจัยในการพิจารณาต่างๆ เข้าด้วยกัน ตามวิจาร์ญาณของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือความเหมาะสมของสิ่งที่ทำการประเมิน

2) เป็นรูปแบบการประเมินที่เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Specialization) ในเรื่องที่จะประเมิน โดยที่พัฒนามาจากรูปแบบการวิจารณ์งานศิลป์ (Art Criticism) ที่มีความละเอียดลึกซึ้งและต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญระดับสูงมาเป็นผู้วิจัย เนื่องจากการวัดคุณค่าไม่อาจประเมินด้วยเครื่องวัดใดๆและต้องใช้ความรู้ความสามารถของผู้ประเมินอย่างแท้จริง ต่อมาได้มีการนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาระดับสูงในวงการอุดมศึกษามากขึ้นในสาขาเฉพาะที่ต้องอาศัยผู้รู้ผู้เล่นในเรื่องนั้นจริงๆมาเป็นผู้ประเมินผล ทั้งนี้เพราะองค์ความรู้เฉพาะสาขานั้นผู้ที่ศึกษาเรื่องนั้นจริงๆจึงจะทราบและเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

3) รูปแบบที่ใช้บุคคล คือ ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเครื่องมือในการประเมิน โดยใช้ความเชื่อถือว่าผู้ทรงคุณวุฒินั้นเที่ยงธรรมและมีคุณพินิจที่ดี ทั้งนี้มาตรฐานและเกณฑ์พิจารณาต่างๆ นั้นจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความชำนาญของผู้ทรงคุณวุฒินั่นเอง

4) เป็นรูปแบบที่ยอมให้ความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานของผู้ทรงคุณวุฒิตามอัธยาศัยและความถนัดของแต่ละคน นับตั้งแต่การกำหนดประเด็นสำคัญที่พิจารณา การบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการ การเก็บรวบรวม การประมวล การวินิจฉัยข้อมูล ตลอดจนวิธีการนำเสนอ

ทั้งนี้ การเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจะเน้นที่สถานภาพทางวิชาชีพ ประสบการณ์และการเป็นที่เชื่อถือ (High Credit) ของวิชาชีพนั้นเป็นสำคัญ

สรุปได้ว่า การตรวจสอบรูปแบบอาจใช้การวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงคุณลักษณะ และเชิงปริมาณ โดยควรตรวจสอบคุณลักษณะ 2 อย่าง คือ ตรวจสอบระดับความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ของตัวแปรและการประมาณค่าของความสัมพันธ์ นอกจากนี้ ยังมีการตรวจสอบโดยการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิตามวิจารณ์ของของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือความเหมาะสมของสิ่งที่ทำการประเมิน เป็นการประเมินที่เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว (Adaptation Model)

2.3.1 ความหมายของการปรับตัว

Coleman (1981) กล่าวว่า การปรับตัว หมายถึง ผลของความพยายามของบุคคลที่พยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตน ไม่ว่าปัญหานั้นจะเป็นปัญหาด้านบุคลิกภาพ ด้านความต้องการหรือด้านอารมณ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอยู่

Bernard (1960) ให้ความหมายของการปรับตัวว่าเป็นการที่บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและโลกภายนอกได้อย่างดี ความพึงพอใจ ความแจ่มใสอย่างสูงสุด มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพสังคม มีความสามารถที่จะเผชิญและยอมรับความจริงของชีวิต

ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และทัศนาศ ทองภักดี (2543) กล่าวว่า การปรับตัว หมายถึง การที่บุคคลพยายามปรับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตน และพยายามปรับเปลี่ยน พฤติกรรมของตนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตนเอง จนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขปราศจากความคับข้องใจ

ชูติธย์ ปานปรีชา (2538) ได้ให้ความหมายของการปรับตัวไว้ว่าเป็นกระบวนการทางจิต ซึ่งคนนำมาใช้เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการต่างๆ ของตนเองและสังคม และเข้าได้กับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่หรือที่เปลี่ยนแปลงไป และเป็นวิธีการให้คนคงไว้ซึ่งสุขภาพจิตที่ดีด้วยการแก้ปัญหา หาทางออก เพื่อจัดหรือผ่อนคลายความทุกข์ ความคับข้องใจ หรือความเครียด

มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ และวิศรา ศรีสวัสดิ์ (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การปรับตัว หมายถึง กระบวนการปรับและเปลี่ยนแปลงความรู้สึกในอดีต ไม่สบายใจ วิตกกังวลและคับข้องใจ อันเนื่องมาจากความรู้สึก คิด และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องและกลมกลืนกับสภาพการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

ละอ อุดางกูร (2535) กล่าวว่า การปรับตัว หมายถึง กระบวนการตอบสนองของระบบสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าที่ก่อความจำเป็นให้ระบบต้องปรับกระบวนการ เพื่อรักษาคุณภาพของชีวิต สิ่งเร้าที่เรียกร้องการปรับตัว ได้แก่ สิ่งเร้าที่รบกวนหรือคุกคามคุณภาพต่อระบบ

สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2532) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การปรับตัว หมายถึง สภาพทางจิตที่ต้องคล้อยตามและยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น โดยไม่ให้เกิดความกระทบกระเทือนต่อสุขภาพจิต

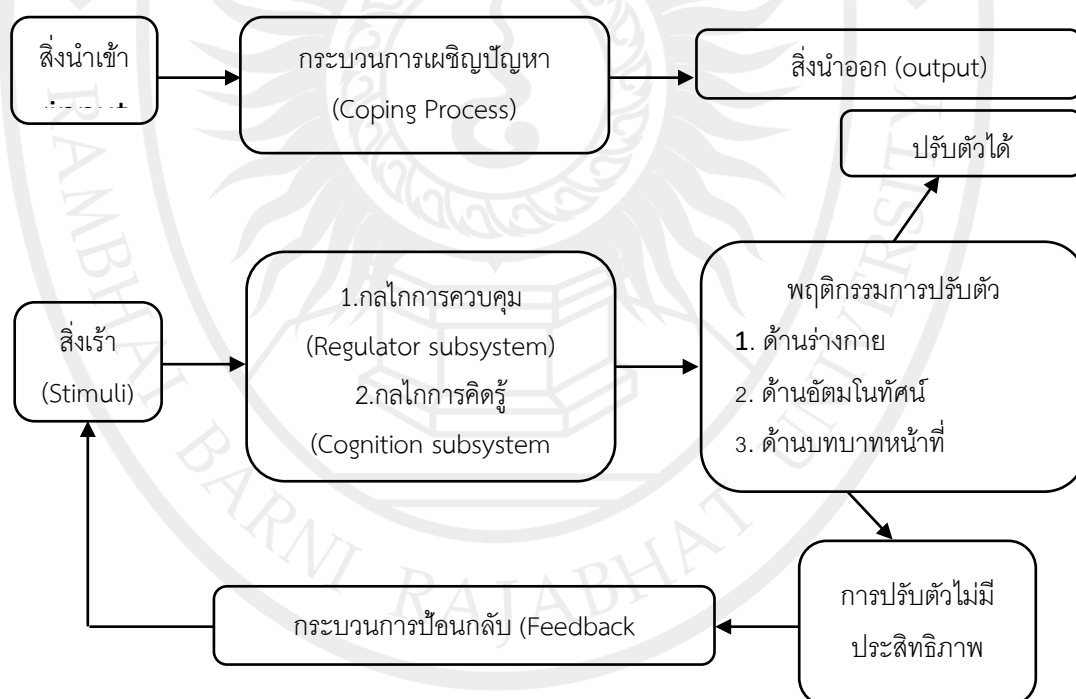
ศุภลักษณ์ จารุรัตน์ และคณะ (2532) ได้กล่าวไว้ว่า การปรับตัว หมายถึง กระบวนการปรับความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม โดยอาศัยพลังกาย ใจ และสติปัญญา ระหว่างความต้องการกับมโนธรรมของบุคคลและความเป็นจริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่เขาแสวงหาหรือปรารถนา

สรุปได้ว่า การปรับตัวเป็นการแก้ไขปรับปรุงความคับข้องใจ ด้วยการแสวงหาวิถีทางในการตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งการปรับตัวทางภายนอกและภายในร่างกาย ให้สามารถปรับตัวได้ดีต่อสภาวะแวดล้อมในชีวิต รวมทั้งการตอบสนองความต้องการทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม

2.3.2 แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย

ทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's Adaptation Model) (Roy and Andrews. 1999) กล่าวถึงการปรับตัวและการใช้ความช่วยเหลือบุคคลที่มีปัญหาในการปรับตัวเมื่อมีเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงเข้ามาในชีวิต โดยการปรับตัวเป็นกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความคิดและความรู้สึก จากการใช้ความตระหนักรู้ทางปัญญา และการสร้างสรรค์ในการบูรณาการระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมให้กลมกลืน รอยใช้แนวคิดจากทฤษฎีระบบมาอธิบายระบบ

การปรับตัวของบุคคลว่า บุคคลเป็นเหมือนเป็นเหมือนระบบการปรับตัวที่มีความเป็นองค์รวม (Holistic Adaptive System) และเป็นระบบเปิด ประกอบด้วยสิ่งนำเข้า (Input) กระบวนการเผชิญปัญหา (Coping Process) สิ่งนำออก (Output) และกระบวนการป้อนกลับ (Feedback Process) แต่ละส่วนนี้จะทำงานสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว โดยเมื่อสิ่งเร้าที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในผ่านเข้าสู่ระบบการปรับตัว จะกระตุ้นให้บุคคลมีการปรับตัวตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น โดยใช้กระบวนการเผชิญปัญหา 2 กลไก คือ กลไกการควบคุมและกลไกการคิดรู้ กลไกทั้งสองนี้จะทำงานควบคู่กันเสมอ ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการปรับตัวออกมา 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาระหว่างกัน ผลลัพธ์การปรับตัวมี 2 ลักษณะคือ ปรับตัวได้และปรับตัวไม่มีประสิทธิภาพ โดยสิ่งนำออกจากระบบนี้จะป้อนกลับไปเป็นสิ่งนำเข้าระบบเพื่อการปรับตัวที่เหมาะสมต่อไป ทั้งนี้ความสามารถในการปรับตัวของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับความรุนแรงของสิ่งเร้า และระดับความสามารถในการปรับตัวของบุคคลในขณะนั้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ภาพที่ 4 แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's Adaptation Model) ดัดแปลงจาก Roy & Andrews (1999 : 114)

จากภาพประกอบที่ 4 สามารถอธิบายแนวคิดการปรับตัวของรอย ได้ดังนี้

สิ่งนำเข้า (Input)

เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลให้เกิดสิ่งนำเข้าสู่ระบบการปรับตัวของบุคคล เรียกว่าสิ่งเร้า (stimuli) ซึ่งมาจากสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของตัวบุคคล การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมจะกระตุ้นให้บุคคลเกิดปฏิกิริยาการปรับตัวตอบสนอง ซึ่งสิ่งเร้าสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) สิ่งเร้าตรง (Focal stimuli) เป็นสิ่งที่คุณต้องเผชิญและให้ความสนใจในขณะนั้นมากที่สุด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบโดยตรงทำให้คุณต้องการปรับตัว
- 2) สิ่งเร้าร่วม (Contextual stimuli) เป็นสิ่งเร้าอื่นๆที่ปรากฏอยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่คุณกำลังเผชิญอยู่ โดยอาจจะมีผลเป็นตัวเสริมผลของสิ่งเร้าตรงโดยอาจมีผลในทางบวกหรือทางลบต่อการปรับตัว
- 3) สิ่งเร้าแฝง (Residual stimuli) เป็นสิ่งเร้าที่เป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตเป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลและเป็นปัจจัยที่อาจจะอิทธิพลต่อการปรับตัวในเหตุการณ์ที่คุณประสบอยู่แต่ไม่ชัดเจน

บุคคลอาจไม่ตระหนักถึงอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าว เช่น เจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์เดิม เป็นต้น โดยสิ่งเร้าดังกล่าวอาจจะกระตุ้นให้คุณตอบสนองโดยการปรับตัวโดยบุคคลจะปรับตัวได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความรุนแรงของสิ่งเร้าและระดับความสามารถในการปรับตัว (Adaptation Level) ซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าสู่ระบบการปรับตัวของบุคคลอีกตัวหนึ่ง ระดับการปรับตัวก็คือระดับหรือขอบเขตที่แสดงถึงความสามารถของบุคคลในการตอบสนองทางบวกต่อสถานการณ์หนึ่ง หรือเป็นผลจากการที่คุณตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นเอง ทั้งนี้ รอย ได้แบ่งระดับการปรับตัวออกเป็น 3 ลักษณะ (Roy, 1999) ได้แก่

- 1) ระดับปกติ (Integrated Level) เป็นระดับของการปรับตัวที่โครงสร้างและหน้าที่ของร่างกายทำงานเป็นองค์รวม สามารถตอบสนองความต้องการของคุณได้อย่างเหมาะสม
- 2) ระดับชดเชย (Compensatory Level) เป็นระดับของการปรับตัวที่กระบวนการชีวิตถูกรบกวนทำให้กลไกการควบคุมและการรับรู้ของระบบบุคคลถูกกระตุ้นให้ทำงานเพื่อจัดการกับสิ่งเร้าที่จะให้เกิดกระบวนการปรับตัวอย่างผสมผสาน (Integrated)
- 3) ระดับบกพร่อง (Compromised Level) เป็นระดับของการปรับตัวของกระบวนการปรับตัวระดับปกติและระดับชดเชยทำงานไม่เพียงพอที่จะจัดการกับสิ่งเร้าได้ ก่อให้เกิดปัญหาการปรับตัวตามมา

ระดับความสามารถในการปรับตัวของแต่ละบุคคลในสถานการณ์หนึ่งๆมีขอบเขตจำกัดไม่เหมือนกัน หากสิ่งเร้าตกอยู่ในขอบเขตระดับความสามารถในการปรับตัว บุคคลก็จะ

สามารถปรับตัวตอบสนองสิ่งเร้าได้อย่างเหมาะสม แต่ถ้าสิ่งเร้านั้นรุนแรงตกอยู่นอกขอบเขตระดับความสามารถในการปรับตัว บุคคลจะปรับตัวตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างไม่มีประสิทธิภาพ หรือไม่สามารถปรับตัวได้ แต่อย่างไรก็ตามระดับความสามารถในการปรับตัวเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ในกระบวนการชีวิต กล่าวคือบุคคลสามารถเพิ่มระดับความสามารถในการปรับตัวต่อได้โดยแสวงหาการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ตนเองมีระดับความสามารถในการปรับตัวต่อสถานการณ์ใหม่ๆ นั้นเพิ่มขึ้น

กระบวนการเผชิญปัญหา (Coping Process)

การเผชิญปัญหาเป็นกระบวนการควบคุมระบบการปรับตัวของบุคคลโดยที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ต่อสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ หรือเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ กระบวนการเผชิญปัญหาแบ่งออกได้ไป 2 กลไก คือ

1) กลไกการควบคุม (Regulator Subsystem) เป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งเร้าโดยอัตโนมัติโดยไม่รู้สึกรู้สเกิดจากการทำงานร่วมกันของระบบประสาท สารเคมีและระบบต่อมไร้ท่อ โดยสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเป็นสื่อนำเข้าสู่ระบบประสาทที่มีผลต่อสมดุลของน้ำ อิเล็กโตรไลต์และกรดต่างและระบบต่อมไร้ท่อ กลไกการควบคุมนี้ทำงานเป็นตัวควบคุมระบบต่างๆ ภายในร่างกายให้อยู่ในภาวะปกติ

2) กลไกการรับรู้ (Cognator Subsystem) เป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ผ่านระบบการรับรู้และการแสดงออกทางอารมณ์ ได้แก่ การรับรู้และถ่ายทอดข้อมูล การเรียนรู้ การตัดสินใจและการตอบสนองทางอารมณ์ โดยสิ่งเร้าของการรับรู้ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลด้านจิตใจ สังคม กายภาพและสรีรวิทยา ซึ่งเป็นผลจากกลไกการควบคุมผ่านเข้าสู่กระบวนการรับรู้และถ่ายทอดข้อมูล โดยบุคคลจะเลือกประมวลผลและจำในสิ่งที่ตนเองสนใจ การเรียนรู้ทำให้เกิดการเลียนแบบ การเสริมแรงและการหยั่งรู้ นำไปสู่การตัดสินใจหาวิธีแก้ไขปัญห ซึ่งการตอบสนองทางอารมณ์เป็นกลไกการป้องกันที่ทำให้เกิดความสบายใจและคลายความวิตกกังวล และอารมณ์เป็นผลที่ได้มาจากการประเมินค่าทางอารมณ์และความผูกพันของบุคคล

กลไกการควบคุมและกลไกการรับรู้จะทำงานควบคู่กันเสมอ เพื่อความสมดุลในการปรับตัว ผลจากการทำงานของ 2 กลไกนี้จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมการปรับตัว 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาระหว่างกัน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงระดับการปรับตัวที่แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคล และยังสะท้อนให้เห็นถึงการใช้กระบวนการเผชิญปัญหา ตลอดจนความสำเร็จหรือประสิทธิภาพของการตอบสนอง โดยสังเกตได้จากพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ปรากฏ โดยพฤติกรรมการปรับตัวแต่ละ ด้านมีรายละเอียดดังนี้

1) การปรับตัวด้านร่างกาย (physiological mode) เป็นการปรับตัวเพื่อรักษาความสมดุลและความมั่นคงของร่างกาย ซึ่งหมายถึงความสำเร็จในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงใน

ความต้องการด้านสรีระ มีพฤติกรรมที่เห็นได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งพฤติกรรมการปรับตัวด้านนี้จะสนองตอบต่อความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ 5 ด้าน คือความต้องการออกซิเจน ภาวะโภชนาการ การขับถ่าย กิจกรรมและการพักผ่อน การป้องกัน และกระบวนการที่ซับซ้อน 4 ประการ คือ การรับรู้ความรู้สึก น้ำและอิเล็กโตรไลต์ การทำหน้าที่ของระบบประสาท และการทำหน้าที่ของระบบต่อมไร้ท่อ

2) การปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ (self- concept mode) เป็นการปรับตัวเพื่อความมั่นคงทางจิตใจและจิตวิญญาณ เป็นความเชื่อและความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตนเองในช่วงเวลาหนึ่ง เกิดจากการรับรู้ภายในตนเอง และการรับรู้จากปฏิกิริยาของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

2.1) ด้านร่างกาย (physical self) เป็นความรู้สึกต่อร่างกาย เกี่ยวกับรูปร่างหน้าตา การทำหน้าที่ของอวัยวะต่างๆ ภาวะสุขภาพ และสมรรถภาพทางเพศ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

2.1.1) การรับรู้ความรู้สึกของร่างกาย (body sensation) เป็นการปรับตัวเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อภาวะสุขภาพ สมรรถภาพการทำงานของอวัยวะต่างๆ และสมรรถภาพทางเพศ หากสภาพร่างกายเปลี่ยนแปลงไป อาจเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้บุคคลมีการปรับตัวตอบสนองพฤติกรรมที่แสดงถึงการปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ เช่น การมีความบกพร่องทางเพศ ความรู้สึกสูญเสีย เป็นต้น

2.1.2) ภาพลักษณะ (body image) เป็นการมอง การรับรู้ และยอมรับภาพลักษณ์ที่ปรากฏ เช่น ขนาด รูปร่าง ท่าทาง หากมีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะ เช่น มีความพิการเกิดขึ้น อาจทำให้เกิดปัญหาในการปรับตัว คือ การรับรู้ภาพลักษณะของตนเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ หรือไม่สามรถยอมรับภาพลักษณะที่เปลี่ยนไปของตนเองได้

2.2) ด้านส่วนบุคคล (personal self) เป็นความรู้สึกของตนเองเกี่ยวกับความคาดหวัง ค่านิยม อุดมคติ การให้คุณค่า ปณิธานที่ตนเองยึดถือ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

2.2.1) ความมั่นคงในตนเอง (self- consistency) เป็นความรู้สึกมั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลงของบุคคล ในการคงไว้ซึ่งลักษณะและดุลยภาพเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ต่างๆ หากความรู้สึกนี้ถูกคุกคามจะก่อให้เกิดความรู้สึกไม่แน่ใจในความมั่นคงของตนเอง ทำให้เกิดความกลัวและวิตกกังวล

2.2.2) อุดมคติแห่งตน (self- idea) เป็นสิ่งที่บุคคลมุ่งหวัง เป็นพื้นฐานในการแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่หวังไว้ หากไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่หวังไว้ อาจแสดงพฤติกรรมปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ คือ รู้สึกไร้คุณค่า รู้สึกว่าตนเองสูญเสียพลังอำนาจ ในการควบคุมสถานการณ์ต่างๆ หดห่อกำลังใจ ท้อแท้สิ้นหวัง เป็นต้น

2.2.3) ศีลธรรม จรรยาและจิตวิญญาณแห่งตน (Moral-ethical-spiritual self) เกี่ยวข้องกับความเชื่อในด้านศีลธรรม จรรยา ศาสนา และค่านิยมของบุคคล ซึ่งบุคคลจะใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินการกระทำของตนหรือสิ่งที่อยู่รอบตัวว่าผิดหรือถูก พฤติกรรมที่แสดงถึงการปรับตัวไม่มีประสิทธิภาพในด้านนี้ คือ รู้สึกผิด การตำหนิหรือโทษตนเอง

3) การปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ (role function mode) เป็นการปรับตัวเพื่อความมั่นคงทางสังคม เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่ตามบทบาทที่ดำรงอยู่ในสังคม เป็นไปตามความคาดหวังของสังคมเกี่ยวกับสิ่งที่ควรกระทำต่อผู้อื่นในสังคมตามตำแหน่งหน้าที่ในบทบาทของตน จึงต้องมีการปรับตัวหรือแสดงบทบาทให้เหมาะสม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงทางสังคมและอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข บทบาทของบุคคลมี 3 ประเภท ได้แก่

3.1) บทบาทปฐมภูมิ (primary role) เป็นบทบาทที่ถูกกำหนดตามอายุ เพศ และระยะของพัฒนาการ บทบาทเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมส่วนใหญ่ของบุคคลในช่วงเวลาหนึ่งๆ ของชีวิต เช่น เด็กชายวัยก่อนเรียนอายุ 5 ปี หรือชายชราวัย 70 ปี เป็นต้น

3.2) บทบาททุติยภูมิ (secondary role) เป็นบทบาทเกี่ยวกับภาระหน้าที่ที่ต้องกระทำตามระยะพัฒนาการและตามบทบาทปฐมภูมิ เช่น หญิงคนหนึ่งมีบทบาทเป็นมารดาและภรรยา ในขณะเดียวกันมีบทบาทตามตำแหน่งหน้าที่การงาน คือ เป็นครู เป็นต้น บทบาททุติยภูมิ เป็นบทบาทที่คงที่ ถาวร และมีความสำคัญต่อบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในชีวิตเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทนี้ และเป็นการเข้าถึงแหล่งสนับสนุนต่างๆ ของบุคคลด้วย

3.3) บทบาทตติยภูมิ (tertiary role) เป็นบทบาทที่เกี่ยวข้องกับบทบาทปฐมภูมิและทุติยภูมิซึ่งบุคคลเลือกตามความสมัครใจ เช่น การเป็นสมาชิกชมรมต่างๆ และอาจรวมไปถึงการทำกิจกรรมบางอย่างที่เป็นงานอดิเรก บทบาทตติยภูมิอาจเป็นบทบาทชั่วคราวที่ได้มาโดยธรรมชาติ เช่น บทบาทผู้ป่วย เป็นต้น พฤติกรรมที่แสดงออกมี 2 ประเภท คือ พฤติกรรมที่บุคคลกระทำตามบทบาทที่เป็นไปตามความคาดหวังของสังคม (instrumental behavior) และพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกตามความรู้สึกและเจตคติต่อบทบาทที่ดำรงอยู่ของตน (expressive behavior) ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการปรับตัวที่เหมาะสมจะต้องประกอบไปด้วยพฤติกรรมทั้ง 2 ส่วนนี้ หากในสถานการณ์ใดก็ตามที่ไม่สามารถแสดงพฤติกรรมทั้งสองนี้อย่างเหมาะสมได้จะแสดงให้เห็นถึงการมีปัญหในการปรับตัว ซึ่งปัญหาที่พบบ่อยมีดังต่อไปนี้

3.3.1) การไม่สามารถปรับเปลี่ยนบทบาทใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ineffective role transition) เป็นภาวะที่บุคคลต้องรับบทบาทใหม่เข้ามาในชีวิต โดยมีพฤติกรรมที่แสดงถึงการมีเจตคติที่ดีต่อบทบาทใหม่นี้ แต่ไม่สามารถแสดงพฤติกรรมการกระทำตามบทบาทใหม่ได้ เนื่องจากการขาดความรู้ ขาดการฝึกหัด และขาดแบบอย่างในบทบาทนั้น

3.3.2) การห่างในบทบาท (role distance) เป็นภาวะที่บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรม กระทำตามบทบาทได้อย่างเหมาะสม แต่บทบาทนั้นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของตนเอง

3.3.3) ความขัดแย้งในบทบาท (role conflict) เป็นภาวะที่บุคคลไม่สามารถกระทำตามบทบาท ไม่สามารถแสดงความรู้สึกให้เหมาะสมกับบทบาทได้ มี 2 สาเหตุคือ มีความขัดแย้งในบทบาทเดียวกัน เนื่องจากตนเองและบุคคลอื่นในสังคมคาดหวังต่อบทบาทนั้นไม่ตรงกัน (intrarole conflict) หรือมีความขัดแย้งระหว่างบทบาท เนื่องจากบุคคลมีความคาดหวังในบทบาทหนึ่งขัดแย้ง กับอีกบทบาทหนึ่งของตนเอง (interrole conflict)

3.3.4) ความล้มเหลวในบทบาท (role failure) เป็นภาวะที่บุคคลไม่สามารถแสดงบทบาทใดๆ ของตนเองได้

4) การปรับตัวด้านการพึ่งพาระหว่างกัน (interdependent mode) เป็นการปรับตัวเพื่อความมั่นคงทางสังคมในด้านความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน โดยมุ่งประเด็นไปที่การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมที่เกี่ยวข้องกับการให้และรับความรัก ความนับถือ และการยกย่องซึ่งกันและกันอย่างเต็มที่ ความต้องการพื้นฐานในการปรับตัวด้านนี้มี 3 องค์ประกอบ คือ การได้รับความรักอย่างเพียงพอ การได้รับการเรียนรู้และการเจริญเติบโตตามพัฒนาการ และการได้รับการตอบสนองความต้องการในเรื่องแหล่งประโยชน์ของบุคคล เพื่อที่จะให้บรรลุถึง ความรู้สึกมั่นคงในความสัมพันธ์ระหว่างกัน

บุคคลที่สามารถปรับตัวด้านการพึ่งพาระหว่างกัน (interdependence) ได้อย่างเหมาะสมจะต้องมีความสมดุลระหว่างการพึ่งพาตนเอง (independence) และการพึ่งพาผู้อื่น (dependence) รวมทั้งต้องมีพฤติกรรมทั้งการเป็นผู้ให้ (contributive behaviors) และพฤติกรรม การเป็นผู้รับ (receiving behaviors) อย่างเหมาะสม จึงจะทำให้สามารถดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ด้วยความรู้สึกมั่นคงและปลอดภัย โดยความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

4.1) บุคคลที่มีความสำคัญ (significant others) เป็นผู้ที่มีความสำคัญหรือมีความหมายต่อชีวิตของบุคคลนั้นมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในครอบครัว เช่น บิดา มารดา สามี ภรรยา บุตร เป็นต้น ความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีความสำคัญนี้จะมีการให้ความรัก ความเคารพนับถือ และการยกย่องซึ่งกันและกันมากกว่าความสัมพันธ์กับบุคคลในกลุ่มอื่นในสังคม

4.2) ระบบสนับสนุน (support systems) ประกอบด้วยบุคคลอื่นๆ กลุ่มคนหรือองค์กรต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในการที่จะช่วยให้บรรลุถึงเป้าหมายการพึ่งพาระหว่างกันของบุคคล แต่จะมีระดับความสัมพันธ์น้อยกว่าบุคคลที่มีความสำคัญ

ปัญหาที่เกิดจากการปรับตัวด้านการพึ่งพาระหว่างกันไม่เหมาะสม ได้แก่

(1) ความวิตกกังวลจากการถูกแยกจากคนรัก (separation anxiety) เป็นความรู้สึกปวดร้าวไม่สบายใจที่ต้องถูกแยกจากบุคคลสำคัญในชีวิต

(2) ความรู้สึกโดดเดี่ยว (loneliness) เริ่มจากบุคคลมีความรู้สึกแปลกแยก (alienation) เป็นความรู้สึกห่างเหินหรือแบ่งแยกตนเองจากบุคคลอื่น อาจเนื่องมาจากไม่ค่อยมีความผูกพันต่อกัน หรือความคาดหวังในความสัมพันธ์ระหว่างตนกับบุคคลอื่นไม่สอดคล้องกัน ส่วนใหญ่เกิดในบุคคลที่ได้รับความรักไม่เพียงพอ หรือไม่มีความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล โดยจะรู้สึกว่าไม่ได้รับการตอบสนองในเรื่องความต้องการความนับถือ หรือความมีคุณค่าจากบุคคลอื่น ซึ่งเป็นต้นเหตุให้เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยวขึ้น

(3) ความก้าวร้าว (aggression) พบในบุคคลที่มีการพึ่งพาตนเอง (independency) มากเกินไปจนเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวขึ้น (aggressive behavior) จะต่อต้านผู้อื่นด้วยการแสดงออกทางกาย วาจา หรือต่อต้านอย่างเงียบๆ เช่น ไม่ให้ความร่วมมือ ไม่ยอมรับความช่วยเหลือ พยายามวางตัวให้มีอำนาจเหนือผู้อื่น แสดงวาจาหมิ่นประมาทผู้อื่น เป็นต้น

พฤติกรรมปรับตัวทั้ง 4 ด้าน เป็นผลจากการทำงานภายในของกระบวนการปรับตัวด้วยการประสานงานกันระหว่างกลไกการควบคุมและกลไกการรับรู้ แสดงออกเป็นพฤติกรรม การปรับตัวทั้ง 4 ด้าน ซึ่งพฤติกรรมแต่ละด้านจะมีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันภายในกระบวนการปรับตัวของบุคคล โดยผลลัพธ์จากการปรับตัวด้านใดด้านหนึ่งอาจมีผลกระทบหรือกลายเป็นสิ่งเร้าต่อการปรับตัวอีกด้านหนึ่งหรือทุกด้านก็ได้ หรือสิ่งเร้าชนิดหนึ่งอาจมีผลต่อการปรับตัวหลายด้านในเวลาเดียวกัน พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาจึงเป็นผลจากการประสานเกี่ยวข้องกันของทุกส่วนในกระบวนการปรับตัว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบุคคลเป็นระบบการปรับตัวที่มีความเป็นองค์รวม

สิ่งนำออก (output) สิ่งนำออกจากระบบการปรับตัวของบุคคล คือ ปฏิกริยาตอบสนอง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สามารถสังเกต ตรวจสอบ หรือบอกได้โดยอาจเป็นพฤติกรรมปรับตัวได้ (adaptive behavior) หรือพฤติกรรมปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ (ineffective behavior) พฤติกรรมปรับตัวที่ดีจะช่วยส่งเสริมความมั่นคงของบุคคลให้สามารถบรรลุเป้าหมาย การเจริญเติบโต การมีชีวิตอยู่รอด สามารถสืบทอดเผ่าพันธุ์และเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ได้ และพฤติกรรมที่ไม่ส่งเสริมให้บุคคลบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจะเป็นพฤติกรรมปรับตัวที่ไม่มีประสิทธิภาพ สิ่งนำออกจากระบบจะป้อนกลับ (feedback process) ไปเป็นสิ่งนำเข้าระบบเพื่อการปรับตัวที่เหมาะสมต่อไป

สรุปได้ว่า ทฤษฎีการปรับตัวของรอย เป็นการวัดที่มีความเป็นองค์รวมและเป็นระบบเปิด ประกอบด้วยสิ่งนำเข้า กระบวนการเผชิญปัญหา สิ่งนำออก และกระบวนการป้อนกลับ ซึ่งจะทำงานสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว เมื่อสิ่งเร้าเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและ

ภายในผ่านเข้าสู่ระบบการปรับตัว จะกระตุ้นให้บุคคลมีการปรับตัวตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น โดยใช้กระบวนการเผชิญปัญหา 2 กลไก คือ กลไกการควบคุมและกลไกการคิดรู้ ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการปรับตัวออกมา 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาระหว่างกัน ผลลัพธ์ของการปรับตัวมี 2 ลักษณะ คือ ปรับตัวได้และปรับตัวไม่มีประสิทธิภาพ

2.3.3 การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล (Digital Disruption)

ยุค Disruption คือ การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย เน้นพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ รอบตัว และมองหาสิ่งที่จะสามารถต่อยอดได้ในอนาคต ซึ่งหากเปรียบเทียบในวงการสื่อมวลชน ก็เหมือนเป็นการฉีกกฎในการนำเสนอข่าวสารแบบเดิม ๆ คิดรูปแบบการวางแผนใหม่ทั้งหมด เพื่อให้ตรงกับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลา และถ้าสื่อไหนไม่ปรับตัวตาม ก็มีโอกาสดูสูงที่จะต้องปิดตัวเอง (boonyen. 2020)

การปรับตัวตามยุค Disruption ของสื่อมวลชน

ยุค Disruption คือ การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่ผู้คนรุ่นใหม่ เริ่มเข้ามามีบทบาทในวงการของสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น ทำให้มีการพัฒนาระบบ พัฒนาแนวคิด พัฒนารูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิงหรือบางครั้งมีการคิดค้นสิ่งต่างๆ ขึ้นมาใหม่เลยทีเดียว ซึ่งทั้งหมดทั้งมวลนั้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าได้มีความต้องการที่เปลี่ยนไปจากยุคเดิม ทำให้หลาย ๆ องค์กรสื่อ ที่รู้ว่ายุค Disruption คืออะไร จะมีเปอร์เซ็นต์ที่จะสามารถทำการตลาดได้ดีกว่าบริษัทที่ไม่รู้อะไรเลย 4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดยุค Disruption คือ

1. ความรวดเร็วทันใจ สิ่งที่ทำให้เกิดยุค Disruption อย่างแรก คือ ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงในสังคม ซึ่งต่างจากอดีตที่จะค่อยเป็นค่อยไปตามลำดับ อาจจะเพราะด้วยเทคโนโลยีที่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องของความรวดเร็วในการสื่อสาร ทำหลาย ๆ ด้านในยุคสมัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนั่นเอง

2. การศึกษาและมุมมองของคนรุ่นใหม่ ยุค Disruption คือ ยุคที่ผู้คนรุ่นใหม่ ได้นำความรู้และมุมมองในด้านต่างๆ ที่ไม่เคยมีในสมัยก่อน มาปรับประยุกต์ใช้ในการทำงาน ซึ่งแน่นอนว่ามันจึงส่งผลกระทบไปทั่วโลก จนทำให้เกิดยุค Disruption ตามมา

3. ความเชื่อมั่น เป็นอย่างที่เราบั่นดีว่าผู้รุ่นใหม่ ๆ มักมีแนวทางการมองโลกที่แตกต่างไปจากเดิม รวมไปถึงการที่พวกเขาไม่ต้องการเดินตามแนวทางที่สังคม (รุ่นเก่า) ได้ปูทางไว้ให้ จึงทำให้ยุค Disruption คือยุคที่ผู้คนมีความเชื่อมั่นในเส้นทางที่จะเลือกเดินและเลือกจะทำ ว่ามันคือสิ่งที่ดีที่สุด แม้ว่ามันจะไม่ได้เป็นไปตามแบบแผนที่ผู้ใหญ่ยุคเก่า ๆ ได้วางไว้ให้ก็ตาม

4. การรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่มากยิ่งขึ้น เพราะในยุคปัจจุบันผู้คนได้รับข่าวสารต่างๆ มากมายและรวดเร็ว จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่สามารถทำให้ผู้คนเข้าถึงแหล่งความรู้ต่างได้

แค่มีโทรศัพท์มือถือเพียงเครื่องเดียว ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่เริ่มมองเห็นโลกกว้างในหลาย ๆ มุม และเกิดคำถามที่ว่าความชอบของตัวเองคืออะไร ความต้องการต่างๆ จึงมีการเปลี่ยนแปลงไปนั่นเอง

กระแสการ Disruption เริ่มรุนแรงมากขึ้น ธุรกิจที่สามารถปรับตัวตามกระแสนี้ได้ก็อาจจะอยู่รอด แต่หากปรับตัวไม่ได้ ก็ต้องปิดตัวลงไป อย่างเช่นธุรกิจในการสื่อสิ่งพิมพ์ ที่โดนกระแสนี้โจมตีจนต้องปิดตัวไปหลายสำนักพิมพ์แล้ว (สุพัตรา อัมรานนท์, 2562)

กระแสการ Disruption รุนแรง จนต้องปรับตัว

ผลกระทบของ กระแสการ Disruption ทำให้วงการสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้รับผลกระทบเรียกว่าขั้นรุนแรงถึงกับต้องปิดตัวลงไปหลายสำนักพิมพ์ เหตุผลก็คงมาจากการเปลี่ยนจากที่ปกติคนไทยรับข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์หรือหาความรู้ต่างๆ ผ่านหนังสือและนิตยสาร มาเป็นการอ่านข่าวและรับรู้สื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ธุรกิจที่สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสื่อออนไลน์ได้ ก็จะสามารถข้ามผ่านการโดน Disrupt ไปได้

แต่ธุรกิจที่ผ่านไม่ได้ ก็มีการประกาศปิดตัวนิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์ไปหลายราย ยกตัวอย่างเช่น สกุลไทย, ขวัญเรือน, ดิฉัน, คู่สร้างคู่สม, เนชั่นสุดสัปดาห์ เป็นต้น ดังนั้นถ้าหากมีการปรับตัวให้สามารถรับมือกับกระแสนี้ได้ นอกจากจะทำให้ธุรกิจของคุณสามารถไปต่อได้แล้ว การเปลี่ยนมาใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข่าวและคอนเทนต์ของตัวเอง สามารถเสริมคอนเทนต์ได้เร็วกว่าและลดต้นทุนทางการผลิตไปได้เยอะ

“วงการสื่อ” จัดอยู่ในกลุ่มแรกๆ ที่ได้รับผลกระทบจาก Digital Disruption อย่างหนักหน่วง สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ผู้ทรงอิทธิพล ทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ บทบาทลดลงเมื่อผู้คนหันไปเสพสื่อออนไลน์ ที่กลายมาเป็น “สื่อหลัก” แนวโน้มยังเป็น “ขาขึ้น” ยึดเม็ดเงินโฆษณาแข่งหน้าสื่อเก่า ที่อยู่ในภาวะ “ถดถอย” (Brand Buffet. 2562)

Digital Disruption ถือเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (Technology Change) ที่เกิดขึ้นมาตลอดกับอุตสาหกรรมสื่อ แต่สิ่งที่แตกต่างจากอดีต คือ เดิมการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเป็นพัฒนาการด้านผลิต ที่คนทำสื่อได้ประโยชน์ เช่น ยุคที่ยังไม่มีอินเทอร์เน็ต คนทำหนังสือพิมพ์ก็ต้องเข้าไปเขียนงานที่สำนักพิมพ์ เมื่อมีอินเทอร์เน็ตใช้ สามารถส่งข่าวจากที่ไหนก็ได้ เป็นความสะดวกทางด้านการผลิตสื่อ ที่ได้จากเทคโนโลยี

แต่ยุคดิจิทัล ดิสรัปชัน เป็นสิ่งที่กระทบบุคคล จุดเปลี่ยนคือ “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม” ที่ทำให้ทุกคนทำสื่อได้ และเลือกเสฟสื่อได้เอง หน่วยงานต่างๆ มีช่องทางการสื่อสารหรือ เผยแพร่ข่าวเองผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊กของ การรถไฟแห่งประเทศไทย ที่อัพเดทข่าวสารการเดินทางทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว โดยที่สื่อไม่ต้องลงพื้นที่ไปทำข่าว หรือ ธนาคารแห่งประเทศไทย ใช้ Facebook Live แลกข่าวและชี้แจงประเด็นต่างๆ ที่เป็นกระแสสังคม เรียกว่าเป็นยุคที่ “แหล่งข่าวให้ข่าวกับผู้เสพสื่อเองโดยตรง”

“บางกอกโพสต์ เองมีความชัดเจนในการมุ่งสู่ ดิจิทัล แพลตฟอร์ม ต้องจับกลุ่มใหม่ 20-35 ปี เพื่อความยั่งยืนขององค์กร ส่วนหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษเลิกแข่งความเร็ว มาแข่งความลึก สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อชนะสื่ออื่นๆ ด้วยข้อมูล วันนี้งานสื่อ ยังขาดคนต่อยอดข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้ข่าวแตกต่าง การคิดได้เหนือกว่า คือชนะ คนสื่อต้องสะสมองค์ความรู้ มีความรอบลึก เพื่อทำให้องค์กรแข็งแกร่งและอยู่รอดได้” (สฤณีเดช มฤคพิต. 2562)

แม้ในยุคที่สื่อออนไลน์เฟื่องฟู แต่ “ทีวี” ก็ยังสำคัญกับคนไทย เพราะเป็นความบันเทิงราคาถูก เป็นเพื่อนของสังคมสูงวัยที่ยังดูทีวีอยู่ เป็นแหล่งอัปเดตข้อมูลข่าวสาร แต่การขยายตัวของ “ดิจิทัล แพลตฟอร์ม” ต่างๆ ทำให้พฤติกรรมผู้ชมทีวีเปลี่ยนไป จากเดิมที่ต้องดูทีวีตามโปรแกรมที่กำหนด ปัจจุบันสามารถดู “ย้อนหลัง” ที่ไหน เมื่อไหร่ก็ได้ แต่สิ่งที่ไม่เปลี่ยน คือ Content is king คนไทยก็ยังดูคอนเทนต์จากทีวี และเลือกดูตามสิ่งที่ชอบ

ไม่ว่าจะยุคใด การปรับตัวขององค์กรและบุคลากรเป็นเรื่องสำคัญ “โมโน” เองก็ต้องปรับตัวเช่นกัน โดยเลือกที่จะใช้กลยุทธ์ Collaboration เปลี่ยนคู่แข่งให้มาเป็นพันธมิตร เช่น โปรเจกต์ โมโน x แกรมมี่ โดยให้ แกรมมี่ ที่เชี่ยวชาญด้านคอนเทนต์ เป็นผู้ผลิตรายการป้อนให้แพลตฟอร์มต่างๆ ของกลุ่มโมโน เพราะแข่งขันกันไปก็อาจตายทั้งคู่ จึงหาจุดที่ทำงานร่วมกันแบบที่ได้ประโยชน์ทั้งคู่ win win ทุกฝ่าย น่าจะเป็นกลยุทธ์ที่ดีกว่า

“การปรับตัวไม่ว่าจะยุคไหน คนสำคัญที่สุด องค์กรที่ต้องปรับตัวในยุคดิจิทัล ดิสรัปชั่น ต้องมีความชัดเจน เรื่องเป้าหมายว่า 5-10 ปีข้างหน้า ธุรกิจของเราจะอยู่ส่วนไหนของโลก และบุคลากรต้องเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา”

ยังมีความเชื่อว่าสื่อเก่าไม่ตาย แต่จะเปลี่ยน แพลตฟอร์มไปตามยุคตอบสนองผู้ชมที่ต้องการเสพคอนเทนต์ในรูปแบบต่างๆ จะเห็นได้ว่า “โกดัก” ตาย แต่ “การถ่ายรูปยังอยู่” และถ้ายากขึ้นด้วยจากความสะดวกของสมาร์ตโฟน เช่นเดียวกัน จะมีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เข้ามาเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคมากขึ้น แต่ “คอนเทนต์” ก็ยังอยู่ (ปรกรณ์ รัตนทรัพย์ศิริ. 2562)

“ดิจิทัล ดิสรัปชั่น” ที่เข้ามากระทบหลายธุรกิจและอุตสาหกรรมสื่อ คนที่อยู่รอดได้ต้อง “คิดนอกกรอบ” เพราะดิจิทัล แพลตฟอร์ม คือ “โอกาส” เปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ทำให้คอนเทนต์ที่จากเดิมอยู่แค่ในทีวี ไปอยู่ได้ในทุกที่ ทุกช่องทาง ทั้ง เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เน็ตฟลิกซ์

การปรับตัวทำคอนเทนต์ไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์มได้ ต้องตามคนดูและดึงความสนใจผู้ชมอย่างรวดเร็ว หากเป็นเฟซบุ๊กก็ต้องทำให้ได้ใน 7 วินาทีแรก ส่วนทีวี ต้องอยู่ใน 7 นาทีแรกเช่นกันยืดเยื้อไม่ได้เหมือนในอดีต เพราะผู้ชมมีทั้งสื่อและคอนเทนต์ให้เลือกเสพจำนวนมาก ความอดทนรอจึงลดลงไปเรื่อยๆ

ไม่ว่าจะเป็นสื่อใด หรือองค์กรใดที่ต้องฝ่ากระแส Digital Disruption บุคลากรมีส่วนสำคัญ การปรับตัวต้องเริ่มที่ “ตัวเอง” ก่อน พยายามทำงานให้เป็นทุกอย่างเพื่อองค์กร เรียนรู้

การทำงานด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ในยุคโซเชียลมีเดียบูม เวอร์คพอยท์ ก็ได้ทดลองทำ Facebook Live Stream เช่นกัน ซึ่งก็พบว่าทำให้มีคนติดตามดูทีวีเพิ่มขึ้น ถือเป็นการปรับตัวเพื่อรู้จักพฤติกรรมคนดูในยุคใหม่ และเป็นเรื่องที่ต้องเรียนรู้ตลอดเวลา

“วันนี้ทุกสื่อต้องหาตัวเองให้เจอ ใช้จุดแข็งของแต่ละสื่อทำคอนเทนต์ที่ผู้ชมชื่นชอบ มองแพลตฟอร์มต่างๆ เป็นโอกาส เพราะในยุคที่ใครๆ ก็เป็นสื่อได้ ทีวีต้องเป็นทางเลือกที่ดีให้ผู้ชม และคนทำงานต้องรู้จักแข่งกับตัวเอง ไม่มองใครเป็นคู่แข่ง เรตติ้งทีวี ได้มา ณ เวลานั้นแล้วก็จบไป แต่สิ่งที่ต้องทำให้ได้ คือ คอนเทนต์ที่ดีที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่”

เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นหน้าที่ของคนทำงานต้องเรียนรู้และปรับตัว เพราะในที่สุดแล้วจะมีอะไรใหม่ ๆ เข้ามาอีก “ดิจิทัล ดิสรัปชัน” จึงเป็นทั้งผลกระทบและโอกาส อยู่ที่ว่าปรับตัวของแต่ละคนว่าจะเลือกทางไหน (ภัทรินทร์ เทวาทิภักฐกุล, 2562)

เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ดิสรัปชัน เป็นยุคที่กำเริบการทำธุรกิจของอุตสาหกรรมต่างๆ ได้พังทลายลง เกิดการแข่งขันข้ามอุตสาหกรรม และทุกคนเป็นสื่อได้หมด ในอดีตสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ค่ายเพลง เป็นธุรกิจที่ “ผูกขาด” โดยผู้ประกอบการไม่กี่ราย เพราะมีกำแพงเรื่องการลงทุนแพลตฟอร์ม แต่ปัจจุบันทุกคน ทุกอุตสาหกรรม สามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มในการผลิตสื่อได้เหมือนกันหมดด้วยต้นทุนที่ลดลง ความแตกต่างจึงอยู่ที่ “คอนเทนต์”

“การทำสื่อในยุคนี้ จะเห็นการ collaborate ทำงานข้ามธุรกิจกันมากขึ้น เป็นการแข่งขันของความเร็ว ที่เห็นโอกาส”

การปรับตัวให้อยู่รอดได้ต้องเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ต้องเรียนรู้ Unlearn และ Relearn จะเห็นได้ว่าแพลตฟอร์ม อย่าง เฟซบุ๊ก มีการปรับเทคโนโลยีและอัปเดตเครื่องมือใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เป็นสิ่งที่คนทำสื่อและคนที่ใช้แพลตฟอร์มต้องตามให้ทัน เพื่อเรียนรู้การใช้งาน ไปตามการเปลี่ยนแปลง สิ่งสำคัญของการปรับตัวคือ ต้องเริ่มต้นเดี๋ยวนี้ (โชกุล ศฤกษ์ไชย, 2562)

เทคโนโลยีต่างๆ มีความเจริญก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีบนโลกใบนี้ได้ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสังคมระดับครอบครัว แวดวงเพื่อนฝูง หรือแม้กระทั่งสังคมในที่ทำงาน ซึ่งจะได้จากการเสพติดโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน ไอแพด ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้แค่เพียงปลายนิ้ว จนกระทั่งเทคโนโลยีเหล่านี้กลายเป็นปัจจัยที่ 6 นอกเหนือจากปัจจัย 4 ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั่วไป ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค รวมทั้งรถยนต์หรือยานพาหนะต่างๆ ซึ่งกลายมาเป็นปัจจัยที่ 5 ที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิต สมาร์ทโฟน ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่หรือคนทั่วโลกไปแล้ว เห็นได้จากกลุ่มคนทุกวัยตั้งแต่วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนถึงผู้สูงวัยทั้งหลาย ล้วนแล้วจะต้องเป็นเจ้าของสมาร์ทโฟน

อย่างน้อย 1 เครื่อง ผลกระทบที่ตามมาจากการที่ทุกคนให้ความสำคัญกับสมาร์ทโฟนเหล่านี้ก็คือ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมระดับต่างๆ ลดลงไปถึงขั้นอ้าแอ่ เนื่องจากสมาร์ทโฟนได้ดึงความสนใจจากสิ่งต่างๆ รอบตัวไปจนหมดทุกคนต่างก้มหน้าก้มตาเสียเวลาไปกับสิ่งนี้ จนทำให้ขาดปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนรอบข้าง ไม่มีใครสนใจใคร จนกลายเป็น “สังคมก้มหน้า” ที่เราได้ยินกันจนคุ้นหูและเห็นภาพเหล่านี้จนชินตา

การบริหารองค์การสมัยใหม่มุ่งสู่การบริหารที่ใช้ต้นทุนต่ำกว่า การบริหารที่คุณภาพดีกว่า การบริหารที่เร็วกว่า และการบริหารที่สร้างความพึงพอใจมากกว่า ซึ่งในทุกกิจการที่ต้องการความสำเร็จจำเป็นต้องหาวิธีการดำเนินการเพื่อก้าวสู่แนวคิดและหลักการดังกล่าว ในอนาคตจะเพิ่มความเข้มข้นในการแข่งขันมากขึ้น คู่แข่งขัน (competitor) มีมากขึ้นและมีความสามารถมากขึ้น การที่กิจการของเราจะชนะคู่แข่งได้ต้องมีอะไรที่ดีกว่า เหนือกว่า และแตกต่างจากคนอื่น สิ่งซึ่งจะทำให้เกิดความดีกว่า เหนือกว่าและแตกต่างก็คือนวัตกรรม (innovation) กิจการใดก็ตามสามารถสร้างและพัฒนานวัตกรรมได้ก่อน ได้ดีกว่าย่อมจะทำให้ก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ (excellence) ได้อย่างแน่นอนการบริหารกิจการสื่อสารเป็นการบริหารองค์การสมัยใหม่ที่มีภารกิจหลักในการขาย หรือให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือให้สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งกิจการสื่อสารในปัจจุบันต้องมีการแข่งขันกันสูง ได้แก่ กิจการสื่อสารมวลชน เช่น สื่อโทรทัศน์มีการแข่งขันกันสูงตัวอย่างเช่น ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สร้างความเป็นโมเดิร์นไนน์ทีวี เป็นตัวอย่างหนึ่งของกลยุทธ์ความแตกต่าง (differentiation) หรือกลยุทธ์นวัตกรรม (innovation) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เรียกว่าเหนือคู่แข่งจนใจลูกค้า เป็นต้น (เสน่ห์ จุย์โต. 2558)

รูปแบบขององค์กรกิจการสื่อสารแต่ละประเภทนั้นจะมีระบบและระเบียบรองรับในการบริหารกิจการเป็นของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเนื่องในการประกอบกิจการ โดยไม่เพียงแต่หวังให้กิจการอยู่รอด หากแต่จะดำเนินการอย่างไรแต่จะดำเนินการอย่างไรแล้วกิจการอยู่รอดเจริญเติบโต มีผลกำไร และสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อที่กิจการนั้นพึงมีต่อผู้เกี่ยวข้องและสังคมสาเหตุที่ต้องมีการจัดระบบและระเบียบในการบริหารกิจการ ก็สืบเนื่องจากกิจการสื่อสารมีการแข่งขันกันสูง ซึ่งการแข่งขันนี้มีให้เกิดขึ้นจากความได้เปรียบของทุนเพียงอย่างเดียว หากแต่สิ่งสำคัญยิ่งกว่าก็คือการแข่งขันในความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การผลิต การจัดหา การแปรรูป การเก็บรักษา การจัดจำหน่ายและการขนส่ง สำหรับทุนที่จะจัดหานั้นสามารถนำมาจากสถาบันการเงินหรือการระดมทุนในวิธีต่างๆ หากสิ่งที่สร้างสรรค์นั้นมีคุณค่าก็ย่อมมีแหล่งทุนเข้ามารองรับ (พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์. 2558)

สรุปได้ว่า การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลให้มีการพัฒนาระบบ พัฒนาแนวคิด พัฒนารูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง มี 4 ปัจจัย ที่ทำให้เกิด Disruption คือ ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงในสังคม การนำความรู้และมุมมองในด้านต่างๆ ที่

ไม่เคยมีในสมัยก่อน มาปรับประยุกต์ใช้ในการทำงาน ความเชื่อมั่น และการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่มากยิ่งขึ้น Digital Disruption ถือเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (Technology Change) ที่เกิดขึ้นมาตลอดกับอุตสาหกรรมสื่อ จุดเปลี่ยน คือ “ดิจิทัล แพลตฟอร์ม” ที่ทำให้ทุกคนทำสื่อได้ และเลือกเสพสื่อได้เอง

การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่น

การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (new media) เช่น อินเทอร์เน็ต หรือ สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายประการ เช่น ปรับเปลี่ยนจากการสื่อสารทางเดียวสู่การสื่อสารสองทาง ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ผลิตสารได้ในเวลาเดียวกัน การปรับเปลี่ยนเนื้อหาสารก็ทำได้โดยผู้รับสาร ไม่ได้เป็นกระบวนการเฉพาะผู้ผลิตเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป นอกจากนี้สื่อใหม่ยังมีลักษณะหลอมรวม (Media Convergence) ทั้งข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ส่งผลให้สื่อหนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อให้อยู่รอดได้ในยุคที่สื่อใหม่กำลังเติบโต ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์หลายฉบับเพิ่มช่องทางการนำเสนอข่าวสารผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคม ออนไลน์ต่างๆ และมีหนังสือพิมพ์บางฉบับที่ทำการสื่อสารประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากหนังสือพิมพ์เช่น หันมา ลงทุนทำช่องโทรทัศน์ดิจิทัล เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. 2555; มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2559)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 การเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ตทั้งในมิติของเทคโนโลยีความหลากหลายของเนื้อหา ตลอดจนศักยภาพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถร่วมสร้างเนื้อหา ตลอดจนสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานเนื้อหาหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหว ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวมีส่วนสนับสนุนการขยายตัวของสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น ไฮไฟว์ (Hi5) มายสเปซ (MySpace) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น นอกจากนี้เทคโนโลยีโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตต่าง ๆ ได้ส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้สามารถทำได้สะดวกและรวดเร็ว ลดข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการเกิดขึ้นของสังคมออนไลน์ส่งผลทำให้ผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้ผลิตเนื้อหาและผู้บริโภคเนื้อหาในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดการผลิต เนื้อหาร่วมกัน รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยตนเอง ตลอดจนการระดมคนให้ร่วมกัน ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง นอกจากนี้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ก็อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ใช้เว็บไซต์มากขึ้น เนื่องจากผู้สร้างเนื้อหาหลักในสื่อสังคมออนไลน์เป็นผู้ที่ไม่ใช่เจ้าของเว็บไซต์ (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2559) ซึ่งสื่อมวลชนต่างต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

อัญรินทร์ อมรอิสริยาชัย (2563) ให้ความเห็นว่า สื่อหลายแห่งพยายามปรับตัว จึงเกิดปรากฏการณ์การเล่าข่าวขึ้น ทำให้ข่าวดูสนุกและน่าสนใจ ซึ่งการเล่าข่าวและวิธีการถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารในปัจจุบันมันดูเด็ด ในบางสถานการณ์มันเลวร้ายสำหรับใครบางคน หรือเราให้เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบ ฉะนั้น สิ่งที่ยาไปคือ “ความระมัดระวังในการนำเสนอ” อาจเป็นเพราะโฟกัสเป้าหมายในการสร้างยอดและจำนวนผู้ชม จนมองข้ามรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่ส่งผลกระทบต่อคนดู เรื่องจำเป็นไม่ถูกขยายความ เช่น การให้ความรู้ในแง่มุมกฎหมายที่ประชาชนควรรู้ สื่อต้องเข้าใจความเห็นต่าง พฤติกรรม ทศนคติ และผู้ชม เพราะระดับการแสดงออกมันมีมากขึ้น ต้องทันสมัย ทันเทคโนโลยี พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลง การเล่า การรายงานข่าว มีกระบวนการตรวจสอบตัวเองว่า ชื่นาเกินไปหรือไม่

จากการขยายตัวของสื่อและการพัฒนาทางเทคโนโลยีสื่อออนไลน์ทำให้กระบวนการทำข่าวเกิดการเปลี่ยนแปลงจากสื่อสารทางเดียวเป็นสื่อสาร 2 ทาง การตัดสินใจและการกำหนดประเด็นไม่ได้อยู่ที่กองบรรณาธิการเสมอไป เพราะภาคประชาชนมีบทบาทในการกำหนดทิศทางข่าวมากขึ้น โดยสื่อหลักมีการหยิบยกเรื่องราวจากสื่อออนไลน์มาเป็นประเด็นในการนำเสนอข่าวมากขึ้นนอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไปเลือกสิ่งที่สนใจมีช่องทางรับข่าวสารมากขึ้นทำให้สื่อเกิดแนวคิดต้องปรับตัวสู่การหลอมรวมสื่อและพยายามตอบสนองการเข้าถึงข่าวสารในทุกแพลตฟอร์ม (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. 2557 : 12) โดยอาศัยความทันสมัยเรื่องเทคโนโลยีโทรคมนาคมเทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงและเทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาด้านการสื่อสารทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้รับสารรวดเร็วและหลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้นมีประสิทธิภาพเชื่อมโยงให้สื่อต่างๆ มาอยู่ด้วยกันใช้โครงสร้างพื้นฐานเดียวกันลดความซ้ำซ้อนของการลงทุนและเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคข่าวสารส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและคุณภาพชีวิตของประชาชน

สื่อภูมิภาคหรือสื่อมวลชนท้องถิ่นต้องปรับตัวหรือไม่ อย่างไร ในเรื่องนี้ สำเนาเยี่ยมสะอาด (2552) ให้ความเห็นถึงการปรับตัวของสื่อภูมิภาคหรือสื่อมวลชนท้องถิ่นว่า ก่อนอื่นต้องทำการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือลูกค้าของสื่อภูมิภาคให้ชัดเจน ปัจจุบันประชาชนที่อาศัยอยู่ในส่วนภูมิภาคมีพฤติกรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารของประชาชนในส่วนภูมิภาคเป็นอย่างไร แต่ปัจจุบันความเจริญด้านการคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาไปมาก ไม่ว่าจะเป็นข่าวอะไรเกิดขึ้นในโลกนี้ ประชาชนอาศัยอยู่ต่างจังหวัดและกรุงเทพฯ ก็สามารถรับรู้ได้พร้อมกัน ดังนั้น สื่อภูมิภาคหรือสื่อในท้องถิ่นควรจะปรับตัวให้เข้ากับผู้รับสารและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป และการลงทุนทางเทคโนโลยีการสื่อให้ทันสมัยและสอดคล้องกับพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนจึงเป็นสิ่งที่สื่อต่างๆ ควรจะต้องทำ การทุนในเครื่องมือเทคโนโลยีขั้นสูง สื่อภูมิภาคคงจะรู้สื่อส่วนกลางหรือสื่อระดับประเทศไม่ได้ แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้ราคาของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตสื่อราคาถูกลงเป็นอย่างมาก การใช้เทคโนโลยีการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ

ในยุคปัจจุบันไม่จำเป็นต้องมีราคาแพงเสมอไป ตัวอย่างเช่น การถ่ายภาพนิ่งที่มีภาพคมชัดสวยงาม การถ่ายภาพวิดีโอที่มีภาพและเสียงคมชัด ปัจจุบันสามารถทำได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ที่มีราคาแพง ดังนั้นปัญหาสำคัญจึงไม่ได้อยู่ที่ราคาของเทคโนโลยีเสมอไป แต่อยู่ที่ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) และความเป็นเจ้าของต้นแบบความคิด (Original idea) มากกว่า

สื่อภูมิภาคมีความพิเศษและแตกต่างจากสื่อระดับประเทศ คือ สื่อภูมิภาคสามารถทำหน้าที่สนองความต้องการของคนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เช่น การให้พื้นที่ในการเสนอข่าวและเรื่องราวในท้องถิ่นอย่างเพียงพอและครบถ้วน ตามหลักจิตวิทยาพื้นฐานนั้นคนเราชอบอ่าน ชอบดู และชอบฟังข่าวคราวและเรื่องราวใกล้ตัวของตนเองและคนที่ตนเองรู้จัก ตลอดจนองค์กรและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง อยากให้เรื่องราวเหล่านั้นมาปรากฏอยู่บนหน้าของสื่อท้องถิ่น ขณะที่สื่อระดับประเทศไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ แต่ก็ยังมีข้อที่ต้องพิจารณาอีกด้านหนึ่งคือ คนในท้องถิ่นยุคใหม่ต้องการรับรู้ความเป็นไปของประเทศและทั่วโลกด้วยเหมือนกัน ในประเด็นนี้สื่อภูมิภาคก็สามารถตอบสนองได้โดยการเชื่อมโยงความรู้และข่าวสารกับสื่อระดับประเทศและระดับโลก เช่น การสรุปประเด็นข่าวและเรื่องราวความเป็นไปของโลกอย่างสั้นๆ ให้กระชับและเข้าใจง่าย สำหรับผู้อ่านในท้องถิ่น อีกทั้งควรมีการเชื่อมโยงหรือลิงค์ (Hyperlink) ไปยังข้อมูลรายละเอียดไปยังต้นตอของแหล่งข้อมูล (Sources) ในกรณีที่ผู้อ่านต้องการทราบรายละเอียดทั้งหมด ดังนั้น การสรุปประเด็นข่าวและการเขียนข่าว โดยการทำเรื่องที่เข้าใจยากให้คนเข้าใจง่ายขึ้น เป็นทักษะการเขียนข่าวหรือการพูดที่นักสื่อสารของสื่อภูมิภาคมีความชำนาญอยู่แล้ว ทักษะแบบนี้สื่อภูมิภาคต้องรักษาเอาไว้ และควรที่จะเพิ่มทักษะการเรียนรู้และทำความเข้าใจเรื่องราวและเหตุการณ์ ต่างๆ ในระดับโลกด้วย ดังนั้น การนำเสนอข่าวสารที่มีเนื้อหาจำกัดเฉพาะในพื้นที่ของส่วนภูมิภาคแบบเดิมอาจ ไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน

การลงทุนทางเทคโนโลยีมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสื่อท้องถิ่น ดังที่กล่าวมาแล้วว่าเทคโนโลยีสมัยใหม่ไม่ได้มีราคาแพง อีกทั้งการสร้างเครือข่าย (Network) ระหว่างสื่อด้วยกัน เครือข่ายธุรกิจ และเครือข่ายประชาชน เป็นสิ่งที่จำเป็นเพราะเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ไม่ได้มีราคาแพงดังเช่นแต่ก่อน แต่ผู้ที่ทำงานสื่อจะต้องไม่หลงประเด็นในเรื่องเทคโนโลยี รูปแบบการนำเสนอและสาระของข่าวสาร แม้ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อสื่อสมัยใหม่ แต่การลงทุนด้านเทคโนโลยีและเครือข่าย (Network) ไม่อาจให้ธุรกิจสื่อภูมิภาคอยู่รอดได้ ต้องพิจารณาส่วนอื่นด้วย

สื่อท้องถิ่นบางรายปรบองครัดด้วยการเพิ่มอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีและบุคลากรทางไอที แต่กลับลดจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะทางวารสารศาสตร์หรือการสื่อสารมวลชนลง โดยหวังที่จะให้พนักงานที่เรียนจบทางด้านไอทีมาทำหน้าที่แทนผู้ที่เรียนจบทางวารสารศาสตร์ ความคิดเช่นนั้นนับว่าผิดพลาดอย่างมาก เพราะผู้ที่จบการศึกษาด้านไอทีหรือคอมพิวเตอร์มานั้น ไม่ได้เรียนวิชาทางด้านการผลิตงานการสื่อสารมวลชนมา พวกเขาสามารถเป็นผู้สนับสนุนทางเทคนิคได้ แต่

เป็นไปได้ยากที่จะมาทำหน้าที่เขียนข่าว วิเคราะห์ข่าว หรือบทความให้มีคุณภาพและเทียบเท่ากับผู้ที่เรียนมาหรือผู้มีประสบการณ์ทางด้านนี้ ทางแก้ปัญหาที่ดีก็คือ ควรรับพนักงานที่เรียนจบทางด้านวารสารศาสตร์หรือสื่อสารมวลชนที่มีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารด้วย ปัจจุบันมหาวิทยาลัยต่างๆ มักเพิ่มวิชาความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะด้านไอทีเป็นวิชาบังคับเข้าไปในหลักสูตร นิเทศศาสตร์มากขึ้นกว่าแต่ก่อน

สรุปได้ว่า การปรับตัวของสื่อมวลชนต้องถื่นเกิดขึ้นเนื่องจากการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารจากการสื่อสารทางเดียวสู่การสื่อสารสองทาง ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ในเวลาเดียวกัน มีลักษณะของการหลอมรวมสื่อ ทั้งข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ทำให้เกิดการผลิตเนื้อหาาร่วมกัน รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยกันเอง ตลอดจนการระดมคนให้ร่วมกันทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง นอกจากนี้เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ก็อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ใช้เว็บไซต์มากขึ้น ซึ่งสื่อมวลชนต้องถื่นควรจะปรับตัวให้เข้ากับผู้รับสารและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

2.4 แนวคิดเรื่องการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)

การปรับตัวนั้นรวมถึงความพยายามบริหารจัดการการผลิตและเผยแพร่ข้ามสื่อ (Cross media) และการหลอมรวมสื่อ (convergence) เพื่อให้ประสิทธิภาพสูงสุดของสื่อมีความหลากหลายของรูปแบบทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในยุคดิจิทัลเข้าด้วยกัน รวมถึงการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ (partnership) การปรับตัวทางวัฒนธรรมและการทำงานภายในองค์กร การกำหนดนโยบาย แผน ยุทธศาสตร์ของการปรับตัวทางธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าว เพื่อให้องค์กรสื่อมีความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะความต้องการของผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนไปจากเดิม (อศินา พรพศิน และสกุลศรี ศรีสารคาม. 2557) นอกจากนี้ Pavlik (2004) อธิบายว่าการมีเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้โครงสร้างของห้องข่าว หรือ newsroom การปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าว และเนื้อหาที่มีวิวัฒนาการใหม่ โดยเฉพาะเกิดความร่วมมือและการทำงานร่วมกันในกระบวนการผลิตระหว่างสื่อเก่าและสื่อใหม่มากขึ้น

การหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารโทรคมนาคม ส่งผลให้เกิดสังคมสารสนเทศ (Information Society) เกิดการผสมผสานหรือการหลอมรวมกันของสื่อต่างๆ โดยการหลอมรวมกันของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนทั้งโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อบันเทิง เพลง เข้าด้วยกัน กลายเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา และระยะทาง และผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา สามารถกำหนดเนื้อหา รูปแบบการใช้ประโยชน์ด้วยตนเอง ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมในการใช้เป็นช่องทางในการบริโภคข่าวสารของคนในสังคมมากขึ้น จึง

ทำให้สื่อมวลชนมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคของการหลอมรวมของสื่อ (Media Convergence) ไปด้วย จากเดิมสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญเป็นผู้ทำหน้าที่กำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) เป็นตัวกลางในการคัดเลือกเสนอข้อมูลข่าวสารในสังคม (Gatekeeper) แต่ในปัจจุบันสื่อมวลชนถูกสื่อใหม่ (New Media) เข้ามาแทนที่ ทฤษฎีบางทฤษฎีถูกลดความสำคัญลงไปมาก เช่น ทฤษฎีการไหลของข่าวสาร (Information Flow) ได้แก่ ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle) ที่เชื่อว่าสื่อมวลชนมีบทบาทและทรงอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสาร ทฤษฎีการไหลของข่าวสารสองขั้นตอน (Two step Information flow) ที่สื่อมวลชนมีบทบาทในการเลือกนำเสนอข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยเป็นผู้รายงานข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้น แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้คนมีทางเลือกในการแสวงหาข่าวสารมีความที่หลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลที่สื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นผู้ควบคุมการสื่อสารแทน (สุภารักษ์ จูตระกูล. 2557)

การปรับเปลี่ยนเข้าสู่การหลอมรวมสื่อในประเทศไทยไม่ได้มีเฉพาะองค์กรสื่อมวลชนรายใหญ่ องค์กรสื่อมวลชนขนาดกลางและขนาดเล็กก็มีการปรับตัวด้วยเช่นกัน (สุกัลยา คองประดิษฐ์. 2557) พบว่าหนังสือพิมพ์ขนาดกลางในประเทศมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้อ่าน เป็นการหลอมรวมสื่อที่ไม่ใช่แค่เพียงเพิ่มช่องทางเผยแพร่ข่าวสารทางเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ไปสู่ผู้อ่านควบคู่ไปกับสื่อเก่าเท่านั้น แต่การหลอมรวมยังต้องปรับการดำเนินงานของกองบรรณาธิการ และบทบาทหน้าที่ของผู้สื่อข่าวให้รองรับการรายงานข่าวหลายช่องทางโดยใช้ อุปกรณ์ทันสมัยเข้าช่วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการหลอมรวมสื่อเพื่อการอยู่รอดของสื่อเก่าไม่ใช่แค่เพียงการหลอมรวมมิติเทคโนโลยีสื่อสารเท่านั้นแต่มีการปรับการดำเนินงานบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนแต่ละประเภทในการตอบสนองความต้องการของสังคม สื่อเก่าไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารก็จำเป็นต้องปรับบทบาทของตนเองไปตามความต้องการข่าวสารและลักษณะการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไปของผู้รับสาร โดยผู้รับสารผ่านสื่อออนไลน์จะมีอำนาจในการเลือกข่าวสารที่ตนเองสนใจมากกว่าจะยึดติดแบรนด์ขององค์กรสื่อ (ขจร ฝ่ายเทศ. 2560)

ในยุคข้อมูลข่าวสาร สื่อใหม่ (New Media) ที่มีการหลอมรวมเทคโนโลยีอย่าง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในด้านการสื่อสาร จากคุณสมบัติดังกล่าว เป็นผลให้จำนวนผู้ใช้สื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเป็นสื่อใหม่ที่ผู้ใช้มีเสรีภาพสูงในการกำหนดเนื้อหา และรูปแบบการใช้ประโยชน์หากมีการนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมอันก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน จึงน่าจะเป็นจุดเร่งให้เกิดกฎหมายใหม่สำหรับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยีและการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ การกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อใหม่ยุคแห่งการหลอมรวม

เทคโนโลยีกลายเป็นประเด็นทางนโยบายที่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสนใจ (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. 2554)

ในยุคที่สื่อใหม่ (New Media) กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนทั่วไปจนแทบจะจินตนาการไม่ได้ว่าชีวิตที่ขาดกูเกิล วิกี- พีเดีย ยูทูบ เฟซบุ๊กและอีเมลนั้นเป็นฉันใด และในเมื่อสื่อใหม่ (New Media) เป็นทั้งสังคมเทคโนโลยีเป็นสื่อบนพื้นที่สาธารณะ หรือเป็นพื้นที่ส่วนตัว เทคโนโลยีการสื่อสารที่กำลังผสมผสานกันอย่างรวดเร็วเพื่อก้าวไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เช่น การฟังเพลงในรูปแบบเดิมจากแผ่นซีดีเปลี่ยนมาอยู่ในรูปแบบของไฟล์เสียงที่ถูกบีบอัดให้มีขนาดเล็กแต่คุณภาพเสียงคงเดิมที่ผู้ฟังสามารถเปิดฟังผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือได้การผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสารได้ถูกสร้างรูปแบบขึ้นให้อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. 2554)

นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนประชากรที่อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ สื่อสิ่งพิมพ์กลายเป็นส่วนหนึ่งของสื่อยุคดิจิทัล เช่นเดียวกับสื่อวิทยุสื่อโทรทัศน์และวิดีโอระบบดิจิทัลที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของทุกครอบครัวการหลอมรวมกันทางเทคโนโลยีได้เกิดขึ้นในด้าน การปฏิบัติงานการที่มีระบบเครือข่ายที่มีศักยภาพสูงได้นำระบบ เครือข่ายต่างๆ ต่อรวมเข้ากับระบบสายโทรศัพท์ ระบบเอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ระบบข้อมูลในคอมพิวเตอร์และการถ่ายทอดภาพ ทางวิดีโอ คำ ถามหนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่ถกเถียงกันมากขึ้นเรื่อยๆ คำ ถามที่ว่า เราควรกำกับดูแลสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวม เทคโนโลยีอย่างไร เพื่อให้เกิดเป็นประโยชน์ต่อสังคมที่อยากเห็น

“การหลอมรวมสื่อ” (Convergence) เป็นการพัฒนาเข้ามาใกล้กันของเทคโนโลยี มีลักษณะเป็นการวิวัฒนาการมาพบกันของเทคโนโลยี ทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ เทคโนโลยีการแพร่ภาพและเสียง (Broadcast and Motion Picture Technology) เทคโนโลยี การพิมพ์ (Print and Publishing Technology) และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) โดยมีเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication Technology) เป็นปัจจัยสนับสนุน ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิกได้รับปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาระบบตัวเลข (Digital Language) ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลคอมพิวเตอร์ ที่สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน กระบวนการของการแปลงสภาพเทคโนโลยีสื่อ หรือการหลอมรวมสื่อ มิได้ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ แปลงโฉมหน้าเป็นสื่อใหม่แบบทันทีทันใด แต่เป็นแบบค่อยๆ เป็นๆ ไป และไม่คิดว่าสื่อใหม่จะเข้ามาแทนที่สื่อดั้งเดิม แต่จะมาแบบเปลี่ยนแปลงสภาพแบบค่อยเป็นค่อยไป มากกว่าที่จะอุบัติขึ้นแล้วมาแทนที่สื่อเก่าที่ตายไป เป็นไปไม่ได้เลยที่สื่อเกิดขึ้นใหม่ได้เอง พร้อมๆ กับการล้มหายสาบสูญของสื่อเก่า (Nokthenok. 2555)

ธาม เชื้อสถาปนาศิริ (2557) นักวิชาการสถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อ คือ การนำสื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อโทรศัพท์และเครือข่ายคอมพิวเตอร์ มาผสมผสานกันทำให้เกิดอิทธิพลของสื่อและส่งผลให้คนอยากเข้าไปอยู่ในโลกของอินเทอร์เน็ต ผู้รับสารไม่ใช่ผู้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่ผู้รับสารกลายเป็นผู้ใช้สื่อ สามารถผลิตสื่อได้เอง โดยพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบันที่เปลี่ยนไปเรียกว่า พฤติกรรมการใช้สื่อหลายหน้าจอ (multi-screen) คือ แต่ละช่องทางมีพฤติกรรมที่ทางแตกต่างกัน เด็กจะหันมาใช้สื่อคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนมากขึ้น รวมทั้งจะเกิดโรคใหม่ๆ ในยุคสื่อหลอมรวม อาทิ โรคเซฟฟี (Selfie) คือ การถ่ายรูปตัวเองโดยใช้กล้องหน้าจากนั้นมาอัพแชร์และรอกดไลค์ โรคละเมอแซท โรคเสพติดอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

Danesi (2002) เสนอว่า การหลอมรวมสื่อในปัจจุบันเป็นการหลอมรวมเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ สื่อบันเทิง เพลง เข้าด้วยกัน ซึ่งส่งผลกระทบไปทั่วโลก แต่ขณะเดียวกันการหลอมรวมสื่อก็ทำให้อุปกรณ์ สื่อสารมีลักษณะส่วนบุคคลมากขึ้น ทำให้เกิดการรวมเป็นชนกลุ่มน้อย (re-tribalization) และรวมเป็นชุมชนโลก (globalism) ด้วยอิทธิพลของจักรวาลดิจิทัล (digital galaxy)

การปรับตัวขององค์กรข่าวในลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Convergence) หรือการข้ามสื่อ (Cross-media) ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องปรับตัวให้มีลักษณะเป็นผู้มีทักษะหลากหลายในการรายงานข่าว (multi-skilled reporter) และสามารถตัดสินใจเลือกช่องทางการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารด้วย (Broomley, 1997; Cottle and Aston, 1999)

จากการหลอมรวมของสื่อที่ส่งผลให้ผู้รับชมรายการหรือผู้รับสารมีพฤติกรรมการรับชมที่เปลี่ยนไป สิ่งที่ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึง คือ การที่ผู้ผลิตรายการต้องกลับมามองระบบการสื่อสารของมนุษย์และเพิ่มเติม ปัจจัยใหม่ๆ เข้าไปเพื่อค้นหาคำตอบและนำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ จากการศึกษาการนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลของ ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์ (2558 : ออนไลน์) สามารถประมวลสรุปได้ว่า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ในยุคการหลอมรวมสื่อได้แก่

1. ผู้อำนวยการผลิต (Producer) สิ่งที่ผู้อำนวยการผลิตต้องพิจารณาได้แก่ การที่ให้ผู้รับชมมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับรายการที่ผลิตขึ้น หรือการสร้างประสบการณ์ร่วมกับรายการให้มากขึ้น เช่น การเลือกมุมมองในการรับชมรายการ (Multi-view) และสามารถเลือกจัดผังรายการเองได้
2. เนื้อหารายการ (Content) การกำหนดเนื้อหารายการเพื่อนำมาผลิตรายการ ควรคำนึงถึงผู้รับชมเป็นหลัก อาจจะใช้วิธีสื่อสารในรายการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เช่น ให้ผู้รับชมรายการเสนอแนะรูปแบบรายการตามที่ต้องการรับชม

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) หรือสื่อ (Media) ในปัจจุบันพฤติกรรมการรับสารของผู้ชมรายการมีลักษณะเปลี่ยนไป เช่น การรับชมรายการย้อนหลังผ่านวิดีโอออนไลน์ (YouTube) หรือการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) ซึ่งการรับข้อมูลต่างๆของผู้ชมรายการอาจมีพฤติกรรมอื่นๆ เช่น การส่งต่อข้อมูลหรือการแบ่งปันข้อมูล (Share) การเสนอแนะ (Comment) หรือการเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น (Link) ดังนั้นผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงการผลิตเนื้อหารายการที่สามารถนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อที่มีความหลากหลายได้ (One Content Multiscreen-Multiplatform) เพื่อให้ผู้ชมได้รับชมเนื้อหารายการจากสื่อที่มีลักษณะการเข้าถึงผู้ชมรายการที่มีความแตกต่างกัน

4. ผู้ชม (Audience) ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการควรศึกษาและทำความเข้าใจว่าผู้ชมรายการหรือกลุ่มเป้าหมายของตนมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมเนื้อหารายการจากสื่อใดรวมถึงศึกษาองค์ประกอบพื้นฐานต่างๆ เช่น การรับรู้ ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรมว่าเป็นอย่างไร

5. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) การมีปฏิกริยาตอบกลับเป็นคุณลักษณะของวิทยุโทรทัศน์ดิจิทัลในปัจจุบัน เนื่องจากวิทยุโทรทัศน์ดิจิทัลสามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ทำให้ผู้ชมรายการและผู้ผลิตรายการสามารถเชื่อมโยงมีปฏิกริยาตอบกลับระหว่างกันได้ทันที ถือว่าเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตรายการต้องการเพราะสามารถนำผลที่ได้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

จะเห็นได้ว่า การหลอมรวมเทคโนโลยี การหลอมรวมสื่อ ส่งผลให้ให้กระบวนการผลิตข่าวมีการเปลี่ยนแปลง สามารถใช้สื่อร่วมกันในการสื่อสารได้ สามารถแลกเปลี่ยนคอนเทนต์ (content) ระหว่างผู้สื่อข่าวที่ทำงานหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และออนไลน์ได้ สื่อมวลชนมีการบูรณาการการผลิตและกระบวนการข่าว เพื่อให้สามารถใช้แพลตฟอร์มที่หลากหลายของแต่ละสื่ออย่างเต็มความสามารถ สร้างความร่วมมือในการทำงานระหว่างหน่วยงานและโต๊ะข่าวต่างๆ ดังนั้น การศึกษาทฤษฎีการหลอมรวมสื่อทำให้เข้าใจและเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์รูปแบบลักษณะการปรับตัวของสื่อที่จะพัฒนาสู่การเป็นผู้ผลิตข่าวในยุคสู่ดิจิทัลและสังคมออนไลน์

สรุปได้ว่า การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) คือการผสมผสานของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเข้าด้วยกัน ส่งผลให้การใช้ชีวิตประจำวันของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมโดยมีเทคโนโลยีแบบใหม่ๆเป็นตัวขับเคลื่อนในการติดต่อสื่อสารกัน เทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเหล่านี้ เรียกว่า 4 Screen ได้แก่ หน้าจอโทรทัศน์ หน้าจอ คอมพิวเตอร์ หน้าจอแท็บเล็ต และหน้าจอโทรศัพท์มือถือในรูปแบบ Multi-Screen เพื่อใช้ในการเชื่อมโยงไปสู่ โลกออนไลน์ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ซึ่งผู้รับสารกลายเป็นผู้ใช้สื่อและสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้เอง พฤติกรรมการรับสื่อของผู้ชมรายการเปลี่ยนไปจากหน้าจอวิทยุโทรทัศน์กลายมาเป็นหน้าจอของโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน สามารถดู

รายการย้อนหลังได้และสามารถโต้ตอบกับผู้ผลิตรายการได้ทันทีซึ่งถือเป็นประโยชน์ในการวัดความนิยมของผู้ผลิตรายการ ดังนั้นผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ควรเข้าใจปรากฏการณ์ ที่เกิดขึ้นจากการหลอมรวมสื่อและนำกลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

2.5 ทฤษฎีอันตรกิริยา และการยืดหยุ่นปรับตัว (Interaction-adaption theory)

ทฤษฎีอันตรกิริยาที่แฝงการยืดหยุ่นสะท้อนให้เห็นถึงแต่ละฝ่ายที่มีต่อกัน มีการสร้างสรรค์เพื่อกันและกัน แม้ว่าในระยะเริ่มต้นของการสื่อสารคู่สื่อสารอาจมีความคิดเพียงหยาบๆ แต่คู่สื่อสารจะสามารถสลับสถานะระหว่างกันในการหลอมรวมสารให้เข้ากันได้เพื่อหวังผลการสื่อสาร หรือคาดหวังในผลที่อยากจะให้เกิดขึ้นหรือปรารถนาที่จะให้สิ่งที่ต้องการประสบความสำเร็จ พฤติกรรมในการสื่อสารเริ่มต้นจากอันตรกิริยาที่รวมเอาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่สะท้อนสภาพแวดล้อมที่เป็นจริง ทั้งนี้ด้วยการใช้ทักษะในการสื่อสาร เพื่อให้บรรลุผลซึ่งต่างฝ่ายต่างก็พยายามใช้อิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งในบางครั้งไม่สามารถคาดการณ์มาก่อนได้

อย่างไรก็ตามภาวะปกติคู่สื่อสารก็พยายามจะปรับตัวและสนองผลประโยชน์ต่างตอบแทนกันอยู่แล้วถ้าการสนทนาแลกเปลี่ยนสารไม่สำเร็จคู่สื่อสารก็พยายามยืดหยุ่นไปสู่ระดับที่สูงขึ้นโดยความพยายามทดแทนหรือชดเชยหรือดำรงรักษาแบบแผนของตนเองไว้ให้ได้มากที่สุด ในการตอบสนองหากอยู่ในจังหวะทันทีที่กระทำเพื่อให้ได้ผลหรือเป้าหมายบวก อย่างไรก็ตามพฤติกรรมยืดหยุ่นที่ต่างฝ่ายต่างตอบแทนไม่จำเป็นต้องได้รับผลหรือเป้าหมายเป็นบวก ตามที่คิดไว้ก่อนเสมอ เพราะแม้จะมีการยืดหยุ่นปรับตัวก็อาจไม่สำเร็จหรือไม่บรรลุในสิ่งที่คาดหวังไว้ เช่น ความพยายามโน้มน้าวคนไข้เพื่อใช้แนวทางชีวิตในการรักษาเมื่อสิ้นหนทางแล้ว

Burgoon, Dillman, and Stem (1993) ได้กล่าวถึงแบบแผนต่างตอบแทนและการชดเชยว่าเป็นกระบวนการที่มีอิทธิพล แต่กระนั้นนิยามของมันก็ไม่เพียงพอในการสร้างความแตกต่างไปจากแบบแผนอื่นๆ เช่น การจับคู่ (Matching) การหลอมรวม (Convergence,) การกระจายตัว (Divergence) และความสัมพันธ์ของสิ่งที่ขัดแย้งกัน (Complementarity) อันเป็นอุปสรรคกระบวนการวิจัยและทฤษฎี แต่บทความวิจัยนี้พยายามจะแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการนิยามแบบแผนต่างตอบแทนและการชดเชยโดย หลักการต่อไปนี้

1. การมีทิศทาง (Directedness)
2. สถานการณ์ที่เป็นไปได้ (Contingency)
3. การมีอิทธิพลต่อกันและการมีทิศทางเดียว (Both Unidirectional and Mutual Influence)
4. การเปลี่ยนแปลงมากกว่าการดำรงรักษา
5. การมีทิศทางที่แน่นอนมากกว่าขนาดของการเปลี่ยนแปลง

6. กระบวนการที่มีความมุ่งมั่นและเป็นอัตโนมัติ

7. พฤติกรรมที่ทำหน้าที่ได้อย่างลงตัว

จากการนิยามดังกล่าวสามารถนำไปหาความสัมพันธ์ของสาเหตุและผลกระทบระหว่างพฤติกรรมของหุ้นส่วนการตอบสนองอย่างเชิงซ้ำที่มีต่อกันทั้งนี้ภายใต้การวิเคราะห์ที่อาศัยห้วงเวลาจากคนสองฝ่ายที่มีวัตถุประสงค์มากกว่าหนึ่งและเป็นมุมมองที่เหมาะสมกับพฤติกรรมหลักๆ (Molar Perspective) เช่น พรรคร่วมรัฐบาลเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่มีปัญหาจะมีแบบแผนต่างตอบแทนและการชดเชยเป็นที่เชิงซ้ำต่อกัน

การสนทนาแลกเปลี่ยนอาจอยู่ในรูปแบบของอันตรกิริยาและการยืดหยุ่นปรับตัวเพื่อนำไปสู่ความปรองดองระหว่างกันรวมไปถึงการคาดการณ์ในผลที่เกิดขึ้นจากการมีอันตรกิริยาและความยืดหยุ่นระหว่างกัน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2556 : 334)

สรุปได้ว่า อันตรกิริยาและการยืดหยุ่นปรับตัวสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของคู่สื่อสารที่มีต่อกัน พฤติกรรมในการสื่อสารเริ่มต้นจากอันตรกิริยาที่รวมเอาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่สะท้อนสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงด้วยการใช้ทักษะในการสื่อสาร อย่างไรก็ตามภาวะปกติคู่สื่อสารก็พยายามจะปรับตัวและสนองผลประโยชน์ต่างตอบแทนกันอยู่แล้วถ้าการสนทนาแลกเปลี่ยนไม่สำเร็จคู่สื่อสารก็พยายามยืดหยุ่นไปสู่ระดับที่สูงขึ้นโดยความพยายามทดแทนหรือชดเชยหรือดำรงรักษาแบบแผนของตนเองไว้ให้ได้มากที่สุด

2.6 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน (Mass Media)

ทฤษฎีสื่อมวลชน หมายถึง การอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนไม่ว่าจะเป็นความหมาย กระบวนการ วิธีการ องค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดเชิงวิทยาศาสตร์ เชิงจิตวิทยา สังคมวิทยา แนวโน้มในอนาคต หรือปรากฏการณ์ แต่การอธิบายนั้นจะต้องอ้างอิงข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือข้อสรุปอย่างมีเหตุผลที่ได้จากเอกสารหรือหลักฐาน หรือปากคำของมนุษย์ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเป็นหลักการหรือวิชาการที่มีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์และมีเหตุผลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ เพราะเป็นแนวคิดที่จะต้องนำไปใช้เป็นแนวทางของการคิดและการกระทำ (สมควร กวียะ. 2547 : 36)

การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการการส่งข่าวสาร ความรู้สึนึกคิดไปยังคนจำนวนมาก ตรงกับคำในภาษาอังกฤษในภาษาอังกฤษว่า Mass Communication Mass หมายถึง มวลชน หรือประชาชนผู้รับสารทั่วไป ซึ่งมีจำนวนมาก ส่วนคำว่า Communication หมายถึง การสื่อสารหรือการสื่อความหมาย ดังนั้นความหมายโดยทั่วไปของการสื่อสารมวลชน จึงหมายถึง การสื่อสารหรือการสื่อความหมายระหว่างกลุ่มบุคคล หรือองค์กรหนึ่ง กับประชาชนทั่วไป เป็นกระบวนการการสื่อสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง มีปริมาณของข่าวสารมาก จำเป็นต้องใช้

เครื่องมือ บุคลากร หรือสื่อ (Media) ที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอที่จะนำข่าวสารไปถึงผู้รับจำนวนมาก สื่อที่ใช้เป็นตัวกลางในการส่งข่าวสารของการสื่อสารมวลชนจึงเรียกว่า สื่อมวลชน (Mass Media) (อนันต์ธนา อังกิ้นันท์ และเกื้อกุล คุปรัตน์. 2532 : 7)

Littlejohn and Foss (2008 : 3) การสื่อสารที่ทรงพลังที่สุดของมนุษย์กลับเป็นการสื่อสารมวลชนซึ่งการสื่อสารมวลชนจะเป็นต้องอาศัยแหล่งสารที่จัดระเบียบในรูปขององค์การที่ใช้วิทยาการ technology เป็นเครื่องมือดังเช่น การออกอากาศหรือการออกเว็บไซต์เพื่อที่จะสื่อสารกับผู้รับสารกลุ่มใหญ่

2.6.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน McQuail (2002 : 79) ได้ให้หลักการบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ 5 ข้อในหนังสือ “Theory of Media and Theory of Society” ดังนี้

1.1 การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นการทำหน้าที่ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่สังคมอย่างต่อเนื่อง ตรงไปตรงมา เป็นกลางไม่เป็นสื่อในความควบคุมของฝ่ายใด ปราศจากอคติของสื่อมวลชน เห็นได้จากการรายงานสถานการณ์ข่าวต่างๆดังนี้

1.1.1 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของสังคม ตั้งแต่ระดับเมือง ระดับประเทศ ไปจนถึงระดับโลก

1.1.2 ชี้แจงและแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจต่างๆหมายถึงมีการอธิบายทั้งในแบบภาพรวมและแบบเจาะลึก เพื่อให้ประชาชนเข้าใจข่าวสารนั้นได้อย่างชัดเจน

1.1.3 ส่งเสริมความคิด แนะนำนวัตกรรมใหม่ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาและความเจริญก้าวหน้าในสังคมได้อย่างสะดวก

1.2 การทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (Correlation) เป็นการทำหน้าที่ในการประสานงานสัมพันธ์ให้กับสถาบันหรือหน่วยงานต่างๆในสังคม รวมไปถึงการทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ให้กับกลุ่มต่างๆในสังคม เพื่อให้สังคมเกิดความสามัคคีเป็นปึกแผ่น ดังนี้

1.2.1 อธิบาย ตีความ และวิพากษ์วิจารณ์ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์ที่น่าเสนอ

1.2.2 ให้การสนับสนุนผู้ที่อยู่ในอำนาจที่ถูกต้องและบรรทัดฐานอันเป็นที่ยอมรับของสังคม

1.2.3 ทำให้เกิดการเผยแพร่ความคิดให้แพร่หลายในสังคม

1.2.4 ประสานเชื่อมโยงกิจกรรมของกลุ่มคนต่างๆในสังคม

1.2.5 สร้างความสอดคล้องและก่อให้เกิดฉันทามติในสังคม

1.2.6 จัดลำดับความสำคัญของสถานการณ์ในสังคม

1.3 การทำหน้าที่ในการสืบสานวัฒนธรรม (Continuity) เป็นการทำหน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น ดังนี้

1.3.1 การแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมกระแสหลักและวัฒนธรรมย่อยของสังคม รวมไปถึงการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆ

1.3.2 การเสริมสร้างค่านิยมพื้นฐานและดำรงรักษาไว้ซึ่งค่านิยมโดยส่วนรวมของสังคมหรือสาธารณะ

1.4 การทำหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) ดังนี้

1.4.1 การทำหน้าที่ในการให้ความขบขัน ความบันเทิงเพลิดเพลินใจแก่ผู้รับสาร รวมไปถึงแสดงให้เห็นวิธีการพักผ่อนหย่อนใจด้วย

1.4.2 การลดความตึงเครียดของสังคมโดยการลดความเครียดของผู้รับสารจากการทำงาน หรือความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

1.5 การระดมสรรพกำลัง (Mobilization) เป็นการทำหน้าที่ระดมกำลังของผู้รับสารที่กระทำโดยสื่อมวลชน ทั้งการรณรงค์สังคมด้านการเมือง สงคราม เศรษฐกิจ การทำงานและศาสนา ซึ่งเป็นการรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหวในสังคม หรือเมื่อสังคมเกิดภาวะวิกฤตและต้องการความร่วมมือร่วมใจกัน ก็จะเห็นบทบาทหน้าที่ประการนี้ของสื่อมวลชนอย่างชัดเจน

นอกจากนั้น Harold D. Lasswell ซึ่งเป็นนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้กล่าวถึงแนวคิดและหลักการบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้เช่นกัน โดยในยุคแรกๆ ในปี ค.ศ. 1948 Lasswell ได้อธิบายแบบจำลองทางการสื่อสารไว้ว่ากระบวนการติดต่อสื่อสารประกอบด้วยผู้ส่ง (Who) พูดอะไร (Says What) โดยใช้ช่องทางไหน (In Which Channel) ไปถึงใคร (To Whom) และเกิดผลอะไรบ้าง (With What Affect) และกล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนในหนังสือ “The Structure and Function Communication” ว่ามีอยู่ 3 ประการ (Lasswell. 1948) ดังนี้

1) หน้าที่ในการสังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the Entertainment)

2) หน้าที่ในการประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ของสังคมให้รวมตัวกันอยู่ได้ (Correlation of the Different parts of Society in Responding to Entertainment)

3) หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of Social Heritage from one generation to the next) ปัจจุบันชีวิตของคนย่อมเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนจนเป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลเหนือจิตใจของประชาชน ซึ่งถูกกำหนดและชักจูงให้เกิดความรู้สึกหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไป ทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัว สื่อมวลชนเองก็ต้องตระหนักในหน้าที่ที่จะต้องกระทำและมองดูบทบาทของตนที่จะมีส่วนในการจรรโลงสังคมให้ดีขึ้น ปรับบทบาทให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและสะท้อนภาพปัญหาและทางแก้ไขปัญหาให้สังคมด้วย

เมื่อพิจารณาแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนของ Danis Mcquail และ Harold D. Lasswell พบว่าได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ต่างกัน โดย Danis Mcquail กล่าวว่า เป็นหน้าที่การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) ส่วน Harold D. Lasswell กล่าวว่า เป็นหน้าที่ในการสังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance) ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าการทำหน้าที่สื่อมวลชนในลำดับแรกนั้นควรเป็นการเฝ้าสังเกต ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวในสังคม เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้พบเจอการเฝ้าติดตามนั้นมาประมวลผลเป็นข้อมูลข่าวสารสารสนเทศก่อนที่จะรายงานเผยแพร่สู่สาธารณะ ดังนั้นบทบาทแรกของสื่อมวลชนจึงควรจะเป็นการเฝ้าสังเกตการณ์สภาพแวดล้อมทางสังคมแล้วจึงทำการรายงานตามแนวความคิด Harold D. Lasswell ส่วนบทบาทหน้าที่ในการประสานสัมพันธ์ (Correlation) และหน้าที่ในการสืบต่อวัฒนธรรมของสังคม (Continuity) ได้กล่าวไว้อย่างคล้ายคลึงกันแต่ Danis Mcquail ยังกล่าวว่ามีหน้าที่อีกสองประการคือหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) และระดมสรรพกำลัง (Mobilization) ซึ่ง Harold D. Lasswell ไม่ได้กล่าวไว้ เพราะฉะนั้นแล้วเพื่อให้งานวิจัยได้กล่าวถึงรูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนให้ได้เห็นว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างถูกต้องครบถ้วน ผู้วิจัยจึงหลอมรวมแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนของ Danis Mcquail และ Harold D. Lasswell ตั้งเป็นกรอบแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ 5 ข้อ ได้แก่

- 1) หน้าที่ในการสังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance)
- 2) การทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ (Correlation)
- 3) การทำหน้าที่ในการสืบสานวัฒนธรรม (Continuity)
- 4) การทำหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment)
- 5) การระดมสรรพกำลัง (Mobilization)

สรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ตามแนวคิดของ McQuail มี 5 ประการ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ การทำหน้าที่ในการสืบสานวัฒนธรรม การทำหน้าที่ให้ความบันเทิง และการระดมสรรพกำลัง ส่วน Lasswell กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนว่ามีอยู่ 3 ประการ ได้แก่ หน้าที่ในการสังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคม หน้าที่ในการประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆของสังคมให้รวมตัวกันอยู่ได้และหน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม

2.6.2 การสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร

การสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน ผู้รับสาร (Receiver) กลุ่มสังคม (Social Group) หรือเรียกกันว่า สาธารณชน (Public) ซึ่งหมายถึงผู้ที่สามารถเข้าถึงและรับสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์สื่อภาพยนตร์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ลักษณะของผู้รับสารซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารมวลชน (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2541 : 297-298) มีดังนี้

2.1 ผู้รับสารจำนวนมากในการสื่อสารมวลชนนั้นผู้รับสารจะต้องมีจำนวนมาก ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนั้น เรียกว่า มวลชน (Mass Audience) การตัดสินใจว่าจำนวนผู้รับสารเท่าใดจำนวนมากนั้นจะต้องอาศัยหลักที่ว่ามวลชนผู้รับสารจะได้รับสารจากผู้ส่งสารภายในระยะเวลาอันรวดเร็วและจำนวนของผู้รับสารมีมากจนกระทั่งผู้ส่งสารไม่สามารถที่จะติดต่อกับผู้รับสารในลักษณะที่เห็นหน้าค่าตากันได้

2.2 ผู้รับสารมีความแตกต่างกันเกณฑ์อันที่สองเกี่ยวกับลักษณะของผู้รับสารก็คือ ในการสื่อสารมวลชนนั้นมวลชนหรือผู้รับสารทั้งหลายมีความแตกต่างกัน ชาวที่ส่งไปยังมวลชน (Mass Communicated News) นั้นเป็นชาวที่มุ่งเสนอแก่คนจำนวนมากในสังคมซึ่งมีลักษณะต่างๆ กัน อันได้แก่ คนที่มีอายุต่างๆ กัน ทั้งเพศหญิงเพศชาย มีระดับการ ศึกษาต่างๆ กัน อันอยู่ในที่ต่างๆ กัน เป็นต้น

2.3 ความไม่เป็นที่รู้จัก (Anonymity) หมายความว่า โดยทั่วไปแล้วคนแต่ละคนในมวลชนผู้รับสาร (Mass Audience) จะไม่เป็นที่รู้จักของผู้รับสาร กล่าวคือสารที่ผู้ส่งสารออกไปนั้นมุ่งส่งไปยัง ใครก็ตามที่เกี่ยวข้อง (To Whom it May Concern) ผู้ส่งสารไม่ได้รู้จักผู้รับสารเป็นคนๆ ไป ไม่ได้มุ่งที่จะส่งสารไปยังใครคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะแต่เป็นการส่งสารไปยังมวลชนเป็นส่วนรวม

สรุปได้ว่า ผู้รับสารซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารมวลชนมีลักษณะดังนี้คือ ผู้รับสารจำนวนมากในการสื่อสารมวลชนนั้นผู้รับสารจะต้องมีจำนวนมาก ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนั้น เรียกว่า มวลชน ในการสื่อสารมวลชนนั้นมวลชนหรือผู้รับสารทั้งหลายมีความแตกต่างกัน และโดยทั่วไปแล้วคนแต่ละคนในมวลชนผู้รับสารจะไม่เป็นที่รู้จักของผู้รับสาร

2.6.3 การสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับผู้ส่งสาร

การสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน อาจหมายถึงตัวบุคคล (เช่น ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ) หรือหมายถึงองค์การที่ผลิตสาร (เช่น สำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ ผู้สร้างภาพยนตร์) ก็ได้ทฤษฎีแนวคิด หรือแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยเรื่องต่างๆ เช่น หน้าที่ผู้เฝ้าประตูสื่อมวลชน เป็นต้น (พีระ จิระโสภณ. 2544 : 624)

มีนักวิชาการได้ติดตามแนวคิดเรื่อง ผู้เฝ้าประตูในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าว โทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่งซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (White, 1950 : 283)

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว (สำนักข่าวโทรพิมพ์) จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้นส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศส่วนอีก

หลายชิ้นจะถูกโยนทิ้งตะกร้าข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟังหรือผู้ชม

White (1950 : 283) อธิบายถึงแบบจำลอง ง่ายๆ ถึงบทบาทผู้เฝ้าประตูของสื่อมวลชนซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้ เช่น โทรมิมพ์ที่ส่งมานั้นก่อนที่จะส่งมาต้องมีการกลั่นกรองมาก่อนบรรณาธิการสำนักข่าวนั้นๆ หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่ผู้เฝ้าประตู คือ เลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหนหรือไม่ทำข่าวไหนก็ได้และเมื่อข่าวโทรมิมพ์นั้นถูกส่งมายังสำนักพิมพ์สถานีวิทยุกระจาย-เสียงหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์นอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้วก็อาจจะถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกทีก็ได้เช่นกันนอกจากนั้นข่าวที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัวญาติเพื่อน ฯลฯ การถ่ายทอดโดยผู้เปิดรับสารสื่อมวลชนนี้ก็จะเป็นไปในลักษณะผู้เฝ้าประตู คือเลือกจะถ่ายทอดเพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งก็ย่อมได้เช่นกันจึงเห็นได้ว่าข่าวสารสื่อมวลชนมักจะไหลผ่านผู้เฝ้าประตูต่างๆมากมายหลายชั้น

มีนักวิชาการได้ศึกษาผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนไว้ดังนี้ คือ ในการสื่อสารมวลชนอันมีความสลับซับซ้อนมากกว่าการสื่อสารมวลชนทุกประเภทนั้น ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนเป็นผู้ส่งสารซึ่งเป็นกลุ่มของผู้มีความชำนาญเฉพาะด้านในการใช้เครื่องมือทางเทคนิค ได้แก่ หนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวในรูปของสัญลักษณ์ไปยังผู้รับสารจำนวนมากมิใช่คนกลุ่มเดียวและอยู่กระจัดกระจายห่างไกลกันมาก ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนนั้นจะเป็นกลุ่มคนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์การสื่อสารมวลชน ดังนั้น การทำหน้าที่ของผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนผู้ส่งสารจึงมิได้ทำในลักษณะที่เป็นการสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ หากแต่จะกระทำในฐานะที่เป็นสมาชิกในองค์การสื่อสารมวลชนนั้นๆ นอกจากนั้นถ้าหากความคิดเรื่องต้นแหล่งสารและผู้เข้ารหัสมาพิจารณาผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชน จึงไม่ใช่ต้นแหล่งสารโดยตรง หากแต่ทำหน้าที่เป็นผู้เข้ารหัสที่จะไปยังผู้รับสารมากกว่าลักษณะสำคัญของการส่งสารในการสื่อสารมวลชนที่แตกต่างไปจากผู้ส่งสารในการสื่อสารประเภทอื่นๆ เป็นอย่างมากใน 3 เรื่องด้วยกัน (ระวีวรรณ ประกอบผล. 2541 : 264-265) คือ

- 1) จำนวนของผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนั้นจะมีผลผลิตสารที่มีเนื้อหาทางด้านต่างๆ เป็นจำนวนมากไปยังผู้รับสารซึ่งมีความต้องการและรสนิยมแตกต่างกันในการผลิตสารจำนวนมากอยู่ตลอดเวลาทำให้จำนวนผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนมีจำนวนมากเช่นเดียวกัน
- 2) ผู้ส่งสารในการทำหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) หมายถึงในการทำหน้าที่เกี่ยวกับการส่งสารขององค์การสื่อสารมวลชน อันประกอบด้วยข่าวสารข้อมูลเป็นจำนวนมากมายในแต่ละวันซึ่งอาจเป็นข่าวได้ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะทำหน้าที่เลือกเนื้อหาเรื่องราวอย่างใดอย่างหนึ่งหรือละเว้นเนื้อหาอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำเสนอให้กับผู้รับสารต่อไป

3) การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ลักษณะสำคัญของผู้สื่อสารในการสื่อสารมวลชนคือการสื่อสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายและห่างไกลกัน โอกาสในการที่ผู้รับสารจะแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับหรือการสื่อสารแบบสองทางจึงไม่เกิดขึ้น นอกจากนั้นการสื่อสารมวลชนก็เป็นการสื่อสารที่กระทำขึ้นในลักษณะที่เป็นไปเพื่อสาธารณะชนและเปิดเผย

มีนักวิชาการ ได้คิดแนวคิดเรื่อง ผู้เฝ้าประตู ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าว โทรศัพท์ทองของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้ มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (White. 1950 : 283)

สรุปได้ว่า ผู้สื่อสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน อาจหมายถึงตัวบุคคล หรือหมายถึงองค์การที่ผลิตสาร ซึ่งผู้สื่อสารเป็นกลุ่มของผู้มีความชำนาญเฉพาะด้านในการใช้เครื่องมือทางเทคนิค ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวไปยังผู้รับสารจำนวนมาก

2.6.4 โครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน (Structural Functionalist Approaches)

โครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นแนวทางการศึกษาแบบหนึ่งที่ใช้ศึกษาสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้จัดอยู่ในประเภททฤษฎีทางสังคมวิทยา ซึ่งเป็นการพยายามอธิบายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำซาก และกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้รวมกันจัดขึ้นในรูปของความสถาบันด้วยเหตุผลในแง่ “ความจำเป็น” ของสังคม (Merton. 1957) สังคมนั้นถูกพิจารณาว่าเป็นระบบหนึ่งที่ส่วนต่างๆ หรือระบบย่อย มีความเกี่ยวพันติดต่อกัน ซึ่งสื่อมวลชนก็เป็นส่วนของระบบด้วย ระบบย่อยๆ เหล่านี้แต่ละระบบจะช่วยกันผดุงรักษาระบบใหญ่เอาไว้ ในทฤษฎีสื่อสารมวลชนถูกเน้นว่าเป็นตัวเชื่อมเพื่อทำให้เกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วนในสังคมเพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม สื่อมวลชนพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคม ทั้งที่เป็นรายบุคคลและที่เป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอ ผลก็คือสื่อมวลชนได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยไม่ได้ตั้งใจ ในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียว ดังนั้นทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่จึงไม่ต้องยึดกับฐานคติที่เกี่ยวกับว่าสื่อมวลชน เป็นผู้ชี้นำทางอุดมการณ์ที่ถูกกำหนดมาจากสถาบันอื่นในสังคมแต่สื่อมวลชนได้เป็นทั้งผู้ชี้นำและแก้ไขด้วยตัวของสื่อมวลชนเอง ภายใต้กฎเกณฑ์บางประการที่กำหนดมาจากสถาบันที่ควบคุมสื่อมวลชนอยู่ ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่จึงแตกต่างจากทฤษฎีแนวคิดเชิงมาร์กซิสต์ทั้งหลายอยู่หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแตกต่างในเรื่องของความไม่อคติ การไม่เอาตัวผู้ศึกษาเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองศึกษา และการนำไปใช้ได้โดยทั่วไป ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องทางการเมืองจึงเข้ากันได้กับโครงสร้างความคิดพื้นฐานทางสังคมของกลุ่มพุนิยมกับ

กลุ่มสมัครใจนิยม และทฤษฎีนี้ยังมีแนวคิดที่เป็นอคติในแบบอนุรักษนิยมที่ต้องการให้สื่อมวลชนมีภารกิจในการผดุงรักษาสังคมมากกว่าที่จะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

สรุปได้ว่า ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เป็นการอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน ไม่ว่าจะเป็นความหมาย กระบวนการ วิธีการ องค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดเชิงวิทยาศาสตร์ เชิงจิตวิทยา สังคมวิทยา แนวโน้มในอนาคต หรือปรากฏการณ์ โดย การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการการส่งข่าวสาร ความรู้สึกลึกซึ้งไปยังคนจำนวนมาก

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

2.7.1 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดสำหรับคนยุคใหม่ โดยรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือสังคมผ่านทางเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น กลุ่มคนรัก กีฬา คนรักรถ คนรักสุนัข การรณรงค์ในเรื่องต่างๆ หรือแม้กระทั่งการรวมกลุ่มของผู้ชื่นชอบแบรนด์ สินค้า โดยในยุคปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธได้แล้วว่า เครื่องมือชนิดนี้มีประโยชน์อย่างมากที่ช่วยให้ คนเรานั้นติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น การได้รับข่าวสารได้ทันถ่วงที

ถ้าพูดถึงจุดเด่นของ Social Media ที่ทำให้ได้รับความนิยมอย่างมากคือ การที่ทุกคน สามารถเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร ทุกคนสามารถบอกถึงความคิด ความต้องการ จุดประสงค์ของ ตัวเองได้อย่างอิสระ ไม่ถูกจำกัดไว้เหมือนในอดีตที่สามารถรับฟังได้เพียงอย่างเดียว ทำให้หลายๆ หน่วยงานมักนำ Social media มาปรับใช้ เพื่อสร้างช่องทางสื่อสารให้กับตัวธุรกิจและยังสามารถ สร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ลูกค้า

2.7.2 ความหมายของ Social Media

คำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่ มาก ในปัจจุบันคำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วีดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น ดังนั้น คำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้ หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พุดง่ายๆ ก็คือ เว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมี ปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้นั่นเอง พื้นฐานการเกิด Social Media ก็มาจากความต้องการของมนุษย์หรือ คนเราที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดง เนื้อหาอย่างเดียว บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า Web Application ซึ่งก็คือเว็บไซด์มีแอปพลิเคชันหรือ โปรแกรมต่างๆ ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้น ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บ เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ให้นึกถึงสื่อต่างๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งคนที่อยู่ในสังคมออนไลน์

(สังคมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต) ซึ่งสื่อเหล่านี้ แต่ละคนสามารถเข้าไปดูได้ เข้าไปสร้างได้ และสามารถแลกเปลี่ยนสื่อกันได้ เป็นสื่อของสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกัน ตัวอย่างเช่น สังคมออนไลน์ของผู้ใช้งาน Facebook สมาชิกแต่ละคนจะสามารถหาเอาสื่อต่างๆ เช่น เรื่องราวของตัวเอง หรือเรื่องราวต่างๆ ภาพวิดีโอ เผยแพร่ไปยังสมาชิกทุกคนในเครือข่ายได้ ขณะที่สมาชิกคนอื่นก็สามารถ เสนอสื่อของตนเองขึ้นมาแลกเปลี่ยนได้ ดังนั้นสื่อต่างๆ ที่นำมาแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในสังคมออนไลน์นั้น จะเรียกว่า Social Media

สังคมออนไลน์ หมายถึง การที่มนุษย์เชื่อมโยงถึงกัน ทำความรู้จักกัน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในรูปการให้บริการผ่านเว็บไซต์เชื่อมโยงบุคคลต่อบุคคลไว้ด้วยกันโดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้บุคคลเข้ามาทำความรู้จักกันมีพื้นที่บริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายสร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้และเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้คุ้นเคยจนกลายเป็นชุมชนที่ผู้ใช้สามารถแชร์ตัวตนและทุกๆ สิ่งที่น่าสนใจเชื่อมโยงกับคนในเน็ตเวิร์กด้วยวิธีการต่างๆ เมื่อเกิดความสนใจสามารถเชื่อมต่อกลับนอกจากสามารถติดต่อกับเพื่อนได้ยังสามารถติดต่อกับเพจของเพื่อนได้

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553 อ้างใน จิราภรณ์ ศรีนาค, 2556) ความหมายและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม ทั้งนี้ Social Media อาจอยู่ในรูปของเนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับ (กานดา รุณณะพงศา. 2557) ที่ว่าโซเซียล “Social” หมายถึง การแบ่งปันในสังคม ซึ่งอาจจะเป็นการแบ่งปันเนื้อหา ไฟล์ รสนิยม ความเห็น หรือการปฏิสัมพันธ์ในสังคม (การรวมกันเป็นกลุ่ม) ส่วนมีเดีย “Media” หมายถึงสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสาร ในปัจจุบันการแพร่กระจายของสื่อก็ทำได้ง่ายขึ้น โดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) จากใครก็ได้ นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (Many-to-Many) เมื่อมีสภาพของการเป็นสื่อสังคม สิ่งที่สำคัญก็คือการสนทนาที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นการรวมกลุ่มคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกัน หรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือการบริการต่างๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของการสนทนา แม้กระทั่งตัวผู้ผลิตเนื้อหาเอง เพราะผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็น หรือแม้กระทั่งเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้นได้ด้วยตัวเอง ทั้งยังเป็นสื่อที่ผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาและกระจายไปยังผู้รับสารคนอื่น ๆ ได้อย่างเสรีหากใครผลิตเนื้อหาที่โดนใจ ก็จะเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ยิ่งหากเป็นในทางการตลาด ก็สามารถโน้มน้าวผู้ติดตามในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ได้ (สุภารรรณ นวลนิล. 2557 : ออนไลน์) ดังนี้

1) บล็อก เป็นการลดรูปจากคำว่า Weblog เป็นระบบจัดการเนื้อหาในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความหรือเรียกว่า "โพสต์" แล้วทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยาก ในการที่จะต้องนั่งเรียนถึงภาษา HTML หรือโปรแกรมทำเว็บไซต์ การเรียงเนื้อหาจะเรียงจากเนื้อหา ที่มาใหม่สุดมาก่อน จากนั้นจะลดหลั่นลำดับเวลา (Chronological Order) สำหรับการมีบล็อกขึ้นมา เพื่อเปิดโอกาสให้ใครๆที่มีความสามารถด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้ อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคในอดีตอีกต่อไป ทำให้เกิดบล็อกขึ้นมาจำนวนมาก เครื่องมือที่สำคัญคือให้เพื่อนๆเข้ามาแสดงความคิดเห็นได้

2) Twitter และ Microblog อื่นๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของบล็อกที่จำกัดตัวอักษรของการโพสต์แต่ละครั้งที่ 140 ตัวอักษร โดยแรกเริ่มผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้งานเขียนเรื่องราว ว่าคุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ แต่ Twitter ก็ถูกนำไปใช้ทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อ เพิ่มยอดขาย สร้างแบรนด์ หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ใช้เป็น เครื่องมือประชาสัมพันธ์ได้ด้วย เป็นที่นิยมขึ้นมามีอย่างรวดเร็ว จะทำให้ Twitter เพิ่มฟีเจอร์ที่ทำให้ ผู้ใช้สามารถบอกได้ว่า ตอนนี้กำลังทำอะไรกันอยู่ นั่นก็คือการนำ Microblog เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งด้วย นั้นเอง

3) Social Network จากชื่อสามารถแปลได้ว่า เครือข่ายที่เชื่อมโยงบุคคลหลายๆ คนจนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนในส่วนช่อง (Profile) ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล ส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นอกจากนี้ Social Network ยังมีเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น คือ ในส่วนของ Invite Friend และ Find Friend รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย อาจจะอยู่ในรูปแบบเกม หรือแอปพลิเคชันต่างๆสามารถรวมกลุ่มกันจัดตั้ง Group ขึ้นได้

4) Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้สามารถอัปโหลดรูปหรือวิดีโอเพื่อ แบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อนๆหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันไม่จำเป็นต้องทุ่มเทในการสร้าง หนึ่งโฆษณาที่มีต้นทุนสูง อาจจะแค่กล้องดิจิทัลราคาถูกลง ถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอขึ้น เว็บไซต์ประเภท Media Sharing อย่าง Youtube หรืออาจจะถ่ายรูปแล้วนำขึ้นสู่เว็บไซต์อย่าง Flickr

5) Social Network and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือ เนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นเสมือน มหาชนช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดเป็นที่น่าสนใจที่สุด ในส่วนของ Social Bookmarking นั้นเปิดโอกาสให้สามารถทำ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบโดยไม่ขึ้นอยู่กับการ

คอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์และเนื้อหาที่ทำ Bookmark ไว้ นั้นสามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย

6) Online Forum ถือเป็นรูปแบบของ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุดเป็นสถานที่ที่ ให้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่สนใจ อาจเป็นเรื่องเพลง หนังสือ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ การลงทุน และอื่นๆ อีกมากมายได้ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนแนะนำสินค้า หรือบริการต่างๆ เว็บไซต์ประเภทฟอรัมอาจเปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะ หรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์เนื้อหาต่างๆ

พิชิต วิจิตรบุญรัก (2554) สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

The Social Media Advisory Group (2012 : Online อ้างถึง สุรศักดิ์ ปาเฮ. 2555: ออนไลน์) Social Media หมายถึง เครื่องมือหรือรูปแบบจากเว็บ 2.0 ที่นำมาใช้ในเชิงบูรณาการของเนื้อหาผ่านการถ่ายทอดจากการเขียนและการส่งผ่านข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์หรือเว็บเพจและสื่อประเภทดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการเรียนการสอนของครูได้หลากหลายรูปแบบ เช่น discussion, forum, blogs, wikis และ 3d virtual worlds เป็นต้น

ธนะวัฒน์ วรรณประภา (2560 : 9) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นเครื่องมือที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งในเครื่อง คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) และอุปกรณ์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน การแบ่งปันเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มบุคคลในลักษณะของการเข้าร่วมในเครือข่ายออนไลน์เดียวกัน

เขมณัฐ มิ่งศิริธรรม (2556 : 72) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นสื่อดิจิทัลหรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานบนพื้นฐานของระบบเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการ ทางสังคม เป็นการนำเรื่องราวต่างๆ เหตุการณ์ ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอ รวมทั้งการพูดคุย ต่างๆ แบ่งปันให้คนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้รับรู้

มานะ ตรียาภิวัดน์ และชุตินธรา วัฒนกุล (2557 : 200) กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้

1) สื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สามารถอยู่ในหลากหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งผู้ใช้สามารถสร้าง ส่งผ่าน

2) มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์ สร้างเครือข่าย ระหว่างผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยกัน

3. สามารถสร้างและแบ่งปันข้อมูล ทั้งในรูปของตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ฯลฯ โดยเน้นการมีส่วนร่วม (Collaborative) ในการผลิตเนื้อหาจากผู้บริโภคหรือผู้รับสาร

แสงเดือน ผ่องพุด (2556 : 1-2) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นเครื่องมือที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคล อื่นๆ รวมถึงการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่างๆ การสื่อสารเป็นแบบสองทาง

นาวิก นำเสียง (2554) ได้ให้คำจำกัดความของ สื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นที่ที่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวแทน ในการสนทนา โดยได้มีการจัดแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ออกเป็นหลายประเภท เช่น ประเภทสิ่งพิมพ์ (Publish) ที่มี Wikipedia, Blogger เป็นต้น ประเภทสื่อแลกเปลี่ยน (Share) ที่มี YouTube, Flickr, Slide Share เป็นต้น ประเภทสื่อสนทนา (Discuss) ที่มี MSN, Skype, Google Talk เป็นต้น

Poore (2016 : 3-4) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ คือ เทคโนโลยีดิจิทัล รูปแบบหนึ่ง ที่ใช้สำหรับการสื่อสารและแชร์ข้อมูลสารสนเทศหรือเนื้อหาต่างๆ ผ่านทางเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็น blogs, wikis, podcasts, Facebook, Twitter, YouTube และ Flickr ใช้บริการทางหน้าเว็บไซต์หรือผ่านแอป (apps.) ก็ได้

Joosten (2012 : 5) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ คือ สถานที่เสมือน (Virtual Place) ที่ผู้คนสามารถแชร์ทุกๆ สิ่ง ทุกๆ อย่าง ในทุกๆ สถานที่ ในทุกๆ เวลา โดยใช้เทคโนโลยี Web 2.0 ไม่ว่าจะเป็นโพสต์ข้อความด้วย Hashtag หรือการส่งข้อความสั้น ด้วย Twitter หรือโพสต์วิดีโอผ่าน YouTube เป็นต้น

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ซึ่งมีการแบ่งปันเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นตัวสื่อสารกับคนในกลุ่มสังคมออนไลน์ทั่วโลก (Social Community)

2.7.3 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

มานะ ทรายากิวัฒน์ และชุตินธรา วัฒนกุล (2557 : 201) แบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามบทบาทหน้าที่ได้ดังนี้

3.1 Social Networking เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นแพลตฟอร์มที่อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถแสดงความเคลื่อนไหว ของเนื้อหาข้อมูล และความสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคม (Social

network) ของตนเองกับผู้อนุญาตให้ผู้อื่นเข้าถึงเครือข่ายสังคมตนเอง เช่น Facebook, Google+, Hi 5 และ LinkedIn เป็นต้น

3.2 Blog คำว่า Blog เป็นคำย่อของ Web log หรือ Weblog เริ่มใช้ครั้งแรกในปลายปี 1497 คนคิดชื่อนี้คือ John Barger หมายถึง เว็บไซต์ส่วนตัวที่ผู้สร้าง (Blogger) จัดทำขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทศนคติ หรือนำเสนอบทความใหม่ๆ หรือวิพากษ์วิจารณ์ข่าวสารบ้านเมือง หรือประเด็นทางสังคม หรือประเด็นจิตาละอื่นๆ ซึ่ง Blog สามารถเปิดโอกาสให้ผู้อ่าน ผู้เข้าเยี่ยมชม สามารถแสดงความคิดเห็นต่อ หัวข้อต่างๆ ของ Blogger ปัจจุบันมี Blog Provider เลือกรากมาย เช่น BlogGang.com, Exteen.com, oknation.net, WordPress.com และ Blogger.com เป็นต้น

3.3 Microblog จัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์เน้นการแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว โดยการเขียนข้อความสั้นๆ ที่นิยมคือ Twitter โดยกำหนดเริ่มต้นเมื่อปี 2549 โดย Jack Dorsey และกลุ่มเพื่อนวัย 30 เศษ เกิดแนวความคิดการส่งข้อความสั้นๆ ในหัวข้อคำถาม “คุณกำลังทำอะไรอยู่” กับเพื่อนฝูง แนวคิดนี้พวกเขาได้มาจากไปร่วมงานเทศกาลแสดงดนตรีเซาท์เวสต์ เมื่อเหล่าแฟนเพลงใช้รูปแบบการพูดคุย แสดงความคิดเห็นและนัดหมายระหว่างกันผ่านการสื่อสารรูปแบบนี้

3.4 Content sharing คือสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการเป็นแพลตฟอร์มสำหรับแลกเปลี่ยน เนื้อหาในรูปแบบต่างๆ ทั้งตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอคลิป กราฟิก สไลด์ฟรี เซนเตชั่น เป็นต้น เว็บและแอปพลิเคชันยอดนิยมในกลุ่ม Video Sharing ได้แก่ YouTube SocialCam และ Vimeo เป็นต้น และกลุ่ม Photo Sharing ที่เน้นแลกเปลี่ยนภาพนิ่งเป็นหลัก ได้แก่ Instagram, Flickr และ Multiply

3.5 Discussion Board / Web Forum สื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เป็นแพลตฟอร์มสำหรับให้ผู้ใช้หรือสมาชิกแสดงความคิดเห็น แสดงความรู้สึก หรือให้ข้อมูลกัน พูดคุย แลกเปลี่ยนกันในกลุ่มออนไลน์ โดยผู้ใช้หรือสมาชิก สามารถเขียน โปสกระทู้ ตั้งประเด็นในหัวข้อใด หัวข้อหนึ่ง แล้วอนุญาตผู้ใช้หรือสมาชิกรายอื่นๆ สามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็น ถกเถียง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้สึก หรือข้อมูลในกระทู้นั้นๆ ได้ สังคมไทยนิยมเรียกรูปแบบลักษณะนี้ว่า “เว็บบอร์ด” ถือได้ว่าเป็นรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่เก่าแก่ที่สุด

3.6 Curation สื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เป็นแพลตฟอร์มที่เอื้อต่อการดึง รวบรวม และเรียบเรียง ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ทั้งจาก Twitter, Facebook, Instagram, Youtube และ Blog เป็นต้น รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์มาอยู่ในที่เดียวกัน ทำให้เหมาะกับการเล่าเรื่องรูปแบบใหม่ เว็บและแอปพลิเคชันยอดนิยมในกลุ่มนี้คือ Storify, Pinterest และ Scoop.it เป็นต้น

3.7 Social News / Social Bookmarking สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Social News เป็นแพลตฟอร์มที่ออกแบบมาให้ผู้ใช้สามารถ ดึงรวบรวมข้อมูล บทความ ข่าวสารใดๆ ในโลกออนไลน์มาอยู่ในที่เดียวกัน แล้วเปิดโอกาสให้คนอื่นมีส่วนร่วมในการโหวตให้คะแนน เหมือนกับให้คนในชุมชนออนไลน์ช่วยเลือกสรรกลั่นกรอง เนื้อหาที่น่าสนใจกันเอง เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ยอดนิยมคือ Digg และ Delicious

3.8 Location-based services สื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เป็นแพลตฟอร์มที่เอื้อให้ผู้ใช้สามารถระบุพิกัดที่ตั้งทาง ภูมิศาสตร์ของสถานที่ต่างๆ ที่ตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมผ่านอุปกรณ์พกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งสามารถเชื่อมต่อกับสัญญาณ Global positions System (GPS) เว็บไซต์และ แอปพลิเคชันยอดนิยมคือ Foursquare และ Gowalla เป็นต้น

ไบรอัน โซลิส (Solis, 2016) ได้แบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ออกเป็น 25 กลุ่ม ดังนี้

- 1) เครือข่ายสังคม (Social Networks) ได้แก่ Empireavenue, Facebook, TAGGED และ Google+
- 2) บล็อก/ ไมโครบล็อก Blog/ Microblogs ได้แก่ WordPress, Blogger และ TypePad
- 3) กลุ่มคนที่มีความรู้ (Crowd wisdom) ได้แก่ Buzzfeed, NowPublic และ Reddit
- 4) ถามตอบ (Q & A) ได้แก่ AllExperts, WikiAnswers และ YahooAnswers
- 5) ข้อเสนอแนะต่างๆ (Comments) ได้แก่ Livefyre, Intensedebate และ Dis.cuss.it
- 6) สังคมพาณิชย์ (Social Commerce) ได้แก่ Caboodle, Shopkick และ Shopigniter
- 7) สังคมตลาดออนไลน์ (Social Marketplace) ได้แก่ Groupon, Kickstarter และ Livingsocial
- 8) กลุ่มบริการข้อมูลตามกระแสสังคม (Social Streams) ได้แก่ Twitter, App.net และ Pheed
- 9) กลุ่มบริการเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง (Location) ได้แก่ Sonar, INTRO และ Dopplr
- 10) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับ Niche Working ได้แก่ Goodreads, Catster และ Mobileroadie
- 11) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับ Enterprise ได้แก่ Socialcast, Telligent และ Tibbr

- 12) วิกี (WIKI) ได้แก่ Wikispaces, TWiki และ Wikipedia
- 13) อภิปรายและชุมชน (Discussion & Forums) ได้แก่ Facebook, googlegroups และ BigBoards
- 14) ธุรกิจ (Business) ได้แก่ Linkedin, Identified และ Branchout
- 15) ความคิดเห็นและการให้คะแนน (Reviews & Ratings) ได้แก่ amazon.Com, Yelp, glassdor.com
- 16) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับ Social Curation ได้แก่ feedly, Rebel Mouse และ Pinterest
- 17) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับวิดีโอ (Video) ได้แก่ TED, Socialcam และ YouTube
- 18) การแบ่งปันเนื้อหาความรู้ (Content/ Documents) ได้แก่ Scribd และ SlideShare
- 19) เว็บไซต์ที่ให้บริการรวบรวมงานกิจกรรมต่างๆ (Events) ได้แก่ Eventbrite, Plancast และ Zvents
- 20) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับดนตรี (Music) ได้แก่ Soundcloud, Rhapsody และ Pandora
- 21) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการถ่ายทอดสด (Live casting) ได้แก่ Livestream, Airtime และ VOKLE
- 22) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการแบ่งปันรูปภาพ (Pictures) ได้แก่ Picasa, Flickr และ Instagram
- 23) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการบุ๊กมาร์ก Social Bookmarks ได้แก่ Evernote, Del.icio.us และ Instapaper
- 24) การวัดระดับสิ่งที่เป็นอิทธิพล (Influencer) ได้แก่ Proskore, TweetLevel และ PeerIndex
- 25) เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ (Quantified Sell) ได้แก่ Runkeeper, Myfitnesspal และ Fitbit

2.7.4 คุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์และองค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ คุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (YouTube), ไลน์ (Line) จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพลม. 2544) มีคุณสมบัติหรือลักษณะดังนี้

4.1 เป็นสื่อที่ต่างจากสื่อเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) หรือแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) หรือการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (Many-to-Many)

4.2 สะดวกต่อการพกพา (Compactable) รวดเร็ว (Speed of Communication) ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries) และเป็นดิจิทัล (Digitalization)

4.3 เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอย่างไร้พรมแดน

4.4 เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวสารเล็กๆน้อยๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ (Talk of the Town) ทำได้ง่ายขึ้น โดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing)

2.7.5 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร (2559) กล่าวว่า องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 องค์ประกอบ ดังนี้

5.1 ข้อความเป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่น่าสนใจผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ได้แก่

5.1.1 ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

5.1.2 ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพเป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้

5.1.3 ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค การลิงก์หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความหรือจุดอื่นๆ ได้

5.2 เสียงถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอจะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช่มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าสู่เสียงผ่านทางไมโครโฟน แผ่นซีดีวีซีดี เทป และวิทยุ

5.3 ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษาแต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

5.4 ภาพเคลื่อนไหวภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรคจินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหากเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5.5 วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมากเนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพต่อวินาที (Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาที อาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินขนาดและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ลดลงนั่นเอง

2.7.6 ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ มีประโยชน์ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2559) ดังต่อไปนี้

6.1 สื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้ทีละหลายคน สามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายข่าวสารแบบ

ทางเดียวของสื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมต่อประเด็นสาธารณะต่างๆ ในสังคม

6.2 เป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม เช่น Wikipedia และเว็บบอร์ดต่างๆ

6.3 เป็นช่องทางในการระดมทุน ความคิดเห็น หรือทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาสังคมด้านใดด้านหนึ่ง

6.4 เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพถ่าย บทความ วิดีโอต่างๆ ทั้งที่เป็นสารประโยชน์และความบันเทิง ช่วยสร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว

6.5 เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบเร่งด่วนและไม่เร่งด่วน เช่น แจ้งจุดเกิดอุบัติเหตุ แจ้งเตือนภัยธรรมชาติ ขอรับบริจาคโลหิต ตำแหน่งงานว่าง เป็นต้น

6.6 เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

6.7 สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่สะดวกต่อการพกพาช่วยคลายเครียดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่างๆ ได้

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ ซึ่งมีการแบ่งปันเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เป็นตัวสื่อสารกับคนในกลุ่มสังคมออนไลน์ทั่วโลก ในรูปของเนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารที่อยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือผู้รับสารด้วยตนเอง เป็นการสื่อสารสองทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง สามารถเข้าถึงได้ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่สะดวกต่อการพกพาช่วยคลายเครียดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่างๆ ได้

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชน

Mcquail ได้กล่าวถึง การบริหารงานสื่อมวลชนว่า โดยทั่วไปสื่อมวลชนจะถูกควบคุมโดยปัจจัยต่างๆ ของสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กรดังนั้นสื่อมวลชนจึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวของตัวเอง แต่ต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางความกดดันจากตัวแปรที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และหลักการในการปฏิบัติขององค์กร ซึ่ง McQuail, มองว่าปัจจัยที่มี

ผลต่อการบริหารของสื่อมวลชนนั้น ประกอบด้วย 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน (Mcquail. 2005 ; สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2551)

1. ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกิดจากภายนอกองค์กรสื่อมวลชนและส่งผลต่อการดำเนินงาน ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในช่วงนั้นๆ เป็นแรงกดดัน 4 ด้าน รายละเอียด ดังนี้

1.1 แรงกดดันทางการเมืองและสังคม (Social and Political Pressure) มีผลโดยตรงไม่ว่าจะเป็นเรื่องกฎหมาย พระราชบัญญัติ ข้อบังคับต่างๆ หรือแม้แต่ปัญหาทางการเมืองการปกครอง

1.2 แรงกดดันทางเศรษฐกิจ (Economic Pressure) ได้แก่ คู่แข่งขันและผู้โฆษณา โดยการดำเนินงานจำเป็นต้องรู้คู่แข่งขัน ตรวจสอบการผลิตรายการที่มีรูปแบบเดียวกัน เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาในการปรับตัว ให้การนำเสนอเป็นไปอย่างเหมาะสม ไม่นำเสนอด้านลบเกี่ยวกับผู้โฆษณา เพื่อให้มีผู้ชมและผู้โฆษณาเพิ่มมากขึ้น

คู่แข่งขัน (Competitors) ในการผลิตงานสื่อสารมวลชน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตรวจสอบการผลิตงานของคู่แข่งอื่นๆ ในสื่อประเภทเดียวกัน ว่านำเสนอในแง่มุมใด หรือมีข่าวใด ที่ยังไม่นำเสนอ เพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอคู่แข่งอื่นๆ ให้มีความสำคัญ เพื่อจะได้ไม่นำเสนอซ้ำ หรือนำเสนอในรายละเอียดที่ลึกและชัดเจนกว่า

หน่วยงานด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Agencies) หมายถึง หน่วยงานที่ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารหรือสำนักข่าว ซึ่งจะมีทั้งภายในและภายนอกประเทศ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่องค์กรสื่อสารมวลชนจะติดต่อซื้อมา เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการผลิตงานเสนอต่อประชาชน

ผู้โฆษณา (Advertiser) เป็นผู้สนับสนุนกิจการขององค์กรสื่อสารมวลชนด้านรายได้ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหารายการต่างๆ ขององค์กรสื่อสารมวลชน จะต้องไม่กระทบหรือนำเสนอเหตุการณ์ในแง่ลบต่อผู้โฆษณา กล่าวได้ว่า การโฆษณามีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเสนองานขององค์กรสื่อสารมวลชน

1.3 แหล่งข้อมูล เหตุการณ์และวัฒนธรรม (Events & Constant Information and Culture Supply) หมายถึง การผลิตงาน สื่อสารมวลชนต้องถ่ายทอดความรู้สึก ความคิดเห็น ความประพฤติดของคนในสังคมที่แสดงออกมาในลักษณะของภาษา ศิลปะ ความเชื่อ ระเบียบประเพณีของสังคม ซึ่งการผลิตงานถือเป็นหนึ่งในผลิตผลของส่วนร่วมที่ทำให้คนในสังคมได้เรียนรู้ ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงและโดยอ้อมต่อกระบวนการผลิตรายการขององค์กร และเป็นหน้าที่ขององค์กรสื่อสารมวลชนจะต้องนำเสนอผลงานออกมาให้สอดคล้องกับความเชื่อ ระเบียบ ประเพณีของคนในสังคม

1.4 ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร (Audience Interest/ Demand)

หมายถึง ความคาดหวัง ความสนใจของผู้รับสาร และกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อองค์กรสื่อสารมวลชน ซึ่งความสนใจและความต้องการของผู้รับมีอิทธิพลโดยตรงและโดยอ้อมต่อกระบวนการผลิตรายการขององค์กรนอกจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง การนำเสนอต้องอยู่ในความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร

การบริหารจัดการจะเกิดขึ้นได้ต้องได้รับข้อมูลและความคิดเป็นวัตถุดิบเข้ามาในองค์กร เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับต่อเนื่อง อย่างสม่ำเสมอ และวัฒนธรรมที่หลากหลายเข้ามาในกระบวนการบริหารจัดการขององค์กรสื่อสารมวลชน เพื่อแปรสภาพไปเป็นผลงานหรือผลผลิตในรูปของข่าวและเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชน เพื่อส่งออกไปยังช่องทางจัดจำหน่ายไปสู่ความต้องการของผู้รับสารในฐานะผู้บริโภค การบริหารจัดการดังกล่าว ไม่ได้ดำเนินไปอย่างอิสระหากแต่ได้รับอิทธิพลจากแรงกดดันภายนอก โดยเฉพาะแรงกดดันทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง จะเห็นว่าองค์กรของสื่อมวลชนเข้าไปมีส่วนสัมพันธ์โดยตรงกับบุคคล 5 แหล่งต่อไปนี้ คือ สังคม เจ้าของ/ลูกค้า/ผู้จัดส่งวัตถุดิบ แหล่งข่าว พนักงานภายในองค์กร และประชาชนผู้รับสาร จึงจะทำหน้าที่สื่อมวลชนในระดับพื้นฐาน ได้

2. ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวองค์กรสื่อสารมวลชน ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การจัดการ (Management) เทคโนโลยี (Technology) และความสามารถทางวิชาชีพสื่อ (Media Professional) และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2551) อธิบายเพิ่มเติมถึงการบริหารงานสื่อสารมวลชนว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วนได้แก่ โครงสร้างและหน้าที่ขององค์กร ยุทธศาสตร์ในการแข่งขัน และการบริหารสำนักงาน

2.1 โครงสร้างและหน้าที่ขององค์กร รากฐานขององค์กร คือ การจัดโครงสร้างและหน้าที่ เพื่อรองรับการบริหารจัดการและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในองค์กร องค์กรทางด้านสื่อสารมวลชนไม่ได้แตกต่างไปจากองค์กรของทางราชการและองค์กรทางธุรกิจทั่วไป ยกเว้นการแบ่งส่วนหรือแผนก (Departmentation) ของสื่อมวลชนจะมีลักษณะเฉพาะ เนื่องจากธรรมชาติในการดำเนินงานไม่เหมือนกัน เพราะโครงสร้างขององค์กรสื่อสารมวลชนจะประกอบด้วย ฝ่ายวิชาชีพวารสารศาสตร์ ช่างและวิศวกรรม และงานบริหารทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน โดยรายละเอียดของสื่อมวลชนที่ประเภทแตกต่างกันจะมีโครงสร้างและการทำหน้าที่เฉพาะด้วย หลักการบริหารจัดการเป็นหลักการที่สำคัญที่สุด ซึ่งองค์กรใช้กำกับโครงสร้างในการทำหน้าที่ขององค์กร ทั้งนี้เพราะหลักการบริหารจัดการเป็นการโน้มน้าวใจ เพื่อให้คนในองค์กรทำงานตามนโยบายที่วางไว้

1) หลักการบริหารจัดการ เป็นหลักการที่สำคัญที่สุด ซึ่งองค์กรใช้กำกับโครงสร้างในการทำหน้าที่ขององค์กร ทั้งนี้เพราะ หลักการบริหารจัดการเป็นการโน้มน้าวใจเพื่อให้คนในองค์กรทำงานตามนโยบายที่วางไว้ หลักการบริหารจัดการเพื่อความพอใจร่วมกันแตกต่างจาก

หลักการเบื้องต้นที่มุ่งการแสวงหาอำนาจและการใช้อำนาจ โดยปกติองค์กรย่อมเลือกใช้แนวทางบริหารจัดการกับโครงสร้างขององค์กรก่อนหลักการอื่น เนื่องจากเป็นหลักการที่ได้รับการยอมรับเหนียวแน่นกว่าหลักการอื่นๆ

2) หลักการสื่อสาร องค์กรสื่อสารมวลชน ต้องตระหนักต่อการใช้หลักการสื่อสารในองค์กร เพราะเป็นภารกิจที่มีทักษะอยู่แล้ว แต่ต้องไม่มากเกินไปกว่าการยอมรับหลักการบริหารจัดการ การที่นักข่าวต้องทำงานในพื้นที่หรือภายนอกองค์กรจึงมีส่วนทำให้การใช้หลักการสื่อสารมากแต่ไม่มากที่สุด เนื่องจากการที่นักข่าวอยู่ภายนอกองค์กรทำให้การติดต่อสื่อสารกับภายในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็น แต่การอยู่ภายนอกองค์กรทำให้ปลอดภัยต่อหลักการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเมื่ออยู่ในองค์กร การสื่อสารของมนุษย์เป็นทั้งศาสตร์ และศิลป์ เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ข่าวสารข้อมูล ความรู้ ภูมิปัญญา ค่านิยมความเชื่อ

2.2 ยุทธศาสตร์ในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ในการแข่งขัน หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อเข้าถึงผู้รับสารและเอาชนะคู่แข่ง จึงต้องมีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ รวมไปถึงวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามหรืออุปสรรค โดยดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง เพื่อไปสู่ความสำเร็จ ยุทธศาสตร์ในการแข่งขันเป็นการใช้ศาสตร์และศิลป์เพื่อกำหนดแนวทางบริหารจัดการเพื่อไปสู่ชัยชนะในการแข่งขัน แม้ว่าสื่อสารมวลชนจะเป็นสถาบันทางสังคมที่พยายามรักษาความเป็นกลาง เพื่อความเติบโตก้าวหน้าองค์กรสื่อมวลชน จำเป็นต้องวางยุทธศาสตร์เพื่อให้ได้มาซึ่งชัย ชนะทางการตลาดเหนือคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน อย่างน้อยยุทธศาสตร์ในการแข่งขันต้องคำนึงถึงเงื่อนไขในการบริหารจัดการและการบริหาร

2.3 การบริหารสำนักงาน โดยทั่วไปงานหรือกิจกรรมหลักที่องค์กรสื่อสารมวลชนต้องปฏิบัติ จำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ การจัดการทั่วไปหรือสำนักงานและงานวิศวกรรม ช่างหรือเทคนิค ตลอดจนงานทางด้านวารสารศาสตร์ งานสำนักงานเป็นงานสนับสนุนการทำงานของสื่อมวลชน เพราะงานด้านนี้ เกี่ยวข้องกับแผนงานการขยายหน่วยงาน การเงิน-บัญชี การตลาด-โฆษณา และงานบุคลากร เป็นต้น งานสำนักงาน จึงเป็นงานอำนวยความสะดวก และหารายได้เข้ามาสู่องค์กร แม้ว่าไม่ได้ทำหน้าที่สื่อมวลชนโดยตรงแต่ก็ต้องมีความเข้าใจงานสื่อมวลชน

ปรัชญาในการทำงาน เป็นอีกตัวแปรหนึ่งในการบริหารสำนักงาน ปรัชญาในการทำงานเป็นพื้นฐานถึงการมีอุดมการณ์ในการทำงานด้วยปรัชญาในการทำงานจึงกำกับทั้งทัศนคติ และพฤติกรรมของคนทำสื่อ ปรัชญาการทำงานที่สำคัญต้องยึดมั่นในการประกอบอาชีพที่สุจริต ไม่คดโกง ความอยู่รอดขององค์กร ความอิสระ-เสรีภาพของสื่อ และความมั่นคง ปลอดภัยของชาติ ทัศนคติของคนทำข่าว เห็นว่าความอิสระและเสรีภาพของสื่อมีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากปรัชญาในการทำงานเป็นอุดมการณ์ของคนทำสื่อและให้ความสำคัญต่อสื่อในฐานะที่เป็นสถาบันทางสังคม

แบบแผนการทำงาน เป็นแนวทางกำกับการบริหารสำนักงาน เนื่องจากแบบแผนการทำงานสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการทำงานตามความเป็นไปของโครงสร้างองค์กร แบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ การทำงานตามสายการบังคับบัญชา การทำงานในลักษณะทีมงานหรือโครงการ และการทำงานแบบต่างคนต่างทำ แบบแผนการทำงานที่ถูกใช้เป็นหลักในการทำงาน คือ การทำงานตามสายการบังคับบัญชา เป็นการทำงานที่ชอบด้วยระเบียบกฎหมายและแบบพื้นฐานทางการบริหาร การทำงานเป็นทีมหรือการทำงานแบบโครงการเป็นแผนที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในองค์กร เนื่องจากการทำงานเป็นทีมหรือการทำสื่อไม่ว่าในรูปของข่าว สารคดี หรือบันเทิง ต้องอาศัยการทำงานแบบทีมงาน จึงอาจกล่าวได้ว่าแบบแผนการทำงานเป็นการทำงานตามสายการบังคับบัญชาควบคู่ไปกับการทำงานเป็นทีมหรือโครงการ

กระบวนการทำงาน เป็นขั้นตอนในการทำงานขององค์กร ซึ่งมีความแตกต่างแตกต่างกันไป ประกอบด้วย การวางนโยบายและแผนงาน การดำเนินงานและประสานงาน การควบคุมและประเมินผล และการงบประมาณ นโยบายและแผนงานกับการดำเนินงานและประสานงานเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กัน เนื่องจากนโยบายและแผนงานเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์และหนทางไปสู่วัตถุประสงค์ การจะบรรลุไปสู่วัตถุประสงค์ต้องนำนโยบายและแผนงานไปดำเนินการและประสานงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ส่วนการควบคุมและการประเมินผลเป็น การตรวจสอบเพื่อยืนยันว่าองค์กรได้ดำเนินไปตามนโยบายและแผนงานมาก น้อยเพียงใด

2.4 การบริหารงานวิศวกรรมและเทคโนโลยี เป็นกลุ่มงานที่มีบทบาทในองค์กร สื่อมวลชน ซึ่งพนักงานที่เกี่ยวข้องในส่วนนี้มักมาจากสายวิศวกร เทคโนโลยีและช่างเป็นส่วนใหญ่ Mcquail (2005) กล่าวถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) ว่าเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิต และการเผยแพร่ การประสานงานต่างๆ ให้การทำงานในแต่ละส่วนเกิดความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันการพัฒนาทางด้านการสื่อสารและการวางระบบการทำงาน ทำให้องค์กรที่มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ส่งผลต่อคุณภาพของสื่อมวลชน เพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า จะส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงาน

2.5 การบริหารงานวารสารศาสตร์ เป็นกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพทางด้านวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ส่วนใหญ่เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข่าว สารคดี หรือรายการต่างๆ โดยผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบจะอยู่ในสายบรรณาธิการ และการผลิต ซึ่งงานในกลุ่มงานนี้อยู่ในฐานะผู้ผลิตที่มีอิทธิพลต่อสังคม จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อสาธารณะและอาจได้รับการแทรกแซงจากอิทธิพลต่างๆ อยู่เสมอ การบริหารงานวารสารศาสตร์เป็นหัวใจของการบริหารงานสื่อสารมวลชน เนื่องจากทำหน้าที่โดยตรงในเรื่องการนำเสนอข่าวไปยังประชาชนผู้รับสาร โดยงานบริหารสำนักงาน และการบริหารวิศวกรรม ล้วนเป็นงานสนับสนุนและส่งเสริมงานวารสารศาสตร์

จึงจำเป็นต้องรู้เกี่ยวกับการบริหารวารสารศาสตร์จึงเกี่ยวข้องกับปัญหาในการทำงาน วิธีการนำเสนอเนื้อหาที่นำเสนอ และการตอบสนองต่อผู้รับสาร

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารของสื่อมวลชนนั้น ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกิดจากภายนอกองค์กรสื่อมวลชนและส่งผลต่อการดำเนินงาน ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ได้แก่ แรงกดดันทางการเมืองและสังคม แรงกดดันทางเศรษฐกิจ แหล่งข้อมูล เหตุการณ์และวัฒนธรรม และความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร และ 2) ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวองค์กรสื่อมวลชน ได้แก่ การจัดการ เทคโนโลยี และความสามารถทางวิชาชีพสื่อ

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไป โดยผู้รับสารเป็นผู้ควบคุมการแพร่กระจายของสาร เป็นยุคที่ข้อมูลมากมายหลั่งไหลไปสู่ผู้บริโภค ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความเร็วสูงมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค ทั้งในการทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการชมโทรทัศน์ การอ่านข่าวสารหรือบทความ การเล่นเกมส์ รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตล้วนมีอัตราการเติบโตมากขึ้น (อริสรา ไวยเจริญ, 2558) โดยผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องออกจากบ้าน ด้วยความสะดวกสบายส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสื่อจึงต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการในการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารตามไปด้วย การเปิดรับสื่อออนไลน์เป็นการติดต่อสื่อสารของกระบวนการทางสังคม Bradshaw (2007) กล่าวว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่มีศักยภาพเผยแพร่ข่าวได้รวดเร็วกว่าสื่ออื่น บนเว็บไซต์มีพื้นที่ไม่จำกัดสามารถเชื่อมโยงข้อมูลและดึงข้อมูลต่างๆ มาไว้รวมกันได้ ทำให้ข้อมูลที่ได้ทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้างครอบคลุมมากกว่าสื่อดั้งเดิม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (อริสรา ไวยเจริญ, 2558) มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ชอบแบบส่วนบุคคล ผู้บริโภคมีความเป็นตัวของตัวเองสูง รักอิสระ มีโลกส่วนตัว มีความชื่นชอบและความต้องการที่แตกต่างจากผู้อื่น เห็นได้จากการที่ตราสินค้าต่างๆ ดำเนินกิจกรรมไปสู่ผู้บริโภคในลักษณะตัวต่อตัวมากขึ้น
2. ชอบเสพสื่อหลายหน้าจอในเวลาเดียวกัน (Multi-screen) ได้กลายเป็นพฤติกรรมปกติของผู้บริโภค ไม่จะเป็นการสลับใช้งานโทรศัพท์มือถือระหว่างดูโทรทัศน์ หรือการใช้งานข้ามหน้าจอเพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง
3. ชอบติดตามข่าวสารและเลือกรับข่าวสาร ซึ่งปัทมวรรณ สถาพร (2558) อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคไทยเป็น FOMO (Fear of missing out) เป็นภาวะที่ผู้บริโภคต้องออนไลน์อัพเดท

ข้อมูลตลอดเวลา ไม่ยอมตกเทรนด์ ขณะเดียวกันก็เกิดพฤติกรรมที่มาคู่กัน คือ JOMO (Joy of missing out) มีความสุขกับการที่ไม่ต้องเสพสื่อหรือเลือกเสพสื่อมากขึ้น

4. ชอบความสะดวกสบาย เนื่องจากผู้บริโภคมีความสะดวกสบายจากการใช้อุปกรณ์สื่อสารที่ช่วยให้การดำเนินชีวิตง่ายขึ้น การไม่ต้องเดินทางบนถนนที่ใช้เวลานาน ประกอบกับอากาศที่ร้อนเกือบตลอดทั้งปี ทำให้ผู้บริโภคหันไปสั่งซื้อสินค้าจากทางอินเทอร์เน็ตหรือการขายสินค้าผ่านทาง Instagram, Timeline, Facebook เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการที่ต้องเห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ มาเป็นการซื้อโดยไม่ต้องเห็นสินค้าจริง แค่อูรูปทางอินเทอร์เน็ต เมื่อพอใจจึงสั่งซื้อสินค้านั้น

5. ชอบความแปลกใหม่ ติดตามเรื่องที่สนใจ อ่านกระทู้หรืออ่านความคิดเห็นของคนอื่นๆ ในสังคมออนไลน์ตลอดเวลา ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจที่จะทดลองสินค้าที่คนในสังคมออนไลน์พูดถึงกัน โดยไม่ยึดติดกับตราสินค้าเดิม

6. ชอบอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รูปแบบความสัมพันธ์บน Social media มีบทบาทกับความสัมพันธ์ในโลกจริงมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการแชร์ข้อมูลข่าวสาร แชร์ความสนใจ รวมถึงการใช้ Social media เพื่อสร้างความเป็นตัว ตนให้เป็นที่ยอมรับในสังคมที่กว้างขวางขึ้น

Becker (1972) จำแนกพฤติกรรมการใช้สื่อออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลมีพฤติกรรมในการสืบค้นหาข้อมูลที่ตนเองมีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสาร รวมถึงข้อมูลที่ตนเองต้องการอยากรู้หรือต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งหากข้อมูลที่เปิดรับมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ตนเองสนใจก็จะมีคามเอาใจใส่ ตั้งใจดูหรืออ่านเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ การที่ผู้คนมีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น ต้องการผ่อนคลายความเครียด ต้องการความรู้ ต้องการข้อเสนอแนะหรือข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เป็นต้น

สรุปได้ว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไป เป็นยุคที่ข้อมูลมากมายหลั่งไหลไปสู่ผู้บริโภคการทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการชมโทรทัศน์ การอ่านข่าวสารหรือบทความ การเล่นเกมส์ รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตล้วนมีอัตราการเติบโตมากขึ้นด้วยความสะดวกสบาย ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น สื่อจึงต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการในการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารตามไปด้วย พฤติกรรมของผู้บริโภค

2.10 สภาพปัญหาของสื่อมวลชนท้องถิ่น

การหลอมรวมสื่อส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในต่างประเทศ พบว่า หนังสือพิมพ์และนิตยสารได้รับความนิยมลดน้อยลงจนต้องยุติการพิมพ์ เหลือแต่ฉบับที่เป็นออนไลน์ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา ในสหรัฐอเมริกา มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นปิดกิจการไป 12 ฉบับ ทำให้หลายเมืองไม่มีหนังสือพิมพ์ ของตัวเอง (Boonsue. 2018 : online) ในประเทศอังกฤษสื่อดิจิทัลส่งผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปัจจุบันข่าวสารและโฆษณานั้นแยกออกจากกัน ผู้โฆษณาสามารถสื่อสารผ่านสื่อใหม่ได้เอง สื่อสารได้ทั้งระดับกว้าง (ข้ามระดับท้องถิ่น) และระดับแคบ กล่าวคือ สามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า โดยไม่ต้องพึ่งพาสื่อมวลชนท้องถิ่นอีกต่อไป ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในอังกฤษได้รับความนิยมลดลง (Bradshaw. 2010 : online) ส่วนในประเทศไทย พบรายงานการเปลี่ยนแปลงโดยภาพรวมใน Thailand Media Landscape 2018 พบว่า พ.ศ. 2561 สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีบทบาทโดดเด่น สื่อมวลชนที่เป็นสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ได้รับความนิยมลดลง บางส่วนปิดตัวลง และส่วนใหญ่ได้ปรับตัวไปใช้สื่อออนไลน์ เพื่อตอบสนองผู้รับสารที่ใช้สื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยสื่อนิตยสารและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก (Infoquest. 2018 : 2) โดยในช่วงปี พ.ศ. 2559 - 2560 เป็นช่วงที่นิตยสารและหนังสือพิมพ์ส่วนกลางของไทยปิดตัวไปจำนวนมาก ทั้งที่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ได้พยายามปรับโครงสร้างธุรกิจและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแล้วก็ตาม (Infoquest. 2017 : 10) นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน พวกเขาต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ต้องรายงานข่าวสารผ่านสื่อหลากหลายประเภท ต้องแข่งขันกับสื่อมวลชนด้วยกันเอง ในขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกับนักวารสารศาสตร์ภาคประชาชน ซึ่งรายงานข่าวสารผ่านสมาร์ทโฟน (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์. 2563)

สภาพปัญหาของสื่อมวลชนในยุค Social Network ถือเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของโลกปัจจุบัน ซึ่งจักรกฤษณ์ สิริริน (2563) ได้กล่าวถึงสภาพปัญหาของสื่อมวลชน ดังนี้

1. การสื่อสารในยุค Digital Disruptive (Crisis Communication in Digital Era) เมื่อสังคมทุกภาคส่วนได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือนวัตกรรมในระบบ Digital มาปรับใช้ ทำให้วงการสื่อสารมวลชนต้องพัฒนาตนเองเพื่อเรียนรู้และสร้างทักษะการสื่อสารผ่าน Platform ใหม่ในยุค Digital จุดสำคัญ คือ การเปลี่ยนรุ่นประชากร Generation ใหม่ขึ้นมามีบทบาทในสังคม รูปแบบหรือช่องทางการรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้นักสื่อสารมวลชนต้องปรับตัวตามผู้รับสารซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ อีกทั้งในด้านเนื้อหาหรือรสนิยมของ Generation ใหม่ก็เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Generation ใหม่ต่างมีสมรรถนะเป็น “ผู้ส่งสาร” ได้เอง ดังนั้น ภาวะวิกฤตแรกดังกล่าว นักสื่อสารมวลชนต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงอย่างรอบด้านและครอบคลุม ด้วยการเรียนรู้บุคลิกของสื่อใหม่ ไม่ว่าจะเป็น Social Media หรือระบบการกระจายเสียงและ

แพร่ภาพวิทยุโทรทัศน์แบบใหม่ (OTT: Over the Top) ในรูปแบบ Subscription-based Video-on-Demand (SVoD) เช่น Netflix Apple TV Line TV ที่บทบาทแบบ Gate Keeper ดั้งเดิมของนักสื่อสารมวลชนรุ่นเก่ากำลังหมดไป ผู้กำหนดทิศทางการสื่อสาร คือ ผู้รับสารที่สามารถเลือกรับชมเนื้อหาที่เขาสนใจเท่านั้น และเลือกชมในเวลาใด สถานที่ใดก็ได้

2. การสื่อสารท่ามกลางความขัดแย้ง ความขัดแย้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนรุ่น (Generation) จะรวดเร็วและรุนแรงอย่างคาดไม่ถึง ทั้งในประเทศภูมิภาคและโลก เป็นผลมาจากการแย่งชิงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ประเทศมหาอำนาจพยายามสร้างดุลอิทธิพลต่อรองกันบนเวทีโลก ซึ่งแน่นอนว่าต้องส่งผลกระทบไปถึงทุกประเทศ ดังนั้น การสื่อสารท่ามกลางความขัดแย้งจำเป็นจะต้องวิเคราะห์ไม่เพียงบริบทของความขัดแย้งเชิงอุดมการณ์อย่างในอดีต แต่ต้องเชื่อมโยงภูมิรัฐศาสตร์และภูมิเศรษฐศาสตร์ใหม่ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงอย่างที่คนสื่อรุ่นเก่าหลายคนมองภาพไม่ออก ทางแก้เร่งด่วน คือ การสร้างทักษะทางภาษาของคนข่าว ไม่เพียงภาษาที่ 2 หรือภาษาสากลอย่างภาษาอังกฤษ แต่จำเป็นต้องมีภาษาที่ 3 เพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย แหล่งข้อมูลทางเลือกอื่นๆ เพื่อนำมาใช้เป็นต้นทุนในการวิเคราะห์สถานการณ์ในภาพใหญ่ ก่อนจะเชื่อมโยงลงสู่ระดับภูมิภาคและระดับประเทศต่อไป

สื่อมวลชนท้องถิ่น จัดว่าเป็นกิจการขนาดเล็ก มีทุนประกอบกิจการจำกัด อย่างโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นบางแห่งยังสามารถปรับตัวไปสู่การเป็นสื่อแบบหลอมรวมเพื่อความอยู่รอดได้ ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นต้องเติบโตมาภายใต้บริบททางการเมืองสังคมและเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยมาตั้งแต่แรกเริ่มในฐานะที่เป็นสื่อทางเลือกในการแก้ปัญหาให้กับท้องถิ่นที่อับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน จนต่อมาเป็นที่นิยมประกอบกิจการมากขึ้น (นฤมล ปิ่นโต. 2553 ; ขจร ฝ่ายเทศ. 2560) การแผ่ขยายอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจของผู้ชมไปจากสื่อมวลชนเก่าในภาพรวม ท่ามกลางอุปสรรคต่างๆ สื่อมวลชนท้องถิ่นก็ยังสามารถปรับตัว ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและกระบวนการทำงานให้พัฒนาสอดคล้องไปกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อสารและสังคมท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อแบบหลอมรวมอันเป็นแนวโน้มของสื่อมวลชนทั้งหลายที่เกิดขึ้น พร้อมกับการขยายตัวของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศ ซึ่งสื่อท้องถิ่นส่วนหนึ่งได้เริ่มใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อย่างไรก็ตาม การตอบสนองด้านเทคโนโลยียังมีไข่ปะจายเดี่ยวของความอยู่รอดของสื่อท้องถิ่น แต่อยู่ที่การตอบสนองความต้องการด้านเนื้อหาข่าวสารของคนในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า สภาพปัญหาของสื่อมวลชนในยุค Social Network พบว่า สื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ได้รับความนิยมลดลง บางส่วนปิดตัวลง และส่วนใหญ่ได้ปรับตัวไปใช้สื่อออนไลน์ เพื่อตอบสนองผู้รับสารที่ใช้สื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สื่อมวลชนท้องถิ่นบางแห่งปรับตัวไปสู่การเป็นสื่อแบบหลอมรวมเพื่อความอยู่รอดได้ การแผ่ขยายอิทธิพลของสื่อ

อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชนท้องถิ่นก็ยังสามารถปรับตัว ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและกระบวนการทำงานให้พัฒนาสอดคล้องไปกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อสารและสังคมท้องถิ่น

2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบการศึกษาในหัวข้อต่างๆที่เกี่ยวข้องกับประเด็นรูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเข้าสู่สังคมออนไลน์ ดังนี้

2.11.1 งานวิจัยในประเทศ

สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ และตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล (2566) ได้ศึกษา เรื่อง การบริหารสื่อในยุคดิจิทัล : ความท้าทายและโอกาส ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสื่อในยุคดิจิทัล ซึ่งมีการพัฒนาและพลวัตอย่างไปหยุดยั้ง ส่งผลให้การบริหารสื่อมีความแตกต่างจากยุคดั้งเดิม ทั้งในเชิงรูปแบบการนำเสนอ เทคโนโลยี และเนื้อหาของประเด็น ด้วยเหตุนี้งานศึกษานี้จึงมุ่งพิจารณาแนวทางการบริหารสื่อในยุคดิจิทัลว่ามีลักษณะแบบใด เพื่อจะศึกษาถึงความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและโอกาสที่สื่อดิจิทัลจะสามารถปรับตัวและอยู่รอดได้ในกระแสของความเปลี่ยนแปลง ในแง่นี้แล้ว การปรับตัวของสื่อเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เห็นถึงการบริหารสื่อในยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการวางนโยบายการบริหารสื่อที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสื่อที่เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การวางแผนเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อไป อีกทั้งหากเราเข้าใจถึงรูปแบบการนำเสนอ เทคโนโลยี และเนื้อหาในการบริหารสื่อยุคดิจิทัลก็ยิ่งทำให้เราสามารถวิเคราะห์แนวทางการบริหารสื่อได้ตรงเป้าหมายได้อีกด้วย จากการศึกษาและวิเคราะห์การบริหารสื่อในยุคดิจิทัลจะพบว่า การปรับตัวให้เข้ากับสภาพของ สถานการณ์ทางสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้สื่อดิจิทัลอยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง อีกทั้งการกำหนดกลยุทธ์เชิงการวางแผนและนโยบายในการบริหารสื่อดิจิทัลเองก็ทำให้องค์กรสื่อยุคดิจิทัลนั้นสามารถประเมินและวิเคราะห์โอกาสและผลลัพธ์ได้ดีมากกว่าแนวทางอื่น ดังนั้น การบริหารสื่อดิจิทัลจึงต้องพยายามสร้างรูปแบบและแนวทางการบริหารงานให้ตอบโจทย์กับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตลอดจนต้องนำการปฏิบัติขององค์กรมาติดตามและตรวจสอบจุดแข็ง จุดอ่อน ผนวกกับการสร้างเนื้อหาที่มีผลกระทบต่อสังคมในเชิงบวกก็จะสามารถนำพาให้การบริหารจัดการองค์กรสื่อในยุคดิจิทัลมีความมั่นคงต่อไปในอนาคต

ปวีณา ชูรัตน์ และอริน เจียจันทร์พงษ์ (2565) ได้ศึกษา เรื่อง การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและบริการข่าวสารในยุคดิจิทัลของสื่อท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและบริการข่าวสารในยุคดิจิทัลของสื่อท้องถิ่น 2 แห่ง

คือหนังสือพิมพ์โคราชคนอีสาน จังหวัดนครราชสีมา และเดอะอีสานเรคคอร์ด สำนักข่าวออนไลน์ ตั้งอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ใช้แนวคิดสังคมวิทยา วารสารศาสตร์และการเสนอข่าวในยุคดิจิทัล วิเคราะห์เนื้อหาข่าวที่สื่อกลุ่มตัวอย่างนำเสนอ ระหว่างวันที่ 5 ถึง 18 ตุลาคม 2563 และสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของ บรรณาธิการบริหาร และบรรณาธิการข่าว ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์โคราชคนอีสานเป็นสื่อเชิงพาณิชย์ เน้นรายงานเหตุการณ์ทั่วไปทุกประเภทที่ประชาชนสนใจและเรื่องเศรษฐกิจ สำคัญของการนำเสนอเป็นการรายงานตามเหตุการณ์ ส่วนเดอะอีสานเรคคอร์ดเป็นสำนักข่าวออนไลน์ วางตัวเองเป็นสื่อทางเลือกเพื่อคนอีสานที่อยู่ทุกพื้นที่ในโลก เน้นรายงานเฉพาะทาง (การเมือง) สำคัญของการนำเสนอพยายามรายงานเชิงลึก ทั้ง 2 องค์กรปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและบริการข่าวสารในยุคดิจิทัล 3 ด้าน คือ 1) ปรับโครงสร้างการทำงานให้รองรับการรายงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ 2) ปรับตัวด้านงานข่าวโดยรายงานข่าวหลากหลายรูปแบบ หลายแพลตฟอร์มอย่างเชื่อมโยงกัน และ 3) ปรับตัวด้านธุรกิจ โดยควบคุมต้นทุนและพยายามหารายได้จากแหล่งใหม่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตเนื้อหา คือ เป้าหมายและการบริหารขององค์กรที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสัมพันธ์กับการหารายได้และความเป็นอิสระในการทำงานในฐานะสื่อวารสารศาสตร์ความไม่มั่นคงทางด้านรายได้ที่สัมพันธ์กับการขยายงานเพื่อรองรับกับพฤติกรรมผู้อ่านในยุคดิจิทัลที่ติดตามข่าวทางสื่อออนไลน์เป็นหลักและมีความต้องการเฉพาะบุคคลและแรงกดดันทางการเมืองและกฎหมาย

ณิกุล เสนาวงษ์ (2564) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคน เจนเนอเรชั่นแซตในยุค new normal ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคน เจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่เกิดหลังปี 2540 (กลุ่มคน Generation Z) ซึ่งมีอายุระหว่าง 16 - 24 ปีจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อสื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal อยู่ในระดับมากและพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการเข้าใจง่ายในการใช้งานและปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค New Normal แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2563) ได้ศึกษา เรื่อง การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่น จังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภูมิทัศน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น จังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ 2) การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ และ 3) ความคาดหวังของประชาชนต่อสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการวิจัยเชิงสำรวจ โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักรวม 20 คน และการวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คนผลการวิจัยพบว่า 1) ภูมิทัศน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ ในช่วงปี พ.ศ. 2561-2562 ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจำนวน 12 ชื่อฉบับ นิตยสารจำนวน 4 ชื่อฉบับ สถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีชื่อจดทะเบียนกับสำนักงาน กสทช. จำนวน 56 คลื่นความถี่ วิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น 15 หน่วยงาน และสำนักข่าวออนไลน์จำนวน 7 สำนักข่าว 2) การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ ด้านการบริหารหน่วยงานที่ชัดเจนที่สุดคือ การลดจำนวนบุคลากร เพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นการปรับตัวโดยไม่ได้กำหนดนโยบายไว้ล่วงหน้า ด้านการผลิตงาน สื่อดั้งเดิมได้เพิ่มแพลตฟอร์มสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ โลงัน เพื่อเผยแพร่ข่าวและเป็นช่องทางโฆษณา แต่การทำธุรกิจสำนักข่าวออนไลน์เพียงอย่างเดียวยังมีผลกำไรไม่มากนัก ในยุคหลอมรวมสื่อนักสื่อสารมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต ควรมีทักษะการสื่อสารที่หลากหลาย และสามารถปรับตัวเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ และ 3) ความคาดหวังของประชาชนต่อสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต ในประเด็นบทบาทหน้าที่ต่อการรายงานข่าวสารของหน่วยงานราชการ/ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชนที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดทุกสื่อ และคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนท้องถิ่น ในประเด็นให้ความบันเทิงแก่ประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดทุกสื่อ

ชนิดา รอดหยู่ (2563) ได้ศึกษา เรื่อง ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล News in Digital Media Era ข่าว คือ เนื้อหาหลักของสื่อมวลชน หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นข้อเท็จจริง และมีองค์ประกอบของเหตุการณ์ที่สามารถพิจารณาได้ว่ามีคุณค่า มีความสำคัญและผลกระทบที่ประชาชนควรจะได้รับทราบข้อมูล แต่ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมมากขึ้น ประชาชนหรือผู้รับสารนิยมบริโภคข่าวสารบนสื่อประเภทยักษ์ขึ้นด้วยเช่นกัน และคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อใหม่ ที่มีความเป็นดิจิทัล (digitalization) สามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้หลายมิติ (many to many) ซึ่งเป็นการผสมผสานรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนเข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้น จึงมีข้อได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทดั้งเดิมในเรื่องการปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารมากขึ้น ทั้งนี้ สื่อดิจิทัลได้สร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่กระบวนการสื่อสารมวลชนในทุกๆ ด้าน รวมถึงกระบวนการทำงานเพื่อผลิต

เนื้อหาประเภทข่าว ทำให้นิยามความหมายของคำว่า “ข่าว” ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป การพิจารณาองค์ประกอบของเหตุการณ์ที่จะนำเสนอเป็นข่าวก็มีความแตกต่างไปจากหลักการสาstrasศาสตร์ในยุคดั้งเดิม องค์ประกอบในการนำเสนอรายงานข่าวก็มีความหลากหลายและซับซ้อนขึ้น และรูปแบบในการนำเสนอข่าวมีความทันสมัยและน่าสนใจขึ้น การนำเสนอข่าวในยุคสื่อดิจิทัลจึงควรใช้เทคนิค และหลักการที่เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อ ตลอดจนธรรมชาติของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี

วุฒิพร ลิ้มวรภัส และสุวิชา เป้าอารีย์ (2563) ได้ศึกษา เรื่อง กระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษาโพสต์ทูเดย์ และแนวหน้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์ และอิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการพัฒนาการเมือง โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ จัดทำเว็บไซต์ ผู้ดูแลเว็บไซต์ บรรณาธิการฝ่ายการข่าว และประชาชนผู้ติดตามเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ จำนวน 16 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีบทบาทและมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยนำเสนอความจริง ให้ความรู้ เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างประชาชนกับสื่ออันมีต่อการบริหารทางการเมืองของรัฐบาล และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลและผู้นำทางการเมือง สำหรับกระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าการคัดกรองข้อมูล จัดการความคิดเห็นของผู้ใช้ ประสานงานตรวจสอบกิจกรรมต่างๆ และเปิดช่องทางให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นต่อข่าวการเมือง โดยส่วนใหญ่จะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประชาธิปไตย แสดงความคิดเห็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตัวแทนทางการเมือง รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองอันช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาธิปไตย 2) อิทธิพลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีต่อการพัฒนาทางการเมือง พบว่า ปัจจุบันอิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทางการเมืองเป็นอย่างมากเนื่องจากโครงสร้างสังคมเปลี่ยนไป โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาในชีวิตประชาชนมากขึ้น ส่งผลทำให้ระบบการเมืองมีการพัฒนาสูง มีการพัฒนาความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น เพราะเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวได้อย่างต่อเนื่องในปริมาณที่ไม่จำกัด ส่งผลให้พลเมืองมีสิทธิ โอกาสและความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

ธนาคาร ธนาเกียรติภิญโญ (2563) ได้ศึกษา เรื่อง การปรับตัวขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยในยุค Digital Transformation และ COVID-19 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวิธีการปรับตัวของสื่อสาธารณะในยุค Digital Transformation และศึกษาถึงผลกระทบของสื่อสาธารณะจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 โดยทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก In-depth Interview ผู้บริหารองค์กร 4 ท่าน และการวิจัยเชิงเอกสาร Documentary Research จากเอกสารรายงานของสถานีโทรทัศน์

ไทยพีบีเอส ร่วมกับเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการกระจายเสียงของสถานี ผลการวิจัยพบว่า กรรมการนโยบายและผู้บริหาร เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวเมื่อเกิด Digital Disruption แม้องค์กรจะมีงบประมาณบำรุงจากภาษีสรรพสามิตสุราและยาสูบ ปีละ 2,000 ล้านบาทอยู่แล้ว แต่เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ดำเนินการอยู่บนพื้นฐานและแนวคิดของสื่อสาธารณะ โดยมี พ.ร.บ. ควบคุมอยู่ ซึ่งถูกกำหนดไว้ว่าต้องให้บริการประชาชนในช่องทางที่หลากหลาย ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยผลการวิจัยแบ่งกลยุทธ์ในการปรับตัวออกเป็น 3 ด้าน คือ กลยุทธ์ด้านนโยบาย กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ และกลยุทธ์ด้านเนื้อหา ซึ่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 เป็นตัวเร่งให้ Digital Transformation เกิดเร็วขึ้นกว่าเดิม ด้านช่องทางออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้บุคลากรทุกระดับจำเป็นต้องปรับตัวใช้เทคโนโลยีในการทำงาน และต้องมีทักษะที่หลากหลายรับกับการเปลี่ยนแปลงในภาวะวิกฤต โดยเฉพาะ Mindset ของบุคลากรที่ต้องคิดในแบบ Digital First แม้องค์กรพยายามปรับตัวแต่ยังเห็นความไม่ชัดเจนในการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม เพราะในต่างประเทศเห็นการเปลี่ยนแปลงนี้ และเตรียมก้าวกระโดดไปสู่สื่อสาธารณะแห่งอนาคตหลังจากผ่านพ้นสถานการณ์ COVID-19 แล้ว และสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดอนาคตคุณค่าการมีอยู่ของสื่อสาธารณะในประเทศไทย

สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี (2562) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ 3) เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2561 จำนวน 386 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ มีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน โดยมีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 3 ชั่วโมงขึ้นไป และมักใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน โดยเข้าใช้จากที่บ้านหรือหอพัก ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด มีการตกแต่งหน้าตาของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น พื้นหลังหรืออิม) บ้างแต่ไม่มาก มีการเปลี่ยนภาพประจำตัว (Profile) นาน ๆ ครั้ง ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์จากการแนะนำของเพื่อนหรือแฟน ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยติดต่อสื่อสาร และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านความบันเทิง และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีผลกระทบในด้านการเรียน ด้านครอบครัว และด้านสังคมใน

ระดับปานกลาง และมีผลกระทบด้านอารมณ์ในระดับน้อย ผลจากการเปรียบเทียบผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักศึกษาต่างชั้นปีมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านครอบครัว นักศึกษาต่างคณะมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันในด้านอารมณ์และด้านสังคม นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกันในการเรียน และนักศึกษาที่ได้รับทุนและไม่ได้รับทุนมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์ (2562) ได้ศึกษา เรื่อง พลัสมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นถึงการสร้างตัวตนของพลัสมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์ วิธีการศึกษาเรียบเรียงตามแนวคิด ทฤษฎีด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งปัจจุบันภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เปลี่ยนแปลงไปทำให้รูปแบบ “สื่อสังคมออนไลน์” เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและความคิดของมนุษย์จนนำไปสู่การประกอบสร้างตัวตนของพลัสมวลชนและใช้มายาคติเพื่อช่วงชิงให้ผู้บริโภครับรู้ชุดข้อมูลและความรู้ที่ต้องการด้วยสัญลักษณ์และภาพตัวแทน (Symbols & representations) ขึ้นในใจผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเสนอความล้ำจริง (Hyper-reality) เพราะ “ดูดีกว่าของจริง” “ล้ำกว่าของจริง” พลัสมวลชนใช้สื่อสังคมออนไลน์” เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น แสร้งความรู้สึกระหว่างพลัสมวลชนด้วยกัน หรือแสร้งข้อมูลความคิดเห็นกับคนอ่าน อันเป็นเหมือนสภาวะภาพในโลกดิจิทัล มีการใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายภาพงานข่าวที่เรียกว่า Mojo (Mobile Journalist) เพื่อเพิ่มเรตติ้งก่อให้เกิดปรากฏการณ์หนึ่งเรียกว่า Emo-Journalism ที่เน้นแต่อารมณ์ ความรู้สึกของผู้เสพสารเป็นหลัก มีการแสดงอารมณ์ความรู้สึกผ่านการรายงานข่าวกลายเป็นเรื่อง “ดราม่า” ความเร้าอารมณ์ในรูปแบบ Cinematic Journalism สามารถปลุกอารมณ์ผู้รับสารได้มากจนเกิดปัญหาสำคัญคือ รูปแบบการนำเสนอข่าวเหนือกว่าการนำเสนอข้อเท็จจริง หนทางสุดท้ายคงต้องพึ่งปัญญาแห่งการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) ที่จะท้าทายความเป็น “ดราม่า” ของพลัสมวลชนนั่นเอง

กมลวรรณ โกวิทวงศา (2562) ได้ศึกษา แนวทางพัฒนาพลัสมวลชนไทยในการรายงานข่าวสถานการณ์วิกฤต กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของพลัสมวลชนไทยในสถานการณ์วิกฤตและปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวของพลัสมวลชนไทยในสถานการณ์วิกฤต โดยทำการศึกษากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการไทยรัฐนิวส์โชว์และรายการข่าวข้ามมิติใหม่ทั่วไทย ไทยพีบีเอส กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มองค์กรวิชาชีพสื่อ กลุ่มสื่อออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การรายงานข่าวในสถานการณ์วิกฤต กรณีศึกษาปฏิบัติการค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัยในถ้ำหลวง ในกระบวนการรวบรวมข้อมูล พลัสมวลชนใช้วิธีการแสวงหาข้อมูลหลากหลาย จากทั้งสื่อดั้งเดิม สื่อสังคมออนไลน์ ความสนใจของประชาชนและข้อมูลจากแหล่งข่าวมาผสมผสานกับความรู้ที่มีของ

สื่อมวลชน ส่วนกระบวนการคัดกรองข่าวสารก่อนนำเสนอจะมีความละเอียดอ่อน มีการตรวจสอบที่มากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาที่จะเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ สุดท้ายกระบวนการเผยแพร่บรรณาธิการจะเช็คความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อกำหนดรูปแบบประเด็นให้สื่อมวลชนได้รายงานข่าวในประเด็นที่ได้รับมอบหมายให้ตรงกับความต้องการ ผลการศึกษาสนับสนุนกรอบแนวคิดของงานวิจัยว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรายงานข่าวในบริบทดิจิทัลของสื่อมวลชนในสถานการณ์วิกฤตประกอบด้วย 1) นโยบายและกรอบจริยธรรมในการรายงานข่าว สถานการณ์วิกฤตทำให้มีสื่อมวลชนมีอิสระนำเสนอประเด็นที่แตกต่างและเน้นตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนนำเสนอ 2) ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์รายงานข่าวของสื่อมวลชนทำให้ได้ประเด็นข่าวที่น่าสนใจและแตกต่าง 3) ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีช่วยทำให้ประสิทธิภาพการทำงานมีความโดดเด่น 4) ภัยใต้แรงกดดันทางเศรษฐกิจ สื่อมวลชนจึงให้ความสำคัญกับการศึกษากลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม และ 5) ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่สะท้อนกลับทำให้สื่อมวลชนได้คิดวางแผนรูปแบบและการทำงานตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ใหม่ นาทองคำ (2561) ได้ศึกษา เรื่อง การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคที่วิถีดิจิทัล กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี- สื่อสารมวลชนจากระบบทีวีแอนะล็อกเป็นทีวีดิจิทัล 2) พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ในยุคที่วิถีดิจิทัล และ 3) แนวทางการปรับตัวของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9 MCOT HD) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้บริหารจำนวน 5 คน การสนทนากลุ่ม (focus group) บุคลากรฝ่ายผลิตรายการ และฝ่ายการตลาด จำนวน 7 คน และผู้รับชมสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ผ่านระบบทีวีดิจิทัลจำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ประกอบด้วย การตีความ การเปรียบเทียบข้อมูล การสังเคราะห์ข้อมูล และการสร้างข้อสรุปจากผู้ให้ข้อมูลหลัก แนวคิดสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ แนวคิดการปรับตัวและทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนจากระบบทีวีแอนะล็อกเป็นทีวีดิจิทัล สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ มีการเปลี่ยนแปลงเครื่องมือที่ต้องใช้ในการสลับหน้าจอ (switching) ในการควบคุมสัญญาณภาพ เสียง ที่เกิดขึ้นในการออกอากาศ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลที่ปรับรูปแบบจากเทปเปลี่ยนเป็นการบันทึกในรูปแบบไฟล์ที่มีขนาดเล็ก สามารถบรรจุข้อมูลได้จำนวนมาก คงความละเอียดคมชัดทั้งภาพและเสียง พร้อมกับเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสามารถ รองรับระบบดิจิทัลได้เช่นกัน ทางด้านผู้ชมเปลี่ยนแปลงเครื่องรับโทรทัศน์และกล่องรับสัญญาณในรุ่นที่รองรับสัญญาณดิจิทัลได้ สามารถรับชมภาพและเสียงได้อย่างคมชัด พร้อมรับชมช่องรายการทีวีที่มีมากขึ้น 2) พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ในยุคที่วิถีดิจิทัล ผู้ชมมีทางเลือกรับชมรายการจากช่องโทรทัศน์ที่หลากหลายมากขึ้น และเป็นผู้กำหนดเวลาเข้าชมได้ตามความสะดวกและความต้องการซึ่งผู้ชมส่วน

ใหญ่ให้ความสนใจชมรายการที่มีเนื้อหาและรูปแบบที่ให้ความบันเทิง หรือรายการรูปแบบถ่ายทอดสด ที่สร้างความสนุก ตื่นตาตื่นใจ และ 3) แนวทางการปรับตัวของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9 MCOT HD) ในยุคทีวีดิจิทัล พบว่า มีการปรับตัวด้านการผลิตรายการ โดยมีการนำเสนอ เนื้อหาที่มีสาระนำความบันเทิง ภายใต้แนวคิดหลักของสถานีในการเป็นสังคมอุดมปัญญา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการให้มีความบันเทิงเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มผู้ชมที่ต้องการให้ทางสถานีฯ สร้างสรรค์รูปแบบและนำเสนอ รายการที่ให้ความบันเทิงในหลากหลายรูปแบบ เช่น รายการประกวดแข่งขันร้องเพลงที่เป็นลิขสิทธิ์ต่างประเทศ รายการเกมโชว์ที่ให้ความสนุกและความตื่นเต้น แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีความคาดหวังให้นำเสนอเนื้อหาที่ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ สร้างแรงบันดาลใจ ให้แนวคิดและมุมมองที่มีต่อเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งแต่ละรายการของสถานีฯ ภายหลังจากที่ออกอากาศแล้ว จะมีประเมินผลความนิยมจากผู้ชมและลูกค้าว่า เป็นอย่างไร เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ตอบสนองความต้องการผู้ชมให้มากที่สุด นอกจากนี้ สถานีฯ ยังมีการปรับตัวด้านการพัฒนาความสามารถและการทำงานของบุคลากร และให้โอกาสได้มีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น โดยได้มีการจัดอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ในการผลิต รายการ และพัฒนาความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ ในยุคทีวีดิจิทัล ด้านของงบประมาณ ทางสถานีฯ มีการควบคุมต้นทุนและจัดสรรงบประมาณในการผลิตรายการให้มีความเหมาะสมต่อรายได้ที่ได้รับ พร้อมทั้งยังมีนโยบายในด้านการประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ขจร ฝ่ายเทศ (2560) ได้ศึกษา เรื่อง การหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาฝ่ายข่าวสถานีโทรทัศน์เอทีวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบพัฒนาการของการดำเนินงานของฝ่ายข่าวสถานีโทรทัศน์เอทีวีจากสื่อโทรทัศน์ท้องถิ่นไปสู่การเป็นสื่อแบบหลอมรวม และเพื่อวิเคราะห์การตอบสนองต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของโทรทัศน์ท้องถิ่น ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า ฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์เอทีวีได้หลอมรวมสื่อท้องถิ่นหลายชนิดเข้าด้วยกัน ได้แก่ รายการโทรทัศน์เคเบิล วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์แจกฟรี และการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งสนองประโยชน์ของท้องถิ่น และหลอมรวมกับสื่อใหม่ในการทำงานผลิตรายการข่าวทั้งหมด ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันไลน์สื่อสารในฝ่ายข่าว การเผยแพร่รายการข่าวโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊ก และยูทูบ การหลอมรวมสื่อเป็นวิธีที่ฝ่ายข่าวใช้ต่อรองกับแรงกดดันในบริบททางข่าวสาร เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในระดับท้องถิ่น การหลอมรวมสื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้นเกิดจากการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับสื่อแต่ละประเภท การเชื่อมโยงสื่อท้องถิ่นกับสื่อมวลชนระดับชาติ ความเป็นนักวิชาชีพของบรรณาธิการฝ่ายข่าว ผู้ซึ่งได้รับความเชื่อถือ เนื่องจากมีคุณสมบัติในด้านความเป็น

กลาง ความรักในท้องถิ่น และการรับใช้สังคม นอกจากจะเป็นผู้สื่อข่าวขององค์กรสื่อสารมวลชนระดับชาติที่ได้รับรางวัลผู้สื่อข่าวดีเด่นหลายรางวัล

สกุลศรี ศรีสารคาม (2554) ได้ศึกษา เรื่อง สังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลง กระบวนสื่อข่าว มุ่งศึกษาถึงรูปแบบของการใช้สื่อสังคม 3 ประเภท ได้แก่ ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก และบล็อกของผู้สื่อข่าว และบรรณาธิการข่าวในประเทศไทยเพื่อวิเคราะห์บทบาทสังคม 3 ประการ คือ รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการ และความสัมพันธ์กับผู้บริโภคข่าว จากการศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า รูปแบบการใช้สื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวมีความโดดเด่นในเรื่องการใช้เพื่อความรวดเร็วโดยนำมาใช้เพื่อการรายงานข่าวให้ทันต่อเหตุการณ์และจากสถานที่เกิดเหตุการณ์ ซึ่งสื่อสังคมถูกนำไปใช้ทั้งในกระบวนการข่าว (New Gathering) และเผยแพร่ข่าว (Distribution) ที่มีเครือข่ายของข้อมูลเพิ่มมากขึ้นมีแหล่งข่าวใหม่มากขึ้น สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของตนเองรวมถึงนำเสนอและการทำงานในลักษณะอื่นๆเพิ่มเติม ทั้งนี้จากการนำสื่อสังคมมาใช้ในกระบวนการสื่อข่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสื่อข่าวใน 3 เรื่องหลักที่สำคัญคือ ประการแรก รูปแบบการสื่อข่าวที่ต้องทำหน้าที่เป็นนายข่าวสารในการคัดกรองข้อมูลและตัดสินใจเลือกข่าวที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมด้วยตัวเองนำไปสู่คำถามเรื่องความรอบคอบและจริยธรรม จรรยาบรรณที่ต้องเน้นหนักมากขึ้นในการทำงานในขณะที่กองบรรณาธิการต้องปรับตัวหาบทบาทเสริม นอกเหนือจากเดิมที่เป็นอยู่เพื่อรองรับโมเดลการสื่อสารข่าวแบบใหม่นี้ที่ข่าวไม่ได้ตัดสินใจกองบรรณาธิการเท่านั้นอีกต่อไป และประการสุดท้ายคือความสัมพันธ์กับผู้รับสารที่เปลี่ยนไปสู่การสื่อสารสองทางแบบเรียลไทม์ นำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมกันทำงานในกระบวนการข่าวซึ่งเป็นการเปิดมุมมองใหม่ของการทำข่าวสู่ความหลากหลายที่ต่างกระบวนการสื่อข่าวแบบดั้งเดิม

2.11.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Liao (2023) ได้ศึกษา อิทธิพลต่อการรับรู้ของสาธารณชนต่อการใช้อีเมลมวลชนและทัศนคติต่อข่าวสารสื่อมวลชนเกี่ยวกับพฤติกรรมช่วยเหลือผู้อื่น จากทฤษฎีการปลูกฝังและทฤษฎีพฤติกรรมที่วางแผนไว้ การศึกษานี้พิจารณาว่าการรับรู้ของผู้คนเกี่ยวกับข่าวสื่อมวลชนและทัศนคติที่มีต่อข่าวนั้น ส่งผลต่อพฤติกรรมในการช่วยเหลือผู้อื่น โดยการตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่เข้าถึงอีเมลมวลชนในได้หวัน จำนวน 435 ราย ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้ SEM ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อ ความน่าเชื่อถือ และอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชนของบุคคล โดยการเปิดเผยของสื่อมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญมากกว่า การค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้มีความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่เสนอ ดังนั้น การรับรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการ

ช่วยเหลือผู้อื่น และพบว่าทัศนคติเป็นตัวกลางความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับข่าวลือมวชน และพฤติกรรมการช่วยเหลือผู้อื่น การศึกษายังให้ความสำคัญต่อทฤษฎีและการปฏิบัติ โดยเฉพาะในหน่วยงานลือมวชน ในการพัฒนาและนำแนวทางปฏิบัติที่ส่งเสริมความไว้วางใจในหมู่ผู้ฟัง โดยการส่งเสริมพฤติกรรมการช่วยเหลือผู้อื่นผ่านการรายงานข่าวในประเด็นต่างๆ

Islam (2021) ได้ศึกษา การปรับตัวของโซเชียลมีเดียและผลกระทบในบังกลาเทศ บังกลาเทศยังคงเป็นประเทศกำลังพัฒนา อย่างไรก็ตาม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้เริ่มเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น เงื่อนไขแรกของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล คือ ระบบการสื่อสารทั้งหมดของประเทศจะต้องได้รับการปรับปรุงอย่างมาก หากเราพิจารณาระบบการสื่อสาร เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มที่ปฏิวัติวงการได้ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในบังกลาเทศ โซเชียลมีเดียเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุดที่ผู้คนสามารถรับข้อมูลที่อัปเดตได้อย่างง่ายดาย และสามารถเข้าถึงความรู้ออนไลน์ระดับโลกได้อย่างง่ายดาย ผู้คนสามารถใช้โซเชียลมีเดียเป็นแหล่งความบันเทิงและการเรียนรู้อันไม่มีที่สิ้นสุด รายงานชื่อเรื่องจัดทำขึ้นเกี่ยวกับการปรับตัวของโซเชียลมีเดียและผลกระทบที่เกิดขึ้น จากการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยใช้แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีและใช้โซเชียลมีเดียอย่างน้อยหนึ่งแพลตฟอร์ม และมีหลายคนที่ใช้หลายแพลตฟอร์ม ส่วนใหญ่ใช้เวลามากกว่าหนึ่งชั่วโมงทุกวันในการใช้โซเชียลมีเดีย โดย Facebook ได้รับความนิยมมากที่สุด มีการรับรู้เชิงบวกสูง มีทัศนคติเชิงลบต่ำ และมีการพึ่งพาโซเชียลมีเดียปานกลาง

Yan (2020) ได้ศึกษา ผลกระทบของโซเชียลมีเดียต่อสื่อหลักดั้งเดิม กรณีศึกษา People's Daily การถือกำเนิดของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดความท้าทายอย่างมากต่อสื่อทั่วไป สื่อหลักดั้งเดิมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง People's Daily ในฐานะตัวแทนของสื่อหลักในประเทศจีน ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงสื่อ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายและการมีส่วนร่วมกับผู้ชม ทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยการดำเนินการกรณีศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสื่อของ People's Daily การวิจัยนี้เผยให้เห็นถึงอิทธิพลต่อการเล่าเรื่องของ People's Daily จากเนื้อหาสู่มุมมอง และขยายขอบเขตว่าการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อมูลค่าข่าวอย่างไร ผลการศึกษาค้นพบว่า People's Daily ได้รับความนิยมจากผู้ชมด้วยการนำมุมมองของผู้ชมใช้ในการพัฒนาการรับรู้ที่มุ่งเน้นผู้ชม และยกย่องตนเองว่าเป็นผู้นำทางความคิดหลัก ในขณะเดียวกัน คุณค่าของข่าวก็ถูกท้าทาย เนื่องจาก People's Daily นำเสนอเนื้อหาที่สั้นและสะท้อนอารมณ์แก่ผู้ชม นอกจากแนวโน้มในการปรับตัวเข้ากับข้อมูลที่กระจัดกระจายแล้วยังเป็นปัญหาอีกด้วย ยังมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการรวมความคิดเห็นสาธารณะเข้าด้วยกัน เนื่องจาก People's Daily มักเลือกความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ไว้ได้ประเด็นที่เป็นข้อขัดแย้ง

Omenugha (2019) ระบุว่า หนังสือพิมพ์ของไนจีเรีย กำลังได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีสื่อใหม่ในทุกด้านของการดำเนินงาน รวมถึงเนื้อหา ทรัพยากรบุคคล และรายได้ได้ แต่ผลกระทบเหล่านี้ดูเหมือนจะสร้างความแข็งแกร่งมากกว่าที่จะทำให้องค์กรหนังสือพิมพ์อ่อนแอลงเท่า นั้น เพราะหนังสือพิมพ์กลับกลายเป็นรายงานข้อมูลสร้างสรรค์ มีจริยธรรมมากขึ้น เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อเท็จจริงที่ถูกต้องในเชิงสืบสวนและเชิงวิเคราะห์ ซึ่งที่ผ่านมาสิ่งเหล่านั้น ล้วนเป็นปัญหาด้านจริยธรรมอย่างมากของสื่อมวลชนของไนจีเรีย ยิ่งไปกว่านั้น การผสมผสานของสื่อเก่าและใหม่เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การรับมือที่ดูเหมือนว่าจะเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับหนังสือพิมพ์มากขึ้น โดยใช้จุดแข็งของสื่อใหม่เพื่อเสริมจุดอ่อนของสื่อเก่า หนังสือพิมพ์ของไนจีเรียควรพยายามที่จะก้าวให้ทันกับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในปัจจุบัน

Clarissa, Edwson and Evelyn (2019) ได้ศึกษา การปรับตัวขององค์กรเข้าสู่ยุคโซเชียลมีเดีย : ผู้สื่อข่าวโซเชียลมีเดียในฟิลิปปินส์ที่อยู่ในห้องข่าวและอิทธิพลต่อแนวทางปฏิบัติด้านบรรณาธิการ จากการสัมภาษณ์นักข่าวจากห้องข่าวออนไลน์ชั้นนำ 4 แห่ง ในฟิลิปปินส์ การศึกษานี้ตรวจสอบการจัดการขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับทีมโซเชียลมีเดีย และอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านสื่อสารมวลชน องค์กรต่างๆ พิจารณาความชอบของผู้ฟังในการตัดสินใจด้านบรรณาธิการ แต่ขึ้นอยู่กับการจัดเตรียมของทีมโซเชียลมีเดีย การจัดการองค์กรบางอย่างรวมถึงการรวมบรรณาธิการโซเชียลมีเดียไว้ในการประชุมและการประชุมเรื่องราว การทำงานร่วมกันระหว่างนักข่าวและทีมโซเชียลมีเดีย และการเปิดเผยโดยตรงของบรรณาธิการชั้นนำต่อการวิเคราะห์การมีส่วนร่วม ปัจจัยขับเคลื่อนขององค์กรข่าวที่รวมโซเชียลมีเดียเข้ากับกระบวนการสร้างข่าว ได้แก่ การวางแผนตลาดมวลชน ความเป็นอันดับหนึ่งของรูปแบบข่าวดิจิทัลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์/โทรทัศน์ และประวัติความเป็นมาของแบรนด์เก่าแก่