

การพัฒนาข่าวออนไลน์เชียงใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น

DEVELOPMENT OF CHIANG MAI NEWS ONLINE TO SERVE LOCAL COMMUNITIES

ธรรมกิตต์ ธรรมโม¹
Thammakit Thammo¹

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

¹ Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University
E-mail: thammakit_tha@cmru.ac.th

Received	May 11,2021
Revised	June 28,2021
Accepted	July 12,2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาข่าวออนไลน์เชียงใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและประเภทเนื้อหาข่าวออนไลน์จังหวัดเชียงใหม่ ความคิดเห็นของผู้รับสาร เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาข่าวออนไลน์เชียงใหม่ให้ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น ใช้วิธีการศึกษาด้วยการออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่าสื่อเพื่อการรายงานข่าวทางออนไลน์ของเมืองเชียงใหม่นำเสนอข่าวตามกระแส (Passive News) เพื่อเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นตามเนื้อหา ในสัดส่วนถึงร้อยละ 95.5 และมีข่าวที่เป็นการเจาะข่าว (Active News) เพื่อนำเสนอประเด็นที่เป็นสาระ (Serious Matters) อันจะเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นเพียงร้อยละ 4.5 โดยที่ผู้รับสารประเมินคุณภาพของข่าวออนไลน์เชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$) เท่านั้น

ข่าวออนไลน์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ยังเผชิญการจัดการภายในองค์กร มุ่งเน้นความรวดเร็วในการเสนอข่าว ขาดการกลั่นกรองความถูกต้องของข่าว แนวทางการพัฒนาข่าวออนไลน์ จะต้องปรับตัว โดยเสนอข่าวสารอย่างรอบด้าน มีทัศนวิพากษ์ มุ่งเน้นเรื่องราวที่เป็นสาระต่อสังคม นอกจากนี้จะต้องปรับเปลี่ยนมุมมองจากการมุ่งเน้นยอดผู้ติดตาม มาเป็นการเปิดให้สาธารณะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการรายงานข่าวด้วยการเสนอภาพ เรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งจะทำให้สื่อออนไลน์มีความผูกพันกับท้องถิ่นมากขึ้น และจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

คำสำคัญ

ข่าวออนไลน์ วารสารศาสตร์ท้องถิ่น สื่อมวลชนท้องถิ่น

ABSTRACT

This research ‘Development of Chiang Mai news online to serve local communities’ is aimed to study format and content presented in local online platform and also public opinion in order to better serve communities. Methodologies employed by in study included survey research, interviews and content analysis.

The study found that 95.5 percent of news items presented in online media in Chiang Mai are those categorized as passive news with straightforward reporting while only 4.5 percent were identified as active news, i.e. serious matters to educate locals. Accordingly, research correspondents consider quality of local news media on moderate level ($\bar{x} = 3.20$).

Local online news providers have been struggling with problems related to organizational management. Competition among news providers is to be the first to report resulted in incorrectness because of poor screening and validation. In order to improve this news platform, it should focus more on stories vis-à-vis local interests rather than on those for increasing view number. Online news should also allow local people participate in reporting their stories or other matters in order to sustainably develop side by side with local community.

Keywords

Online News, Local Journalism, Local Media

บทนำ

การสร้างสังคมท้องถิ่นให้เข้มแข็งและยั่งยืน บนรากฐานของการมีพลเมืองที่ตื่นตัว (Active Citizens) และรู้เท่าทันต่อข้อมูลข่าวสารนั้น จำเป็นต้องมีสื่อที่หลากหลายในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างสมดุลทางด้านเนื้อหาข่าวสาร และทักษะการมองที่หลากหลายและรอบด้าน

รัสมัส คลีซ นีลเสน ผู้อำนวยการสถาบันรอยเตอร์เพื่อการศึกษาวารสารศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยออกฟอร์ด (Nielsen, 2015) กล่าวว่าสื่อท้องถิ่น หรือวารสารศาสตร์ท้องถิ่น (Local Journalism) มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการเชื่อมโยงท้องถิ่นเข้าด้วยกัน การรายงานข่าวสารสาธารณะในท้องถิ่น การเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และตรวจสอบถ่วงดุลผู้มีอำนาจทั้งในภาครัฐและธุรกิจของท้องถิ่น สอดคล้องกับสุรรัตน์ นุ่มนนท์ (2530) ซึ่งมองว่าสื่อท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญครอบคลุมทั้งการบอกข่าวสารท้องถิ่น การให้ความรู้ และการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน รวมถึงเฮอเบิร์ต แกนส์ (Gans, 2003) ที่มองว่าสื่อจะต้องรายงานข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะและสะท้อนภาพจากฐานรากของสังคมไปสู่สังคมในวงกว้าง

อีกทั้งสื่อท้องถิ่นยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีส่วนช่วยในการขยายสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของชุมชน และมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาธิปไตยให้กับท้องถิ่น (กฤษณ์ ทองเลิศ,

2539) แต่ทั้งนี้การรับรู้ข่าวสารจะต้องขึ้นอยู่กับความตื่นตัว ความสามารถ และการมีวิธีการใช้สื่อที่ถูกต้องและเหมาะสมของผู้รับสารด้วย

เมื่อกล่าวถึงสื่อท้องถิ่นบนรากฐานการพัฒนาที่ผ่านมา ประชาชนต่างพึ่งพาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั่วโลกในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาประสบปัญหาการล่มสลายหลายประการ ทั้งในแง่ของการบริหารภายในและปัจจัยภายนอกซึ่งทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ จนต้องปิดกิจการไปเป็นจำนวนมาก (Hayes & Lawless, 2018) ในจังหวัดเชียงใหม่ก็เช่นกัน สื่อสิ่งพิมพ์ได้ทยอยปิดกิจการไปเป็นจำนวนมากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ธรรมรงค์ ประชากร ข่าวสยาม เชียงใหม่นิวส์ เป็นต้น (ดนยา ธัชชนก, 2537; บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, 2559) ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเคลื่อนย้ายของผู้รับไปสู่สื่อออนไลน์ จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Printed Newspaper) รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในสัดส่วนถึงร้อยละ 72 เมื่อเทียบกับการเปิดรับจากหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ (Printed Newspaper) เพียงร้อยละ 28 เท่านั้น (ธรรมกิตติ ธรรมโม, 2560)

ข้อได้เปรียบของสื่อออนไลน์คือความสามารถในการเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ และบางครั้งผู้รับสามารถรับทราบเหตุการณ์ในเวลาเดียวกันกับเหตุการณ์ผ่านการถ่ายทอดสดรับชมและรับฟัง (Real Time) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือแท็บเล็ต นอกจากนี้สื่อออนไลน์ยังสามารถเปิดรับในเวลาที่คุณต้องการ (My Time) ไม่นับถึงความมีเสน่ห์ในแง่ของความสามารถผสมผสานข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิก และเสียงลงไปในสื่อเดียวกันทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายขึ้น

สื่อออนไลน์โดยธรรมชาติแล้วเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะที่เรียกว่าสองทาง (Two-Way Communication) เปิดโอกาสให้ผู้ส่งและผู้รับสามารถโต้ตอบกันได้ นั่นหมายความว่าผู้ให้บริการสามารถทราบผลหรือปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้รับได้ดีกว่าสื่อในรูปแบบเดิมที่มีลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication)

สิ่งที่สำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งคือสื่อออนไลน์เปิดให้ผู้รับสารสามารถแสดงบทบาทผู้ส่งได้ในขณะเดียวกัน กระทั่งเกิดการบัญญัติศัพท์คำว่า “Producers” ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างคำว่า Producer (ผู้ผลิต) กับคำว่า User (ผู้ใช้สื่อ)

เจมส์ ซี เฟาสท์ (Foust, 2009) ระบุว่าชาวออนไลน์มีจุดเด่นคือความสามารถของผู้รับสารในการควบคุมพฤติกรรมในการรับสื่อ (Audience Control) โดยสามารถเลือกรับข่าวตามแบบฉบับของตัวเอง ในเวลาและสถานที่ที่ตัวเองต้องการ อีกทั้งยังความสามารถในการนำเสนอต่อผู้รับสารที่ไม่ใช่การเรียงลำดับแบบเส้นตรง (Nonlinearity) ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องอ่านจากต้นไปจนจบ หากแต่สามารถข้ามไปอ่านในจุดที่ตัวเองสนใจ โดยการคลิกผ่านลิงก์บริการต่าง ๆ ที่ทำได้ นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการจัดเก็บและเรียกขึ้นมาใช้ตามที่ต้องการ (Storage And Retrieval) สร้างความสะดวกสบายกับผู้ใช้

รูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์ในโลกดิจิทัล สามารถดำเนินการได้ด้วยการนำเสนอในหลากหลายรูปแบบได้แก่

1. การนำเสนอในรูปแบบการรายงานข่าว อันได้แก่ ข่าวหลัก (Main News) ซึ่งเป็นข่าวที่ให้ข้อมูลข่าวสารค่อนข้างสมบูรณ์ ตอบคำถามใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไรอย่างครบถ้วน และข่าวด่วน (Breaking News) ซึ่งนำเสนอทันทีที่เหตุการณ์เกิดขึ้น
2. การนำเสนอในรูปแบบของรายงานข่าวด้วยเสียง (Sound) เพื่อเพิ่มสีสันให้กับข่าว
3. การนำเสนอข่าวในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว (Moving Picture) ในลักษณะข่าวโทรทัศน์หรือวิดีโอ (Video Clip)
4. การนำเสนอเนื้อหาจากผู้ใช้งาน (User Generated Content) ซึ่งผู้ให้บริการเปิดโอกาสให้โพสต์ความคิดเห็น ข้อความ ภาพ ฯลฯ ขึ้นมาบนพื้นที่ออนไลน์ กระทั่งเป็นเนื้อหาอีกส่วนหนึ่งที่ผู้รับสารทั่วไปเข้าไปอ่านเพื่อรับทราบทิศทางของความคิดเห็นสาธารณะ

การศึกษาข่าวออนไลน์ครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นหัวเมืองที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย เป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาในภาคเหนือ และมีสื่อออนไลน์ที่มีจำนวนมากและหลากหลาย แม้ว่าจะยังเป็นยุคต้นของข่าวออนไลน์ที่ยังไม่มีการพัฒนาเต็มรูปแบบเหมือนกับข่าวออนไลน์ระดับประเทศ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากโครงสร้างของสื่อมวลชนไทยยังรวมศูนย์ไว้ที่ส่วนกลาง ดังที่ธนศวรร จริญญาเมือง (อ้างในธรรมกิตติ ธรรมโม, 2560) ระบุว่า การรวมศูนย์ทางธุรกิจ การค้า การจ้างงาน ฯลฯ ทำให้หัวเมืองในต่างจังหวัดไม่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ สื่อท้องถิ่นโดยทั่วไปจึงมีขนาดเล็ก ไม่เข้มแข็ง เพราะแหล่งรายได้เพื่อพัฒนาองค์กรยังมีอยู่อย่างจำกัดตามขนาดของเศรษฐกิจท้องถิ่น

จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าข่าวออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าได้ใช้ช่องทางการเปิดเว็บไซต์แล้วเชื่อมโยงกับสื่อสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเฟซบุ๊กกับทวิตเตอร์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง มีผู้ให้บริการ 13 แห่ง โดยบางส่วนพัฒนามาจากสื่อสิ่งพิมพ์ แล้วหันมาให้บริการข่าวออนไลน์ และอีกส่วนหนึ่งเป็นข่าวออนไลน์ที่เพิ่งกำเนิดขึ้นมาจากนักข่าวที่หันมาเปิดเว็บไซต์ข่าวของตัวเอง โดยกลุ่มหลังเป็นองค์กรขนาดเล็กมีทีมผู้ร่วมงานเพียง 1-3 คน

การวิจัยครั้งนี้จึงถือเป็นการบุกเบิกเพื่อสำรวจสภาวะการณ์ของสื่อออนไลน์ท้องถิ่นที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่นเชียงใหม่ และมุ่งเป้าหมายไปยังคนท้องถิ่นว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์เชียงใหม่อย่างไร และมีความคิดเห็นต่อสื่อดังกล่าวอย่างไร รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อออนไลน์ว่ามีรูปแบบการนำเสนอและประเภทของเนื้อหาเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังให้ความสนใจถึงการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาข่าวออนไลน์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและประเภทเนื้อหาของข่าวออนไลน์จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อข่าวออนไลน์เชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาถึงการดำเนินการ ปัญหาอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาข่าวออนไลน์เชียงใหม่ให้ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น

การวางแผนโครงการศึกษาวิจัยสื่อออนไลน์เชียงใหม่ทั้ง 3 ประการจะทำให้เห็นสภาพการดำเนินงานของข่าวออนไลน์ อุปสรรคในการพัฒนาของสื่อท้องถิ่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร ตลอดจนมุมมองที่มาจากผู้รับสาร ซึ่งจะช่วยให้มองเห็นภาพของแนวทางการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยที่ผสมผสาน (Mixed method) ทั้งการวิจัยเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผลการสำรวจทั้งที่เป็นเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงสำรวจ

1.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

เป็นการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในฐานะผู้รับสารว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อข่าวออนไลน์เชียงใหม่ที่ให้บริการในปัจจุบัน พร้อมทั้งประเมินถึงคุณภาพของข่าวออนไลน์ รวมถึงแนวทางที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาขึ้นในข่าวออนไลน์ โดยเป็นการสอบถามเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ไปยังผู้ที่รู้จัก หรือผู้ที่บริโภค/เคยบริโภคข่าวออนไลน์เชียงใหม่เท่านั้น

จากสถิติของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้ระบุประชากรจังหวัดเชียงใหม่ เดือนมีนาคม 2562 มีทั้งหมด 1,763,742 คน (กรมการปกครอง: 2562) ผู้วิจัยใช้สูตรการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ได้ผลเท่ากับ 399.9 จึงออกแบบสอบถาม 400 ชุด

1.2 การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดข่าวออนไลน์และข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ท้องถิ่น วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น และประเมินคุณค่าหรือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการนำมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale)

การตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2 ท่าน ที่มีความรู้เกี่ยวกับการวิจัยและสถิติ 1 ท่าน และนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนจำนวน 1 ท่าน หลังจากได้รับคำแนะนำและข้อเสนอแนะแล้ว ได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์

ส่วนการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่บุคคลเดียวกันกับการวิจัย จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยใช้สูตร

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ

α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 คือ ผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้คือ 0.95 ถือว่าอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้ ทั้งนี้ตามมาตรฐานควรมีค่าแอลฟาไม่น้อยกว่า 0.80 หรือสูงกว่า (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2557)

2. การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงาน ฐานะ บทบาท และปัญหา อุปสรรคของข่าวออนไลน์ท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยมุ่งไปยังผู้ที่คลุกคลีในวงการข่าวออนไลน์ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปีขึ้นไปกับวงการข่าวออนไลน์ของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 คน ประกอบด้วยไปทั้งผู้บริหาร ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ และผู้ปฏิบัติงานสื่อ (Media Practitioners) ทั้งนี้มีการทวนซ้ำความถูกต้องของข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์หลังจากถอดความ ทั้งนี้การออกแบบวิจัยที่เหมาะสมและการมีวิธีการวิจัยที่สอดคล้องกับคำถามการวิจัย ช่วยยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Lindlof, 1995; Mason, 1997)

3. การวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวออนไลน์เชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและโครงสร้างของเนื้อหา ความครอบคลุมเนื้อหาของข่าวสาร ความถี่ในการนำเสนอข่าว และลักษณะการนำเสนอสังคมออนไลน์มาใช้ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้จากผู้ให้บริการข่าวออนไลน์ที่ค้นหาพบทั้งหมด รายชื่อจากบัญชีรายชื่อทำเนียบสื่อมวลชนของสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ และทำเนียบสื่อจากชมรมสื่อออนไลน์เชียงใหม่ พบว่ามีข่าวออนไลน์เชียงใหม่ที่ให้บริการทั้งหมด 13 ราย แต่เนื่องจากสื่อออนไลน์เหล่านี้ส่วนใหญ่มีความเคลื่อนไหวทางด้านการเสนอข่าวสารไม่มากนัก ผู้วิจัยได้เลือกข่าวออนไลน์ที่มีการนำเสนอข่าวสารเป็นประจำต่อเนื่องเพียง 3 ราย ได้แก่

1. เว็บไซต์ CM108 มียอดผู้ติดตามทางเฟซบุ๊ก จำนวน 581,369 คน
2. สำนักข่าวเชียงใหม่นิวส์ มียอดผู้ติดตามทางเฟซบุ๊ก จำนวน 564,021 คน
3. สำนักข่าวเห็ดลม มียอดผู้ติดตามทางเฟซบุ๊กจำนวน 17,207 คน

ระยะเวลาในการวิเคราะห์ข้อมูลคือช่วง 2 เดือนตั้งแต่วันที่ 1 เมษายนถึง 30 พฤษภาคม 2562 โดยเก็บข้อมูลเป็นประจำทุกวันต่อเนื่องกันทั้ง 60 วัน โดยใช้ตารางลงรหัส (Coding Sheet) ซึ่งมีทั้งหมด 3 ตาราง ประกอบด้วย 1) ตารางลงรหัสประจำวัน เพื่อให้ทราบถึงความถี่ในการอัปเดตข่าวสาร ตารางลงรหัสแยกประเภทเนื้อหาข่าวสาร (การเมือง-การบริหารท้องถิ่น เศรษฐกิจ

อาชญากรรม วัฒนธรรม ท่องเที่ยว-บันเทิง เกร็ดความรู้ และเนื้อหาอื่นๆ เพื่อให้ทราบประเภทของเนื้อหาข่าวออนไลน์และรูปแบบในการนำเสนอ และ 3) ตารางลงรหัสเพื่อแยกเนื้อหาตามประเภท/แหล่งที่มาของข่าวซึ่งยึดตามหลักวิชาการวารสารศาสตร์

3.1 การกำหนดหน่วยในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้หน่วยในการวิจัย 2 ประเภท เพื่อให้การวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ในเชิงปริมาณคือ 1) หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit Of Analysis) ตามแนวคิดหลัก (Theme) และตามแบบรายการเรื่อง (Item) 2) หน่วยในการระบุจำนวน (Unit Of Enumeration) พิจารณาจากความถี่ (Frequency)

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือผู้วิจัยได้ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ โดยสุ่มตัวอย่างจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์เชียงใหม่ 5 เว็บไซต์ ๆ ละ 20 รายการ รวม 100 รายการ โดยมีผู้ช่วยวิจัยอีก 1 คน สลับกันอ่าน แล้วกรอกข้อมูลลงในแบบบันทึกที่จัดเตรียมไว้ เพื่อให้แน่ใจว่าหากผู้วิจัยทำการวัดด้วยวิธีเดียวกัน เครื่องมือชุดเดียวกันแล้ว ผลที่ได้จากการวัดแต่ละครั้งมีความคงที่และแน่นอน

การทดสอบได้ใช้สูตรของโฮลสตี (Holsti, 1969) ดังนี้

$$R = \frac{N(C1,C2)}{C1+C2}$$

C1, C2 = จำนวนการลงรหัสที่ผู้ลงรหัสเห็นสอดคล้องกัน

C1 + C2 = จำนวนการลงรหัสทั้งหมด

N = จำนวนผู้ลงรหัส

ค่าคำนวณที่ได้จากสูตรข้างต้นควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่าเครื่องมือในการวิจัยที่นำมาใช้มีความน่าเชื่อถือ ผลการแทนค่าและคำนวณที่ได้คือ 0.90 จึงถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาจากข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถาม การวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

1. การวิจัยภาคสนามด้วยการออกแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.8 และเป็นเพศชายร้อยละ 49.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.5

ผู้รับสารเปิดรับข่าวสารท้องถิ่นมากที่สุดจากสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 49.5 ความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์ท้องถิ่น 2-6 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 41.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการบริโภคข่าวออนไลน์ท้องถิ่นเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 71 ช่วงเวลาที่เปิดรับไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 40.5 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ 80.8 ช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดคือผ่านเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 31.2

ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินคุณภาพของข่าวออนไลน์เชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าข่าวออนไลน์มีความถูกต้องของเนื้อหา

ข่าว สูงที่สุด ($\bar{x} = 4.43$) และต่ำที่สุดคือการเปิดกว้างให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเสนอเนื้อหาและความคิดเห็น ($\bar{x} = 2.48$)

ในด้านความต้องการของผู้รับสารท้องถิ่นพบว่าต้องการให้มีการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับภัยพิบัติและการแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมาคือข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง การบริหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 20.4 ประเด็นที่ผู้รับสารมีความคิดเห็นว่าข่าวออนไลน์ท้องถิ่นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือการนำเสนอข่าวสารและเรื่องราวที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นให้ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือการเปิดให้ประชาชนนำเสนอหรือโพสต์เรื่องราวได้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 33.5

ผู้รับสารมีความคิดเห็นว่าประเด็นสำคัญที่สุดในการพัฒนาข่าวออนไลน์ให้ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นในเชิงอุดมคติคือการทำหน้าที่เป็นปากเสียงให้กับชุมชนท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมในทุกมิติ คิดเป็นร้อยละ 27

2. การวิเคราะห์เนื้อหา จากทั้งหมด 1,355 ชิ้นข่าว เฉลี่ยวันละ 45 ชิ้นข่าว พบว่ารูปแบบในการนำเสนอเป็นข่าวจำนวน 1,190 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 87.8 ภาพข่าว 121 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.9 วิดีโอแบบไม่มีเสียงบรรยาย 21 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.0 บทความ 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 0.7 และนำเสนอเป็นวิดีโอเผยแพร่พร้อมภาพตัดต่อและเสียงบรรยาย 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 0.5

ประเภทของเนื้อหาข่าวออนไลน์ เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม-ศิลปะ-วัฒนธรรม จำนวน 481 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 35.5 อาชญากรรม-อุบัติเหตุ จำนวน 220 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.2 ภัยพิบัติ และการแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติ จำนวน 213 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.7 เนื้อหาอื่น ๆ จำนวน 135 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 10 การเมือง-การบริหารท้องถิ่น จำนวน 74 คิดเป็นร้อยละ 5.5 เศรษฐกิจ จำนวน 60 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.4 เกร็ดความรู้ จำนวน 57 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.2 การศึกษา จำนวน 16 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.2 และกีฬา 11 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 0.8

3. การสัมภาษณ์

การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ปรากฏผลโดยสรุปคือจินตนา กิจมี และขวัญดาว จิตรพนา (สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2563) ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานข่าวของสำนักข่าวเห็ดลมระบุว่าภูมิทัศน์สื่อและการสื่อสารของท้องถิ่นเมืองเชียงใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่มีสื่อมวลชนเป็นศูนย์กลางในการกระจายข่าวไปสู่มวลชน ผู้รับสารในท้องถิ่น โดยในปัจจุบันกลายเป็นว่าใครก็สามารถทำให้หน้าที่ในการสื่อสารหรือทำหน้าที่ผู้ส่ง ดังนั้นจึงมีการเปิดเว็บไซต์ มีการเปิดบัญชีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ฯลฯ ของตัวเอง แล้วสื่อข้อมูลข่าวสารออกไป เรื่องราวที่สื่อสารออกไปก็มีทั้งข่าวสาร ที่กินที่เกี่ยว ทั้งที่มีสาระและไม่มีสาระ โดยเน้นความรวดเร็วเป็นหลัก เนื้อหาในข่าวออนไลน์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประกอบด้วย 1) ข่าวอาชญากรรม อุบัติเหตุ 2) การท่องเที่ยว สถานที่รับประทานอาหารและที่ท่องเที่ยว และ 3) ภัยธรรมชาติ เช่น ฝนตก น้ำท่วม ไฟป่า หมอกควัน ฯลฯ สื่อออนไลน์ท้องถิ่นดังกล่าวมีขนาดเล็กโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อระดับประเทศ ทุกแห่งมีขอบเขตการทำงานภายในพื้นที่ข่าวของจังหวัดเชียงใหม่ เสนอข่าวสารเกี่ยวกับเมืองเชียงใหม่เป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นคนในพื้นที่ แม้ว่าลักษณะของข่าวออนไลน์จะสามารถเข้าถึงได้จากทุกพื้นที่ทั่วโลกก็ตาม

สื่อออนไลน์เชียงใหม่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่พัฒนามาจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เด่นชัดที่สุดคือเชียงใหม่นิวส์ออนไลน์ ซึ่งจะมีรูปลักษณะเป็นองค์กรชัดเจน มีพนักงานมากกว่า 20 คน มีการนำเสนอข่าวครอบคลุมและต่อเนื่อง รวมถึงรายได้ที่มากกว่า ส่วนที่เหลือทั้งหมดเป็นสื่อออนไลน์ขนาดเล็กที่เกิดขึ้นใหม่โดยตัวของนักข่าวเอง ส่วนใหญ่ใช้บ้านของตัวเองเป็นสำนักงาน มีคนทำงานเพียงแห่งละ 1-3 คนเท่านั้น

โดยสรุปสื่อออนไลน์ที่มีความต่อเนื่องและมีผู้ติดตามมากคือ 1) เชียงใหม่นิวส์ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแล้วเปลี่ยนตัวเองมาเป็นข่าวออนไลน์ 2) ซีเอ็ม 108 ซึ่งเน้นเรื่องที่เป็นสีสันของเมืองเชียงใหม่ ทำให้คนคนติดตามเป็นจำนวนมาก และ 3) สำนักข่าวเห็ดลม ซึ่งแม้จะมีคนติดตามน้อยกว่า 2 รายแรก แต่เน้นการเสนอข่าวเชิงคุณภาพ และสิ่งที่เป็นสาระแก่คนท้องถิ่น

ในขณะที่สื่อออนไลน์บางแห่งใช้วิธีการเลือกเรื่องที่คิดว่าเมื่อนำเสนอแล้ว คนจะสนใจติดตามมาก หวังเพียงอย่างเดียวว่าจะเป็นวิธีเพิ่มยอดคนติดตาม ในขณะที่ข่าวประเภทที่มีสาระอย่างประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เหลืออยู่ในสัดส่วนเนื้อหาน้อยมาก

การได้มาซึ่งข่าวของผู้สื่อข่าวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมักจะอาศัยการเล่าเรื่องจากคนที่เกี่ยวข้อง มากกว่าการเข้าไปลงพื้นที่ด้วยตนเอง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะข่าวออนไลน์เชียงใหม่มีคนทำงานน้อย ไม่ได้มีรูปลักษณะเป็นองค์กรขนาดใหญ่เหมือนกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในอดีต วิธีการได้มาซึ่งข่าวเช่นนี้ เป็นจุดอ่อนทำให้ข่าวสารมีความผิดพลาดเกิดขึ้น หรือข่าวที่ออกมาเป็นไปในทางที่แหล่งข่าวต้องการ อาจจะไม่ใช่อะไรที่แท้จริง เช่น แหล่งข่าวบอกว่าไฟป่าได้ดับหมดแล้ว แต่ความเป็นจริงไฟป่าที่เกิดขึ้นในเชียงใหม่ยังคงอยู่ เป็นต้น

ปัจจุบันฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ-เอกชนในเชียงใหม่นิยม สร้างกลุ่มไลน์แล้วถึงผู้สื่อข่าวเข้าไปกลุ่มไลน์ดังกล่าว เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของตัวเองให้ผู้สื่อข่าว เพื่อลดค่าใช้จ่ายของหน่วยงาน ในขณะที่ผู้ข่าวก็คิดว่าได้ข่าวย่างขึ้น หลายสำนักข่าวคัดลอกมาลงในสื่อของตัวเองเลย ทำให้ข่าวสารที่ออกไปเหมือนกันทุกสำนักและถูกกำหนดโดยแหล่งข่าว

ข่าวออนไลน์ท้องถิ่นเชียงใหม่ยังประสบกับปัญหาการบริหารภายในองค์กร ยังต้องต่อสู้กับความอยู่รอดทางธุรกิจ ส่วนใหญ่มีรายได้มาจากสถานประกอบการที่เชิญสื่อออนไลน์ออกไปรีวิวลินค้าและบริการ ส่วนการโฆษณาโดยตรงบนเว็บไซต์นั้นยังมีไม่มากนัก

แนวทางการพัฒนาข่าวออนไลน์ควรจะต้องเน้นเสนอเนื้อหาเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในระยะยาวจะต้องไม่เสนอเรื่องราวที่เพียงเพื่อนำไปสู่การเพิ่มยอดผู้ติดตามที่ส่งผลเสียต่อสังคม อีกทั้งจะต้องไม่มีช่องทางหรือเป็นเวทีในการทำลายล้างฝ่ายตรงข้าม นอกจากนี้จะต้องเสนอเรื่องราวที่เป็นผลประโยชน์ของท้องถิ่น ยกตัวอย่าง กรณีข่าวการใช้พื้นที่ป่าบริเวณเชิงดอยสุเทพสร้างบ้านพักของสำนักงานศาลอุทธรณ์ภาค 5 หรือที่รู้จักกันในนามข่าวป่าแห้ว ก็เกิดจากการจุดประเด็นของข่าวออนไลน์ท้องถิ่น กระทั่งนำไปสู่การคัดค้านของคนท้องถิ่นในวงกว้าง กระทั่งกลายเป็นข่าวดังและสุดท้ายนายกรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรีต้องเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหานี้

นราธิป หิรัญวุฒิกุล เจ้าของและบรรณาธิการเว็บไซต์ซีเอ็ม 108 (สัมภาษณ์ 20 พฤษภาคม 2563) กล่าวว่าข่าวออนไลน์เชียงใหม่มักจะแข่งกันในเรื่องความเร็วว่าใครจะเสนอได้ก่อนกัน โดยมุ่งหวังสร้างเรตติ้งหรือสร้างยอดคนติดตาม ทำให้หลายครั้งจะเกิดความผิดพลาดทำให้ข่าวออนไลน์ขาดความน่าเชื่อถือ หากจะเทียบกับข่าวในรูปแบบเดิม คิดว่าข่าวในสื่อแบบเดิม

มีความน่าเชื่อถือมากกว่า เพราะข่าวมีกระบวนการกลั่นกรองจากผู้สื่อข่าว สู่หัวหน้าข่าว และหัวหน้ากองบรรณาธิการ มีเวลาในการพิจารณาก่อนนำไปตีพิมพ์ มีความลึก มีความเป็นมาตรฐานมากกว่า อีกทั้งมักจะมียอดนักข่าวอาชีพ หรือสื่อกำกับดูแล ทำให้เกิดความระมัดระวังในการนำเสนอ แต่ข่าวออนไลน์เชียงใหม่บางครั้งก่อตั้งโดยคน ๆ เดียว เขียนข่าวเองและนำเสนอเอง ทำให้มีความผิดพลาดมากกว่า แต่อย่างไรก็ตามข่าวออนไลน์มีความสามารถในการเข้าถึงผู้คนมากกว่าข่าวในรูปแบบเดิมมาก

พฤติกรรมผู้รับสารเชียงใหม่ได้เปลี่ยนไปโดยปรับจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อออนไลน์มากขึ้น มีการบริโภคข่าวท้องถิ่นผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านเฟซบุ๊กเป็นอันดับหนึ่ง มากกว่าทวิตเตอร์ ซึ่งจะจุดอ่อนคือจำกัดจำนวนตัวอักษร ส่วนไลน์นั้นมักจะเป็นกลุ่มคนระดับวัยกลางคนขึ้นไปจนถึงคนสูงวัย ส่วนการรับข่าวท้องถิ่นผ่านโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ มีน้อยมาก

สื่อออนไลน์เชียงใหม่เกือบทั้งหมดมีขนาดเล็ก รายได้มาจากสปอนเซอร์ที่เชิญไปรีวิวสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังมีรายได้จากส่วนราชการ หรือบริษัทที่มาซื้อโฆษณาบนพื้นที่ของเว็บไซต์ แต่น้อยมาก เพราะมีคนที่ไม่เข้าไปยังเว็บไซต์โดยตรงน้อยมาก ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่จะหันไปทำแอปพลิเคชัน (Application) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กันเป็นส่วนใหญ่ การที่เรามีเว็บไซต์ก็เพื่อให้เป็นบ้านของตนเองเท่านั้น

เนื้อหาข่าวออนไลน์เชียงใหม่มักจะมุ่งตามกระแสที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า จะเป็นข่าวในความหมายดั้งเดิม ซึ่งมาจากการเข้าไปเจาะข่าวของผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการ

แนวทางในการพัฒนาสื่อออนไลน์เชียงใหม่ ควรเน้นกันที่การสร้างคุณภาพข่าวและการร่วมมือกันในลักษณะการรวมตัวกันเป็นชมรมวิชาชีพเพื่อสร้างมาตรฐานของข่าวออนไลน์

ทวน ทรนง ผู้สื่อข่าวอาวุโสของเชียงใหม่นิวส์ออนไลน์ (สัมภาษณ์ 4 กรกฎาคม 2563) กล่าวว่าข่าวออนไลน์เชียงใหม่มีบทบาทในการแจ้งข่าวสารท้องถิ่นมากขึ้น แต่พบว่าประเด็นข่าวที่มีสาระมีคนอ่านน้อยลง แต่ข่าวประเภทที่ไม่ค่อยมีสาระกลับอยู่ในกระแสความสนใจของคน มียอดวิว (View) มาก อีกทั้งพบว่ามักจะมีการแข่งขันกันที่จำนวนยอดผู้ติดตาม

เส้นทางของข่าวในรูปแบบเดิมมีระบบกลั่นกรองหลายชั้นภายในกองบรรณาธิการ แต่ข่าวออนไลน์ท้องถิ่นมีระบบกลั่นกรองน้อยลง เน้นในแง่ความรวดเร็ว วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลอาศัยการส่งข้อมูลดิบของแหล่งข่าวทั้งจากภาครัฐและเอกชน มากกว่าการลงพื้นที่โดยตรง

โดยสรุปข่าวท้องถิ่นปัจจุบันมาจาก 1) หน่วยราชการ 2) ภาคเอกชน 3) เหตุการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุ-อาชญากรรม 4) ข่าวที่เราตามจากกระแสจากรโซเชียล ซึ่งโดยรวมมีมากกว่าการลงพื้นที่เพื่อเจาะข่าวเชิงลึกในประเด็นที่เป็นประเด็นสาระสำคัญของปัญหาท้องถิ่น

นายกรวุฒิ อาสนะ บรรณาธิการข่าวซีเอ็มซีออนไลน์ (สัมภาษณ์ 23 มิถุนายน 2563) ให้ข้อมูลว่าสื่อเพื่อการรายงานข่าวของท้องถิ่นเชียงใหม่ได้เปลี่ยนแปลงจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อออนไลน์ โดยเริ่มจากหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ที่ประกาศยุติหนังสือพิมพ์รายวันมาทำเป็นสื่อออนไลน์ เมื่อปี 2560 ทั้งนี้การทำสื่อออนไลน์ท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเน้นสร้างยอดผู้ติดตาม ยอดแชร์ มักแข่งขันกันทางด้านเวลาว่าใครจะนำเสนอก่อน มีเนื้อหาข่าวเชิงลึกจากการเจาะข่าวของกองบรรณาธิการน้อย

การดำเนินงานของชาวออนไลน์เชียงใหม่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก บางแห่งดำเนินการเองทุกด้านโดยผู้สื่อข่าวคนเดียว รายได้ของสื่อออนไลน์เชียงใหม่มาจาก 1) โฆษณา ซึ่งกระจายไปยังแพลตฟอร์มทุกประเภทคือเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ยูทูบ เป็นการขายพื้นที่ของตัวเองไปยังเจ้าของสินค้าและบริการ 2) เป็นโฆษณาที่มีจากตัวกลางอย่างกูเกิ้ล 3) รายได้จากการออกไปทำรีวิวเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ การเปิดร้านอาหาร ฯลฯ โดยรวมแล้วรายได้โดยรวมของชาวออนไลน์เชียงใหม่มีน้อย เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย

นายเอกรัตน์ บรรเลง ผู้สื่อข่าวอาวุโสของสำนักข่าวผู้จัดการออนไลน์ (สัมภาษณ์ 1 มิถุนายน 2563) ให้สัมภาษณ์ว่ารูปแบบการบริโภคข่าวสารของคนท้องถิ่นเป็นการรับผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นประเด็นตามกระแสสังคมมากกว่าเรื่องราวที่เป็นสาระทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ในลักษณะที่เรียกว่าเรื่องราวสาระ (Serious matters) โลกของชาวออนไลน์ มักแข่งขันกันที่ยอดผู้ติดตาม เพื่อนำไปเป็นเหตุผลในการอธิบายถึงความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารที่กว้างขวาง และมักจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวและเจ้าของสินค้า ผู้ลงโฆษณา รวมถึงอัตราค่าโฆษณา

ข้อดีของชาวออนไลน์ประการหนึ่งก็คือเราสามารถตรวจสอบได้ทันทีภายหลังจากที่อัปเดตข่าวขึ้นไปว่าข่าวดังกล่าวมีผู้คนสนใจในการติดตามมากน้อยแค่ไหน รวมถึงกองบรรณาธิการมักจะอ่านความคิดเห็นของผู้รับสารว่ามีความคิดเห็นต่อข่าว และต่อสื่ออย่างไร

รายได้ของสื่อออนไลน์ท้องถิ่นเชียงใหม่มาจาก 3 ส่วนคือ 1) รายได้จากโฆษณา ซึ่งในส่วนนี้แยกออกเป็น 2 ส่วนย่อยคือโฆษณาจากเจ้าของสินค้าและบริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีโฆษณาทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อกับสื่อเพื่อลงพื้นที่โฆษณาในสื่อออนไลน์ และอีกส่วนหนึ่งเป็นโฆษณาที่เกิดขึ้นจากกูเกิ้ล 2) รายได้จากการรับจากเจ้าของสินค้าและบริการที่ต้องการให้สื่อออนไลน์ช่วยลงพื้นที่ไปรีวิวสินค้าและบริการ หรือไปถ่ายทอดสดงานอีเวนต์ที่จัดขึ้น อันเป็นการช่วยโปรโมทสินค้าและบริการดังกล่าวไปยังผู้บริโภค หากจะถามว่ารายได้แหล่งแรกกับแหล่งที่สอง ช่องทางไหนมากกว่ากัน คงตอบยาก ขึ้นอยู่กับสื่อแต่ละสำนักว่าเน้นช่องทางไหนเป็นหลัก

สื่อท้องถิ่นเกือบทั้งหมด มีองค์กรที่เล็ก กะทัดรัด และมีบางแห่งที่มีเพียงนักข่าวคนเดียวเป็นทั้งเจ้าของและผู้ดำเนินการเพียงคนเดียว เพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ที่มีจำนวนไม่มาก ทางด้านสำนักงานก็มีขนาดเล็ก และบางแห่งไม่มีสำนักงาน ใช้ระบบติดต่อประสานงานกันบนโลกออนไลน์ ซึ่งสะดวก รวดเร็ว

ตามแบบฉบับของความเป็นสื่อมวลชนดั้งเดิม จะมีการแยกกองบรรณาธิการและกองโฆษณาออกจากกันอย่างชัดเจนเพื่อให้กองบรรณาธิการมีอิสระในการนำเสนอข่าวสาร แต่ปัจจุบันแทบจะกล่าวได้ว่าทั้งสองส่วนรวมเป็นส่วนเดียวกัน เพื่อเอื้ออำนวยให้กองโฆษณาทำงานง่ายขึ้น และองค์กรมีรายได้เพียงพอในการหล่อเลี้ยงพนักงานทั้งหมด ทำให้กล่าวได้ว่าสื่อสูญเสียความเป็นอิสระจากแหล่งข่าวมากพอสมควร เช่น การออกไปทำรีวิวสินค้าและบริการจะต้องเสนอเนื้อหาและภาพที่เป็นบวกเท่านั้นต่อเจ้าของ ซึ่งมีพันธะที่จะต้องจ่ายค่าโฆษณาและค่าดำเนินการให้กับสื่อ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อเพื่อตอบคำถามการวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบและประเภทเนื้อหาของข่าวออนไลน์จังหวัดเชียงใหม่ พฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อข่าวออนไลน์ และการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคของข่าวออนไลน์เชียงใหม่

1. ข่าวออนไลน์เชียงใหม่มีรูปแบบและประเภทเนื้อหาอย่างไร

ข่าวออนไลน์เชียงใหม่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่พัฒนามาจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะเป็นองค์กรที่มีพนักงานมากกว่า 20 คน มีฐานของผู้รับสารกว้างขวาง และการนำเสนอเนื้อหา มีความครอบคลุมข่าวสารมากกว่ากลุ่มที่สอง ซึ่งเป็นข่าวออนไลน์ขนาดเล็กที่ตั้งขึ้นมาใหม่โดยนักข่าว จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าสื่อเพื่อการรายงานข่าวทางออนไลน์ในภาพรวมดังกล่าวนำเสนอเนื้อหาในรูปของข่าวมากที่สุด จำนวน 1,190 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 87.8 เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม-ศิลปะ-วัฒนธรรม มากที่สุด จำนวน 481 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 35.5

เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อเพื่อการรายงานข่าวของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ดังกล่าว เมื่อวิเคราะห์แยกแยะพบว่าเป็นข่าวตามกระแส (Passive news) หรือข่าวไม่ได้เกิดจากการริเริ่มของกองบรรณาธิการ แต่เป็นการติดตามเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากปัจจัยอื่น ในสัดส่วนถึงร้อยละ 95.5 และมีการข่าวที่เป็นการเจาะข่าวของกองบรรณาธิการ (Active news) เพียงร้อยละ 4.5 นั้นหมายความว่าข่าวออนไลน์เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มาจากกระแสของข่าวอุบัติเหตุ-อาชญากรรม และข่าวที่มาจากประเด็นที่พบในสื่อสังคมซึ่งมีการส่งต่อกันกว้างขวาง ในขณะที่ข่าวที่มีสาระต่อสังคมจากประเภทการเจาะข่าวของกองบรรณาธิการมีอยู่อย่างจำกัด (เอกรัตน์ บรรลพ, 2563; กรวุฒิ อาสนะ, 2563) สอดคล้องกับสื่อเพื่อการรายงานข่าวทั่วไปในปัจจุบันที่เผชิญกับปัญหานานัปการ ทำให้มีการแข่งขันกันเสนอข่าวที่เรียกยอดคนติดตาม มากกว่าจะเป็นเรื่องราวที่มีสาระต่อสังคม สอดคล้องกับที่เฮอเบิร์ต แกนส์ (Gans, 2003) ระบุว่าสื่อมวลชนห่วงใยกับความอยู่รอดทางธุรกิจของตนเอง จึงเกิดแรงกดดันที่จะต้องเสนอข่าวเบา (Soft News) และเรื่องราวที่เรียกร้องคนเข้ามาบริโภคข่าวของตัวเอง รวมถึงไม่ยอมที่จะลงทุนในการส่งทีมผู้สื่อข่าวไปเจาะประเด็นที่สำคัญ โดยมองว่าไม่คุ้มค่าในการลงทุน

2. พฤติกรรมการรับสาร และความคิดเห็นของผู้รับที่มีต่อข่าวออนไลน์เชียงใหม่เป็นอย่างไร

ผู้รับสารได้เปลี่ยนแปลงแบบแผนการบริโภคสื่อตามภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อออนไลน์มากขึ้น โดยพบว่าการเปิดรับข่าวสารท้องถิ่นจากสื่อออนไลน์มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 49.5 ในขณะที่สื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 19 และ 10.7 ตามลำดับ เนื่องจากความสะดวกและความฉับไวของสื่อออนไลน์ รวมถึงคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ที่ผู้รับสารสามารถเลือกรับในรูปแบบและเวลาที่ต้องการ (Foust, 2009) จากการสำรวจพบว่าผู้รับสารมีความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์ท้องถิ่น 2-6 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 41.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการบริโภคข่าวออนไลน์ท้องถิ่นเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 71 ช่วงเวลาที่เปิดรับไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 40.5 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 80.8 ช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดคือผ่านเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 31.2

นอกจากนี้พบว่าผู้รับสารประเมินคุณภาพของข่าวออนไลน์เชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$) เท่านั้น และต้องการให้มีการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับภัยพิบัติและการแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 28.4 ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าเชียงใหม่มีปัญหาทางด้านภัยธรรมชาติ เช่น ปัญหาน้ำท่วม ปัญหาน้ำท่วม และปัญหาภัยแล้งในช่วงฤดูร้อน จึงต้องการทราบถึงสถานการณ์และการดำเนินการเพื่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ประเด็นที่ผู้รับสารมีความคิดเห็นว่าข่าวออนไลน์ท้องถิ่นต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือการนำเสนอข่าวสารและเรื่องราวที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นให้ครบถ้วน คิดเห็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือการเปิดให้ประชาชนนำเสนอหรือโพสต์เรื่องราวได้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 33.5

ผู้รับสารมีความคิดเห็นว่าประเด็นสำคัญที่สุดในการพัฒนาข่าวออนไลน์ให้ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นในเชิงอุดมคติคือการทำหน้าที่เป็นปากเสียงให้กับชุมชนท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมในทุกมิติ คิดเป็นร้อยละ 27 โดยการมีส่วนร่วมดังกล่าว สามารถเป็นไปได้ทั้งในเชิงโครงสร้างซึ่งหมายถึงการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ และการร่วมเชิงดำเนินงานซึ่งหมายถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรายงานข่าวและนำเสนอเนื้อหา

3. การดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรคเพื่อการพัฒนาข่าวออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น เป็นอย่างไร

สื่อเพื่อการรายงานข่าวท้องถิ่นเชียงใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์มีลักษณะเป็นองค์กรขนาดเล็ก มีคนทำงานจำนวนน้อย ส่วนใหญ่เกิดจากอดีตทีมงานข่าวที่ทำสื่อสิ่งพิมพ์มาก่อน โดยใช้วิธีการเปิดเว็บไซต์ของตนเอง แล้วเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และไลน์ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค

สื่อเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังเผชิญกับปัญหาความอยู่รอดในเชิงธุรกิจ เนื่องจากมีรายได้ค่อนข้างจำกัด โดยส่วนใหญ่มาจากการสนับสนุนของสปอนเซอร์ที่ต้องการให้สื่อออกไปช่วยโฆษณาสินค้าและบริการ และอีกส่วนหนึ่งเป็นรายได้จากการโฆษณา

สื่อเพื่อการรายงานข่าวทางออนไลน์เชียงใหม่ มุ่งเน้นความรวดเร็วในการเสนอข่าว มีการกลั่นกรองข่าวน้อยลงเมื่อเทียบกับการรายงานข่าวทางสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม จึงก่อให้เกิดความผิดพลาดในการรายงานข่าวได้ง่าย

วิธีการเข้าถึงแหล่งข่าวและการแสวงหาข้อมูลนั้น ผู้สื่อข่าวมีการลงพื้นที่เพื่อเข้าถึงเหตุการณ์และสัมภาษณ์แหล่งข่าวโดยตรงน้อยลง ข้อมูลเพื่อการรายงานข่าวของภาครัฐและเอกชนมักจะมาจากเวทีการสื่อสารกลางทางออนไลน์ที่สร้างขึ้นระหว่างผู้สื่อข่าวและแหล่งข่าว ซึ่งที่นิยมมากที่สุดคือการตั้งกลุ่มโดยใช้แอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรใช้เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ตัวเองต้องการไปยังผู้สื่อข่าว รูปแบบการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อการรายงานข่าวดังกล่าวทำให้ข่าวที่ออกมาอาจจะได้ความจริงไม่ครบถ้วน และเป็นข่าวตามกระแส (Passive News) ไม่สอดคล้องกับบทบาทเชิงอุดมคติของสื่อมวลชนที่จะต้องทั้งรายงานข่าวและตรวจสอบความไม่ชอบมาพากลที่เกิดขึ้นในสังคม ดังที่เฮอร์เบิร์ต แกนส์ (Gans, 2003) ระบุว่าสื่อจะต้องลดข่าวประเภทที่เขาเรียกว่า Top-Down News ซึ่งเป็นข่าวที่เผยแพร่มาจากภาครัฐและภาคธุรกิจไปยังประชาชน โดยจะต้องทำหน้าที่รายงานข่าวสาธารณะอย่างรอบด้าน มีทัศนะวิพากษ์ และจะต้องซุกคืบ (Expose)

ความไม่ชอบธรรม ไม่ถูกต้อง และการปฏิบัติงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม แล้วเสนอต่อประชาชน

แนวทางการพัฒนาสื่อออนไลน์จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสนอข่าวให้ครอบคลุม เป็นปากเสียงให้กับท้องถิ่น รวมถึงเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เช่น การเปิดพื้นที่สื่อให้เสนอปัญหา เรื่องราวความเป็นไปต่อสาธารณะ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรายงานข่าว ซึ่งปัจจุบันยังมีอยู่ในสัดส่วนที่น้อย นอกจากนี้จะต้องมุ่งเน้นเรื่องราวที่เป็นสาระต่อสังคม และทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล (Gans, 2003) ที่สำคัญที่สุดสื่อออนไลน์ควรจะต้องปรับเข้มแข็งจากการเสนอเรื่องราวที่มุ่งเพียงการเพิ่มยอดผู้ติดตามมาเป็นสื่อแห่งสาระที่ผูกพันกับชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไปคือ

1. การใช้สื่อออนไลน์เพื่อรายงานหรือรณรงค์ในประเด็นปัญหาท้องถิ่น
2. แนวทางการพัฒนาวารสารศาสตร์ทั้งในรูปของสื่อออนไลน์และสื่อรูปแบบอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- เกษณ ทองเลิศ. (2539). **สื่อมวลชน การเมืองและวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.
- ดนยา รัชชนก. (2537). **หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวันจังหวัดเชียงใหม่กับการกำหนดวาระข่าวสาร การพัฒนาให้แก่ชุมชน**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธรรมกิตติ ธรรมโม (2560). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชียงใหม่และการพัฒนาไปสู่ความเป็นสื่อพลเมือง. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพ** 12(3), 292-309.
- บรรยงค์ สุวรรณพ้อง. (2559). **สถานภาพและบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2559, จากเว็บไซต์ http://www.tja.or.th/index.php?option=com_rokdownloads&view=folder&Itemid=27&id=733:
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2557). **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรัตน์ นุ่มนนท์ (2530). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ พิมพ์ครั้งที่ 2. ในคณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (บก.). **ความหมายและความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์** (1-88). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Cronbach, L.J. (1970), **Essentials of Psychological test** 5th edition. New York: Harper Collins.

- Foust, J.C. (2009). **Online Journalism: Principles and practices of the news for the web**. Scottsdale, Arizona: Holcomb Hathaway.
- Hayes, D, & Lawless, J., (2018). The Decline of local news and its effects: New evidence from longitudinal data. **The Journal of Politics**. 80 (1), 332-336. Retrieved from <http://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/694105>
- Holsti, O.R. (1969). **Content analysis for social sciences and humanities**. MA: Addison-Westley Publishing.
- Gans, H. (2003). **Democracy and the news**. Oxford: Oxford University Press.
- Nielsen, R. k. (2015). Introduction: The uncertain future of local Journalism. In R. K. Nielsen (Ed.). **Local Journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media** (pp.1-24). London: I.B.Tauris.
- Mason, J. (1997). **Qualitative researching**. London: Sage.
- Lindlof, T.R. (1995). **Qualitative communication research methods**. Thousand Oaks, CA: Sage.

ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

	Name and Surname: Thammakit Thammo Highest Education: PhD, Macquarie University University or Agency: Chiang Mai Rajabhat University Address: Chiang Mai Rajabhat University
---	--