



Received: 6 June 2024

Revised: 24 June 2024

Accepted: 24 June 2024

THE ADAPTATION MODEL OF LOCAL MASS MEDIA IN ONLINE SOCIAL MEDIA IN NORTHEAST THAILAND

Pisit CHANCHAROEN¹, Phuriphat KAEWTATANAWATTANA¹, Chamroen KHANGKHASRI¹
and Nisakorn YINDEECHAN¹

¹ Rambhai Barni Rajabhat University, Thailand; pisit.thaisaeree@gmail.com (P. C.)

Handling Editor:

Professor Dr.Chanathat BOONRATTANAKITTIBHUMI European International University, France

(This article belongs to the Theme 1: Humanities & Social Sciences for Sustainable Development)

Reviewers:

- | | |
|--|--|
| 1) Associate Professor Dr.Warat KARUCHIT | NIDA, Thailand |
| 2) Associate Professor Dr.Wittayatorn TOKEAW | Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand |
| 3) Associate Professor Surasit VITHAYARAT | Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand |

Abstract

This research objected 1) to study using of online social media of local mass media, 2) to study online social media using behavior of people, and 3) to study adaptation model of local mass media in the Northeast in online social media era. The results were as follow: 1) Online social media using local mass media has adapted quickly by using applications to present images, text and sound. The Nation Press Agency and The Government Public Relations, Region 1 Khon Kaen had presented information via online social media systemically and properly by consistency developed personnel potentials. 2) Online social media using behavior of people in the Northeast, they mostly receiving information via page, Facebook, line, YouTube, and websites through mobile phone; watch the news average 11-30 minutes/time, use online media 2-3 hours/day, information sharing 2 times/day, enter to online media because want to get local information, they had a need and expectation of local mass media performing duties basis of reality and accuracy presentation. 3) The study of the adaptation model of local mass media in the Northeast was found that the adaptation by using online mass media to present information followed exposure behavior adaptation of people which could much attracted the receiver caused the presentation fast, accurate and properly.

Keywords: Adaptation Model, Local Mass Media in Northeast, Social Media

Citation Information: Chancharoen, P., Kaewwatanawattana, P., Khangkhasri, C., & Yindeechan, N. (2024). The Adaptation Model of Local Mass Media in Online Social Media in Northeast Thailand. *Thai Interdisciplinary and Sustainability Review*, 13(2), 129-140. <https://doi.org/10.14456/tisr.2024.29>

รูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในยุคสื่อสังคมออนไลน์

พิสิษฐ์ ชาญเจริญ¹, ภูมิพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา¹, จำเริญ คังคะศรี¹ และ นิสากร ยินดีจันทร์¹

1 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี; pisit.thaisaeree@gmail.com (พิสิษฐ์)

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ มหาวิทยาลัยยุโรป อินเทอร์เน็ต ประเทศฝรั่งเศส
(บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของหัวเรื่องที่ 1: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน)

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| 1) รองศาสตราจารย์ ดร.วรัญญู คุรุจิต | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 2) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยากร ท่อแก้ว | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3) รองศาสตราจารย์ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน และ 3) ศึกษารูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่นมีการปรับตัวได้รวดเร็วโดยใช้แอปพลิเคชันในการนำเสนอภาพ ข้อความ และเสียง ศูนย์ข่าวเครือข่ายภาคอีสาน และสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น นำเสนอข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบและพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ 2) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารจากเฟสบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ และเว็บไซต์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ใช้เวลาประมาณ 11-30 นาทีต่อครั้ง และใช้สื่อออนไลน์ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน มีการแชร์ข้อมูลข่าวสาร 2 ครั้งต่อวัน เน้นรับรู้ข่าวสารในท้องถิ่น โดยคาดหวังว่าสื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวอย่างถูกต้องและเป็นจริง 3) การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นำสื่อออนไลน์มาใช้ในการนำเสนอข่าวที่ปฏิบัติตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชน ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจและนำเสนอข่าวได้รวดเร็วและถูกต้อง

คำสำคัญ: รูปแบบการปรับตัว, สื่อมวลชนท้องถิ่น, สื่อสังคมออนไลน์

ข้อมูลการอ้างอิง: พิสิษฐ์ ชาญเจริญ, ภูมิพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา, จำเริญ คังคะศรี และ นิสากร ยินดีจันทร์. (2567).

รูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือในยุคสื่อสังคมออนไลน์. *สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย*, 13(2), 129-140. <https://doi.org/10.14456/tisr.2024.29>

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

บทนำ

สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นต่าง ๆ ไปยังคนจำนวนมากในสังคม ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นสื่อสาธารณะที่มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพัฒนาในด้านการรับรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของคนในสังคม (Lasswell, 1948) การสื่อสารมวลชนประกอบไปด้วยองค์การสื่อสารมวลชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิต ผู้เผยแพร่เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ และสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนและผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางหรือสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงมวลชนผู้รับสารได้พร้อม ๆ กันในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทในสังคมปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์มีทั้งข้อมูลจริง ข่าวลือ และข่าวลวง เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถทำหน้าที่ได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร และยังมีบทบาทในการกำหนดประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม (นิรมล ประสารสุข, 2553) หรืออาจจะเรียกได้ว่าทุกคนสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อได้ ทั้งการนำเสนอข่าวและการแสดงความคิดเห็น ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นแหล่งแห่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีบทบาทต่อการรับรู้และนำเสนอข้อมูลข่าวสารของประชาชนอย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว เทคโนโลยี การสื่อสารทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนจำนวนมาก แนวโน้มล่าสุดของการใช้อินเทอร์เน็ต คือ เป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ เพื่อสร้างเครือข่ายสังคม ปัจจุบันเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และมีการแพร่ขยายเข้าไปสู่การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น

สื่อมวลชนท้องถิ่น (Local Mass Media) จัดว่าเป็นกิจการขนาดเล็ก มีทุนประกอบกิจการจำกัด สื่อมวลชนท้องถิ่น บางแห่งยังสามารถปรับตัวไปสู่การเป็นสื่อแบบหลอมรวมเพื่อความอยู่รอดได้ ทั้งนี้เนื่องจากสื่อมวลชนท้องถิ่นเติบโตภายใต้บริบททางการเมืองสังคมและเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยมาตั้งแต่แรกเริ่ม สื่อมวลชนท้องถิ่นก็ยังสามารถปรับตัวทั้งทางด้านเทคโนโลยีและกระบวนการทำงานให้พัฒนาสอดคล้องไปกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อสารและสังคมท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อแบบหลอมรวมอันเป็นแนวโน้มของสื่อมวลชนทั้งหลายที่เกิดขึ้นพร้อมกับการขยายตัวของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศ ซึ่งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นส่วนหนึ่งได้เริ่มใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข่าวสารอีกด้วย (สุกัลยา คงประดิษฐ์, 2557)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และศึกษารูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผลจากการวิจัยนี้จะช่วยให้สื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้เห็นถึงทิศทางและแนวโน้มในการพัฒนาและใช้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้รูปแบบและการปรับตัวในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้เกิดประโยชน์กับสื่อมวลชนท้องถิ่นต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวของรอย (Roy's Adaptation Model)

ทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's Adaptation Model) เป็นกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความคิดและความรู้สึก จากการตระหนักรู้ทางปัญญา และการสร้างสรรค์ในการบูรณาการระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมให้มีความกลมกลืน (Roy & Andrews, 1999) ระบบการปรับตัวของบุคคลเป็นเหมือนระบบการปรับตัวที่เป็นองค์รวม (Holistic adaptive system) และเป็นระบบเปิด ประกอบด้วยสิ่งนำเข้า (Input) กระบวนการเผชิญปัญหา (Coping process) สิ่งนำออก (Output) และกระบวนการป้อนกลับ (Feedback process) ทำงานสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว เมื่อสิ่งเร้าที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกผ่านเข้าสู่ระบบการปรับตัว จะกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปรับตัวตอบสนองต่อสิ่งเร้า นั้น โดยใช้กระบวนการเผชิญปัญหา 2 กลไก คือ กลไกการควบคุมและกลไกการคิด รู้ กลไกทั้งสองนี้จะทำงานควบคู่กันเสมอ ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมปรับตัวออกมา 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย ด้านอัตมโนทัศน์ ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านการพึ่งพาระหว่างกัน ผลลัพธ์การปรับตัวมี 2 ลักษณะคือ ปรับตัวได้และปรับตัวไม่มีประสิทธิภาพ โดยสิ่งนำออกจากระบบนี้จะป้อนกลับไปเป็นสิ่งที่นำเข้าสู่ระบบเพื่อการปรับตัวที่เหมาะสมต่อไป

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

McQuail (2010) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของสื่อต่อการเปิดรับข้อมูลมีอยู่ 4 ประการ คือ 1) สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) 2) สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) 3) สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (Information Search Media) 4) สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (Collective Participatory Media) นอกจากนี้ Becker (1972) ได้จำแนกพฤติกรรมการใช้สื่อออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลมีพฤติกรรมค้นหาข้อมูลที่ตนเองมีความสนใจ 2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสาร ข้อมูลที่ตนเองต้องการรู้หรือต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม 3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ การที่ผู้คนมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น ต้องการผ่อนคลายความเครียด ต้องการความรู้ หรือข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด กลุ่มตัวอย่าง คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้มีประชากรจำนวนมากมีการกระจายของประชากรมาก กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มเป็น 2 เท่า จากจำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 800 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อยๆ หรือแบ่งเป็นชั้นภูมิ ก่อน โดยหน่วยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกัน (Homogenous) ในการวิจัยครั้งนี้แบ่ง 20 ชั้นภูมิ ตามจำนวนจังหวัดที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร ได้แก่ สื่อมวลชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนสื่อมวลชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 10 คน การสุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยพิจารณาเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดจากตัวแทนสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารขององค์กร ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน 2564 ถึง 30 พฤศจิกายน 2565

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับรูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือในยุคสื่อสังคมออนไลน์

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อจำแนกตีความข้อมูล (Interpretation) การสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis) และสรุปตามวัตถุประสงค์และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

ผลศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น

ด้านการบริหารองค์กร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและสถานีวิทยุชุมชนส่วนใหญ่บริหารงานโดยเจ้าของ ศูนย์ข่าวเครือเนชั่น ภาคอีสาน มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ และสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการจัดบุคลากร สถานีวิทยุชุมชนเจ้าของสถานีจะทำหน้าที่ทุกอย่างเอง ศูนย์ข่าวเครือเนชั่น ภาคอีสาน มีการจ้างงานและบรรจุพนักงานตามความจำเป็นและความเหมาะสมของงาน สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 มีการกำหนดคุณสมบัติของแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจน และรับบุคคลที่สอบผ่านการคัดเลือกมาปฏิบัติงานในตำแหน่งที่กำหนด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นส่วนใหญ่ขาดการวางแผนการผลิตสื่อออนไลน์ สถานีวิทยุชุมชนมีบางสถานีใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการออกอากาศ ศูนย์ข่าวเครือเนชั่น ภาคอีสาน มีการวางแผนดำเนินการภายใต้สื่อออนไลน์ชัดเจน สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น มีการวางแผนการผลิตสื่อออนไลน์ที่เหมาะสม และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและสถานีวิทยุชุมชนมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ศูนย์ข่าวเครือเนชั่น ภาคอีสาน รับผิดชอบกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น มีการกำหนดหน้าที่รับผิดชอบในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 11 จังหวัด

ด้านการใช้สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นปฏิบัติตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ.2541 ผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มีข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ ไทย ตามธรรมนูญสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ.2552 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารถือเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชน ข่าวจะเป็นเรื่องราวที่มีการรายงานของเหตุการณ์ รวมถึงสถานการณ์ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการมีความเห็นพ้องกันว่ามีความสำคัญและน่าสนใจที่ประชาชนควรรู้ ตามหลักการประเมินคุณค่าข่าว สื่อมวลชนต้องทำการกลั่นกรองข่าวสารก่อนที่จะมีการนำเสนอ ข้อมูลต้องถูกต้อง มีการตรวจสอบข้อมูล มีการรักษามาตรฐานของการรายงานข่าว มีจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการหาข่าวและรายงานข่าว การนำเสนอข้อมูลตรงไปตรงมา ถูกต้อง มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีการใช้สื่อออนไลน์อย่างเหมาะสมและปลอดภัย ซึ่งต้องคำนึงถึง พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ร.บ. ว่าด้วยกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ด้วย

ด้านการใช้บุคลากรที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ มีบุคลากรมีความคิดเชิงบวกในการทำงานจะช่วยให้ปัญหาที่จะเกิดขึ้น และบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ง่ายขึ้น ทุกสื่อต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์ มีคุณภาพมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน มีการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือและศักยภาพของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับการผลิตสื่อออนไลน์ และการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะถือเป็นสิ่งที่สำคัญ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดให้ดีขึ้น หรือพัฒนาจุดแข็งให้ดียิ่งขึ้นไปอีก ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและสามารถนำไปปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

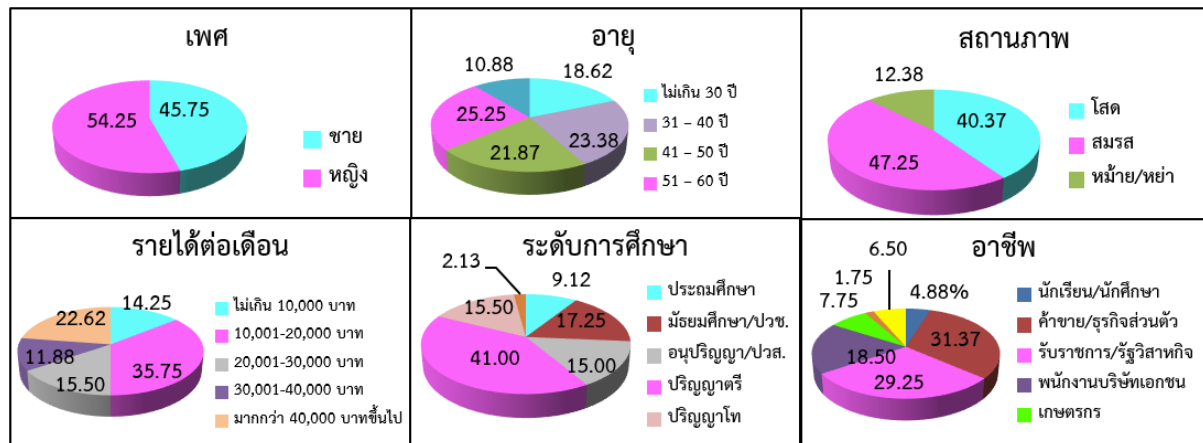
ด้านการปรับเปลี่ยนความคิดในการผลิตสื่อ สื่อต่างๆ มีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีมาช่วยผลิตสื่อ เพื่อให้การผลิตสื่อออนไลน์ได้มาตรฐาน สามารถตอบสนองการรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารทันสมัย สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน ช่วยให้ผลิตเนื้อหาต่างๆ ได้ง่าย สื่อมวลชนท้องถิ่นมีการอบรมพัฒนาทักษะในการผลิตข่าวหรือผลิตสื่อออนไลน์ การรับความรู้และนำไปปรับกับเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงเกิดเป็นแนวคิดใหม่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เกิดความสะดวก ความแปลกใหม่และน่าสนใจขึ้น

ด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ สื่อมวลชนต้องมีความรู้และทักษะที่ทันสมัย ผลิตเนื้อหาที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ในการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ เทคโนโลยีช่วยให้การผลิตสื่อสะดวกแปลกใหม่และน่าสนใจ จุดเด่นของการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ คือ การเล่าเรื่องเป็น (Storytelling) การทำข่าวออนไลน์ต้องมีความตื่นตัว กระชับ มีดนตรี มีตัวอักษร และคอนเทนต์ การนำข้อมูลจากที่อื่นต้องแจ้งแหล่งที่มาเพื่อป้องกันปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ การเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน คือ เนื้อหาสื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีดิจิทัล เนื้อหาที่มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา โดยการมีส่วนร่วมในการสร้างและผลิตเนื้อหาของผู้รับสาร (co-creators)

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

ผลศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

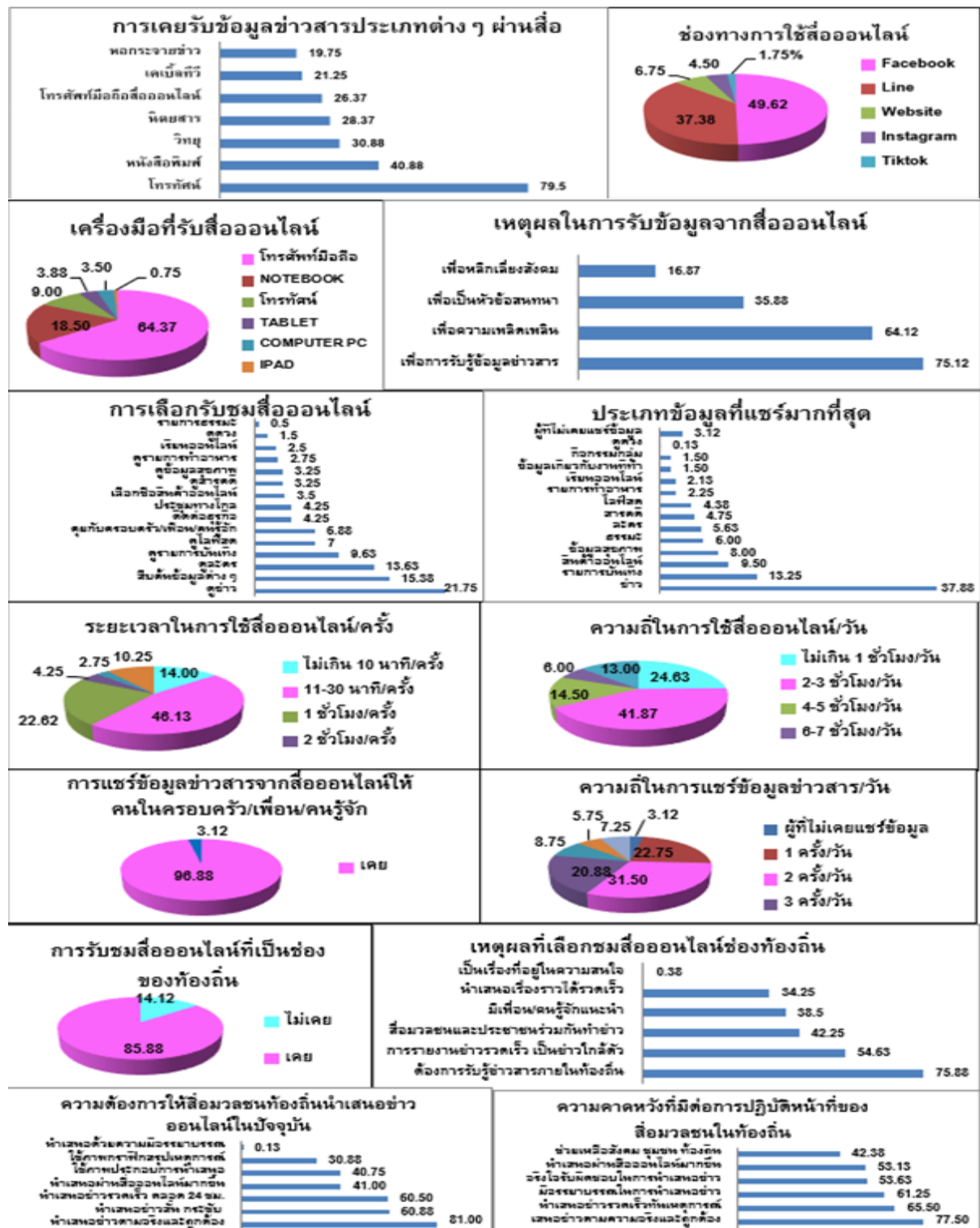
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากภาพ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 434 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 328 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.00 ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37



ภาพที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่าประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเคยรับข้อมูลข่าวสารประเภทต่างๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 636 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 ใช้สื่อออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 49.62 รับสื่อออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด จำนวน 515 คน คิดเป็นร้อยละ 64.37 รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด จำนวน 601 คน คิดเป็นร้อยละ 75.12 เลือกรับชมสื่อออนไลน์ โดยดูข่าวมากที่สุดจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ใช้เวลาในการใช้สื่อออนไลน์ 11-30 นาที/ครั้ง จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 46.13 ความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์ 2-3 ชั่วโมง/วัน จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 41.87 มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ให้คนในครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 775 คน คิดเป็น ร้อยละ 96.88 ส่วนใหญ่แชร์ข้อมูล 2 ครั้ง/วัน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 แชร์ข้อมูลข่าวมากที่สุด จำนวน 303 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.88 เคยชมสื่อออนไลน์ที่เป็นช่องของท้องถิ่น จำนวน 687 คน คิดเป็นร้อยละ 85.88 โดยรับชมผ่าน Facebook มากที่สุด จำนวน 573 คน คิดเป็นร้อยละ 71.63 ชมสื่อออนไลน์ช่องท้องถิ่น เนื่องจากต้องการรับรู้ข่าวสารความเป็นไปภายในท้องถิ่น จำนวน 607 คน คิดเป็นร้อยละ 75.88 ความต้องการให้สื่อมวลชนท้องถิ่นนำเสนอข่าวออนไลน์ ในปัจจุบัน คือ ต้องการให้นำเสนอข่าวบนพื้นฐานความเป็นจริงและถูกต้อง จำนวน 648 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ความคาดหวังที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในท้องถิ่น คือ มีการนำเสนอข่าวบนพื้นฐานความเป็นจริงและถูกต้อง มากที่สุด จำนวน 620 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)



ภาพที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษารูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษารูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำการศึกษาใน 4 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสภาพแวดล้อม หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อออนไลน์อย่างรวดเร็ว เพื่อความอยู่รอด โดยเปลี่ยนรูปแบบของหนังสือพิมพ์เป็น “สื่อออนไลน์” สื่อวิทยุกระจายเสียงปรับบทบาท รวมถึงอุปกรณ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านสู่การกระจายเสียงวิทยุดิจิทัล รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่ง

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้สื่อวิทยุต้องตระหนัก และปรับตัวในการทำงานเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น สื่อโทรทัศน์จึงต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสังคมสื่อออนไลน์ ลักษณะการเปลี่ยนแปลงในเชิงเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย ได้พัฒนาไปใช้ระบบการส่งผ่านของคลื่นเสียงและภาพโดยใช้สัญญาณดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูงทั้งความคมชัดของภาพและเสียงและสามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบอนาล็อกในหนึ่งช่องสัญญาณ

2) ด้านระบบการทำงาน การปรับตัวด้านการบริหาร ด้านการผลิต และด้านบุคลากร มีการขยายแพลตฟอร์มและนำสื่อโซเชียลมาปรับใช้ให้เกิดความชัดเจนและสอดคล้องกับบริบททางสังคมในยุคดิจิทัล ยุคสื่อออนไลน์ การปรับตัวของสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นการปรับโครงสร้างการทำงานให้รองรับการรายงานข่าวมีการปรับตัวด้านงานข่าวบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ในส่วนของสื่อวิทยุ ยังคงเน้นมาตรฐานของความสามารถทางวิชาชีพของนักจัดรายการที่มีคุณภาพ และมีความทันต่อเหตุการณ์ ด้านเนื้อหารายการมีการคัดสรรเนื้อหาที่น่าสนใจให้ผู้ฟังนั้นควรเลือกนำเสนอเรื่องราวใกล้ตัวผู้ฟัง ส่วนสื่อโทรทัศน์มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ให้มีความสอดคล้องกับแนวความคิดและกระบวนการผลิตที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารให้สามารถปฏิสัมพันธ์กับสื่อในเวลาเดียวกันได้มากกว่าหนึ่งช่องทาง ซึ่งผู้รับสารสามารถรับสารจากโทรทัศน์ผ่านเครื่องมือสื่อสารได้อย่างไม่จำกัด โดยใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคม

3) ด้านเทคโนโลยี จะเห็นได้ว่าสื่อสังคม (Social Media) มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสื่อสาร ส่งผลให้มีการใช้เครื่องมือที่มีอยู่อินเทอร์เน็ตมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลให้กระบวนการในการสื่อสารต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบในการรวบรวมข้อมูลและการเผยแพร่ข่าวสารทั้งเชิงลึกและความหลากหลายของเนื้อหาที่มีมากขึ้น โดยมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, YouTube มาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการนำเสนอข่าวมากขึ้น มีการหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอข่าวมากขึ้น ส่งผลให้เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนทั้งนักข่าวหนังสือพิมพ์ นักข่าววิทยุและนักข่าวโทรทัศน์ต้องทำการรายงานข่าวอย่างรวดเร็ว จับใจจากพื้นที่ และความต้องการรับข่าวสารที่รวดเร็วขึ้น ส่งผลให้สื่อมวลชนต่างต้องการเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟน สื่อที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงแอปพลิเคชันต่างๆ

4) ด้านการใช้สื่อ-ผู้รับข้อมูลข่าวสาร พบว่า ทิศทางการปรับตัวของสื่อมวลชน คือ การเป็นต้นแบบที่ดี (Role Model) ในการนำเสนอข้อมูล การคงไว้ซึ่งบทบาทของการเป็นผู้นำเสนอความจริง ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อประโยชน์ของประชาชน บทบาทการนำเสนอข่าวสารข้อมูล การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Disruption) ส่งผลให้สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้มากขึ้นรวมถึงการทำงานของสื่อมวลชนที่เปลี่ยน เนื่องจากผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สื่อมวลชนจึงต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารในสังคมออนไลน์และต้องผลิตเนื้อหาข่าวสารให้สามารถเข้าถึงความสนใจของผู้รับสารด้วยเช่นกัน สำหรับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร พบว่าประชาชนในปัจจุบันเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และยังแสวงหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ด้วย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่น เป็นการศึกษาสภาพในการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ใช้ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น สรุปได้ดังภาพที่ 3

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)



ภาพที่ 3 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือในยุคสื่อสังคมออนไลน์

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51-60 ปี สถานภาพสมรส มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ส่วนใหญ่เคยรับข้อมูลข่าวสารประเภทต่างๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ใช้สื่อออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด รับสื่อออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อการรับรู้ข่าวสารมากที่สุด เลือกเข้าชมสื่อออนไลน์ โดยดูข่าวมากที่สุด ใช้เวลาในการใช้สื่อออนไลน์ 11-30 นาที/ครั้ง ใช้สื่อออนไลน์ 2-3 ชั่วโมง/วัน มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ให้คนในครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก โดยแชร์ข้อมูล 2 ครั้ง/วัน แชร์ข้อมูลข่าวมากที่สุด เคยชมสื่อออนไลน์ที่เป็นช่องของท้องถิ่น โดยรับชมผ่าน Facebook ชมสื่อออนไลน์ช่องท้องถิ่นเนื่องจากต้องการรับรู้ข่าวสารความเป็นไปภายในท้องถิ่น ความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในท้องถิ่น คือ นำเสนอข่าวบนพื้นฐานความเป็นจริงและถูกต้อง

รูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษาการปรับตัวของสื่อมวลชนในท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมสื่อมวลชนท้องถิ่น ด้านระบบการทำงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านการใช้สื่อ-ผู้รับข้อมูลข่าวสาร สรุปดังภาพที่ 4

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)



ภาพที่ 4 โมเดลรูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อภิปรายผล

การใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเข้าสู่สังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอข่าวมากขึ้น สามารถตอบสนองการรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนิตา รอดใหญ่ (2563) ที่ศึกษา เรื่อง ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล News in digital media era พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมมากขึ้น ประชาชนหรือผู้รับสารนิยมบริโภคข่าวสารบนสื่อประเภทนี้มากขึ้นด้วยเช่นกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ไหม นาทองคำ (2561) ที่ศึกษา เรื่อง การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคทีวีดิจิทัล กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่า มีการปรับตัวด้านการพัฒนาความสามารถและการทำงานของบุคลากร และพัฒนาความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ ในยุคทีวีดิจิทัล และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ขจร ฝ้ายเทศ (2560) ที่ศึกษา เรื่อง การหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาฝ่ายข่าวสถานีโทรทัศน์เอทีวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์เอทีวีได้หลอมรวมสื่อท้องถิ่นหลายชนิดเข้าด้วยกัน และหลอมรวมกับสื่อใหม่ในการทำงานผลิตรายการข่าวทั้งหมด ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันไลน์ สื่อสารในฝ่ายข่าว การเผยแพร่รายการข่าวโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กและยูทูบ รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ สฤลศรี ศรีสารคาม (2554) ที่ศึกษา เรื่อง สังคม (Social media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว พบว่า สื่อสังคมถูกนำไปใช้ทั้งในกระบวนการข่าว และเผยแพร่ข่าวที่มีเครือข่ายของข้อมูลเพิ่มมากขึ้นมีแหล่งข่าวใหม่มากขึ้น สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของตนเอง เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ รูปแบบการสื่อข่าวที่ต้องทำหน้าที่เป็นนายทหารข่าวสารในการคัดกรองข้อมูลและตัดสินใจเลือกข่าวที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมด้วยตัวเอง นำไปสู่คำถามเรื่องความรอบคอบและจริยธรรม จรรยาบรรณที่ต้องเน้นหนักมากขึ้น และความสัมพันธ์กับผู้รับสารที่เปลี่ยนไปสู่การสื่อสารสองทางแบบเรียลไทม์ นำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมกันทำงานในกระบวนการข่าว การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 ด้าน ได้แก่ การปรับตัวด้านสภาพแวดล้อมสื่อมวลชนท้องถิ่น ด้านระบบการทำงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านการใช้สื่อ-ผู้รับข้อมูลข่าวสาร มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ปวีณา ชูรัตน์ และ อริน เจียจันทร์พงษ์ (2565) ที่ศึกษา เรื่อง การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและบริการ

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

ข่าวสารในยุคดิจิทัลของสื่อท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า มีการปรับตัว 3 ด้าน คือ 1) ปรับโครงสร้างการทำงาน 2) ปรับตัวด้านงานข่าว และ 3) ปรับตัวด้านธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์ (2563) ที่ศึกษา เรื่อง การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า การปรับตัวด้านการบริหารที่ชัดเจนที่สุด คือ การลดจำนวนบุคลากร ด้านการผลิตงาน สื่อดั้งเดิมได้เพิ่มแพลตฟอร์มสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เพื่อเผยแพร่ข่าวและเป็นช่องทางโฆษณา นักสื่อสารมวลชนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต ควรมีทักษะการสื่อสารที่หลากหลาย และสามารถปรับตัวเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ใหม่ นาทองคำ (2561) ที่ศึกษา เรื่อง การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคที่วิถีชีวิต การศึกษา สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่า มีการปรับตัวด้านการผลิตรายการ มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีสาระนำความบันเทิง ภายใต้แนวคิดหลักในการเป็นสังคมอุดมปัญญา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการให้มีความบันเทิงเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มผู้ชม

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำข้อมูลผลการศึกษายุทธศาสตร์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม มีความน่าสนใจและดึงดูดให้มีผู้อ่านข่าวมากขึ้น

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเข้าสู่สังคมออนไลน์ ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารองค์กร ด้านการใช้สื่อออนไลน์ ด้านการใช้บุคลากรที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ ด้านการปรับเปลี่ยนความคิดในการผลิตสื่อและด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสื่อออนไลน์

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการรับมือและแนวทางในการกำหนดรูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้าสู่สังคมออนไลน์ได้ และสามารถดำเนินงานภายใต้แพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการวางแผนรูปแบบในการปรับตัวในด้านสภาพแวดล้อม ด้านระบบการทำงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านการใช้สื่อ-ผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีระบบมีแบบแผนมากขึ้น สามารถเสนอข่าวได้ตรงตามความต้องการของผู้รับสารและสามารถใช้เทคโนโลยีสื่อออนไลน์ในการผลิตและนำเสนอข่าวได้เหมาะสม ช่วยกระตุ้นให้ผู้รับข่าวสารกลุ่มเป้าหมายหันมารับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่นมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ขจร ฝ่ายเทศ. (2560). การหลอมรวมสื่อของสื่อมวลชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาฝ่ายข่าวสถานีโทรทัศน์เอทีวี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บทความนำเสนอใน การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 55, 31 มกราคม-3 กุมภาพันธ์ 2560, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนิดา รอดใหญ่. (2563). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 33(2), 16-33.
- นิรมล ประสารสุข. (2553). เมื่อโซเชียลมีเดียเจอสื่อหลัก. กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย.
- ปวีณา ชูรัตน์ และ อริน เจียจันทร์พงษ์. (2565). การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ และบริการข่าวสารในยุคดิจิทัลของสื่อท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 10(1), 84-100.
- สกุศลศรี ศรีสารคาม. (2554). สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุกัลยา คงประดิษฐ์. (2557). การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ขนาดกลางในประเทศไทยภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี กรณีศึกษา: หนังสือพิมพ์สยามรัฐ บ้านเมือง แนวหน้า และไทยโพสต์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)

ใหม่ นาทองคำ. (2561). การปรับตัวของสื่อมวลชนในยุคที่วิถีดิจิทัล: กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์.

วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์. (2563). การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตในยุคหลอมรวมสื่อ. วารสารชุมชน

วิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 14(3), 43-57.

Becker, S. (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.

Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson. (ed.). *The Communication of Ideas* (pp. 37-51). New York: Harper and Row.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage.

Roy, C., & Andrews, H. (eds.). (1999). *The Roy Adaptation Model*. 2nd ed. New York: Appleton & Lange.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).