

นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรักชันของสื่อมวลชนไทย

Creative Journalism Innovation in the Digital Disruption Era of the Thai Mass

วิโรจน์ ศรีหิรัญ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Wiroj Srihirun, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University

Email : wiroj.sr@ssru.ac.th

Received: 6 November 2020 ; Revised: 9 November 2020 ; Accepted: 22 December 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษางานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ ค้นหาและวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะการสื่อสารใหม่ของนวัตกรรมการสื่อสารเชิงวารสารศาสตร์ รวมทั้งพัฒนาและยกระดับให้งานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสู่นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรักชัน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกที่มีแนวทางแบบกึ่งมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการ นักวิชาชีพและประชาชนผู้บริโภคสื่อด้านวารสารศาสตร์ จำนวน 9 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การตีความเพื่อนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า งานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรักชันของสื่อมวลชนไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่ามีลักษณะโดยทั่วไปคือ ควรเน้น“ข้อเท็จจริงที่รวดเร็วและถูกต้องน่าเชื่อถือ”โดย ทุกสิ่งต้องมาพร้อมกัน ส่วนลักษณะเฉพาะที่เด่นเป็นพิเศษคือวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล การเน้นการแจ้งข้อมูลข่าวสารควรเป็น“ข่าววิถีปกติใหม่”ที่ต้องใช้ภาษากระชับและชัดเจนอย่างแท้จริง การหลอมรวมสื่อวารสารศาสตร์ควร“หลอมรวมเชิงเป้าหมาย”เป็นการหลอมรวมข่าวเพื่อสังคมไม่ใช่ข่าวเชิงปริมาณ ลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ในงานวารสารศาสตร์ควรเป็นการคิดประเด็นข่าวและรายงานข่าวจาก“ประโยชน์ของสังคม”มากกว่าความสนใจของสังคม การพลิกผันทางดิจิทัลหรือการเคลื่อนย้ายสู่ดิจิทัลแพลตฟอร์มนั้นส่งผลให้เกิดข่าวสังคมออนไลน์ 4.0 อย่างชัดเจน และการพัฒนาเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดในงานวารสารศาสตร์ควรใช้เทคโนโลยีเครื่องกลลอยฟ้าไร้คนขับ (โดรน) รวมทั้งควรใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือในการรายงานข่าวที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น

การค้นหาและวิเคราะห์นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรักชันของสื่อมวลชนไทยนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ควรสร้างแอปพลิเคชันที่ช่วยป้องกันข่าวปลอม นวัตกรรมเชิงกระบวนการควรเป็นลักษณะวารสารศาสตร์หลอมรวมโดยผู้บริโภคสื่อควรมีความกระตือรือร้นใน

การขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสารไปพร้อมกับนักวารสารศาสตร์ด้วย นวัตกรรมเชิงตำแหน่งควรเป็นลักษณะการเปลี่ยนตำแหน่งจากเดิมที่เป็นองค์กรข่าวที่ถูกต้องน่าเชื่อถือปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรข่าวที่รวดเร็วและถูกต้องน่าเชื่อถือ นวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศน์ควรเปลี่ยนกรอบความคิดหรือกระบวนการทัศน์จากการเน้นข่าวหนังสือพิมพ์และข่าวโทรทัศน์เปลี่ยนเป็นรูปแบบข่าวออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ และนวัตกรรมเชิงสังคมควรเป็นนวัตกรรมที่สื่อวารสารศาสตร์มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้นเป็นวารสารศาสตร์เชิงสังคม ที่เน้นนำเสนอข่าวเพื่อช่วยเหลือคนในสังคมที่เดือดร้อน

การพัฒนาและยกระดับให้งานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสู่ นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าควรเน้นพัฒนาเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกภาคส่วนในสังคม ไม่ว่าจะอยู่บนแพลตฟอร์มใด โดยเนื้อหาควรมีลักษณะ “เนื้อหาสาระเชิงสร้างสรรค์” จึงจะไม่ถูกปฏิเสธจากเทคโนโลยีดิจิทัล และการยกระดับควรเน้นการสร้าง “การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง” ให้ประชาชนผู้บริโภคสื่อวารสารศาสตร์ขยายพรมแดนแห่งการเรียนรู้ให้ครอบคลุมทุกความเปลี่ยนแปลงของ ภูมิทัศน์สื่อทั้งในโลกยุคดิจิทัลดิสรพ์ชันในปัจจุบันและโลกอนาคตให้ได้

คำสำคัญ : วารสารศาสตร์, นวัตกรรม, วารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์, ดิจิทัลดิสรพ์ชัน, สื่อมวลชนไทย

Abstract

This research aims to know the creative journalism work, find and analyze new communication styles and characteristics of journalism communication innovations. As well as develop and upgrade the journalism of Thai media to the creative journalism innovation in the digital distribution era. This research is qualitative. Using in-depth interviews with a semi-structured approach with academic samples. Professional people and consumers of journalism media amount 9 people. Data analysis uses interpretations to be presented in descriptive or descriptive style.

The research results showed that the creative journalism work in the digital distribution era of the Thai media. The majority of the respondents agreed that there is a general characteristic that should focus on “fast, accurate, reliable facts” with all things coming together. The special feature is information journalism. The emphasis should be placed on “new normal news” that requires more concise and clear language. The melting of media journalism should be “targeted melting” as the melting of social news, not quantitative news. The characteristics of creativity in journalism should be the idea of news and news reports from “benefits of society” rather than the interests of society. The digital turnover or the turnaround has clearly resulted in social media 4.0 news and leap forward technology development in journalism, should use drone technology, including the use of artificial intelligence technology as a tool for news reporting more modern.

The search and analysis of creative journalism innovations in the digital distribution era of the Thai media. Most of the sample groups view that product innovation should create an application that helps prevent fake news, process innovation should be a fusion of journalism in which media consumers should be enthusiastic about driving information together with journalists. Positioning innovation should be a change of position from a correct, credible news organization with a fast and accurate news organization. Paradigm innovations should change the paradigm or paradigm

by focusing on news and newspapers. Television changed to a full online news format. And social innovations should be innovations that journalism, media should contribute to change the quality of life of people in society. Social media journalism that focuses on news to help people in society in need.

The development and upgrade of Thai journalism to innovate creative journalism in the digital distribution era. Most of the respondents think that it should focus on developing content that will benefit all sectors in society. Regardless of which platform. The content should look like “creative content” so it will not be deprived of digital technology. And raising the level of emphasis on creating “literacy for change” for the public, media, and journalism. Expanding the boundary of learning to cover all changes in the media landscape. Both in the digital age, the current distribution and the future.

Key Words : Journalism, Innovation, Creative Journalism, Digital Disruption, Thai Mass Media

บทนำ

“วารสารศาสตร์” เป็นองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นก่อนศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอย่างนิเทศศาสตร์ หากแต่ในปัจจุบัน ด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้ศาสตร์เก่าแก่ศาสตร์นี้อาจเริ่มเก่า และแก๊ไปบ้างแล้ว ในกระแสที่ภูมิทัศน์สื่อต่างๆ ถูกปรับเปลี่ยนไปอย่างมากจนแทบจะเรียกได้ว่า สื่อดั้งเดิมอย่างวารสารศาสตร์สิ่งพิมพ์ (Print Journalism) ทำได้เพียงประคองตัวอย่างยากลำบากท่ามกลางคลื่นลมแห่งท้องทะเลเทคโนโลยีดิจิทัล

การประกาศปิดตัวของหนังสือพิมพ์และสถานีโทรทัศน์จำนวนมากมายหลายสื่อในช่วงไม่ถึงสิบปีที่ผ่านมา ตัวอย่างเช่น ในปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2562 สื่อมวลชนสองสื่อที่อยู่ในเครือเดียวกัน อย่าง ‘โพสต์ทูเดย์’ และ ‘M2F’ ได้ปิดตัวลงด้วยเหตุผลว่าประสบปัญหาขาดทุนต่อเนื่อง โดยวางแผนจะปรับโพสต์ทูเดย์ไปเป็นสื่อดิจิทัลแบบเต็มตัว ผลที่เกิดขึ้นทันทีคือพนักงานราวๆ 200 ชีวิตจากหนังสือพิมพ์ทั้งสองสื่อถูกเลิกจ้าง ตั้งแต่ผู้สื่อข่าว พนักงานฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดหน้า ฝ่ายพิสูจน์อักษร ฯลฯ โดยจะคัดเลือกพนักงานจากกองบรรณาธิการให้เหลือเพียง 20 คน เพื่อทำสื่อดิจิทัลร่วมกับทีมดิจิทัลเดิมของโพสต์ทูเดย์ เหตุการณ์นี้เป็นตัวอย่างที่สะท้อนสภาวะการเปลี่ยนผ่านจากสื่อเก่าไปสู่สื่อใหม่ได้อย่างชัดเจน เห็นได้จากในช่วงหลายปีมานี้ สื่อหลายแห่งเลือกยุติการผลิตสื่อที่เป็นกระดาษและเบนเข็มไปสู่สื่อนามออนไลน์มากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมทางการสื่อสารเป็นนวัตกรรมรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการดำเนินงานต่างๆ ในสังคมได้ เพราะกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญในฐานะเป็น “เครื่องมือ” หนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารสาธารณะ การสื่อสารในองค์กร การสื่อสารทางสื่อมวลชน หรือการสื่อสารผ่านสื่อใหม่’ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่านวัตกรรมทางการสื่อสารมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของมนุษย์โดยนวัตกรรมดังกล่าวอาจเป็นทั้งความคิดใหม่ วิธีการ การกระทำ หรือ สิ่งใหม่ๆ อาทิ สื่อ เทคโนโลยี อุปกรณ์ หรือเครื่องมือทางการสื่อสารที่มนุษย์นำมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การแก้ไขปัญหา หรือพัฒนาวิธีการดำรงชีวิตหรือการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม

อินเทอร์เน็ตจะทำให้วัฏจักรด้านเทคโนโลยีมีช่วงชีวิต (life cycle) ที่สั้นลง เพราะโลกมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอย่างหนักมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา จึงทำให้เทคโนโลยีในทุกสาขาวิชามีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด และเป็นที่น่าสนใจว่า ในช่วงปี 2020-2025 รูปแบบของการดำเนินธุรกิจจะเปลี่ยน

ไปอย่างมาก จนอาจจะมีอาชีพบางสาขาย้ายไป เกิดรูปแบบอาชีพใหม่ๆ ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนมากมาย จนอาจจะไม่เห็นเค้าโครงเดิมในปี 2030 เพราะในช่วงเวลานั้น เทคโนโลยี Mobile broadband, IoT, Big data, AI, Data analytics และ Blockchain จะมีการหลอมรวม (Convergence) เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง จนทำให้ขีดความสามารถในธุรกิจแบบดั้งเดิมไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อีกต่อไป (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2562)

ดังนั้นในปัจจุบัน “ดิจิทัลดิสรรัปชัน” หรือการพลิกผันทางดิจิทัล กลายเป็นหัวใจสำคัญของผู้บริหารของทุกองค์กร และผลกระทบของดิจิทัลดิสรรัปชันได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่นั้นส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในอดีต

จากความสำคัญของนวัตกรรมการสื่อสารและการพลิกผันทางดิจิทัลหรือดิจิทัลดิสรรัปชันที่ส่งผลกระทบต่องานวารสารศาสตร์ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษานวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนารูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ และเนื้อหาลักษณะการสื่อสารใหม่ๆ ในงานวารสารศาสตร์ โดยเน้นไปที่การค้นหาเชิงวิเคราะห์เพื่อพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารด้านวารสารศาสตร์ในยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลนี้ ประเด็นสำคัญที่ต้องการวิจัยเกี่ยวข้องกับยกระดับให้วารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยก้าวสู่การมีนวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรรัปชัน

ทั้งนี้ผลการศึกษาในเรื่องนี้จะสามารถนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ของสื่อมวลชนไทยอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม และในเชิงวิชาการยังสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางการสื่อสารเพื่องานวารสารศาสตร์ที่สำคัญได้ อันจะนำไปสู่การสร้างแนวคิดเชิงนวัตกรรมวารสารศาสตร์ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์อย่างมากที่สุดกับสื่อมวลชนในประเทศไทยในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาวิชาชีพวารสารศาสตร์ให้มีความทันสมัยและความน่าเชื่อถืออย่างแท้จริงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษางานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรรัปชันของสื่อมวลชนไทย
2. เพื่อค้นหาและวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะการสื่อสารใหม่ของนวัตกรรมการสื่อสารเชิงวารสารศาสตร์ในยุคดิจิทัลดิสรรัปชันของสื่อมวลชนไทย
3. เพื่อพัฒนาและยกระดับให้งานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสู่ “นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์” ในยุคดิจิทัลดิสรรัปชัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการหลอมรวมสื่อวารสารศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับดิจิทัลดิสรรัปชัน แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interview) ที่มีแนวทางแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi Structured) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ จากสถาบันการศึกษาชั้นนำต่างๆ ในกรุงเทพฯ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ

1 คน มหาวิทยาลัยเอกชน 1 คน และมหาวิทยาลัยราชภัฏ 1 คน 2. กลุ่มนักวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์ จากองค์กรสื่อสารมวลชนชั้นนำต่างๆ ในกรุงเทพฯ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์การทำงาน ในองค์กรสื่อสารมวลชน มาอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 คน จากองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ 1 คน องค์กรสื่อวิทยุโทรทัศน์ 1 คน และองค์กรสื่อออนไลน์ 1 คน และ 3. กลุ่มประชาชนผู้บริโภคสื่อวารสารศาสตร์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับงานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนมาอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 คน ทั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนมาอย่างน้อย 5 ปี และเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านวารสารศาสตร์ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความสะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูลวิจัยเพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องน่าเชื่อถือมากที่สุด ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้การตีความเพื่อนำเสนองานวิจัยในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลซ้ำอีกครั้ง (Second Thought) ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการนำผลสรุปการวิจัยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ให้ข้อมูล งานวิจัยของคนอื่นที่ทำเรื่องคล้ายคลึงกัน รวมทั้งตรวจสอบแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญหลายๆ คนอีกด้วย

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 งานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรูปชั้นของสื่อมวลชนไทย

1.1 ลักษณะโดยทั่วไปและลักษณะเฉพาะที่เด่นเป็นพิเศษ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า ลักษณะโดยทั่วไปของงานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรูปชั้นของสื่อมวลชนไทย ควรเน้น “ข้อเท็จจริงที่รวดเร็วและถูกต้องน่าเชื่อถือ”(fact, fast and faultless) โดยทุกสิ่งต้องมาด้วยกัน รองลงมามองว่า ควรเน้นการนำเสนอในรูปแบบสารคดีเชิงข่าวหรือการทำข่าวเชิงเจาะลึกซึ่งควรมีสไตลข่าวที่เป็นของตนเอง เพื่อสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ให้กับสื่อวารสารศาสตร์

ส่วนลักษณะเฉพาะที่เด่นเป็นพิเศษของงานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรูปชั้นของสื่อมวลชนไทยคือ “วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล”(Data Journalism) อันเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในลักษณะการนำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอให้น่าสนใจได้ด้วย Data ที่ถูกต้อง มีแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

1.2 การเน้นการแจ้งข้อมูลข่าวสารและการอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การเน้นการแจ้งข้อมูลข่าวสารในงานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรูปชั้นของสื่อมวลชนไทย ควรเป็น “ข่าววิถีปกติใหม่” (The News of New Normal) ที่ต้องใช้ภาษากระชับและชัดเจนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในส่วนของพาดหัวข่าว (News Headline) แล้วขยายความในตัวเนื้อข่าว (News Body) เพื่ออธิบายรายละเอียดสำหรับประชาชนที่ต้องการข้อมูลที่มากขึ้น

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างรองลงมามองว่า การเน้นการแจ้งข้อมูลข่าวสารนั้น ข้อเท็จจริงของข่าวอาจไม่ใช่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงหรือ base on fact เพียงอย่างเดียว อาจต้องเปลี่ยนเป็น base on values กล่าวคือ ข่าวควรอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงที่มีคุณค่าต่อสังคม ซึ่งอาจกลายเป็นคุณค่าข่าว (New Values) ด้านใดด้านหนึ่งหรือไม่ก็ได้ แต่ข่าวในลักษณะ New Normal ควรเป็นข่าวที่มีคุณค่าในตัวเอง เป็น คุณค่าที่สัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับกับวิธีการทำข่าวของสื่อที่เปลี่ยนไป ด้วยการลดจำนวนข่าวที่ทาลงไป จากหลักร้อยข่าวเหลือเพียงวันละไม่กี่ข่าวเพราะทำข่าวมากยิ่งเป็นการสิ้นเปลืองต้นทุนเนื่องจากคนส่วนใหญ่สนใจข่าวเด่นไม่กี่ข่าวในแต่ละวัน คู่พระรอง นางรอง (เทิดพันธุภิเษกมาลัยวรรณ และหมี่กับเปรม) มาช่วยขยายความยาวของละครโทรทัศน์

1.3 การหลอมรวมสื่อวารสารศาสตร์ที่ส่งผลต่องานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การหลอมรวมสื่อวารสารศาสตร์ที่ส่งผลต่องานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดีสลับขั้นของสื่อมวลชนไทยนั้น นอกจากสื่อต้องหลอมรวมเข้าด้วยกันเชิงโครงสร้างองค์กรแล้ว สื่อวารสารศาสตร์ควร “หลอมรวมเชิงเป้าหมาย” (Goal Convergence) ด้วย กล่าวคือ เป้าหมายของสื่อวารสารศาสตร์ในยุคนี้ควรเป็นการหลอมรวม “ข่าวเพื่อสังคม”(News for Society) ไม่ใช่ข่าวเพื่อยอดขาย ข่าวเพื่อเรตติ้ง ข่าวเพื่อยอดไลค์-ยอดแชร์ ที่เน้นแต่ในเชิงปริมาณ หากแต่ควรเป็นข่าวเพื่อสังคมในเชิงคุณภาพ

1.4 ลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ในงานวารสารศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า ลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ในงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดีสลับขั้นของสื่อมวลชนไทยคือ การคิดประเด็นข่าวและรายงานข่าวจาก “ประโยชน์ของสังคม” มากกว่าการคิดประเด็นข่าวและรายงานข่าวจาก “ความสนใจของสังคม” เนื่องจากบ่อยครั้งที่คนในสังคมสนใจแต่ข่าวร้าย ข่าวห่วย ข่าวเกี่ยวดวงโชคระดาราคือต่างๆ ซึ่งไม่ค่อยเป็นประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมในชีวิตของผู้คนในสังคม มีแต่สร้างความหวังและความเชื่อที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม

1.5 การพลิกผันทางดิจิทัลหรือการเคลื่อนย้ายสู่ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การพลิกผันทางดิจิทัลหรือการเคลื่อนย้ายสู่ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ส่งผลต่องานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดีสลับขั้นของสื่อมวลชนไทยนั้น ส่งผลให้เกิดข่าวสังคมออนไลน์ (Social Media News) อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในสื่อเฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูบ ล้วนเป็นสื่อสังคมดิจิทัล 4.0 ที่สร้างปรากฏการณ์ให้ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ (Print Newspaper) น้อยลงไปทุกวัน ฟังข่าววิทยุเพียงฆ่าเวลาบนรถเป็นหลัก ดูข่าวโทรทัศน์เมื่อต้องกักตัวอยู่บ้านช่วง Covid-19 ระบาด แล้วกลับไปดูข่าวออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือเหมือนเดิม

1.6 การพัฒนาเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดที่ส่งผลต่องานวารสารศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การพัฒนาเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่องานด้านวารสารศาสตร์ในยุคนี้ การสื่อข่าวในงานวารสารศาสตร์ควรใช้เทคโนโลยีเครื่องกลลอยฟ้าไร้คนขับ(Drones) ในการถ่ายภาพข่าวและเสาะแสวงหาข่าว รวมทั้งควรใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence-AI) เป็นเครื่องมือในการรายงานข่าวที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น เจกเซนสถานีโทรทัศน์ในบางประเทศที่ใช้หุ่นยนต์เสมือนมนุษย์เป็นผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์แทนมนุษย์จริงๆ ได้แล้ว

ตอนที่ 2 นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดีสลับขั้นของสื่อมวลชนไทย

2.1 นวัตกรรมประเภทต่างๆ ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมเชิงกระบวนการ นวัตกรรมเชิงตำแหน่ง นวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศน์ และนวัตกรรมเชิงสังคม ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดีสลับขั้นของสื่อมวลชนไทย ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดีสลับขั้นของสื่อมวลชนไทย ควรสร้างแอปพลิเคชันที่ช่วยป้องกันข่าวปลอม เช่น “Kill Fake News Apps” เนื่องจากมีข่าวปลอมในโลกออนไลน์เป็นจำนวนมาก เจ้าหน้าที่ที่เป็นมนุษย์ทำงานป้องกันเรื่องนี้ได้ช้า ควรมีแอปแบบนี้ให้ประชาชนผู้บริโภคข่าวตรวจสอบว่าข่าวที่ตนกำลังเปิดรับอยู่นั้นเป็นข่าวจริงหรือข่าวปลอม

นวัตกรรมเชิงกระบวนการของงานวารสารศาสตร์ควรเป็นลักษณะวารสารศาสตร์หลอมรวม หรือ Convergence Journalism โดยผู้บริโภคสื่อควรมีความกระตือรือร้นในการขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสารไปร่วมกับผู้ส่งสารอย่างนักวารสารศาสตร์ด้วย นอกจากนั้นทางภาครัฐและภาคเอกชนด้านวารสารศาสตร์ร่วมกันขับเคลื่อนก็จะยังเป็นการหลอมรวมที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นวัตกรรมเชิงตำแหน่งของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชั้นของสื่อมวลชนไทย เป็นลักษณะการเปลี่ยนตำแหน่งขององค์กรสื่อวารสารศาสตร์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชั้น จากเดิมที่เป็นองค์กรข่าวที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ ปรับเปลี่ยนเป็น องค์กรข่าวที่รวดเร็วและถูกต้องน่าเชื่อถือ เนื่องจากในยุคดิจิทัลนี้ “ความเร็ว” เป็นสิ่งสำคัญมากและควรมาควบคู่กันกับความ ถูกต้องน่าเชื่อถือ

นวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศน์ของงานวารสารศาสตร์ ควรเปลี่ยนกรอบความคิดหรือกระบวนการทัศน์จากการเน้นข่าวหนังสือพิมพ์ (Print Journalism) และข่าวโทรทัศน์ (Television Journalism) เปลี่ยนเป็นรูปแบบข่าวออนไลน์ (Online Journalism) อย่างเต็มรูปแบบ โดยไม่ละทิ้งการบูรณาการทุกสื่อเข้าด้วยกันและไปพร้อมกัน

นวัตกรรมเชิงสังคม ควรเป็นนวัตกรรมที่สื่อวารสารศาสตร์ควรมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น เป็น Social Journalism วารสารศาสตร์เชิงสังคม ที่เน้นนำเสนอข่าวเพื่อช่วยเหลือคนในสังคมที่เดือดร้อน เนื่องจากแม้เทคโนโลยีจะทันสมัยเพียงใด รากฐานแนวคิดเพื่อสังคมของวารสารศาสตร์นั้นไม่ควรเปลี่ยนแปลงไป

2.2 รูปแบบการสื่อสารใหม่และเนื้อหาหลักขบวนการสื่อสารใหม่

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า รูปแบบการสื่อสารใหม่ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชั้นของสื่อมวลชนไทย ควรมีลักษณะที่นักวารสารศาสตร์เปลี่ยนจากการเป็นผู้แจ้งข่าวสาร (Informer) มาเป็นนักเล่าเรื่องราวข่าวสารที่สร้างสรรค์ (Creative Storyteller)

ด้านเนื้อหาหลักขบวนการสื่อสารใหม่ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ ควรมีลักษณะ “ข่าวเพื่อชีวิต” (News for Life) กล่าวคือควรเป็นข่าวที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง รวมทั้งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.3 การดิสรพ์ชั้นจากดิจิทัลที่ส่งผลต่องานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การดิสรพ์ชั้นจากดิจิทัลส่งผลต่องานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ของสื่อมวลชนไทยอย่างมากและชัดเจน กล่าวคือ ดิจิทัลดิสรพ์ชั้นผลักดันงานวารสารศาสตร์ โดยเฉพาะข่าวที่ต้องแข่งขันกันที่ความเร็วเป็นหลัก ก่อให้เกิดความหือยานหรือหละหลวมด้านการตรวจสอบข้อเท็จจริง เกิดข่าวปลอมจำนวนมากในโลกข่าวออนไลน์ รวมทั้งเกิดการแสดงความคิดเห็นหรือโจมตีผู้ตกเป็นข่าวตามกระแส เป็นลักษณะการคุกคามทางโลกไซเบอร์ (Cyber Bully) ที่ทำลายความสร้างสรรค์ของงานวารสารศาสตร์ลงไป

ตอนที่ 3 การพัฒนาและการยกระดับให้งานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทย

3.1 การพัฒนางานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าการพัฒนางานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสู่ “นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์” ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชั้น ควรเน้นพัฒนาเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกภาคส่วนในสังคม พัฒนาให้เป็น “เนื้อหานั้นสำคัญที่สุด” หรือ Content is the King อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะอยู่บนแพลตฟอร์มใดก็ตาม โดยเนื้อหานั้นควรมีลักษณะเนื้อหาสาระเชิงสร้างสรรค์หรือ “Creative Content” จึงจะไม่ถูกดิสรพ์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายในสังคมข้อมูลข่าวสารได้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างรองลงมายังมองด้วยว่า ควรเป็น “ข่าวเชิงวิพากษ์” ที่สะท้อนมุมมองที่เป็น

ประโยชน์ต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งไม่ใช่ความคิดเห็นหรือความรู้สึกเชิงนามธรรม (emotion) ที่มีต่อชาวนั้น

3.2 การยกระดับงานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าการยกระดับงานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสู่“นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์”ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชัน ควรเน้นการสร้าง “การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง”(Change Literacy) ให้ประชาชนผู้บริโภคสื่อวารสารศาสตร์ขยายพรมแดนแห่งการเรียนรู้ให้ครอบคลุมทุกความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ ทั้งในโลกยุคดิจิทัลดิสรพ์ชันในปัจจุบันและโลกอนาคตที่อาจมีความเปลี่ยนแปลงอะไรใหม่ๆ ที่เราอาจคาดไม่ถึงยิ่งกว่าโควิด-19 ก็เป็นไปได้

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างรองลงมามองว่า นักวารสารศาสตร์ควรเป็นผู้เปลี่ยนแปลงสังคม เป็น Change Agent โดยควรเป็นไปในลักษณะการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อเป็น วารสารศาสตร์เพื่อทุกคน Journalism for

นอกจากนี้ยังมองด้วยว่า ควรยกระดับงานวารสารศาสตร์ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชัน ด้วยการเน้นวารสารศาสตร์สองภาษา (Bilingual Journalism) เป็นการเสนอข่าวเป็นสองภาษาทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษควบคู่กันไปทุกข่าวที่น่าเสนอ เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้อาจขยายออกไปเป็นภาษาจีนซึ่งนับเป็นภาษาสำคัญของโลกที่ได้รับความนิยมมากขึ้นทุกขณะ โดยในส่วนของนักข่าว ควรมีการฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้กับนักข่าวทุกคน รวมทั้งควรให้ทุนการศึกษาต่อต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ (Native Language) ด้วย

อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งมองว่า การยกระดับงานวารสารศาสตร์สู่ “นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์” ควรเน้นการนำเสนอข่าวสารในลักษณะ “Win-win Journalism” กล่าวคือเป็นวารสารศาสตร์ที่มีแต่ผู้ชนะ ไม่มีผู้แพ้ ทั้งนี้วารสารศาสตร์ที่เป็นผู้ส่งสาร ประชาชนผู้บริโภคสื่อวารสารศาสตร์ที่เป็นผู้รับสาร และสาธารณชนทั่วไปที่เป็นผู้เกี่ยวข้องและอาจได้รับผลกระทบจากข่าวสาร

อภิปรายผล

วารสารศาสตร์ควรสร้างสรรค์ด้วย“ข้อเท็จจริงที่รวดเร็วและถูกต้องน่าเชื่อถือ”และใช้ Data Journalism เพื่อฝ่าฟันพายุดิจิทัลดิสรพ์ชัน

จากผลการวิจัยที่พบว่า ลักษณะโดยทั่วไปของงานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรพ์ชันของสื่อมวลชนไทย ควรเน้น “ข้อเท็จจริงที่รวดเร็วและถูกต้องน่าเชื่อถือ”(fact, fast and faultless) โดยทุกสิ่งต้องมาด้วยกัน สะท้อนให้เห็นว่า หลักการ 3 F นี้เป็นลักษณะโดยทั่วไปที่งานวารสารศาสตร์ทั้งในยุคปัจจุบันและในอนาคตจะต้องให้ความสำคัญมาเป็นอันดับแรก อีกทั้งผลการวิจัยในส่วนลักษณะเฉพาะที่เด่นเป็นพิเศษของงานด้านวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ที่พบก็คือ “วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล” หรือ Data Journalism นั้นสอดคล้องกับ“แนวคิดวารสารศาสตร์ข้อมูล” ซึ่ง เอกพล เจริญถาวร (2559) ได้นิยามไว้ว่าหมายถึง กระบวนการรายงานข่าวโดยใช้ข้อมูลเป็นหลัก เริ่มต้นจากการค้นหาเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ตรวจสอบจัดระบบใหม่ และแปรรูปข้อมูลเพื่อนำเสนอไปยังผู้รับสารในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย ในกระบวนการดังกล่าวนี้มักจะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาช่วยในการทำงานด้วย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการใช้กระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลของสื่อมวลชนในประเทศไทย ยังพบว่าส่วนใหญ่จะเน้นเพียงการแปรรูปเนื้อหาเป็นอินโฟกราฟิกส์ หรือแอนิเมชันเพื่อนำเสนอและเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายเท่านั้น ซึ่งอาจเป็นเพราะข้อจำกัดใน 3 ประเด็น ได้แก่ ข้อจำกัดภายในองค์กร

ข้อจำกัดด้านวัฒนธรรมการเปิดรับข่าวสารของคนไทย ข้อจำกัดด้านการเปิดเผยข้อมูลจากภาครัฐ หรือ ข้อมูลความโปร่งใสในองค์กรเอกชน ทั้งนี้หากสื่อมวลชนในประเทศไทยสามารถพัฒนาและนำกระบวนการวารสารศาสตร์ข้อมูลไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชาติได้ในหลายทาง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล หรือ Data Journalism เป็นลักษณะเฉพาะที่เด่นเป็นพิเศษ ซึ่งในยุคนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือหลักในการฝ่าฟันพายุดิจิทัลดิสรรั้นให้กับสื่อมวลชนไทยได้

แอปพลิเคชันป้องกันข่าวปลอม และนักเล่าเรื่องราวข่าวสารเป็นนวัตกรรมวารสารศาสตร์ที่ควรสร้างสรรค์เพื่อสังคม

จากผลการวิจัยที่พบว่า นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ดิสรรั้นของสื่อมวลชนไทย ควรสร้างแอปพลิเคชันที่ช่วยป้องกันข่าวปลอม เช่น “Kill Fake News Apps” เนื่องจากมีข่าวปลอมในโลกออนไลน์เป็นจำนวนมาก เจ้าหน้าที่ที่เป็นมนุษย์ทำงานป้องกันเรื่องนี้ได้ช้า ควรมี แอปแบบนี้ให้ประชาชนผู้บริโภคข่าวตรวจสอบว่าข่าวที่ตนกำลังเปิดรับอยู่นั้นเป็นข่าวจริงหรือข่าวปลอม สะท้อนให้เห็นว่าแอปพลิเคชันที่ช่วยป้องกันข่าวปลอม เป็นนวัตกรรมวารสารศาสตร์ที่ควรสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อสังคม

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดนวัตกรรมการสื่อสาร (ศุภกิจ แดงขาว, 2557) ที่ระบุว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ การเข้ามาของนวัตกรรมใดสังคมใดสังคมหนึ่ง จึงหมายถึงการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเก่าไปสู่สิ่งใหม่ สำหรับในอุตสาหกรรมสื่อมีลักษณะที่ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงได้ในหลายทาง ซึ่งในที่นี้คือนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์อย่างแอปพลิเคชันเพื่องานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทย

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยอีกส่วนหนึ่งที่พบว่า รูปแบบการสื่อสารใหม่ของงานวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรรั้นของสื่อมวลชนไทย ควรมีลักษณะที่นักวารสารศาสตร์เปลี่ยนจากการเป็นผู้แจ้งข่าวสาร (Informer) มาเป็นนักเล่าเรื่องราวข่าวสารที่สร้างสรรค์ (Creative Storyteller) ยังเป็นการสะท้อนว่า สื่อมวลชนในยุคดิจิทัลดิสรรั้นต้องสามารถเป็นนักเล่าเรื่องราวข่าวสาร เป็นข่าวที่มีลักษณะการสื่อสารใหม่ คือ “ข่าวเพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม” อันนับเป็นนวัตกรรมวารสารศาสตร์ที่สื่อมวลชนควรสร้างสรรค์เพื่อสังคม

พัฒนาสู่ Creative Content และสร้าง “การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง” จึงจะยกระดับสู่นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง

จากผลการวิจัยที่พบว่า การพัฒนางานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสู่นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลดิสรรั้น ควรเน้นพัฒนาเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกภาคส่วนในสังคม พัฒนาให้เป็น Content is the King อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะอยู่บน platform ใดก็ตาม โดยเนื้อหานั้นควรมีลักษณะเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ “Creative Content” จึงจะไม่ถูกดิสรรั้นจากเทคโนโลยี เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายในสังคมข้อมูลข่าวสารได้ ซึ่งคำว่า “เนื้อหาเชิงสร้างสรรค์” เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่สื่อมวลชนต้องพัฒนาจึงจะสามารถยกระดับงานวารสารศาสตร์ได้ สอดคล้องกับที่ สุทธิชัย หยุ่น (2562) กล่าวไว้ว่า ในอนาคต AI จะสามารถเขียนข่าวได้ รวบรวมข้อมูลได้ วิเคราะห์ข้อมูลได้ และนำเสนอได้ เหมือนที่เราเห็นในเบื้องจิน ที่มีพิธีกรเป็นหุ่นยนต์ สื่อเองถ้าไม่สามารถปรับตัวให้สร้างสรรค์คอนเทนต์ได้ เหนือกว่า AI ก็จะไม่ได้อยู่ได้เช่นกัน

ทั้งนี้จากผลการวิจัยที่พบว่า การยกระดับงานวารสารศาสตร์ฯ ควรเน้นการสร้าง “การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง” (Change Literacy) ให้ประชาชนผู้บริโภคสื่อวารสารศาสตร์ขยายพรมแดนแห่งการเรียนรู้

ให้ครอบคลุมทุกความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ สะท้อนให้เห็นว่า งานวารสารศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยสามารถยกระดับสู่นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ได้ หากสื่อมวลชนไทยเร่งปรับเปลี่ยนให้ทันการเปลี่ยนแปลง ดังที่ เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า ดิจิทัลดิสรรัptionหรือการพลิกผันทางดิจิทัลกลายเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้บริหารทุกองค์การสื่อต้องปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม แต่มีราคาต้นทุนที่ต่ำกว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดและนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีจะมีช่วงชีวิตที่สั้นลง เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นหากสื่อมวลชนไทยรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนตนเองอยู่ตลอดเวลา ก็จะสามารถยกระดับสู่นวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. สื่อมวลชนต้องติดตามความเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมวารสารศาสตร์อยู่ตลอดเวลา และต้องปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
2. ควรดึงประชาชนผู้บริโภคสื่อเข้ามามีส่วนร่วมในงานวารสารศาสตร์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อร่วมกันกับสื่อมวลชนในการพัฒนาสื่อวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์
3. ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ต้องร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรมในงานวารสารศาสตร์ โดยเฉพาะการเสนอข่าวเชิงสร้างสรรค์สังคม รวมทั้งการป้องกันข่าวปลอม
4. สถาบันการศึกษาในทุกระดับควรสร้างการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสื่อวารสารศาสตร์ในยุคดิจิทัลดิสรรัptionให้กับประชาชนผู้บริโภคสื่อวารสารศาสตร์ทุกคน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมวารสารศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ด้วยการวิจัยในรูปแบบอื่นๆ เช่นวิธีการสนทนากลุ่ม การวิจัยเชิงทดลอง น่าจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น
2. ควรศึกษานวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของสื่อประเภทอื่น เช่น สื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อขยายขอบเขตการสร้างองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์
3. ค้นหาตัวแปรหรือแง่มุมทางการสื่อสารเกี่ยวกับสื่อวารสารศาสตร์ที่น่าสนใจและทันสมัย นอกเหนือจากแง่มุมเกี่ยวกับดิจิทัลดิสรรัptionในครั้งนี้
4. ศึกษาจากตัวอย่างอื่นๆ ในประเด็นเดียวกันนี้ เช่นศึกษาจากผู้บริหารองค์การสื่อ อาจได้มุมมองความรู้ความเข้าใจที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ประกอบเกียรติ อิมศิริ.(2556). *หลักการสื่อสารมวลชน*. ปทุมธานี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- พันธวัฒน์ เศรษฐวิไล.(2562). *วารสารศาสตร์ยังไม่ตาย? : สัมภาษณ์พจนานักสื่อสารมวลชน กับ รุจน์ โกมลบุตร*. เผยแพร่เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2562. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2562
เข้าถึงได้จาก <https://www.the101.world/ruj-komolbut-interview/>
- มาลี บุญศิริพันธ์.(2557). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรวิญาและแนวคิด*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรุดม ภัคดีบุษ.(2560). *นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการจัดการแบรนด์องค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทย*. *วารสารนักบริหาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม* 37(1).
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ.(2561). *เอกสารประกอบการสอน รายวิชา JRC1202 การสื่อข่าวและการเขียนข่าว*. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศุภกิจ แดงขาว.(2557). *นวัตกรรมการสื่อสารแนวคิดค่านิยมของคนไทย 12 ประการ ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา*. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ.(2562). *ดิจิทัลดิสรรัปชั่น เพิ่งจะเริ่มต้น*. *ผู้จัดการออนไลน์* 6 มกราคม 2562. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2562 เข้าถึงได้จาก
<https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9620000001581>
- สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทรวัดนากุล และจักรกฤษ เพิ่มพูล,บรรณาธิการ.(2557). *หลักและแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์*. กรุงเทพฯ : สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.
- สุทธิชัย หยุ่น.(2555). *15 ปี สภาการหนังสือพิมพ์ ยุคสื่อหลอมรวม*. กรุงเทพฯ : สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2562). *เปิดใจ“สุทธิชัย หยุ่น”ในวันที่ไม่หวั่นถูก Disruption*.เผยแพรเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก
<https://www.brandbuffet.in.th/2019/05/suthichai-yoon-in-disruption-era/>
- เอกพล เขียวถาวร.(2559). *วารสารศาสตร์ข้อมูลกับการรายงานข่าวของไทย*. *วารสารร่วมพักษ์* มหาวิทยาลัยเกริก 34(3).
- Gardner, H. (2006). *Five mind of the future*. Boston: Harvard Business School Publishing.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*.(Third edition)
London: Sage Publication.
- Scannell, P. (2007). *Media and communication*. London: Sage.
- Storsul, T. and Krumsvik, A. H. (Eds.).(2013). *Media Innovation A Multidisciplinary Study of Change*. Goteborg: Nordicom.