

“เด็กวัดผิดตรงไหน หรือเด็กวัดไม่ใช่คน”

กรณีศึกษาพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ในเชิงตรรกะวิบัติ

ปณวรรธน์ ชัยพรธพานิช

ปีเตอร์ รักธรรม

ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์

คณะพาณิชย์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

peter@tbs.tu.ac.th

DOI : 10.14456/tujournal.2015.3

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน การแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์นั้นมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้คนมากยิ่งขึ้นด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานเอื้ออำนวยให้การสื่อสารออนไลน์นั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วนอกจากนี้ ความสามารถในการกระจายข่าวสารบนโลกออนไลน์ยังส่งผลให้บางเรื่องราว บุคคล ธุรกิจ หรือองค์กรที่ถูกกล่าวถึงถูกบอกต่อเรื่องราวในวงกว้างในระยะเวลาชั่วข้ามคืน แสดงให้เห็นถึงอำนาจของ โซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อสังคมมากขึ้น เนื่องจากผู้คนในปัจจุบันเข้าถึงโลกออนไลน์ได้ง่ายขึ้นธุรกิจทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าธุรกิจที่มีผู้บริโภคเป็นกลุ่มย่อยๆ เฉพาะเจาะจงได้ง่ายขึ้นรวมถึงธุรกิจบริการมีโอกาสนำเสนอช่องทางทางการตลาดมากขึ้น เว็บไซต์ประเภทสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นเครื่องมือสื่อสารและเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่เราไม่อาจมองข้ามได้ เพราะการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์นี้อาจเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลเข้าด้วยกันจนสามารถขยายเป็นกลุ่มเครือข่ายขนาดใหญ่ บุคคลเหล่านี้ถือว่ามีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อธุรกิจต่างๆ และมีอำนาจในการเสริมศักยภาพ ความน่าเชื่อถือ และความภักดีต่อองค์กร โดยในปัจจุบันสามารถพบเห็นการถกเถียงกันตามกระดานสนทนาต่างๆ โดยใช้ตรรกะวิบัติหรือข้อมูลที่บิดเบือนมาทำให้การสนทนานั้นหันเหออกประเด็น เป็นพฤติกรรมการสื่อสารรูปแบบหนึ่งบนโลกออนไลน์ซึ่งเรียกสั้นๆว่า “พฤติกรรมดราม่า” โดยมีที่มาจาก “ตรรกะวิบัติ” (Fallacy)

งานวิจัยฉบับนี้จึงยกกรณีศึกษาพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นแบบตรรกะวิบัติ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติที่ต่อธุรกิจ หรือภาพลักษณ์องค์กรบนสังคมออนไลน์ โดยคณะผู้วิจัยศึกษารูปแบบ ลักษณะของการแสดงความคิดเห็นต่อกระทู้ที่นำเสนอข่าวแบบการใช้ตรรกะวิบัติ โดยเป็นตรรกะวิบัติสามารถพบเจอได้ตามสื่อออนไลน์ การอ้างเหตุผลผิดแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) การใช้เหตุผลผิดทางแบบแผน (Formal Fallacy) 2) การใช้เหตุผลผิดทางเนื้อหา (Material Fallacy) และ 3) การใช้เหตุผลผิดทางจิตวิทยา (Psychological Fallacy) รวมถึงศึกษารูปแบบภาษาในการนำเสนอความคิดเห็นแบบใดที่จะช่วยแก้สถานการณ์ให้กับองค์กรธุรกิจที่กำลังประสบปัญหาข่าวด้านลบบนโลกออนไลน์ ซึ่งช่วยยับยั้งความเสียหายต่อภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อธุรกิจหรือ

องค์กรนั้นๆได้ คณะผู้วิจัยมุ่งหวังให้งานวิจัยนี้สร้างประโยชน์แก่ องค์กรต่างๆ ผู้ดูแลสื่อออนไลน์ และ ผู้ที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจรูปแบบการแสดงความคิดเห็นที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ และสามารถนำไป บูรณาการในการวางแผนการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

[วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 34 ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2558]

คำสำคัญ: ตรรกะวิบัติ, สื่อสังคม, การบอกปากต่อปากในเชิงลบ, เจตคติ , การบริหารแบรนด์

**“What’s wrong with being a Temple Boy”:
A Case Study of Online Drama and Discussion Fallacies**

Pannawat Chaipatpanich

Peter Ractham

Laddawan Kaewkitipong

Thammasat Business School

Thammasat University

peter@tbs.tu.ac.th

DOI : 10.14456/tujournal.2015.3

Abstract

The internet has played an important role as a platform for people to voice their online opinion. Information can spread with high velocity throughout the internet where people, organization or businesses may be affected by the fast-flowing information density. Businesses of all sizes have utilized the internet to improve their businesses by joining the social media movement. Often times, organizations are involved in an online conversation about their products or services. However, there has been a rise in online conflicts between many organizations and their customers. These conflicts are often call ‘Online Drama’ where customers created a spur of conversations which are often carry a negative tones for the businesses. In addition, online users who participated in such activities are more often than not creating online argument with the fallacy or the lack of logical sounding argument.

This research aims to study how users use various types of fallacy in an online drama and how organization can cope with it. We explored the online drama of a large Thai public university that occurred, which created a large conflict between the faculty member and the students. Our finding concludes that organization should appoint a personnel to monitor the social media outlet and thus deal with the online drama in a swift and honest manner to prevent the use of Fallacy to enlarge the online conflict.

[Thammasat Journal, Volume 34 No.2, 2015]

Keywords: Fallacy, Social Media, Negative e-WOM, Attitude, Brand Management

บทนำ

เหตุผลที่ดี กับเหตุผลที่ฟังดูดีนั้นอาจจะไม่เหมือนกัน การใช้เหตุผลที่ดีคือการกล่าวอ้างอย่างถูกต้องตามกฎหมายของเหตุผลซึ่งมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับได้ การศึกษากฎหมายการใช้เหตุผลต่างๆจึงช่วยให้เราเข้าใจว่าเหตุผลที่คนทั่วไปจะยอมรับว่าดีนั้นต้องมีลักษณะอย่างไร สื่อสังคมหรือ โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทต่อรูปแบบการรับสื่อสารสนเทศและการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์มากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีเหล่านี้เอื้อให้สามารถเข้าถึงโลกออนไลน์ง่ายขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา (จิตรารัตน์ ไรวินุญ, 2553) ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจที่มีผู้บริโภคเป็นกลุ่มย่อยเฉพาะเจาะจงรวมถึงธุรกิจบริการจะมีโอกาสและช่องทางทางการตลาดมากขึ้นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์แม้กระนั้นสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นแค่เส้นทางทางการตลาด แต่ทุกธุรกิจควรให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์อย่างจริงจังมากขึ้น ทั้งการใช้เป็นช่องทางทางการตลาดและเป็นแหล่งข้อมูลในการวางกลยุทธ์และนโยบายของธุรกิจด้านการจัดสรรงบประมาณทางการตลาดและการจัดหาบุคลากรเฉพาะทางโดยเฉพาะ (Boker, 2014) เพราะแม้แต่ธุรกิจที่ไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางทางการตลาด ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ เนื่องจากผู้บริโภคยังคงใช้สื่อสังคมออนไลน์สร้างกระแสที่อาจจะส่งผลกระทบทางลบมาถึงธุรกิจได้อยู่ดี (ปีเตอร์ รักธรรม, 2558)

ในปัจจุบันการแสดงความคิดเห็นถกเถียงกันตามกระดานสนทนาต่างๆ โดยใช้ตรรกะวิบัติ หรือข้อมูลที่บิดเบือนมาทำให้การถกเถียงนั้นออกนอกประเด็นมากขึ้นมีให้เห็นอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้ เป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งบนโลกออนไลน์เรียกสั้นๆ ว่าพฤติกรรมดราม่า มีที่มาจาก “ตรรกะวิบัติ” (Fallacy) ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมดราม่าทั้งในสังคมจริงและสังคมออนไลน์ การศึกษารูปแบบการแสดงความคิดเห็นแบบตรรกะวิบัติและการถกเถียงบนโลกออนไลน์ที่ไม่เป็นเหตุเป็นผลนั้นมีหน้าตา ลักษณะ อย่างไร และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และธุรกิจผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเทคโนโลยีเหล่านี้มีการพัฒนาให้สามารถเข้าถึงง่าย และมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นทุกธุรกิจควรให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์อย่างจริงจังมากขึ้น เพราะหากธุรกิจหรือองค์กรไม่มีแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรและธุรกิจ นั้นอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายได้อย่างรวดเร็วหากขาดการบริหารจัดการที่ดีทั้งในเรื่องการจัดสรรงบประมาณทางการตลาดรวมถึงการมีบุคลากรโดยเฉพาะ เพราะแม้แต่ธุรกิจที่ไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ เนื่องจากผู้บริโภคยังคงใช้สื่อสังคมออนไลน์สร้างกระแสที่อาจจะส่งผลกระทบทางลบมาถึงธุรกิจองค์กรได้

เว็บไซต์พันทิป ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับไดอารีออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนบันทึกบทความต่างๆ เรื่องราวส่วนตัวหรือเรื่องราวทั่วไปลงไปได้โดยนอกจากจะเป็นพื้นที่ในการสื่อสารระหว่างสมาชิกแล้ว ผู้ใช้ยังสามารถใช้พื้นที่นี้ในการนำเสนอตัวตนจากการสร้างแฟ้มประวัติส่วนตัวในบล็อก และเขียนบอกเล่าตัวตนของผู้เขียนได้ และเป็นเว็บไซต์ที่เลือกประเด็นร้อนในแต่ละวันบนโลกออนไลน์ มาเขียนเล่า ร้อยเรียงความเห็นที่น่าสนใจ สอดแทรกกับความคิดเห็นของเจ้าของกระทู้ แต่ละประเด็นที่เลือกมา มีลักษณะเรื่องราวที่เริ่มจากการแสดงความคิดเห็น วิวาททางความคิดหรือประเด็นที่สะท้อนถึงความคิดหรือพฤติกรรมที่ไม่สมเหตุสมผล อาทิเช่น เหตุการณ์ที่สะท้อนมุมมองความเห็นแก่

ตัวอย่างมาก เรื่องราวที่มีเบื้องหลังที่ซับซ้อน การบอกเล่าเรื่องราวความเขลาของบุคคลในโลกออนไลน์ (นภพพัฒน์จักษ์ อัดตันทน์, 2556)

เว็บไซต์เหล่านี้ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารและเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่เราไม่อาจมองข้ามได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารเชิงธุรกิจที่เรียกว่า การสื่อสารทางการตลาด เนื่องจากการสื่อสารระหว่างปัจเจกบุคคลผ่านเครือข่ายนี้ อาจเชื่อมต่อจนขยายตัวเป็นกลุ่มเครือข่ายขนาดใหญ่ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือว่ามีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อธุรกิจ และมีอำนาจในการเสริมสร้างศักยภาพ ความน่าเชื่อถือ และความภักดีต่อสินค้าและธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การค้นหาและขยายขอบเขตประสบการณ์ใหม่ ซึ่งสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการสื่อสารเชิงธุรกิจที่ดีขึ้นในอนาคตได้ (อิติราตน์ ไรวินุลย์, 2553) ในประเทศไทยแหล่งชุมชนออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกแหล่งหนึ่งอาทิ เว็บไซต์ www.pantip.com ผู้ให้บริการเว็บบอร์ดออนไลน์เพื่อการพูดคุยสื่อสารกันผ่านการตั้งกระทู้ หรือการแลกเปลี่ยนข่าวสาร สนทนาผ่านแอปพลิเคชัน LINE, Facebook และอื่นๆ โดยตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลจากการสื่อสารข่าวสาร และเกิดกระแสเชิงลบต่อธุรกิจ ผ่านการส่งต่อข้อความผ่านแอปพลิเคชัน LINE เมื่อวันที่ 19 ก.ย.2557 โดยอ้างว่ามีการระบาดของเชื้อหวัดนก H1N1 ที่ตึกซี.พี.ทาวเวอร์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ของ บมจ.เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร หรือ ซีพีเอฟ และมีการนำข้อมูลดังกล่าวส่งต่อกันอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ในวงกว้าง และส่งผลต่อราคาหุ้นของ ซีพีเอฟ ที่ปรับลดลงทันที 2.25 บาทต่อหุ้น มูลค่าหุ้นลดลงเหลือ 25.50 บาทต่อหุ้น โดยลดลงทันทีเมื่อปิดการซื้อขาย (23 ก.ย.57) หลังจากมีการเผยแพร่ข่าวเมื่อวันที่ 19 ก.ย. 2557 เหตุการณ์ข้างต้นเป็นหนึ่งในกรณีตัวอย่างที่กระตุ้นให้องค์กรขนาดใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับโซเชียลมีเดียมากขึ้น และเล็งเห็นผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะการตอบโต้ในลักษณะที่ไม่สมเหตุสมผล เหตุผลลึกลับ ตรรกะวิบัติ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ คณะวิจัยใช้คำว่า “ตรรกะวิบัติ (Fallacy)”

เราสามารถพบเห็นตัวอย่างของตรรกะวิบัติรูปแบบต่างๆ ที่ปรากฏบ่อยครั้งผ่านการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเพี้ยนจากเนื้อหาที่แท้จริง ความจริงบางประการถูกบิดเบือนไป โดยผู้แสดงความคิดเห็นหรือการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน (Chen และคณะ, 2008) รวมไปถึงการนำเสนอความคิดเห็นโดยใช้มุมมองส่วนบุคคลการนำเสนอตามที่กล่าวมานั้นถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้ตรรกะวิบัติ ประกอบกับผู้รับสารบนโลกออนไลน์สามารถแพร่กระจายข่าวสารที่รับรู้ได้อย่างรวดเร็วจากความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้น “ตรรกะวิบัติบนโซเชียลมีเดีย” อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจหรือองค์กรนั้นๆ การเตรียมรับมือแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ และการรู้จักป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดจากการแสดงความคิดเห็นที่เป็นตรรกะวิบัติจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อธุรกิจองค์กรควรมีการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อตรรกะวิบัติรูปแบบต่างๆ เพื่อให้แก้ไขสถานการณ์กรณีที่ต้องธุรกิจถูกโจมตีจากชาวตำบลบนโลกออนไลน์ได้อย่างทันเวลาและช่วยลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นของธุรกิจองค์กร (Kim และ Gupta, 2012).

จากข้อมูลในช่วงต้นทั้งหมดที่ได้กล่าวมานี้ ทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจรูปแบบ ลักษณะของการโพสต์ การแสดงความคิดเห็นแบบตรรกะวิบัติต่อกระแสข่าวประเด็นที่ผู้คนบนโลกออนไลน์ให้ความ

สนใจ โดยมุ่งเน้นในด้านภาษาที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น จะมีแรงเสริมทางความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ กล่าวคือหากความคิดเห็นที่ปรากฏบนกระทู้มีทิศทางเชิงลบ แนวโน้มในการแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกันจะยิ่งเพิ่มสูงขึ้นด้วยหรือไม่ การแสดงความคิดเห็นในกระทู้เหล่านั้นมีผลสืบเนื่องกันหรือไม่ โดยใช้การวิเคราะห์ภาษาในการนำเสนอความคิดเห็น การพิจารณายทางความหมายของความคิดเห็น ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้แสดงความคิดเห็นต่อมาหรือไม่ รวมถึงการศึกษาภาษาในการนำเสนอความคิดเห็นแบบใดที่จะช่วยแก้สถานการณ์ให้กับองค์กรธุรกิจที่ประสบปัญหาข่าวด้านลบบนโลกออนไลน์จำนวนมาก ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจนั้นๆ โดยคณะผู้วิจัยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ องค์กรต่างๆ ผู้ดูแลสื่อออนไลน์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้สามารถเข้าใจในรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้น และสามารถนำไปบูรณาการในการรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตและศึกษาลงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตรรกะวิบัติ เจตคติ และการแสดงความคิดเห็น เพื่อหาคำตอบว่ารูปแบบการแสดงความคิดเห็นแบบใดที่จะมีผลส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติไปในทางที่ดี หากเจอกับเหตุการณ์เชิงลบต่อธุรกิจ ตราสินค้าหรือภาพลักษณ์องค์กรบนสังคมออนไลน์

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจหาคำตอบถึงการแสดงความคิดเห็นรูปแบบใดที่จะมีผลส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติที่ดี ต่อภาพลักษณ์องค์กร และตราสินค้าบนโลกออนไลน์ โดยทำการศึกษาเฉพาะประเด็นข่าวสารของกระทู้ที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์องค์กร อาทิสถาบันการศึกษา หน่วยงานต่างๆ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้กรณีศึกษาประเภทกรณีศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Case Study) งานวิจัยนี้มุ่งนำเสนองานวิจัย และใช้ตอบคำถามงานวิจัย ทำไม (Why) หรือ อย่างไร (How) เนื่องจากบริบทของงานวิจัยเป็นเหตุการณ์ที่เฉพาะเจาะจงและเป็นปรากฏการณ์ที่ควรมีการสำรวจเพื่อทำความเข้าใจในเบื้องต้นถึงปัญหาในงานวิจัย Yin (2013) อธิบายว่าผู้ที่ทำวิจัยเชิงกรณีศึกษานี้จำเป็นต้องกำหนดข้อมูลเบื้องต้น 5 ประการ ได้แก่คำถามในสิ่งที่ต้องการศึกษา 2) ความเชื่อ/การคาดการณ์ เบื้องต้นเกี่ยวกับคำถามดังกล่าว (Proposition) รวมทั้งกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 3) การกำหนดหน่วย หรือขอบเขตของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) 4) ความเชื่อมโยงเชิงตรรกะของข้อมูลที่มีกับความเชื่อเบื้องต้นหรือกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 5) ข้อกำหนดเบื้องต้นในการแปลความและสรุปผลข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษา ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้มีความเหมาะสมที่จะนำการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบกรณีศึกษาเชิงสำรวจนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบงานวิจัย เพราะคำถามของการศึกษาที่เหมาะสมในการใช้การวิจัยเชิงกรณีศึกษาค้นคว้าเพื่อตอบคำถาม คือ คำถามที่ต้องการทราบเหตุผล อย่างไรก็ตามที่ดีผู้ทำการวิจัยจำเป็นต้องทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ทราบถึงทฤษฎีและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการคาดการณ์ผล หรือข้อสมมติเบื้องต้นดังกล่าว สำหรับขอบเขตของการวิจัยนั้น

กระตุกรณศึกษา “เด็กวัดผิดตรงไหน หรือเด็กวัดไม่ใช่คน” เป็นหัวข้อที่คณะวิจัยมีความสนใจจะศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทำการวิเคราะห์ภาษาในการนำเสนอความคิดเห็น โดยการกรองเนื้อหาจากกระดานสนทนา และควบคุมด้วยการกรองโดยใช้ Coding Sheet เป็นตัวกำหนดรูปแบบการสืบค้นของคณะผู้วิจัย อาทิ การบันทึกชื่อประเด็นหรือชื่อกระทู้, วันที่ตั้งกระทู้, ชื่อห้องในการสนทนาหรือบันทึกแหล่งที่มาของข้อมูล (URL), หมวดธุรกิจที่เกี่ยวข้อง, จำนวนความคิดเห็นต่อกระทู้นั้นๆ, รูปแบบของเจตคติที่เกิดขึ้นผ่านการแสดงความคิดเห็นในกระทู้ต้นกระแส 20 ลำดับแรก และการแสดงความคิดเห็นในกระทู้สิ้นสุดกระแส 20 ลำดับสุดท้ายก่อนสิ้นสุดกระแส, ระยะเวลาของการเกิดกระแสในแต่ละกระทู้โดยผู้แสดงความคิดเห็นที่นำมาศึกษาทั้งหมดในแต่ละกระทู้จะต้องต่างบุคคลกัน โดยการวิจัยนี้ได้จำแนกตัวบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยสังเกตจากหมายเลขสมาชิก หรือนามแฝงซึ่ง www.Pantip.com ได้มีข้อตกลงในการใช้งานโดยให้สมาชิกผู้ต้องการตั้งกระทู้ หรือแสดงความคิดเห็นในออนไลน์นั้นต้องพิสูจน์ตัวตนเบื้องต้นจากการลงทะเบียนโดยแสดงสำเนาบัตรประชาชนเพื่อเป็นสมัครสมาชิก จึงจะสามารถตั้งกระทู้และได้ตอบแสดงความคิดเห็นได้

การเก็บข้อมูลความถี่ของความคิดเห็นที่มีระยะเวลาในการแสดงความคิดเห็นไม่ต่อเนื่องเพื่อวัดผลการจบกระแสในกระทู้ คือ การวัดผลที่เป็นนัยยะว่ากระดานข้อความที่ทำการศึกษาในงานวิจัยมีการสิ้นสุดการเป็นกระแสนบนโลกออนไลน์ด้วยมุมมองของผู้อ่านในเชิงบวก หรือเชิงลบ และสามารถสะท้อนจากความถี่ของความคิดเห็น การเคลื่อนไหวสุดท้ายที่หยุดลงไม่น้อยกว่า 10 วัน เพื่อความสะดวกในการกรองข้อมูลที่จะนำมาศึกษาในการทำวิจัย และแนะแนวทางปฏิบัติเบื้องต้นให้กับธุรกิจหรือองค์กรที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงความคิดเห็นที่เป็นตรรกะวิบัติในแต่ละประเภทที่มักพบเจอบนโลกออนไลน์ เพื่อให้องค์กรเข้าใจในสถานการณ์ที่กำลังเผชิญ และมีแนวทางในการบรรเทาแก้ไขตรรกะวิบัติที่เกิดขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาต่างๆ ตามที่ผู้ทำวิจัยได้นำมาศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตาราง 1 นิยามศัพท์

นิยามศัพท์	ความหมาย
ความคิดเห็นในกระทู้ต้นกระแส	การแสดงความคิดเห็นใน 20 ลำดับแรก หลังจากเริ่มหัวข้อกระทู้
ความคิดเห็นในกระทู้สิ้นสุดกระแส	การแสดงความคิดเห็นใน 20 ลำดับสุดท้ายก่อนกระทู้สิ้นสุดกระแส
กระทู้สิ้นสุดกระแส	ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นต่อกระทู้นั้นๆ มีความเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันเกินกว่า 10 วัน

ในงานวิจัยกำหนดให้เป็นกระทู้สิ้นสุดกระแส ความคิดเห็นใดที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่กำหนดจะไม่อยู่ในขอบเขตที่จะนำมาศึกษาและประเมินผลในงานวิจัยนี้

การสื่อสารผ่านการแสดงความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของทัศนคติส่วนหนึ่งและเป็นการแปลความหมายของข้อเท็จจริงอีกส่วนหนึ่งซึ่งเป็นการแปลความหมายย่อมขึ้นอยู่กับอิทธิพลของทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น (Maier, 1995 อ้างถึงใน สุญา คุปติยานุวัฒน์, 2543) โดยบุคคลสามารถแบ่งเจตคติได้เป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ

● เจตคติรูปแบบที่ 1 ลักษณะการแสดงความคิดเห็นที่สื่อว่ามีเจตคติเชิงบวก (+)

รูปแบบเจตคติทางเชิงบวก คือเจตคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึก หรืออารมณ์สภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง

● เจตคติรูปแบบที่ 2 ลักษณะการแสดงความคิดเห็นที่สื่อว่ามีการใช้ภาษาเชิงลบ (-)

รูปแบบเจตคติทางลบหรือไม่ดี คือเจตคติที่ชักนำความรู้สึกไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

● เจตคติรูปแบบที่ 3 ลักษณะการแสดงความคิดเห็นที่สื่อว่ามีเจตคติเป็นกลาง (0)

รูปแบบเจตคติเป็นกลาง คือการไม่แสดงเจตคติในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยสิ้นเชิงเป็นการแสดงเจตคติหนึ่งเฉยอย่างไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหา

เจตคติทั้ง 3 ประเภทนี้บุคคลหนึ่งๆอาจมีเพียงเจตคติประการเดียวหรือมีหลายประการก็ได้ (Katz, 1960) **กรณีศึกษา** จากกระทู้หัวข้อ “เด็กวัดผิดตรงไหน หรือ เด็กวัดไม่ใช่คน”:

- หมวดธุรกิจ หรือองค์กรของกระทู้ที่ศึกษา: สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- แหล่งข้อมูลจาก : <http://pantip.com/topic/32542154> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2557)
- จำนวนความคิดเห็นที่ปรากฏภายใต้กระทู้ รวม 265 ความคิดเห็น
- ลำดับความคิดเห็นที่ทำให้กระทู้สิ้นสุดกระแส: ความคิดเห็นที่ 265 (เข้าถึงเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2557)

- รูปแบบของเจตคติและประเภตรกรกิจวัตรที่ปรากฏ
 - o ผ่านความคิดเห็นในกระทู้ต้นกระแส
 - o ผ่านความคิดเห็นในกระทู้สิ้นสุดกระแส

ตาราง 1 รูปแบบเจตคติที่ปรากฏ

รูปแบบเจตคติที่ปรากฏ	
ความคิดเห็นในกระทู้ต้นกระแส (20 ลำดับแรก)	ความคิดเห็นในกระทู้สิ้นสุดกระแส (20 ลำดับก่อนสิ้นสุดกระแส)
+ 4 ความคิดเห็น	+ 4 ความคิดเห็น
- 11 ความคิดเห็น	- 13 ความคิดเห็น
0 5 ความคิดเห็น	0 3 ความคิดเห็น

- ระยะเวลาในกระแสของกระทู้ 7 วัน
- วิเคราะห์ความคิดเห็นที่อยู่ในประเภทของกรกิจวัตร และข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์รูปแบบของเจตคติและประเภตรกรกิจวัตร ที่ปรากฏผ่านความคิดเห็นในกระทู้ต้นกระแส

กระทู้ “เด็กวัดผิดตรงไหน หรือเด็กวัดไม่ใช่คน” เป็นการนำเอากระทู้ที่เป็นประเด็นในโลกออนไลน์ สืบเนื่องจากกรณีอาจารย์มหาวิทยาลัยท่านหนึ่งได้กล่าวตักเตือนนักศึกษาในวิชา TU130 ประเด็นที่มีเด็กธรรมศาสตร์ออกมาแะป้ายโจมตีอาจารย์ว่าใช้คำพูดแบ่งแยกชนชั้น บอกว่า “ชั้นไม่สอนเด็กวัด” จนนักศึกษากลุ่มหนึ่งไม่พอใจเอาป้ายไปปิดประกาศต่อต้านอาจารย์ท่วมท้น ทั้งยังเผยแพร่คลิปโจมตีอาจารย์ รวมถึงสภาน้ำโดมซึ่งเป็นกลุ่มที่เคลื่อนไหวให้นักศึกษาออกมาต่อต้านอาจารย์ ก็ออกแถลงการณ์ฉบับหนึ่ง ออกมาประณามอาจารย์ที่พูดว่า “ไม่สอนเด็กวัด เด็กวัดมันนั่งพินกัน” ว่าเป็นการดูถูกเด็กวัดอย่างชัดเจน ถือว่าอาจารย์คนนี้ขาดจิตสำนึกของความเป็นครูแต่หลังจากมีการนำเสนอข้อมูลอีกด้าน ก็พบความจริงที่ว่า การเคลื่อนไหวของนักศึกษาเป็นการบิดเบือนสารที่อาจารย์คนนี้พูดจาก “ชั้นไม่ได้สอนเด็กวัดนะ เด็กวัดมันนั่งบนพินกัน” ทำให้ประเด็นดังกล่าวเป็นที่สนใจของผู้คนในโลกออนไลน์อย่างมาก

เด็กวัดผิดตรงไหน หรือเด็กวัดไม่ใช่คน

การศึกษา มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดราม่าจากมหาวิทยาลัยแห่งเสรีภาพทุกดวงรางนิ้ว มธ. ครับ

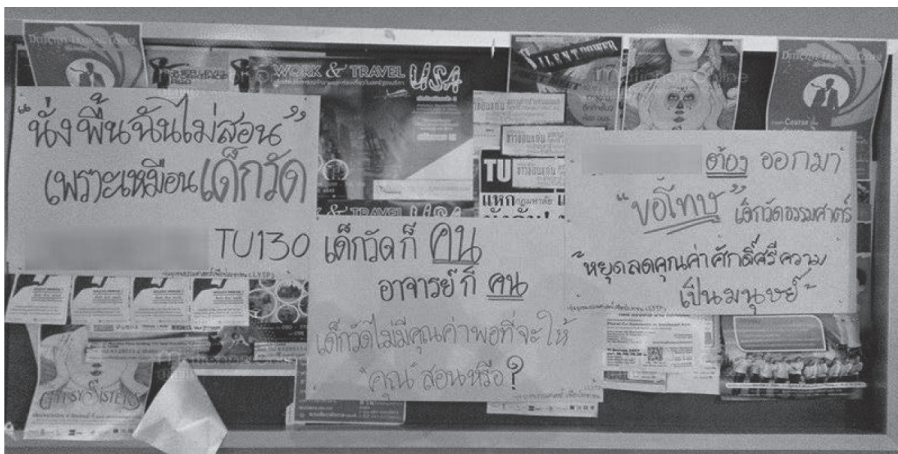
ดราม่ามธ.! ทำไมอาจารย์ไม่สอน"เด็กวัด" เผยบังคับแต่งชุดนศ. ป้ายประท้วงว่อน!

ภาพประกอบ 1 ตัวอย่างวิเคราะห์รูปแบบของเจตคติ และประเภทรกรกษะวิบัต
ที่ปรากฏผ่านความคิดเห็นในกระทู้ต้นกระแส

จากความคิดเห็นแรกเมื่อคนบนสังคมออนไลน์ได้อ่านหัวข้อกระทู้นี้ และมีให้การแสดงความคิดเห็นที่ 1 (#1) มีความว่า

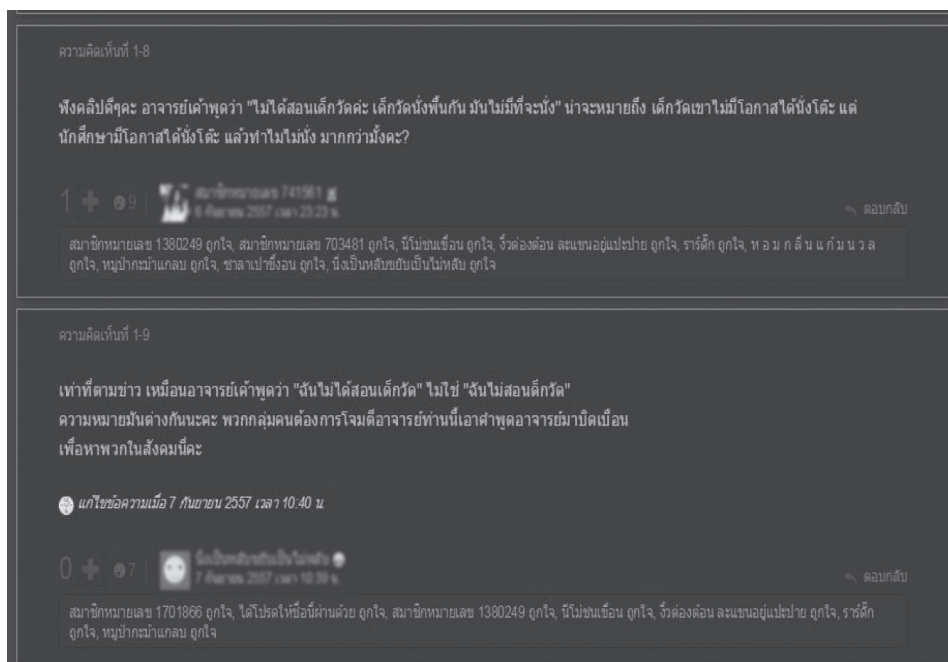
“เกิดมา 2 มือ 2 ขา และ 1 สมอเง่ากัน ทำไมต้องเหยียดกันด้วย ผมไม่แน่ใจว่าอาจารย์ท่านนี้พูดเพราะความพลั้งปากหรือเปล่า? แต่ถือเป็นการไม่สมควรอย่างยิ่งที่จะกล่าวแบบนั้น? หวังว่าอาจารย์ท่านนั้นจะออกมาขอโทษแต่โดยดี แล้วให้เรื่องนี้มันจบไป อย่าได้ทำประเด็นน้ำผึ้งหยดเดียวกลายเป็นเรื่องใหญ่โต จนทำลายอนาคตของตัวอาจารย์เองนะครับ ”

ในกระทู้ดังกล่าวได้มีความเห็นประเภทรกรกษะวิบัต ปรากฏขึ้นดังนี้



ภาพประกอบ 2 ตัวอย่างวิเคราะห์รูปแบบความเห็นประเภทรกรกษะวิบัต

ความเห็นที่ # 1-8, 1-9 (05/09/2014) มีการนำเสนอข้อโต้แย้งที่ทำให้ ผู้แสดงความคิดเห็นในลำดับต่อมามีนิยยะที่แสดงความคิดเห็นในรูปแบบที่เป็นเชิงบวกต่ออาจารย์ผู้เป็นประเด็นของกระทู้นี้ ไปในทิศทางที่เปลี่ยนไปตามความเห็นดังนี้



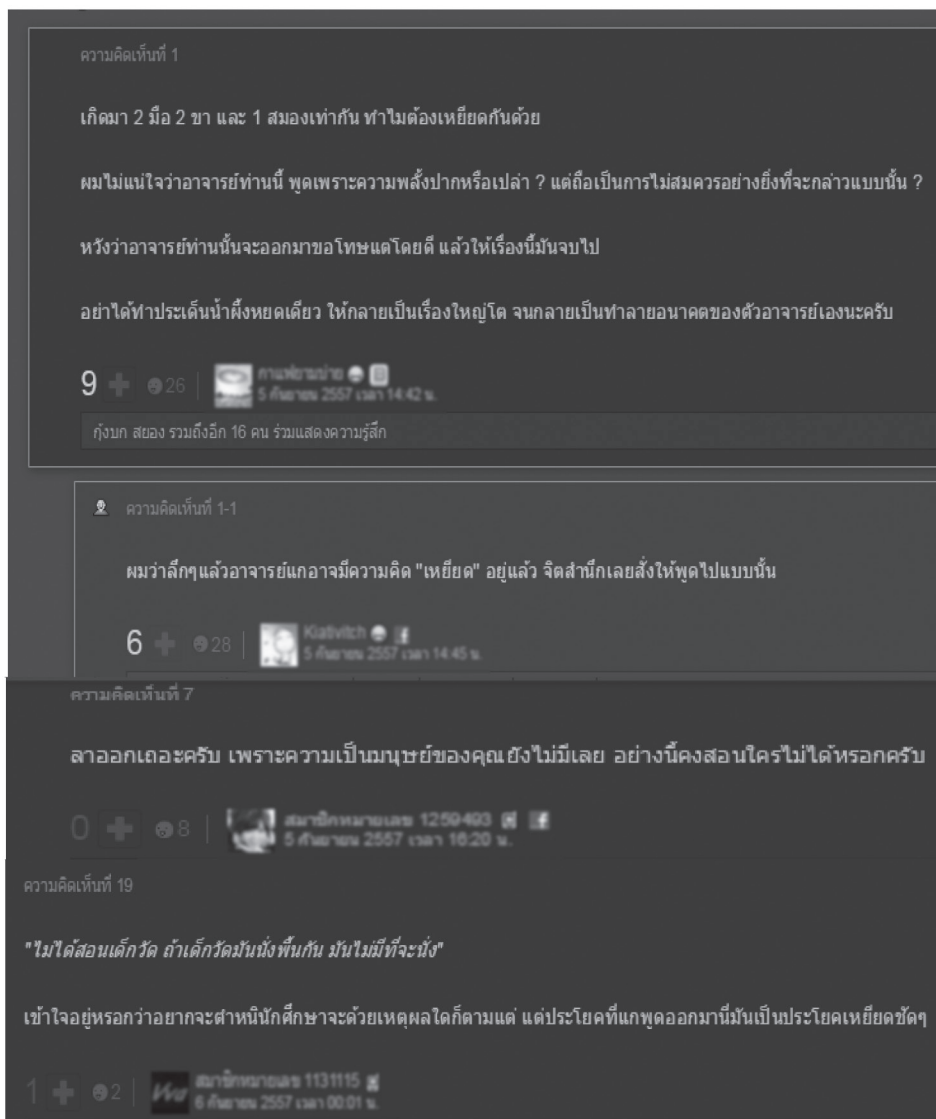
ภาพประกอบ 3 ตัวอย่างวิเคราะห์รูปแบบเป็นเชิงบวกต่ออาจารย์ผู้เป็นประเด็นของกระทู้นี้ ไปในทิศทางที่เปลี่ยนไปตามความเห็น

โดยมีใจความของความคิดเห็นว่า

“ฟังคลิปปิดๆ อาจารย์เค้าพูดว่า “*ไม่ได้สอนเด็กวัด ไม่ใช่ ฉันไม่สอนเด็กวัด*”

ตามภาพที่บอร์ดปรากฏ และคลิปวิดีโอที่ได้มีการเผยแพร่ โดยมีการตูดเสียงคำที่นักศึกษาใช้ถ้อยคำหยาบคายตอบกลับ อาจารย์ท่านนั้น ซึ่งเป็นไปตามการใช้ตรรกะวิบัติรูปแบบหนึ่งด้านการตัดข้อความเพียงส่วนหนึ่งมาอภิปราย (Fallacy of Accent) โดยผู้เสนอเนื้อหาในกระทู้มีความต้องการหยาบคายเอาข้อความเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งมาอภิปราย โดยไม่สนใจบริบทโดยรวมทั้งหมด ทำให้การสรุปประเด็นนั้นคลาดเคลื่อนไปจากความจริง และทำให้คนรับสารมีความรู้สึกคล้อยตาม ซึ่งจากเหตุการณ์ดังกล่าวเมื่อมีการแสดงความคิดเห็นที่น่าหลักฐานยืนยันความจริงมานำเสนอ ทำให้ความจริงปรากฏและแสดงความคิดเห็นสนับสนุนข้อเท็จจริงนั้นตามลำดับ

อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า เจตคติของความคิดเห็นในลำดับต้นกระแสดังกล่าวเสนอเนื้อหาเชิงลบ มักมีเจตคติเชิงลบอย่างชัดเจนคล้อยตามดังปรากฏให้เห็นในความเห็นที่#1, #1-1, #7 และ #19



ภาพประกอบ 4 ตัวอย่างวิเคราะห์รูปแบบเจตคติของความคิดเห็นในลำดับต้นกระแสที่นำเสนอเนื้อหาเชิงลบ มักมีเจตคติเชิงลบอย่างชัดเจนคล้อยตาม

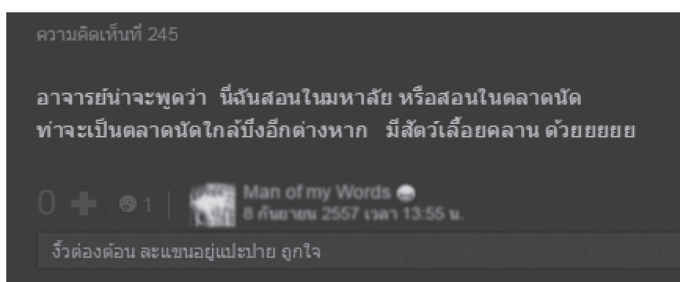
การแสดงความคิดเห็นต่ออาจารย์ผู้ถูกกล่าวถึงในทางลบจากกระทู้ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่ากระทู้ลำดับต้นๆ มักจะเริ่มด้วยการคล้อยตามเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ ซึ่งในกรณีศึกษาชิ้นนี้เป็นการแสดงความคิดเห็นที่ออกมาในรูปแบบเจตคติเชิงลบ โดยยังมีได้สืบหาความจริง หรือผ่านการกรองข้อมูลแต่อย่างใด แม้ผู้นำเสนอกระทู้ได้นำเสนอหลักฐาน ข้อความ คลิปวิดีโอ และภาพถ่ายทางสื่อออนไลน์พร้อมกับหัวข้อกระทู้แล้ว แต่การนำเสนอที่นำเสนอไม่ครบทั้งหมด หรือมีความตั้งใจนำเสนอเพียงบางส่วนเพื่อให้ผู้รับสารมีการตีความให้เป็นไปตามข้อมูลสนับสนุนกระทู้ตามที่ผู้นำเสนอต้องการ จึง

ทำให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล ชุมชน หรือองค์กรที่ถูกกล่าวถึงได้หากเรื่องที่ถูกลำเสนอถูกขึ้นนำโดยหลักฐานที่ไม่ครบทั้งบริบท ทำให้การสรุปประเด็นนั้นคลาดเคลื่อนไปจากความจริง

วิเคราะห์รูปแบบของเจตคติที่ปรากฏผ่านความคิดเห็นในกระทู้สิ้นสุดกระแส

จากการรวบรวม 20 ความคิดเห็นก่อนสิ้นสุดกระแส มีผลการเปลี่ยนแปลงของเจตคติที่ปรากฏในช่วงก่อนสิ้นสุดกระแสดังนี้

- มีการแสดงความคิดเห็นที่มโนะมโนไม่โจมตีอาจารย์ผู้ถูกกล่าวถึงน้อยลง แต่ยังคงมีเจตคติเชิงลบต่อกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยดังกล่าว
- ในขณะที่มีการแสดงความคิดเห็นต่ออาจารย์ผู้เป็นเป้าหมายการแสดงความคิดเห็นในการตั้งกระทู้ขึ้น ก็เกิดปรากฏการณ์ที่มีผู้นำหลักฐานแสดงข้อเท็จจริงมานำเสนอแทนที่นั้น สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติที่ดีขึ้นต่ออาจารย์



ความคิดเห็นที่ 258

สมาชิกหมายเลข 1031574

9 กันยายน 2557 เวลา 22:14 น.

ตอบกลับ

สมาชิกหมายเลข 1380249 ถูกใจ

ความคิดเห็นที่ 259

deemalak

10 กันยายน 2557 เวลา 13:51 น.

ตอบกลับ

ความคิดเห็นที่ 260

สมาชิกหมายเลข 1582963

10 กันยายน 2557 เวลา 14:35 น.

ตอบกลับ

ตั้งใจเล่นงานอาจารย์ท่านนี้โดยเฉพาะ

ฝากถามครับ สภาน้ำโดม มีหน้าที่อะไรครับ?

ความคิดเห็นที่ 246

สัทธิ เสรีภาพ ในการเรียน มธ. คือ ไม่ต้องใส่ชุดนักศึกษา อยกางนั่งพื้นเรียนตรงไหนก็ได้(ตามใจกู) เพราะถ้ามันเป็นการฝึกใจเด็กนักเรียน ทำให้นักเรียน ผลการเรียนไม่ดี และ ไม่มีเสรีภาพ ในการใช้ชีวิตภายในรั้วมหาวิทยาลัย อันนี้อกหน่อยคง มีการสั่งว่าสกัน ในรั้วมหาลัย เพื่อเป็นการผ่อนคลายให้กับนักเรียน พวกก็คงทำขึ้นะ...

ความคิดส่วนตัวนะครับ : สัทธิเสรีภาพ มันอยู่ที่ กู เพราะกู เป็นสิ่งที่หาไปไม่ได้ทุกที่ แม้สมมตจะบอกว่ามันใช่เสรีภาพ แต่ถ้าเสรีภาพกูบอกมันใช่ "ใจเท่านั้น" ใจกูสั่งให้กูเดินไป หาเสรีภาพที่ตัวเองต้องการ เพราะ เสรีภาพ ของกูคือ อิสระที่ได้คิด อิสระที่ได้ทำ และไม่ทำในใครเดือดร้อน และ บ้านเมืองที่กูอยู่สุขสบายเพื่อลูกหลาน กูจะเดินไป ถ้าเสรีภาพของกูคือ การล้มตาย ความเดือดร้อน การบิดเบือน การเอาแต่ใจ และการเข้าข้าง เพื่อผลประโยชน์ และ เอาดีตนเหยียบหัวคนอื่น กูแนะนำ ให้พวกเดินไปหาเสรีภาพที่อื่น เพราะ กูคงไม่ยอม

😊

😊

ปล. ขอโทษนะครับที่พูดจาไม่สุภาพ บางคำพูดอาจจะดูถ้อย แต่ผมก็ไม่เคยคำ คุรบาอาจารย์พ่อแม่ ว่า "ไอ้... อี้..." นะครับ ผมเกิดบนแผ่นดินไทย เมืองที่ไม่เคยตกเป็นเมืองอาณานิคมของชาติใด มีวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใคร และ ไม่จำเป็นต้องทำเหมือนใคร หน้าตาดีพวณ ก็คนไทย ยิ้มแบบไทยไทย อยู่ในประเทศนี้ ชาวต่างชาติ เคยบอกว่า เป็นเมืองที่ คนน่ารัก น่าอยู่ คนมีน้ำใจ เสียสละ แม้กูวันนี้ มันจะเหลือน้อยก็ตาม.. ผมคนไทย นะครับ และโพล้ก็คือเสรีภาพในทางความคิดของผม คนไทย

สมาชิกหมายเลข 1308907

8 กันยายน 2557 เวลา 14:33 น.

ตอบกลับ

ความคิดเห็นที่ 247

ทอวณอินธิ

8 กันยายน 2557 เวลา 16:03 น.

ตอบกลับ

ถ้าอาจารย์ด่าว่าไอ้พวก here ก็คงไม่มีใครว่าไง... หรือว่าจะมีหว่า เพราะไปเหยียดตัว here

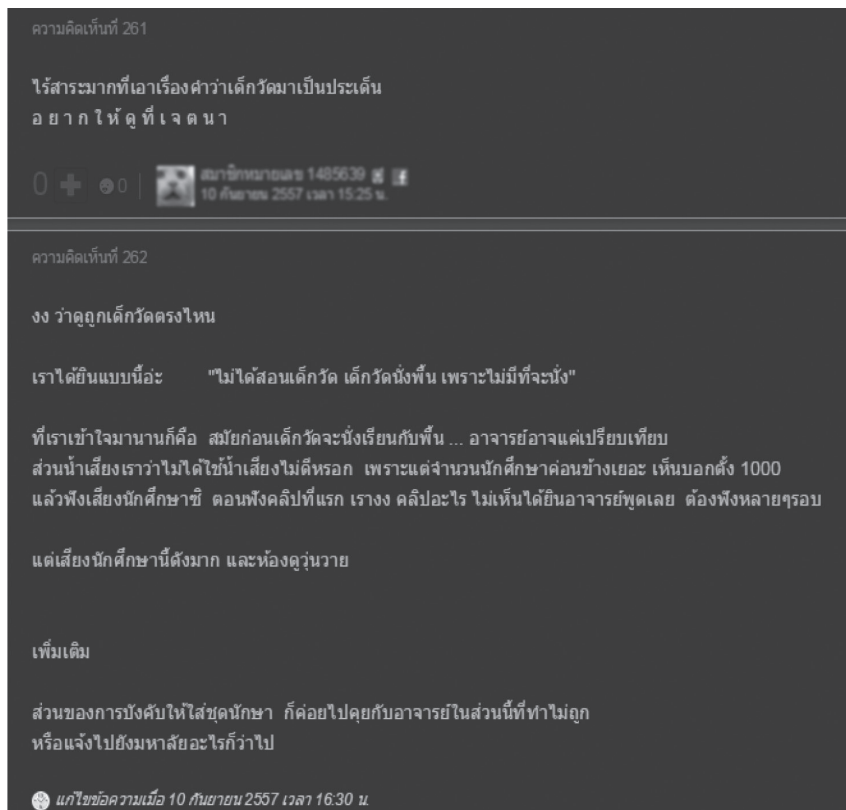
ความคิดเห็นที่ 248

Grezz

8 กันยายน 2557 เวลา 16:20 น.

เบื่้อคำอ้าง เสรีภาพทุกตารางนิ้ว ไข่ไปในทางที่ผิดชะเยอะ

66 วารสารธรรมศาสตร์



ภาพประกอบ 5 ตัวอย่างวิเคราะห์รูปแบบของเจตคติที่ปรากฏผ่านความคิดเห็นในกระทู้สิ้นสุดกระแส

ข้อเสนอแนะ

เมื่อองค์กรเจอการนำเสนอที่เข้าข่ายการใช้ตรรกะวิบัติในรูปแบบการตัดข้อความเพียงส่วนหนึ่งมาอภิปราย Fallacy of accent หรือ Quoting Out of Context ซึ่งหมายถึงการหยิบยกเอาข้อความเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งมาอภิปราย โดยไม่สนใจบริบทโดยรวมทั้งหมด ทำให้การสรุปประเด็นนั้นคลาดเคลื่อนไปจากความจริง ซึ่งจัดเป็น การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) หรือการทำให้คนคล้อยตามนั้น ผู้ดูแลสื่อออนไลน์ของธุรกิจ หรือ องค์กรควรนำเสนอข้อเท็จจริงผ่านช่องทางที่ถูกโจมตี และถ่ายทอดข้อเท็จจริงผ่านการชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องไปให้ชัดเจน จะสามารถช่วยให้เจตคติเชิงลบของผู้คนที่ได้รับสารผ่านสื่อออนไลน์ได้ตระหนักคิด และเอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางที่ดีขึ้นต่อเหตุการณ์นั้นได้ดังจะเห็นได้จากกรณีศึกษาที่มีความคิดเห็นย่อยที่ 1-8 มีการนำเสนอข้อโต้แย้งที่ทำให้ ผู้แสดงความคิดเห็นในลำดับต่อมามีนัยยะที่จะแสดงความคิดเห็นในรูปแบบที่เป็นเชิงบวกต่ออาจารย์ผู้เป็นเป้าหมายการแสดงความคิดเห็นในกระทู้มากขึ้น และแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบหรือความเข้าใจผิดให้คลี่คลายตามข้อเท็จจริง มีการชี้แจงข้อเท็จจริงที่ทำให้ผู้แสดงความคิดเห็นในลำดับต่อมาแสดงความคิดเห็นด้วยเจตคติเชิงบวกมากขึ้นดังที่ปรากฏ ตามกรณีกรณีศึกษาข้างต้นและการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการชี้แจงข้อมูลส่วนที่ถูกตัดไปให้ชัดเจน จะสามารถช่วยให้เจตคติเชิงลบของ

ผู้ที่ได้รับสารผ่านสื่อออนไลน์ได้ตระหนักคิด และช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในเชิงบวกให้กับเหตุการณ์นั้นได้ แต่หากเป็นองค์กรขนาดใหญ่และหรือได้รับผลกระทบอย่างมากจากการสื่อสารในรูปแบบ Fallacy of accent หรือ Quoting Out of Context ควรออกแถลงการณ์เกี่ยวกับกรณีดังกล่าวที่เกิดขึ้น นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและชี้แจงข้อมูลส่วนที่ต้องการสื่อสารอย่างตรงประเด็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้กับองค์กร ในกรณีที่ประเด็นนั้นกระทบต่อองค์กรอย่างมากควรเรียกร้องความรับผิดชอบจากสื่อที่รายงานข่าวดังกล่าว โดยเฉพาะผู้บริหารสื่อที่ดำเนินการดังกล่าว โดยผู้ได้รับผลกระทบจากการสื่อแบบตรรกะวิบัติชนิดนี้ ไม่ควรนิ่งเฉยต่อการถูกกล่าวหา และแสดงถึงความหนักแน่นที่ต้องการตอบโต้ อาทิการแสดงออกว่าไม่ต้องการจะเห็นบุคคล องค์กร หรือบริษัทอื่นต้องตกเป็นเหยื่อของการนำเสนอข่าวที่บิดเบือนข้อเท็จจริง และสร้างความเสียหายเช่นนี้อีก และเพื่อระงับกระแสวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินการตามกฎหมายในขั้นต่อไปจึงเป็นทางออกที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่ออีกทางหนึ่ง

บทสรุปพฤติกรรมกรรมการแสดงความคิดเห็นแบบตรรกะวิบัติ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติที่ดีต่อธุรกิจ ตราสินค้า หรือภาพลักษณ์องค์กรบนสังคมออนไลน์

ลักษณะของการแสดงความคิดเห็น ต่อกระแอยู่ที่นำเสนอข่าวแบบการใช้ตรรกะวิบัติ สามารถพบเจอได้ตามสื่อบนโลกออนไลน์ ดังนั้นก่อนร่วมแสดงความคิดเห็นใดๆ โดยเฉพาะทางสื่อออนไลน์ที่ส่งผลกระทบแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ผู้ใช้ควรจะตรวจสอบ และกลั่นกรองข้อมูลก่อนตอบโต้แสดงความคิดเห็น ในมุมมองของธุรกิจและองค์กร องค์กรจะต้องเตรียมพร้อมรับมือกับสื่อรูปแบบใหม่บนโลกออนไลน์ และควรจัดให้มีผู้ดูแลสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อให้สามารถรับรู้ความเป็นไปตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างทันท่วงที และช่วยแก้สถานการณ์ให้กับองค์กรและธุรกิจที่เผชิญประเด็นข่าวด้านลบบนโลกออนไลน์ได้ทันต่อเหตุการณ์เพื่อลดความเสียหายด้านภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อธุรกิจหรือองค์กรนั้นๆ การแก้ไขเบื้องต้นตามข้อเสนอแนะในการตอบสนองต่อความคิดเห็นแบบตรรกะวิบัติรูปแบบต่างๆ จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจและองค์กรต่างๆ ในอนาคต ดังนั้นผู้ดูแลสื่อออนไลน์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงควรมีความรู้ความเข้าใจรูปแบบตรรกะวิบัติต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้รับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดของงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

กระแอยู่ในกระแสที่คณะผู้วิจัยสนใจจะนำมาศึกษาเกี่ยวกับของตรรกะวิบัติต่างๆ ผ่านความคิดเห็น ถูกลบออกไปก่อนจะนำการศึกษาโดยละเอียดจึงทำให้ไม่สามารถนำเสนอได้ตามที่ได้คัดเลือกหัวข้อมาทั้งหมด และอาจไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจ

การทำ Content Analysis เป็นการตีความโดยคณะผู้วิจัย ดังนั้นการวิเคราะห์และการตีความผลการวิเคราะห์อาจแตกต่างกันตามการวิเคราะห์ของแต่ละบุคคล อีกทั้งการเลือกตัวอย่างกระแอยู่ที่นำมาศึกษาเป็นแบบเจาะจง ทำให้การนำผลการศึกษาไปใช้ในวงกว้างเป็นไปได้ยากยิ่ง อย่างไรก็ดีคณะผู้วิจัยได้มีการสนทนาและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันโดยใช้ Coding Sheet ที่ได้รับการกลั่นกรองจากคณะผู้วิจัย

ทั้งสามเพื่อให้ผลวิเคราะห์มีความเที่ยงตรง โดยการตีความความเข้าใจของเนื้อหาที่ได้เอนเอียงไปทางผู้วิจัยท่านใดท่านหนึ่ง

จากการวิเคราะห์ผลโดยรวมแล้ว คณะผู้วิจัยพบว่ากระทู้ที่มีตัวแทนผู้ดูแลสื่อออนไลน์เข้าร่วมตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และชี้แจงเหตุผลต่างๆ ร่วมกับการคิดเห็นบนสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบของตัวแทนองค์กร บนโลกสังคมออนไลน์คณะผู้วิจัยพบว่ามีความโน้มที่ตึงเครียดที่เกิดขึ้นในตอนท้าย ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาเกี่ยวกับการเข้าร่วมบทสนทนาในโลกออนไลน์โดยผ่านบุคลากรขององค์กรในการให้ความกระจ่างทางด้านข้อมูลต่อชุมชนออนไลน์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก และแนวทางการปฏิบัติยังสามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะและแนวทางปฏิบัติให้กับองค์กรต่างๆ เพื่อใช้ในการแก้ไขสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษา พัฒนาและนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ปีเตอร์ รัชธรรม (2558) “สื่อสังคมและการสร้างคุณค่าทางธุรกิจให้กับองค์กรธุรกิจในประเทศไทย” วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจ ปรัชน์ ปีที่ 37 ฉบับที่ 145 เดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2558
- สุชนา คุปติยาวัฒน์ (2543). ดัชนีวัดผลการดำเนินงาน กรณีศึกษา: การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉายสิริ พัฒนถาวร (2552) การวิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในการตั้งกระทู้ของกระดานสนทนา : กรณีศึกษา www.pantip.com (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิตรัตน์ ไร่วิบูลย์. “การสร้างอัตลักษณ์และกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ผ่าน www.bloggang.com”. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ปีที่ 4, ฉบับที่ 1, 2553.
- Bokor, T. (2014). More Than Words, Brand Destruction in the Online Sphere. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 45(2), 40-45.
- Chen, J. S., Ching, R., Tsai, H. T., & Kuo, Y. J. (2008, June). Blog effects on brand attitude and purchase intention. In *Service Systems and Service Management, 2008 International Conference on* (pp. 1-6). IEEE.
- <http://pantip.com/topic/325421547>, เด็กวัดผิดตรงไหน หรือเด็กวัดไม่ใช่คน เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2558
- <http://www.thairath.co.th/content/371699>, ญูย่าโซเซเสียลิ้นเดียวมีอิทธิพลต่อองค์กรธุรกิจ เข้าถึงข้อมูลวันที่วันที่ 14 มีนาคม 2558
- <http://noppajak.blogspot.com/>, ที่เห็นและเป็นอยู่ - จำพิชิต ขจัดพาลชน เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2558
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), pp. 163-204.

Kim, J., & Gupta, P. (2012). Emotional expressions in online user reviews: How they influence consumers' product evaluations. *Journal of Business Research*, 65(7), 985-992.

Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods*. Sage publications.